

Seminari di formazione manageriale



A.D.D.
SRL

CANNE, WATERLOO, STALINGRADO.

IMPARARE A VINCERE DALLE GRANDI
SCONFITTE DELLA STORIA



Percorsi di polemologia | Andrea Dalledonne

Canne, Waterloo, Stalingrado

Imparare a vincere dalle grandi sconfitte della storia

PRESENTAZIONE DEL SEMINARIO

*Il nemico è un buon professore,
ma le sue lezioni costano caro.*
Generale Charles Mangin

Perché studiare la sconfitta invece che la storia di qualche impresa di successo? Cosa possono imparare, imprenditori e manager, dalle vicende delle più grandi disfatte militari?

Saper individuare le cause più frequenti della sconfitta significa incamminarsi già sulla strada della vittoria.

Obiettivo di questa esperienza formativa è quello di analizzare le cause più frequenti di successo (e insuccesso) aziendale, attraverso lo studio delle tre più celebri sconfitte della storia: Canne, Waterloo, Stalingrado.

D'altronde non è difficile intravedere un parallelo tra la gestione d'impresa e la *polemologia* (dal greco: *pólemos*, guerra e *logos*, studio), ovvero la disciplina che da oltre duemila anni studia i modelli strategici ed organizzativi sottostanti ad ogni successo militare.

Sul mercato, come in ogni conflitto, assistiamo infatti ad un confronto di volontà e di forze per sconfiggere il piano d'azione dell'avversario. Imprenditori, generali e manager delineano la propria strategia definendo gli obiettivi da raggiungere ed i mezzi necessari.

Questa similitudine sembra trovare conferme anche su un piano puramente linguistico: sempre più frequentemente ci riferiamo, infatti, al mercato come ad un "*campo di battaglia*" o parliamo di imprese che "*fanno quadrato*", "*studiano nuove armi*", o "*cambiano fronte*" quando ricercano un nuovo posizionamento competitivo.

Attraverso il seminario "*Canne, Waterloo, Stalingrado. Imparare a vincere dalle grandi sconfitte della storia*", manager e imprenditori verranno invitati a riflettere su tutti quegli elementi che, tanto in azienda quanto in guerra, facilitano l'attività di chi decide in situazioni di

- rischio
- complessità
- incertezza

affrontando questioni cruciali per il governo di qualsiasi organizzazione: dalla pianificazione della strategia alla scelta di uno stile di leadership, dall'identificazione di un modello organizzativo efficace alla gestione dei propri collaboratori, dall'uso della comunicazione alla gestione dei problemi logistici.

La sconfitta, dunque, come strumento di conoscenza. Questo perché i più tragici fallimenti sono spesso più istruttivi dei più celebrati successi.



CONTENUTI DEL SEMINARIO

Analizzando le origini, i protagonisti e lo svolgersi delle più celebri disfatte militari, i partecipanti verranno inviati ad analizzare gli elementi che più frequentemente conducono verso la sconfitta.

In particolare si cercherà di dimostrare che gran parte degli insuccessi, tanto in campo militare che in quello economico, possono essere ricondotti a tre cause:

- si perde quando non si decide;
- si perde quando si decide male;
- si perde quando si commettono più errori dell'avversario.

Attorno a queste "costanti" della sconfitta, e attraverso l'utilizzo di aneddoti storici, filmati e brani antologici, verranno sviluppati i temi della giornata formativa:

- *la battaglia di Canne*: l'importanza di conoscere il proprio avversario;
- *lo stratagemma di Annibale*: l'arte di saper rompere gli schemi mentali;
- *la ripresa di Roma e la fine di Cartagine*: il dilemma tra leader e modello organizzativo;
- *Napoleone e l'arte del comando*: le caratteristiche di un leader vincente;
- *Waterloo e l'attrito*: la capacità dell'attrito di far fallire anche i piani migliori;
- *l'Oberkommando di Hitler*: la giusta posizione del leader ed il rapporto coi propri collaboratori;
- *l'operazione Barbarossa*: come trasformare successi tattici in insuccessi strategici;
- *Annibale, Napoleone, Hitler*: stili di comando a confronto.

"Gli errori e le sconfitte, più di ogni vittoria, istruiscono circa i principi del successo. Le sconfitte reclamano ad alta voce una spiegazione; il successo, come la carità, copre una moltitudine di peccati". Così affermava l'ammiraglio Alfred Mahan, il padre della cosiddetta *sea power* americana.

Cerchiamo allora di imparare dagli errori del passato per prepararci un futuro di successi.

METODOLOGIA FORMATIVA

Il seminario *"Canne, Waterloo, Stalingrado. Imparare a vincere dalle grandi sconfitte della storia"* può essere strutturato su una o più giornate, a seconda del numero e delle esigenze dei partecipanti.

Attraverso citazioni, aneddoti, brani antologici e filmati, il corso si propone di suscitare un forte coinvolgimento del pubblico, che verrà invitato a riflettere e confrontarsi con le gesta dei più celebri generali della storia.



Strumento di supporto principale, per lo svolgimento del corso, sarà il volume di recente pubblicazione *“VINCERE, CHE IMPRESA. Antologia di massime, aforismi, aneddoti per manager, politici, imprenditori”*: una raccolta di consigli e insegnamenti, tratti dalle opere dei più grandi teorici e storici della guerra, sul difficile esercizio della leadership e della gestione di uomini e organizzazioni.

All'interno del seminario è inoltre prevista la possibilità di organizzare un “Business War Game”, un gioco di ruolo attraverso cui i partecipanti potranno confrontarsi con problematiche tipicamente manageriali (marketing, comunicazione, gestione delle risorse umane, pianificazione, etc.), analizzando le gesta e rivivendo le sfide affrontate dai più celebri condottieri della storia.

DESTINATARI

“Canne, Waterloo, Stalingrado. Imparare a vincere dalle grandi sconfitte della storia” rappresenta un’operazione stimolante ed unica per manager, imprenditori o politici. In altri termini, per chiunque abbia la responsabilità di gestire persone, cose ed organizzazioni.

RELATORE

Andrea Dalledonne - Svolge dal 1978 attività professionale in tema di organizzazione, pianificazione strategica e controllo di gestione. Dal 1996 è Presidente di *A.D.D. S.r.l.*, società di consulenza di direzione per l’impresa.

E’ membro di numerosi consigli di amministrazione e collegi sindacali in importanti aziende nazionali, gruppi internazionali e fondi di investimento. E’ fondatore di *Strategikon* e di *Temà*, associazioni per lo studio dei modelli strategici. Ha pubblicato numerosi testi ed articoli in materia aziendale e sul tema della polemologia.

