CENTRAL ITALY CHAPTER

ELEZIONI COMITATO DIRETTIVO 2018-2019

Posizione: Direttore Marketing

Candidato: Andrew Chiesa

NOTE BIOGRAFICHE DEL CANDIDATO

Nato a New York, da madre americana e padre italiano, fin da piccolo la diversità culturale è parte del mio quotidiano. I primi anni, fino all'università, li ho passati tra Italia, USA, Argentina, Messico, Inghilterra e Canada. Laureato in Economia e Commercio, ma da sempre appassionato d'informatica; i miei primi lavori estivi sono come programmatore in Olivetti Messico. Il primo applicativo l'ho sviluppato sulla, almeno per me, mitica Programma 652!

Laureato, inizio a lavorare a tempo pieno con Olivetti Messico. Dopo poco più di 2 anni lascio il Messico, il crollo dell'economia del Paese porta alla chiusura di quasi tutta l'industria nazionale, per approdare in Olivetti Francia; è qui che inizio i miei primi passi nel Project Management come membro junior del team incaricato al rifacimento dell'infrastruttura informatica degli sportelli del Crédit Lyonnais.

Poi l'Italia; dapprima Ivrea poi Milano e, nel 1990, Roma. In questi anni seguo progetti sia d'informatica (Progetto Sigfried per l'INAIL e OASIS-2 con fondi Esprit dell'Unione Europea) che di comunicazione (gestione dei trade show per i settori specializzati dell'Olivetti), affinando le mie conoscenze della gestione progetti. Finalmente, nel 2011, ottengo la certificazione PMP; confesso che sono fiero di averlo passato al primo colpo, più di 30 anni dopo il mio ultimo esame universitario. Oggi sono il Technical PMO per l'ecosistema web del sito corporate di Telecom Italia.

Per citare Mark Twain: "Il viaggio è fatale per i pregiudizi, il bigottismo e la ristrettezza mentale" oppure Sant'Agostino: "Il mondo è un libro e chi non viaggia ne conosce solo una pagina." Di una cosa sono certo: viaggiare, conoscere, assaggiare, queste sono le cose che arricchiscono.

PROGRAMMA

Il prossimo biennio vedrà la progressiva (e veloce) integrazione tra i tre chapter italiani, con l'intento – dichiarato al recente Forum tenuto a Firenze– di arrivare ad avere un unico chapter. Questo comporterà un grosso sforzo di comunicazione verso un nutrito elenco di stakeholder. Dunque un primo passo sarà identificare questi stakeholder per determinare il migliore modo di ingaggiarli, assicurando un lavoro di squadra con gli altri componenti del Board che sono parte integrante del processo di cambiamento.

Al contempo servirà continuare e migliorare gli strumenti di comunicazione del nostro chapter. Questo vuol dire campagne per promuovere il chapter, le sue attività e i suoi benefici. Una delle aree su cui voglio lavorare è trovare un canale che ci dia più visibilità sulla stampa, almeno quella specializzata. In questo la sinergia con gli altri chapter italiani sarà di primaria importanza.

Altro tema è quello di creare un kit di materiali utili per i membri che vogliano promuovere il PMI all'interno delle loro aziende. Questa promozione dovrebbe servire sia per ampliare la riconoscibilità della nostra associazione sia per identificare eventuali nuovi sponsor.

Tutto questo seguendo le attività così ben delineate dal PMI stesso nel definire il ruolo delle persone che compongono il Board di un chapter.