



### Mario Maffi

Mario Maffi insegna Letteratura americana presso l'Università degli Studi di Milano. Dopo essersi occupato delle culture giovanili negli Stati Uniti degli anni '60, il prof. Mario Maffi ha rivolto la propria attenzione allo studio dell'intreccio delle componenti economiche, sociali, politiche e culturali nel periodo compreso fra la Guerra Civile e la Prima Guerra Mondiale, e in particolare allo studio delle culture urbane e immigrate. Tra le sue ultime pubblicazioni segnaliamo: *Nel mosaico della città. Differenze etniche e nuove culture in un quartiere di New York* (Feltrinelli 1992), *New York. L'isola delle colline* (Il Saggiatore, 1995; di prossima ripubblicazione presso Feltrinelli), *Sotto le torri di Manhattan. Mappe. Nomi. Storie. Luoghi* (Rizzoli, 1998; di prossima pubblicazione presso una casa editrice americana). *Londra. Mappe. Storie. Labirinti* (Rizzoli, 2000).

### Antonio Martelli

Antonio Martelli è professore di Strategia e Politica Aziendale presso l'Università Commerciale Luigi Bocconi. È presidente della SITEA - Ricerche e Strategie di Sviluppo, gruppo professionale che si occupa di consulenza strategica mediante previsioni economiche e di settore, nonché elaborazione di scenari, operando per grandi aziende, associazioni imprenditoriali ed enti internazionali. È autore di diversi libri tra cui: *Scenari e strategie*, 1988; *Analisi strategica mediante scenari*, 1992; *Il mondo nel 2010*; *Le mappe del cambiamento*, 1997, nonché di moltissimi articoli e saggi di economia e management. Collabora abitualmente a Il "Sole/24 Ore", "Sviluppo & Organizzazione", "Uomini e Business".

### Riccardo Calimani

Riccardo Calimani si è laureato in ingegneria elettronica all'Università di Padova e in filosofia della scienza all'Università di Venezia. Fra le sue pubblicazioni segnaliamo *Storia del ghetto di Venezia* (1985, 1995), *I destini e le avventure dell'intellettuale ebreo* (1996) Premio Tobagi nel 1996, *Capitali europee dell'ebraismo* (1998), *Paolo l'ebreo che creò il Cristianesimo* (1999), *Ebrei e pregiudizio; Introduzione alla dinamica dell'odio* (2000). Nel 1986 ha ottenuto il Premio Cultura della Presidenza del Consiglio dei Ministri e nel 1997 il Premio Europeo della Cultura. Ha lavorato alla Rai Radiotelevisione Italiana dal novembre 1977 al luglio 2000 e, negli ultimi cinque anni, è stato direttore della sede regionale del Veneto.

### Mario Unnia

Mario Unnia è presidente della società di ricerche sociopolitiche e studi predittivi Prospecta. Insegna analisi degli scenari nei corsi manageriali di Fiat, Unilever, Zanussi, Omnitel. Ha fondato e diretto le riviste "Etica degli affari e delle professioni" e "Federalismo e società". Collabora a "Uomini e Business", "L'Impresa al plurale", "Sviluppo & Organizzazione", "Etica ed Economia", "Rassegna della BRE", "For" e "Next"; editorialista del quotidiano politico-economico "Italia Oggi".



ISTUD | Istituto Studi Direzionali



Confederazione Nazionale  
dell'Artigianato e della Piccola  
e Media Impresa

Federazione Regionale dell'Emilia-Romagna

analogie  
lezioni per dirigenti di associazioni di rappresentanza  
2003 / 2004



*I fatti e le rappresentazioni non sempre hanno un solo significato.  
Spesso temi e accadimenti presentano somiglianze se non elementi comuni.  
Esplicitare queste affinità significa "pensare per analogie".*

# Pensare per analogie

L'iniziativa intende riprendere il ciclo di incontri "Analogie" realizzato durante il corso del 2002, fornendo nuove occasioni di confronto e stimolo a partire da riflessioni su temi non strettamente manageriali.

Obiettivo di questi incontri è creare delle occasioni in cui il management di CNA Emilia Romagna possa apprendere nuove possibilità di *vedere*, approcciare e affrontare le tematiche emergenti in modo leggero e nello stesso tempo ampio ed esaustivo.

L'esercizio "pensare per analogie", come nella precedente edizione, si svolge in due momenti: nel primo l'esperto espone il tema individuato, mettendone in evidenza i tratti più significativi; nel secondo momento il moderatore coordina la discussione al fine di esplicitare le analogie che il tema suggerisce. L'esito dell'esercizio, che ha la piacevolezza dell'intrattenimento, è il far emergere significati celati di fatti e situazioni apparentemente lontani e l'arricchimento dei criteri con cui orientare l'azione imprenditoriale e manageriale.

PRIMO INCONTRO

7 luglio 2003

## Cosa imparare dalla storia reale: il passato.

Poiché le premesse del presente sono nel passato, la capacità di leggere i fatti trascorsi costituisce un know how indispensabile per la classe dirigente dell'associazione.

Errori compiuti nella valutazione del passato hanno costituito le premesse per gravi errori di strategia e di tattica che hanno compromesso il presente e il futuro.

L'analogia sarà presentata da Mario Maffi, docente di storia della letteratura degli Stati Uniti.

SECONDO INCONTRO

29 settembre 2003

## Cosa imparare dalla storia virtuale: il futuro.

Il futuro può essere vissuto come destino o come progetto: nel primo caso lo si subisce, nel secondo lo si progetta.

Il futuro può essere previsto non nei dettagli ma nelle tendenze portanti. L'imprevisto succede e sorprende, ma la discontinuità nella tendenza, come la chiamano i predittori, può essere intravista e anche anticipata.

Errori possono essere compiuti nell'analisi del futuro, vista anche la estrema labilità della materia. Ma l'alternativa all'analisi degli scenari possibili è una sola: aspettare gli accadimenti, sperando nella buona sorte. In un contesto di Marketing associativo quanto mai competitivo non ci si può affidare alla fortuna.

L'analogia sarà presentata da Antonio Martelli, docente di scenari.

TERZO INCONTRO

1 dicembre 2003

## Operare in rete.

Pensare la rete come una struttura piatta è un errore. Anche la rete è gerarchica, ha centri di potere forte e centri di potere debole.

Le reti si compenetrano: si appartiene dunque a più di una rete. Ogni organizzazione è una rete nella rete più vasta; anzi, in più di una rete più vasta.

Muoversi nella rete e in rete, per i singoli e per le organizzazioni, vuole dire gestire una strategia di poliappartenza e sviluppare rapporti complessi con interlocutori, alleati e concorrenti.

Esistono organizzazioni che hanno fatto dell'agire in rete la norma e hanno sviluppato una strategia collaudata.

L'analogia sarà presentata da Riccardo Calimani, esperto di storia dell'ebraismo.

QUARTO INCONTRO

febbraio 2004

## Operare in solitario.

La coerenza, la determinazione, la forza dell'identità possono suggerire o imporre agli imprenditori e alle organizzazioni di pensare e agire secondo una strategia che implica la solitudine.

Prepararsi, pianificare, agire in solitario è proprio dei caratteri forti, delle individualità definite, ma al tempo stesso sapienti, adattive e diplomatiche.

L'imprenditore e l'organizzazione leader sanno essere soli, quando è necessario.

In una comunicazione successiva vi saranno fornite le specifiche dell'analogia.

# INFORMAZIONI

Modererà gli incontri **Mario Unnia**

In occasione di ogni singolo incontro verrà inviato un promemoria con specificata la data, la sede e l'orario.

**La partecipazione è gratuita. I posti sono riservati; pertanto, al fine di assicurare un miglior servizio, si prega di confermare la presenza.**

Per maggiori informazioni e per l'adesione ad ogni singolo incontro si prega di contattare **Beatrice Tragni** - tel. **051/6099430** - e-mail **tragni@er.cna.it** - fax **051/375760**.