



Marco ROTONDI
**FORMAZIONE OUTDOOR:
APPRENDERE DALL'ESPERIENZA**
Teorie, modelli, tecniche, best practices

FrancoAngeli. Milano

€ 16,50

La formazione outdoor è una metodologia innovativa che consente di incidere più efficacemente sul cambiamento dei comportamenti, sullo sviluppo delle competenze interpersonali e sulla capacità di apprendere dall'esperienza. Molto efficace per es. per team building, leadership, comunicazione, intelligenza emotiva, empowerment. Per poterne cogliere tutti i risultati d'apprendimento (cognitivo, esperenziale, emotivo, gruppale), occorre, però, saper realizzare interventi formativi di elevato profilo qualitativo. Questo manuale è stato scritto per essere utile a chi vuole conoscerla, sperimentarla, realizzarla; in questo senso si rivolge a: formatori-consulenti che operano in società, istituti o agenzie formative (o come free-lance); il libro offre una serie di tecniche e strumenti per realizzare programmi outdoor di qualità. formatori-aziendali che operano in organizzazioni private o pubbliche e vogliono utilizzare metodologie formative più incisive; il libro offre una visione allargata di applicabilità, campi di efficacia, tipologie, limiti delle metodologie outdoor, facilitandone una scelta; manager che vogliono orientare il comportamento organizzativo di colleghi o collaboratori; il libro aiuta a comprendere il funzionamento dell'outdoor e ne illustra approfonditamente tre casi vissuti (BMW, Danone, Saiwa), facilitando una sperimentazione; neo formatori e neoformatori outdoor che si affacciano a questa metodologia per la prima volta e vogliono impararne l'abc; in questo caso il libro può funzionare come un manuale operativo pratico; formatori outdoor con esperienza che cercano uno stimolo per approfondire; il libro, raccontando un metodo d'intervento strutturato e consolidato, può rappresentare un amico con cui riflettere e confrontarsi per farsi venire nuove idee o sistematizzarle.

Indice

Parte I – Modelli e teorie di riferimento

1. Perché questo libro	Pag.	13
1. Logica ed obiettivi di questo libro	»	13
2. A chi si rivolge	»	14
3. Contenuti e struttura	»	16
4. Come utilizzarlo	»	17
2. Formazione outdoor	»	18
1. Limiti della formazione tradizionale	»	18
2. Nuove vie per una formazione più incisiva	»	20
3. Che cos'è la formazione outdoor	»	24
4. Il mercato della formazione outdoor in Italia	»	25
5. Tipi di formazione outdoor	»	26
5.1. Survival e attività sportive	»	27
5.2. Animazione	»	28
5.3. Adventure training	»	28
5.4. Outdoor Small Techniques	»	28
5.5. Campi Outdoor Preimpostati	»	29
5.6. Outdoor Training	»	29
5.7. Outdoor Management Training o Outdoor Training Evolu- luto	»	30
3. Origini, teorie e modelli di riferimento	»	31
1. Origini ed evoluzione del metodo	»	31
2. Diffusione in Italia	»	33
3. Teorie dell'apprendimento dall'esperienza	»	37
4. Modelli mentali di riferimento	»	45
5. Metodologia di lavoro	»	49
5.1. L'azione	»	50
5.2. La rielaborazione	»	51

5.3. L'estrazione di modelli	Pag.	51
6. Uno schema operativo	»	51

Parte II – Pratica e tecniche

4. Outdoor Small Techniques (OST)	»	57
1. Cosa sono e cosa non sono	»	57
2. Obiettivi perseguibili con le OST	»	59
3. Esempi di alcune OST	»	60
3.1. Il tuffo negli altri	»	60
3.2. La ragnatela	»	60
3.3. La camminata cieca	»	60
3.4. Target cieco	»	61
3.5. La figura cieca	»	61
3.6. Il labirinto	»	61
5. Campi Outdoor Preimpostati (COP)	»	62
1. Cosa sono	»	62
2. Obiettivi perseguibili con i COP	»	63
3. Esempi di alcune esercitazioni di COP	»	63
3.1. Convergenti basse	»	64
3.2. Convergenti alte	»	64
3.3. Muro	»	64
3.4. Palo	»	65
6. Outdoor Training (OT)	»	66
1. Cos'è	»	66
2. Obiettivi perseguibili con l'OT	»	66
3. Programma di un percorso di OT	»	67
4. Le esperienze di OT	»	69
5. La modalità di partecipazione	»	71
6. Il feedback	»	72
7. Il gruppo	»	73
8. I ruoli in gioco	»	73
8.1. Outdoor Training Project Manager (OTPM)	»	74
8.2. Outdoor Trainer	»	75
8.3. Outdoor Training Operation Manager (OTOM)	»	75
8.4. Tecnico di Outdoor Training	»	76
8.5. Partecipanti di OT	»	76
8.6. Committenza di OT	»	76
9. Rapporto sicurezza/avventura	»	76

10. L'ambientazione di un OT	Pag.	77
7. Outdoor Management Training (OMT)	»	79
1. Cosa si può definire OMT	»	79
2. Fasi del processo di OMT	»	80
2.1. Preanalisi	»	81
2.2. Progettazione	»	84
2.3. Outdoor	»	89
2.4. Elaborazione dei risultati	»	90
2.5. Workshop di follow up	»	95
2.6. Piani Individuali di Sviluppo di una Competenza	»	97
8. Condurre un'esperienza outdoor	»	101
1. Obiettivi della conduzione	»	101
2. Preparazione della conduzione	»	101
3. Avvio dell'esperienza	»	102
4. Svolgimento dell'esperienza	»	103
5. Conduzione della rielaborazione	»	103
6. Profilo e caratteristiche dell'Outdoor Trainer	»	105
9. Pericoli e opportunità per la formazione outdoor	»	107
1. Rischi nell'utilizzo della formazione outdoor	»	107
2. Per rendere la metodologia più efficace	»	108
3. Vantaggi impliciti nell'uso dell'Outdoor Training	»	108

Parte III – Esempi e case history

10. Fare dei quadri aziendali un unico grande team: il caso BMW	»	113
1. L'azienda	»	113
2. La fase di preanalisi	»	114
3. La fase di progettazione	»	116
4. La fase di outdoor	»	118
5. Il workshop di follow up	»	119
6. I Piani Individuali di Sviluppo di una Competenza	»	123
6.1. Tipologie dei Piani Individuali di Sviluppo di una Competenza	»	123
6.2. Monitoraggio dei Piani Individuali di Sviluppo di una Competenza	»	123
6.3. Valutazione dei Piani Individuali di Sviluppo di una Competenza	»	125

6.4. Difficoltà e opportunità incontrate	Pag.	126
7. La verifica dei risultati	»	127
7.1. I questionari di valutazione	»	128
7.2. Un'analisi qualitativa	»	130
7.3. Il monitoraggio dei PISC	»	132
7.4. I risultati aziendali	»	132
8. Ringraziamenti	»	133
11. Una Convention per sviluppare una competenza: il caso Danone	»	134
1. L'azienda	»	134
2. Dal rito delle convention allo sviluppo di una competenza	»	135
3. Genesi del progetto e fase di preanalisi	»	136
4. Progettazione dell'evento	»	138
5. L'esperienza outdoor	»	140
6. Il rito di composizione finale	»	142
7. La rielaborazione	»	143
8. Considerazioni finali	»	143
9. Ringraziamenti	»	145
12. Una nuova vision per la Direzione Commerciale: il caso Saiwa	»	146
1. L'azienda	»	146
2. Analisi delle aspettative, delle esigenze, delle opportunità	»	147
3. I partecipanti	»	151
4. Progettazione del percorso d'apprendimento	»	151
5. L'outdoor	»	153
6. La rielaborazione dei risultati	»	154
7. Workshop di follow up	»	154
8. Piani Individuali di Sviluppo di una Competenza	»	156
9. Verifica dei risultati	»	157
9.1. Gli output del progetto formativo	»	157
9.2. I questionari di valutazione	»	157
9.3. Un'analisi qualitativa	»	158
9.4. Il monitoraggio dei PISC	»	161
9.5. I risultati aziendali e personali	»	163
10. Ringraziamenti	»	163
Bibliografia	»	164
Postfazione	»	169

A tutti i partecipanti dei nostri percorsi di OMT
per il loro coinvolgimento, il loro entusiasmo,
il loro impegno nell'apprendere, il loro incoraggiamento,
ma soprattutto
per i consigli, le opinioni e le sensazioni
che hanno voluto condividere con me e con i miei colleghi
facendoci sperimentare che spesso,
quando scatta il processo d'apprendimento,
il confine fra chi insegna e chi impara
svanisce rapidamente perché
le cose scoperte insieme sono sempre nuove e più ampie

“No man can reveal to you aught but that which
already lies half asleep in the dawning of your knowledge.”

“Nessun uomo può insegnarti alcunché se non
ciò che già giace mezzo addormentato nella
profondità della tua conoscenza”.

Gibran Kahlil Gibran