

Imprese che impresa

di **Giovanni Costa**



Se il manager si forma tra monaci e samurai

L'uscita dalla crisi sarà lenta e sofferta, non ci resta che pregare. Sarebbe sbagliato concludere così la lettura del dépliant pubblicitario, in questi giorni recapitato attraverso la rete a imprenditori e manager veneti per proporre un seminario di tre giorni in cui condividere la vita dei monaci benedettini dell'abbazia di Praglia nei pressi dei Colli Euganei. Sarebbe sbagliato perché, avverte lo studio professionale che ha organizzato l'evento, «non è un ritiro spirituale o di preghiere o solo una formazione in un luogo particolare; è un'esperienza fuori dagli schemi tradizionali e unica nel suo genere, basata sulla completa immersione dei partecipanti nella vita del monastero»

Senza esagerare. Sono infatti previsti alcuni aggiornamenti: sono ammesse le donne; non serve il saio, basta un abbigliamento «comodo e informale»; la cella diventa «una camera singola con bagno personale» e tutti i moderni comfort; il canto gregoriano è proposto come facoltativo e non per le sue valenze mistiche ma «per la serenità che infonde», quasi fosse musica «new age»; è consentito l'uso del cellulare ma solo in cella, pardon, in camera. Il guru che farà da «coach» e spiegherà perché la Regola benedettina può diventare una soluzione per organizzare l'azienda, ha l'esclusiva per l'Italia di questo «Abbey Programme».

Che non abbia intenti trascendenti ma solo molto pragmatici se non proprio utilitaristici, sembra confermato dal fatto che, dimostrando una versatilità al limite della disinvoltura, tiene in serbo anche un programma in apparenza (mai fermarsi alla prima impressione) un po' bellicoso dal titolo: «Imparare dai samurai. La via della spada giapponese come modello di automotivazione».

Alcuni esperti di formazione manageriale sostengono da tempo che per convincere le persone a cambiare, a recepire nuovi modelli di comportamento o adottare nuove tecniche, è prima necessario rompere la corazza che ciascuno di noi si crea. Un risultato che, secondo loro, si ottiene provocando choc emotivi che costringono a guardare se stessi e il proprio ruolo con occhiali diversi. La chiamano formazione esperienziale e dell'«outdoor» che significa all'aperto, fuori delle porte dell'azienda dove non si possono usare gli strumenti gerarchici e bisogna cavarsela da soli. Ecco allora prove di sopravvivenza nel deserto, discese in canoa fra le rapide di fiumi vorticosi e così via.

Salvo poi, com'è accaduto l'estate scorsa a Frascati, mandare all'ospedale con ustioni da dieci giorni di prognosi alcuni manager fatti camminare sui carboni ardenti nel tentativo di sfidarli a darsi «una nuova rappresentazione interna delle proprie possibilità». È accaduto durante un «motivation day» dedicato a immobiliari, un business dove già di per sé è facile scottarsi. Forse è per questo che qualcuno si chiede sempre più spesso se la formazione faccia davvero bene. Sarebbe già molto se non facesse male.

g.costa.cdv@virgilio.it

