

1/ Cultura d'impresa e dintorni...

Segnalazione di contributi e stimoli sul tema.

Riportiamo di seguito, in ordine cronologico, le segnalazioni di libri, articoli, documenti ed eventi pubblicati periodicamente sul sito di Unindustria.

Documento - 26/09/2011

SISTEMA IMPRESA - Cultura, valore, strategie di Filippo Monge (Franco Angeli Editore).

Il libro vuole dare evidenza empirica alla creazione di valore a cui l'impresa è orientata.

Oggi si insegna a governare un'impresa ma l'impresa è anche laboratorio positivo di esperienze e di sviluppo economico.

Creare impresa significa non solo creare business ma anche generare risorse, esperienze, competenze...insomma, una vera e propria "cultura d'impresa" da diffondere.

CULTURE D'IMPRESA - Come affrontare con successo le transizioni e i cambiamenti organizzativi di Edgar H. Schein (Cortina Raffaello Editore).

Cos'è la cultura d'impresa? Com'è possibile valutarla? Queste alcune delle domande intorno alle quali si organizza il secondo libro che segnaliamo.

In questo testo l'autore spiega in termini semplici gli ingredienti che costituiscono il concetto di cultura d'impresa e come questa influenzi il modo in cui si lavora offrendo consigli pratici su come affrontare situazioni in cui il cambiamento di cultura è fondamentale.

LA LUCIDA AGONIA DEL COMMODORO DI SUA MAESTA' BRITANNICA di Mario Unnia (Guerini e Associati Editore)

E se un giorno dovessimo scoprire che a guidarci e a determinarci, non è altri che una semplice mosca? Come quella che si annida nel cervello del Commodoro... Un'opera teatrale da leggere. Un grottesco amaro allegorico del nostro tempo in cinque scene.

Mario Unnia presenterà il suo libro "La lucida agonia del commodoro di sua maestà britannica" il 28 settembre alle 18.00, presso la S3.Studium in Corso Vittorio Emanuele II, 209. Il libro verrà presentato dall'autore, assieme a Pier Luigi Celli, Massimo Chieli e Domenico De Masi.

Per partecipare è necessario confermare la propria presenza, scrivendo a comunicazione@s3studium.it

Documento - 06/10/2011

2/ Cultura d'impresa e dintorni...

SENZA PADRINI - Resistere alle mafie fa guadagnare di Filippo Astone (Tea Editore)

Con presa stringente sull'attualità, "Senza padrini" racconta la nascita, l'evoluzione e le prospettive del movimento degli imprenditori che dicono no alla mafia. In nome della legalità, in nome del mercato, in nome dello sviluppo. Una presa di posizione come quella di Confindustria Sicilia spezza le paure, smentisce i luoghi comuni e toglie l'acqua di coltura alla mafia. Una scelta vitale per il futuro della Sicilia, e del resto d'Italia. Prefazione di Andrea Camilleri.

CENTO ANNI DI IMPRESE - Storia di Confindustria 1910-2010 di Valerio Castronovo (Laterza Editore)

Valerio Castronovo delinea un profilo storico della Confindustria nelle sue precipue funzioni istituzionali: sia come rappresentante del mondo della produzione e degli interessi di categoria nei rapporti con il sistema politico e finanziario e con le organizzazioni sindacali; sia come protagonista nell'affermazione dei valori dell'impresa e di una moderna cultura dell'innovazione e dello sviluppo. In queste pagine sono rievocati gli eventi, le risoluzioni e i codici normativi che hanno caratterizzato la nervatura e il percorso della Confindustria nella triplice strategia che ha perseguito - a seconda delle varie epoche politiche e congiunture economiche basata su tre coordinate preminenti: la crescita dell'apparato produttivo, l'aggiornamento di procedimenti tecnico-organizzativi e dei rapporti di lavoro e l'internazionalizzazione del sistema-paese.

MARKETING PER LE PMI - Nuova Cultura d'Impresa di Chiara Mauri (EGEA Editore)

Il libro seleziona e racconta alcune strategie di mercato delle PMI facendo riferimento a casi reali. Ognuna delle strategie illustrate è documentata con l'esperienza di un'azienda che l'ha realizzata, cercando di ricondurre le scelte e le decisioni a schemi teorici che aiutino a interpretarle e che consentano a chi legge di applicarli in contesti diversi. Abbiamo preferito privilegiare situazioni tipiche e nello stesso tempo critiche per le PMI: la definizione di un progetto di riposizionamento strategico per una PMI in difficoltà, l'equilibrio tra conto terzi e marchi propri nelle scelte di sviluppo, la riorganizzazione di un portafoglio di marchi, la valorizzazione della marca, la gestione del portafoglio clienti, la selezione dei canali distributivi per l'accesso ai mercati esteri, il controllo della rete di vendita, le strategie di comunicazione.

IL MESTIERE DEL CSR MANAGER - Politiche di responsabilità sociale nelle imprese italiane a cura di: Molteni N.- Bertolini S.- Pedrini Matteo (Sole 24 Ore Editore)

Sempre più spesso all'interno delle imprese opera una nuova figura professionale: il "CSR manager", ossia il responsabile del coordinamento e dello sviluppo delle politiche di CSR, che coinvolgono in vario grado tutte le funzioni aziendali. Questo volume raccoglie i primi frutti degli incontri del CSR Manager Network Italia, rete di professionisti nata nel 2006 per sviluppare le competenze dei propri membri e contribuire alla diffusione della cultura della CSR in Italia. Un tema di grande attualità su cui tutte le aziende dovranno impegnarsi, nei confronti dei consumatori e dei diversi interlocutori, sempre più attenti ai valori sociali e ambientali del mondo del business.

DONARE SI PUO'? Gli italiani e il mecenatismo culturale diffuso a cura di AA.VV

La pubblicazione Donare si può? Gli Italiani e il mecenatismo culturale diffuso, presenta i risultati dell'indagine – promossa dall'Associazione Civita, dal Comitato Tecnico- Scientifico per l'Economia della Cultura del Ministero per i Beni e le Attività Culturali (MiBAC) e dall'Ufficio Studi dello stesso Ministero – sullo stato attuale del fenomeno delle donazioni da privati cittadini a favore di organizzazioni culturali in Italia: un tema che richiede sempre più attenzione, soluzioni concrete e strumenti in campo economico, fiscale e sociale, che permettano di rimuovere gli ancora troppi numerosi ostacoli alla possibilità di un reale coinvolgimento dei singoli individui a sostegno delle istituzioni che operano nel settore culturale.

LATOUCHE: usciamo dalla crisi o ci attende la “decrescita”?

“La crisi che ha colpito l'economia mondiale – e quella occidentale in particolare – è una parentesi da cui prima o poi usciremo felicemente per riprendere il cammino della crescita del Pil, oppure è la manifestazione contingente di una fase di più vasta portata, in cui la nostra crescita incontrerà limiti invalicabili, costringendoci al confronto con la prospettiva della “decrescita”? E se di decrescita si tratta, può essere “serena”, come afferma Serge Latouche nel suo pamphlet?” Se ne discuterà il 13 ottobre prossimo alle ore 18.00, prendendo spunto da un' intervista a Serge Latouche curata da Domenico De Masi e Myrta Merlino. Interverranno all'incontro Ernesto Auci, Domenico De Masi, Massimo Lo Cicero, Myrta Merlino e Manuela Rafaianni. Per confermare la propria partecipazione scrivere a comunicazione@s3studium.it

Documento - 25/10/2011

3/ Cultura d'impresa e dintorni...

Mostra

“Panini 1961-2011. Una storia italiana”

Roma, Palazzo Incontro, Via dei Prefetti 22

14 Settembre 2011 – 6 Novembre 2011

In occasione del 50° anniversario di fondazione della casa editrice modenese, la mostra "Panini 1961-2011" - Roma, Palazzo Incontro, 14 settembre - 6 novembre 2011, offrirà la possibilità di scoprire alcuni degli aspetti meno noti di una vicenda familiare, imprenditoriale e culturale estremamente ricca e variegata. Una storia che muove i primi passi da una piccola edicola del centro storico della città emiliana gestita dai Panini. La mostra vuole ricordare le figurine Panini ma riserva un occhio di riguardo all'insieme di idee, passioni e tecnologie nato dalle intuizioni dei fondatori dell'azienda: uomini dinamici, figli del loro tempo – gli anni Sessanta del boom economico – dagli interessi poliedrici e multiformi.

Articolo

“Siamo tutti cultural prosumers!”

Articolo di Irene Popoli (Aprile 2011)

La tecnologia, nei vari settori in cui si è sviluppata, ed i prodotti di consumo che essa ha generato nel tempo, sono entrati poco a poco nella nostra quotidianità fino a diventare un elemento familiare e, spesso, imprescindibile per la maggior parte delle persone. Il rapporto con gli strumenti tecnologici si è andato modificando in modo sostanziale. Da un approccio passivo, in cui la persona utilizzava il servizio offerto dall'oggetto tecnologico e da esso si aspettava null'altro che essere uguale a tutti gli altri oggetti, ad un approccio, quello cosiddetto "2.0", in cui ogni individuo oggi si aspetta che il prodotto tecnologico venga incontro alle sue esigenze e possa essere modificato, adattato per diventare unico e speciale. Il fulcro del fenomeno del web 2.0 è questo: la partecipazione in prima persona e la rete di conoscenze e relazioni che si creano su internet sta progressivamente modificando il modo in cui le persone ripensano non soltanto gli oggetti ed i servizi offerti, ma soprattutto le aziende e le istituzioni che li forniscono. Per l'articolo integrale www.fizz.it

Workshop

“Profit, non profit e PA: workshop sulle buone prassi di collaborazione”

L'Osservatorio sul non profit della Camera di Commercio di Roma ha organizzato, lo scorso 18 ottobre, un workshop di presentazione della ricerca "Profit, non profit e Pubblica Amministrazione. Buone prassi di collaborazione".

L'occasione è servita a fare il punto della situazione in materia e far conoscere soluzioni progettuali e operative dalle quali sono emerse forme positive di collaborazione e di utilità sociale.

Hanno partecipato al workshop – come testimoni del mondo "profit" - Sabina Florio, Presidente di "Anima per il sociale nei valori d'impresa" e Fabrizio Torella, Responsabile Attività Sociali d'impresa di Ferrovie dello Stato.

Volume

“Lo sviluppo guidato dalla cultura: creatività, crescita, inclusione sociale. Le politiche urbane per la competitività territoriale”

Volume a cura di Claudio Bocci e Gianluca Passaro.

Il saggio raccoglie le “Raccomandazioni” scaturite dai lavori dei Colloqui Internazionali di Ravello Lab 2010, il forum dedicato alla riflessione sulla cultura e sullo sviluppo economico e sociale dei sistemi territoriali, in una prospettiva internazionale ed europea. La pubblicazione contiene, inoltre, alcuni brevi saggi di approfondimento sui tre temi oggetto di Ravello Lab 2010 ossia le politiche urbane tra sviluppo economico ed inclusione sociale; le prospettive di una politica industriale per la cultura, e la ricerca di nuovi modelli e di nuove competenze per un approccio alla cultura come motore di sviluppo.

Volume

“Adriano Olivetti un secolo troppo presto Ivrea 2061”

A cura di Marco Peroni, Riccarco Cecchetti, in collaborazione con Becco Giallo

Adriano Olivetti seppe unire fra loro due mondi, saperi e valori che nel suo tempo apparivano inconciliabili. Industriale, ma anche un operatore sociale, un uomo politico nel senso pieno del termine. Gran parte dell'establishment italiano gli era contro: perché era troppo in anticipo sui tempi e perché formulava le proprie idee con una meticolosità ingegneristica incomprensibile per intellettuali abituati a muoversi entro i confini dell'astrazione. In un contesto segnato dalla rigida contrapposizione sociale e culturale fra socialismo e capitalismo, fra Oriente e Occidente, la sua idea di comunità somigliava ad una sorta di colomba che volava fra i cannoni della guerra fredda.

"Adriano Olivetti, intervista dal futuro" ne ricostruisce gli aspetti più significativi del pensiero in un dialogo avvincente fra l'ingegnere e la voce del futuro.

Articolo

“Orgoglio, responsabilità o marketing territoriale?”

Articolo di Francesco Moneta

Sta davvero nascendo un nuovo mecenatismo? Il caso “Della Valle al Colosseo” è emblematico di una tendenza: sono sempre più numerose le imprese italiane – spesso costituite in fondazioni – che tra responsabilità sociale, marketing e comunicazione si stanno mobilitando per dare vita a progetti culturali di ampio respiro. In allegato l'articolo integrale.

4/ Cultura d'impresa e dintorni...

Segnalazione di contributi e stimoli sul tema.

Suggeriamo libri, articoli, documenti ed eventi che possono contribuire a saperne di più in tema di cultura d'impresa.

Le segnalazioni di oggi sono:

Evento

“Cultura e comunicazione d'impresa”

Eventi a cura di e di Unindustria

Dal 21 al 29 novembre 2011 si concentrano le proposte di eventi e di attività promossi in occasione della decima edizione della Settimana della cultura di Confindustria.

Un articolato calendario di significativi appuntamenti locali, composto da nove diverse iniziative organizzate da Unindustria e da imprese del territorio con incontri, workshop, aziende aperte, visite guidate, presentazioni di libri, convegni. Conoscere l'impresa ed il suo mondo e' più che mai attuale e necessario.

Clicca [qui per il calendario della Settimana della Cultura](#)

Mostra

“Lara Almarcegui . Mostra personale - a cura di Vincenzo de Bellis”

Roma, Fondazione Pastificio Cerere, Via degli Ausoni 7

10 Novembre 2011 – 7 Gennaio 2011

Giovedì 10 novembre è stata inaugurata a Roma, presso la Fondazione Pastificio Cerere, la prima mostra personale in Italia dell'artista spagnola Lara Almarcegui.

La mostra di Lara Almarcegui è composta da due distinti e complessi progetti: due opere che indagano la città di Roma.

Guide to Wastelands of the River Tevere, 12 Empty Spaces Await the 2020 Rome Olympics (2011) è il titolo del primo lavoro che si concentra su una grande area a nord-est del Tevere, inclusa nel piano di sviluppo urbanistico del parco fluviale destinato alla costruzione di infrastrutture per i giochi olimpici del 2020.

Construction Rubble of Pastificio's exhibition space (2011) è il titolo del secondo lavoro. Con questo lavoro l'artista riflette sulla storia della sede della Fondazione, così strettamente legata alla città di Roma.

Per maggiori informazioni clicca [qui](#)

Articolo

“La cultura italiana ha dato i numeri”

Articolo di Francesco Moneta (Aprile 2011)

Domanda di cultura in netta e continua crescita, investimenti nella cultura inesorabilmente in flessione: due tendenze apparentemente incoerenti che fotografano lo stato attuale della nostra economia della cultura.

Volume

“La comunicazione culturale d'impresa. Strategie, strumenti, esperienze”

Volume di Valentina Martino

La comunicazione culturale è divenuta parte integrante delle strategie d'impresa. Il libro di Valentina Martino ripercorre luci e ombre di un tema per definizione complesso e di confine fra etica e profitto, fra gratuità e interesse, fra sviluppo organizzativo interno e proiezione comunicativa verso la società e gli stakeholders.

Non più appannaggio di un'avanguardia o nicchia del mondo imprenditoriale, l'intervento nei settori artistico e dello spettacolo tende oggi a privilegiare una logica manageriale: quella di un vero e proprio «investimento», capace di favorire sia un ritorno interno di competenze sia una relazionalità mirata e di lungo corso. A partire dal riferimento alle principali fonti, esperienze associative e best practices di settore, il volume punta a ripercorrere le molteplici declinazioni strategico-operative dell'investimento in cultura.

Volume**“100 Il design in 100 oggetti”**

Volume di Domitilla Dardi

Non una storia del design classica, ma una serie di exempla che sono la testimonianza dello spirito del tempo e della popolazione che li ha generati: dalla Sedia Thonet 14, alla Singer 15K, dal modello T Ford alla bottiglietta Coca Cola. Una selezione che spazia dalla fine Ottocento, attraversa tutto il Novecento e approda al contemporaneo con la Lampada Caboche e l' i-Phone.

Volume**“Il design del bagno nella cultura d'impresa”**

Volume di Domitilla Dardi e Carlo Martini

Gli autori analizzano storicamente e socialmente le diverse tipologie di bagno: maschile, femminile, letterario, medico, tecnologico, esibizionista, intimista, etnico. Scorrendo il ruolo svolto dalla stanza da bagno nella storia, ci si accorge, infatti, che essa identifica molti aspetti misteriosi che vale la pena indagare.

il percorso qui affrontato è quello dell'immaginario connesso alla stanza da bagno e a tutto ciò che essa rappresenta nella cultura presente e passata. L'ultima sezione è dedicata a Ceramica Catalano: fondata nel 1967, è oggi l'azienda italiana che offre la miglior qualità produttiva nel settore del sanitario in ceramica Made in Italy. Un primato tecnologico e culturale costruito attraverso anni di esperienza e attestato da numerosi riconoscimenti internazionali.

In allegato sono riportate le segnalazioni pubblicate in precedenza da "Cultura d'impresa e dintorni..”