



# 1- SCENARI DEL CAMBIAMENTO VISIONE, INNOVAZIONE E SVILUPPO

300 €

## RAGION D'ESSERE E OBIETTIVI

- Giornata introduttiva al programma di formazione dell'Accademia. Illustra le basi culturali di riferimento e i principali risvolti gestionali in grado di comprendere l'attuale evoluzione epocale dei mercati e degli stili di consumo.
- Permette di avviare la comprensione delle tematiche specialistiche previste nei diversi seminari al fine di facilitare le scelte dei manager/imprenditori.

## PUNTI FORTI E ORIGINALI

- Comprensione del nuovo che avanza.
- Identificazione delle problematiche da affrontare con priorità nel cambiamento.
- Visione «sistemica» della cultura d'impresa.

## PROGRAMMA

### ❖ *Mattino (9.30 – 13.30)*

- Illustrazione degli **scenari evolutivi** per le imprese del terzo millennio.
- Utilizzo dei «**sei principi naturali**» come filtro per prendere le giuste decisioni gestionali.
- Crisi di mercato e nuove opportunità: **dalla Green alla Blue Economy**.
- Nuovi bisogni, nuovi mercati: **le opportunità concrete**.
- **Dal Profitto al Valore Aggiunto**: come migliorare il benessere dell'impresa, della società civile e del territorio senza rinunciare al Profitto.

### ❖ *Pranzo con buffet (13.30 – 14.30)*

### ❖ *Pomeriggio (14.30 – 16.30)*

- Individuazione delle **metodologie di base** per ogni funzione d'impresa, in plenaria:

**STRATEGIA:** Strategia d'impresa, di territorio e direzione sostenibile  
(Prof. Ricotti)

**OPERATIONS:** Diagnosi d'impresa e identificazione delle opportunità gestionali (Dr. Plata)

**FINANZA:** Rendicontazione non finanziaria e impatti sul valore d'impresa  
(Dr. Gasperini)





## 2 - STRATEGIA COMPETITIVA DIREZIONE SOSTENIBILE

400 €

### **RAGION D'ESSERE E OBIETTIVI**

- Senza smentire la propria strategia competitiva, il seminario affronta il tema di come sia possibile **migliorare il proprio profilo strategico** in un contesto di mercati e stili di vita sostenibili.
- Permette di comprendere e identificare le **proprie forze esclusive non replicabili**, e renderle veri perni strategici durevoli.
- Permette di edificare nel tempo un'**identità di marca e una personalità autorevole** e credibile per le imprese, con particolare riferimento alle PMI di Territorio.

### **PUNTI FORTI E ORIGINALI**

- Utilizzo dei **principi naturali** per una revisione critica delle proprie prassi gestionali.
- Utilizzo dell'esclusiva matrice di **Posizionamento Strategico Sostenibile** per individuare la propria direzione strategica difendibile ad elevato Valore Aggiunto.
- Matrici valide sia per le grandi imprese, sia per le PMI di territorio, sia per l'individuazione delle strategie competitive dei territori stessi.

### **PROGRAMMA**

#### ❖ *1° sessione (9.30 – 13.30)*

- Il quadro di riferimento competitivo nel contesto dell'**evoluzione degli stili di consumo e dei nuovi mercati emergenti**.
- **Mapa di segmentazione** delle forze esclusive delle organizzazioni Profit e Non Profit.
- Mapa del **quadro competitivo** di riferimento.
- Illustrazione dell'originale modello di **Posizionamento Strategico Sostenibile** dell'Accademia applicabile anche alle PMI di territorio e ai territori stessi.
- **CASE HISTORY: UN'IMPRESA MECCANICA, UN TERRITORIO**

Presentazione e briefing per un esercizio di soluzione da svolgere in home working per la 2° sessione.

#### ❖ *2° sessione (9.30 – 13.30)*

- Laboratorio ed esercitazione in cui le singole tavole di segmentazione e matrici di posizionamento sviluppate sulla case history saranno commentate e discusse assieme ai docenti al fine di sedimentare una corretta conoscenza e pratica per un'implementazione nella propria organizzazione.
- Ogni partecipante potrà elaborare di propria iniziativa lo stesso materiale sul proprio caso aziendale per trattarlo individualmente con i docenti.





## 3 - DIAGNOSI D'IMPRESA IDENTIFICAZIONE FATTORI CRITICI E OPPORTUNITA'

400 €

### **RAGION D'ESSERE E OBIETTIVI**

- Questo seminario affronta il tema di come individuare su una griglia completa delle attività di impresa e gestire i **punti di forza e di debolezza** in relazione alle coerenze con i temi della sostenibilità e con la strategia competitiva dell'Impresa stessa.
- Permette di comprendere – in autovalutazione - come selezionare le attività e le priorità volte ad avviare i **processi di cambiamento necessari**.
- Permette di individuare le aree di possibile e immediato intervento a maggiore impatto e a minore invasività.

### **PUNTI FORTI E ORIGINALI**

- Utilizzo dello strumento esclusivo **PLESI**, approcciabile su 3 livelli di funzionalità organizzativa (proprietà, management e organico).
- Utilizzo su standard universale o specifico per settore.

### **PROGRAMMA**

#### ❖ *1° sessione (9.30 – 13.30)*

- Illustrazione dell'indice di valutazione **PLESI**, settorialmente definibile, e dell'importanza dell'integrazione dei comparti d'impresa analizzati.
- Logica e criteri degli algoritmi impiegati ai fini della **valutazione degli indicatori di performance**.
- Sintesi della rappresentazione dei singoli indici e **infografica di comparto e totale**.
- Valutazione critica dei possibili **risultati**.
- Identificazione delle **priorità d'azione** e adattamento culturale dell'organizzazione.

#### • **CASE HISTORY: UN'AZIENDA DOLCIARIA**

Presentazione e briefing per un esercizio di valutazione da svolgere in home working per la 2° sessione.

#### ❖ *2° sessione (9.30 – 13.30)*

- Laboratorio ed esercitazione in cui i singoli PLESI sviluppati sulla case history saranno commentati e discussi assieme ai docenti al fine di sedimentare una corretta conoscenza e pratica per una successiva implementazione nella propria organizzazione.
- Ogni partecipante potrà elaborare di propria iniziativa lo stesso materiale sul proprio caso aziendale per trattarlo individualmente con i docenti.





## 4 - DIAGNOSI DI MERCATO GAP STRATEGICI DA COLMARE

400 €

### **RAGION D'ESSERE E OBIETTIVI**

- Il seminario permette di identificare i **punti critici di raccordo** tra le attese dei propri clienti/consum-attori e l'immagine/reputazione dell'organizzazione in relazione ai temi della sostenibilità.
- Permette di comprendere come selezionare le attività e le priorità volte ad **avviare i processi di cambiamento**.

### **PUNTI FORTI E ORIGINALI**

- Tramite l'utilizzo dello strumento gestionale **PLECAS** è possibile conoscere le aspettative di sostenibilità rilevanti per il cliente in rapporto all'immagine dell'Impresa.
- Per rispondere alle aspettative, in presenza dell'autovalutazione PLESI (2° seminario) permette di confrontare la percezione interna rispetto alla percezione esterna e alla rilevanza espressa dai propri clienti e consumatori sui singoli fattori.
- Semplice ed economico rispetto ad ogni altra possibile ricerca di mercato.

### **PROGRAMMA**

#### ❖ *1° sessione (9.30 – 13.30)*

- Illustrazione dell'**indice di valutazione PLECAS** in relazione alla percezione dell'impresa Profit o Non Profit presso i propri clienti/consum-attori.
- Logica e criteri di coerenza con i **potenziali cambiamenti degli stili di consumo** e nuovi mercati.
- Analisi didattica e metodologica dei **possibili GAP esistenti** tra percezione interna e percezione esterna.
- Valutazione critica della scelta sulle **priorità d'azione** a prescindere delle apparenti forze e debolezze.

#### • **CASE HISTORY: UN'AZIENDA DI PUBLISHING & ADV**

Presentazione e briefing per un esercizio di valutazione da svolgere in home working per la 2° sessione.

#### ❖ *2° sessione (9.30 – 13.30)*

- Laboratorio ed esercitazione sui risultati della diagnostica espressa sulla case history presentata e possibile confronto individuale su quanto sviluppato dai singoli partecipanti per la propria impresa.





## 5 - ECONOMIA CIRCOLARE, SUPPLY CHAIN SOSTENIBILE CATENA DEL VALORE COMPATIBILE

800 €

### **RAGION D'ESSERE E OBIETTIVI**

- Il seminario rende possibile organizzare e gestire la **sostenibilità nella propria Supply Chain**.
- Consente di conoscere e integrare l'**Economia Circolare** ai fini della gestione delle Imprese, apprendendo le metodologie e gli strumenti utili per l'evoluzione della propria Catena del Valore.
- Supporta i **cambiamenti compatibili** con la realtà dell'impresa esistente.

### **PUNTI FORTI E ORIGINALI**

- Acquisizione di metodologie e tecniche riconosciute internazionalmente e testate con successo in diversi settori ed imprese.
- Superamento dei riferimenti gestionali tradizionali.
- Identificazione delle aree di possibili risparmi da reinvestire sull'evoluzione dell'Impresa.

### **PROGRAMMA**

- ❖ *1° giornata (09.00 – 18.00, con buffet ore 13.00)*
  - Illustrazione dell'**Economia Circolare** e della sua applicazione per le imprese Profit e Non Profit anche alla luce delle modifiche al quadro normativo sulle responsabilità.
  - Illustrazione del **significato della Catena lunga del Valore** e correlazioni con l'Economia Circolare, la Sostenibilità e il mercato.
  - Identificazione delle variabili sensibili sia ai vincoli di Sostenibilità, sia ai risparmi possibili per la definizione di una propria specifica **catena del valore** che sia **compatibile** nell'impresa.
  - Impatto della Supply Chain nelle **finalità di marketing** e nel «**business**».
- ❖ *2° giornata (09.00 – 18.00, con buffet ore 13.00)*
  - L'impostazione dei **progetti di sostenibilità di prodotto e di processo**: probabilità di successo e criticità da gestire.
  - Modalità di selezione della organizzazione di **sostenibilità end-to-end**, nei diversi livelli di fornitura, nelle categorie merceologiche di acquisto e logiche di priorità.





## 6 - RENDICONTAZIONE NON FINANZIARIA

FATTORI AMBIENTALI, SOCIALI, DI GOVERNANCE (ESG) E IMPATTI SUL VALORE D'IMPRESA

400 €

### RAGION D'ESSERE E OBIETTIVI

- Il seminario ha l'obiettivo di illustrare i recenti sviluppi della **Corporate Reporting** per la comunicazione delle informazioni ambientali, sociali e la governance (ESG).
- Permette di comprendere come i valori e gli **indici intangibili d'Impresa** (KPI immateriali) influiscono sul valore dell'Impresa e la sua reale capacità di competere in modo durevole e sostenibile.

### PUNTI FORTI E ORIGINALI

- Comprendere le opportunità ed i rischi attraverso i nuovi strumenti di corporate reporting.
- Migliorare la valutazione finanziaria e la Sostenibilità delle Imprese Profit e Non Profit.
- Comprendere gli impatti nelle Imprese misurabili in termini di qualità della vita e di sostenibilità.

### PROGRAMMA

#### ❖ 1° sessione (9.30 – 13.30)

- Bilancio di Sostenibilità, Report Integrato e Dichiarazione di carattere non finanziario ex D.Lgs. 254/2016.
- La materialità delle **informazioni non finanziarie**.
- Metodologie per comunicare la **Finanza Sostenibile**.
- Gli indici qualitativi **BES** (Benessere Equo sostenibile).
- I 17 **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile** (SDGs) dell'ONU 2030.

#### • **CASE HISTORY: RAPPORTO BES DI UN'AMMINISTRAZIONE COMUNALE**

Presentazione e briefing per un esercizio di valutazione da svolgere in home working per la 2° sessione.

#### ❖ 2° sessione (9.30 – 13.30)

- I partecipanti si confronteranno con i docenti sulla case history presentata e sperimenteranno l'esercizio di una rendicontazione per un'azienda del proprio settore in rapporto allo stesso territorio presentato nel caso, specificando aree di intervento, iniziative, motivazioni e misurazioni.





## 7 – IN PLACEMENT FELICITÀ D'IMPRESA

400 €

### **RAGION D'ESSERE E OBIETTIVI**

- Il seminario offre gli spunti per una evoluta e diversa **gestione delle risorse umane** per promuovere il cambiamento culturale dell'Impresa.
- Fornisce evidenze scientifiche e strumenti per sprigionare il potenziale dell'intangibile, per avviare il **Talent Management** e per unire Eccellenza e Felicità delle persone nell'Impresa.

### **PUNTI FORTI E ORIGINALI**

- Superamento dei tradizionali workshop sulla motivazione, autostima e leadership.
- Forte stimolo della capacità creativa.
- Funzionalità del sistema relazionale.
- Il cambiamento culturale per una diversa motivazione al lavoro.

### **PROGRAMMA**

#### ❖ *1° sessione (9.30 – 13.30)*

- Accelerare il **Cultural Change**: design a dream.
- “Vision e Innovation in action”. Sprigionare il **potenziale dell'intangibile** per Creare Valore.
- Il concept “**Felicità**” come nuovo importante valore aggiunto dell'impresa e per le persone.
- Evidenze scientifiche: successo, sicurezza, salute e felicità come evoluzione percorribile.

#### ❖ *2° sessione (9.30 – 13.30)*

- Valorizzare il capitale umano, implementare un posizionamento strategico che ottimizza la remunerazione immateriale.
- Comunicazione “generativa” per facilitare nuovi equilibri con-vincenti.
- Rivalutare l'immaterialità: co-generare felicità per ben-lavorare e ben-vivere.
- Eu-stress, Work-Engagement: attivare e catalizzare circoli virtuosi che si autoalimentano.

