# Fermarsi per procedere

scritto da Alessandro Fortis | 14 Luglio 2020

Due boscaioli si sfidarono in una foresta: il primo che avesse abbattuto il maggior numero di alberi entro sera avrebbe vinto. I tronchi erano imponenti, solidi e tenaci. Uguali per entrambi.I due boscaioli usavano le loro asce con identica bravura, ma con tecnica diversa: il primo colpiva il suo albero con incredibile costanza, un colpo dietro l'altro, senza fermarsi se non per riprendere fiato. Il secondo boscaiolo faceva una discreta sosta ogni ora di lavoro. Al tramonto, il primo boscaiolo era a metà del suo albero. Aveva sudato sangue e lacrime e non avrebbe resistito cinque minuti di più. Il secondo era incredibilmente al termine del suo tronco. Avevano incominciato insieme e i due alberi erano uguali. Il primo boscaiolo non credeva ai suoi occhi. "Non capisco! Come hai fatto ad andare così veloce se ti fermavi tutte le ore?". L'altro sorrise: "Hai visto che mi fermavo

ogni ora. Ma quello che non hai visto è che approfittavo della sosta per affilare la mia ascia”.

Ci piace sempre usare questo racconto per sostenere come il fermarsi possa talvolta essere il miglior modo per procedere.

In una cultura estremamente veloce e produttiva fermarsi può sembrare inopportuno, per alcuni quasi una perdita di tempo.

Quello che però fa la differenza, tra perdere il tempo o utilizzarlo al meglio pur soffermandoci, è ben presente in un termine di origine latina: l’ozio.

Il suo significato si ritrova nella dimensione delle attività dello spirito: un momento insomma per studiare, riflettere e comprendere meglio per ripartire.

Al contrario, il termine negozio (*nec otium*, non ozio), designa invece il tempo degli affari, dei mercati e del commercio.

I due, pur apparendo diversi, non sono che le due facce di una medesima medaglia. Ciascuna di esse, senza l’altra, risulterebbe incompleta e mancante.

**Formarsi, se ci si pensa bene, è un po’ come questo fermarsi.**
Un momento in cui un individuo, o un team di lavoro, decide di dedicare del tempo allo sviluppo delle proprie competenze, che siano esse tecniche o trasversali.

Un tempo insomma in cui affilare la propria lama per divenire *taglialegna* più performanti e soddisfatti.

Quello che possiamo dirvi, attraverso l’esperienza prodotta in aziende di piccole e grandi dimensioni, è che la formazione, pur essendo talvolta divertente e appassionante, non è un gioco.

La grande differenza fra le aziende che ne hanno compreso il significato e quelle che la usano *una tantum* come orpello di

cui andare fieri si vede subito.

**Le imprese performanti adoperano infatti queste disposizioni:**

- Organizzano e pianificano in modo certosino la formazione annuale di tutto il loro team.
- Non rispondo solo agli obblighi della formazione obbligatoria ma a reali piani d'azione.
- Creano una cultura dell'apprendimento fra le loro persone, stimolandole a voler apprendere per essere più efficaci, efficienti e contenti.
- Pianificano ed erogano sia formazione *hard* che *soft* (non che le competenze trasversali siano più soft delle altre, tutt'altro, ma per convenzione le dividiamo in questo modo).
- Creano strumenti di indagine per produrre una formazione che sia vicina ai loro obiettivi ma che risponda anche alle esigenze dei singoli e dei diversi gruppi di lavoro.
- Utilizzano la formazione per modificare in modo concreto obiettivi, processi e relazioni con l'intento pragmatico di risolvere problemi o dirigersi verso una dimensione sempre più vicina al benessere e alla miglior produttività.
- Mettono in agenda incontri dedicati per valutare gli esiti della formazione erogata e comprendere come procedere sulla base dei feedback ricevuti.
- Utilizzano la formazione come strumento di motivazione dei propri collaboratori e come risorsa per farli crescere costantemente.
- Selezionano in modo attento i propri formatori evitando di affidarsi ad improvvisati dell'ultima ora o stando attenti a non far capo in modo esclusivo alla formazione finanziata, spesso utilissima ma talvolta pericolosa proprio perché basata più su una logica del risparmio che su un piano ben definito.

La formazione, come appena visto, dovrebbe essere considerata

una vera e propria funzione aziendale, al pari di quella amministrativa o commerciale, con una differenza però sostanziale: essa starebbe infatti sopra ad ogni cosa visto che poi si utilizzerebbe in tutti i reparti e a favore di tutti i soggetti coinvolti nell'azione d'impresa.

In questo periodo di difficoltà, presi e concitati

**Di obiezioni se ne sentono molte invece:**

- Non abbiamo tempo (falso, semplicemente non viene considerata una priorità e non le si assegna un valore congruo ai risultati che se ben organizzata può produrre).
- Non serve a nulla (come si può pensare in un mondo complesso, volatile, ambiguo, veloce e instabile come il nostro che la formazione, la conoscenza e la cultura non siano un'ineludibile risorsa per continuare ad esistere nel migliore dei modi).
- Perché dovrei investire in collaboratori che potrebbero andarsene? (in realtà la domanda giusta da farsi sarebbe: "Come la mettiamo se non li formiamo e poi rimangono in azienda per anni?").

Ci rendiamo conto che in questo periodo di difficoltà, presi e concitati da problemi e da oneri imprevisti, possa essere difficile pensare alla formazione.

In realtà però, è proprio per questo che dovremmo promuoverla.

La parola crisi deriva dal greco *krísis* (scelta), ed è proprio questa la scelta che parrebbe più opportuna.

Chi si è formato nonostante le difficoltà al fine di utilizzare meglio la tecnologia, comprendere di più come usare i social network a proprio vantaggio, affinare i propri prodotti per rispondere meglio alle esigenze di un mercato che è mutato in pochi mesi o ha pensato alla formazione soft per accompagnare collaboratori e leader nel gestire al meglio il

cambiamento e i problemi presenti, ha sicuramente cavalcato meglio l'onda di questo periodo, spesso ottenendo risultati che non si sarebbe aspettato. Con questo non vogliamo dire che sia facile, o che la formazione sia la risposta a tutti i problemi, ma sicuramente i dati parlano chiaro: chi non si mette in discussione e punta al miglioramento continuo rimane indietro.

Potremmo procedere ma ci fermiamo qui, ricordando che sempre più statistiche evidenziano che le aziende più competitive sono quelle che, assieme ad altre caratteristiche, possiedono quella di puntare alla formazione. Per farsene un'idea basterebbe dare un occhio ai risultati presenti nelle migliori aziende facenti capo all'istituto Top Employers, ente di certificazione globale in ambito Hr, e vedere come competitività, benessere e leadership viaggiano usualmente a braccetto con la formazione continua.

Noi di Wine Meridian e Wine People ci occupiamo di formazione da tanti anni e siamo felici di mettere a vostra disposizione tutti i nostri servizi formativi sartoriali presso la vostra azienda o i nostri campus.

Per info scrivi a formazione@winemeridian.com