

Alessandro Garofalo ha presentato l'iniziativa del Gruppo giovani Assindustria

Competenze e managerialità Training di Cuoia Impresa

di Roberta Paolini

«Sul passaggio generazionale la strada scelta per il confronto è di natura emotiva». Così Alessandro Garofalo alla presentazione "Leadership e Strategia. Idee, mappe e strumenti per esplorare il futuro" corso organizzato da Cuoia Impresa in sinergia col Gruppo Giovani Imprenditori e l'Associazione Industriali di Vicenza. Presenti oltre ad Alberto Luca, presidente del Gruppo Giovani, Alessandro Garofalo, esperto di formazione manageriale, consulente motivazionale della Ferrari, Benetton, Geox, Lavazza e coautore del Programma televisivo "Padri e Figli", Danilo Berteotti, psicologo del lavoro e dello sport e mental trainer di squadre e atleti che si occuperà di sviluppo personale della figure manageriale e imprenditoriale e Giuseppe Caldiera, amministratore delegato di Cuoia Impresa.

Il percorso formativo si insedia in quella tematica di continuità d'impresa, che tanto ha caratterizzato gli ultimi due anni di consiglio direttivo dei giovani di Confindustria, ed è teso a "sviluppare le nostre competenze e le nostre capacità di leader innovativi in una situazione di impresa difficili" dice Luca.

Dopo due anni di silenzio, caratterizzati da una profonda riflessione sulla crisi dell'identità imprenditoriale, torna Cuoia Impresa con un intervento formativo che faccia luce

su stringenti questioni in termini di managerialità e leadership. Spiega Caldiera: «Oggi l'imprenditore si interroga in termini di adeguatezza delle proprie esperienze, di visioni, di competenze rispetto ad una realtà che sta mutando. Parliamo di cambiamenti sia di visione ovvero della capacità di leggere ciò che sta succedendo sia di competenze imprenditoriali. Il passaggio generazionale è un elemento fondamentale ma non è il solo che oggi ci troviamo ad affrontare». La dimensione di formazione tradizionale d'aula, intesa come trasmissione di sapere è cambiata, ci dice ancora Caldiera: «Oggi parliamo di processi di sviluppo personale e professionale molto più complessi. Si parla di comunità di apprendimento vero prelude di comunità di tipo professionale, dove l'interrelazione dei partecipanti diventa elemento di stimolo di crescita e di sviluppo».

Non è dunque casuale la singolare scelta del modulo introduttivo, dal titolo "Il profumo dell'azienda": inusuale la location, la Cantina Bortolomiola Valdobbiadene, e i relatori, tra gli altri Maurizio Bonora, capitano di vascello, docente all'Istituto di studi militari marittimi presso l'Arsenale di Venezia e responsabile di numerose missioni di peacekeeping, lo stesso Garofalo, Elvira Bortolomiol, co-titolare della Bortolomiol, Elena Giaretta, autrice de "Vitalità e Longevità d'impresa. L'esperienza delle aziende ultracene-

tenarie", Marcello Lunelli co-titolare della Ferrari Fratelli Lunelli. A questo primo modulo ne seguiranno altri tre: il primo dedicato allo sviluppo della leadership, della comunicazione efficace con interventi di "allenamento" delle proprie competenze mediante con un coach professionista, il secondo "Affrontare il mercato: dall'idea all'organizzazione", destinato all'analisi di marketing e ideazione di prodotto, il terzo "Governare l'azienda: la pianificazione strategica e la finanza d'impresa" orientato alla conoscenza di modelli finanziari e controllo di gestione.

Il corso sarà corredato da interventi formativi non meno fondamentali come l'attività di coaching, un'attività di training strumentale alla creazione di un project work basato sulle singole realtà aziendali. «Io sono intrigato dal tema dell'intelligenza emotiva - dice Garofalo - saper riconoscere le emozioni e dirigerle. Per questo per creare un'esperienza formativa con una modalità emotivamente utile abbiamo scelto una cantina vinicola».

Per quanto riguarda il tema delle strategie, prosegue Garofalo «abbiamo ritenuto che un benchmark efficace fosse qualcuno che si occupa di strategie militari». «Un parallelismo aziendale interessante - spiega Garofalo - è la capacità di cogliere qual è il dato importante nell'andamento di un'azienda o in una situazione di mercato».