

## Arte e cultura driver dello sviluppo, con il supporto di Start up e di sistemi ICT innovativi

*Non è nuovo che gran parte del mondo associ l'Italia ad un'immagine di cultura, di stile e di bellezza.*

*La straordinaria eredità che abbiamo ricevuto dal passato, in termini di beni archeologici, artistici e culturali, oltre che le bellezze naturali, ci pongono in una posizione sicuramente invidiabile.*

*Sappiamo quanta ammirazione ci viene espressa dagli stranieri, specie da quelli che amano il nostro Paese. Ma spesso l'ammirazione viene oggi accompagnata da preoccupazione e da un senso di delusione. "Cosa state facendo di questo patrimonio?": questa la domanda, che, se non espressa, viene comunque letta, in alcuni casi, negli occhi dei nostri interlocutori d'oltre confine.*

*Preoccupazione più che lecita se ci soffermiamo su alcune immagini che spesso mandiamo per il mondo: paesaggi deturpati dal cemento, cumuli di immondizia nelle strade, dimore storiche e siti archeologici abbandonati nel degrado.*

*Certo, il potere della comunicazione spesso finisce per colpire l'immaginazione più con il negativo che con il positivo. È facile deturpare un'immagine sia essa di un Paese che di un'opera d'arte, ma è molto difficile ricostruire una positiva.*

*L'eredità che abbiamo ricevuto ci fa quindi pensare a figli che dilapidano il prezioso patrimonio lasciato dai loro padri.*

*Si tratta in effetti di un'eredità tanto ampia, fragile e complessa, da porre anche un problema: quello del suo mantenimento e del relativo rapporto costo/benefici, in epoche di competizioni sempre più serrate.*

*È quindi ancor più necessario che questo patrimonio vada sempre più verso una sua chiara collocazione economica, e tutto il contesto, in cui si propone, operi in modo da consentirne da un lato la giusta tutela, dall'altro la creazione di quell'insieme di fattori che ne esaltino le condizioni per una corretta fruizione da parte di tutti.*

*Di tali problematiche vi è ovviamente una sempre maggiore consapevolezza, ma all'atto pratico una serie di viscosità e di cattive pratiche rendono il percorso quanto mai arduo.*

*Numerosi sono, in effetti, gli elementi che possono determinare una migliore fruizione del Cultural Heritage (ormai denominato CH, ma noi preferiremmo Beni Culturali: forse ancora un segno del declino). Fra questi ovviamente la comunicazione, l'ICT, ma anche e soprattutto come il Paese si propone nel mondo.*

*C'è un indice, come al solito di origine anglosassone, che oggi va per la maggiore e che riassume alcuni dei fattori di questo tipo di valutazione. È il Country Brand Index.*

Questo indicatore è ritenuto, fin dall'esordio, il più efficace a valutare la percezione complessiva che si ha di un intero Paese. Non si limita a fotografie statiche, ma analizza le dimostrazioni di dinamismo, l'apertura alle sfide della globalità e della contemporaneità, la capacità di valorizzare l'eredità storica, artistica, culturale.

Alcuni parametri che compongono l'indice riguardano aspetti come: Value System, Quality of Life, Good for Business, Heritage & Culture, Tourism.

Un indice che non assume a riferimento solo indicatori economici ma "pesa" la capacità di attrarre clienti, acquirenti, venditori, turisti in un Paese.

Nel 2005 l'indice generale vedeva l'Italia in testa. Il nostro Paese primeggiava per arte e cultura nonché per retaggio storico. Era ben posizionato per accoglienza alle famiglie e godeva di un buon piazzamento per gli affari e per il turismo congressuale. Significativo, allora, era il quinto posto tra i Paesi che la ricerca presumeva dovessero ulteriormente rafforzarsi, alle spalle di Cina, Corea del Sud, Australia ed Emirati Arabi Uniti.

Dopo aver perso varie posizioni nella classifica, nel 2012 l'Italia scende di ben cinque gradini, attestandosi al 15° posto.

Come History e Art and Culture siamo ancora al primo posto. Il che ci deve fare ancor più riflettere!

Come dire: "i nostri antenati sono i primi nei ranking mondiali e noi occupiamo posizioni sempre più basse".

Del resto sono molti altri i parametri che non ci vedono primeggiare.

Senza proporre il solito cahier de doléances, non si possono nascondere alcuni dei mali che da anni affliggono lo sviluppo del nostro sistema socio-economico: i costi della politica (e non solo, se si pensa alla vasta area grigia fra pubblico e privato), le difficoltà che incontrano giovani, ricerca, innovazione e creatività, la mancanza di un prodotto ICT nazionale in grado di proporsi strategicamente sui mercati globali, l'estrema complessità del sistema normativo, il debito pubblico: tutti fattori, che gravano fra l'altro sulle aziende, costrette ad operare nella concorrenza globale.

Del resto l'Italia, forse più di altri Paesi, si trova oggi a gestire un marchio di tipo nazionale, che, sotto etichette come Made in Italy o Italian Style, tende ad associare un immaginario piuttosto ampio, che collega le bellezze artistiche e paesaggistiche del Paese con alcuni settori produttivi che vanno dal design, alla moda, all'enogastronomia. Dunque un vantaggio.

L'ICT può avere insieme ad altri fattori, come detto, un ruolo determinante, purché ci si liberi finalmente da un ruolo di dipendenza quasi totale dall'estero.

Il fattore ICT è strategico e richiede per affermarsi una forte componente di innovazione prodotta, spesso confusa dalle nostre parti con quella acquistata.

*Mentre i Palazzi nostrani parlano e dibattono di ICT, altri affermano la loro creatività e i prodotti della loro ricerca, creando la trasformazione epocale a cui assistiamo.*

*Del resto non solo la comunicazione, ma anche gli strumenti dell'organizzazione e del commercio su basi informatiche non sono di nostra produzione.*

*Il commercio elettronico, la gestione in Rete del turismo, i sistemi di prenotazione online, ecc. sono in massima parte prodotti all'estero, per cui non è facile eludere questi passaggi obbligati, peraltro costosi e vincolanti.*

*Ma situazioni analoghe si stanno concretizzando per Biblioteche, Musei, luoghi d'arte.*

*Abbiamo più volte ripetuto che a chi produce innovazione all'estero va tutta la nostra ammirazione, ma vorremmo anche che una parte di queste sfide appartenessero al nostro Paese, almeno per quanto riguarda la cultura, come continuità con il passato.*

*Molti di questi fattori incidono, infatti, direttamente sulla nostra affermazione a livello globale.*

*Ad esempio, per quanto riguarda i flussi turistici si è avuto negli anni un continuo incremento ed il confronto con gli altri Paesi ci vede oggi al quinto posto su base mondiale dopo Francia, Stati Uniti, Cina e Spagna, negli arrivi, e dopo Stati Uniti, Spagna, Francia e Cina, negli introiti.*

*Va però detto che tutto il turismo mondiale è cresciuto nell'ultimo decennio e per quanto riguarda l'Italia, pur avendo usufruito della crescita, tuttavia si è registrato un peggioramento del ranking, essendo stata superata da Cina e Spagna.*

*La penetrazione dell'online, in questo campo, è piuttosto elevata. A fine 2011 circa il 41% dei viaggi è stato comprato in Europa su Internet, con circa 4 punti di differenza in meno rispetto agli Stati Uniti, con UK, Scandinavia, Francia, Germania, Spagna e Italia ai primi 6 posti.*

*Ma per quanto concerne i sistemi di prenotazione online di linee aeree, alberghi, ecc., il ranking dei Siti maggiormente utilizzati per le prenotazioni sono Olandesi, Americani, Canadesi, Inglesi, ecc.. Si deve arrivare al 76° posto per trovare con Alitalia un Sito italiano.*

*Quindi, come si sa, la Rete e l'ICT non solo come strumenti di comunicazione, di promozione e di coinvolgimento, non solo come gestori e ottimizzatori del complesso sistema produttivo e commerciale, ma anche come mezzo di vendita diretta B2C. Tutti settori nei quali si profila una sempre maggiore competizione globale e nei quali poco siamo artefici di soluzioni, strumenti e piattaforme.*

### **Le premesse c'erano e ci sarebbero ancora i presupposti.**

*E' da anni che diciamo che va lasciato spazio ai giovani e alla loro creatività, e gli vada creato quell'humus, che in altri Paesi gli ha consentito, da piccoli scantinati, di sviluppare le loro idee rivoluzionarie, ma altrettanto fantastiche.*

*E mentre qualcuno imponeva al mondo intero piattaforme, applicativi e apparecchiature uniche, noi eravamo impegnati a riempire la nostra PA di migliaia di SI diversi, che dovevano fare le stesse cose, di migliaia di data center non dialoganti fra loro, ecc.. Pare che ora qualcuno se ne stia accorgendo.*

*Chi scrive ha una lunga esperienza del "fare" e sa quanti ostacoli e quante asperità si frappongono su questa via nel nostro Paese.*

*L'Inforav stessa nasce da grandi progetti ICT, fra cui l'Italgire, la banca dati delle sentenze della Cassazione, che, aprendo la strada all'informatica giuridica, costituì all'epoca una realizzazione informatica di avanguardia nel mondo, e su cui, anche attraverso vari Congressi internazionali, si concentrò un notevole interesse da parte pure di grandi Paesi fra cui Stati Uniti e Cina.*

*Fu quello un periodo interessante dell'ICT nazionale, che durò ancora 10-15 anni, in cui l'Italia, con molte Aziende fra cui in primis l'Olivetti, teneva testa per ricerca e creatività alla concorrenza mondiale.*

*Proprio in questo settore ai primissimi anni '90, pensammo, allora al Poligrafico, di realizzare con l'ENIT una banca dati in campo turistico-culturale, partendo da alcune pubblicazioni da noi stampate.*

*L'idea, che proponemmo, era quella di far arrivare tramite Rete (allora si cominciava a parlare di "World Wide Web", non ancora di Internet) un'immagine dell'Italia sia artistica che ricettiva, allo scopo di attrarre un maggior numero di turisti e di portare meglio nel mondo i suoi prodotti.*

*Mettemmo in Rete 3.000 Musei, con relative immagini, 35.000 alberghi, itinerari, eventi, il tutto reso accessibile da un browser "fatto in casa" e a costi bassissimi.*

*Appena in Rete, arrivarono email da tutto il mondo, che dimostravano interesse ed entusiasmo. Era, in effetti, la prima banca dati al mondo in campo turistico e culturale.*

*Aggiungo solo che, con altrettanta lungimiranza, tentammo di introdurre sistemi di prenotazione online per i voli aerei o gli alberghi, e, ricordo, un catalogo del Made in Italy, di cui parlammo con l'ICE. Mission impossible.*

*Da allora tante cose, tante storie, il famoso "Portale Italia", un Sistema-Paese sempre più complesso e difficilmente penetrabile.*

*Eppure i presupposti ci sono ancora.*

*Quella leadership, che tuttora deteniamo per storia e cultura può essere ancora valorizzata con i nuovi linguaggi e opportunità. Siamo ancora in tempo, ma per le varie esperienze acquisite sentiamo che i margini sono sempre più stretti. Bisogna finalmente liberare le energie migliori per riprendere anche attraverso l'ICT le posizioni che ci competono e che gran parte del mondo ci riconosce.*

*Per quanto ci riguarda non possiamo tacere che abbiamo idee-progetto, peraltro già in parte realizzate a livello prototipale, molto innovative e capaci di dare un sia pur piccolo contributo alle strategie di sviluppo del Paese. Le difficoltà che si incontrano sono tantissime, ma di questo parleremo in un altro momento.*

### **Le Start up fra le possibili soluzioni.**

*Dalle Start up può arrivare un contributo al rilancio tecnologico e innovativo del Paese. Un tema oggi variamente dibattuto, di cui abbiamo voluto cogliere alcuni aspetti.*

*Le economie occidentali sembrano aver esaurito la spinta verso la crescita industriale, soprattutto per quanto riguarda la produzione di beni materiali.*

*Un fenomeno che riguarda molto meno i Paesi emergenti, ma che in Società, già sature per quanto riguarda i consumi dei predetti beni, dovrebbe costituire la premessa per un'alternativa di sviluppo.*

*Si tratta ovviamente di una componente che presenta numerose sfaccettature e che può essere interpretato in vari modi.*

*Da un lato, ad esempio, il passaggio alla fruizione di beni immateriali e soprattutto culturali, può essere sicuramente visto come un'ulteriore occasione di emancipazione della specie umana, di liberazione dalle necessità meno nobili, di riduzione della tanto discussa dissipazione di risorse del pianeta.*

*Dall'altro gli squilibri e le difficoltà che un passaggio del genere comporta propone vari interrogativi a cui rispondere: ad esempio, chi, come e verso quali obiettivi ne prenderà la leadership? E poi, ancora, se da un lato i Paesi più opulenti vedono ridurre le proprie attività industriali, quale destino aspetta i tantissimi individui, che anche in questi Paesi non raggiungono nemmeno il minimo per il sostentamento?*

*Comunque oggi il percorso verso la smaterializzazione dei consumi è ormai avviato.*

*Sta di fatto che alcuni Paesi, Stati Uniti in testa, hanno intrapreso questa strada, sviluppando un'economia postindustriale, certamente più instabile della precedente, ma al tempo stesso ricca di successi.*

*Anche in Europa e nei Paesi asiatici migliaia di nuovi laureati si sono indirizzati verso le professioni dei settori culturali e creativi.*

*I risultati ottenuti in Europa negli ultimi 5-6 anni non sono stati tuttavia soddisfacenti.*

*Il passaggio al postindustriale, tanto conclamato, non è stato così semplice: per quali motivi?*

*C'è da dire che il fenomeno della Silicon Valley americana, con grandi successi (e anche qualche tonfo), è da ascrivere ad un humus costruito da un Paese relativamente giovane e pronto al cambiamento e alle sfide globali.*

*In Europa questo è avvenuto in misura molto minore, mentre in Italia si è finito per privilegiare, per quanto riguarda l'ICT, la vendita alla creazione di nuovi prodotti capaci di competere a livello internazionale. Si dice che non c'è stato l'humus adatto, ma in effetti il problema è ancora più ampio.*

*La crisi europea degli ultimi 5 anni dimostrerebbe che il passaggio al modello postindustriale è tutt'altro che semplice e scontato, ma bisogna analizzare quanto ciò sia dovuto alle difficoltà intrinseche del passaggio e quanto a fattori come l'eccessiva burocrazia europea, la mancanza di una forte volontà collettiva, l'invecchiamento della popolazione. Certamente in diverse misure da Paese a Paese.*

*La strategia "Europa 2020" proposta dalla Commissione ha come finalità quella di ricollocare l'Europa in un percorso di crescita a lungo termine, con misure specifiche a sostegno della crescita intelligente, sostenibile ed inclusiva.*

*Il nuovo Programma Quadro Europa Creativa incrementa comunque i finanziamenti alla cultura per quasi il 10%. Un'ulteriore scommessa sulle nuove strategie di sviluppo.*

*Ci domandiamo se l'Italia sarà in grado, sulla base di questi nuovi stimoli, di sviluppare un tessuto di impresa culturale, diffusa e vincente, che, libera di agire sul mercato, superi i freni dell'apparato, gli ostacoli posti dalle posizioni di rendita, la logica perdente basata solo sullo sfruttamento passivo del nostro patrimonio culturale.*

*Al centro di questo cambiamento si sta inserendo il mondo delle Start up culturali, che da circa un decennio si vanno proponendo sul mercato. Alla base vi sono idee, creatività e nuovi modi di sviluppare attività economiche in campo culturale.*

*Le Start up si sviluppano partendo in genere da capitali privati, pronti a scommettere sul successo di idee capaci di affermarsi sui mercati.*

*Un sistema, quello dei venture capital, che parte chiaramente in ritardo rispetto ad altri Paesi come gli Stati Uniti dove ha avuto in gran parte successo, ma che può incontrare maggiori difficoltà in un sistema economico come il nostro, non aperto a questo tipo di soluzioni e che non dispone di un adeguato ecosistema, anche se non sono mancati e non mancano esempi positivi.*

*Fra le caratteristiche di queste nuove Imprese vi sono aspetti come la velocità di adattamento al mutare delle situazioni, l'interdisciplinarietà, la capacità di cogliere nuove esigenze, la realizzazione di progetti innovativi dai contorni non sempre ben definiti, la rapidità di esecuzione, ecc.. Roba da giovani in gamba!*

*Come farebbe un creativo nel vecchio sistema, quasi sempre pragmatico e legato agli schemi e poteri esistenti, a raccontare una propria idea, nuova, a volte rivoluzionaria? Sarebbe un totale insuccesso, soprattutto se l'idea venisse esposta di fronte a decisori pubblici, tanto presi da regolamenti e altre scartoffie (bene che vada), o in contesti come le stesse Call europee nella vecchia concezione, organizzazioni imprenditoriali, esperti commerciali, manager abituati a gestire la concretezza di gare pubbliche, commesse, re-*

lazioni, ecc.. Ma ora almeno il concetto di creatività e la spinta all'innovazione sembrano passare.

Le Start up culturali devono rispondere, affrontandone anche il rischio, a nuove esigenze, ad un pubblico non più statico fruitore delle bellezze, dell'arte e della cultura, ma pronto a partecipare e a relazionarsi in maniera interattiva. Certo, nel modo giusto, che piace, che cattura la fantasia, che crea un nuovo charm o nuove emozioni. Si tratta di creare modelli e strategie in grado di gestire la nuova complessità dei processi sociali, economici e comunicativi interessati. L'approccio è sia creativo che razionale. È necessario realizzare ecosistemi, in cui il terzo settore, le istituzioni, l'associazionismo e le imprese si inseriscano in governance articolate, capaci di dialogare con nuove forme di imprese sociali e culturali.

È il tema del tempo, quindi, quello su cui occorre lavorare.

Il processo non è immediato né semplice, ma complesso. Chi intuisce meglio i nuovi bisogni e li sa assecondare, raggiunge il traguardo.

Il Programma Quadro pone dunque delle sfide, per nuove forme di progettazione, produzione e distribuzione di servizi e prodotti culturali.

Non è troppo tardi per evitare che altri Paesi conquistino definitivamente anche uno dei beni più preziosi della vecchia Europa e soprattutto dell'Italia. Ma i tempi sono stretti se non strettissimi.

Ci si domanda se il vecchio pachiderma, lento, burocratico e relazionale, ce la farà ad acquisire l'agilità e la libertà di espressione, necessarie a rispondere con la dovuta rapidità al cambiamento.

Noi, che abbiamo accumulato tante esperienze in questi campi, abbiamo un certo dubbio, ma stiamo comunque lavorando per dare il nostro contributo, sia pure fra le note difficoltà.

Start up può essere in Europa e soprattutto in Italia, sia pure con il ritardo di alcuni anni, un modo per superare l'ostacolo, per abbattere i muri e le viscosità di un vecchio sistema, incerto fra pubblico e privato, ma soprattutto certo di conservare se stesso.

Start up, finalmente sinonimo di giovane, innovazione, talento e creatività, oltre che di vero mercato. Sarà così?

Giuseppe FIANDANESE

# PubbliTesi

 banca dati nazionale delle migliori Tesi

a cura di **Inforav** • in collaborazione con il **CNR** • e con il patrocinio del **MIUR**

PubbliTesi ([www.pubblitesi.it](http://www.pubblitesi.it)) è la banca dati nazionale per la raccolta bibliografica in rete delle migliori Tesi di Laurea Specialistica e di Dottorato di Ricerca, presentate negli Atenei italiani, che aderiscono all'iniziativa. La banca dati, che comprende tutte le discipline universitarie, fra cui l'Alta Formazione Artistica e Culturale, è stata realizzata dall'Inforav, Istituto, senza fini di lucro, per lo sviluppo e la gestione avanzata dell'informazione.

Gli obiettivi dell'iniziativa sono, fra l'altro:

- salvaguardare il patrimonio di idee e di studi, contenuto nelle migliori Tesi
- renderlo più facilmente disponibile ad Enti, Imprese ed Istituti di Ricerca
- contribuire a valorizzare talento, creatività ed innovazione
- promuovere percorsi di eccellenza, nell'interesse collettivo.



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

**Università + giovani talenti + innovazione + Enti e Imprese =  
sviluppo**

Per ulteriori informazioni: Inforav - Via Barberini, 3 - 00187 Roma - [inforav@inforav.it](mailto:inforav@inforav.it)

- tel. 06 42873797 - [www.inforav.it](http://www.inforav.it) - o visitare il sito [www.pubblitesi.it](http://www.pubblitesi.it)





*"C'è vero progresso solo quando i vantaggi di una nuova tecnologia diventano per tutti." - Henry Ford*

## **PubbliScienze è un progetto Inforav di divulgazione scientifica, approvato dal MIUR nel 2009**

Derivato da PubbliTesi, il sistema è finalizzato a contribuire alla diffusione della cultura della ricerca e dell'innovazione in Italia, attraverso la presentazione in rete delle recensioni delle migliori Tesi di Laurea e di Dottorato, o di articoli pubblicati dai giovani Autori nelle Riviste specializzate.

A differenza di Pubblitesi, che svolge maggiormente una funzione bibliografica, con la raccolta delle migliori Tesi di Laurea e di Dottorato, PubbliScienze ([www.pubbliscienze/inforav.it](http://www.pubbliscienze/inforav.it)) è uno strumento più comunicativo, con l'intento di facilitare l'interazione fra i giovani migliori Laureati ed Istituzioni, Enti di Ricerca ed Imprese, nell'interesse generale e dei singoli Autori. La divulgazione è infatti indirizzata ad Enti e Imprese, interessate al recruiting di elevato e specifico profilo, o a sviluppare le idee esposte.

Lo stesso Autore provvede alla stesura della recensione della sua Tesi o Pubblicazione, utilizzando termini semplici e comprensibili. La recensione viene sottoposta, prima di essere pubblicata, ad una revisione da parte della Redazione

In apposite rubriche del Sito o nel Forum, gli Autori possono esprimere in vario modo anche proprie idee innovative, risultati di ricerche, ecc..

*La scienza e la cultura costituiscano le fondamenta di un Paese e del suo progresso, ed il fertile terreno per coltivare l'armonia fra i Popoli ed il mondo che li circonda: non vogliamo dimenticarlo, dando un piccolo contributo a tenere unite le forze migliori e più giovani.*

**Inforav** - Istituto per lo sviluppo e la gestione avanzata dell'informazione  
Via Barberini, 3 - 0187 Roma - 06 42873797 - [www.inforav.it](http://www.inforav.it)



ISTITUTO POLIGRAFICO  
E ZECCA DELLO STATO



MINISTERO DELL'ECONOMIA  
E DELLE FINANZE



**DIGITALIZZAZIONE SOSTENIBILE**

[WWW.SISTEMAMODUS.EU](http://WWW.SISTEMAMODUS.EU)

In partenza a febbraio la III Edizione dell'**Executive Master in IT Governance & Management (EMIT)**, promosso da LUISS Business School in collaborazione con HSPI SpA, e patrocinato da ASSINFORM, itSMF Italia, AIEA, FIDA Inform, CDTI di Roma, Clusit, AUSED, TÜV, IAOP e PMForum.

Il Master è finalizzato allo *sviluppo delle competenze manageriali, necessarie alla gestione dell'intero ciclo di vita dei Servizi IT* consolidando ed integrando:

- le **competenze verticali di processo** Demand, Portfolio Mgmt, Architecture Mgmt, Development, Change, SLM, Capacity Mgmt, Security & Compliance Mgmt, Deployment, Asset Mgmt, Service Support, Operation
- le **competenze trasversali** Project Management, (re-)ingegnerizzazione dei processi, Performance Mgmt, progettazione organizzativa, gestione del cambiamento, ICT Financial Mgmt, gestione degli aspetti legali e contrattuali, Sourcing & Vendor Mgmt, Audit

**È rivolto ai professionisti del settore IT** di grandi aziende ed organizzazioni pubbliche, con particolare riferimento ai seguenti profili:

- CIO (Chief Information Officer) e loro prime linee
- Demand Manager, Service Manager e specialisti di processo e di funzione ICT
- Auditor di sistemi informativi

#### I numeri di EMIT:

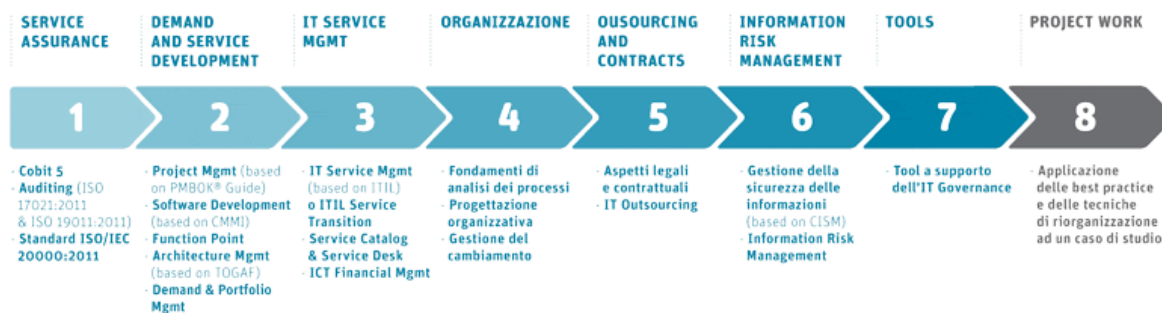
**44** giornate di formazione (formula weekend: venerdì 10:00 – 18:00, sabato 9:30 – 17:30)

**18** mesi sui quali il Master è distribuito (febbraio 2013 – giugno 2013)

**5** prove di esame per l'accesso alle relative certificazioni

- Certificazione ITIL® v3 Foundation
- Certificazione PMP® - Project Management Professional
- Certificazione COBIT Foundation
- Qualifica ISO/IEC 20000 Lead Auditor
- Certificazione CISM - Certified Information Security Manager

**8** moduli formativi



Oltre ad un percorso formativo completo e la possibilità di acquisire alcune delle principali certificazioni riconosciute a livello internazionale, EMIT include:

- l'utilizzo di **Business Simulation**, giochi di ruolo nei quali i partecipanti sono protagonisti attivi che sperimentano le soluzioni apprese dalle best practice e comprendono gli impatti della specializzazione del processo
- l'organizzazione di **simulazioni di esame** delle certificazioni previste
- la presenza di **testimonianze di professionisti e ospiti di eccellenza**

Per informazioni o iscrizioni rivolgersi a [LUISS Business School](http://LUISS Business School):

tel 06.85.222.264 | n.ri verdi 800-901194 & 800-901195 | lbs@luiss.it