

**POWELL**

Statista e leader indiscusso

**PORTER**

Esperto mondiale di strategia competitiva

**GREENSPAN**

Uno dei più grandi economisti di tutti i tempi

**ROBERTS**

CEO worldwide di Saatchi & Saatchi

**EISNER**

L'uomo che ha reinventato la Disney

**CHRISTENSEN**

Stratega dell'innovazione e del cambiamento

**KURZWEIL**

Scienziato, inventore, futurologo

**PEREZ**

Presidente e CEO di Kodak

**CHIZEN**

CEO di Adobe

**GIUGIARO**

Designer italiano di fama mondiale

Storia e futuro  
di un pioniere  
della moda

**RENZO  
ROSSO**

Fondatore e Presidente  
Diesel

**Novità**

& you

**WORLD BUSINESS FORUM**

23 - 24 OTTOBRE 2007 - FIERAMILANOCITY - MILANO



MICHAEL EISNER L'uomo che ha reinventato la Disney



Il designer GIORGETTO GIUGIARO nel suo studio

DUE GIORNATE CON I **NOMI  
ECCELLENTI** DEL MANAGEMENT  
E DELLA POLITICA.

IL PUNTO DI VISTA DEI **LEADER**  
CHE HANNO CAMBIATO  
LE REGOLE DEL GIOCO.

LE ULTIME **TENDENZE** CHE  
INFLUENZERANNO IL BUSINESS  
LOCALMENTE E GLOBALMENTE.

Per il quarto anno consecutivo l'autunno trasformerà  
Milano nella capitale internazionale del management

Non manchi all'appuntamento con l'ispirazione!

# L'ESPERIENZA DEL WORLD BUSINESS FORUM



## AREA ESPOSITIVA

Un ampio spazio a disposizione delle aziende per presentare le più innovative e recenti soluzioni commerciali rivolte al mercato business.



## LIBRERIA

La libreria ufficiale del WORLD BUSINESS FORUM raccoglie le novità e i classici della biblioteca di management.



**Hoepli**  
Libreria ufficiale



## FIRMA DEI LIBRI

Una piacevole occasione di scambio e incontro ravvicinato con gli speaker internazionali e gli autori italiani.



## NETWORKING

L'evento è la cornice ideale per stabilire relazioni di alto livello e vivere un'esperienza unica attraverso:

- eventi privati con gli speaker
- pranzi e riunioni

## Novità IL CICLO DI CONFERENZE

Da quest'anno il World Business Forum ospita un ciclo di conferenze italiane per dare uno spazio privilegiato ad esperti locali di business, imprenditori e manager di successo.

Il Ciclo di Conferenze ospiterà tre auditori tematici:

- Marketing e Vendite
- Persone e Organizzazione
- Management e Imprenditorialità

**Per approfondimenti visitare il sito [www.hsm-it.com/wbfmi](http://www.hsm-it.com/wbfmi)**

# GRANDI NOMI



COLIN POWELL

**Leadership**

L'importanza di assumersi  
le responsabilità



MICHAEL PORTER

**Strategia**

Come competere attraverso  
la leadership strategica



ALAN GREENSPAN

**Economia**

Le sfide dell'economia globale



KEVIN ROBERTS

**Marketing e Branding**

La fedeltà oltre la ragione: la  
straordinaria realtà emotiva  
dell'Economia dell'Attrazione



MICHAEL EISNER

**Creatività e Management**

Creare per crescere: la chiave  
per influenzare il successo



CLAYTON CHRISTENSEN

**Innovazione e Crescita**

Come dominare i propri mercati attraverso  
l'innovazione dirompente

# GRANDI IDEE



RAY KURZWEIL

**I nostri prossimi 50 anni**

L'impatto della tecnologia del 21° secolo  
su lavoro, vita e affari



GIORGETTO GIUGIARO

**Design**

Presidente Italdesign Giugiaro



ANTONIO PEREZ

**L'Anima e la Scienza dell'Innovazione**

Presidente e CEO Kodak



BRUCE CHIZEN

**Innovazione e Impegno**

CEO Adobe Systems

**Novità**

RENZO ROSSO

Fondatore e  
Presidente Diesel

# COLIN POWELL & Leadership



Uno dei più rispettati statisti degli Stati Uniti d'America. Durante i suoi 35 anni di servizio nell'esercito ha fronteggiato 28 crisi, tra cui la Guerra del Golfo nel 1991. Per lui, tuttavia, la guerra al terrorismo non è solo un compito militare ma anche diplomatico.

Colin Powell è uno degli uomini più ammirati d'America ed è considerato uno dei più rispettati statisti nella storia degli Stati Uniti. Fervente sostenitore dei valori democratici, ha sempre ritenuto che la guerra al terrorismo non sia un compito solo militare ma anche diplomatico. Prima di diventare 65° Segretario di Stato nel 2001, il Generale Powell svolse un ruolo di primario supporto al Segretario della Difesa e fu National Security Advisor del Presidente Reagan. Ha prestato servizio per 35 anni nell'esercito degli Stati Uniti, raggiungendo il grado di Generale e presiedendo i Joint Chiefs of Staff. In questo periodo ha fronteggiato 28 crisi, tra cui l'intervento a Panama del 1989 e l'operazione Desert Storm durante la guerra del 1991 nel Golfo Persico. Powell ha ricevuto numerosi riconoscimenti militari americani, due Presidential Medals of Freedom e la Congressional Gold Medal, ma anche la Legion d'Onore francese e un Cavaliere Onorario da Sua Maestà la Regina Elisabetta II d'Inghilterra.

## L'importanza di assumersi le responsabilità

- Cosa occorre per essere un leader: strategie per i momenti di cambiamento e di crisi
- Come rimanere focalizzato, assumersi le responsabilità e lavorare al miglioramento di processi, organizzazioni e risorse umane
- Costruire la fiducia: il delicato processo di creare alleanze e mettere d'accordo le persone
- Il potere della persuasione
- Lezioni dalla prima linea

---

# MICHAEL PORTER & Strategia



Considerato il più autorevole esperto a livello mondiale in strategia competitiva e competitività internazionale, Michael Porter è stato consulente per il Governo statunitense, per altre nazioni e numerose aziende leader.

Michael Porter è considerato il più autorevole esperto a livello mondiale in strategia competitiva e competitività internazionale. È Professore alla Harvard Business School, dove dirige l'Institute for Strategy and Competitiveness. La Strategic Management Society lo ha nominato il più influente stratega vivente. È stato consulente e advisor per il governo degli Stati Uniti, per numerose nazioni straniere e aziende leader tra cui DuPont, Procter & Gamble, Royal Dutch Shell. Porter ha guidato il Clusters for Innovation Project e attualmente co-presiede il Global Competitiveness Report. Il professor Porter è autore di 16 libri. Le sue pubblicazioni *Competitive Strategy* - giunto alla 58ª ristampa e tradotto in 17 lingue, *The Competitive Advantage*, *The Competitive Advantage of Nations* e *On Competition* sono best seller mondiali tra gli executive. Ha ricevuto diversi premi tra cui lo Scholarly Contributions to Management Award nel 2003 e la John Kenneth Galbraith Medal nel 2005.

## Come competere attraverso la leadership strategica

- Basi economiche della competizione: strategia e produttività superiore
- Comprendere in quale business la propria azienda realmente compete
- Perché la maggior parte delle aziende non ha una strategia
- Strategia per cosa? Come individuare la strategia giusta
- I cinque test di una buona strategia
- Comunicare, implementare e misurare una strategia: i passi essenziali

# ALAN GREENSPAN & Economia



Videoconference powered by:



Alan Greenspan ha presieduto la Federal Reserve degli Stati Uniti per cinque mandati nell'arco di 18 anni, designato dai Presidenti Reagan, Bush, Clinton, e Bush figlio. È stato membro dell'Economic Policy Advisory Board del Presidente Reagan, della Commission on Financial Structure and Regulation, e della Task Force on Economic Growth. Dal 1974 al 1977 ha presieduto il Council of Economic Advisers del Presidente Ford. Laureato summa cum laude in Economia presso la New York University, Greenspan ha anche compiuto studi post laurea alla Columbia University.

Ha ricevuto numerosi titoli onorari tra cui la Legion d'Onore francese e la Medal of Freedom degli Stati Uniti. È inoltre Cavaliere Onorario dell'Impero Britannico. Greenspan dirige la Greenspan Associates e ha iniziato a scrivere le sue memorie, che verranno pubblicate nella seconda metà del 2007.

## Le sfide dell'economia globale

- Europa, USA e il mondo: il futuro dell'economia globale
- Fronteggiare le grandi sfide economiche mondiali tra equilibri e squilibri
- Il prezzo del petrolio e il suo impatto sulla microeconomia. Energia, crescita e politica economica
- La sostenibilità del consumo mondiale
- Inflazione, debito, risparmi e deficit: Stati Uniti e tendenze di investimento
- Gli effetti moderanti dell'aumento della produttività
- Il ruolo della Cina nelle economie locali e mondiali

---

# KEVIN ROBERTS & Marketing e Branding



CEO worldwide di Saatchi & Saatchi, una delle principali agenzie creative a livello mondiale, Roberts ha viaggiato molto lavorando per importanti multinazionali. Oggi insegna presso le Università di Limerick (Irlanda) e Waikato (Nuova Zelanda).

La sua carriera inizia negli anni Sessanta presso la casa di moda di Mary Quant. In seguito Roberts diventa Senior Marketing Executive per Gillette e Procter & Gamble in Europa e in Medio Oriente. A 32 anni è il CEO di Pepsi-Cola per il Medio Oriente e poi per il Canada. Instancabile viaggiatore, nel 1989 si trasferisce in Nuova Zelanda per assumere la carica di COO della Lion Nathan, che trasforma in una delle principali realtà del beverage nell'area Asia/Pacifico. Roberts è l'inaugural CEO in Residence presso la business school della Cambridge University. Insegna Sustainable Enterprise presso l'Università di Limerick, Irlanda, e presso la Waikato Management School in Nuova Zelanda. È l'autore di *Lovemarks: the future beyond brands*, del più recente *The Lovemarks Effect: Winning in the Consumer Revolution* e di *SiSoMo - Sight, Sound and Motion*. Insieme ai colleghi della Waikato ha anche scritto *Peak Performance: Business Lessons from the World's Top Sporting Organizations*.

## La fedeltà oltre la ragione: la straordinaria realtà emotiva dell'Economia dell'Attrazione

- Perché l'imperativo del valore dell'innovazione è sempre più urgente: proliferazione dei marchi, forte competizione e frammentazione dei media
- Come superare la passata disattenzione e convertirla in attrazione: come trasformare il vostro business e il vostro brand in un Lovemark
- Creatività, connettività, convergenza e divergenza: come costruire un esplosivo vantaggio competitivo nell'Era dell'Idea
- Accelerare sugli utili superiori: come ottenere il massimo da vista, suono e movimento (SiSoMo) mediante l'intreccio di marketing, tecnologia e intrattenimento
- Il business al di là del management e della leadership: la Peak Performance o come fare un'effettiva differenza ed essere ricompensati
- La rivoluzione nel retail: varcare l'ultima frontiera del mass marketing: il negozio

2.000 EXECUTIVE  
10 SPEAKER D'ECCEZIONE  
2 GIORNATE  
1 ESPERIENZA UNICA  
& you

NOVITÀ

## RENZO ROSSO Fondatore e Presidente Diesel

### Storia e futuro di un pioniere della moda

Padovano, classe 1955, Renzo Rosso realizza il suo primo paio di jeans con la macchina da cucire della madre e conquista subito tutti i suoi amici, dimostrandosi un pioniere dell'abbigliamento. Dopo il diploma all'istituto tecnico tessile, nel 1975 comincia a produrre i propri capi. Nel 1978 fonda, con altri imprenditori della zona, il Genius Group, dando vita ad una serie di marchi di successo quali Katherine Hamnett, Replay e Diesel.

Nel 1985 Renzo Rosso rileva il controllo totale del marchio Diesel e si circonda di designer capaci di creare abiti particolari pensati per chi ha uno stile individuale. Grazie alla sua immagine originale e ad una comunicazione sempre innovativa e provocatoria, Diesel è diventato un brand di culto, collezionando negli anni un'incredibile serie di premi e riconoscimenti.

Nel 2005 Renzo Rosso ha celebrato il suo cinquantesimo compleanno con un libro intitolato *Fifty*: una biografia che ne racconta la storia e anticipa la visione del futuro. Oggi Renzo continua a guidare il marchio, che sta evolvendo da pioniere del jeans a leader dell'abbigliamento casual di lusso. Da sempre Renzo Rosso afferma: " Diesel non è la mia azienda, è la mia vita".



# MICHAEL EISNER & Creatività e Management



CEO di The Walt Disney Company tra il 1984 e il 2005, Eisner ha decretato il successo del gigante dell'entertainment, dopo i grandi trascorsi nella produzione televisiva (ABC) e cinematografica (Paramount Pictures).

Alla guida dell'azienda tra il 1984 e il 2005, Eisner ha trasformato uno studio di animazione con qualche parco tematico in un gigante globale dell'entertainment, scommettendo sul potere delle idee e adottando una visione innovativa. Eisner iniziò la sua carriera negli anni '70 nella ABC, portandola ad un indiscusso primo posto tra i giganti della televisione. Lo stesso fece alla Paramount Pictures, alla cui presidenza arrivò nel 1977. Con successi quali *Raiders of the Lost Ark*, *Saturday Night Fever*, *Ordinary People* e *Terms of Endearment* fece guadagnare alla società il primato del botteghino e della produttività. Insieme a Tony Schwartz scrisse *Work in Progress* - raccontando della sua avventura nell'industria dell'entertainment - e *Camp*, sulle lezioni di leadership che si possono trarre da una spedizione in canoa o dal campeggio estivo. Fa parte del Consiglio del California Institute of Arts e dell'Aspen Institute ed è membro di The Business Council.

## **Creare per crescere: la chiave per influenzare il successo**

- I segreti per sfruttare al massimo il potere della creatività, il motore più affidabile per tutti i business
- Come trasformare l'azienda in una fabbrica di energia creativa: incoraggiare e gestire le idee nuove e fresche
- Perché assumersi il rischio dell'innovazione è la giusta scelta per avviare la crescita
- Innovazione e risultati: perché un risultato finanziario importante è conseguenza della creatività
- Come bilanciare tradizione e innovazione, lavoro di squadra e talento individuale, logica e istinto: il leader e il suo ruolo
- L'importanza di una buona "storia" per qualsiasi tipo di business
- Come rafforzare e proteggere il brand: imparare a mantenere uno stretto e forte legame emozionale con i propri clienti

---

# ANTONIO PEREZ & L'Anima e la Scienza dell'Innovazione



Antonio Perez diventa Presidente e COO di Kodak nel 2003 ed entra nel CdA nel 2004. Nel maggio 2005 viene eletto CEO e nel Gennaio 2006 Presidente del CdA. Perez sta guidando la trasformazione digitale di Kodak, con l'obiettivo di portare innovativi prodotti e servizi nei segmenti dell'industria dell'immagine dal più veloce tasso di crescita. Ha una lunga esperienza nelle tecnologie d'immagine digitale dopo 25 anni in HP, dove è stato corporate vice president e membro dell'Executive Council. È Vice Chair of the Diversity Best Practices CEO Initiative nel 2006-2007 e ne diventerà presto Presidente. È membro del Business Council e del Business Roundtable, oltre che dell'International Consultative Conference on the Future Economic Development della provincia cinese di Guangdong.

- Guardare il futuro attraverso gli occhi dei propri clienti
- Considerare proprietà intellettuale e potere del brand gli asset chiave
- Utilizzare la tecnologia digitale per creare strumenti per i consumatori
- Come costruire una squadra campione, non un gruppo di campioni
- Fare dell'innovazione uno stato mentale
- La velocità è un fattore critico, perciò occorre spingere in avanti la propria organizzazione
- Trovare i partner giusti se non si è i migliori in qualcosa

## RAY KURZWEIL & I nostri prossimi 50 anni



Uno tra i più conosciuti e provocatori studiosi del futuro impatto della tecnologia, Kurzweil è membro del National Inventors Hall of Fame ed è stato insignito di importanti premi per l'innovazione e la visione tecnologica.

Acclamato come "genio irrequieto" dal *Wall Street Journal*, Ray Kurzweil è uno dei più conosciuti e provocatori studiosi del futuro impatto della tecnologia. Insignito del Lemelson-MIT Prize – il premio più prestigioso al mondo per quanto riguarda l'innovazione – e della National Medal of Technology, Kurzweil è membro del National Inventors Hall of Fame. Il suo libro più recente è *The Singularity Is Near* e illustra i cambiamenti scientifici e tecnologici che ci conducono ad una civiltà uomo-macchina. Tra le sue pubblicazioni figurano *The Age of Spiritual Machines*, *The Age of Intelligent Machines*, e *Fantastic Voyage*. Con 12 dottorati onorari e una carriera eclettica, il *TIME* lo ha paragonato a Thomas Edison "per la sua propensione ad armonizzare la scienza con applicazioni utili e spesso umanitarie."

### L'impatto della tecnologia del 21° secolo su lavoro, vita e affari

- Perché l'umanità sta per entrare nel periodo di maggior trasformazione della storia
- Scienza e Tecnologia come motori di business: passato, presente e futuro
- Comprendere la legge dei ritorni accelerati e il suo impatto sul business
- Costruire vantaggi competitivi: l'intreccio di scienza e innovazione
- Il ruolo della tecnologia nella radicale estensione ed espansione della vita
- Sfide e opportunità del trascendere la biologia: nanorobot, celle combustibili e bioterrorismo

---

## CLAYTON CHRISTENSEN & Innovazione e Crescita



Studioso dell'innovazione e del cambiamento, Christensen è molto ricercato come consulente di business dalle maggiori aziende americane. È autore di best seller come *The Innovator's Dilemma* e *The Innovator's Solution*.

Clayton Christensen, conosciuto a livello mondiale per il suo lavoro sull'innovazione e il cambiamento, è Robert and Jane Cizik Professor of Business Administration alla Harvard Business School. È molto ricercato come consulente di business e advisor dalle maggiori aziende americane.

Nel 1999 ha diviso con Andy Grove della Intel la copertina di *Forbes* dal titolo *Andy Grove's big thinker: Clayton Christensen tells how to survive disruptive technologies*.

Il professor Christensen è autore dei best-seller *The Innovator's Dilemma*, insignito del Global Business Book Award per il miglior libro di business pubblicato nel 1997, *The Innovator's Solution*, comparso nella lista dei best-seller del *Business Week*, e *Seeing What's Next*.

Ha ricevuto un MBA dalla Harvard Business School nel 1979, e il suo DBA 1992. Ha inoltre ricevuto il Best Dissertation Award dall'Institute of Management Sciences e nel 1995 e 2001 i McKinsey Awards per gli articoli pubblicati nella *Harvard Business Review*.

### Come dominare i propri mercati attraverso l'innovazione dirompente

- Come creare opportunità dall'innovazione dirompente – breve termine contro lungo termine, business esistenti contro business emergenti
- Disordine e crescita: come rendere il processo di innovazione prevedibile e ripetibile
- Quattro passi per un nuovo modello di business – il motore della crescita dirompente
- Ripensare il processo di sviluppo della strategia: costruire il miglior percorso per le idee innovative
- Motivazione asimmetrica: come le strategie del disordine possono battere i competitor più potenti
- Come modellare una struttura organizzativa capace di ottenere una crescita dirompente
- Le nuove capacità richieste per estendere a tutta l'azienda la sfida dell'innovazione

# BRUCE CHIZEN & Innovazione e Impegno



Grazie alla visione del suo CEO, totalmente incentrata sul cliente, Adobe è diventata una delle più grandi case produttrici di software al mondo in termini di profitti, portata globale e varietà dei prodotti. Dalla sua nomina a CEO nel 2000, Chizen ha più che raddoppiato il fatturato di Adobe, trasformandola da azienda nota per i prodotti di design in uno dei grandi protagonisti dell'odierna industria del software. In Adobe dal 1994, è stato vicepresidente e direttore generale delle divisioni Consumer e Grafica professionale, oltre che vicepresidente esecutivo a livello mondiale per il marketing e i prodotti. Chizen ha un diploma universitario al Brooklyn College, City University of New York, e siede nel CdA di Synopsys, Inc. e del Children's Discovery Museum di San Jose.

- Competere nell'era di MySpace e YouTube: la tecnologia che ogni business deve acquisire oggi
- Impegno: perché il nuovo imperativo del business è assicurarsi clienti impegnati, emotivamente coinvolti e fedeli al brand
- Costruire una cultura dell'innovazione: come coltivare il pensiero creativo a tutti i livelli dell'organizzazione
- Espansione e personale: come selezionare e trattenere il talento, ottimizzare le comunicazioni e ispirare innovazione e lavoro di squadra
- Estendere l'innovazione alla corporate social responsibility: come Adobe è diventata una delle aziende "più verdi" d'America

---

# GIORGETTO GIUGIARO & Design



Grande designer italiano, Giorgetto Giugiaro nasce a Gressio (Cuneo) nel 1938 e si trasferisce a Torino nel 1952 dove segue corsi di belle arti alternati a corsi di progettazione tecnica. A 17 anni entra nel Centro Stile Fiat chiamato da Dante Giacosa. Nel dicembre del 1959 Nuccio Bertone gli affida la responsabilità del Centro Stile della sua carrozzeria, dove resterà per sei anni, fino a quando assume la direzione del Centro Stile e Progetti della Carrozzeria Ghia. Nel 1968 fonda con Aldo Mantovani la Italdesign, società indipendente concepita con una formula innovativa per offrire ai costruttori mondiali servizi di packaging, creatività, engineering, modellazione, prototipazione, testing e validazione.

Cinque lauree ad honorem, cinque Compassi d'Oro ADI di cui uno alla carriera e nel 1999 la nomina a Car Designer del Secolo conferitagli a Las Vegas da giornalisti ed esperti internazionali. Insignito del titolo di Cavaliere del Lavoro dal Presidente della Repubblica Carlo Azeglio Ciampi, viene inoltre nominato dalla Regione Piemonte, Provincia di Torino e Città di Torino Presidente del Comitato Promotore dei XX Giochi Olimpici Invernali di Torino 2006.

## **Il ruolo del design nelle strategie di Marketing**

- Il buon design provoca storie di successo duraturo
- Il designer deve collaborare alla definizione del brief del nuovo prodotto
- Aspettative, emozioni, ergonomia, design for all, sostenibilità: banco di prova del creativo
- Quando il designer si dimostra marketing-oriented

# PROGRAMMA

## 23 OTTOBRE

- 9.00 - 10.30      MICHAEL EISNER  
CREATIVITÀ E MANAGEMENT
- 10.30 - 11.15     ANTONIO PEREZ  
L'ANIMA E LA SCIENZA DELL'INNOVAZIONE
- 11.15 - 11.45     Coffee Break
- 11.45-13.15      RAY KURZWEIL  
I NOSTRI PROSSIMI 50 ANNI
- 13.15-14.45      Lunch
- 14.45-15.45      BRUCE CHIZEN  
INNOVAZIONE E IMPEGNO
- 15.45-16.30      Coffee Break
- 16.30-18.00      COLIN POWELL  
LEADERSHIP
- 18.00-19.30      LA LEADERSHIP NELLE AZIENDE ECCELLENTI:  
QUALI SFIDE PER I MANAGER ITALIANI  
Workshop a cura di: ANDREA FARINET

## 24 OTTOBRE

- 9.00-9.45         GIORGETTO GIUGIARO  
DESIGN
- 9.45-11.00        CLAYTON CHRISTENSEN  
INNOVAZIONE E CRESCITA
- 11.00-11.30       Coffee Break
- 11.30-12.45       MICHAEL PORTER  
STRATEGIA
- 12.45-14.00       Lunch
- 14.00-14.30       MARCO SALTALAMACCHIA - ALEX ZANARDI  
SOSTENIBILITÀ E SICUREZZA: LE SFIDE DI OGGI PER UN DOMANI MIGLIORE
- 14.30-15.45       KEVIN ROBERTS  
MARKETING E BRANDING
- 15.45-16.30       RENZO ROSSO
- 16.30-17.00       Coffee Break
- 17.00-18.15       ALAN GREENSPAN (videoconferenza)  
ECONOMIA

Per gli ultimi aggiornamenti sul programma consultare [www.hsm-it.com/wbfmi](http://www.hsm-it.com/wbfmi)



HSM è un'azienda internazionale, che dal 1987 riunisce i protagonisti dell'attualità per analizzare, discutere e costruire gli scenari futuri. Attraverso le sue conferenze, le pubblicazioni ed i contenuti on-line, cerca sempre nuove sfide, propone nuovi paradigmi e crede nella conoscenza come unica via verso il cambiamento e lo sviluppo.

# INFORMAZIONI GENERALI

## DATA

23-24 ottobre 2007

## SEDE

fieramilanocity - MIC Milano Convention Centre

---

## OFFERTA SPECIALE

Quota intera € 2.400 + IVA

**Entro il 12 ottobre: € 1.990+ IVA**

## SPECIALE GRUPPI

5 ticket € 8.990 + IVA

---

Offerta valida dal 21 luglio al 12 ottobre 2007, esclusivamente per i pagamenti pervenuti entro il 12 ottobre 2007, data di scadenza della promozione.

## LA QUOTA COMPRENDE

- Materiale di supporto
- Traduzione simultanea
- Coffee break / lunch
- Attestato di partecipazione

Preferred Hotel:



HOTEL  
PRINCIPE DI SAVOIA  
MILANO

**MELIÀ MILANO**

## PER ISCRIVERSI

- Fax: Numero Verde 800.94.93.72
- Tel.: Numero Verde 800.93.94.36
- [www.hsm-it.com/wbfmi](http://www.hsm-it.com/wbfmi)

Main Sponsor



better work, better life



THE POWER TO KNOW.



Associated Business School

Supporting Partner

Community Partner



LEADER SELECTION



PRIVATE JET ON DEMAND.

Media Partner



CORRIERE DELLA SERA



PROSSIMO EVENTO 2007

20-21 novembre - Milano

SPECIAL MANAGEMENT PROGRAM CINA-INDIA



HSM Italia Srl  
Via Cerva, 20  
20122 Milano, Italia  
Tel. Numero Verde 800.93.94.36  
Fax Numero Verde 800.94.93.72  
www.hsm-it.com