

## LEARNING BY DOING o DOING BY LEARNING ?

di *Piergiorgio Mangialardi* \*  
Gennaio 2007

Il **valore della formazione** all'interno degli **eventi aziendali** è di certo tra i momenti più importanti ed utilizzati (unitamente agli aspetti del relax e del divertimento). Spesso, infatti, i due fenomeni sono collegati e si parla di *edutainment* (education + entertainment) come chiave per far raggiungere il benessere ai partecipanti del meeting. La formazione è la grande chiave di successo per un evento, in quanto riesce ad accrescere il valore culturale dei partecipanti ed a farli tornare a casa con un valore in più che, pur se a volte non consciamente, li gratifica e soddisfa. **Ma a che tipo di formazione pensare?**

Si possono individuare **tre step evolutivi dei modelli formativi**:

- a) l'accademico;
- b) il mix pratico-teorico;
- c) la formazione nell'epoca dell'innovazione continua.

Il **modello accademico** (che deriva dalla grande scuola ateniese fondata da Platone e frequentata da Aristotele, chiamata appunto "Accademia") prevede la **formazione ex-cathedra**, cioè un modello di comunicazione ad una sola via: dal docente al discente. E' un modello che si conserva ormai solo in alcune Università Italiane o, magari correttamente, nelle situazioni di formazione di base o di addestramento ad alcuni mestieri. Alcuni convegni prevedono dei momenti di formazione classica e specialistica (come il caso dei corsi ECM), ma di certo non rappresentano dei momenti ad alto tasso di *appeal*.

Il **modello formativo del *learning by doing*** è nato negli Stati Uniti sulla scia delle innovazioni metodologiche apportate dai grandi corsi master post-universitari e delle teorie di formazione innovativa e di *lean organization* degli anni Ottanta. Tale modello si basa sul sistema usato nelle grandi botteghe artigiane ed artistiche italiane del Medioevo e del Rinascimento, quando il "maestro" accoglieva nel proprio studio il giovane artista o artigiano e lo instradava attraverso la pratica ad un lavoro più o meno artistico. E' un modello che è evoluto nelle forme del *team building* e dell'*empowerment*, così tanto usate nei meeting aziendali. Sono modelli formativi ad alto impatto emozionale, che lasciano un ricordo attivo e positivo nei partecipanti e che, pur non avendo grandi valenze culturali, sono di gran moda oggi. Le applicazioni vanno dalla formazione legata allo sport (rafting, vela, orienteering, ecc.), per moltiplicare il "senso del team", alle forme di arte o spettacolo (i manager sul palcoscenico..), fino ad applicazioni "nuove", come la meditazione e le filosofie orientali.

La **terza via della formazione** per le aziende la definiamo del "***doing by learning***" (come ama ripetere un grande imprenditore come Massimo Colombari). E' la tipologia innovativa per eccellenza, che si applica appunto alle aziende con forte vocazione alla sperimentazione. *Doing by learning* sta appunto ad indicare che la pratica viene prima della teorizzazione e che la necessità di mettere in pratica, a volte, porta all'estrapolazione empirica dei concetti. Un esempio di formazione che si ispira a quest'ultimo concetto può essere ritrovata nelle sessioni di ricerca innovativa tipo il *brainstorming* o le tecniche di pensiero laterale. Anche alcuni corsi master in Italia adottano questo principio, supportando l'interscambio continuo e innovativo tra l'universo delle aziende e il fermento motivazionale dei giovani manager.

\* Piergiorgio Mangialardi è Direttore di *Turismo RE - Hospitality Real Estate Advisors* e co-direttore del Corso di alta formazione "*Brand dei sistemi turistici locali*" al Polidesign - Politecnico di Milano

Per info: [p.mangialardi@turismore.it](mailto:p.mangialardi@turismore.it)

***Turismo RE** è una società di advising specializzata nel settore dell'hospitality real estate. Si rivolge ad operatori ed investitori inbound e outbound interessati al comparto dell'immobiliare turistico-alberghiero in Italia e all'estero. L'attività della società si concentra su progetti di sviluppo e gestione turistico-immobiliare, in cui Turismo RE interviene sia come advisor sia nella ricerca di business partnership internazionali.*

*L'offerta dei servizi comprende:*

- *realizzazione di studi di mercato, piani di fattibilità e business plan;*
- *consulenza per sviluppo, cessione o gestione di hotel, resort, complessi golfistici e marine;*
- *ricerca e identificazione di partner developer, finanziari, gestori;*
- *destination management per operatori privati e pubblici in ambito turistico e ricettivo.*

*Alcuni clienti: NH Hotels, Framon Hotels, CHC Hotels, Ciemme-Leggeri, Patron Capital UK, The Ability Group UK, DIL – Deutsche Bank.*

*Per maggiori informazioni: [www.turismore.it](http://www.turismore.it)*

*Direttore di Turismo RE è **Piergiorgio Mangialardi**, forte di un'esperienza decennale nel settore hospitality, sia come gestore di hotel leisure e business, sia come consulente in progetti strategici per clienti quali TOROC - Torino Olimpiadi Invernali 2006, Sviluppo Italia, Regione Piemonte, Regione Puglia, e per alcuni tra gli operatori alberghieri leader a livello internazionale. A ciò aggiunge numerose esperienze nel campo della formazione specializzata in hospitality, come responsabile e docente per diversi master e come organizzatore e relatore per corsi e seminari. In questo ambito, ricopre attualmente il ruolo di Direttore del nuovo Master in Five Stars Hotel Management ([www.masterfivestars.it](http://www.masterfivestars.it)), promosso e coordinato da Luiss Business School e Forte Village Sardegna.*

*Turismo RE fa parte del **Gruppo Antoitalia**, insieme con le società **Antoitalia networking** e **RES – Real Estate Services**. Con un portafoglio in essere di circa 7 miliardi di euro il gruppo, che ha uffici a Milano e Londra, è leader nell'intermediazione e consulenza nel settore degli immobili di prestigio. Per maggiori informazioni: [www.antoitalia.it](http://www.antoitalia.it)*