

Sportiva-mente: Pensare in grande



Editoriale febbraio 2014 di Mamilu Cecere

Correva l'anno 2003 quando da un interesse, da una geniale intuizione e da una collaborazione con un professionista del golf, si gettavano le basi - quasi inconsapevolmente per chi vi racconta questa storia ma con lungimiranza per chi ai tempi stava "plasmando" quel progetto - per quello che sarebbe poi diventato un modo di

avvicinare al mondo dello sport che nel corso degli anni ha incontrato grande riscontro di pubblico.

Ma procediamo con ordine.

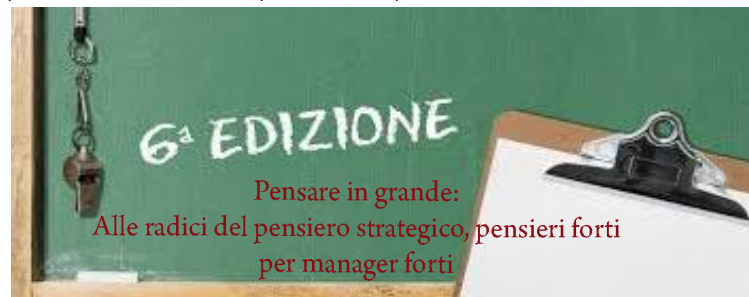
Correva l'anno 2003 quando in Net Working, con grande fermento, si dava forma a quello che avrebbe fatto da apri pista al filone di attività formative, seminariali e di meeting con testimonial sportivi denominato **Sport e Management**. Nasceva così il progetto **Eugolf: stress e riequilibrio energetico per il management**.

Da un'intuizione di Carlo Romanelli e con la collaborazione di Antonello Bovari e del Golf Club Ambrosiano, si dava forma a quello che avrebbe fatto da apri pista al filone di attività formative, seminariali e di meeting con testimonial sportivi denominato **Sport e Management**.

Negli anni successivi dopo aver ottenuto il patrocinio della federazione golf, portato molti manager sui campi e stimolati anche dall'entusiasmo degli stessi partecipanti, abbiamo "sfornato" - quasi allo stesso ritmo di una casa automobilistica in grado di lanciare sul mercato un prodotto all'anno - diversi percorsi di formazione esperienziale realizzati interamente sui campi da gioco, facendo così del contesto sportivo un elemento di caratterizzazione forte e determinante per l'identità del percorso stesso.

Infatti, oggi Net Working vanta un ricco palinsesto di percorsi formativi studiati e progettati minuziosamente affinché il connubio tra sport e management possa sviluppare suggestioni manageriali utili per i partecipanti. Consapevoli della forza e della portata innovativa di questo approccio e grazie alla visione lungimirante di Michelangelo Patron - direttore generale di CFMT che ha creduto in noi sostenendo e promuovendo le nostre

scelte - non ci siamo fermati all'esperienza formativa, ma da veri esploratori siamo andati a "contaminare sportivamente" nuove terre, scoprendo inaspettatamente nuovi e stimolanti modi di approcciare al mondo delle convention aziendali e creandone una specificità tutta nostra. Nasceva, così nel 2008 il progetto **Accademia Sport & Management** giunto oggi alla sua sesta edizione. Accademia Sport & Management è un "contenitore", un punto di riferimento costante e stabile dove poter trattenerne e rielaborare alcuni messaggi provenienti dal mondo dello sport, tramite un processo di



apprendimento fortemente ancorato al piano emozionale, per trasformare l'esperienza sportiva in insegnamenti per il mondo aziendale.

Il segreto del successo di questa formula che oggi ci permette di festeggiarne il sesto compleanno, risiede nella aver saputo coniugare in maniera singolare la formazione con il mondo delle convention aziendali, valorizzando l'esperienza e il vissuto della persona più che il personaggio (testimonial ospite) con lo scopo di avvicinare mondi, situazioni ed "imprese"

In un lustro abbiamo contagiato manager e sportivi, abbiamo raccontato storie di successi e sconfitte ci siamo emozionati e abbiamo sognato, abbiamo scoperto nuovi approcci e disegnato nuove mappe, il tutto sempre con l'occhio di chi non vuole stupire ma capire; è per questo che abbiamo sempre cercato di offrirvi le testimonianze e le storie di atleti e coach che potessero trasferire un messaggio forte, incisivo, che vada oltre l'aurea mitica del personaggio trionfante sul podio, e così da lasciare un insegnamento per i manager e le loro aziende

Valentina Vezzali, Arrigo Sacchi, Valerio Bianchini, Simone Moro, Josefa Idem, Julio Velasco, Cino Ricci, Massimo Barbolini, Domenico Fioravanti, Sandro Campagna, Francesco Damiani, Andrea Anastasi,

Mauro Berruto, Daniele Molmenti, Marco Bortolami e Mauro Bergamasco: tutti performer, coach, strateghi e motivatori che hanno costruito grandi imprese individuali e di squadra, e hanno fatto grande lo sport. Abbiamo analizzato da più punti di vista il tema della performance e di come renderla longeva nel tempo. Abbiamo parlato di prestazioni individuali e di talenti al servizio della squadra. Abbiamo "scoperto" due variabili importanti per la costruzione del risultato in contesti fortemente competitivi: metodo e capacità di adattamento. Abbiamo dedicato l'edizione del 2012 al tema della preparazione alle olimpiadi, intesa come capacità di dare il meglio di sé in un momento decisivo. Abbiamo pertanto potuto gioire e soffrire insieme ai coach per i risultati ottenuti. Non vi abbiamo fatto ascoltare solo delle belle "favole" ma abbiamo sempre cercato di farvi vedere oltre il personaggio che realizza il

suo "sogno bambino"; abbiamo cercato di rendervi consapevoli del percorso - fatto di duro lavoro, sofferenza, sacrificio, impegno - che gli ha consentito di

pensare in grande e di fare grandi cose. Ed è proprio questo il focus dell'edizione 2014: il pensiero strategico come condizione necessaria per costruire grandi imprese e favorire le condizioni per generare grandi prestazioni.

L'edizione 2014, per la prima volta estende i suoi confini a personalità del mondo dello sport che hanno un ruolo complementare, e che pur non essendo i protagonisti che scendono in campo, sono coloro i quali determinano con le loro scelte e decisioni l'esito della prestazione.

Sono coloro che attraverso il loro contributo tracciano le linee guida, permettono che grandi cose accadano, sono l'incarnazione del pensiero strategico declinato in diversi modi.

Ci sarebbe molto altro da scrivere, ma vi diamo appuntamento al 20 Febbraio per la prima giornata della sesta edizione di Accademia Sport&Management, ospite Roberto Rosetti arbitro internazionale di calcio.

Mi piace lasciarvi con una delle frasi che più ci ha insegnato e di cui ci siamo fatti portavoce ovvero "dare le gambe ai propri sogni" (Simone Moro)



Editoriale febbraio 2014, proprietà intellettuale di Net Working, vietata ogni forma di riproduzione senza il consenso della società