

News – 28/05/2012

18/Cultura d'impresa e dintorni...

Segnalazioni di contributi e stimoli sul tema

“VISTO DA NOI”: DIRETTAMENTE DAL SISTEMA DELLE IMPRESE:

Sostenibilità d'impresa: SODALITAS SOCIAL AWARD 2012

Le aziende associate ad Anima ed Unindustria partecipano con i propri progetti e vincono al Sodalitas Social Award 2012. Il Premio, organizzato da Fondazione Sodalitas, rappresenta da anni un importante e prestigioso riconoscimento alle imprese che portano avanti percorsi e progetti di responsabilità sociale. Anche la decima edizione, svoltasi lo scorso 14 maggio, ha visto una nutrita partecipazione di imprese associate ad “Anima per il sociale nei valori d'impresa” ed UNINDUSTRIA.

Sono 9 le aziende candidate al Premio con 15 progetti: Ferrovie dello Stato Italiane, Pfizer Italia, Selex Sistemi Integrati, Accenture, BNL Gruppo BNL Paribas, KPMG, Terna, Vodafone, Procter & Gamble. Tra queste una azienda vincitrice: Ferrovie dello Stato Italiane.

[Clicca per conoscere in sintesi i progetti delle imprese](#)

La **coesione sociale** è stata la tematica centrale dell'iniziativa, che ha dedicato un'attenzione particolare ai progetti capaci di contenere le conseguenze della crisi economica per gli individui e le comunità. Tutte le iniziative candidate alla 10ª Edizione del Sodalitas Social Award sono raccolte ne **“Il Libro d'oro della Responsabilità Sociale d'Impresa”**, il volume che illustra in modo completo l'estrema variabilità degli approcci possibili alla sostenibilità d'impresa, offrendo numerosi esempi concreti di come le aziende possano produrre valore sociale - oltre che economico - con la propria attività.

FOCUS ON:

MarketPlace CSR: “Dal Dire al Fare 2012 - il Salone della Responsabilità Sociale d'impresa”

30 e 31 maggio 2012 - Università Bocconi – Milano

Il 30 e 31 maggio, negli spazi dell'università Bocconi, a Milano, si è tenuto “Dal Dire al Fare 2012 - il Salone della Responsabilità Sociale d'impresa”, importante occasione di confronto per le 70 organizzazioni che hanno confermato la loro presenza e un momento di formazione e aggiornamento culturale per tutti. **Anima** è tra i collaboratori dell'ottava edizione del Salone, dedicata all'innovazione declinata in quattro aree tematiche: consumo, prodotti, relazioni, lavoro.

Il programma prevedeva un convegno di apertura, quattro Laboratori Tematici, Eventi Speciali, uno Spazio Giovani, uno Spazio PA, uno Spazio Autori e altre attività.

Al Salone sono stati affrontati in chiave positiva i problemi che la nostra società sta attraversando: pur non sottovalutando le difficoltà, si sono messi in luce le opportunità esistenti e si sono valorizzate le possibili soluzioni che, anche grazie a una maggior collaborazione tra i diversi attori, possono contribuire al miglioramento della qualità della vita delle persone e delle performance delle imprese.

Sviluppo locale: “Innovazione, intangibili, territorio” - Cinquant'anni della Fondazione Adriano Olivetti

30 maggio 2012 – ore 9.30 – Accademia nazionale dei Lincei – Roma

Qual è il ruolo e l'impegno delle imprese e delle istituzioni per lo sviluppo locale? Quali lezioni trarre dall'esperienza dei Poli di innovazione e da quella dei Tecnopoli?

Quali strategie per le imprese per crescere col sostegno delle politiche per l'innovazione a livello europeo, nazionale e regionale? A queste ed altre domande si è tentato di dare una risposta nel convegno promosso dalla Fondazione Adriano Olivetti sul rapporto tra innovazione, intangibili e territorio: temi su cui sin dal 2008 la Fondazione sta lavorando con diversi progetti di ricerca caratterizzati da un approccio interdisciplinare che intreccia studi teorici e analisi sul campo. Al convegno sono intervenuti rappresentanti di imprese, istituzioni, enti di ricerca e policy maker.

Futuro creativo: “IL SALTO - Reinventarsi un lavoro al tempo della crisi”

volume di Lynda Gratton (Il Saggiatore)

Il lavoro sta cambiando sull'onda della crisi economica. Disoccupazione e precarietà crescenti hanno minato quegli aspetti che abbiamo dato a lungo per scontati – lavorare fino alle sei, rimanere legati sempre alla stessa azienda, avere i fine settimana liberi. Al loro posto si sta imponendo una realtà difficile da definire, trasformata dai grandi cambiamenti sociali in corso, quali l'accelerazione della globalizzazione e l'aumento della longevità. Ogni forza del cambiamento ha aspetti positivi o negativi – la tecnologia semplifica la vita ma consuma tutto il nostro tempo, la globalizzazione ci permette di lavorare ovunque ma di dover competere con persone di tutto il mondo. L'economista di fama internazionale Lynda Gratton lancia uno sguardo nel futuro e annuncia che se subiremo gli aspetti negativi, c'incammineremo verso un Futuro di Default, fatto di isolamento, frammentazione ed esclusione sociali. Ma l'autrice di *Il Salto* indica la via di un futuro migliore, il Futuro Creativo, dove la gente sperimenterà nuovi modi di lavorare, secondo forme imprenditoriali di cooperazione e condivisione del lavoro e impegnandosi in imprese che perseguono scopi sociali e ambientali. Con storie, scenari ed esempi concreti, Lynda Gratton ci suggerisce gli elementi per sviluppare un percorso personale e prepararsi al meglio all'inesorabile trasformazione del lavoro.

Imprese culturalmente responsabili: “La cultura come volano per la coesione e la crescita economica nelle politiche aziendali” .

Articolo di Fabiana Lanfranconi (Tafer 21 maggio 2012)

Una recente indagine del MIT Sloan Management Review evidenzia come, su un campione di 153 aziende sensibili al tema della responsabilità sociale d'impresa, la maggior parte continui a misurare i benefici in termini di reputazione (85%), mentre solo una parte sempre crescente inizi a riferirli al miglioramento delle relazioni con il territorio (77%) e con gli stakeholders (74%). La presa di coscienza da parte delle aziende dell'intrinseca natura culturale della responsabilità sociale come vero e proprio **modello di governo e non semplice filantropia o sponsorship** è necessaria per scongiurare la diffidenza di quanti percepiscono le pratiche di responsabilità sociale come un'operazione di facciata tramite operazioni di “marketing reputazionale”. Leggi l'articolo completo su [Culture in Social Responsibility](#)

[Guarda la precedente segnalazione di Cultura d'impresa e dintorni...](#)

