

# Il volto umano dei leader d'azienda

## In un incontro sulla capacità di cambiare



Peter Heilbron, il manager alla guida del ramo italiano del gruppo Heineken

Una fotografia dei leader, quelli veri, che riescono a portare a termine cambiamenti rilevanti in azienda. Una fotografia che mette in risalto più il lato umano di questi manager che le loro scelte strategiche. In altre parole, più le loro abitudini e gli stratagemmi quotidiani di relazione, che le capacità di compiere scelte come un'acquisizione vincente. E' questa l'immagine che vogliono scattare i relatori del convegno «Leadership e cambiamento», organizzato da Assochange e in programma per giovedì prossimo, nel pomeriggio, all'università Bocconi a Milano. Dopo l'introduzione di Giovanni Sgalambro e Kira Fornaroli Branchetta di Assochange, Patrizia Grieco (amministratore delegato di Value Team), Peter Heilbron (alla guida di Heineken Italia) e Mario Perini (psicanalista) parleranno di diversi aspetti "umani" dei leader: dai criteri di attribuzione delle

priorità ai modelli di gestione del tempo lavorativo e personale. Sono aspetti legati anche alle «intelligenze emotive e spirituali», come spiega il moderatore Marco Ghetti. Altri punti di discussione saranno le motivazioni che i leader danno ai dipendenti per spingerli al cambiamento; per motivare, per esempio, alcune figure "delicate" dell'ufficio come lo "scettico", la "vittima", il "prudente", il "rassegnato" e il "cinico".

Gli organizzatori dell'incontro hanno previsto «un ampio spazio» per le domande e i contributi del pubblico. Sono poi in programma altri due/tre appuntamenti sullo stesso argomento. A conclusione dell'intero ciclo di incontri, Assochange intende preparare un documento riassuntivo, che cercherà di offrire una sintesi dei punti più rilevanti emersi nei diversi appuntamenti.

**R.Fi.**