

CORSO DI FORMAZIONE

"Metodologie e tecniche di protezione aziendale"
Come affrontare e gestire situazioni di emergenza e di crisi

Eikasía Relazioni Pubbliche

INTRODUZIONE E FINALITA' DEL CORSO

L'argomento centrale del corso in questa sede presentato, è incentrato su un tema certamente attuale che ha da sempre destato l'interesse dell'agenzia. Come ampiamente dimostrato, i mercati economici moderni si trovano, infatti, sempre più sottoposti al severo controllo di una moltitudine sempre più varia di soggetti privati e pubblici e partecipi, diretti o indiretti, di fenomeni sempre più incontrollabili di turbolenza e di rischio.

Una delle più evidenti conseguenze dell'apertura dei confini aziendali, condizione oggi necessaria per competere nel mercato globale, è rappresentata dal graduale disgregarsi di quelle certezze che fino a non molti anni addietro potevano essere considerate come stabili e sicure protezioni. Le moderne organizzazioni sono costantemente impegnate ad adattare le proprie politiche e missioni in risposta a sempre più cangianti sistemi di valori, fortemente condivisi tra i propri più diretti interlocutori. Lo stesso concetto di responsabilità aziendale si sposta, oggi, verso territori inesplorati sui quali fondare rinnovati vantaggi competitivi, più orientati sul rispetto ecologico e sociale che su concetti legati al profitto. Anche la qualità è intesa oggi come totale, considerando con questo termine tutta una serie di componenti immateriali spesso considerate dai consumatori come più rilevanti di quelle fisiche. Gli stessi strumenti di marketing e di comunicazione sono costretti a ridisegnare continuamente le proprie caratteristiche in modo da rispondere efficacemente a queste mutate esigenze.

Mutuando modelli presi a prestito da noti manuali e testi, emergerà come il processo più adatto a spiegare e gestire con esattezza fenomeni di emergenza e di crisi sia da rintracciarsi all'interno della scienza relativa alla Protezione Aziendale, legata, cioè, a tutte quelle attività preventive, conseguenti e susseguenti in grado di difendere il valore dell'impresa e delle sue risorse, materiali ed immateriali.

In quest'ambito, poi, sono studiate tutte le implicazioni in termini di comunicazione e di immagine, da tutti considerate come gli elementi centrali di simili processi. Al Risk Management e al Crisis Management e Crisis Communication sarà, quindi, aggiunta una fase successiva, denominata "dopo crisi".

Il corso è accompagnato nel corso di ogni giornata, da simulazioni ed esercitazioni in grado di dimostrare nei fatti tutta una serie di comportamenti da attuare nelle situazioni descritte nell'ambito del corso. Il corso si completa con la distribuzione di materiali formativi, correlati da un cd-rom interattivo.

FINALITA' DEL CORSO: Il corso mira a formare il management aziendale a munirsi di tutti quegli strumenti, pratici e teorici, per affrontare e superare con successo situazioni di emergenza e di crisi che, in ogni momento e ad ogni livello, possono colpire una organizzazione.

DURATA DEL CORSO: 4 GIORNATE

SEDE: DA DEFINIRE SULLA BASE DEL NUMERO E DELLA TIPOLOGIA DEI PARTECIPANTI

PARTE PRIMA

Scopo della parte introduttiva è spiegare alcuni concetti alla base del tema trattato nonché le basi sulle quali si fonda il corso, l'esperienza dei formatori, la filosofia delle lezioni, il metodo di insegnamento.

GENESI E SVILUPPO DEL FENOMENO

Per prima cosa si tratta di definire con chiarezza alcuni termini che verranno meglio approfonditi nel prosieguo del corso. L'obiettivo è quello di chiarire il significato della crisi aziendale, distinguendola nettamente da tutti quei "segnali deboli" che la precedono e che possono indurre un'organizzazione in uno stato di emergenza.

Le considerazioni fin qui accennate sono poi confrontate e supportate con le teorie di noti studiosi del fenomeno.

Si prosegue con una possibile classificazione delle più probabili crisi aziendali e con qualche consiglio pratico su come far sì che una crisi possa esprimere anche qualche importante beneficio, spesso non tenuto in debita considerazione.

- Definizione di crisi aziendale
- Storia e generalità di pensiero
- Le grandi tappe e le svolte storiche
- Le principali tipologie di crisi
- I possibili benefici di una crisi

IL RUOLO DELLA COMUNICAZIONE NEL CRISIS MANAGEMENT

Il corso intende fin dall'inizio concentrarsi sulla comunicazione aziendale in situazioni di crisi, considerata come una importante risorsa di cui un'organizzazione non può assolutamente fare a meno, soprattutto nel corso di eventi particolarmente turbolenti.

- Il valore della comunicazione nelle situazioni di crisi
- Crisis Communication:
 - La comunicazione di crisi: aspetti generali
 - La comunicazione interna in situazioni di crisi
 - La comunicazione esterna in situazioni di crisi
 - I segreti di una crisis communication efficace

PARTE SECONDA

La seconda parte inizia ad affrontare, seguendo tutti i suoi *step*, il complesso processo di Protezione Aziendale e di Crisis Management. Esso si concentra innanzitutto su una corretta e strutturata attività di prevenzione o di *Risk Management*.

Ci si focalizza, quindi, su tutti gli organi e strumenti aziendali utili per ottimizzare questa importante fase strategica. Esso termina con alcune Case history particolarmente rilevanti.

RISK MANAGEMENT

- Definizione e caratteristiche del rischio d'impresa
- Come prevedere l'imprevisto:
 - Tecniche e metodi di gestione del rischio:
 - Organi e Strumenti di prevenzione
 - Organi: Il Comitato di Crisi
 - Strumenti: Il Piano di emergenza e il Piano di crisi
- Case History
- Il parere dei guru del Risk Management

PARTE TERZA

LO SCOPPIO DELLA CRISI NELL'ORGANIZZAZIONE

Diventa a questo punto utile evidenziare i primi effetti di una crisi su un'organizzazione. A tale proposito ci si concentra su tutte le conseguenze che, immediatamente, una crisi provoca in un'impresa, sia sulla sua struttura sia sui suoi meccanismi operativi.

- La Struttura organizzativa e la crisi
- I meccanismi operativi e la crisi
 - Le conseguenze sui meccanismi di comunicazione;
 - Le conseguenze sui meccanismi di decisione;
 - Le conseguenze sui meccanismi di coordinamento;
 - Le conseguenze sui meccanismi di controllo;
 - Le conseguenze sui meccanismi di valutazione
- L'iter della crisi

LA GESTIONE DELLA CRISI

Focalizzando l'attenzione sulla gestione delle crisi d'impresa, il corso affronta con attenzione tutte le fasi connesse a tale processo, proponendo, al termine, alcune Case History ritenute di particolare interesse.

- La gestione delle crisi d'impresa:
 - Strumenti strategici ed operativi per la gestione delle crisi d'impresa;
 - Classificazione delle crisi;
 - Gestire la crisi.
- Case History (successi e fallimenti)

PARTE QUARTA

IL DOPO CRISI

Una crisi non può essere considerata conclusa se non dopo un periodo di riflessione su quanto accaduto e di “cicatizzazione”, utile a evitare che, quantomeno, tale eventi abbiano a rimanifestarsi.

L'apprendimento strategico, quindi, può essere considerato come il motore del dopo crisi e si sviluppa attraverso attività in grado di far sì che tale evento diventi parte integrante della cultura aziendale.

In risposta a quanto finora affermato, l'ultima parte del corso, dopo una breve sezione introduttiva, tratta la formazione e la simulazione, come strumenti di straordinaria importanza al fine di portare a compimento gli obiettivi di questa ultima importante fase strategica.

- Come creare una cultura della sicurezza e della gestione delle crisi
- L'apprendimento strategico;
- Meccanismi di feedback

Testi utilizzati nell'ambito del corso:

- Argyris C., Schon D.A. – Organizational Learning: a Theory of Action Perspective – 1978 – Addison Wesley
- Littlejohn R.F. – Crisis Management: A team Approach – AMA, Management Briefing, 1983
- S.Fink “Crisis Management” – Amacom, Division of American Management Association, NY, 1986
- M. Regester “Crisis Management: How to turn a crisis into an opportunity” – Utchinson Business, 1987
- Gilardoni A. – La protezione aziendale, impostazione strategica e gestionale – 1992 EGEA, Milano
- P. Lagadec “Crisis Management” – Franco Angeli, 1993
- Misani N. – Introduzione al Risk Managment – EGEA, Milano 1994
- Bonicelli E., Comari A. M. – I segreti della comunicazione – Il Sole 24Ore Libri – Milano, 1995

- G. Meyers "Gestire le crisi" – Il sole 24 Ore, 1998
- Bucci, Marchetti, Trupia: "La comunicazione di crisi" – Le due vie "Nuova Arnica Editrice", 1998
- Giacoletto Papas M. – La comunicazione in situazioni di crisi – EGEA Bocconi, Milano 1999
- Luigi Norsa: "Crisis Management" - Edizioni SIMONE, Quaderni della Sicurezza, maggio 2002