



GLOBAL MANAGEMENT CHALLENGE 2008-2009

il **torneo**
internazionale di
strategia d'impresa
più importante al mondo

2.4 - 231008

KEY FACTORS

- **WORLD-CLASS BUSINESS SIMULATION**
- **EMPLOYER BRANDING INNOVATIVO E NETWORKING**
- **BEST PLACE TO WORK**

WORLD-CLASS BUSINESS SIMULATION

Il GMC è l'unica competizione di management a livello mondiale che mette a confronto manager aziendali, studenti di Business School e studenti universitari. La gara esiste da 29 anni e viene organizzata in 30 paesi. La competizione avviene attraverso un sofisticato software di business simulation, utilizzato da anni da aziende leader come formazione innovativa dei loro manager.

EMPLOYER BRANDING INNOVATIVO E NETWORKING

Optando per la sponsorizzazione di squadre di studenti da Business School o da Università, il GMC favorisce il passaparola contagioso degli studenti coinvolti. Le aziende comunicano il proprio brand attraverso un'attività innovativa e con una maggiore redemption di investimento rispetto ai canali tradizionali. Inoltre aderendo al GMC l'azienda sponsor crea e consolida il proprio network di relazioni istituzionali nel mondo accademico e rapporti diretti con le aziende partecipanti alla gara.

BEST PLACE TO WORK

Il GMC rappresenta un benchmark tra aziende sul tema cruciale del best place to work. Le aziende possono partecipare alla gara anche iscrivendo squadre di propri manager. Il GMC è quindi un utile supporto per aumentare il senso di appartenenza, migliorare il clima aziendale, sviluppare senso del lavoro in team.



1. GLOBAL MANAGEMENT CHALLENGE

Il Global Management Challenge (GMC, www.globalmanagementchallenge.it) è il torneo internazionale di strategia d'impresa più importante al mondo.

Organizzato in contemporanea in 30 paesi (www.worldgmc.com), il GMC è l'unica worldwide business competition in cui squadre di manager aziendali, di studenti universitari, o di studenti di Business School si sfidano attraverso una gara di management. Il GMC incorona da 7 anni il miglior team d'Italia, e da 29 anni la squadra Campione mondiale di strategia d'impresa.

Angola	Regno Unito	Belgio
Bolivia	Singapore	Cina
Francia	Ucraina	Grecia
India	ITALIA	Lettonia
Messico	Polonia	Portogallo
Repubblica Ceca	Romania	Russia
Slovacchia	Spagna	Turchia
Australia	Danimarca	Bielorussia
Brasile	Hong Kong	Finlandia
Germania	Macao	Ungheria

Tabella 1 - Paesi in gara, Global Management Challenge 2008-2009

Il GMC è supportato in Italia da Cesop Communication (www.cesop.it), media partner dell'evento nazionale. Cesop Communication è l'azienda leader in Italia nel settore dei servizi di comunicazione aziendale per il recruitment di neolaureati e giovani professionisti.

2. CHI PARTECIPA

Al GMC 2008-2009 agguerrite squadre - supportate da aziende sponsor - competono attraverso un sofisticato software di business simulation. La sfida consiste nella gestione di un'azienda virtuale: per vincere i team in gara devono massimizzare il proprio valore azionario e battere la concorrenza sul mercato. Tutta la gara si svolge in inglese.

Le aziende sponsor prendono parte alla competizione supportando 1 o più squadre composte da:

- manager aziendali (per la 1° volta da quest'anno)
- studenti universitari
- o studenti di Business School

A queste si aggiungono team "free lance" composti da professionisti (per la 1° volta da quest'anno).

Di seguito vengono forniti alcuni dettagli sulle gare nazionali dal 2002 a oggi, cioè da quando il GMC esiste in Italia.

Edizione GMC	Finale nazionale	Team Campione d'Italia	Finale internazionale e team Campione del mondo		
2008-2009	Roma	Finale nazionale, 4 marzo 2009	Lisbona, 20-apr → 24-apr 2009		
2007-2008	Milano	Accenture / Economia Università di Torino - Ingegneria Politecnico di Torino	Bucarest	Macao	Italia 9° su 26 paesi
2006-2007	Torino	Forgital / Ingegneria Università di Padova (sede di Vicenza)	Macao / Hong Kong	Rep.ca Ceca	Italia 9° su 24 paesi
2005-2006	Torino	Altran Italia / Ingegneria Università di Padova (sede di Vicenza)	Varsavia	Cina	Italia 7° su 19 paesi
2004-2005	Roma	IBM Italia / Ingegneria Università di Roma Tor Vergata	Lisbona	Polonia	Italia 11° su 16 paesi
2003-2004	Roma	Whirlpool Europe / Ingegneria Politecnico di Milano	Madeira	Cina	Italia 5° su 15 paesi
2002-2003	Milano	Whirlpool Europe / Ingegneria Politecnico di Milano	Macao / Hong Kong	Cina	Italia 10° su 15 paesi
2001-2002	Italia non partecipante		Parigi	Spagna	

Tabella 2 - Vincitori per anno, Global Management Challenge 2001-2009

Il GMC è una gara coinvolgente e impegnativa: ciò nonostante le squadre aderenti sono sempre più numerose ogni anno. Il grafico seguente mostra l'evoluzione del numero di squadre iscritte in Italia. Da notare che:

- le squadre con sponsor partecipano alla Gara nazionale (314% di aumento l'anno scorso)
- le squadre senza sponsor accedono alle Gare eliminatorie, e solo le migliori alla Gara nazionale

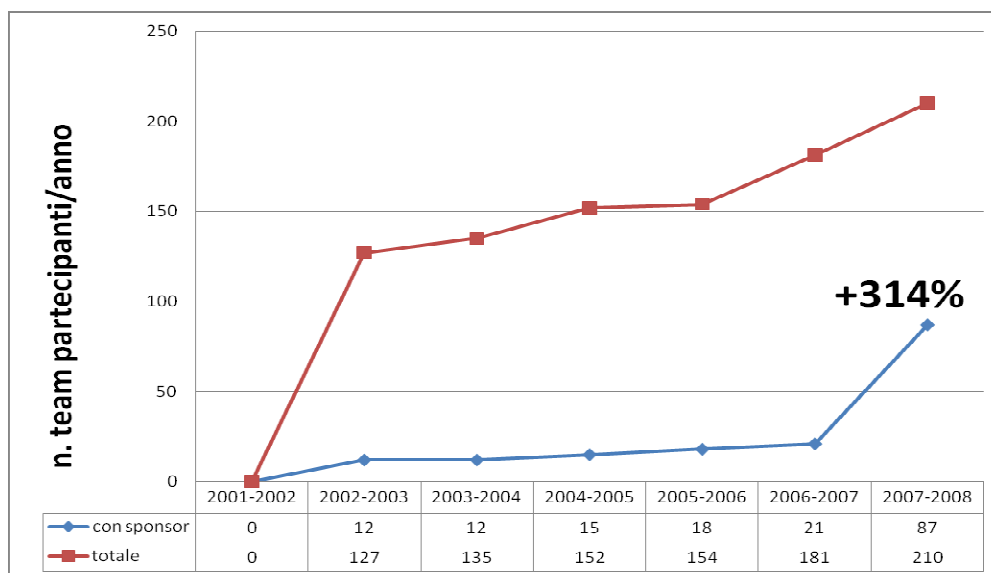
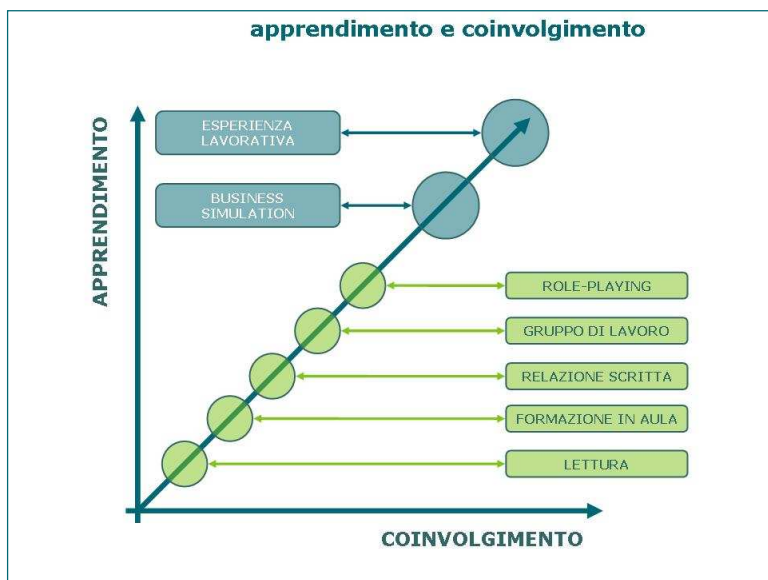


Grafico 1 - Numero squadre iscritte per anno in Italia, Global Management Challenge 2001-2009

3. COME FUNZIONA



Le business simulation sono strumenti formativi sofisticati che permettono all'utente di imparare dall'esperienza diretta. Partecipare a un business game dà l'opportunità di immergersi in una realtà aziendale traendo tutti i vantaggi in termini di know-how acquisito, senza dover sostenere i costi dei propri errori. E' quello che gli anglosassoni chiamano il "learning by doing".

Nello schema riportato di fianco, vengono messi in connessione apprendimento e coinvolgimento.

Grafico 2 - Apprendimento e coinvolgimento, Global Management Challenge 2008-2009

Partecipando al GMC, l'azienda sponsor gestisce la squadra che sponsorizza in piena autonomia:

FASI DELLA GARA	TEAM DI MANAGER	TEAM DI STUDENTI *
PRIMA	l'azienda, se lo desidera, potrà organizzare un momento di lancio per i team	l'azienda, se lo desidera, potrà accogliere i team sponsorizzati per un momento di presentazione reciproca in azienda
DURANTE	le riunioni dei team sponsorizzati sono organizzate in azienda, e alle riunioni possono prendere parte - se lo desiderano - uno o più manager HR o di linea	le riunioni dei team sponsorizzati possono essere organizzate in azienda, e alle riunioni possono prendere parte - se lo desiderano - uno o più manager HR o di linea
DOPO	l'azienda, se lo desidera, potrà organizzare un momento di chiusura per i team	l'azienda ha la possibilità di accogliere i team sponsorizzati per un momento di chiusura in azienda

Tabella 3 - Gestione squadre sponsorizzate, Global Management Challenge 2008-2009

* Il coinvolgimento dello staff dell'azienda sponsor nella competizione è quindi del tutto libero: la gara, infatti, è gestita in tutti i suoi aspetti operativi dalle squadre di studenti.

La competizione 2008-2009 si svolge attraverso le fasi seguenti:

ATTIVITA'	PERIODO	NOTE
Gare eliminatorie nazionali	settembre/dicembre 2008	Partecipano solo team studenti senza sponsor
Gara nazionale	21-gen → 19-feb 2009	
Finale nazionale	04-mar 2009	A Roma, in Luiss Guido Carli, in 1 giorno, 24 best team Italia
Finale internazionale	21 → 24-apr 2009	A Lisbona (Portogallo), in 2 giorni, 28 paesi in gara

Tabella 4 - Struttura della gara, Global Management Challenge 2008-2009



Le Gare eliminatorie nazionali sono competizioni aperte solo alle squadre di studenti (Università e Business School). I team di manager accedono direttamente alla Gara nazionale.

Le Gare eliminatorie nazionali rappresentano quindi importanti momenti di comunicazione, soprattutto riguardante i brand delle aziende che sponsorizzano la competizione dell'anno.

Le migliori squadre delle Gare eliminatorie si qualificano per la Gara nazionale e verranno attribuite alle aziende sponsor. Alle aziende vengono associate le squadre più in linea con le preferenze espresse attraverso il modulo "Must&Want" (dettagli in Appendice A).

4. LA FINALE NAZIONALE

Il GMC 2008-2009 raggiunge il suo momento più importante durante la Finale nazionale.

FASE	DETTAGLI
Gare eliminatorie nazionali	da settembre a dicembre 2008
Gara nazionale	dal 21 gennaio al 19 febbraio 2009
Finale nazionale e evento di premiazione	Roma, Luiss Guido Carli, 4 marzo 2009
Finale internazionale	Lisbona (Portogallo), dal 20 al 24 aprile 2009

Tabella 5 - Calendario di gara, Global Management Challenge 2008-2009

La Finale nazionale verrà ospitata a Roma dalla Luiss il 4 marzo 2009. Partecipando al GMC l'azienda sponsor viene invitata a prendere parte all'evento della Finale nazionale anche se nessuna delle proprie squadre ha raggiunto questo stadio della competizione.

Di seguito vengono forniti i dettagli della Finale nazionale della scorsa edizione.

Finale nazionale GMC 2007-2008

Il GMC 2007-2008 si è concluso a livello nazionale con un grande evento - presso il Politecnico di Milano il 12 dicembre 2007 - al quale tutte le aziende aderenti sono state invitate a prendere parte. La Finale nazionale è l'evento che costituisce l'apice della comunicazione del GMC, durante il quale tutte le aziende aderenti hanno visibilità di brand, ovviamente in base al livello di sponsorizzazione: Main Sponsor, Partner e Supporter. Alla giornata hanno partecipato le 24 squadre finaliste in gara - per un totale di circa 120 partecipanti provenienti da tutta Italia, divise in 3 Gironi.

A fine giornata, durante la premiazione, sono stati nominati i 3 team Campioni del proprio Girone, con i relativi Sponsor. Sulla base del minor gap tra valore azionario raggiunto dalla squadra e media dei valori azionari del proprio Girone, solo una squadra è stata proclamata Campione d'Italia 2007-2008, e rappresenterà l'Italia alla Finale internazionale di Bucarest, 14/16-apr 2008. Alla giornata hanno inoltre preso parte personalità del mondo accademico e aziendale coinvolti a vari livelli nel GMC:

- aziende: Amministratori Delegati, Direttori Risorse Umane, Responsabili Reclutamento, Responsabili Employer Branding di tutte le aziende partecipanti al GMC,
- Università e Business School: Rettori, Presidi, Direttori Master, Professori, Responsabili Placement e Ufficio Stage di tutte le Facoltà e tutte le Business School partecipanti alla competizione.

La Finale nazionale ha coinvolto diverse personalità aziendali nell'ambito della Tavola Rotonda sul tema "Competition for Talents", a cui hanno partecipato:

- Marco Taisch, Delegato del Rettore alla Fidelizzazione e al Placement - Politecnico di Milano
- Valerio Morganti, Partner e Responsabile HR - Ernst&Young
- Fabio Longo, HR Director - Accenture
- Daria Grazzi, Direttore Risorse Umane - Fnac Italia (Gruppo PPR)
- Riccardo Ronca, Direttore Risorse Umane, Conforama (Gruppo PPR)



5. COSTI DI ADESIONE

Le aziende che aderiscono al GMC 2008-2009 dovranno:

1. scegliere il livello di sponsorizzazione (tabella di seguito)
2. scegliere la tipologia della/e squadra/e: manager o studenti
3. [solo per squadre studenti o Università o Business School] scegliere la provenienza della/e squadra/e: compilando il Modulo "Must&Want")

NOTA IMPORTANTE

Le squadre studenti verranno attribuite alle aziende secondo il criterio "first in, first served": i team con i profili migliori saranno dati alle aziende che avranno aderito prima.

LIVELLO DI PARTECIPAZIONE	NUMERO TEAM	COSTO ADESIONE
Main Sponsor	fino a 20 *	€ 60.000,00 + IVA
Partner Plus	fino a 20 *	€ 25.000,00 + IVA
Partner	8	€ 13.500,00 + IVA
Supporter Plus	3	€ 5.500,00 + IVA
Supporter	1	€ 2.750,00 + IVA

Tabella 6 - Livelli di partecipazione aziende, Global Management Challenge 2008-2009

NOTA BENE *:

L'azienda Main Sponsor e l'azienda Partner Plus possono decidere il numero di team da iscrivere alla competizione con un massimo di 20.

DATA SCADENZA ADESIONI AZIENDE	19 dicembre 2008
--------------------------------	------------------

6. CONTATTI

Per qualsiasi richiesta di ulteriore informazioni:

Organizzazione:

Global Management Challenge - Italy
Contatto: Pierre DERENEMESNIL - General Manager
Cellulare: (+39) 347 330 6098
Ufficio: (+39) 06 860 7854
Email: mktg@globalmanagementchallenge.it
Web - Italy: www.globalmanagementchallenge.it
Web - global: www.worldgmc.com

Media Partner:

Cesop Communication Srl - Divisione Graduates Communication
Ufficio: (+39) 051 272 449 - (+39) 02 7202 3011
Web: www.cesop.it

APPENDICE A. MODULO MUST&WANT

Il Modulo M&W permette all'azienda che ha aderito al GMC scegliendo di partecipare alla gara supportando squadre di studenti (Università o Business School) di esprimere i criteri di preferenza delle squadre che ha scelto di sponsorizzare.

Per fare ciò verrà richiesto all'azienda di compilare una tabella per ogni squadra iscritta. Di seguito viene fornito un esempio.

SCELTA	UNIVERSITA'	FACOLTA'	CORSO DI LAUREA	CORSO DI STUDI
Prima scelta	Politecnico di Milano	Ingegneria	Gestionale	Specialistica
Team di riserva	Bocconi	Economia	Finanza	Specialistica

Tabella 7 - Criteri di preferenza M&W, Global Management Challenge 2008-2009

Prima scelta e squadra di riserva

Per ogni squadra l'azienda deve scegliere un team studenti da considerare come "Prima scelta" (squadra dal profilo idealmente desiderato) e uno come "Squadra di riserva" (attribuito all'azienda nel caso in cui non risulti possibile soddisfare la "Prima scelta").

Università e Facoltà

L'azienda esprime la propria preferenza per quanto riguarda Università e Facoltà preferite. Prima scelta e Squadra di riserva possono riferirsi - come nell'esempio - anche a Università e/o Facoltà diverse.

Corso di Laurea

L'azienda può specificare i seguenti Corsi di Laurea, raggruppati per semplicità in base all'area tematica di appartenenza:

FACOLTA'	CORSO DI LAUREA	COMPRENDE
ECONOMIA	AZIENDALE	economia aziendale
		gestione delle imprese
	FINANZA	Management
		scienze bancarie
		intermediari finanziari
MARKETING	finanza aziendale	
	Marketing	
ALTRO	comunicazione d'impresa	
INGEGNERIA	GESTIONALE	
	MECCANICA	
	ELETTRONICA	
	ALTRO	

Tabella 8 - Criteri di preferenza M&W, Corso di Laurea, Global Management Challenge 2008-2009

Corso di studi

L'azienda deve scegliere indicando il Corso di studi preferito tra Laurea Triennale o Specialistica / Magistrale. Non è possibile indicare l'anno esatto di appartenenza.



APPENDICE B. UNIVERSITA' E BUSINESS SCHOOL

UNIVERSITA'

Le aziende partecipanti possono richiedere di sponsorizzare team provenienti dalle seguenti Facoltà.

CITTA'	UNIVERSITA'	FACOLTA'	CITTA'	UNIVERSITA'	FACOLTA'
Bari	Politecnico	Ingegneria	Parma	Statale	Economia
Bari	Statale	Economia	Parma	Statale	Ingegneria
Bologna	Statale	Economia	Pavia	Statale	Economia
Bologna	Statale	Ingegneria	Roma	Luiss	Economia
Ferrara	Statale	Economia	Roma	Sapienza	Economia
Firenze	Statale	Economia	Roma	Sapienza	Ingegneria
Firenze	Statale	Ingegneria	Roma	Tor Vergata	Economia
Milano	Bicocca	Economia	Roma	Tor Vergata	Ingegneria
Milano	Bocconi	Economia	Roma	Tre	Economia
Milano	Cattolica	Economia	Roma	Tre	Ingegneria
Milano	Politecnico	Ingegneria	Torino	Politecnico	Ingegneria
Napoli	Federico II	Economia	Torino	Statale	Economia
Napoli	Federico II	Ingegneria	Udine	Statale	Economia
Padova	Statale	Economia	Udine	Statale	Ingegneria
Padova	Statale	Ingegneria	Venezia	Ca' Foscari	Economia

Tabella 9 - Lista Università-Facoltà, Global Management Challenge 2008-2009

BUSINESS SCHOOL

Le aziende partecipanti possono richiedere di sponsorizzare team provenienti dalle seguenti Business School.

CITTA'	BUSINESS SCHOOL	MBA/MASTER
Milano	Il Sole 24 Ore Business School	Master in Direzione e Strategia d'impresa
Milano	MIP	MBA
Altavilla Vicentina (VI)	Fondazione CUOA	MAGI
Altavilla Vicentina (VI)	Fondazione CUOA	Master in Banca & Finanza
Roma	Luiss Guido Carli	MBA
Bologna	Alma Graduate School	MBA

Tabella 10 - Lista Business School-MBA/Master, Global Management Challenge 2008-2009