

3/2015

# SAILING

Nuove rotte per navigare verso il cambiamento

# Indice

• <a href="#"><u>29 ottobre 2015</u></a>		
La comunicazione tecnica a scopo commerciale	p.	3
• <a href="#"><u>5 novembre 2015</u></a>		
Navigare nel “nuovo normale” delle imprese: cosa fare nella variabilità dei processi interni e dei mercati	p.	4
• <a href="#"><u>11 novembre 2015</u></a>		
Il bilancio per i non specialisti: elementi formali e indicazioni strategiche	p.	6
• <a href="#"><u>18 novembre 2015</u></a>		
Cre-Attività: l'intelligenza creativa in azione, per l'innovazione e il problem solving	p.	7
• <a href="#"><u>20 novembre 2015</u></a>		
International financial statement analysis and taxation: new compulsory accounting principles by OECD for multinational Companies	p.	8
• <a href="#"><u>24 novembre 2015</u></a>		
Valutazione delle aziende: metodologie e applicazioni	p.	9
• <a href="#"><u>30 novembre 2015</u></a>		
Il manager come broker di competenze logiche e tecniche: concetti di base e simulazione su un tool informatico di assessment	p.	11
• <a href="#"><u>3 dicembre 2015</u></a>		
Prevenire i danni reputazionali attraverso una corretta gestione del rischio: conformità e opportunità	P.	12
• <a href="#"><u>10 dicembre 2015</u></a>		
L'efficacia di un'organizzazione e l'applicazione dei "livelli logici della PNL" alla catena del valore	p.	13
• <a href="#"><u>16 dicembre 2015</u></a>		
Il contratto internazionale quale arma vincente e strumento di espansione per l'azienda: strumenti di fondo e laboratorio pratico di Legal English	p.	14
Informazioni e modalità di iscrizione	p.	16
Scheda di adesione	p.	17

# LA COMUNICAZIONE TECNICA A SCOPO COMMERCIALE

Roma, 29 ottobre 2015

9.30-18.00

## Obiettivi

Fornire strumenti e forme di allenamento per aumentare l'efficacia della comunicazione e conseguire un obiettivo come un contratto con committente privato o committente business, o un bando di gara. Migliorare i risultati nelle seguenti attività: acquisire il cliente, proteggere il prezzo, conservare il cliente, ridurre il conflitto in ambiti lavorativi.

La giornata è rivolta soprattutto, ma non solo, a manager con formazione tecnica che vogliono migliorare la propria comunicazione in ambito commerciale.

## Contenuti principali

Con chi comunica un manager di formazione tecnica?

- comunicazione con il cliente finale (business to consumer)
- comunicazione fra aziende diverse (business to business)
- comunicazione all'interno dell'azienda
- identificare il decision maker: i vari ruoli che si assumono in un gruppo
- situazioni che generano conflitto, e ricorso al problem solving

Come fare una presentazione efficace

- il messaggio che si vuole trasmettere
- identificare il tipo di audience (high context – low context)
- consigli comportamentali (fra cui il body language) per parlare in pubblico
- tecniche di comunicazione (focus, ipotesi, tempi) e consigli pratici (il know how tecnico)

Strumenti, tecniche e strategie di vendita

- spostare l'attenzione del cliente dal prezzo al *valore*
- vendere una soluzione (situazione, problema, implicazione, need / pay off)
- come scrivere un executive summary o un abstract con finalità commerciali
- i grafici come strumento (dati di partenza, aspetto grafico ed aspetti contenutistici)

Il contesto e gli attori della comunicazione

- conoscere il proprio interlocutore commerciale
- acquisire informazioni, business intelligence, customer intelligence
- open innovation e co-creazione fra azienda e clienti
- consigli pratici relativi al know how tecnico

## **Alfredo Angrisani**

Ingegnere elettronico specializzato nella Supply Chain, gestione di sistemi commerciali, progettazione CCPM e Agile Scrum. Certificato CPIM Apics, CDDP ISCEA, PSM I Scrum.org

# **NAVIGARE NEL “NUOVO NORMALE” DELLE IMPRESE: cosa fare nella variabilità dei processi interni e dei mercati**

**Roma, 5 novembre 2015  
9.30-18.00**

## **Obiettivi**

Viviamo immersi in una “nuova normalità” fatta di condizioni sempre mutevoli per le imprese, con soggetti sul mercato e autonomi nelle scelte ma connessi fra loro: i sistemi complessi adattivi, il cui comportamento non è prevedibile.

Ne sono quotidiani esempi i mercati finanziari, le merci, la politica, i sistemi sociali, le supply chain, la formazione, l’informazione, ecc.

In queste condizioni, i tradizionali metodi di gestione si rivelano inutili – e a volte controproducenti - perché tutti basati su relazioni causa-effetto con una prevedibilità che oggi per le imprese non è più possibile.

Il workshop si propone di illustrare caratteristiche e meccanismi d’impresa di questi sistemi, evidenziare la loro intrinseca “nuova semplicità” e, infine, indicare alcune delle metodologie emerse negli ultimi anni per navigare sicuramente ed efficacemente in queste nuove acque.

## **Contenuti principali**

Che senso hanno le cose, dal punto di vista di un’impresa?

- Dove siamo, davvero? Il Cynefin Framework e i tre tipi di sistemi per un’impresa oggi
- Il senso del leader per la rotta (ma non per la destinazione)
- Decidere la stella polare per le scelte aziendali

Il metodo empirico: istruzioni per l’uso nei processi aziendali

Andiamo sul pratico: una strage di “vacche sacre”

- Contabilità analitica: le Smart Metrics
- Gestione progetti: essere Agile
- Produzione e supply chain: lasciarsi trainare senza troppe complicazioni
- Business & vendite: dal venditore come “ultimo artigiano” al surfing negli imprevisi di ordini, forniture in ritardo, vendite effettive
- Formazione: da Socrate ad Ackoff, rimettere l’apprendimento con la parte giusta “in alto”

## Mantenere le promesse in un'impresa

- Chi promette a chi? (e come misurare i risultati raggiunti)
- Tre ruoli per il dirigente
- Rispetto, trasparenza, etica sono incorporate in una buona impresa
- Quando si adotta un metodo in azienda, va utilizzato e rispettato
- Come una conclusione: possibilità di un follow up di coaching da concordare col docente

# **IL BILANCIO PER I NON SPECIALISTI: elementi formali e indicazioni strategiche**

**Roma, 11 novembre 2015  
9.30-18.00**

## **Obiettivi**

Comprendere i numeri è fondamentale per orientarsi nella gestione di un'azienda, e il bilancio è inevitabilmente il punto di partenza per effettuare una diagnosi sulla salute di un'azienda.

Il corso ha pertanto la finalità di illustrare i contenuti del bilancio, come prescritto dalla legge, e le modalità per effettuare delle basilari analisi di bilancio, che costituiscono il presupposto per eventuali scelte strategiche aziendali.

Un ultimo tema trattato, anche se in modo introduttivo, è l'analisi dei costi, che costituisce un altro strumento per decisioni di strategie aziendali.

## **Contenuti principali**

La disciplina di bilancio: un primo sguardo introduttivo

Il bilancio: esame di tutte le componenti e di tutti i principali aspetti

Gli indicatori di bilancio

Le indicazioni “non scritte” che il bilancio può offrire

Il bilancio e l'impostazione della strategia aziendale

La contabilità dei costi

La giornata si basa su materiali e sulla visualizzazione dei contenuti di bilanci di società quotate in Borsa.

## **Armando Ravasi**

Consulente e formatore aziendale per realtà multinazionali, esperto in formazione comportamentale, titolare di Aware & Positive (Milano)

# **CRE-ATTIVITÀ: l'intelligenza creativa in azione, per l'innovazione e il problem solving**

**Roma, 18 novembre 2015**

**9.30-18.00**

## **Obiettivi**

Aumentare la consapevolezza che la creatività si può sviluppare, e la si può usare per renderci la vita migliore.

Acquisire strumenti per imparare ad imparare, facendo leva sulla creatività.

Vivere qualche sano momento di “disorientamento creativo”.

Avere l'occasione di mettersi utilmente in gioco, di divertirsi apprendendo.

## **Contenuti principali**

Una giornata “form-attiva” caratterizzata da un approccio intellettualmente sfidante e esperienzialmente coinvolgente, orientata allo sviluppo personale toccando questi temi:

- creatività ed abitudini, creatività e cambiamenti
- creatività nell'apprendimento, sapersi mettere in gioco
- logica ed intuito, razionalità ed emozione
- gestione creativa del proprio tempo, contro ansia e stress
- creatività nel gestire fraintendimenti ed obiezioni nella relazione interpersonale
- negoziare nei conflitti, con creatività
- pensiero divergente e convergente per un problem solving metodico
- importanza di regole e fiducia per una collaborazione creativamente efficace
- l'illusione del sapere, illusioni percettive, illusioni cognitive
- pensiero positivo e auto-motivazione

Condivideremo strumenti utili per orientare la nostra creatività alla gestione della vita quotidiana e del lavoro, per meglio raggiungere i nostri obiettivi. Ciò che tratteremo riguarda lo sviluppo personale, ma non è un corso del tipo “Come avere successo e diventare felici in sette mosse”. Certamente condivideremo suggerimenti pratici, anche subito applicabili, ma che richiedono un po' di impegno.

## **Mascia Ferrari**

Visiting Professor at the New York University, docente presso la Facoltà di Economia Marco Biagi dell'Università di Modena e Reggio Emilia

# **INTERNATIONAL FINANCIAL STATEMENT ANALYSIS AND TAXATION: new accounting principles by OECD for multinational companies**

**Roma, 20 novembre 2015  
9.30-18.00**

**(Il corso si terrà in italiano, ma è richiesta la capacità di lettura dei materiali in lingua inglese).**

This course is designed to address the increasing need of analyzing and interpreting financial statement information from international companies. It provides a framework for using these financial data in a variety of business contexts from many countries.

Therefore, the course is for the student interested in working in a multinational context. You will acquire the tools and techniques necessary to compare financial statements written under different accounting languages and to evaluate the performance of companies doing business in many countries.

What distinguishes this course from other courses in Financial Statement Analysis is the emphasis on identifying and understanding the differences between financial statements prepared on the basis of accounting principles generally accepted in the United States (U.S. GAAP) and International Financial Reporting Standards (IFRS).

The course blends a comparative analysis between two bodies of accounting principles with the new taxation requirements for the transfer pricing imposed by the Organization for Economic Co-operation and Development (OECD).

The taxation sections are focused on the developments related to the base erosion and profit shifting (BEPS). You will learn about the new disclosure policy imposed by the OECD on any country to boost transparency starting from the fiscal year 2016.

The course consists of three parts:

- 1) analysis of the differences between IFRS and US GAAP and how to reconcile the two bodies of principles;
- 2) comparison of performance of international companies through real cases from many industries (except financial institutions and utilities). We will consider the viewpoint of the user of financial statement information;
- 3) study of the new requirements for transfer pricing: the new methods and the reporting templates imposed by OECD.

## Arturo Luciani

Consulente di direzione senior e fondatore di Eudoxia (Roma)

# VALUTAZIONE DELLE AZIENDE: metodologie e applicazioni

Roma, 24 novembre 2015

9.30-18.00

## Obiettivi

Il corso sviluppa in modo sistematico le principali e più utilizzate tecniche di valutazione delle aziende. Attraverso l'analisi di casi concreti ne spiega le modalità di applicazione nell'ambito della finanza mobiliare.

Si rivolge a tutti i soggetti coinvolti, a vario titolo, nella gestione strategica delle Imprese:

Imprenditori e Ceo;

Responsabili amministrativi e finanziari d'impresa.

Il corso è indirizzato anche a coloro che vogliono allargare le proprie conoscenze professionali sulle valutazioni di impresa. È richiesta la conoscenza di base dell'analisi di bilancio.

## Contenuti principali

Introduzione ai metodi di valutazione d'azienda

Ruolo della valutazione nelle diverse aree della finanza

L'analisi fondamentale per la previsione dei flussi di cassa

Metodi di valutazione: il modello dei flussi di cassa (c.d. Discounted Cash Flow)

- Significato e stima dei flussi di cassa attesi
- Determinazione dei tassi di crescita ( $g$ ) dell'utile e del reddito operativo
- Determinazione dei tassi di attualizzazione dei flussi (Capital Asset Pricing Model)
- Modello per imprese unlevered
- Modello per imprese levered
- Determinanti del Terminal Value
- Valutazione dell'impresa e del capitale netto
- Metodi valutazione: i moltiplicatori di mercato

Tipologia e metodologia dei multipli

Determinanti teoriche del P/E, P/BV, EV/EBITDA, EV/Sales

Il processo applicativo dei multipli

#### Altri metodi di valutazione delle aziende

- Il metodo dell'EVA (Economic Value Added)
- Il metodo del NAV (Net Asset Value)

#### La valutazione del capitale nelle procedure concorsuali

- Le valutazioni del capitale nel fallimento
- Brevi richiami ai caratteri della procedura
- Le fasi della procedura fallimentare e gli interventi di natura economico aziendale
- Le valutazioni del capitale nel concordato preventivo
- Illustrazione di casi
- Applicazione dei metodi di valutazione per settore

#### Analisi dei principali fattori del processo di pricing per le nuove quotazioni (IPO)

#### Esercitazioni pratiche guidate

#### Valutazione delle aziende non quotate

- Analisi e applicazione delle principali metodologie
- L'uso dei multipli di transazioni comparabili

## **Silvia de Martino**

Consulente di organizzazione e change management

## **Noemi Rossi**

PHD e Consulente di direzione MANOPA, docente presso l'Università di Cassino e del Lazio Meridionale, coordinatrice della giornata

# **II MANAGER COME BROKER DI COMPETENZE LOGICHE E TECNICHE: concetti di base e simulazione su un tool informatico di assessment**

**Roma, 30 novembre 2015**

**9.30-18.00**

### **Obiettivi**

Evidenziare come la gestione e lo sviluppo delle competenze siano sempre più importanti per il successo delle aziende e per il miglioramento delle performance.

Mettere a disposizione di manager e figure direzionali alcuni metodi e conoscenze utili per l'audit delle competenze interne, il cambiamento e il successo dell'azienda.

Proporre una trattazione e riflessione sul bilancio di competenze, e il possibile utilizzo formativo di questo strumento.

### **Contenuti principali**

Presentazione del sistema delle competenze nella gestione manageriale

Modalità di valutazione/audit e di valorizzazione delle core competencies

Capacità manageriali per promuovere lo sviluppo e l'innovazione del business

Alcuni esempi di strumenti informatizzati o meno e delle loro caratteristiche

Sperimentazione in aula di *un tool informatizzato per l'assessment* delle competenze

Lavoro di gruppo e confronto sulle soluzioni da dare a problemi concreti nell'ambito di un'azienda "virtuale"

Discussione in plenaria sui risultati dei gruppi

Elaborazione di una mappa delle competenze *core* dei manager oggi.

Il tool informatizzato (Web Behaviour Assessment) rappresenta una situazione realistica in cui un manager deve analizzare e risolvere problemi, relazionarsi con capi, colleghi e collaboratori, decidere, convincere etc. In una parola, esprimere una leadership efficace.

# **PREVENIRE I DANNI REPUTAZIONALI ATTRAVERSO UNA CORRETTA GESTIONE DEL RISCHIO: conformità e opportunità**

**Roma, 3 dicembre 2015  
9.30-18.00**

## **Obiettivi**

Moltissime aziende subiscono danni reputazionali, nonché economici e giudiziari, a causa di sistemi di controllo non idonei e/o non attuati correttamente per gestire tali eventi. Il rischio non si può eliminare, ma può essere mitigato, trasferito, evitato o accettato. Ancor più importante è che la direzione aziendale sia in grado di riconoscerlo, di quantificarne l'impatto e, infine, di valorizzarne gli effetti. Tali aspetti sono assolutamente determinanti per progettare ed implementare un efficace sistema di controllo.

Lo scopo di ogni realtà aziendale dovrebbe essere incrementare il valore e gestire i rischi della propria impresa, cercando di creare una "cultura del rischio", un linguaggio comune per cui l'organizzazione sia pienamente in grado di prevenire eventi che possano minare la reputazione costruita negli anni ed avere gravi conseguenze.

## **Contenuti principali**

Il concetto di rischio (definizione, frequenza, probabilità, impatto, valutazione, algoritmo, dimensione qualitativa)

La gestione del rischio

Il rischio nel fare impresa (reputazionale, imprenditoriale, economico, finanziario, patrimoniale, operativo, di discontinuità operativa, e di altro tipo)

L'analisi di vulnerabilità

La mappa dei rischi

Il processo di gestione del rischio

I principi della normativa internazionale

La normativa (cogente e volontaria)

Il sistema di gestione del rischio e della compliance

Il repertorio delle best practices

La comunicazione in situazioni di crisi

## **Pierluigi Vessio**

Consulente senior di direzione, TeikosLab (Bologna-Modena)

# **L'EFFICACIA DI UN'ORGANIZZAZIONE E L'APPLICAZIONE DEI "LIVELLI LOGICI DELLA PNL" ALLA CATENA DEL VALORE**

**Roma, 10 dicembre 2015  
9.30-18.00**

## **Obiettivi**

Le aziende leader non si limitano ad istruire i propri collaboratori solamente su “cosa e come” fare, ma investono tempo spiegando loro "perché" farlo. Questo workshop approfondisce in modo trasversale i passaggi che, partendo da una Vision chiara e definita, generano risultati coerenti con i valori aziendali, fidelizzano la clientela e contribuiscono alla valorizzazione del brand.

L'obiettivo è di scoprire una nuova chiave di lettura derivata dai livelli logici della Programmazione Neuro Linguistica e dal Coaching, quale strumento di “allineamento organizzativo” tra valori, strategia, operation e risultati, agendo sulla qualità del processo decisionale di manager e collaboratori.

## **Contenuti principali**

Il modello di "allineamento organizzativo": un primo sguardo

Le performances di un'azienda: le fasi e i risultati attesi

Le dinamiche dei 7 Livelli logici della PNL applicati in azienda:  
identità-vision-valori-convinzioni-abilità-comportamento-ambiente

Allineamento valoriale trasversale

Allineamento valoriale top-down

Diritti e doveri: aspettative, criteri e risultati

Goal Setting: obiettivi ben formati

Pianificazione strategica ed operativa

Leadership e motivazione

Problem solving, decision making e delega

Coaching skills for manager

Feedback efficaci e costruttivi e risoluzione dei conflitti

Dimostrazione ed esercitazioni pratiche per sperimentare l'immediata applicazione dello strumento in azienda e misurarne l'efficacia.

## **Simona Piccioni**

Avvocato, fondatrice del centro studi "École Jean Monnet", giurista internazionale di impresa, esperta in Contract Law, consulente e formatrice in tema di contratti internazionali e Legal English

# **IL CONTRATTO INTERNAZIONALE QUALE ARMA VINCENTE E STRUMENTO DI ESPANSIONE PER L'AZIENDA: strumenti di fondo e laboratorio pratico di Legal English**

**Roma, 16 dicembre 2015  
9.30-18.00**

## **Obiettivi**

Il corso si prefigge di portare i corsisti a conoscenza delle principali problematiche *giuridico-internazionalistiche e linguistiche* connesse alla redazione di un contratto internazionale in lingua inglese, grazie ad un'attenta disamina del sistema delle fonti, della disciplina applicabile a livello internazionale, nonché delle diverse tipologie di contratti maggiormente in uso presso gli Uffici Legali delle nostre PMI e Spa (Contratto di Agenzia, Subfornitura, Compravendita internazionale, Contratto di Licenza di Know how, Joint venture).

Sarà operato un *focus* particolare sulle clausole chiave del contratto.

## **Contenuti principali**

Definizione del contratto internazionale: il processo di internazionalizzazione; perché scoprire e apprezzare la diversità di un Paese; come giocare d'anticipo, dettare le "regole del gioco" e raggiungere i c.d. business targets?

Le problematiche da affrontare nella redazione di un contratto internazionale e le sue fasi di esecuzione. L'importanza dell'uso del Legal English ed i "falsi amici".

Le soluzioni prospettabili alle principali problematiche.

Un primo approccio al contratto internazionale quale arma vincente e strumento di espansione per l'azienda.

Le fonti del contratto internazionale: la lex mercatoria, il General Agreement on Tariffs and Trade, il Diritto delle Convenzioni: Convenzione di Vienna del 1980 e sue recenti modifiche ed integrazioni; Convenzione di Roma del 1980, Convenzione di Bruxelles del 1968, le Formulating Agencies.

L'UNCITRAL, l'International Chamber of Commerce, i c.d. "Incoterms"; principi UNIDROIT dei contratti commerciali internazionali; un tentativo di definizione del contratto internazionale, i principi generali applicabili ai contratti internazionali, l'A.D.R.; la c.d. "Battle of Forms". La fase "patologica" del contratto il Breach of Contract e la Liability; i Liquidated Damages; la Termination del contratto; la Rescission.

Criteri guida per redigere un contratto completo e sicuro (ovvero: tecniche di redazione di un contratto internazionale a "basso rischio").

Lo studio e l'approccio con un diverso sistema Paese (es. il mercato indiano).

Esercitazione pratica: simulazione di una check-list per la redazione di un contratto internazionale con un partner indiano.

Consegna e discussione del materiale didattico con schede contrattuali e schede Paese (India).

A fine corso sarà somministrato un test con multiple choice.

## INFORMAZIONI E MODALITÀ DI ISCRIZIONE AI SEMINARI SAILING 2015

I corsi sono rivolti non solo a Dirigenti, ma ad ogni figura aziendale.

Per iscriversi è necessario compilare la scheda di adesione e inviarla completa di firma e timbro aziendale con una delle seguenti modalità:

- via fax al n. 06-4403421

- via e-mail a: [marialuisa.lusetti@federmanageracademy.it](mailto:marialuisa.lusetti@federmanageracademy.it)

La stessa scheda è scaricabile da: [www.federmanageracademy.it](http://www.federmanageracademy.it)

La scheda di iscrizione deve pervenire almeno 15 gg prima dell'avvio dell'attività ed il pagamento non oltre 7 giorni prima della data prevista del corso.

### Quote di partecipazione

- **500 € + Iva** per iscritti a Federmanager;

- **550 €+ Iva** per non iscritti a Federmanager;

- **300 €+ Iva** per Dirigenti momentaneamente inoccupati

### Agevolazioni iscrizioni multiple

- **Abbonamento a 6 adesioni: € 2.600 + Iva**

- **Abbonamento a 10 adesioni: € 4.200 + Iva**

Per coloro che senza sottoscrivere l'abbonamento, intendono partecipare ad un secondo o ad un terzo seminario, vi è uno sconto rispettivamente del **10%** e del **20%** sul prezzo iniziale. **Ogni attività su richiesta può essere attivata anche a livello AZIENDALE.**

### Formazione finanziata per le aziende

Federmanager Academy è certificata UNI EN ISO 9001:2008 e quindi è abilitata ad attuare i piani finanziati dai Fondi Interprofessionali. Ogni azienda ha la disponibilità di ottenere finanziamenti accedendo al Fondo a cui è iscritta. Si consiglia di rivolgersi alla propria Direzione del Personale per verificare questa opportunità. Per coloro che intendano partecipare attraverso i canali finanziati, è possibile rivolgersi a [marialuisa.lusetti@federmanageracademy.it](mailto:marialuisa.lusetti@federmanageracademy.it)

### Pagamento e coordinate bancarie

L'iscrizione s'intende perfezionata con il pagamento da effettuarsi a conferma del corso da parte del coordinamento didattico di FMA attraverso bonifico a favore di:

Federmanager Academy S.r.l.  
Veneto Banca S.c.p.a. - Filiale 118 Roma Tiburtina  
IT79 V050 3503 2011 1857 0452 586  
ABI 05035 CAB 03201 CIN V

### Copia del versamento deve essere sempre inviata a uno dei seguenti riferimenti:

- via fax al n. 06-4403421

- via e-mail a: [marialuisa.lusetti@federmanageracademy.it](mailto:marialuisa.lusetti@federmanageracademy.it)

Al ricevimento della quota di iscrizione, verrà spedita online la fattura quietanzata intestata secondo le indicazioni fornite nella scheda di iscrizione.

In caso di mancato pagamento, non sarà ammessa la partecipazione dell'iscritto.

Eventuali rinvii nelle date dei corsi saranno comunicati sul sito o, a seguito di contatto, dai riferimenti di FMA già indicati.

*Per informazioni ed iscrizioni su contenuti, aspetti organizzativi, costi, abbonamenti a più seminari, agevolazioni economiche e possibilità di finanziamento contattare:*

### **Marialuisa Lusetti**

[marialuisa.lusetti@federmanageracademy.it](mailto:marialuisa.lusetti@federmanageracademy.it)

[www.federmanageracademy.it](http://www.federmanageracademy.it)

## SCHEDA DI ISCRIZIONE

Si prega di compilare la scheda in ogni sua parte e spedirla via fax al numero 06/4403421 o via email all'indirizzo: [marialuisa.lusetti@federmanageracademy.it](mailto:marialuisa.lusetti@federmanageracademy.it)

### Titolo del corso

Seminario 1 \_\_\_\_\_  
 Seminario 2 \_\_\_\_\_  
 Seminario 3 \_\_\_\_\_  
 Seminario 4 \_\_\_\_\_  
 Seminario 5 \_\_\_\_\_  
 Seminario 6 \_\_\_\_\_

### Dati del partecipante

Nome e cognome \_\_\_\_\_  
 Data e luogo di nascita \_\_\_\_\_  
 Codice fiscale \_\_\_\_\_  
 Telefono \_\_\_\_\_ E-mail \_\_\_\_\_  
 Posizione ricoperta \_\_\_\_\_  
 Iscritto a Federmanager  Sì  No  
 Azienda aderente a Fondirigenti  Sì  No

### Dati sede legale (intestazione fattura)

Ragione sociale \_\_\_\_\_  
 Via n. \_\_\_\_\_  
 CAP Città Prov. \_\_\_\_\_  
 Telefono \_\_\_\_\_  
 Fax \_\_\_\_\_  
 Partita IVA \_\_\_\_\_ Codice Fiscale \_\_\_\_\_  
 Settore merceologico \_\_\_\_\_  
 Numero dipendenti \_\_\_\_\_ Di cui Dirigenti \_\_\_\_\_  
 Amministrazione \_\_\_\_\_ E-mail \_\_\_\_\_  
 Referente formazione \_\_\_\_\_  
 E-mail \_\_\_\_\_

### Dati sede operativa del partecipante (solo se diversa dalla sede legale)

Ragione sociale \_\_\_\_\_  
 Via n. \_\_\_\_\_  
 CAP Città Prov. \_\_\_\_\_  
 Telefono Fax \_\_\_\_\_

### Persona da contattare per conferma iscrizione e comunicazioni

Nome e cognome: \_\_\_\_\_  
 Telefono Fax \_\_\_\_\_  
 E-mail \_\_\_\_\_

*In osservanza al disposto del Decreto Legislativo 196/2003, e fermi restando i diritti dell'interessato definiti nell'art.13 del decreto stesso, si informa che i dati sopra riportati verranno registrati nella nostra banca dati, finalizzata a gestire l'invio di documentazione sui corsi sopra indicati e su altri corsi di Federmanager Academy.*

Data, firma e timbro aziendale

\_\_\_\_\_