



FINESTRE





FINESTRE

Perché FINESTRE

Seminari per il Management di Confine

Il format FINESTRE ha come riferimento la dimensione dell'Essere, intesa come l'insieme degli elementi che caratterizzano l'individuo a prescindere dal ruolo professionale e che ne delineano la fisionomia in termini di apertura mentale, capacità di leggere i fenomeni che lo circondano, flessibilità, equilibrio e solidità personale.

Proposta

FINESTRE si propone, con ampiezza di latitudine e flessibilità di fruizione, come contributo culturale alla creazione di una nuova generazione di Professionisti d'Impresa.

Mantenere il contatto con un mondo che cambia a sempre maggiore velocità, pensare in modo innovativo, imparare nuovamente a stupirsi pur affrontando con tranquilla sicurezza la propria quotidianità - personale e professionale: questa è la sfida, oggi, per chi vuole interpretare in modo innovativo il proprio ruolo in azienda.

Ma ciò è possibile solo mettendo in gioco tutte le proprie dimensioni: cognitiva, emotiva e volitiva.

- Ampliare gli orizzonti attraverso l'osservazione e l'analisi degli **SCENARI EVOLUTIVI** aiuta a guardare le cose dall'alto, apre il pensiero.
- Interpretare i fenomeni in modo innovativo e guardare alle cose attraverso diversi punti di vista, ragionando per **METAFORE**, produce consapevolezza, sviluppa creatività, affina il modo di sentire.
- Coltivare la **CURA DI SÉ**, in qualsiasi ambito, aiuta a riscoprirsi, a migliorarsi, ad liberare potenzialità inespresse e ad attivare nuove energie.



FINESTRE

Obiettivi

Sulla base di questi presupposti, FINESTRE si presenta come una proposta di *Education* articolata in tre «scaffali tematici» all'interno dei quali è possibile scegliere le componenti più adatte alle singole esigenze.

ORIZZONTI

Scenari e tendenze di business e dintorni

Ha l'obiettivo di aprire le menti, offrendo panorami che consentono di «alzare la testa» e di ampliare la visione del contesto nel quale si muove il business.

PROSPETTIVE

Metafore di Management

Ha l'obiettivo di affinare la percezione del business e del ruolo delle persone in azienda attraverso suggestioni provenienti da altre discipline che consentono di diversificare i punti di vista.

NON SOLO MANAGER

La Cura di Sé

Ha l'obiettivo di riportare in equilibrio Vita e Lavoro attraverso una visione organica della persona che recupera la dimensione di «cura del sé» per una maggiore efficacia personale e professionale.

Format

Nell'ambito di ciascuno dei tre «scaffali» di FINESTRE può essere sviluppata una pluralità di temi che, opportunamente articolati, consentono di costruire percorsi totalmente personalizzati.

La logica di FINESTRE, che differenzia radicalmente questo format rispetto alle tradizionali iniziative di formazione, è quella di consentire alle aziende di «fare dono» ai propri componenti di nuove e preziose opportunità di crescita culturale e di miglioramento personale, di offrire concreta dimostrazione di una «generosità gestionale» capace di rinsaldare - specialmente in periodi complessi come quello attuale - il contratto psicologico che lega individui ed organizzazioni e di aiutare le persone a coltivare un progetto di crescita armonica che non potrà non avere positive ricadute anche in ambito professionale. Si dà la possibilità di realizzare un'iniziativa di «welfare gestionale» capace di dare una risposta efficace alle nuove aspettative del rapporto individuo-impresa.

FINESTRE prevede edizioni progettate «tailor made» per singole organizzazioni.

I singoli progetti potranno così assumere le configurazioni più diverse ed adeguarsi alle specifiche esigenze del committente.



FINESTRE

ORIZZONTI

L'IMPRESA CHE CI METTE LA FACCIA

Fare business attraverso l'identità aziendale

NICOLA MAURI

STORYTELLING DI IMPRESA

Raccontarsi per competere

ANDREA FONTANA

LA SFIDA GENERAZIONALE

Incontri, arene, linguaggi e aspirazioni

ALESSANDRO BRAGA

LA GOVERNANCE

Oggi e domani

LUCA PETOLETTI

ANALISI DI SCENARIO

e nuove tendenze

MARCO GRAZIOLI

PROSPETTIVE

WHAT IF?

La storia per leggere il Presente e costruire il Futuro

PAOLO COLOMBO

L'ARTE DELL'IMPRESA

Capire l'impresa attraverso l'arte

CARLO ADELIO GALIMBERTI

CIAK, SI LAVORA

Quando il cinema incontra l'impresa

GIANNI CANOVA

L'ORCHESTRA IN AZIENDA

I solisti, le armonie, la direzione

DANIELE AGIMAN

DALLA SCENA TEATRALE ALLA SCENA AZIENDALE

Rendere incisiva la propria capacità comunicativa

ANNAMARIA PEDRINI

VINCERE LA SFIDA PIÙ GRANDE:

quella con se stessi

CHIARA MONTANARI

POETRY COACHING

Attivare il potenziale oracolare

ROSY BONFIGLIO



FINESTRE

NON SOLO MANAGER

OLTRE IL CONFINE

Liberare l'energia del pensiero intraprendente

DARIO BALASSO

REPUTAZIONE E FIDUCIA

Veleni ed Elisir

MARCO GRAZIOLI

LA RIVOLUZIONE È UNA PAROLA.

Quella giusta

VERA GHENO

SBAGLIARE DA PROFESSIONISTI

Sbagliando s'impara?

MASSIMIANO BUCCHI

OUT OF THE BOX

Uscire dal solco per innovarsi e riprogettarsi

LUCIANO TRAQUANDI

COME RIMOTIVARSI NEI PERIODI DI CAMBIAMENTO

Hai più risorse di quanto immagini

PIETRO TRABUCCHI

mBRAINING

Usare tutti i nostri cervelli per fare grandi cose

YARA BRAVO

PIANIFICARE IL FUTURO E I PREVEDIBILI IMPREVISTI

Gestire paure e aspettative sul lavoro e nella vita

PAOLO CANOVA

COSA CI RISERVERÀ L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Scenario futuro, applicazioni pratiche e risvolti etici

GIULIA BACCARIN

ORYOKI

Affrontare l'ossessione al risultato con la via dell'elegante conseguimento

LUCIANO TRAQUANDI

L'IMPRESA CHE «CI METTE LA FACCIA» Fare business attraverso l'identità aziendale

Le piattaforme di social networking possono giocare un ruolo molto rilevante anche per le aziende industriali. Un utilizzo sistematico può supportare il management nella gestione della relazione B2B, offre la possibilità di esprimere l'identità e le caratteristiche distintive dell'azienda e consente di rilevare informazioni e opinioni utili a comprendere i trend di mercato.

I Social Network non possono essere proprio evitati dalle aziende B2B, anzi rappresentano una fonte quasi irrinunciabile di nuove opportunità. Queste possono però essere colte se la definizione di un «Social Network mix» diventa un elemento fondamentale della propria strategia di marketing e commerciale.

Nicola Mauri

Nota Biografica

È Nicola Mauri è cofondatore del think tank dedicato al marketing digitale The Vortex.

Inizia a occuparsi di Internet nel 1998 in Lycos Italia dove ricopre le cariche di business development manager, responsabile community – tra i primi in Italia ad occuparsi in modo sistematico dell'area social – e responsabile clienti diretti.

Nel 2002 entra in Brand Portal come responsabile del servizio clienti di Olà!, l'agenzia del Network specializzata in comunicazione digitale, di cui è diventato amministratore delegato nel 2005 e dove si è occupato delle strategie digitali di brand quali Virgilio, Fineco, Alice e Sky.

Nel 2011 partecipa come Partner alla fondazione di The Vortex.

STORYTELLING D'IMPRESA **Raccontarsi per competere**

Viviamo in un tempo dove si compete narrativamente. Si racconta per posizionare un prodotto, per dare significato commerciale a una marca, per ottimizzare un'identità digitale, per coinvolgere su un progetto di vita. Si racconta per collocare in un mercato elettorale un politico, per orientare un'economia, per fare un attacco militare. Sopravvive meglio chi riesce a far fronte alle cosiddette storywars e a convivere con le arene narrative dei nostri mercati e dei nostri scenari mediatici.

Battaglie narrative dove lo scontro non è più soltanto sulla qualità, la velocità, la relazione, i social media, il web 2.0, ma anche e soprattutto sulla narrazione che si fa del proprio mondo: di marca,

prodotto, vita e sulla capacità di riscrivere o sovrascrivere quello degli altri. Ma cosa vuol dire raccontare in questi termini? Questo incontro è pensato per rispondere ed essere una guida complessiva allo Storytelling d'impresa, con numerosi esempi, tecniche, processi e strumenti dello Storytelling individuale e organizzativo, in particolare quest'ultimo – il Corporate Storytelling – indispensabile per raccontarsi sui mercati saturi come aziende. Le storie si nascondono. Vanno cercate, inseguite, trovate e trattenute. E al momento giusto, raccontate.

Andrea Fontana

Nota Biografica

Da anni si occupa di consulenza strategica, marketing istituzionale e direzione d'impresa.

Managing Director di Storyfactory. Esperto di Corporate Storytelling, ha una lunga esperienza nel mondo della direzione e advising d'impresa e della consulenza politica. Lavora con grandi aziende e con diverse Istituzioni pubbliche e private per perfezionare i «racconti» dei loro brand, prodotti o servizi.

Insegna all'Università degli Studi di Pavia «Storytelling e narrazione d'impresa» e all'Università IULM. Ha fatto parte del comitato scientifico della rivista «Adulità».

È presidente dell'Osservatorio Storytelling di Pavia e autore di numerosi testi sulle nuove modalità di comunicazione aziendale e politica con approccio narrativo. Tra le sue recenti pubblicazioni: «Manuale di Storytelling» – Etas-Rizzoli, «Storyselling» – Etas-Rizzoli, «Siamo tutti Storyteller.

Dalla fiction americana alla politica» – Giulio Perrone Editore. Nel 2015 gli è stato assegnato, dall'Istituto Armando Curcio, il «Premio alla cultura» per le attività di innovazione culturale.

LA SFIDA GENERAZIONALE

Incontri, arene, linguaggi e aspirazioni

2 Miliardi di persone nel mondo rientrano nella cosiddetta “Generazione Z” (i nati tra il 1997 e il 2012), 9 Milioni in Italia di cui più di 1 Milione è già entrato nel mondo del lavoro. Il mondo in cui viviamo è caratterizzato da un ritmo del cambiamento sempre più incombente, con un evidente riflesso sugli aspetti generazionali della nostra società. Le nuove generazioni portano con sé valori, linguaggi, ambizioni, modi di intendere il lavoro a volte così diversi dal passato che appaiono difficili da conciliare alle nostre realtà aziendali. Si tratta di una generazione che oggi muove una sfida continua alle aziende e ai datori di lavoro, chiedendo nuovi stimoli, nuove battaglie, nuove garanzie. Senza il timore di rifiutare un lavoro che non ritengono in linea con il proprio asset di valori, consapevoli spesso di portare competenze critiche alle aziende in cui si esprimono, basti pensare a quelle digitali.

È intorno a queste nuove esigenze che il mondo del lavoro ha la sfida di (ri)strutturarsi. Temi come la *diversity*, la sostenibilità, l’innovazione dei modelli di business, il lavoro “agile” e flessibile sono centrali nell’attrazione e nella valorizzazione delle nuove generazioni in azienda. La forte richiesta di associare al lavoro un senso identitario profondo, il cosiddetto “*purpose*”, insieme a quella di una formazione continua che trasforma l’azienda in un vero e proprio istituto educativo (il 59% della Gen Z ritiene che il proprio lavoro non esisterà nella stessa forma tra 20 anni) rappresentano sfide stimolanti ed ingombranti da affrontare. Così la sfida di gestire team multi-generazionali diventa LA sfida: questa è infatti molto sentita dalla popolazione manageriale delle grandi organizzazioni, trasformandosi sempre di più in un tema strategico ed anche in una fonte di stress (i manager appartenenti alla generazioni Millennials sono i più portati al *burnout*, il 42% nel 2021, secondo il Report Gallup 2021). Chi saprà uscire dagli stereotipi e cogliere il potenziale trasformativo di questo fenomeno sarà leader nel mondo di oggi e di domani.

Alessandro Braga

Nota Biografica

Da anni dedica la sua vita professionale all’innovazione, dapprima come imprenditore/startupper e poi come consulente approfondendo le principali implicazioni del cambiamento tecnologico in termini strategici, manageriali e di leadership. Oggi guida un team in The European House – Ambrosetti integralmente dedicato alle sfide poste alle organizzazioni dal ricambio generazionale, ideando e sviluppando progetti di analisi e ricerca sul tema, di recruiting e retention e di innovazione dei processi operativi e delle modalità di lavoro per creare un contesto aziendale che favorisca un dialogo inter-generazionale produttivo ed efficace. Insegna all’Università Commerciale Luigi Bocconi “Entrepreneurship and New Business Startup” ed è autore, insieme a Marco Grazioli (Presidente e Senior Partner di The – European House Ambrosetti) del podcast “Viva la Evolucìon” pubblicato su tutte le maggiori piattaforme d’ascolto.

LA GOVERNANCE Oggi e domani

La governance è l'insieme delle regole e dei processi con cui si prendono le decisioni in azienda. La garanzia di creazione di valore nel lungo termine passa inevitabilmente dalla scelta delle persone giuste da collocare nelle posizioni strategiche in modo da evitare che l'imprenditore sia il solo e unico decisore, definendo nel contempo le modalità ottimali per la gestione del rapporto famiglia – impresa.

Luca Petoletti

Nota Biografica

Dal 2011 è Partner di The European House - Ambrosetti con responsabilità delle aree «Famiglia-Impresa» e «Sistema Impresa, governance e Riferimenti Fondamentali per la gestione strategica».

In questo ambito ha lavorato per molte importanti famiglie imprenditoriali del Paese guidando progetti relativi all'ottimizzazione del rapporto famiglia-impresa (Patti di Famiglia), alla revisione dei Sistemi di Governo (Consigli di Amministrazione, Comitati, Ruoli e Responsabilità dei membri della famiglia e degli altri uomini chiave), alla definizione dei Riferimenti Fondamentali per la gestione strategica (Missione, Valori Guida, Visione del Futuro tradotta in Obiettivi concreti e misurabili, ecc.), all'ottimizzazione delle strutture societarie e delle regole relative alla circolazione delle quote proprietarie, allo sviluppo professionale e della leadership nelle giovani generazioni.

Tra il 2004 ed il 2006, sempre nell'ambito del Gruppo The European House-Ambrosetti, è stato Assistente del Presidente e Fondatore, Alfredo Ambrosetti. In questo ruolo ha partecipato a progetti relativi alla definizione di strategie competitive per Gruppi/Imprese privati e per Istituzioni pubbliche.

In precedenza ha lavorato all'ISPI (Istituto per gli Studi di Politica Internazionale) nella Divisione Formazione.

Ha conseguito la Laurea con lode in Economia Aziendale presso l'Università Commerciale Luigi Bocconi di Milano.

ANALISI DI SCENARIO e nuove tendenze

Marco Grazioli, Presidente di The European House Ambrosetti, guida nell'esplorare alcuni temi chiave legati a come costruire e affrontare i cambiamenti che ci aspettano nel prossimo periodo: focus on highlights dalle ultime edizioni del Forum di Cernobbio.

Vincoli percettivi: liberarsi dalla prigione delle convinzioni, costruire con creatività il cambiamento prima, per essere pronti ad affrontarlo dopo.

Marco Grazioli

Nota Biografica

È Presidente e *Senior Partner* di *The European House - Ambrosetti* Responsabile dell'area Vantaggi competitivi attraverso le persone che comprende le tre practice: *Culture & Education, Change e Readiness e Business Acceleration*.

È esperto di gestione dei processi di cambiamento.

Di formazione sociologica, studia in particolare come trasformare i comportamenti delle Persone in risultati di business attraverso le leve organizzative e la gestione del Personale.

Un'ulteriore area di consolidata esperienza è quella della gestione di negoziazioni complesse, in diversi contesti e settori.

Attualmente insegna *Processi Decisionali e Negoziati* nella Facoltà di Scienze Politiche e Sociali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.

È stato per quattro anni Ricercatore presso l'Università Statale di Milano (Cattedra di Sociologia Politica).

È autore di numerose pubblicazioni, tra le quali «*Come si decide in azienda*» (Fendac Servizi, con Paolo Donati), «*I saggi sulla mobilitazione di gruppo e sulla relazione tra giovani e organizzazione*» (in Altri Codici, Il Mulino), il capitolo «*La formazione*» nel volume «*L'azienda del futuro*» (Il Sole 24 Ore) e «*Cambiamenti – Azione collettiva e intrecci organizzativi in un'epoca di crisi*» (Rubbettino Editore, 2012), «*Creare governare e dirigere*» (Alinari 2015, con Carlo Adelio Galimberti).

WHAT IF?

La Storia per leggere il Presente e costruire il Futuro

Possiamo leggere la storia per comprendere ciò che accade e ipotizzare quello che potrà accadere? In questa sessione si esamina e ci si interroga su come scelte differenti possano impattare diversamente sul proprio contesto aziendale. Sviluppare la capacità di analisi decisionale può essere utile a definire la componente strategica delle decisioni aziendali, a conoscere l'importanza dei dati disponibili per meglio comprendere il proprio contesto di riferimento, a facilitare la visione degli obiettivi di breve, medio e lungo periodo e, infine, ad alimentare la capacità di attribuire valori alle azioni. Casi storici: Le rivoluzioni: cosa sarebbe successo se Napoleone non avesse conquistato il potere? Lo scontro: perché gli austriaci sfondano a Caporetto? Le innovazioni: come mai nel Medioevo si combatte solo a cavallo? La lungimiranza: perché non scoppia la guerra nucleare durante la crisi missilistica di Cuba del 1962?

Paolo Colombo

Nota Biografica

Dall'a.a. 1996-1997 all'a.a. 2000-2001 è stato titolare dell'affidamento del corso di *Storia Costituzionale* presso la Facoltà di Scienze Politiche dell'Università degli Studi di Macerata, dove ha insegnato anche *Storia Contemporanea* e *Storia Moderna*. Dall'a.a. 2001-2002 insegna presso la Facoltà di Scienze Politiche dell'Università Cattolica; è professore ordinario per il settore scientifico-disciplinare SPS/03 (Storia delle istituzioni politiche): ha tenuto il corso di *Storia dei sistemi costituzionali contemporanei e opinione pubblica* e tiene attualmente i corsi di *Storia delle istituzioni politiche* e di *Storia contemporanea*.

Membro dei Comitati di redazione delle riviste «*Filosofia Politica*», «*Storia Amministrazione Costituzione*» e «*Giornale di Storia costituzionale*».

È direttore del Centro di Ricerca «*Arti e mestieri*» dell'Università Cattolica del Sacro Cuore e membro del Centro di ricerche sul Sistema Sud e il Mediterraneo (C.R.I.S.S.M.A.).

È coordinatore della Scuola di Dottorato in Politiche e istituzioni della Facoltà di Scienze Politiche e Sociali.

Dal 2006 organizza insieme a Chiara Continisio, presso eminenti luoghi milanesi (Basilica milanese di Santa Maria delle Grazie, Museo Diocesano, Teatro Litta, Umanitaria), il ciclo di incontri «*Storia e narrazione*» (www.storiaenarrazione.it).

L'ARTE DELL'IMPRESA Capire l'impresa attraverso l'arte

Leggere la storia dell'arte come una metafora per comprendere le dinamiche che favoriscono il successo di un'impresa è possibile? La risposta è sì, se consideriamo che, ad esempio, il Rinascimento italiano è ricco di opere d'arte che venivano commissionate dai leader dell'epoca anche per scopi diversi rispetto alla loro naturale destinazione. Le dinamiche e le implicazioni di quel tempo ben si prestano per essere interpretate come metafore delle problematiche d'impresa e i contenuti sono a tutt'oggi ancora validi. Se poi consideriamo che le opere d'arte erano frutto del lavoro di decine di persone (le botteghe), scopriamo che tutte le dinamiche della conduzione di una squadra che produce opere d'arte non si discostano molto da quelle presenti in una moderna impresa. Attraverso le opere d'arte osserveremo quindi le strategie applicate al fine di ottenere un'efficiente comunicazione, per ottenere lo sviluppo dei talenti, per stimolare l'innovazione e per l'affermazione e il successo nella competizione sia culturale che mercantile.

Carlo Galimberti

Nota Biografica

Artista e storico dell'arte.

Ha realizzato esposizioni monotematiche in cui tutte le opere ruotavano attorno ad un argomento prescelto, sollecitando il dibattito sul tema oggetto dell'evento: «*Allegoria dell'Occidente*»; «*Che più non son gli Dei fuggiti...*»; «*In vinum pronus; Mythos*»; «*Il mito della caverna di Platone*»; «*Perseide; La nave dei folli*».

Nell'ambito delle stesse esposizioni ha organizzato convegni e dibattiti sul medesimo argomento delle mostre con la partecipazione di esperti quali Umberto Galimberti, Romano Madera, Pier Aldo Rovatti, Mario Trevi e Luigi Zoja. Svolge consulenze per diverse imprese italiane su questioni iconografiche e storiche dell'arte.

Autore e collaboratore di testi teorici e storici dell'arte. Tra questi: «*Corpo e rappresentazione*»;

«*Senso e anima senza ragione*»; «*Il Perseo Svelato*» (testo teatrale per la RAI messo in scena e trasmesso da Firenze, Piazza della Signoria); «*Le radici dell'arte nelle contrade del Nord*», «*Il Piemonte*»; «*La Lombardia*»; «*Il Veneto*»; tre volumi per un istituto di credito di Milano; il Cd-rom «*Il restauro del Perseo: tecnologie per l'Umanesimo*» (mostra del restauro del Perseo di B. Cellini, Firenze). Tra le ultime pubblicazioni: «*Mogli, garzoni e amanti. Amore ed erotismo nella vita e nell'opera degli artisti del XVI secolo*» e «*Creare, governare, dirigere. Evocazioni antiche per un paese che risorge*» coautore con Marco Grazioli – Presidente di The European House - Ambrosetti.

Collabora con le riviste di storia del disegno e dell'incisione antica e moderna «*Grafica d'Arte*» e

«*L'occhio nel Segno*», oltre che con primarie case editrici.

È stato docente di discipline pittoriche nei licei artistici e negli istituti d'arte.

CIAM, SI LAVORA Quando il cinema incontra l'impresa

A partire da situazioni messe in scena e raccontate da spezzoni e sequenze di celebri film, i partecipanti saranno chiamati – a volte individualmente, a volte attraverso simulazioni di gruppo – a mettersi in gioco, a elaborare strategie comunicative in tempo reale, a riflettere sulle soluzioni che a determinati problemi sono state date dai personaggi di un film e a prospettare possibili soluzioni alternative. L'obiettivo finale è quello di consentire ad ogni partecipante di rafforzare e raffinare le proprie competenze trasversali e le proprie abilità comunicative con la pratica della simulazione e della discussione, oltre che con la riflessione collettiva sulle metafore che verranno proposte durante l'incontro.

Gianni Canova

Nota Biografica

È Professore ordinario di *Storia del cinema e Filmologia*, nonché Pro-Rettore con delega alla didattica e Preside della Facoltà di Comunicazione, Relazioni pubbliche e Pubblicità presso la Libera Università IULM di Milano. Ha insegnato *Poetiche del cinema contemporaneo* al Centro Sperimentale di Cinematografia di Roma e tenuto corsi sulla comunicazione visiva nell'Università L. Bocconi.

Fondatore e Direttore del mensile di cinema e spettacolo «*Duel*» (ora *Duellanti*), è stato critico cinematografico per *Repubblica*, «*Sette*» del *Corriere della Sera* e «*la Voce*» di Indro Montanelli. Ha collaborato con *Bianco & Nero*, *Letture*, *Segnocinema*, *Rolling Stone* e *Vogue* ed è titolare di una rubrica di cinema ed economia su *Economia & Management*.

È Presidente della *CUC*, associazione scientifica che raggruppa tutti i docenti di cinema, televisione e *new media* delle Università italiane.

Autore del programma «*Le parole del cinema*» (*Telepiù*), ha realizzato video e documentari su personaggi della cultura italiana contemporanea (Alda Merini, Leo Wouters, Ettore Scola, Nino Manfredi) e format o programmi per *Netsystem* e *My-Tv*.

Critico cinematografico per *Sky Cinema*, nonché autore e conduttore del programma «*Il cinemaniaco*».

Direttore artistico del Festival «*Leggere il Novecento*» (Ancona), rappresentante italiano del Comitato scientifico del «*Festival Internazionale del Film*» (Locarno), membro del Comitato Scientifico del «*Festival del Cinema*» (Roma), Direttore artistico della manifestazione «*Martini Première*» per l'assegnazione di un premio ai film italiani più innovativi dal punto di vista della sperimentazione e della ricerca sul linguaggio.

Ha curato il volume sul cinema dell'«*Enciclopedia Universale Garzanti*» e il volume 1965-1969 della «*Storia del cinema italiano*» edita dalla Scuola Nazionale di Cinema.

È stato curatore di numerose mostre multimediali della Triennale di Milano.

L'ORCHESTRA IN AZIENDA **I solisti, le armonie, la direzione**

Leggere l'azienda attraverso la metafora del concerto, ovvero le condizioni della performance in musica, per comprendere ciò che accade e saper fare la propria parte.

In questa sessione si esaminano gli elementi caratteristici dell'orchestra per poter comprendere le dinamiche aziendali e il loro corretto e ottimale funzionamento: il quartetto come comunicazione non verbale e ascolto, perché e quando il direttore è efficace, le trappole mentali, saper motivare e mettere in scena una performance eccellente.

Daniele Agiman

Nota Biografica

È tra i direttori d'orchestra italiani più attivi a livello internazionale.

In Corea del Sud e Giappone è ospite regolare delle più prestigiose istituzioni.

Ha diretto in Argentina, Sud Africa, Francia, Germania, Romania, Svizzera, Georgia, Russia; nel dicembre 1992 ha debuttato al Konzerthaus di Vienna e al Brucknerhaus di Linz, su invito della Wiener Kammerorchester.

In seguito all'affermazione al 1° Concorso Mario Gusella (primo classificato assoluto, Pescara 1991), viene invitato da tutte le più importanti orchestre italiane e nei più prestigiosi teatri e stagioni concertistiche.

Si è particolarmente impegnato nella diffusione e valorizzazione della produzione di autori contemporanei, dirigendo tra l'altro molte prime esecuzioni di compositori italiani.

Viene frequentemente invitato da Università, associazioni culturali e centri di studio e ricerca con l'intento di riportare la riflessione sulla storia della musica occidentale e sull'ermeneutica musicale all'interno del più vasto orizzonte epistemologico e filosofico contemporaneo.

Avendo vinto il Concorso Nazionale del Ministero della Pubblica Istruzione, dal 1999 è titolare della cattedra di Direzione d'Orchestra presso il Conservatorio Giuseppe Verdi di Milano.

Dal marzo 2007 è Professore Onorario di Direzione d'Orchestra presso l'Università Kurashiki Sakuyo in Giappone.

DALLA SCENA TEATRALE ALLA SCENA AZIENDALE **Rendere incisiva la propria capacità comunicativa**

Una riflessione «attiva» sulle analogie tra la comunicazione teatrale e quella aziendale, sperimentando alcuni strumenti per rendere più incisiva la propria capacità espressiva.

Presenza scenica, armonia tra linguaggio verbale e linguaggio non verbale, capacità di catturare e mantenere l'attenzione, interpretazione efficace del ruolo, adattabilità delle risorse espressive alle diverse situazioni e platee. L'incontro consente di conoscere il proprio stile espressivo e di individuare le linee di lavoro per poterlo rendere più incisivo, in funzione degli obiettivi da raggiungere, per sentirsi autori e attori del proprio percorso di comunicazione..

Annamaria Pedrini

Nota Biografica

Attrice diplomata all'Accademia d'Arte Drammatica «Piccolo Teatro».

È docente di «Arte della Recitazione» e specializzata nelle tecniche di dizione, voce e comunicazione.

È esperta di Public Speaking, Leadership e Team Building e conduce seminari per primarie imprese, all'Università L. Bocconi (Dipartimento di Management) e nella Facoltà di Comunicazione dell'Università della Svizzera Italiana.

È Managing Partner del Centro Teatro Attivo.

VINCERE LA SFIDA PIÙ GRANDE: quella con se stessi

Ogni giorno nuove sfide da affrontare, nuovi obiettivi da raggiungere: bisogna dare sempre il meglio e migliorarsi continuamente. A volte il traguardo sembra irraggiungibile, la salita troppo difficile da affrontare e il percorso pieno di insidie. Dall'esperienza e con il racconto di chi queste sfide è abituato ad affrontarle, un'esploratrice dell'Antartide, ci si immerge in una sfida estrema, con il proprio team, dove è necessario mantenere lucidità e motivazione in «un'impresa collettiva» fatta di incertezze. Un acceleratore di esperienze, la poesia dell'avventura: vivere ogni secondo con positività ed entusiasmo.

Chiara Montanari

Nota Biografica

Life Explorer per passione, ha un'esperienza di 15 anni nella gestione di missioni polari.

Ricercatrice al Centro di Antropologia ed Epistemologia della Complessità (BG), si focalizza su come definire gli obiettivi e prendere decisioni in situazioni di estrema incertezza.

Come coach e consulente aiuta organizzazioni e persone a sviluppare il «MindSet dell'estremo».

POETRY COACHING

Attivare il potenziale oracolare

Analizzare la nostra psiche, conoscerla e familiarizzare con i suoi messaggi inconsci, è un aspetto fondamentale per il nostro equilibrio, per il nostro radicamento in noi stessi, primo passo per qualsiasi consapevolezza e dunque per qualsiasi decisione e/o scelta da intraprendere. In ambito professionale acquisire familiarità con il proprio inconscio significa essere in grado di ricorrere a un potenziale "oracolare" importantissimo, che siamo soliti ignorare, come fosse separato dalla nostra vita cosciente. La Poesia, attraverso il suo linguaggio evocativo e la pluralità di significati a cui da accesso, può guidarci in questo percorso di lettura di noi stessi, per focalizzare informazioni preziose che il pensiero razionale talvolta comprime e che invece possono fornirci spunti utili ad affrontare le situazioni più complesse.

Un incontro con un'artista e coach professionista che, attraverso un'esperienza immersiva all'interno di frammenti di testi poetici, guiderà i partecipanti in un viaggio di individuazione di pensieri ed emozioni latenti che trovano poco spazio nella vita cosciente.

L'esplorazione guidata aiuterà i partecipanti ad allenare l'ascolto di sé, il pensiero laterale, l'intelligenza emotiva, l'immaginazione; e li condurrà a formulare un messaggio per se stessi, utile per affrontare una situazione critica nella vita, lavorativa o non.

Rosy Bonfiglio

Nota Biografica

Laureata all'Accademia Nazionale d'Arte Drammatica Silvio D'Amico, Rosy Bonfiglio è un'artista e Coach qualificata EMCC (European Mentoring & Coaching Council).

Ha lavorato a fianco di grandi personalità del teatro italiano e internazionale, oltre ad aver preso parte a produzioni cinematografiche e ottenuto riconoscimenti nell'ambito di festival e premi internazionali.

Opera trasversalmente nel mondo dell'Arte e del Business, oltre che nelle scuole, facilitando e supportando la scoperta delle proprie risorse interiori per sviluppare comportamenti e scelte di valore, nel lavoro e nella vita, aiutando le persone e le aziende a evolvere nel loro percorso.

Nel 2021, dall'incontro con Anita Melchionda, nasce fiorituraincorso™, che ha come obiettivo quello di dare forma alla visione comune e di contribuire allo sviluppo umano in ogni ambito, restituendo valore ai linguaggi più antichi e fondanti della civiltà: la cultura, l'arte e il dialogo. Il desiderio che muove fiorituraincorso™ è quello di riconciliare l'uomo con se stesso e aiutarlo a far fiorire virtuosamente la propria Bellezza e quella degli altri.

Non Solo Manager

OLTRE IL CONFINE Liberare l'energia del pensiero intraprendente

Le persone vengono convinte, persuase, se si riesce ad esprimere con una determinata energia ciò che vogliamo raggiungere. Come è possibile fare ciò? Come liberare l'energia ed investirla in pensiero intraprendente? Il pensiero intraprendente è rischioso: non sappiamo di preciso dove ci porterà. Se i nostri obiettivi non si realizzano non pensiamo alla possibilità di ri-partenza ma siamo angosciati dall'idea del fallimento. Per superare questo freno in questa sessione si lavorerà su come liberare l'energia dell'«intraprendenza». A partire dal nostro corpo che, quando è in tensione, non lascia scorrere, fluire quell'energia che possa dar forza alla nostra azione. I nostri confini, i nostri limiti non sono divieti, impossibilità, ma sono ciò che conosciamo fino ad oggi. In questa sessione si suggeriranno modalità di attivazione di forme di esplorazione e, quindi, di ampliamento del nostro modo di pensare e del nostro modo di agire.

Dario Balasso

Nota Biografica

Esperto di comportamento organizzativo e, in particolare, di comunicazione, processi creativi e processi di apprendimento.

Svolge attività di formazione, progettazione d'interventi formativi e *coaching* individuale.

Ha collaborato con imprese quali 3M, Api, Astratech, Autostrade, Banco Popolare di Lodi, Bayer, Bosch, Bticino, Canon, Conad, Despar, ENI, Esselunga, Ericsson, Ferrarini, Intesa-San Paolo, Mediaset, Merloni, Omnitel, Telecom, Wind, Würth.

Responsabile della Ricerca e Sviluppo in CAREL (Padova) e Responsabile dei Corsi di *Formazione Internazionale per l'applicazione del linguaggio di programmazione WinTools*.

È iscritto all'Albo degli Psicologi della Lombardia e abilitato all'esercizio della psicoterapia. È *practitioner* di Programmazione Neurolinguistica.

Si è laureato in Ingegneria Elettronica e in Psicologia Clinica presso l'Università di Padova. Autore dei libri «*La gestione delle Risorse Umane in biblioteca*» (Editrice Bibliografica) e «*10 domande sul ruolo*» (Franco Angeli).

REPUTAZIONE E FIDUCIA Veleni ed Elisir

Avere una buona reputazione è anche questione di lettura del contesto organizzativo, strategia della comunicazione e fiducia. Una buona reputazione si costruisce, è conseguenza di un fine lavoro continuo, è più vicino all'opera d'arte fatta di tecnica, mestiere e ispirazione che non alla pura conseguenza del proprio modo di essere. A tal fine è utile conoscere le logiche e le tattiche sottostanti.

Il saper gestire la propria reputazione, leggerla dai segnali deboli e costruirla (ricostruirla) con arte, contribuisce a sostenere gli individui nel muoversi con efficacia in organizzazioni complesse in modo appropriato alle sfide.

Marco Grazioli

Nota Biografica

È Presidente e *Senior Partner* di *The European House - Ambrosetti* Responsabile dell'area Vantaggi competitivi attraverso le persone che comprende le tre practice: *Culture & Education, Change e Readiness e Business Acceleration*.

È esperto di gestione dei processi di cambiamento.

Di formazione sociologica, studia in particolare come trasformare i comportamenti delle Persone in risultati di business attraverso le leve organizzative e la gestione del Personale.

Un'ulteriore area di consolidata esperienza è quella della gestione di negoziazioni complesse, in diversi contesti e settori.

Attualmente insegna *Processi Decisionali e Negoziati* nella Facoltà di Scienze Politiche e Sociali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.

È stato per quattro anni Ricercatore presso l'Università Statale di Milano (Cattedra di Sociologia Politica).

È autore di numerose pubblicazioni, tra le quali «*Come si decide in azienda*» (Fendac Servizi, con Paolo Donati), «*I saggi sulla mobilitazione di gruppo e sulla relazione tra giovani e organizzazione*» (in Altri Codici, Il Mulino), il capitolo «*La formazione*» nel volume «*L'azienda del futuro*» (Il Sole 24 Ore) e «*Cambiamenti – Azione collettiva e intrecci organizzativi in un'epoca di crisi*» (Rubbettino Editore, 2012), «*Creare governare e dirigere*» (Alinari 2015, con Carlo Adelio Galimberti).

LA RIVOLUZIONE È UNA PAROLA. Quella giusta

Quali spunti si possono trarre dall'esperienza? La competenza linguistica è centrale per l'essere umano: permeabilità, longevità, incontrollabilità e fraintendibilità sono le quattro parole chiave per comprendere il peso delle parole in un mondo iperconnesso. Passare dalla difesa alla costruzione in tre mosse: dubbio, riflessione e silenzio. Come il suono agisce su di noi?

Vera Gheno

Nota Biografica

Sociolinguista specializzata in comunicazione mediata dal computer e traduttrice dall'ungherese. Insegna come docente a contratto da quasi vent'anni all'Università di Firenze; è stata collaboratrice storica dell'Accademia della Crusca e attualmente lavora con Zanichelli.

Scrive saggi e libri, tra i quali «Tienilo acceso. Posta, commenta, condividi senza spegnere il cervello» e «Potere alle parole» (2019).

SBAGLIARE DA PROFESSIONISTI
Sbagliando s'impara?
Spunti di riflessione da errori e fallimenti memorabili

Perché si sbaglia? Come si sbaglia? Si sbaglia in modi diversi in ambiti diversi (nella scienza, nel mondo aziendale, nella comunicazione)? E che cosa hanno in comune gli errori che portano a un tragico incidente aereo, quelli che conducono al fallimento di un nuovo prodotto o di una potenziale innovazione, il rigore sbagliato che costa la sconfitta in una finale della Coppa del Mondo di calcio? Dal flop dei Google Glass a quello ciclico della videotelefonata; dal più grande abbaglio nella storia dello spettacolo al fallimento più colossale della Silicon Valley; dall'errore di comunicazione che aprì una breccia nel muro di Berlino agli errori di battitura costati milioni di dollari. A partire da storie avvincenti e inaspettate siamo invitati a riflettere sul nostro rapporto con gli errori. Perché studiare gli errori, quelli capitali, memorabili, epici o quelli più banali e quotidiani, significa parlare soprattutto del nostro modo di guardare agli errori, di comprenderli e interpretarli come momento di crescita e di cambiamento per noi stessi e per le organizzazioni in cui lavoriamo.

Massimiano Bucchi

Nota Biografica

Massimiano Bucchi insegna Scienza, Tecnologia e Società all'Università di Trento ed è stato

Visiting Professor in Asia, Europa, Nord America e Oceania.

È autore di una decina di libri pubblicati in oltre venti Paesi e di saggi in riviste internazionali quali *Nature* e *Science*. Tra i suoi libri più recenti «*Per un pugno di idee. Storie di innovazioni che hanno cambiato la nostra vita*» (Bompiani, 2016, tre edizioni, finalista al premio Asimov), «*Come vincere un Nobel. L'immagine pubblica della scienza e il suo premio più famoso*» (Einaudi 2017, in corso di pubblicazione negli Stati Uniti, MIT Press),

«*Sbagliare da professionisti. Storie di errori e fallimenti memorabili*» (Rizzoli).

Ha ideato e curato numerose edizioni dell'Annuario Scienza, Tecnologia e Società (il Mulino). Dirige la rivista internazionale «*Public Understanding of Science*». Collabora con la trasmissione televisiva *Superquark*; i suoi articoli sono apparsi sui principali quotidiani (la Repubblica, La Stampa, Il Corriere della Sera).

OUT OF THE BOX **Uscire dal solco per innovarsi e riprogettarsi**

Solo per audaci

Do not go where the path may lead - go instead where there is no path and leave a trail. (Ralph Waldo Emerson)

L'esperienza e la conoscenza professionale e personale che si accumulano attraverso le sfide che pongono il lavoro e di vita sono il più grande patrimonio del professionista e del manager, la sua Competenza.

Da qualunque percorso di carriera provengano, esse diventano allo stesso tempo le risorse e le qualifiche che lo rendono interessante per l'impresa e sicuro agli effetti della propria autostima.

Possono però anche costituire le "àncore", a volte dorate ma sempre limitanti, che inibiscono svolte decisive alla propria strada professionale e forse anche esistenziale.

Questo incontro si prefigge di aiutare a lasciare il sentiero conosciuto e esplorare il mondo "out of the box", ciò che è fuori della propria area di confort per riprogettarsi come professionista, come manager e non solo, imprimendo un nuovo vigore e nuove direzioni al proprio percorso. Con qualche rischio, ma con benefici che la via consolidata ormai non saprebbe più offrire.

È in un certo senso un programma "vietato ai minori", perché richiede di avere maturato una profonda esperienza professionale e solidità personale. In queste condizioni dispiega la sua massima capacità di liberazione e di rinnovamento

Luciano Traquandi

Nota Biografica

È ingegnere (Politecnico di Milano) e ha un'esperienza di oltre dieci anni nell'ambito industriale, presso una azienda italiana di telecomunicazioni e una multinazionale nel campo dei semiconduttori. Ha lavorato in Europa, Estremo Oriente e Nord America.

È professore a contratto dal 1994 di Psico-Sociologia Aziendale all'Università LIUC di Castellanza, dove insegna Human Resources Management in Multicultural Context. È docente in HEC - Hautes Etudes Commerciales (Parigi) di Paradigmi non convenzionali di management (Thinking out of the box). È stato docente per 20 anni in "Intercultural Communication" presso l'Université Jean Moulin di Lione e professeur invité Mastère Stratégie all'Université Paris 2 Sorbonne. È docente di Comportamento Organizzativo all'EMBA del MIP, Business School del Politecnico di Milano, e di *Leadership* presso l'università SUPSI (Lugano). È inoltre direttore del Master Spiritualità e Management.

COME RIMOTIVARSI NEI PERIODI DI CAMBIAMENTO

Hai più risorse di quanto immagini

Affrontare il tema del cambiamento secondo nuove prospettive applicabili alla vita organizzativa. Come affrontare il cambiamento e seminare la passione negli altri? Come l'auto-motivazione e la passione generano più resilienza di qualsiasi motivazione esterna? Come rimotivarsi senza aspettare che la motivazione arrivi da fattori esterni? Trarre spunto dall'esperienza decennale di Pietro Trabucchi come atleta e come ricercatore al «Tor des Geants». Il primo ultratrail al mondo a superare la distanza dei 300 km da percorrere no-stop, con problematiche di deprivazione da sonno, calo cognitivo, esaurimento energetico, gestione del dolore, ci insegna come è cambiata la percezione dei limiti umani e come possiamo migliorare la nostra efficienza quotidiana. Il giusto approccio mentale abitua il corpo alla fatica e impara a risparmiare energia, anche in ufficio. La perdita di efficienza cognitiva dovuta alla stanchezza e allo stress può essere diminuita con l'allenamento. Il senso di controllo sugli eventi - all'interno di un gruppo - è influenzato dalla «leadership».

Pietro Trabucchi

Nota Biografica

Psicologo che si occupa da sempre di prestazione sportiva, in particolare di discipline di resistenza.

Oggi si dedica alle Squadre Nazionali di Ultramaratona e alla Squadra Olimpica di Canottaggio.

Autore di diversi libri, è Professore incaricato presso l'Università di Verona, collabora con il Centro di ricerca in Bioingegneria e Scienze motorie di Rovereto (oggi Cerism) e con l'Istituto di Scienze dello Sport di Roma.

mBRAINING

Usare tutti i nostri cervelli per fare grandi cose

Le neuroscienze hanno scoperto di recente una rete neuronale complessa, in perenne evoluzione e in grado di elaborare dati in autonomia; un vero e proprio cervello, non solo nella testa, ma anche nel cuore e nella pancia, in linea con ciò che molte fonti spirituali affermano da oltre 2500 anni. «Il mio cuore desidera...», «La mia pancia mi dice...», «Ho perso la testa...», non sono solo modi di dire. mBraining è un metodo rivoluzionario per usare in modo ottimale e integrato i tre cervelli, grazie alle *multiple Brain Integration Techniques (mBIT)*, che consentono una migliore qualità di vita.

Il seminario fornisce ai partecipanti alcune nozioni base per comprendere come i nostri cervelli comunicano tra loro, a volte anche entrando in conflitto: un'interconnessione che possiamo imparare a sfruttare a nostro vantaggio, conseguendo un profondo allineamento interiore da cui fare scelte più armoniose ed efficaci.

I partecipanti riceveranno il libro «Mbraining. Armonizzare i 3 cervelli: cervello, cuore, intestino» di Grant Soosalu e Marvin Oka - famosi trainer e ricercatori australiani - ideatori del metodo basato sulle nuove evidenze scientifiche, la linguistica cognitiva, lo studio dei modelli comportamentali e la programmazione neuro-linguistica.

Yara Bravo

Nota Biografica

Ha maturato esperienze in qualità di European Project Manager presso l'Istituto Nazionale di

Fisica Nucleare e la Ruhr Universität Bochum.

Ha lavorato presso la Fondazione Monte dei Paschi di Siena – Italia - in qualità di responsabile dell'Ufficio Studi.

In qualità di Direttore Esecutivo di Cittadinanzattiva Onlus - Italia, ha svolto attivamente attività di formazione sia per la rete di oltre 20.000 volontari; sia per il vasto pubblico su tematiche inerenti la tutela dei diritti, la partecipazione pubblica, la corporate social responsibility.

Dal 2015 opera come libera professionista come coach e docente formatore in ambito comportamentale. È membro della International Coach Federation.

PIANIFICARE IL FUTURO E I PREVEDIBILI IMPREVISTI **Gestire paure e aspettative sul lavoro e nella vita**

Il nostro rapporto con il futuro e le aspettative viste attraverso la lente matematica e delle scienze cognitive. Le difficoltà di gestire le incertezze, del modo in cui si concepisce e si immagina il futuro e di come si è bravi a pianificare e scarsi a realizzare i propri piani: il bias del presente, la difficoltà nel resistere alle tentazioni e la facilità di procrastinare gli impegni. Perché non mettiamo da parte i soldi per la pensione ma paghiamo per non andare in palestra? Cigni neri che non sono tali: l'incertezza legata alla pandemia e agli altri prevedibili imprevisti.

Paolo Canova

Nota Biografica

Fondatore di Taxi 1729, gruppo che basa la propria expertise sulle neuroscienze e sulla comunicazione scientifica.

Laureato in matematica, nel suo lavoro unisce la precisione e il rigore di cui la scienza ha bisogno con la passione e il divertimento che nascono da un modo diverso di raccontarla.

Ha collaborato con diverse aziende nell'ambito assicurativo ed è stato professore di matematica e di logica.

COSA CI RISERVERÀ L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Scenario futuro, applicazioni pratiche e risvolti etici

Che impatto avrà l'intelligenza artificiale sulla società, sulla vita delle persone e sulle imprese? Come cambieranno le dinamiche? L'impresa nel mondo dell'Intelligenza Artificiale, l'impresa predittiva, come funzionerà? Reskilling: lavoro nel futuro o futuro senza lavoro? IA del futuro: come costruire robot di cui ci si può fidare? L'IA è fallibile? Quali i rischi di sopravvalutare e sottovalutare l'IA? Intelligenza predittiva, cognitiva, interattiva e la figura dell'ethical manager: far convivere uomo e macchine tramite paradigmi etici.

Giulia Baccarin

Nota Biografica

Ingegnere biomedico, ha sempre avuto una profonda passione per algoritmi predittivi e robot.

Attiva nella promozione di una discussione profonda circa il ruolo dell'etica dell'intelligenza artificiale, è Co-fondatrice di MIPU e Managing Director di I-care, dove si occupa di IA e manutenzione predittiva.

Ha lavorato in Giappone con l'Executive Training Program della Commissione Europea.

ORYOKI **Affrontare l'ossessione** **al risultato con la via dell'elegante conseguimento**

Oryoki è un modo di agire indissolubilmente unito ad un modo di pensare. Il manager che fosse capace di Oryoki conquisterebbe quella leggerezza e quella determinazione che farebbero sì il risultato «si presenti da solo». Potremmo dire che il manager che consegue questo stato di coscienza che chiamiamo per semplicità Oryoki potrebbe permettersi (ogni azione che sia fatta entro l'Oryoki). Anche se il suo conseguimento è una strada lunga e forse non adatta a tutti, il solo mettersi in cammino verso l'Oryoki è di per sé il conseguimento che si vedrà nei risultati ma soprattutto nella pace dello spirito. Il concetto di Oryoki, di origine giapponese, è di fondamentale supporto a un intervento che tocchi l'organizzazione delle sue strutture, nelle sue procedure, nei suoi cambiamenti. Nelle imprese l'ossessivo richiamo ai risultati quando è oltre la misura corretta (per l'appunto Oryoki) produce l'effetto opposto, rallenta il conseguimento degli obiettivi economici.

Luciano Traquandi

Nota Biografica

È ingegnere (Politecnico di Milano) e ha un'esperienza di oltre dieci anni nell'ambito industriale, presso una azienda italiana di telecomunicazioni e una multinazionale nel campo dei semiconduttori. Ha lavorato in Europa, Estremo Oriente e Nord America.

È professore a contratto dal 1994 di Psico-Sociologia Aziendale all'Università LIUC di Castellanza, dove insegna Human Resources Management in Multicultural Context. È docente in HEC - Hautes Etudes Commerciales (Parigi) di Paradigmi non convenzionali di management (Thinking out of the box). È stato docente per 20 anni in "Intercultural Communication" presso l'Université Jean Moulin di Lione e professeur invité Mastère Stratégie all'Université Paris 2 Sorbonne. È docente di Comportamento Organizzativo all'EMBA del MIP, Business School del Politecnico di Milano, e di *Leadership* presso l'università SUPSI (Lugano). È inoltre direttore del Master Spiritualità e Management.



The European House
Ambrosetti

THE EUROPEAN HOUSE AMBROSETTI - ACADEMY

CONTATTI



academy@ambrosetti.eu



Team Academy +39 0246753.291



www.academy.ambrosetti.eu



The European House - Ambrosetti

ACADEMY