

# Bocconi

INAUGURAZIONE ANNO ACCADEMICO 2024-2025

**MIND THE FUTURE**  
Leading the change by making an impact

**SILVIA CANDIANI**  
PRESIDENTE  
BOCCONI ALUMNI COMMUNITY



Università  
Bocconi  
MILANO

**Bocconi. Knowledge** that matters.

Signore e signori, buongiorno. Mi presento: sono Silvia Candiani, Vice President Telco, Media & Gaming di Microsoft e orgogliosa Presidente della Bocconi Alumni Community. E sono molto felice di essere qui. Essere invitata a parlare all'Inaugurazione dell'Anno Accademico, l'evento più importante della Bocconi, in nome e per conto della Community che presiedo ha costituito, secondo me, un gesto di valore simbolico e sostanziale enorme, a sottolineare l'importanza della nostra Community nell'ecosistema della nostra Università e nel suo sistema di generazione del valore.

L'avventura della nostra Community comincia più di un secolo fa. Il 5 luglio 1906 – si laureano i primi 18 studenti bocconi. Il 6 luglio 1906, il giorno dopo, questi 18 laureati Bocconi fondano l'Alub, l'Associazione Laureati dell'Università Bocconi. Un'associazione il cui scopo era quello di aiutare i giovani laureati Bocconi a trovare e perseguire una carriera all'altezza delle loro ambizioni, e anche a favorire la solidarietà intergenerazionale, impegnandosi a trovare fondi per alimentare borse di studio per studenti meritevoli. Certo da allora di strada se ne è fatta, basti citare la nascita nel 2003 di AMSDA e ASDA, le associazioni di Alumni SDA, e nel 2018 la trasformazione da associazione in community. Una comunità in cui tutti possono provare a fare la differenza, come ci ricorda il nostro payoff "everyone matters". E oggi la Community è perfettamente inglobata e integrata nella struttura organizzativa dell'Università, rappresenta più di 144.000 Alumni nel mondo, è organizzata in 75 Chapter – 25 in Italia e 50 nel resto del mondo - e 13 Topic. Con un totale di più di 1600 persone attivamente coinvolte nella gestione della Community. Una Community che vive, si trasforma e genera valore.

E a proposito di valore generato, la nostra proposta negli anni si è molto arricchita da quel lontano 1906 e oggi si basa su 4 pilastri:

- **Networking**, connessioni e riconessioni virtuose tra gli Alumni.
- **Career Advice**, consulenza professionale e supporto all'employability dei nostri Alumni.
- **Lifelong learning**, il diritto e il dovere di non smettere mai di imparare grazie a un sistema di apprendimento permanente.
- E **give back**, cioè restituzione in termini di tempo, intelligenze e denaro in favore delle iniziative filantropiche Bocconi.

E questi pilastri sono funzionali a rispondere a 3 domande, 3 concetti chiave che guidano il nostro operato attraverso una serie di iniziative.

La prima è: cosa può fare la Bocconi per gli Alumni? Essenzialmente contribuire alla crescita personale e professionale degli Alumni anche dopo la fine dell'Università, ovunque essi si trovino, grazie ai numerosi Chapter distribuiti in tutto il mondo. Grazie a tutte le iniziative di lifelong learning e knowledge spreading che organizziamo e che arricchiamo ogni anno, gli Alumni possono continuare ad aggiornarsi, ragionare sui temi chiave della ricerca e imparare da altri Alumni esperti.

Ad esempio, i "Dinner Speech" sono l'occasione per confrontarsi con Alumni eccellenti che raccontano la propria carriera e riflettono su temi caldi dell'economia e del business. Per la prima volta, abbiamo cominciato a svolgerli anche all'estero, cominciando da Londra e Parigi. Nel suo insieme abbiamo organizzato centinaia di eventi e incontri animati da

Chapter e Topic leaders in tutto il mondo. Questi eventi costituiscono occasioni preziose per coagulare la comunità e riconnettersi con Alumni da troppo tempo lontani dalla Bocconi.

Senza contare tutte le numerose iniziative per gli studenti organizzate dalla Bocconi, dall'InCompany training ai Bocconi meets, straordinarie occasioni di job placement, dal nutrito programma di mentoring ai numerosi eventi di career advice.

La seconda domanda è: cosa possono fare gli Alumni per la Bocconi? Innanzitutto, farsi semi di cambiamento, e cassa di risonanza e di amplificazione per la visione, piano strategico e le iniziative della nostra Università. Gli Alumni sono mentors in B4i e partecipano al Research Impact Award e all'attività didattica di molti professori.

E infine: cosa possono fare la Bocconi e gli Alumni, insieme, per la società? La risposta, in una parola, è: impact. Ovvero tutta una serie di attività innanzitutto filantropiche finalizzate al supporto degli studenti, della ricerca e del campus – e a questo proposito mi piace ricordare l'importanza degli eventi di fundraising organizzati dai Chapter, dai Topic e dalle Classi, e il fatto che 3 Donor su 4 in Bocconi sono... Alumni. Per altro quest'anno abbiamo organizzato a New York su stimolo e in collaborazione con la nostra charity negli Stati Uniti, Friends of Bocconi un primo charity gala che ha riscosso grande successo. Ma impact significa anche altro, significa sensibilizzazione, partecipazione, presa di responsabilità nei confronti delle società che abitiamo. E a questo proposito mi piace citare "Changed by Women", il bellissimo progetto dell'Università che la Community ha portato in giro per l'Italia e per il mondo nella sua declinazione "on the road", e contribuendo corposamente al nutrimento del relativo "women fund", declinazione filantropica dell'iniziativa.

Certo la Community costituisce il prosieguo simbolico, il riverbero, dell'attività dell'università dopo l'università. Dunque, come l'università stessa, cambia, si evolve, come un organismo vivente, adeguandosi a un mondo che cambia velocemente per perseguire sempre più e sempre meglio la sua missione di cambiare il mondo. Ma per farlo, bisogna trovare la strada per capire come accettare, come prendere in carico le sfide che questo mondo in continua evoluzione ci propone. La risposta riteniamo sia fuori da queste mura, sia fuori da Milano – sia nel mondo. Il vettore trasversale a tutto questo, necessario per farci efficaci change agents è l'internazionalizzazione.

Così la Community, come la nostra Università, diventa ogni anno più internazionale nella sua composizione, nella sua distribuzione nel mondo e anche nella sua mentalità. D'altra parte, il mondo lo si può cambiare da Milano ma lo si cambia tanto di più e tanto più efficacemente mettendo radici nel mondo, magari proprio grazie ai tanti Chapter nazionali e internazionali, che sono un po' le nostre ambasciate, ciascuna con i propri ambassador, gli Alumni. Per davvero: il mondo in Bocconi ma anche la Bocconi nel mondo.

Tuttavia, l'internazionalizzazione della Community non si può iscrivere soltanto all'evoluzione della platea universitaria ma anche a importanti strategie di cambiamento, coinvolgimento ed engagement – dallo scale-up internazionale alla creazione di standard setting per la gestione degli eventi, dai numerosi spin-off del programma di mentoring ai già citati dinner speech organizzati in Italia e nel mondo. Tutto questo sistema è disegnato per invitare i nostri Alumni a essere non soltanto donor, non soltanto mentor, non soltanto ambassador ma veri e propri motori di cambiamento non solo per la società ma anche, e

prima, per la stessa Community e la stessa Università. E questa apertura internazionale ci porta una vitalità speciale, costituisce stimolo importante, è la nostra forza ed è ragione per noi di gratitudine nei confronti dei nostri Alumni.

La nostra Community sente forte la responsabilità di giocare un ruolo importante nella Terza Missione: siamo pronti ad accettare la sfida e non vediamo l'ora di fare la nostra parte.