



BiG
ACADEMY

Alta Formazione Manageriale

Quarta edizione
Anno 2024



Guida didattica

**Introduzione al percorso formativo
di BiG Academy**

I promotori dell'Academy

**ACSI - ASSOCIAZIONE PER LA CULTURA E
LO SVILUPPO INDUSTRIALE**

BiG Academy è nata nel 2020 su iniziativa di ACSI, l'Associazione che riunisce cinque realtà industriali internazionali che operano in Toscana (Baker Hughes, El.En. Group, KME, Leonardo, Thales) e l'Università degli Studi di Firenze.

Nel tempo sono entrate a far parte dell'Associazione anche altre imprese e organizzazioni che hanno a cuore la competitività del Paese e che lavorano per accrescere la cultura industriale.

“ACSI è un progetto di rete che trova la sua forza nella diversità e nell'incontro tra settori, ambiti e competenze diverse. BiG Academy rappresenta il primo strumento concreto che ACSI ha creato per supportare la crescita delle imprese e dei loro manager.”

Paolo Ruggeri

Presidente ACSI e BiG Academy



Soci fondatori di ACSI

Baker Hughes[™]

ELEN
— THE FIBRE IN A BEAM —

 **KME**

 **LEONARDO**

THALES



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE

Soci Ordinari

 **CEAM**[®]
Control Equipment

 **CONFINDUSTRIA
TOSCANA**


enegan LUCE GAS S.R.L.

 **FONDAZIONE NCI**
CONSERVATORIO TOSCANO

(GRUPPO FLORENCE)

 **IE**
Engineering for

INEOS

 **LAVIOSA**

 **LIPPERT**

METALSUD
LO GATTO
PER QUALITÀ

SiGme

 **SSE**

Partner Strategici

 **FONDAZIONE
CR FIRENZE**

 **Camera di Commercio
Firenze**

Adecco

 **legacoop**
TOSCANA

Partner Operativi

IMPACT HUB Firenze

 **ITS PRIME**
TECH ACADEMY

 **nana
bianca**

 **RETIMPRESA**

Dynamo Academy
THE GOOD SCHOOL

Co-Promotori

 **COMUNE DI
FIRENZE**

 **CITTÀ METROPOLITANA
DI FIRENZE**

 **REGIONE
TOSCANA**

Benvenuti nella prima **Business Academy** basata sul *peer learning*

Ludovica Fiaschi

Direttrice ACSI e BIG Academy



BiG Academy è uno **spazio di contaminazione** dove l'esperienza di top manager internazionali incontra il sapere accademico, dove i bisogni dell'impresa e dei manager che vogliono crescere incontrano le *best practice* aziendali.

Il nostro metodo è basato sul *peer learning* che offre la possibilità di apprendere in **modo interattivo**, attraverso esercitazioni di gruppo, esperienze, e un ambiente informale che favorisce le relazioni umane.

BiG Academy è un luogo dove la crescita delle competenze e lo sviluppo della persona viaggiano all'unisono. Questa dinamica è alla base della nostra **community** e la alimenta costantemente.

"I protagonisti della nostra Academy sono le persone e tutto quello che sono capaci di portare e condividere con gli altri. Questa guida vuole essere anche uno strumento di conoscenza reciproca."

Un programma a tutto tondo

Il percorso formativo di BiG Academy è stato progettato e messo a punto per supportare imprese e manager nella ricerca e nella gestione delle tre leve fondamentali per il business:

- Competitività
- Innovazione
- Capacità di crescita

Le sei macro aree tematiche e gli oltre venti moduli d'insegnamento che compongono il programma offrono ai partecipanti una **preparazione interdisciplinare** che permette loro di analizzare e interpretare le sfide aziendali di oggi da molteplici prospettive.

Questa visione olistica e integrata consente a tutti coloro che frequentano l'Academy, indipendentemente dal *background* e dal ruolo ricoperto in azienda, di acquisire consapevolezza circa le interconnessioni esistenti tra le diverse aree del business e quindi di portare il proprio contributo in modo più proattivo ed efficace.





TEMI E PERSONE

Didattica a doppia dimensione

Ogni modulo è ideato e co-progettato da professori dell'Università di Firenze insieme a top manager internazionali delle aziende partner di ACSI

MACRO AREA

Governance e crescita aziendale

*Un'azienda che stabilisce
relazioni ampie e proficue è
un'azienda che cresce*



I MODULI:

- Corporate Governance
 - Responsabilità sociale d'impresa
 - Istituzioni, Politica e Territorio
 - Fondazione Olivetti: il rapporto tra impresa e territorio
- + Reti d'impresa e piattaforme industriali: due modelli a confronto (approfondimento)*

Per apprendere:

- _ Consapevolezza del ruolo strategico delle relazioni tra PMI e GI nel contesto competitivo globale
 - _ Strumenti e politiche per valorizzare il ruolo dell'impresa come attore sociale
 - _ L'importanza di creare relazioni proficue con l'ambiente esterno per collaborare efficacemente con le comunità locali
-



Corporate governance

Questo modulo analizza un modello di **condivisione di comportamenti** e di **linguaggio** nell'ambito delle relazioni interaziendali, in quanto fattore propedeutico a sviluppi e vantaggi reciproci tra realtà produttive.

Sviluppando argomenti quali sorveglianza, controllo e *compliance*, gli impatti degli organi di vigilanza (costi e virtù), il modulo mira a fornire una *overview* sulla **corporate governance come modello di sviluppo economico industriale** con cui le PMI si intersecano con la GI rafforzandone legame e competitività.

Viene trattato poi il tema del *risk management* che a sua volta apre nuovi spazi e orizzonti di opportunità e che risulta particolarmente complesso in quanto deve sottostare alle dinamiche di *compliance* richieste dalla GI.

DOCENTI

Massimo Merli

Legal Manager Business Support & Litigation –
IPR Legal Manager
– Thales Ground Transportation Systems

[Leggi la bio](#)



Andrea Paci

Professore Ordinario di “Economia e Gestione
delle Imprese”, “Strategia Aziendale” e
“Corporate Governance”
– Università di Firenze

[Leggi la bio](#)



Maria Cristina Serturini

General Counsel, Ethics Officer e Country
Compliance Officer
– Thales Ground Transportation Systems

[Leggi la bio](#)





Responsabilità sociale d'impresa

La responsabilità sociale delle imprese sta diventando sempre più un tema di centrale importanza per tutte quelle aziende che sono motivate da una **leadership responsabile** e che credono nel valore strategico e concreto **dell'impegno a favore della comunità e del bene comune**.

Secondo questa nuova visione, le imprese diventano organismi con una valenza anche sociale che si rivolgono alle comunità nelle quali si trovano ad operare, perseguendo una **sostenibilità sociale**, oltre che **economica ed ambientale**.

Uno dei ruoli che le aziende stanno sempre più frequentemente assumendo è quello di essere promotrici di progetti che possano dare sostegno alle comunità e al tessuto sociale nel quale operano. Una delle maggiori sfide socio-economiche per il prossimo futuro sarà quella di accrescere e migliorare l'**etica e la cultura del business** verso il benessere comune e la **creazione di valore condiviso** per le persone del territorio.

Per questo motivo BiG Academy ha avviato un percorso virtuoso in collaborazione con **Dynamo Camp** e **Dynamo Academy**, lampanti esempi di sostenibilità sociale a livello nazionale e internazionale.

DOCENTI

Andrea Paci

Professore Ordinario di “Economia e Gestione delle Imprese”, “Strategia Aziendale” e “Corporate Governance”
– Università di Firenze

[Leggi la bio](#)



Serena Porcari

CEO
– Fondazione Dynamo Camp
Presidente
– Dynamo Academy

[Leggi la bio](#)



Reti d'impresa e piattaforme industriali: due modelli a confronto

In un periodo di costante e crescente crisi economica, le reti d'impresa e le piattaforme industriali rappresentano un efficace **strumento giuridico-economico** di cooperazione tra le imprese, allo scopo di accrescere individualmente e collettivamente la loro **capacità innovativa**.

La collaborazione tra imprese permette infatti di realizzare obiettivi ambiziosi, di creare sinergie e di unire le forze per migliorare gli aspetti più deboli e i tratti di inefficienza aumentando così le capacità strategiche e operative di ogni azienda.

L'appartenenza ad una rete di imprese o ad una piattaforma industriale si rivela essere sempre più un fattore determinante al fine di garantire una maggiore **competitività sui mercati**, un maggior grado di **innovazione digitale**, una maggior **sostenibilità ed efficienza energetica**.

DOCENTI

Focus On

Attila Kiss

CEO
– Gruppo Florence



[Leggi la bio](#)



Fabrizio Landi

Presidente
– RetImpresa



[Leggi la bio](#)



Andrea Paci

Professore Ordinario di “Economia e Gestione
delle Imprese”, “Strategia Aziendale” e
“Corporate Governance”
– Università di Firenze



[Leggi la bio](#)





ISTITUZIONI, POLITICA E TERRITORIO

Affari istituzionali

Questo modulo tratta le “Relazioni Istituzionali”, o *Public Affairs*, intese come quell’insieme di attività che un’organizzazione (pubblica o privata, profit o no profit, *single player* o confederativa) mette in campo al fine di **instaurare, sviluppare e consolidare relazioni con stakeholder pubblici e non solo**. Ogni azienda, per competere e prosperare nel mercato, ha bisogno di operare in condizioni favorevoli, di creare una propria reputazione, un proprio posizionamento e una strategia di sviluppo del business definita. **Intrattenere relazioni proficue** per conto di un’impresa o di una confederazione di soggetti economici significa gestire e posizionare la stessa rispetto agli interlocutori istituzionali per **proteggerne e promuoverne gli interessi**.

L’obiettivo del modulo è capire perché le relazioni istituzionali e le attività di lobby siano decisive per un’impresa, al di là della dimensione e del settore di riferimento. Verranno quindi analizzati gli **strumenti**, le **strategie** e le **tempistiche** con cui queste possono essere realizzate.

Questo insieme di attività può essere svolto da un *team* di professionisti all’interno dell’impresa oppure da società di consulenza esterna a cui le imprese si affidano. Interessante sarà capire anche la **moltitudine dei livelli decisionali** (locale, nazionale e comunitario) e la **complessità del rapporto con la politica**, “*mercato dove regna l’incertezza*”.

DOCENTI

Pierpaolo Pota

Director

– Cattaneo Zanetto Pomposo & Co.

[Leggi la bio](#)



Sorina Cristina Soare

Ricercatrice, insegna

“Theories and practice of lobbying”

– Università degli Studi di Firenze

[Leggi la bio](#)



Paolo Zanetto

Partner

– Cattaneo Zanetto Pomposo & Co.

[Leggi la bio](#)





ISTITUZIONI, POLITICA E TERRITORIO

External funding

Il modulo “External funding” si collega strettamente al precedente, in quanto, per partecipare in modo proficuo a bandi ed opportunità di finanziamento pubblici, è imprescindibile poter contare su una serie di *partnership* e collegamenti con attori pubblici, Università e centri di ricerca.

Il modulo “External Funding” intende sviluppare competenze manageriali per la **partecipazione a bandi pubblici nazionali, regionali ed europei per il finanziamento di progetti di Ricerca & Sviluppo ma non solo.**

In particolare, si cercherà di capire quali sono le **modalità** e gli **strumenti per orientarsi tra le tante opportunità disponibili**, quali le competenze e i processi necessari per partecipare con successo al progetto. L’approccio didattico è orientato alla presentazione di **casi aziendali** e problematiche reali. Inoltre, il modulo si concentra sulla “progettazione” del progetto, analizzando passo dopo passo le attività da sviluppare per scrivere una proposta di successo.

DOCENTI

Massimiliano Alvino

External Funding & Technology
Development leader
– Baker Hughes – Nuovo Pignone

[Leggi la bio](#)



Grazia Colacicco

External Funding and Technology
Development Senior Engineer
– Baker Hughes – Nuovo Pignone

[Leggi la bio](#)



Alessandro Giannozzi

Professore Associato, insegna
“Finanza Aziendale”
– Università di Firenze

[Leggi la bio](#)





ISTITUZIONI, POLITICA E TERRITORIO

Relazioni industriali

All'interno di contesti aziendali evoluti che perseguono obiettivi di benessere per i propri collaboratori, la relazione e la condivisione con le rappresentanze sindacali assume un ruolo cruciale.

Esistono vari modi e vari stili di gestione delle relazioni industriali, ma ciò che accade a monte e a valle non cambia da azienda ad azienda.

A valle i rischi sono rappresentati dal conflitto, che genera improduttività, ma a monte il conflitto può essere prevenuto, e la prevenzione genera **nuovi modelli di interlocuzione** sindacale.

La prevenzione del conflitto non passa soltanto da tavoli istituzionali e negoziali, ma, nei casi più virtuosi, si genera nei luoghi dove si svolge l'attività lavorativa e interessa i rapporti tra *management* e collaboratori.

Per questo le relazioni industriali devono esprimersi come **competenza diffusa** e non come appannaggio delle figure di settore.

DOCENTI

Giuseppe Sorrentino

Direttore Relazioni Industriali
– LyondellBasell

[Leggi la bio](#)



Michele Tiraboschi

Professore Ordinario di Diritto del lavoro
– Università degli Studi di Modena e
Reggio Emilia

[Leggi la bio](#)





ISTITUZIONI, POLITICA E TERRITORIO

Fondazione Olivetti: il rapporto tra impresa e territorio

Il modello d'impresa realizzato da **Adriano Olivetti** rappresenta un esempio ancora ineguagliato di identità tra **efficienza produttiva e manageriale** e **dimensione etica**, oggi sempre maggiormente evocata. Equità sociale, qualità ambientale, sviluppo economico e giustizia intergenerazionale sono solo alcune delle grandi sfide del nostro presente, già anticipate dal modello imprenditoriale olivettiano, e al centro dell'Adriano Olivetti Dynamo | Executive School promossa da Fondazione Adriano Olivetti, Dynamo Academy e Euricse.

La visita residenziale presso la Fondazione Adriano Olivetti ad Ivrea (TO) vuole offrire un'**esperienza immersiva nei luoghi olivettiani** (iscritti dal 2018 nella Lista del patrimonio mondiale UNESCO) ed essere un'occasione per approfondire e conoscere in prima persona nuovi **modelli di business sostenibili**.

Beniamino De' Liguori Carino

Segretario Generale
– Fondazione Adriano Olivetti

[Leggi la bio](#)



Andrea Paci

Professore Ordinario di “Economia e Gestione
delle Imprese”, “Strategia Aziendale” e
“Corporate Governance”
– Università di Firenze

[Leggi la bio](#)



MACRO AREA

Dinamica finanziaria e controllo di gestione

L'equilibrio della struttura aziendale è la prerogativa di qualsiasi strategia di successo



I MODULI:

- Budget e controllo di gestione
- Finanza aziendale
- M&A, accordi, alleanze e Joint Venture

Per apprendere:

- _ Strumenti di analisi per il controllo della gestione e delle performance aziendali
 - _ Capacità di stima dell'impatto economico-finanziario delle scelte aziendali
 - _ Comprensione dell'impatto e delle potenzialità delle operazioni di finanza straordinaria
-



Budget e controllo di gestione

Questo modulo si concentra su una delle attività principali per la **gestione economica dell'impresa**: l'analisi del budget e il controllo di gestione. In particolare, si impiega un approccio misto (teoria/ pratica) basato sull'analisi della letteratura, sulle soluzioni da quest'ultima proposte e, a cascata, sulle esperienze legate alle *best practice*.

Ogni giornata formativa si apre con un'introduzione di natura teorica, seguita poi da affondi pratici e casi studio aziendali. L'obiettivo è quello di sviluppare competenze manageriali in grado di analizzare e individuare le criticità legate al controllo di gestione, con particolare riferimento alle tecniche budgetarie delle produzioni su commessa, e alla capacità di individuare gli strumenti e le figure maggiormente idonee per il controllo.

Il tema conclusivo è infine quello della valutazione delle responsabilità e relativo alla scelta delle **soluzioni proattive**, in un'ottica di **miglioramento continuo**.

DOCENTI

Marco Di Blase

Gestione budget uffici esteri e prestazioni
– Leonardo Spa

[Leggi la bio](#)



Silvia Fissi

Gestione budget uffici esteri e prestazioni
– Leonardo Spa

[Leggi la bio](#)



Elena Gori

Professore Associato, insegna “Public
Management and Accounting” e “Contabilità”
– Università di Firenze

[Leggi la bio](#)





Finanza aziendale

Il modulo “Finanza aziendale” punta a sviluppare competenze manageriali circa le **decisioni di investimento** dell’impresa. In particolare, vengono trattati temi riguardanti la stima del **costo del capitale aziendale** (costo dell’equity e costo del debito) e la valutazione della **convenienza economica** dei progetti di investimento attraverso i criteri decisionali basati sui flussi di cassa (NPV, IRR). Viene poi trattata la questione di misurazione insita nei progetti di investimento attraverso simulazioni (MonteCarlo Simulations, Cash Flow at Risk).

L’approccio didattico prevede lo svolgimento di *case study* ed esercitazioni da parte degli studenti e la presentazione di best practice aziendali.

Infine, il modulo si focalizza sulle questioni inerenti le **strategie di hedging** (copertura) **dei rischi finanziari** generati dai progetti di investimento (rischio di cambio, rischio di tasso di interesse, *risk commodity*) attraverso l’utilizzo di strumenti derivati.

DOCENTI

Marco Di Blase

Gestione budget uffici esteri e prestazioni
– Leonardo Spa

[Leggi la bio](#)



Alessandro Giannozzi

Professore Associato, insegna
“Finanza Aziendale”
– Università di Firenze

[Leggi la bio](#)





M&A, accordi, alleanze e Joint Venture

L'obiettivo del modulo è fornire agli attuali e futuri manager delle imprese coinvolte in BiG Academy una **visione organica**, sotto il profilo teorico e applicativo, dei profili strategici, organizzativi, economici e finanziari, inerenti le **operazioni straordinarie** (*merge and acquisitions*), comprensive di acquisizioni, fusioni, accordi, alleanze e *joint venture*. Questo modulo si concentra quindi sulle operazioni di finanza straordinaria, in riferimento a **modifiche dell'assetto proprietario** (M&A) e a **costituzione di alleanze** (*joint venture*). Affrontando tali filoni tematici si vuole porre l'attenzione sulla comprensione degli **aspetti strategici, economici e finanziari** sottostanti alla creazione di reti strumentali allo sviluppo del territorio locale e nazionale.

Infine, uno spazio ad hoc è riservato alle **analisi di convenienza** inerenti **rapporti di cessione o trasferimento di know-how** o altri asset riguardanti la **proprietà intellettuale** in occasione di affidamenti di rilevanti commesse all'estero.

DOCENTI

Giovanni Liberatore

Professore Ordinario, insegna “Valutazione d’Azienda” e “Financial Accounting”
– Università di Firenze

[Leggi la bio](#)



Giuseppe Panizzardi

Responsabile M&A e Corporate Development
– Leonardo Spa

[Leggi la bio](#)



MACRO AREA

Scenari internazionali e strategie di sviluppo

*Conoscere i contesti
internazionali per competere
sui mercati globali*



I MODULI:

- Marketing & sales management
 - Global strategy
 - Geopolitica
 - Internazionalizzazione
- + *Digital Marketing (approfondimento)*

Per apprendere:

- _ L'importanza del posizionamento di un nuovo prodotto/servizio ai fini della competitività
 - _ Come definire, gestire e implementare le strategie aziendali sulla base degli aspetti economico-finanziari internazionali
 - _ Nuove chiavi di lettura per comprendere e gestire il business alla luce degli scenari geopolitici in atto
 - _ Strumenti per accedere e competere all'interno dei mercati internazionali
-



Marketing & sales management

Il modulo ha l'obiettivo di sviluppare competenze manageriali nell'area del Marketing Business to Business applicate ai processi di **vendita di tipo relazionale** e destinati a consolidarsi nel tempo.

In particolare, tali competenze riguarderanno lo sviluppo di una **value proposition convincente**, sia in generale rispetto al posizionamento competitivo del prodotto/ servizio, sia in concreto considerando tutte le scelte operative.

Competenze utili alla **comprensione approfondita del mercato** con particolare riferimento al ruolo svolto dai concorrenti così come alla capacità di sviluppare contatti, relazioni e *network* per lo sviluppo del business e la **conquista di spazi di mercato**.

Verranno approfonditi processi di *marketing management* che prevedono interazioni continue con clienti ed altri attori e istituzioni esterne con i quali devono essere **negoziare e coordinate strategie e politiche dell'impresa**. Processi per i quali sarà necessaria la verifica degli effetti sull'ambiente e sulla società, onde favorire gli eventuali benefici e le **ricadute positive** ed evitare possibili ripercussioni negative. Infine, processi che richiederanno l'attenta considerazione delle caratteristiche specifiche che contraddistinguono i clienti così da facilitare la soddisfazione dei loro reali bisogni. Saranno poi approfondite le tematiche relative alle **tecnologie digitali** applicate al *sales management* e le modalità di audit delle dinamiche economico-finanziarie del processo di vendita.

DOCENTI

Gaetano Aiello

Professore Ordinario, insegna Retail Marketing
– Università di Firenze

Leggi la bio



Valter Quercioli

International Branch COE Leader TPS
– Baker Hughes – Nuovo Pignone

Leggi la bio



Digital marketing

In questo modulo si affrontano i temi del **cambiamento digitale** e di come l'impresa può guidarli, ripercorrendo le fasi evolutive del digital marketing e tracciando le traiettorie di sviluppo. Più in dettaglio, partendo dall'analisi del consumatore e del suo comportamento, si introducono i nuovi paradigmi del fare impresa nella rete: **multicanalità e omnicanalità; nuovi modelli di business, gli strumenti digitali per la comprensione del mercato e la formulazione di strategie vincenti.**

Infine saranno introdotti alcuni concetti chiave sull'attività di *branding online* anche attraverso l'ausilio di piattaforme digitali come SeMRush e Talkwalker.

DOCENTE

Focus On

Danio Berti

Founder & CEO

– Consulting & Management Partners S.r.l.

Direttore e docente del Master in Digital Marketing

– PIN di Prato

Docente Web marketing e comunicazione

– Università di Firenze

[Leggi la bio](#)





Global strategy

Il modulo si propone di riassumere e presentare strumenti e processi per definire, gestire e implementare specifiche **strategie aziendali**, tenendo in considerazione gli aspetti economici, politici e geo-politici, finanziari e sociali. I temi che saranno sviluppati toccheranno elementi quali **l'integrazione del processo di pianificazione** strategica e finanziaria di lungo periodo con le **strategie di prodotto e commerciali e non solo**.

Particolare attenzione verrà posta sul Global Service di Baker Hughes che sarà preso ad esempio per implementare le sinergie e strategie evidenziate in fase di acquisizione nell'episodio di integrazione di una nuova società acquisita. Un'area di particolare attenzione sarà quella riguardante il come implementare in modo efficiente una **strategia commerciale proattiva** e come identificare i migliori prospetti per poter introdurre nuovi prodotti e servizi con lo scopo di recuperare quote di mercato.

DOCENTI

Sara De Masi

Ricercatrice, insegna “Economia e Gestione delle Imprese” e “Corporate Governance and Financial Institutions”
– Università di Firenze

[Leggi la bio](#)



Davide Franceschi

CFO GT – Equipment
– Baker Hughes – Nuovo Pignone

[Leggi la bio](#)





Geopolitica

Il modulo tratta, anche e soprattutto alla luce della recente situazione europea, una delle tematiche più attuali e incandescenti. In un tempo relativamente breve abbiamo imparato a capire come la **geopolitica** (complesso sodalizio tra geografia e politica, specie quella estera) interessi ed **influenzi persone, imprese e Paesi**.

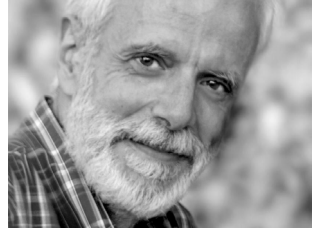
L'obiettivo del modulo è quello di fornire **metodologie, strumenti e chiavi di lettura utili per comprendere le basi della geopolitica mondiale** ed analizzare come questa possa interagire con i business e possa avere un peso sulle scelte aziendali. Un particolare e obbligatorio riferimento verrà fatto circa le dinamiche in atto in Europa orientale, con un focus sulla crisi attualmente in corso, ma anche in quelle aree geografiche oggi al centro di dinamiche e sviluppi non meno complessi, che possono interessare le nostre aziende. Verrà posta particolare attenzione ai **meccanismi di controllo del potere a livello mondiale**, partendo da quelli classici fino ad arrivare a quelli più emergenti, anche attraverso un'analisi comparata. L'obiettivo del corso sarà favorire il più possibile la **condivisione di esperienze** e la continua interazione tra docenti e discenti, grazie anche ad alcuni interventi di ospiti di rilievo nazionale.

DOCENTI

Luciano Bozzo

Presidente del Corso di Laurea in Relazioni internazionali e Studi Europei
– Università di Firenze

[Leggi la bio](#)



Filippo Randelli

Professore Associato, insegna “Geografia Economica” e “Environment and Development”
– Università di Firenze

[Leggi la bio](#)



Massimo Stolzuoli

Senior Proposal Manager
– Baker Hughes – Nuovo Pignone

[Leggi la bio](#)





Internazionalizzazione

Il modulo “Internazionalizzazione” è focalizzato sullo sviluppo delle competenze manageriali utili alla formulazione delle **strategie di internazionalizzazione** in un’ottica globale e multi-domestica. Oggi l’analisi dei mercati globali e delle modalità di ingresso negli stessi sono fondamentali per le aziende che operano sempre più in quello che viene definito “villaggio globale”. Diventa quindi fondamentale avere gli strumenti per **capire, analizzare e valutare l’attrattività e l’accessibilità nei mercati internazionali**. Nel corso del modulo, particolare attenzione verrà data alla formulazione delle scelte di *marketing mix* internazionale.

DOCENTI

Gabriele Clementi

Presidente
– El.En Group Spa

[Leggi la bio](#)



Raffaele Donvito

Professore Associato di Marketing e di
Internazionalizzazione delle Imprese
– Università di Firenze

[Leggi la bio](#)



MACRO AREA

Operations

Migliorare le prestazioni logistiche e operative significa valorizzare le capacità chiave dell'impresa e della filiera



I MODULI:

- HSE & Quality
- Gestione delle operations e supply chain
- Project Management
- Customer care & Service strategy

Per apprendere:

- Come sviluppare la cultura per la Qualità, la Salute, la Sicurezza e l'Ambiente all'interno dell'impresa
 - Come integrare la gestione dei processi aziendali per creare valore come filiera
 - Come gestire progetti di trasformazione e fronteggiare la complessità indotta dal cambiamento
 - Come trasformare il business di un'impresa industriale per offrire servizi e soluzioni integrate
-



HSE & Quality

La **cultura della sicurezza**, tema imprescindibile per qualsiasi impresa, è il **risultato di valori, atteggiamenti, percezioni, competenze e modelli di comportamento** - sia singoli che di gruppo - che determinano l'impegno, la competenza e l'attenzione di un'azienda nei confronti della salute, sicurezza e benessere dei lavoratori.

Molte imprese hanno cercato di diffondere all'interno della propria struttura una cultura della sicurezza che tenda a facilitare dinamiche di **interdipendenza**, intese come atteggiamenti virtuosi secondo i quali si è responsabili non soltanto per la propria incolumità, ma anche nei confronti degli altri e verso l'ambiente.

Il modulo "HSE & Quality" affronta le suddette tematiche, partendo dal nuovo approccio delle normative ISO alla base dei sistemi di gestione della qualità, della sicurezza e dell'ambiente. L'High Level Structure che introduce in maniera strutturale il **risk based thinking** come metodologia per analizzare il **rapporto fra il contesto interno** dell'azienda (risorse, capacità, cultura e valori) e il **contesto esterno** in cui opera, sia esso il mercato o più in generale la società. Le esigenze dei portatori di interesse interni (ad esempio i dipendenti) ed esterni (quali i clienti, gli enti di controllo e la collettività in generale) sono poste alla base della politica aziendale integrata e sono il motore per la pianificazione di attività ai vari livelli: strategico, tattico e operativo. Il punto di partenza, comune a tutti, è l'**analisi dei rischi potenziali** e delle **opportunità** che possono avere **effetti sul raggiungimento degli obiettivi aziendali**.

Nel modulo verranno discussi i cicli di vita di alcuni piani aziendali con la valutazione della loro **efficacia** e le **lezioni apprese**.

DOCENTI

Daniele Fiorini

Quality Production Leader
– Baker Hughes – Nuovo Pignone

[Leggi la bio](#)



Saverio Gradassi

HSE and Quality Vice President for Turbomachinery
& Process Solutions
– Baker Hughes – Nuovo Pignone

[Leggi la bio](#)



Sergio Mazzetti

Operational EHS Manager
– Baker Hughes - Nuovo Pignone

[Leggi la bio](#)



Mario Tucci

Professore Ordinario di “Ingegneria Legale”,
“Progettazione e Sicurezza dei Luoghi di Lavoro”,
“Engineering and Contracting”, “Gestione degli
Asset Industriali e della Manutenzione”
– Università di Firenze

[Leggi la bio](#)





Gestione delle operations e supply chain

Per “Operations Management e Supply Chain” si intende **la progettazione** sistematica, **l’implementazione e il miglioramento continuo** dell’insieme dei processi aziendali atti a **creare e distribuire prodotti e servizi**.

Possiamo pensare alle Operations come l’insieme dei processi che, in un’ottica di *supply chain* integrata, contribuiscono a realizzare e consegnare il valore al cliente, indipendentemente dal fatto che questo sia veicolato tramite un prodotto, un servizio o, come accade sempre più di frequente, tramite una commistione di prodotti e servizi. Intervenire in ottica migliorativa sulle Operations significa far **evolvere il modo** in cui l’azienda **realizza e consegna il valore ai propri clienti**.

Questo modulo, senza la pretesa di fornire un quadro esaustivo, intende presentare una serie di *best practice* di comprovata efficacia per la gestione della Operations e delle filiere logistiche, trattando aspetti che attengono alla progettazione, implementazione e miglioramento continuo dell’insieme dei processi aziendali volti a creare e distribuire prodotti.

Le diverse pratiche e configurazioni saranno discusse in base alle finalità strategiche che l’impresa si pone, distinguendo in primis tra **efficacia/qualità** ed **efficienza/produttività**.

DOCENTI

Francesco Graziano

Executive Manufacturing
— Baker Hughes – Nuovo Pignone

[Leggi la bio](#)



Emanuele Pietrangeli

Avenza Plant Leader
— Baker Hughes – Nuovo Pignone

[Leggi la bio](#)



Rinaldo Rinaldi

Professore Associato, insegna “Gestione Integrata della Produzione e della Logistica” e “Operations Management”
— Università di Firenze

[Leggi la bio](#)





Project Management

Questo modulo si pone l'obiettivo di fornire i concetti cardine che rappresentano la base delle **tecniche per la gestione di un progetto: dall'analisi e gestione dei rischi nel ciclo di vita, alla pianificazione delle risorse, monitoraggio e controllo dei tempi e dei costi**. Padroneggiare queste metodologie è di fondamentale importanza, non solo per le imprese che lavorano su commessa, in modalità *project-based*, ma per tutte le imprese interessate da importanti dinamiche di cambiamento e innovazione dei processi e delle operations.

Nel corso del modulo verrà data una particolare enfasi alle tecniche di **multi project management** e alle modalità per operare su un portafoglio progetti diversificato e con risorse condivise. Nel corso del modulo ai discenti sarà altresì richiesto di lavorare in team per l'elaborazione e presentazione di ipotesi di ri-pianificazione e di azioni di recupero necessarie a riportare nei ranghi un progetto prossimo al fallimento.

Particolare attenzione viene data a sensibilizzare le imprese verso lo sviluppo di una **cultura integrata di project e risk management**, che non sia solo orientata alle buone pratiche e alle norme del settore, ma che possa diventare il DNA delle persone per orientare al miglioramento continuo l'operato di tutta l'organizzazione.

DOCENTI

Mario Tucci

Professore Ordinario di “Ingegneria Legale”,
“Progettazione e Sicurezza dei Luoghi di Lavoro”,
“Engineering and Contracting”, “Gestione degli
Asset Industriali e della Manutenzione”
– Università di Firenze

[Leggi la bio](#)



Mariangela Parisi

Senior Risk Manager
– Baker Hughes – Nuovo Pignone

[Leggi la bio](#)





Customer care & Service strategy

Con Service strategy (aka *servitization*, servitizzazione) si intende un ampio **processo di trasformazione strategica del modello di business delle imprese industriali**. Per differenziarsi, recuperare marginalità e alzare uno scudo contro le crescenti pressioni competitive dei mercati ormai maturi e saturi, l'impresa può **potenziare la propria offerta**, tradizionalmente prodotto-centrica, **con una molteplicità di servizi e soluzioni integrate**. Questo però richiede una vera e propria **rivoluzione culturale** e un **maggior orientamento al cliente** (*customer-centricity*). Occorre cioè comprendere bisogni ed esigenze, al fine di progettare soluzioni personalizzate, sviluppando una nuova reputazione: quella di **service provider**.

Questo modulo offre **una mini-guida per progettare** una strategia di servitizzazione, illustrandone le sfide e gli ostacoli, i modelli organizzativi, le capacità distintive e le tecnologie abilitanti il disegno, la ingegnerizzazione, la vendita e l'erogazione di servizi connessi a prodotti, flotte e basi installate. Particolare attenzione sarà data alle tecnologie digitali dell'Industria 4.0 – *industrial internet, cloud computing, predictive analytics, big data* – sempre più sfruttate dalle imprese manifatturiere per la propria “*digital transformation*” e per ampliare il portafoglio prodotti e servizi con l'inclusione di servizi digitali (*smart services, data-driven services*).

DOCENTI

Mario Rapaccini

Professore Associato, insegna “Gestione dell’Innovazione”, “Strategia di Impresa” e “Economia e Organizzazione Aziendale” – Università di Firenze

[Leggi la bio](#)



Stefano Terzi

Services Technology Leader
– Baker Hughes – Nuovo Pignone

[Leggi la bio](#)



MACRO AREA

Transizione energetica e digitalizzazione

Rivoluzione industriale, digitale e culturale: nuovi strumenti per migliorare la redditività delle aziende



I MODULI:

- Gestione dell'innovazione e transizione energetica
- Circular economy management
- Circular design regulations, standards and practices
- Digitalizzazione

Per apprendere:

- _ Gli elementi cruciali per interpretare l'innovazione come nuovo approccio culturale
 - _ Nozioni, approcci e strumenti per implementare *business model* circolari e migliorare gli "ecosistemi" in cui operano
 - _ Regolamentazione, strumenti e metodologie per sviluppare un design di tipo circolare
 - _ Come saper sfruttare il potenziale digitale per rendere i processi aziendali più sicuri, snelli ed efficienti
-



Gestione dell'innovazione e transizione energetica

Il mondo di oggi sta testimoniando un periodo di **profondi cambiamenti** e una velocità del **progresso tecnologico** senza precedenti nella storia dell'umanità. In questo modulo si analizzano le forze che stanno spingendo il mondo in questa rapida accelerazione dello sviluppo tecnologico e gli strumenti per gestirla.

Tra le varie forze che spingono questa rapida evoluzione, la **transizione energetica** gioca un ruolo dominante, portando con sé **piattaforme tecnologiche** lontane da quelle tradizionali e che quindi richiedono conoscenze di base dei mercati. Si richiede per questo che partner di natura radicalmente diversa (corporate, PMI, start-up, università e centri di ricerca) collaborino tra loro, creando un ecosistema che rende estremamente complessa la gestione dei programmi e dei progetti. **I nuovi strumenti di gestione dell'innovazione**, mutuati soprattutto dall'open innovation, diventano una chiave fondamentale per gestire questa complessità, per creare un **ecosistema funzionale alla transizione energetica** e aiutare tutti i partecipanti a estrarre valore da questo sforzo mondiale verso la **decarbonizzazione**.

In questo modulo si approfondisce il ruolo che le PMI possono giocare in questa trasformazione (ad esempio per la parte di componentistica) anche grazie a nuovi filoni di business collegati ai prodotti energetici (componenti *hardware*, *software*, nuove tecnologie) e orientati verso una produzione ad **impatto sostenibile**.

DOCENTI

Alberto Babbini

Technology Innovation Leader
– Baker Hughes – Nuovo Pignone

[Leggi la bio](#)



Alessandro Bianchini

Ricercatore presso il Dipartimento di
Ingegneria Industriale, insegna “Sistemi
Avanzati per le Energie Rinnovabili”
– Università di Firenze

[Leggi la bio](#)



Daniele Fiaschi

Professore Associato, insegna “Energie
rinnovabili e Sistemi energetici”
– Università di Firenze

[Leggi la bio](#)



Paolo Noccioni

Presidente di Nuovo Pignone
– Baker Hughes – Nuovo Pignone

[Leggi la bio](#)





Circular economy management

Con il termine “economia circolare” si intende un modello di produzione e di consumo che prevede la condivisione, il noleggio, il riutilizzo, la riparazione, la ristrutturazione e il riciclaggio dei materiali e dei prodotti con **l’obiettivo di allungarne il ciclo di vita e ridurre al minimo i rifiuti ed il consumo di materie prime.**

L’Unione Europea (che produce più di 2,5 miliardi di tonnellate di rifiuti ogni anno) sta aggiornando la sua legislazione sulla gestione dei rifiuti per promuovere il passaggio a un modello più “circolare” (vs il modello economico tradizionale lineare basato sul “*take-make-consume-throw away*”) con l’obiettivo di ridurre la pressione sull’ambiente, il rischio di approvvigionamento di materie prime, aumentare la competitività, stimolare l’innovazione e la promozione della crescita economica.

Se a questo si aggiunge una crescente attenzione ai temi della sostenibilità ambientale e sociale da parte dei consumatori finali, è facile intuire come le **aziende che sapranno implementare business model circolari** e migliorare il livello di “circolarità” delle filiere e degli “ecosistemi” in cui operano, godranno di un **vantaggio competitivo** nel prossimo futuro.

Questo modulo si propone di introdurre **i principi, gli approcci e gli strumenti** per rendere tutto questo fattibile ed applicabile all’interno dell’impresa.

DOCENTI

Mirko Duranti

Referente per progetti di sviluppo ed
operazioni straordinarie
– KME Italy Spa, Gruppo Intek Spa

[Leggi la bio](#)



Nicla Pucci

Esperta in Sviluppo Sostenibile
– KME Italy Spa, Gruppo Intek Spa

[Leggi la bio](#)



Filippo Visintin

Professore Associato, insegna
“Progettazione e Gestione dei Servizi” e
“Organizzazione Aziendale”
– Università di Firenze

[Leggi la bio](#)





Circular design regulations, standards and practices

Si dice economia circolare un'economia progettata per **"auto-rigenerarsi"**: materiali di origine biologica rientrano nella biosfera e materiali di origine tecnica sono progettati per circolare all'interno di un **flusso** che **garantisce la minima perdita di qualità** e il **mantenimento del valore** nel tempo.

Si tratta quindi di un'economia che volutamente si **"ricostituisce"**: punta infatti a fare **affidamento su fonti energetiche rinnovabili**, minimizzando e **riducendo la produzione di rifiuti** attraverso un innovativo design circolare. Ed è in quest'ottica che trova spazio il concetto di **"simbiosi industriale"** come sistema industriale fra industrie tradizionalmente **"separate"** con un approccio integrato finalizzato a promuovere vantaggi competitivi **attraverso lo scambio di materia, energia, acqua e/o sottoprodotti**.

Il modulo **"Circular design regulations, standards and practices"** ha come obiettivo il trasferimento di conoscenze sulle principali **metodologie, strumenti e aspetti normativi** funzionali all'**integrazione della sostenibilità ambientale** nella progettazione e **sviluppo di prodotti e processi circolari** e di **strategie per l'integrazione della filiera**.

DOCENTI

Massimo Delogu

Professore Associato di “Qualità, affidabilità e sicurezza nelle costruzioni meccaniche” e “Progettazione eco-sostenibile dei prodotti e dei processi industriali”
– Università di Firenze

[Leggi la bio](#)



Nicla Pucci

Esperta in Sviluppo Sostenibile
– KME Italy Spa, Gruppo Intek Spa

[Leggi la bio](#)





Digitalizzazione

La digitalizzazione dei processi ha come obiettivo lo sviluppo di **nuove soluzioni** per controllarli e gestirli sfruttando il potenziale offerto dalle **nuove tecnologie**.

Nell'ambito del modulo saranno presentate le strategie per digitalizzare un processo esistente o per svilupparne uno ex novo, tramite esempi tratti da casi studio aziendali.

Saranno inoltre introdotte le tecnologie più interessanti volte all'implementazione di processi digitali quali: soluzioni basate su **Intelligenza Artificiale** e **Machine Learning**, **sensoristica avanzata**, **manutenzione predittiva**.

Ampio spazio sarà dedicato al tema della **cybersecurity**, approccio fondamentale per garantire che il processo e la gestione dei dati dell'azienda sia **sicuro da minacce esterne**. Verrà presentato il percorso ottimale per lo sviluppo di un sistema sicuro, partendo da un progetto organico e strutturato, insieme ad alcune soluzioni pratiche e *case study*.

Sarà inoltre messa in evidenza l'importanza di adottare approcci ad **elevata usabilità** per garantire facilità d'uso ed **elevati standard** di *cybersecurity*.

DOCENTI

Gianni Campatelli

Professore Associato di “Innovazione dei Processi produttivi”, “Studio del Prodotto e del Processo” e “Tecnologia Meccanica”
– Università di Firenze | Coordinatore per l’Università di Firenze per i progetti

[Leggi la bio](#)



Luca Ronchini

Head of the Cyber Security
– Thales Ground Transportation Systems

[Leggi la bio](#)



MACRO AREA

Leadership e sviluppo organizzativo

*Leader si nasce oppure si diventa?
Strumenti di lavoro per le sfide organizzative e lo sviluppo umano*



I MODULI:

- Gestione delle risorse umane e valorizzazione delle competenze
- Motivazione dei collaboratori e leadership

Per apprendere:

- Modelli organizzativi specifici sulla base di una pianificazione strategica d'impresa che coinvolge necessariamente il capitale umano
 - Capacità di riflettere criticamente sul ruolo del leader nei contesti organizzativi e sul suo impatto sui propri collaboratori
-



Gestione delle risorse umane e valorizzazione delle competenze

Questo modulo intende fornire un quadro sistemico circa la gestione delle risorse umane in una prospettiva *competence-based*, focalizzando la propria attenzione su quelle prassi ritenute più funzionali al processo di **sviluppo manageriale** delle piccole e medie imprese e dei professionisti delle risorse umane.

In un contesto come quello attuale, caratterizzato da elevata dinamicità dei mercati e degli equilibri competitivi, così come da evoluzioni ambientali incerte, agire sulla **valorizzazione delle competenze** delle risorse umane diventa un **imperativo imprescindibile**.

La gestione delle risorse umane fondata sulle competenze mira ad **integrare le logiche di pianificazione delle risorse umane** con quelle della **pianificazione strategica d'impresa**. Questo consente alle organizzazioni di individuare, valutare e sviluppare le competenze chiave necessarie per raggiungere la *mission*, supportare la strategia di *business* e **migliorare la performance aziendale**.

DOCENTI

Vincenzo Cavaliere

Professore Ordinario di “Organizzazione Aziendale” e “Gestione delle Risorse Umane”
– Università di Firenze

[Leggi la bio](#)



Sara Lombardi

Ricercatrice di “Organizzazione Aziendale”
– Università di Firenze

[Leggi la bio](#)



Marco Ugolini

Bids & Projects Director
– Thales Ground Transportation Systems Italia

[Leggi la bio](#)





Motivazione dei collaboratori e leadership

Questo modulo mette in **connessione** le **sfide organizzative**, con cui le aziende devono interfacciarsi nello svolgimento quotidiano delle loro attività, con i temi della **motivazione al lavoro e della leadership**.

Soprattutto durante periodi di transizione o di crisi, far leva sul **contributo** derivante dai **comportamenti e dalle performance** dei propri collaboratori è considerato il primo passo per poter **affrontare con successo il cambiamento**.

Sviluppare un'adeguata capacità nel guidare le persone verso il raggiungimento degli obiettivi consente infatti di agevolare la diffusione di un **approccio positivo e ottimistico** al cambiamento, di assicurarsi il **supporto e il commitment** del personale e di dar vita ad una **cultura collettiva** che miri al **benessere organizzativo**, mettendo al centro la **longevità dell'attività aziendale**.

DOCENTI

Vincenzo Cavaliere

Professore Ordinario di “Organizzazione Aziendale” e “Gestione delle Risorse Umane”
– Università di Firenze

[Leggi la bio](#)



Sara Lombardi

Ricercatrice di “Organizzazione Aziendale”
– Università di Firenze

[Leggi la bio](#)



Marco Ugolini

Bids & Projects Director
– Thales Ground Transportation Systems Italia

[Leggi la bio](#)





TEMI E PERSONE

La Classe 2024

La classe di BiG Academy aggiunge valore al processo di apprendimento collettivo attraverso la condivisione di esperienze e testimonianze dirette.



Michelangelo Agosta


Procurement Manager
presso Ineos Inovyn

 Livorno



Hector Daniel Aiudi


Direttore dell'Ingegneria
presso Techfem

 Pesaro Urbino



Antonio Alessandria

Direttore amministrazione, finanza e
controllo presso Metalsud Lo Gatto

 Vibo Valentia



Era Anastasi


Responsabile amministrativo
presso Nemesys Energy

 Firenze



Milena Bertelli

Operations Manager presso Ciemmecì
Fashion (Gruppo Florence)

 Empoli (FI)



Monia Bichi

Production Manager
presso Mely's (Gruppo Florence)

 Arezzo



Tommaso Borraccini


After Sales & Project Manager
presso SIME

 Livorno



Maurizio De Vita

Technical Manager
presso Metalsud Lo Gatto

 Vibo Valentia



Mattia Di Ioia


Impiegato commerciale e amministrativo
presso Le Chiantigiane

 Firenze



Francesco Fabiano

Operations Manager
presso F&B

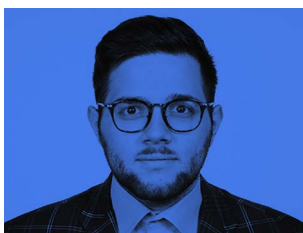
 Vibo Valentia



Alessio Gigliotti

Key Account Manager
presso T.T. Tecnosistemi

 Prato



Luigi Giona

Responsabile ufficio logistica e spedizioni
presso Francesco Pisani & Figli

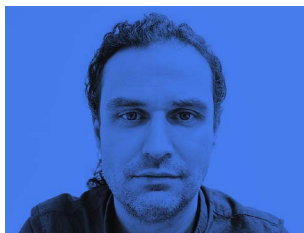
 Frosinone



Eleonora Iachim

Controller attività estere
presso Basisgroup

 Prato



Daniel Mincu

General Manager
presso SIME Rom

 Bucarest, Romania



Patrick Montali

Chief Technology Officer
presso PrintabLED

 Reggio Emilia



Simone Monti

General Manager
presso LCI Italy (Gruppo Lippert)

 Firenze



Alessio Morabito

Progettista presso Durazzani Srl –
Ambiente e Territorio

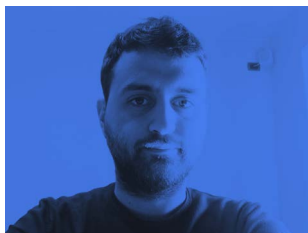
 Firenze



Annarosa Morea

Site Project Manager
presso Baker Hughes – Nuovo Pignone

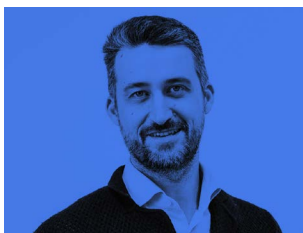
 Bari



Francesco Pallone

Analista programmatore
presso Pra Service

 Catanzaro



Tommaso Palloni

Specialista Area Finanza e Controllo di
gestione presso EL.En.

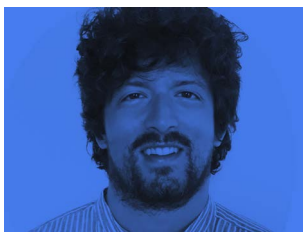
 Firenze



Costanzo Perico


Direttore tecnico-commerciale
presso Maya Powersystem

 Bergamo



Alessio Pierro

Energy Transition Leader
presso Techfem

 Pesaro Urbino



Rosella Ranieli

Sales Manager
presso Metalsud Lo Gatto

 Vibo Valentia



Vanessa Rizzuto

HR Generalist
presso Pra Service

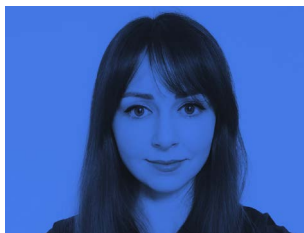
 Catanzaro



Giacomo Rontini

Engineering Team Leader
presso Nemesys Energy

 Firenze



Monika Ryczkowska

Customer Prequalification Specialist presso
Baker Hughes – Nuovo Pignone

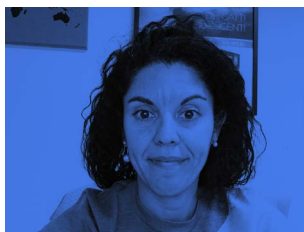
 Firenze



Maurizio Shomefun

Progettista
presso Te.Si.Fer

 Firenze



Mariagiovanna Spluga

Sales Manager Divisione Pet Care
presso Laviosa Chimica Mineraria

 Livorno



Giulia Strambi

Sales Engineer
presso Nuova Simat

 Livorno



Massimiliano Tosi

CEO di Metaphor (Gruppo Florence)

 Modena



TEMI E PERSONE

Il nostro Team

Lavoriamo per rendere BiG Academy un'esperienza significativa e di valore per tutte le persone che la abitano

TEAM

Ludovica Fiaschi

Direttrice ACSI e BiG Academy

Institutional Affairs Manager
— Baker Hughes - Nuovo Pignone

+39 345 7320080 - direzione@bigacademy.it

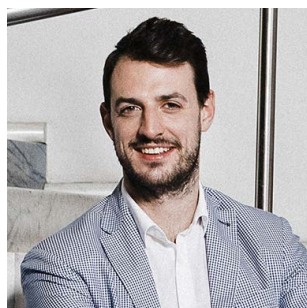


Filippo Canoso

Responsabile Coordinamento organizzativo BiG Academy

Institutional Affairs Specialist
— Baker Hughes - Nuovo Pignone

+39 347 7521693 - filippo.canoso@bigacademy.it



Elena Baretta

Community Manager e Tutor didattico BiG Academy

+ 39 3481713089 - elena.baretti@bigacademy.it



Laura Miletta

Segreteria BiG Academy

Executive Assistant

— Baker Hughes - Nuovo Pignone

+39 348 4900797 - info@bigacademy.it



Valeria Marzano

Coordinamento organizzativo BiG Academy

Institutional Affairs Specialist

— Baker Hughes - Nuovo Pignone

info@bigacademy.it



Giovanna Perugino

Tutor didattico BiG Academy

Institutional Affairs Specialist

— Baker Hughes - Nuovo Pignone

giovanna.perugino@bigacademy.it



FLORENCE LEARNING CENTER

via de Perfetti Ricasoli, 78
50127 Firenze

[www.bakerhughes.com / florence-learning-center](http://www.bakerhughes.com/florence-learning-center)

Firenze
Gennaio 2024



Business
innovation
Growth

www.bigacademy.it