



Ideas Into Action

DOSSIER DI PRESENTAZIONE



« La passione della giovinezza, la saggezza dell'esperienza »

www.gimca.net

PARIS tel. +33 (01) 15534 3030

CHI SIAMO?

GIMCA, l'Istituto creato da Hubert Jaoui nel 1973 a Parigi, è approdato in Italia nel '76. Oggi opera in tutta Europa come motore di innovazione presso aziende private e pubbliche con due team di consulenti, tutti con lunga esperienza di marketing, management, training e comunicazione. Tutti i consulenti GIMCA sono formati al metodo PAPSA®, che applicano nei "cantieri" di lavoro.

I nostri servizi abbracciano quattro macro aree :



La filosofia di potenziamento delle capacità e delle risorse si fonda su tre principi:

1. Ogni persona dell'organizzazione possiede un potenziale immenso che può essere liberato e sviluppato a qualsiasi età, con vantaggi individuali e collettivi.
2. Le soluzioni innovative, quelle più efficaci e veramente utili, sono quelle trovate con le persone, non per le persone.
3. In modo spontaneo, l'energia umana tende a scorrere in senso positivo. Il ruolo del leader è di aiutare a superare i blocchi reali e psicologici per indirizzare il flusso verso la cooperazione e l'innovazione.

OBIETTIVO PERFORMANCE

- **COMUNICAZIONE**
- **MARKETING**
- **TRAINING**
- **INNOVAZIONE**
- **MANAGEMENT**

**La nostra esperienza e la nostra passione
al servizio dei vostri obiettivi di efficacia ed efficienza.**

COME

Facendo scoprire l'immensità delle "risorse invisibili" presenti nelle persone, che possono arricchire il patrimonio dell'azienda,

Mobilitando le energie creative individuali e collettive secondo un metodo capace di portare contributi originali ,

Guidando un percorso strutturato che coinvolge i principali "motori" dell'azienda e favorisce la cross fertilization, ossia il lavoro di squadra e la scoperta dei valori positivi del pensiero creativo.

I NOSTRI STRUMENTI

Il metodo PAPSA messo a punto da H. Jaoui è un processo che aiuta a trovare nuove soluzioni secondo un approccio scientifico e sperimentato con successo in aziende di tutti i settori

La Nuova Comunicazione

L'Analisi Transazionale

L'approccio "whole brain": Deduzione + Intuizione

L'empowerment

Il Knowledge Management.

GIMCA – COMUNICAZIONE

Comunicare è

“mobilitare l’energia umana e orientarla verso obiettivi comuni di successo”

È dunque una funzione essenziale della Direzione. I responsabili e gli specialisti della comunicazione sono come i meccanici della Formula 1: devono mettere al servizio del pilota una macchina perfettamente preparata. Gimca è stata fra i pionieri della Comunicazione d’Impresa e propone servizi di ricerca, concezione e realizzazione.

I NOSTRI SERVIZI:

Ricerche creative: diagnosi sulla comunicazione interna, clima e motivazione

Elaborazione di **piani di comunicazione** (parziali/ totali)

Ottimizzazione del **sito/ intranet**

Azioni di **motivazione/ coinvolgimento**

Baroflash: misurazione del livello di energia positiva

Innovazione partecipativa

Processo di **integrazione** dei neo-assunti

Convention & Meeting : 4 formule

- Conferenza Jaoui
- Workshop creativi
- Attività ludiche (arte, sport, ecc...)
- Animazione di convention partecipative

Sessioni di riflessione strategica per Comitati di Direzione

Training alla comunicazione, al public speaking ...

Bibliografia Jaoui : « La comunicazione pratica al servizio delle imprese, F.Angeli»

GIMCA – MARKETING

Il nostro approccio è fondato sulla “doppia integrazione”:

Integrazione delle persone: le ricerche si appoggiano sistematicamente sulle attività di un gruppo di progetto multifunzionale. Questo gruppo viene allenato e segue tutte le tappe del percorso di ricerca, dall'Analisi Creativa dell'obiettivo alla elaborazione del Piano di Azione.

Integrazione delle tecniche: usiamo un mix di tecniche individuali/collettive, motivazionali/ proiettive, creative, verbali/ non verbali. L'incrocio delle logiche deduttive e euristiche permette sia di realizzare una diagnosi precisa, un check up veridico, sia di trasformare le conclusioni in idee e soluzioni operative.

Questo approccio si applica ad uno spettro molto esteso di obiettivi:

Pre-testing di prodotti e concept: proiezione in un futuro simulato

Pre-testing di campagne pubblicitarie: Test-Expert

Produzione express di idee innovative: 1-2-i = 1 day to innovate

Ricerca creativa integrata: RCI

- Esplorazione a monte, esterna e interna
- Analisi creativa con il gruppo Progetto
- Gruppi di ideazione (interni/ esterni/misti)
- Selezione con il Gruppo Progetto
- Valutazione presso il mercato
- Elaborazione del piano di azione con il gruppo Progetto

Training del team Marketing: strumenti e processi della creatività pratica

Bibliografia H. Jaoui : « Tutti Innovatori, Il Sole 24 Ore »

GIMCA - TRAINING

Non si insegna, si apprende.

Non ci piace la parola “formazione”.

Formare significa mettere in forma, formattare. Preferiamo parlare di training, cioè di allenamento mirato a migliorare la performance. Un cliente ci ha definito “**allenatori di campioni**”.

I nostri seminari *non* sono corsi ma percorsi. I partecipanti sono messi in condizione di aprirsi alla novità, di spaziare nell’universo infinito delle loro risorse e talenti. Il dialogo è permanente.

I TEMI CHE TRATTIAMO trasversalmente

Leadership

Creatività/innovazione

Comunicazione

Team building

Project management

Marketing creativo

Creative time management

Gestione delle riunioni

Parlare in pubblico

Assertività / gestione dello stress

trasversalmente

Ingegneria didattica

Formazione formatori

E-learning

Knowledge Management

Sessioni di riflessione strategica

Bibliografia H. Jaoui : « La creatività istruzioni per l’uso, F. Angeli »

GIMCA - INNOVAZIONE

Innovare oggi non è soltanto un imperativo per lo sviluppo dell'azienda, ma è una questione di sopravvivenza.

Per questo l'innovazione non è solo una specificità del Marketing e/o della R & S ma coinvolge necessariamente tutte le funzioni aziendali, specialmente il vertice e le R.U.

Occorre, quindi, attivarsi in modo coordinato operando su:

- gli strumenti, i metodi, le tecniche ... individuali e collettivi
- i processi temporanei e permanenti
- le attitudini e i comportamenti, in particolare quelli della dirigenza

I NOSTRI SERVIZI:

Total Creativity Management : dal ' Creaflex* ' all'innovazione partecipativa

Form'azione : percorsi misti di training e ricerca

Ricerca creativa express (one day to innovate)

Formazione di animatori interni

Conferenze, interventi in convegni

Workshops interattivi

e-creativity: programmi di e-learning

** il Creaflex o riflesso creativo, è costituito dai tre comportamenti fondamentali da integrare*

Bibliografia H. Jaoui : « Tutti Innovatori »

GIMCA - MANAGEMENT

La nostra U.S.P. è di raccogliere sfide. Il nostro approccio si conclude sempre con delle prese di decisioni e un piano di azione. Per questo, la Direzione è quasi sempre implicata nel progetto in vari momenti:

- a monte (per avallare le conclusioni della tappa di analisi creativa),
- a valle (per decidere e lanciare le soluzioni scelte)
- e nel corso del processo tramite il Comitato di Pilotaggio dei progetti.

Il denominatore comune dei nostri interventi è l'elaborazione 'su misura ' al di là di qualsiasi dogma o etichetta. Implicano la gestione del cambiamento, sotto varie ottiche : per prepararlo, per reagire ad esso, per accompagnarlo, per gestirlo. Ogni volta inventiamo insieme delle risposte originali, adattate alla cultura dell'azienda e alla sua strategia, la di là di qualsiasi teoria o modello standard.

Alcune recenti collaborazioni:

- Elaborazione di un modello originale di management e di gestione del tempo per la Direzione del Design industriale di Renault.
- Coachig di un direttore di dipartimento, a monte e a valle di un seminario svolto per la sua équipe, per ACE Assicurazioni.
- Seminari di riflessione strategica per Martini & Rossi, per Heineken ...
- Training alla creatività pratica per la Direzione Food Service di Nestlé
- Coaching individuale e collettivo per una Direzione di funzione (settore immobiliare)
- Creatività manageriale per una Direzione di Framatome (Combustibile nucleare)
- Azione di integrazione tramite sessioni di Cineforum per Telecom Italia, fisso e mobile
- Percorsi originali di integrazione per i giovani quadri e ingegneri Renault...

Bibliografia H. Jaoui : « Toscanini e l'arte della leadership naturale »

Bibliografia di Hubert Jaoui

CREA PRAT Tecniche di creatività pratica
Tirrenia Stampatori

LA CREATIVITA' istruzioni per l'uso
Franco Angeli

CREATIVITA' PER TUTTI
Franco Angeli

LA COMUNICAZIONE PRATICA AL SERVIZIO DELLE IMPRESE
Franco Angeli

TUTTI INNOVATORI
Il sole 24 ore

L'INTELLIGENZA CREATIVA
Strumenti per educatori e insegnanti (con Isabella Dell'Aquila)
La Meridiana

L'ESTRO CREATIVO
Hermes Edizioni

L'AVVOCATO DELL'ANGELO (con Isabella Dell'Aquila)
FrancoAngeli



Hubert Jaoui è membro di facoltà della "Foundation for Creative Education" di Buffalo (USA)

I NOSTRI CLIENTI

A ♦ ACCOR ♦ AEROPORTS DE PARIS ♦ AEROPORTI DI ROMA ♦ AIR FRANCE ♦ ALCATEL ♦ ALFAROMEIO ♦ ALITALIA ♦ ALLIANZ GROUP ♦ AMNESTY INTERNATIONAL ♦ ANPE ♦ API ♦ APPLE ♦ AREVA ♦ ARJO WIGGINS ♦ AVENTIS ♦ AUCHAN ♦ AXA ♦ B ♦ BANCHE POPOLARI ♦ BANQUE CANTONALE VAUDOISE ♦ BANQUE DIRECTE ♦ BANQUES POPULAIRES ♦ B.A.T. ♦ BAYER ♦ BONGRAIN ♦ BOUYGUES ♦ C ♦ CAISSE D'EPARGNE ♦ CAISSE DES DEPOTS ♦ CAP GEMINI ♦ CARNAUDMETALBOX ♦ CARREFOUR ♦ CASTORAMA ♦ C.E.A ♦ CETELEM ♦ CGEA ♦ CHAMBRES DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE ♦ CIC ♦ CITROEN ♦ CNP ♦ COLGATE PALMOLIVE ♦ CONFINDUSTRIA ♦ CONFINDUSTRIA TOSCANA ♦ CONFINDUSTRIA MARCHE ♦ CONFINDUSTRIA LOMBARDIA ♦ CORTAL ♦ CREDIT AGRICOLE ♦ CREDIT DU NORD ♦ CREDIT MUTUEL ♦ D ♦ DANONE ♦ DASSAULT ♦ DECATHLON ♦ DIAC ♦ DIOR ♦ DOW ♦ DURACELL ♦ E ♦ E.D.F. ♦ ELIZABETH ARDEN ♦ ELLE & VIRE ♦ ERG ♦ ESSO ♦ ETAM ♦ EUROPCAR ♦ EVIAN ♦ F ♦ FIAT ♦ FICHET BAUCHE ♦ FRANCE 2 ♦ FRAMATOME ♦ FRANCE TELECOM ♦ FRANCE TELEVISION ♦ G ♦ GAN ♦ GAZ DE FRANCE ♦ GIVENCHY ♦ GMF ♦ GRAND OPTICAL ♦ GROUPAMA ♦ GALERIES LAFAYETTE ♦ GSK ♦ GUERLAIN ♦ H ♦ HEINEKEN ♦ HENKEL ♦ HEWLETT PACKARD ♦ I ♦ IBM ♦ IGUZZINI ♦ IKEA ♦ ING ♦ K ♦ KIABI ♦ KODAK ♦ KRAFT FOOD ♦ KRONENBOURG ♦ L ♦ LA BLANCHE PORTE ♦ LA POSTE ♦ LA REDOUTE ♦ LAVAZZA ♦ LES 3 SUISSSES ♦ L'OREAL ♦ LOVABLE ♦ M ♦ 3 M ♦ MANPOWER ♦ MARIE UNIQ ♦ MARTINI-ROSSI ♦ MASTER FOODS ♦ MATRA ♦ MEDIASET ♦ MERCEDES ♦ MERLIN GERIN ♦ MICHELIN ♦ MICROSOFT ♦ MINISTERE DE L'EQUIPEMENT ♦ MOBIL ♦ MONDADORI ♦ N ♦ NESTLE ♦ NOVOTEL ♦ O ♦ ONF ♦ P ♦ PECHINEY ♦ PERNIGOTTI ♦ PEUGEOT ♦ PFIZER ♦ PHILIP MORRIS ♦ PLAYTEX ♦ POMONA ♦ POSTE ITALIANE ♦ PRINTEMPS ♦ PUBBLITALIA ♦ Q ♦ Q8 ♦ R ♦ R.A.T.P. ♦ RECKITT & COLMAN ♦ RCS ♦ RENAULT ♦ REYNOLDS ♦ RHONE POULENC ♦ ROC ♦ ROCHAS ♦ ROYAL CANIN ♦ S ♦ SAINT-HUBERT ♦ SALOMON ♦ SANDOZ ♦ SANOFI-AVEN ♦ SCHNEIDER ♦ SCHWEPPEES ♦ SKF ♦ S.N.C.F. ♦ SOCIETE GENERALE ♦ SOLVAY ♦ SPONTEX ♦ T ♦ TELECOM ITALIA ♦ T.F.1 ♦ THOMSON ♦ TICKETS RESTAURANT ♦ TIM ♦ TOTAL ♦ U ♦ UAP ♦ UNILEVER ♦ UNILOG ♦ UNISABI ♦ V ♦ V.A.G ♦ VALEO ♦ VILLES : AMIENS, AULNAY, GRASSE, SAINT QUENTIN EN YVELINES ♦ VOLKSWAGEN ♦ VOLVO ♦ W ♦ WILLIAM SAURIN ♦ Y ♦ YOPLAIT ♦ YVES ROCHER ♦ Z ♦ ZENECA ♦ ZURICH