

costozero

magazine di economia, finanza, politica imprenditoriale e tempo libero

Maggio 2011

VIRVELLE, la formazione prende il largo

Con le attività in outdoor manager e dirigenti imparano a guardarsi con occhi nuovi e a mettersi "in gioco"

Oggi più che mai è la conoscenza il vero asset strategico su cui fare leva per guardare al futuro con vigore, nonostante la crisi abbia eroso i margini di fiducia, reso i percorsi più accidentati e la posta in gioco - specie per le imprese di piccole dimensioni - decisamente più alta. Per rimettere la barra a dritta, tante realtà aziendali hanno scelto di investire proprio sulla formazione delle risorse, certe che fosse questa una buona strada per imparare a cogliere ogni nuova opportunità e diventare ancora più flessibili alle necessità dei clienti, in primis quelli "interni". In particolare in ambito manageriale, è l'ampliamento della conoscenza di se stessi il *telos* da perseguire: per raggiungere questo obiettivo in molti decidono di affidarsi a corsi tenuti da esperti del campo.

Sono tali, le menti che hanno dato vita nel 2006 a Salerno a **Virvelle**, società di formazione e consulenza capitanata da **Francesco Serravalle** e **Mario Vitolo**, due giovani appena trentenni che - dopo aver conseguito la laurea, rispettivamente in ingegneria ed economia - hanno imboccato per gioco, poi divenuto passione e professione, la via della formazione. Con in tasca un Master in



Francesco Serravalle

Outdoor Management Training, ottenuto da Mario presso l'Istituto Europeo di Neurosistemica a La Spezia, e in seguito ai primi passi mossi in collaborazione con Marco Rotondi - considerato il padre della formazione outdoor in Italia - i due hanno intuito che quella della formazione - soprattutto esperienziale - fosse una carta da poter giocare bene al Sud, un terreno ancora poco battuto da esplorare con serietà, creatività e impegno. Percezione più che mai vincente, considerato che oggi Virvelle è una delle realtà più qualificate del Mezzogiorno nella formazione OT ad offrire alle aziende la "cassetta degli attrezzi" adatta per migliorare

le proprie criticità, spesso connesse alla leadership, alla comunicazione o alla negoziazione secondo quanto l'analisi dei bisogni aziendali suggerisce. Oltre che su quella in aula, di tipo tradizionale, il punto di forza di Virvelle sta nell'organizzare percorsi di formazione che si articolano anche in momenti outdoor e che consentano ai partecipanti di vivere esperienze e mettere in pratica attività di gruppo che, durante una fase successiva di "follow up", ovvero di riflessione, fanno ragionare le persone sui propri comportamenti errati, precedentemente videoripresi, "rivedendoli" e aiutandoli al contempo a tracciare giusti insegnamenti per guadagnarsi un miglior contesto lavorativo.

Se è vero infatti che sono le persone, prima ancora dei prodotti, a definire con forza il dna delle aziende, è esattamente su queste che bisogna insistere per ipotizzare buone performance.

Virvelle preferisce farlo attraverso l'agire. È proprio facendo, del resto, che si può imparare a conoscere davvero se stessi; è l'azione infatti il punto focale dei "problem solving" progettati da Virvelle, tutti connessi a delle metafore - la più frequente quella della vela - capaci di inscena-

costo zero

magazine di economia, finanza, politica imprenditoriale e tempo libero

Maggio 2011

re situazioni e problematiche lavorative quotidiane, ma decontestualizzate.

Tanti i vantaggi di questo tipo di formazione: uscire dall'abituale ambiente di lavoro consente non solo di abbattere le diffidenze legate al ruolo e superare errori divenuti prassi, ma anche di porre tutti i partecipanti allo stesso livello di partenza. Che sia il mare aperto, una montagna da scalare, un fiume da guardare, o un palcoscenico (*vela, trekking, rafting e teatro sono alcune delle metafore utilizzate da Virvelle per i suoi corsi, ndr*) tutti devono mettersi in gioco e cooperare per contribuire al raggiungimento del risultato finale. Si ribaltano così schemi e abitudini e si fa luce tanto sulle zone d'ombra da migliorare - relative a se stessi e ai propri compagni di avventura - quanto sulle proprie potenzialità individuali e abilità relazionali che, grazie all'esperienza in outdoor che agisce soprattutto sulla sfera emozionale, possono rinsaldarsi. Con la formazione in outdoor si impara a guardarsi e a guardare con

occhi nuovi, liberi da certezze, convenzioni e preconcetti limitanti, guadagnando al contempo - grazie all'analisi del comportamento tenuto nel corso dell'attività - utili strumenti per cambiare ciò che non quadra.

L'azienda che si affida a Virvelle ha la possibilità di stare al passo con il mercato, che richiede di skillare sempre di più i microcomportamenti di dirigenti e leader, e di rendere più efficiente il lavoro di team building nel suo complesso.

Una valutazione questa che ha convinto, nei mesi scorsi, alcune aziende iscritte a Confindustria Salerno ad utilizzare i voucher messi loro a disposizione da Fondirigenti per partecipare al Programma di formazione per lo sviluppo delle competenze manageriali, organizzato da Virvelle e Adecco, denominato "Leadership for challenge".

40 ore di formazione, di cui 24 d'aula e 16 in outdoor (la metafora utilizzata è stata la barca a vela), che hanno avuto come obiettivo lo

sviluppo delle capacità di leadership e guida di un gruppo.

La prossima sfida che aspetta al varco i due giovani imprenditori - come ci ha anticipato Francesco Serravalle - sarà quella di mettere in piedi un format specifico sul passaggio generazionale nelle pmi, al momento allo studio grazie alla collaborazione con l'ateneo salernitano.

Per Virvelle è il collettivo a migliorare il singolo, una filosofia di cui Francesco Serravalle e Mario Vitolo si sono fatti interpreti illuminati.



Mario Vitolo

Estratto pag.52-53