

CRONACA

Sbarca in Italia il "corporate coach", l'allenatore-consulente dei vertici industriali. A Roma il primo convegno nazionale
Un'azienda di successo?

Quando il manager va in terapia

Negli Usa le più grandi società si affidano al coaching Business da 1 mld di dollari, profitti che crescono del 500%
di ALESSANDRA RETICO

ROMA - Quando non riesci a mettere a fuoco i tuoi obiettivi. O qualcosa ti blocca, e non riesci a fare il salto oltre l'ostacolo, vero o presunto che sia. Oppure semplicemente vuoi cambiare, o le circostanze ti impongono di farlo, e opaca è la via da prendere. Hai delle potenzialità, una creatività imprigionata, cerchi il modo di liberarla. Pensieri e vicende di tutti. Che dalla stanza privata del nostro io si stanno trasferendo nelle sale riunioni dei più grandi gruppi industriali: manager e top executive, quadri medi e staff di corporation come Motorola o General Electric vanno ormai da tempo in "terapia". No, non da "strizzacervelli" o su lettini di analisi, ma dai più pragmatici e glamour "coach" che negli Stati Uniti fanno semplicemente furore.



Di che si tratta? Di "allenatori", trainer con diverse specializzazioni, che attraverso suggerimenti, corsi, workshop e sedute di "ascolto" (che possono essere fatte di persona, al telefono o via e-mail), accompagnano i loro "clienti-pazienti" a risolvere problemi tecnici (o personali) e a raggiungere obiettivi sia privati che professionali. Si definiscono "partner", e ci tengono a precisare che la loro professionalità non va confusa o sostituita con quella di altri esperti.

Se da più di vent'anni dall'altra parte dell'Oceano si parla di e si fa "coaching", solo ora è il momento dell'Italia: negli ultimi due anni sono nate diverse scuole di formazione per coach (tra le altre U2coach, Future, The Change Partnership), e sono una cinquantina gli associati della Federazione Italiana Coaching, costola italiana dell'International Coach Federation, la più grande organizzazione di professionisti certificati, fondata dall'ex Saatchi & Saatchi e poi Yahoo! Giovanna D'Alessio. A Roma il loro primo convegno nazionale, seguito da coach professionisti, aspiranti tali, manager ed esperti di risorse umane.

- Pubblicità -



Signore in tailleur e telefonini di ultima generazione, giovani in giacca scura e sotto jeans. Sui 35-40, il popolo dei coach riunitosi nella capitale parla di esperienze personali e progetti che provengono da realtà e geografie molto diverse tra loro. "L'intenzione è di allargare il network dei professionisti e fare in modo di garantire alle aziende la qualità dei nostri coach", spiega D'Alessio che dal 2001, abbandonata la carriera nel management, si è dedicata completamente al coaching. "In

Italia siamo ancora agli esordi", continua, "ma a giudicare da come sono andate le cose negli ultimi due anni con sempre più persone che si avvicinano a questa professione e aziende che richiedono questo genere di consulenza, andremo rapidi verso standard europei e più in là americani". Che, tradotti in cifre, significano circa 7000 coach in 30 Paesi al mondo iscritti all'IFC, 30mila quelli che fanno riferimento ad altre associazioni. Un giro d'affari di circa un miliardo di dollari che secondo l'Harvard Business School raddoppierà nei prossimi due anni.

Ma chi sono i coach? I due terzi sono donne. Molti vengono dal mondo dell'insegnamento e altri campi della consulenza. Alcuni hanno lavorato nell'ambito della salute, altri in realtà aziendali. Flaminia Fazi, romana di 39 anni, laurea in Sociologia a Roma, ha fatto un lunghissimo percorso di esperienze e di studi in Italia e all'estero prima di diventare coach, una delle prime da noi. Ha fondato una sua azienda-scuola, la U2coach, che offre percorsi di corporate ma anche life coaching. "In America il trainer personale è senz'altro più diffuso, ma anche in Italia le persone cominciano a orientarsi su questa alternativa piuttosto che alla tradizionale terapia per risolvere questioni private" spiega Flaminia aggiungendo che "nella mia esperienza ho sempre avuto e ho tuttora molti rapporti di life coaching: un manager che a quarant'anni, una posizione invidiabile in azienda, una famiglia, si è sentito a un certo punto sperduto. Un 14enne con difficoltà di relazioni, la cui famiglia ha preferito venisse a fare due chiacchiere con me piuttosto che con uno psicologo".

La stragrande maggioranza dell'"utenza" del coaching in Italia è tuttavia quella delle aziende e delle multinazionali (con filiali). Di telecomunicazioni, farmaceutiche, manifatturiere, bancarie. Nomi che si sussurrano, causa privacy, di grandi marchi che si affidano al coaching da tempo. E altri si stanno attrezzando.

D'altra parte i vertici delle grandi aziende non possono non tenere conto di quanto accade, e con quali risultati, nelle corporation internazionali. Se agli esercizi dei coach si sono affidati personaggi come Meg Whitman e Niall Ferguson, rispettivamente 'top executive' di eBay e di Unilever, vorrà pur dire qualcosa. Adidas, Estee Lauder, Ibm, Kodak, Ibm, France Telecom per citarne solo alcune, hanno fatto palestra-terapia dai coach e in breve lo utilizzano 40 delle aziende top negli Usa secondo *Fortune*. La formazione classica, racconta uno studio dell'International Personnel Management Association, porta a migliorare del 22% la produttività delle

aziende contro l'88% che raggiunge il coaching. Tradotto in soldoni, il vantaggio è inequivocabile e ultrapersuasivo: le industrie che investono, non proprio a prezzi modici, sul coaching, hanno ritorni del 500%. Allora ecco quanto puntare: da 100 a 250 euro per un'ora di coaching, dai 700 ai 1500 per un giorno, 15-18 mila per un anno. Sì, più di una buonissima palestra o un personal trainer da dive (forse), ma la fatica ripaga.

(25 novembre 2003)