

Quei fantastici

La polisensorialità non è solo un trend, ma una vera e propria esigenza che sta spingendo in diversi settori del mercato, compreso quello Mice. "Giocare" con i cinque sensi in un team building con obiettivi formativi può essere molto efficace. Ma come?

 TERESA CHIODO

I nostri comportamenti non si delineano unicamente sulla base di una mera logica razionale, anzi, spesso il fattore emotivo può giocare un ruolo determinante. Noi percepiamo e raccogliamo stimoli provenienti dal mondo esterno grazie ai nostri preziosi cinque sensi. Questi ultimi, attraverso i loro recettori, sono in grado di cogliere le stimolazioni e di produrre, come risposta, delle sensazioni psichiche. Proprio sulla base di questi presupposti oggi il marketing si serve di una nuova forma di comunicazione strategica, detta polisensoriale, finalizzata a produrre stimolazioni nei confronti di uno o più sensi al fine di ottenere un feedback positivo, un'elaborazione psichica di emozioni e sentimenti di piacere in grado di condurre il soggetto all'acquisto.

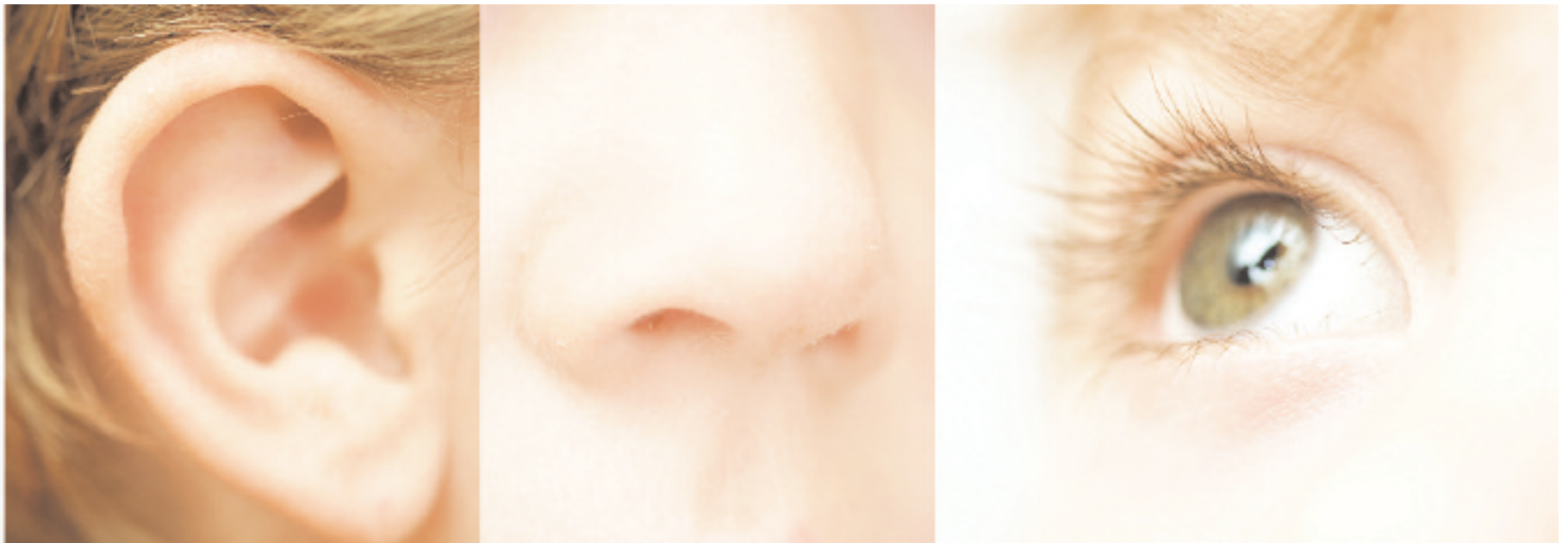
Sull'onda lunga di queste teorizzazioni intorno all'ormai nota disciplina dell'experiential marketing, si articola un vero e proprio paradigma che ha effetti misurabili anche quando andiamo a parlare di esperienze formative specificamente orientate al team building, alla promo-

zione e sviluppo delle capacità di problem-solving, decision-making, leadership e così via.

Anche nell'ambito di un contesto formativo aziendale assistiamo a una crescente domanda di interattività a carattere polisensoriale e immersivo. Tutto ciò che ha attinenza con la sfera dei sensi suscita grande curiosità, perché l'individuo, stimolato negli strati più intimi del suo essere, emerge in un profilo inedito, a volte fino alla regressione psicologica che riconduce a quei giochi frequenti proprio nell'età della latenza. Tutto in una specie di camera di decompressione come può esserlo un team building.

SENSAZIONI, PERCEZIONI, DECISIONI

Per meglio comprendere come un team building costruito proiettando i partecipanti in una dimensione che sappia coinvolgere tutti i cinque sensi, risulti funzionale nell'ambito di un contesto formativo aziendale, definiamo due termini spesso impiegati in fisiologia del gusto: sensazione, cioè il processo con cui la stimolazione delle cellule recettrici genera impulsi nervosi spediti al cervello, e percezione, ovvero il processo con il quale il cervello interpreta le sensazioni, dando loro un ordine e un significato. Molti sono concordi nel ritenere che ogni decisione sia espressione di una percezione strettamente legata a una sensazione. La dottoressa **Giorgia Pizzuti**, psicolo-



cinque

ga clinica e della formazione sostiene che «Le ricerche condotte da Le Doux per primo poi quelle svolte soprattutto nell'ambito delle neuroscienze, confermano la natura fondamentale polisensoriale-emozionale di ogni nostro pensiero e/o comportamento.

Comunicare, interagire con l'altro, sia esso un collega di lavoro o altro, è sempre influenzato dalla nostra sfera sensoriale-emotiva, da ciò che noi percepiamo attraverso i sensi, da quello che stiamo provando in quel momento o che sperimentavamo poco prima. Ecco perché un intervento formativo per essere realmente efficace, volto ad un autentico apprendimento, non può prescindere da queste riflessioni e dinamiche.

D'altra parte anche quando il trainer non utilizza direttamente o esplicitamente la polisensorialità essa è comunque presente nel suo intervento, nella relazione "con" e "tra" i partecipanti. E come in tutte le cose solo un uso consapevole di una data strategia o approccio è in grado di amplificarne e garantirne l'efficacia».

Proprio la risonanza emotiva degli stimoli può giocare quindi un ruolo strategico poiché è già implicito l'invito a sintonizzarsi su uno stato d'animo più permeabile. Ce lo spiega **Silvio Cossi** di *SDC Service*: «Quotidianamente impieghiamo i nostri sensi meccanicamente, senza renderci conto che ogni nostra azione è determinata dalla maggiore o

minore percezione di essi. Ogni senso è legato a un'azione: così come possiamo sentire l'odore di una torta appena sfornata, possiamo essere in grado di fiutare un buon affare e quindi assaporare in anteprima il gusto di un contratto destinato ad andare a buon fine. Un'esperienza "polisensoriale" consente a ogni singolo partecipante di acquisire una nuova consapevolezza dell'azienda ma anche di se stesso in relazione al gruppo e percepire un nuovo senso di appartenenza all'interno di questo».

«All'interno di un contesto aziendale – interviene **Alessandro Garelli**, dell'agenzia *Alpimmagine* – l'esperienza polisensoriale può risultare estremamente fertile per rafforzare il team. Gli individui hanno percezioni differenti della realtà; mettendo a confronto e unendo queste differenze si mettono a fuoco in modo più efficace i problemi, e si comprende, all'interno del team, quali elementi e quali skills individuali siano più adatti a servire l'obiettivo di gruppo. Si articolano così ruoli e compiti in base alle capacità individuali dei componenti. I sensi ci riconducono a esperienze primordiali, hanno un forte legame con la sfera dell'inconscio e toccano la dimensione del piacere. Conoscere i propri limiti, le proprie capacità, mettere in gioco se stessi e le proprie percezioni stimolano una relazione unica all'interno del team. L'aspetto fortemente ludico dell'attività fa sì che questa venga vissuta sem-



La dottoressa GIORGIA PIZZUTI, psicologa clinica e della formazione:

«Le ricerche condotte nell'ambito delle neuroscienze, confermano la natura fondamentale polisensoriale-emozionale di ogni nostro pensiero e/o comportamento»

HOT TOPICS

report



pre con curiosità, piacere e complicità dai partecipanti. È un'attività sicuramente innovativa. A volte, i clienti ce lo richiedono anche solo semplicemente come forma di animazione in occasione di cocktail, aperitivi o cene di gala».

VINO? WHY-NO-T?

La dottoressa Giorgia Pizzuti, da tempo appassionata di vini tanto da essere sommelier dell'Ais, ha unito le sue competenze in un unico progetto di formazione: "Form-Azione Di-Vina", dove il vino è utilizzato come metafora esperienziale attraverso la quale realizzare una serie di attività polisensoriali particolarmente innovative e coinvolgenti. «Un team building centrato sulla polisensorialità – dice la dottoressa Pizzuti – risulta di particolare efficacia in quanto, innanzitutto, riesce a coinvolgere più facilmente i partecipanti, quindi a motivarli alla partecipazione attiva e alla successiva fase di riflessione-apprendimento. In secondo luogo si tratta di attività dotate di un impatto particolarmente immediato che pongono il partecipante in una posizione nuova, "forzandolo" per certi versi a uscire dalla sua zona di comfort, vale a dire inducendolo a rapportarsi con elementi e dinamiche di cui è solitamente inconsapevole. In aggiunta a ciò, come già accennato, si offre l'opportunità di agire-pensare-apprendere, elementi poco rappresentati nelle altre più diffuse attività di formazione».

Il mutamento di prospettiva implicito nella proposta di un percorso insolito come quello dell'analisi sensoriale di un vino quindi "obbliga" i partecipanti a esprimersi, a comunicare, a prendere delle decisioni in assenza di precisi punti di riferimento. L'utilizzo dell'esperienza della degustazione "smuove" e promuove l'assunzione di un atteggiamento più flessibile nei confronti di un compito nuovo, di un problema che non è chiaramente né univocamente risolvibile attraverso l'uso di strumenti già noti. È così che i partecipanti imparano a cogliere il



senso più autentico di come e quanto apprendere significhi innanzitutto attivare le proprie risorse interne e di quanto l'apprendimento come la comunicazione coinvolga sempre, e indipendentemente dal contesto, la sfera cognitivo-razionale ed emotivo-sensoriale.

GUSTO: MÉLANGE POLYSENSORIEL

La Pnl (programmazione neuro-linguistica) ha elaborato un modello che identifica tre tipi "umani", ovvero tre principali gruppi di persone che interpretano la realtà secondo un canale sensoriale: il Visivo (V), l'Auditivo (A), e il Cinestesico (K). Quest'ultimo fa riferimento alla preferenza per il tatto, il gusto e l'olfatto. Ci viene incontro quanto sia importante l'utilizzo e la consapevolezza dei cinque sensi nel processo comunicativo e di conseguenza nell'ambito formativo. **Antonio Marchello** è chef e formatore di **QBTOBE**, un particolare laboratorio sensoriale ed emozionale. Qui il format del Cooking Team Building diventa percorso polisensoriale dove cia-

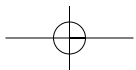
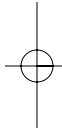
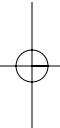
**SILVIO COSSI, di SDC Service:**

«Un'esperienza "polisensoriale" consente a ogni singolo partecipante di acquisire una nuova consapevolezza dell'azienda ma anche di se stesso in relazione al gruppo e percepire un nuovo senso di appartenenza all'interno di questo»





P



HOT TOPICS

report



ALESSANDRO GARELLI, dell'agenzia Alpimmagine: «Gli individui hanno percezioni differenti della realtà; mettendo a confronto e unendo queste differenze si mettono a fuoco in modo più efficace i problemi, e si comprende, all'interno del team, quali elementi e quali skills individuali siano più adatti a servire l'obiettivo di gruppo»



scuno dei cinque sensi viene inevitabilmente coinvolto nelle diverse attività. «Spesso utilizzo un principio di base della Pnl: la mappa non è il territorio, come scrive Alfred Korzybski nel suo libro "Scienza e sanità". L'autore osserva che le persone spesso confondono ciò che pensano in maniera soggettiva con la realtà. Durante l'esercitazione è interessante osservare le reazioni e quanto il soggetto impiega prima di rendersi conto che la mappa (attrezzatura) non è il territorio (impasto). In sostanza, in un team building in cucina obbligo un visivo a utilizzare l'udito, un cinestesico a utilizzare soltanto la vista, un auditivo a mettere le mani in pasta. A ciò applico un lavoro trasversale di interdisciplinarietà attingendo dal teatro, dal cinema e dalla musica. Comincio sempre le mie sessioni, dopo la presentazione attraverso il piatto che ci rappresenta, con le riflessioni sulla vestizione, quel gesto che sancisce l'inizio della giornata lavorativa. Tempo fa un manager, subito dopo aver visto il filmato che sono solito far vedere, condivise con l'aula la sua illuminazione su ciò che da tempo non faceva più, ovvero cercare lo stato, la concentrazione, quell'intenzione che può e deve fare la differenza».

I FORMAT POLISENSORIALI

Il team building polisensoriale può presentare differenti formati e moduli, a seconda del target e del budget a disposizione. Tutti i moduli vengono cuciti addosso al committente tenendo conto delle sue esigenze sia in termini di obiettivi che logistico/organizzativi. In generale possono essere singoli interventi di qualche ora come percorsi più strutturati che prevedono una durata di più giorni o più cicli di esercitazioni.

Il format "Il Circo dei Sensi" ruota intorno a cinque aree tematiche, ognuna dedicata a un senso. Dietro un tendone, i partecipanti, divisi in team, mettono alla prova ogni singolo senso attraverso giochi come: indovinare sapori, combinare canzoni famose, o distinguere scampoli di tessuti al tocco. Con "Form-Azione Di-Vina" la degustazione di un vino si declina in varie formule. Troviamo il gioco a squadre nel corso del quale ciascun partecipante sarà impegnato, prima da solo poi assieme ai compagni, nel riconoscimento dei molteplici aromi e sapori solitamente presenti nel vino. Quest'ultimo diventa pigmento per esprimere la creatività dipingendo con insoliti e profumati colori, per poi diventare l'abbinamento perfetto per un brano musicale o un componimento letterario. Il "Casinò del Gusto" si articola in tre tavoli da gioco all'apparenza identici a quelli che si trovano nelle sale dei Casinò. A un tavolo come quelli da black-jack è possibile, dopo averlo degustato, riconoscere un vino e puntare le proprie fiches, guidati da un sommelier animatore; a un altro tavolo la sfida è incentrata sugli aromi e sui profumi, che dovranno essere riconosciuti. Il tavolo della roulette invece consentirà ai partecipanti di giocare con la fortuna e puntare le proprie fiches sui numeri della ruota. Un altro format è "La cena al buio", dove ogni gruppo è sempre assistito da un non vedente che con altri ciechi funge anche da cameriere.

T3Lab (team training tasting) costruisce percorsi polisensoriali dove vengono impostati specifici esercizi che permettono di osservare da vicino il mondo dei sensi per capirne dinamiche, metodi e regole al fine di saperne fare un uso ottimale e proficuo.



ANTONIO MARCHELLO, chef e formatore di QBTOBE: «In un team building in cucina obbligo un visivo a utilizzare l'udito, un cinestesico a utilizzare soltanto la vista, un auditivo a mettere le mani in pasta»



P