

IL MANAGER DELL'EDUTAINMENT



Giorgio Bertolina è amministratore delegato di Costa Edutainment.

Enrico Pedretti

Questo mese parliamo con il nostro associato **Manageritalia Liguria** Giorgio Bertolina del suo ruolo di amministratore delegato di Costa Edutainment, società che gestisce siti e grandi strutture come l'Acquario di Genova.

Cosa vuol dire oggi essere amministratore delegato?

«Vuol dire riuscire a rispondere ai continui mutamenti ed evoluzioni del nostro tempo, che in positivo e in negativo aggiungono sempre più variabili e strumenti nuovi tra i quali dover scegliere e muoversi con rapidità. Il tutto in un contesto normativo farraginoso, stratificato e talvolta difficile da comprendere».

Quali sono i punti di forza da mettere in campo? in particolare nell'edutainment e, nel vostro caso, soprattutto ma non solo nell'Acquario di Genova?

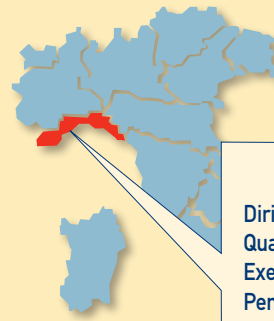
«Per il momento la differenza la fanno ancora le persone, che quindi devono essere valorizzate e motivate per raggiungere l'eccellenza nel proprio settore. Nel nostro caso, l'esperienza, la competenza di prodotto, il ruolo di educatore oltre che di intrattenitore, riescono ancora a farci rinnovare acquari e parchi in grado di crescere, in termini di visitatori, nonostante gli anni sulle spalle».

Cosa fare poi quando capita una tragedia come quella del crollo del ponte Morandi?

«Non farsi prendere dallo sconforto e rimbocarsi le maniche per riportare al più presto la normalità nella viabilità, ma anche lavorare per far capire che tutto quanto è già stato fatto sino ad ora consente un accesso alla città di fatto normalizzato per i nostri visitatori, che raggiungono il centro storico di Genova senza particolari problemi».

Edutainment: un business, ma anche una missione, ancor più nel nostro bel Paese che deve puntare sempre più sul turismo?

«Costa Edutainment si è sempre posta l'obiettivo di educare intrattenendo, certamente una missione che ci onora e ci inorgoglisce. Continuo a pensare che l'industria e in particolare i settori dell'alta tecnologia debbano rappresentare un riferimento per un paese come il nostro. Indubbiamente però l'Italia ha un patrimonio culturale e naturale che ha ancora importanti spazi di



L'associazione in numeri

Dirigenti	613
Quadri	123
Executive professional	239
Pensionati	627
TOTALE	1.602
Maschi	1.251
Femmine	351

dati di novembre 2018

crescita. Il turismo deve godere di tutte le attenzioni e gli investimenti necessari per sostenerlo adeguatamente rispetto alle potenzialità».

Come è cambiato l'edutainment con l'avvento del digitale?

«I nostri parchi e acquari danno la possibilità di entrare direttamente in contatto con la natura e con numerose specie animali dal vivo, o di fare esperienze fisiche dirette. Quindi il digitale, in termini di virtual reality, è entrato marginalmente come arricchimento ma non in sostituzione dell'esperienza di visita. Usiamo sempre di più il digitale in termini di comunicazione, customer care e strumento di vendita, sfruttando le nuove tecnologie per migliorare il rapporto con i nostri clienti prima, durante e dopo la visita».

Quale il contributo dei manager in un settore come questo?

«Confermo che sono le persone che fanno la differenza, quindi, anche in questo settore, avere personale qualificato e motivato rappresenta un contributo fondamentale, a maggior ragione per le posizioni manageriali e professionali esistenti nella nostra organizzazione».

Cosa conta di più per essere vincenti?

«Strategia di medio-lungo termine chiara, piani ambiziosi ma realistici, determinazione e coerenza degli azionisti e del management suppor-

tate da una struttura in grado di realizzare gli obiettivi prefissati».

Lei è partito da Olivetti e poi è stato nelle tlc e nella consulenza direzionale: un percorso premiante e cercato?

«Ho cercato e sono stato cercato, ho avuto fortuna, ma anche momenti di crisi. Diciamo che ne ho viste tante, ma ho sempre mantenuto la mia serietà e il mio stile, che a volte mi hanno penalizzato, ma ritengo in definitiva premiato».

Cosa fare per continuare a crescere professionalmente?

«Non ritenersi mai soddisfatto dei traguardi raggiunti, non per ambizione sfrenata, ma perché solo così si può guardare al futuro con rinnovata curiosità e con lo stesso entusiasmo del primo lavoro».

Bisogna guardare anche all'estero e come?

«Non guardare all'estero vorrebbe dire aver deciso per il proprio suicidio. Bisogna operare cogliendo tutte le opportunità che il settore al quale si appartiene consente, muovendosi con la stessa disinvoltura e competenza nel mercato nazionale e oltre confine, sfruttando le tecnologie esistenti».

Lei vive a Genova, che ambiente professionale c'è e come sfruttarlo?

«Genova offre elevate professionalità in tanti settori, serietà e correttezza, turnover del personale più

basso: tutte caratteristiche che consentono di investire in una città vivace e dalla qualità della vita alta. Migliori collegamenti stradali, aeroportuali e ferroviari ridurrebbero le distanze con l'Italia e con il mondo valorizzando ancora meglio la città».

Come fare networking con vantaggi per sé e l'azienda?

«Ho sempre cercato di andare oltre al mero rapporto professionale con le persone, almeno con quelle con le quali mi sono ritrovato in sintonia, e questo nel tempo mi ha consentito di costruire una rete di conoscenze che spesso si sono rivelate utili per la reciproca stima che si è venuta a creare, a vantaggio mio e delle aziende nelle quali ho lavorato».

Con Manageritalia Liguria che rapporto e quali vantaggi ha?

«Penso che poter far parte di una comunità di persone che rappresenta in ampia misura la classe dirigente delle aziende italiane consenta di condividere esperienze e iniziative a beneficio di tutti gli associati». ■