

# INDICE

<b>Come leggere questo libro</b>	X
<b>Prefazione</b> , di <i>Mauro Micillo</i>	XV
<b>Introduzione</b>	1
<b>PRIMA PARTE / CHE COSA STA ACCADENDO ALLE ORGANIZZAZIONI</b>	
<b>1 / C'erano una volta le burocrazie efficienti</b>	
Dai branchi di lupi alle piramidi stratificate	7
L'organizzazione diventa una macchina	8
L'azienda come sistema	8
<b>2 / È il mercato, bellezza</b>	
Se la miopia incontra la superbia	13
Tra cavalli veloci e rane bollite	14
Il difficile mestiere di chi ha le quote di mercato	16
<b>3 / Oddio, c'è la rivoluzione... e non so ancora cosa mettermi</b>	
Non c'è più la normalità di una volta	23
Tra specialisti ed esperti generalisti	26
<b>4 / L'organizzazione non si sente molto bene (e anche noi non siamo proprio in forma)</b>	
Dal castello alla foresta pluviale	31
La burocrazia: croce e delizia	33
<b>5 / Più leader, meno manager</b>	
Fare le cose per bene o fare le cose giuste?	39
Servire gli altri senza servirsi degli altri e senza farsi servire	41
<b>6 / Il lavoro non è più quello di una volta</b>	
La certezza di non avere più certezze	49
Abbiamo una nuova collega: la tecnologia	50
L'intelligenza contagiosa delle organizzazioni	52
<b>7 / Buongiorno, mi chiamo Luca e sono un talento</b>	
Il talento non è un'etichetta	57
Il talento è spesso latente	59
<b>8 / Gli irrequieti sono necessari</b>	
Non esistono bambini cattivi	63

Avremo sempre più teste calde in azienda	64
Conformità o conformismo?	66
L'irrequieto ideale	68
I dilemmi da affrontare	69
<b>9/ L'intelligenza che si diverte fuori di qui</b>	
Le organizzazioni conoscono solo una parte del proprio capitale	73
La conoscenza è a portata "di mouse"	75
Intercettare e valorizzare l'intelligenza che si diverte fuori di qui	77

## SECONDA PARTE / L'INTRAPRENEURSHIP: IMPIEGATI CHE SI GREDENO SCOPRONO IMPRENDITORI

<b>10/ Partiamo dalle origini</b>	
Ha quarant'anni, ma non li dimostra	87
La differenza tra un imprenditore esterno e uno interno all'azienda	88
I diversi modelli di intrapreneurship	93
<b>11/ Decidete il livello di ambizione (ma non scegliete l'intrapreneurship a buon mercato)</b>	
Fantasiosi ma consistenti	99
Intrapreneurship, tre facce di una stessa medaglia	102
<b>12/ Preparatevi a una maratona, non a uno sprint</b>	
Partite dagli scopi e dalla cornice di riferimento	113
Individuate gli stakeholder interni e le loro aspettative	117
Non fate da soli, stringete alleanze	118
<b>13/ Si può essere imprenditori tra le mura aziendali?</b>	
Non è facile, ma è possibile	123
Superare i miti, svelare la realtà	124
Come la mettiamo con il fallimento?	126
<b>14/ Spazi, persone, regole, strumenti: i big four indispensabili</b>	
Allestire il cantiere	135
Gli spazi come territori di espressione	136
Le persone e le loro potenzialità	138
Le regole che danno consistenza al percorso	140
Gli strumenti che sostengono la maestria	142
<b>15/ L'identikit dell'imprenditore interno</b>	
I tratti distintivi	149
Un manifesto per gli intrapreneurs	151
<b>16/ Che cosa c'entra il design in tutto questo?</b>	
Design come un modo di pensare	159
Lean Startup come leva per passare all'azione	162
<b>17/ Imprenditività come modello organizzativo</b>	
Da esperimenti fuori ordinanza alla nuova normalità	169
Verso l'organizzazione senza (middle) manager	172
L'azienda diventa un ecosistema di imprenditori interni	174

**18 / Un nuovo ruolo per chi si occupa di persone**

Benvenuti in fabbrica	187
Disegnare esperienze è il (nuovo) mestiere di chi si occupa di persone	189
Quale ruolo per la funzione HR?	190

**TERZA PARTE / LIBERARE IL POTENZIALE:  
ISTRUZIONI PER L'USO**
**19 / Che cos'è UP**

Uno spazio da occupare	199
Persone, regole, strumenti	200

**20 / Chi sono gli Upper**

L'attore protagonista	205
Il "love capital"	207
Il Manifesto degli Upper	208

**21 / I principali co-protagonisti**

Cinque personaggi in cerca di Upper	213
Un ecosistema vivo e in divenire	217

**22 / Il percorso di un Upper**

Un'unica traccia, tante storie uniche	223
Le cinque fasi del percorso di UP	223

**23 / Il metodo di UP**

Un mix di discipline	233
Il double loop	234
Un anello metodologico teorico e pratico	237

**24 / Il toolkit**

L'iter evolutivo del designer	241
I tool della fase Set-up	242
I tool della fase Build-up	244
Un diario dell'esperienza	248

**25 / Esercitemoci con i tool**

Doing good and doing well	253
Dal progetto più semplice a quello più ambizioso	259

**26 / Gli effetti collaterali di UP**

Inaspettati o progettati?	263
Un "inventario" delle esternalità positive	264

<b>Postfazione</b> , di <i>Alberto Felice De Toni</i>	273
---	-----

<b>Appendice</b>	283
------------------	-----

<b>Ringraziamenti</b>	290
-----------------------	-----

<b>Bibliografia</b>	292
---------------------	-----