

TESTATA	DATA USCITA	SOGGETTO	LETTORI	FONTI	INDICE	CM	PAG.
www.comunicati.net	7 nov 2013	Chiusura		Elab. Alexa	0,0		1

Forum della sostenibilità: tutti i numeri, le idee e i contributi della prima edizione

07/nov/2013 12.54.13 Diesis Group [Contatta l'autore](#)

 0  **Consiglia** Consiglia questo elemento prima di tutti i tuoi amici.

In questo comunicato si parla di:
Array

La giornata dedicata alla responsabilità sociale di impresa e allo sviluppo sostenibile si è chiusa con un bilancio positivo: circa 500 partecipanti, 41 relatori e 19 tra best practice e case history presentate.

La sostenibilità dna per l'azienda. Questo il concetto chiave emerso dalla prima edizione del Forum della sostenibilità frutto della interconnessione delle parole chiave della giornata **#profitto #coscienza #condivisione #resilienza #potenziale**.

Durante il meeting, **organizzato da Comunicazione italiana** il 31 ottobre presso lo Spazio Oberdan di Milano, tavoli di lavoro si sono susseguiti per tutta la giornata e hanno visto aziende, istituzioni e mondo del no profit confrontarsi sulle strategie migliori di promozione della sostenibilità, del ruolo sociale dell'azienda e dei suoi diversi aspetti che comprendono l'ambiente, l'alimentazione e l'etica in senso generale.

L'esperienza di Intelligenza connettiva che top manager, imprenditori, professionisti della comunicazione, rappresentanti istituzionali e csr director hanno potuto fare nel contesto dell'evento, unito alla visione di sostenibilità ampiamente condivisa, ha gettato le basi affinché il Forum della sostenibilità non rimanga un appuntamento istituzionale fine a se stesso, ma un vero e proprio percorso di condivisione, di studio, analisi, progettazione e collaborazione, nel contesto di una business community strutturata.

Angelo Trocchia, presidente Unilever Italia, ha definito il Forum "un momento di condivisione e contaminazione di idee" e ha dichiarato: "Incontrare chi crede davvero nello sviluppo sostenibile, è sempre il modo migliore per dar vita a nuove collaborazioni e nuovi progetti in grado di accelerare il cambiamento".

Stefania Lallai, Communication & CR manager TNT Express Italy, ha apprezzato il Forum soprattutto per la "condivisione di contenuti e giuste energie, dove l'esposizione delle best practice è stata una formula vincente". Mentre per **Anna Adriani, direttore relazioni esterne e ufficio stampa di Illycaffè**, l'incontro è stato "uno scambio di esperienza tra aziende, persone e consulenti per capire insieme quali siano le prossime frontiere e le sfide della sostenibilità. Tema che deve essere un modo di fare business e non una sovrastruttura".

Tra le tematiche importanti emerse nelle discussioni ci sono da un lato la definizione stessa di Csr e dall'altro la sua valorizzazione. Sul primo punto **Mario Molteni, direttore di Altis - Università Cattolica**, ha esposto un'analisi che differenzia le aziende fra quelle che pensano in senso globale alla sostenibilità della propria organizzazione e struttura da quelle che sviluppano qualche attività sporadica di Csr "perché oggi non si può non farla". La discussione fra ruolo sociale dell'azienda e valorizzazione della stessa è stata traghettata da **Davide Porro, presidente Diesis Group**, che grazie all'esperienza differenziata per molti ambiti d'intervento, tipica delle agenzie di comunicazione, ha portato la testimonianza di come siano le aziende che decidono di governare la sostenibilità, e non di assecondare le mode apparenti, ad avere successo in termini di reputazione presso il pubblico, di come questo successo sia amplificabile con campagne di comunicazione costruite su contenuti concreti e di come i risultati debbano e possano essere misurabili.

Sono stati anche gli interventi che hanno raccontato attività concrete del ruolo sociale delle imprese ad aver attirato l'attenzione della platea. **Paola Fanelli, Csr director di BNL/BNP Paribas**, ha descritto il progetto realizzato in collaborazione con l'associazione Libera di Don Ciotti, un'attività Csr di inclusione sociale che supporta alcuni extracomunitari della periferia torinese nella formazione professionale e nell'inserimento nella società. **Fabrizio Politi, il fondatore di SixthContinent**, ha illustrato la realtà del social network economico che permette ai consumatori di scoprire le imprese che impoveriscono il mercato, distinguendole da quelle che invece producono effetti economici virtuosi (attualmente è presente un database di 600mila aziende in 42 Paesi) selezionate attraverso un criterio che prende in considerazione il fatturato, l'utile netto e il numero di dipendenti e dar loro la possibilità di scegliere come orientare i propri acquisti.

Fabrizio Cataldi, fondatore di Comunicazione italiana ha dichiarato: "Questa prima edizione del Forum ha riscosso il successo che speravamo, creando dibattito e confronto tra gli attori coinvolti quando si parla di Csr. Il Forum ha permesso la condivisione di best practice e strategie, condividendo le problematiche e i punti di forza dei vari player e permettendo la creazione di un network per lo sviluppo di future iniziative. La sostenibilità è un argomento fondamentale per lo sviluppo delle aziende, soprattutto in un periodo di crisi, laddove le aziende più brave hanno saputo trovare anche nuove opportunità. Quanto emerso in questa giornata di lavoro ci ha spinto a ipotizzare altri momenti di confronto con le aziende anche con format differenti".

Ovur
gli uten
alla ric
aziende
la t

TESTATA	DATA USCITA	SOGGETTO	LETTORI	FONTE	INDICE	CM	PAG.
www.libero.it	7 nov 2013	Chiusura	3.284.106	Audiweb	15,3		1

Forum della sostenibilità: tutti i numeri, le idee e i contributi della prima edizione

Comunicati-stampa.net · 32 min fa

 Consiglia { 0 }
  Tweet { 0 }
  +1 { 0 }

Durante il meeting, organizzato da Comunicazione italiana il 31 ottobre presso lo Spazio Oberdan di Milano, tavoli di lavoro si sono susseguiti per tutta la giornata e hanno visto aziende, istituzioni e mondo del no profit confrontarsi sulle ...

TESTATA	DATA USCITA	SOGGETTO	LETTORI	FONTE	INDICE	CM	PAG.
www.comunicati-stampa.net	7 nov 2013	Chiusura		Elab. Alexa	0,0		2

Forum della sostenibilità: tutti i numeri, le idee e i contributi della prima edizione

1/2

Publicato il 07/11/2013 | da Annalisa Di Stefano

La giornata dedicata alla responsabilità sociale di impresa e allo sviluppo sostenibile si è chiusa con un bilancio positivo: circa 500 partecipanti, 41 relatori e 19 tra best practice e case history presentate.

Inglese - Test e Verifica

www.wallstreet...

Scopri il tuo livello d'inglese! Test gratis, risultato immediato.



▶ La sostenibilità dna per l'azienda. Questo il concetto chiave emerso dalla prima edizione del Forum della sostenibilità frutto della interconnessione delle parole chiave della giornata #profitto #coscienza #condivisione #resilienza #potenziale.

Durante il meeting, organizzato da Comunicazione italiana il 31 ottobre presso lo Spazio Oberdan di Milano, tavoli di lavoro si sono susseguiti per tutta la giornata e hanno visto aziende, istituzioni e mondo del no profit confrontarsi sulle strategie migliori di promozione della sostenibilità, del ruolo sociale dell'azienda e dei suoi diversi aspetti che comprendono l'ambiente, l'alimentazione e l'etica in senso generale.

L'esperienza di intelligenza connettiva che top manager, imprenditori, professionisti della comunicazione, rappresentanti istituzionali e csr director hanno potuto fare nel contesto dell'evento, unito alla visione di sostenibilità ampiamente condivisa, ha gettato le basi affinché il Forum della sostenibilità non rimanga un appuntamento istituzionale fine a se stesso, ma un vero e proprio percorso di condivisione, di studio, analisi, progettazione e collaborazione, nel contesto di una business community strutturata.

Angelo Trocchia, presidente Unilever Italia, ha definito il Forum "un momento di condivisione e contaminazione di idee" e ha dichiarato: "Incontrare chi crede davvero nello sviluppo sostenibile, è sempre il modo migliore per dar vita a nuove collaborazioni e nuovi progetti in grado di accelerare il cambiamento".

Stefania Lallai, Communication & CR manager TNT Express Italy, ha apprezzato il Forum soprattutto per la "condivisione di contenuti e giuste energie, dove l'esposizione delle best practice è stata una formula vincente". Mentre per Anna Adriani, direttore relazioni esterne e ufficio stampa di Illycaffè, l'incontro è stato "uno scambio di esperienza tra aziende, persone e consulenti per capire insieme quali siano le prossime frontiere e le sfide della sostenibilità. Tema che deve essere un modo di fare business e non una sovrastruttura".

Tra le tematiche importanti emerse nelle discussioni ci sono da un lato la definizione stessa di Csr e dall'altro la sua valorizzazione. Sul primo punto Mario Molteni, direttore di Altis - Università Cattolica, ha esposto un'analisi che differenzia le aziende fra quelle che pensano in senso globale alla sostenibilità della propria organizzazione e struttura da quelle che sviluppano qualche attività sporadica di Csr "perché oggi non si può non farla". La discussione fra ruolo sociale dell'azienda e valorizzazione della stessa è stata traghettata da Davide Porro, presidente Diesis Group, che grazie all'esperienza differenziata per molti ambiti d'intervento, tipica delle agenzie di comunicazione, ha portato la testimonianza di come siano le aziende che decidono di governare la sostenibilità, e non di assecondare le mode apparenti, ad avere successo in termini di reputazione presso il pubblico, di come questo successo sia amplificabile con campagne di comunicazione costruite su contenuti concreti e di come i risultati debbano e possano essere misurabili.

Sono stati anche gli interventi che hanno raccontato attività concrete del ruolo sociale delle imprese ad aver attirato l'attenzione della platea. Paola Fanelli, Csr director di BNL/BNP Paribas, ha descritto il progetto realizzato in collaborazione con l'associazione Libera di Don Ciotti, un'attività Csr di inclusione sociale che supporta alcuni extracomunitari della periferia torinese nella formazione professionale e nell'inserimento nella società. Fabrizio Politi, il fondatore di SixthContinent, ha illustrato la realtà del social network economico che permette ai consumatori di scoprire le imprese che impoveriscono il mercato, distinguendole da quelle che invece producono effetti economici virtuosi (attualmente è presente un database di 600mila aziende in 42 Paesi) selezionate attraverso un criterio che prende in considerazione il fatturato, l'utile netto e il numero di dipendenti e dar loro la possibilità di scegliere come orientare i propri acquisti.

Fabrizio Cataldi, fondatore di Comunicazione italiana ha dichiarato: "Questa prima edizione del Forum ha riscosso il successo che speravamo, creando dibattito e confronto tra gli attori coinvolti quando si parla di Csr. Il Forum ha permesso la condivisione di best practice e strategie, condividendo le problematiche e i punti di forza dei vari player e permettendo la creazione di un network per lo sviluppo di future iniziative. La sostenibilità è un argomento fondamentale per lo sviluppo delle aziende, soprattutto in un periodo di crisi, laddove le aziende più brave hanno saputo trovare anche nuove opportunità. Quanto emerso in questa giornata di lavoro ci ha spinto a ipotizzare altri momenti di confronto con le aziende anche con format differenti".

TESTATA	DATA USCITA	SOGGETTO	LETTORI	FONTE	INDICE	CM	PAG.
www.adnkronos.com	7 nov 2013	Chiusura	98.408	Audiweb	1,4		2

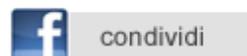
I numeri, le idee e i contributi della prima edizione del Forum della sostenibilità



Annunci Google

ultimo aggiornamento: 07 novembre, ore 16:54

La giornata dedicata alla responsabilità sociale di impresa e allo sviluppo sostenibile si è chiusa con un bilancio positivo: circa 500 partecipanti, 41 relatori e 19 tra best practice e case history presentate ([FOTO](#) - [VIDEO](#))



Roma, 7 nov. (Adnkronos) - La sostenibilità dna per l'azienda. Questo il concetto chiave emerso dalla prima edizione del **Forum della sostenibilità** frutto della interconnessione delle parole chiave della giornata #profitto #coscienza #condivisione #resilienza #potenziale. 2/2



Durante il meeting, **organizzato da Comunicazione italiana** il 31 ottobre presso lo Spazio Oberdan di Milano, tavoli di lavoro si sono susseguiti per tutta la giornata e hanno visto aziende, istituzioni e mondo del no profit confrontarsi sulle strategie migliori di promozione della sostenibilità, del ruolo sociale dell'azienda e dei suoi diversi aspetti che comprendono l'ambiente, l'alimentazione e l'etica in senso generale.

L'esperienza di intelligenza connettiva che top manager, imprenditori, professionisti della comunicazione, rappresentanti istituzionali e csr director hanno potuto fare nel contesto dell'evento, unito alla visione di sostenibilità ampiamente condivisa, ha gettato le basi affinché il Forum della sostenibilità non rimanga un appuntamento istituzionale fine a se stesso, ma un vero e proprio percorso di condivisione, di studio, analisi, progettazione e collaborazione, nel contesto di una business community strutturata.

Angelo Trocchia, presidente Unilever Italia, ha definito il Forum "un momento di condivisione e contaminazione di idee" e ha dichiarato: "Incontrare chi crede davvero nello sviluppo sostenibile, è sempre il modo migliore per dar vita a nuove collaborazioni e nuovi progetti in grado di accelerare il cambiamento".

Stefania Lallai, Communication & CR manager TNT Express Italy, ha apprezzato il Forum soprattutto per la "condivisione di contenuti e giuste energie, dove l'esposizione delle best practice è stata una formula vincente". Mentre per **Anna Adriani, direttore relazioni esterne e ufficio stampa di Illycaffè**, l'incontro è stato "uno scambio di esperienza tra aziende, persone e consulenti per capire insieme quali siano le prossime frontiere e le sfide della sostenibilità. Tema che deve essere un modo di fare business e non una sovrastruttura".

Tra le tematiche importanti emerse nelle discussioni ci sono da un lato la definizione stessa di Csr e dall'altro la sua valorizzazione. Sul primo punto **Mario Molteni, direttore di Altis - Università Cattolica**, ha esposto un'analisi che differenzia le aziende fra quelle che pensano in senso globale alla sostenibilità della propria organizzazione e struttura da quelle che sviluppano qualche attività sporadica di Csr "perché oggi non si può non farla". La discussione fra ruolo sociale dell'azienda e valorizzazione della stessa è stata traghettata da **Davide Porro, presidente Diesis Group**, che grazie all'esperienza differenziata per molti ambiti d'intervento, tipica delle agenzie di comunicazione, ha portato la testimonianza di come siano le aziende che decidono di governare la sostenibilità, e non di assecondare le mode apparenti, ad avere successo in termini di reputazione presso il pubblico, di come questo successo sia amplificabile con campagne di comunicazione costruite su contenuti concreti e di come i risultati debbano e possano essere misurabili.

Sono stati anche gli interventi che hanno raccontato attività concrete del ruolo sociale delle imprese ad aver attirato l'attenzione della platea. **Paola Fanelli, Csr director di BNL/BNP Paribas**, ha descritto il progetto realizzato in collaborazione con l'associazione Libera di Don Ciotti, un'attività Csr di inclusione sociale che supporta alcuni extracomunitari della periferia torinese nella formazione professionale e nell'inserimento nella società. **Fabrizio Politi, il fondatore di SixthContinent**, ha illustrato la realtà del social network economico che permette ai consumatori di scoprire le imprese che impoveriscono il mercato, distinguendole da quelle che invece producono effetti economici virtuosi (attualmente è presente un database di 600mila aziende in 42 Paesi) selezionate attraverso un criterio che prende in considerazione il fatturato, l'utile netto e il numero di dipendenti e dar loro la possibilità di scegliere come orientare i propri acquisti.

Fabrizio Cataldi, fondatore di Comunicazione italiana ha dichiarato: "Questa prima edizione del Forum ha riscosso il successo che speravamo, creando dibattito e confronto tra gli attori coinvolti quando si parla di Csr. Il Forum ha permesso la condivisione di best practice e strategie, condividendo le problematiche e i punti di forza dei vari player e permettendo la creazione di un network per lo sviluppo di future iniziative. La sostenibilità è un argomento fondamentale per lo sviluppo delle aziende, soprattutto in un periodo di crisi, laddove le aziende più brave hanno saputo trovare anche nuove opportunità. Quanto emerso in questa giornata di lavoro ci ha spinto a ipotizzare altri momenti di confronto con le aziende anche con format differenti".

TESTATA	DATA USCITA	SOGGETTO	LETTORI	FONTE	INDICE	CM	PAG.
www.greenplanner.it	7 nov 2013	Chiusura	36.000	Elab. dich.	0,4		2

Forum della sostenibilità: numeri, idee e contributi della prima edizione

1/2

DI BARTOLO GALLESÌ – 7 NOVEMBRE 2013

PUBBLICATO IN: EVENTI

Condividi questo articolo su:



La giornata dedicata alla **responsabilità sociale di impresa** e allo **sviluppo sostenibile** si è chiusa con un bilancio positivo: circa 500 partecipanti, 41 relatori e 19 tra best practice e case history presentate.

La **sostenibilità dna per l'azienda**. Questo il concetto chiave emerso dalla prima edizione del **Forum della sostenibilità** frutto della interconnessione delle parole chiave della giornata #profitto #coscienza #condivisione #resilienza #potenziale.

Durante il meeting, organizzato da **Comunicazione Italiana** il 31 ottobre presso lo Spazio Oberdan di Milano, tavoli di lavoro si sono susseguiti per tutta la giornata e hanno visto aziende, istituzioni e mondo del no profit confrontarsi sulle strategie migliori di promozione della sostenibilità, del ruolo sociale dell'azienda e dei suoi diversi aspetti che comprendono l'ambiente, l'alimentazione e l'etica in senso generale.



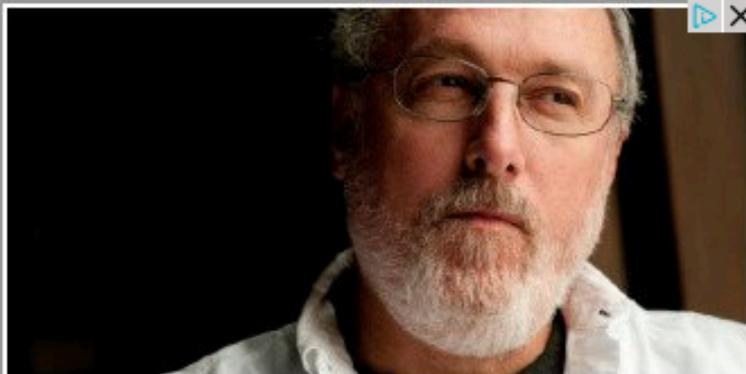
L'esperienza di intelligenza connettiva che top manager, imprenditori, professionisti della comunicazione, rappresentanti istituzionali e csr director hanno potuto fare nel contesto dell'evento, unito alla visione di sostenibilità ampiamente condivisa, ha gettato le basi affinché il Forum della sostenibilità non rimanga un appuntamento istituzionale fine a se stesso, ma un vero e proprio percorso di condivisione, di studio, analisi, progettazione e collaborazione, nel contesto di una business community strutturata.

Angelo Trocchia, presidente Unilever Italia, ha definito il Forum "un momento di condivisione e contaminazione di idee. Incontrare chi crede davvero nello sviluppo sostenibile, è sempre il modo migliore per dar vita a nuove collaborazioni e nuovi progetti in grado di accelerare il cambiamento".

Stefania Lallai, Communication & CR manager TNT Express Italy, ha apprezzato il Forum soprattutto per la "condivisione di contenuti e giuste energie, dove l'esposizione delle best practice è stata una formula vincente".

Mentre per Anna Adriani, direttore relazioni esterne e ufficio stampa di Illycaffè, l'incontro è stato "uno scambio di esperienza tra aziende, persone e consulenti per capire insieme quali siano le prossime frontiere e le sfide della sostenibilità. Tema che deve essere un modo di fare business e non una sovrastruttura".

Tra le tematiche importanti emerse nelle discussioni ci sono da un lato la definizione stessa di Csr e dall'altro la sua valorizzazione. Sul primo punto **Mario Molteni**, direttore di Altis, Università Cattolica, ha esposto un'analisi che differenzia le aziende fra quelle che pensano in senso globale alla sostenibilità della propria organizzazione e struttura da quelle che sviluppano qualche attività sporadica di Csr perché oggi non si può non farla.



Il Fotovoltaico ormai costa meno, ma per capire se conviene farlo installare a casa propria ci sono 3 fatti da sapere

La discussione fra ruolo sociale dell'azienda e valorizzazione della stessa è stata traghettata da **Davide Porro**, presidente Diesis Group, che grazie all'esperienza differenziata per molti ambiti d'intervento, tipica delle agenzie di comunicazione, ha portato la testimonianza di come siano le aziende che decidono di governare la sostenibilità, e non di assecondare le mode apparenti, ad avere successo in termini di reputazione presso il pubblico, di come questo successo sia amplificabile con campagne di comunicazione costruite su contenuti concreti e di come i risultati debbano e possano essere misurabili.

Sono stati anche gli interventi che hanno raccontato attività concrete del ruolo sociale delle imprese ad aver attirato l'attenzione della platea. **Paola Fanelli**, Csr director di BNL/BNP Paribas, ha descritto il progetto realizzato in collaborazione con l'associazione Libera di Don Ciotti, un'attività Csr di inclusione sociale che supporta alcuni extracomunitari della periferia torinese nella formazione professionale e nell'inserimento nella società.

Fabrizio Politi, il fondatore di SixthContinent, ha illustrato la realtà del social network economico che permette ai consumatori di scoprire le imprese che impoveriscono il mercato, distinguendole da quelle che invece producono effetti economici virtuosi (attualmente è presente un database di 600mila aziende in 42 Paesi) selezionate attraverso un criterio che prende in considerazione il fatturato, l'utile netto e il numero di dipendenti e dar loro la possibilità di scegliere come orientare i propri acquisti.

Fabrizio Cataldi, fondatore di Comunicazione italiana ha dichiarato "Questa prima edizione del Forum ha riscosso il successo che speravamo, creando dibattito e confronto tra gli attori coinvolti quando si parla di Csr. Il Forum ha permesso la condivisione di best practice e strategie, condividendo le problematiche e i punti di forza dei vari player e permettendo la creazione di un network per lo sviluppo di future iniziative. La sostenibilità è un argomento fondamentale per lo sviluppo delle aziende, soprattutto in un periodo di crisi, laddove le aziende più brave hanno saputo trovare anche nuove opportunità. Quanto emerso in questa giornata di lavoro ci ha spinto a ipotizzare altri momenti di confronto con le aziende anche con format differenti".

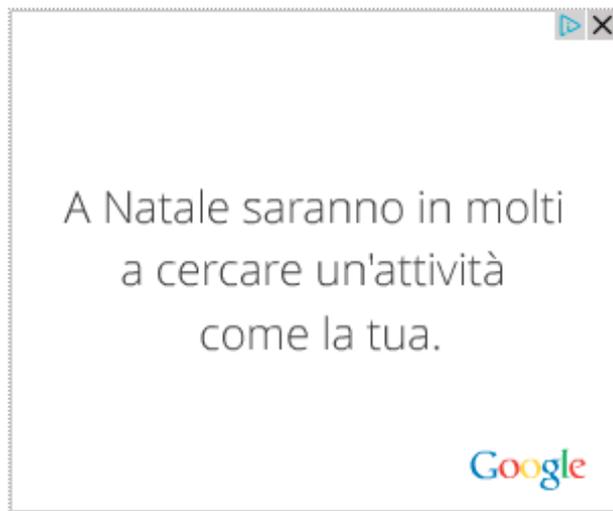
TESTATA	DATA USCITA	SOGGETTO	LETTORI	FONTE	INDICE	CM	PAG.
www.freeonline.org	7 nov 2013	Chiusura	44.000	Elab. Alexa	0,5		2

Forum della sostenibilità: tutti i numeri, le idee e i contributi della prima edizione 1/2

News pubblicata il 07/11/13 da [Annalisa Di Stefano](#)

La giornata dedicata alla responsabilità sociale di impresa e allo sviluppo sostenibile si è chiusa con un bilancio positivo: circa 500 partecipanti, 41 relatori e 19 tra best practice e case history presentate.

 Mi piace  Condividi Di che ti piace prima di tutti i tuoi amici.



07/11/13 - La sostenibilità dna per l'azienda. Questo il concetto chiave emerso dalla prima edizione del Forum della sostenibilità frutto della interconnessione delle parole chiave della giornata #profitto #coscienza #condivisione #resilienza #potenziale.

Durante il meeting, organizzato da Comunicazione italiana il 31 ottobre presso lo Spazio Oberdan di Milano, tavoli di lavoro si sono susseguiti per tutta la giornata e hanno visto aziende, istituzioni e mondo del no profit confrontarsi sulle strategie migliori di promozione della sostenibilità, del ruolo

sociale dell'azienda e dei suoi diversi aspetti che comprendono l'ambiente, l'alimentazione e l'etica in senso generale.

L'esperienza di intelligenza connettiva che top manager, imprenditori, professionisti della comunicazione, rappresentanti istituzionali e csr director hanno potuto fare nel contesto dell'evento, unito alla visione di sostenibilità ampiamente condivisa, ha gettato le basi affinché il Forum della sostenibilità non rimanga un appuntamento istituzionale fine a se stesso, ma un vero e proprio percorso di condivisione, di studio, analisi, progettazione e collaborazione, nel contesto di una business community strutturata.

Angelo Trocchia, presidente Unilever Italia, ha definito il Forum "un momento di condivisione e contaminazione di idee" e ha dichiarato: "Incontrare chi crede davvero nello sviluppo sostenibile, è sempre il modo migliore per dar vita a nuove collaborazioni e nuovi progetti in grado di accelerare il cambiamento".

Stefania Lallai, Communication & CR manager TNT Express Italy, ha apprezzato il Forum soprattutto per la "condivisione di contenuti e giuste energie, dove l'esposizione delle best practice è stata una formula vincente". Mentre per Anna Adriani, direttore relazioni esterne e ufficio stampa di Illycaffè, l'incontro è stato "uno scambio di esperienza tra aziende, persone e consulenti per capire insieme quali siano le prossime frontiere e le sfide della sostenibilità. Tema che deve essere un modo di fare business e non una sovrastruttura".

Tra le tematiche importanti emerse nelle discussioni ci sono da un lato la definizione stessa di Csr e dall'altro la sua valorizzazione. Sul primo punto Mario Molteni, direttore di Altis - Università Cattolica, ha esposto un'analisi che differenzia le aziende fra quelle che pensano in senso globale alla sostenibilità della propria organizzazione e struttura da quelle che sviluppano qualche attività sporadica di Csr "perché oggi non si può non farla". La discussione fra ruolo sociale dell'azienda e valorizzazione della stessa è stata traghettata da Davide Porro, presidente DIESIS Group, che grazie all'esperienza differenziata per molti ambiti d'intervento, tipica delle agenzie di comunicazione, ha portato la testimonianza di come siano le aziende che decidono di governare la sostenibilità, e non di assecondare le mode apparenti, ad avere successo in termini di reputazione presso il pubblico, di come questo successo sia amplificabile con campagne di comunicazione costruite su contenuti concreti e di come i risultati debbano e possano essere misurabili.

Sono stati anche gli interventi che hanno raccontato attività concrete del ruolo sociale delle imprese ad aver attirato l'attenzione della platea. Paola Fanelli, Csr director di BNL/BNP Paribas, ha descritto il progetto realizzato in collaborazione con l'associazione Libera di Don Ciotti, un'attività Csr di inclusione sociale che supporta alcuni extracomunitari della periferia torinese nella formazione professionale e nell'inserimento nella società. Fabrizio Politi, il fondatore di SixthContinent, ha illustrato la realtà del social network economico che permette ai consumatori di scoprire le imprese che impoveriscono il mercato, distinguendole da quelle che invece producono effetti economici virtuosi (attualmente è presente un database di 600mila aziende in 42 Paesi) selezionate attraverso un criterio che prende in considerazione il fatturato, l'utile netto e il numero di dipendenti e dar loro la possibilità di scegliere come orientare i propri acquisti.

Fabrizio Cataldi, fondatore di Comunicazione italiana ha dichiarato: "Questa prima edizione del Forum ha riscosso il successo che speravamo, creando dibattito e confronto tra gli attori coinvolti quando si parla di Csr. Il Forum ha permesso la condivisione di best practice e strategie, condividendo le problematiche e i punti di forza dei vari player e permettendo la creazione di un network per lo sviluppo di future iniziative. La sostenibilità è un argomento fondamentale per lo sviluppo delle aziende, soprattutto in un periodo di crisi, laddove le aziende più brave hanno saputo trovare anche nuove opportunità. Quanto emerso in questa giornata di lavoro ci ha spinto a ipotizzare altri momenti di confronto con le aziende anche con format differenti".

Link: <http://diesis.it/uffici stampa/comunicato.php?id=24309>

Ard-break

TESTATA	DATA USCITA	SOGGETTO	LETTORI	FONTI	INDICE	CM	PAG.
www.comunicati-stampa-gratis.com	7 nov 2013	Chiusura			0,0		3

Forum della sostenibilità: tutti i numeri, le idee e i contributi della prima edizione

1/3

8+1 0

La giornata dedicata alla responsabilità sociale di impresa e allo sviluppo sostenibile si è chiusa con un bilancio positivo: circa 500 partecipanti, 41 relatori e 19 tra best practice e case history presentate.

La sostenibilità dna per l'azienda. Questo il concetto chiave emerso dalla prima edizione del Forum della sostenibilità frutto della interconnessione delle parole chiave della giornata #profitto #coscienza #condivisione #resilienza #potenziale.

Durante il meeting, organizzato da Comunicazione italiana il 31 ottobre presso lo Spazio Oberdan di Milano, tavoli di lavoro si sono susseguiti per tutta la giornata e hanno visto aziende, istituzioni e mondo del no profit confrontarsi sulle strategie migliori di promozione della sostenibilità, del ruolo sociale dell'azienda e dei suoi diversi aspetti che comprendono l'ambiente, l'alimentazione e l'etica in senso generale.

L'esperienza di intelligenza connettiva che top manager, imprenditori, professionisti della comunicazione, rappresentanti istituzionali e csr director hanno potuto fare nel contesto dell'evento, unito alla visione di sostenibilità ampiamente condivisa, ha gettato le basi affinché il Forum della sostenibilità non rimanga un appuntamento istituzionale fine a se stesso, ma un vero e proprio percorso di condivisione, di studio, analisi, progettazione e collaborazione, nel contesto di una business community strutturata.

Angelo Trocchia, presidente Unilever Italia, ha definito il Forum "un momento di condivisione e contaminazione di idee" e ha dichiarato: "Incontrare chi crede davvero nello sviluppo sostenibile, è sempre il modo migliore per dar vita a nuove collaborazioni e nuovi progetti in grado di accelerare il cambiamento".

Stefania Lallai, Communication & CR manager TNT Express Italy, ha apprezzato il Forum soprattutto per la "condivisione di contenuti e giuste energie, dove l'esposizione delle best practice è stata una formula vincente". Mentre per Anna Adriani, direttore relazioni esterne e ufficio stampa di Illycaffè, l'incontro è stato "uno scambio di esperienza tra aziende, persone e consulenti per capire insieme quali siano le prossime frontiere e le sfide della sostenibilità. Tema che deve essere un modo di fare business e non una sovrastruttura".

Tra le tematiche importanti emerse nelle discussioni ci sono da un lato la definizione stessa di Csr e dall'altro la sua valorizzazione. Sul primo punto Mario Molteni, direttore di Altis - Università Cattolica, ha esposto un'analisi che differenzia le aziende fra quelle che pensano in senso globale alla sostenibilità della propria organizzazione e struttura da quelle che sviluppano qualche attività sporadica di Csr "perché oggi non si può non farla". La discussione fra ruolo sociale dell'azienda e valorizzazione della stessa è stata traghettata da Davide Porro, presidente Diesis Group, che grazie all'esperienza differenziata per molti ambiti d'intervento, tipica delle agenzie di comunicazione, ha portato la testimonianza di come siano le aziende che decidono di governare la sostenibilità, e non di assecondare le mode apparenti, ad avere successo in termini di reputazione presso il pubblico, di come questo successo sia amplificabile con campagne di comunicazione costruite su contenuti concreti e di come i risultati debbano e possano essere misurabili.

Sono stati anche gli interventi che hanno raccontato attività concrete del ruolo sociale delle imprese ad aver attirato l'attenzione della platea. Paola Fanelli, Csr director di BNL/BNP Paribas, ha descritto il progetto realizzato in collaborazione con l'associazione Libera di Don Ciotti, un'attività Csr di inclusione sociale che supporta alcuni extracomunitari della periferia torinese nella formazione professionale e nell'inserimento nella società. Fabrizio Politi, il fondatore di SixthContinent, ha illustrato la realtà del social network economico che permette ai consumatori di scoprire le imprese che impoveriscono il mercato, distinguendole da quelle che invece producono effetti economici virtuosi (attualmente è presente un database di 600mila aziende in 42 Paesi) selezionate attraverso un criterio che prende in considerazione il fatturato, l'utile netto e il numero di dipendenti e dar loro la possibilità di scegliere come orientare i propri acquisti.

Fabrizio Cataldi, fondatore di Comunicazione italiana ha dichiarato: "Questa prima edizione del Forum ha riscosso il successo che speravamo, creando dibattito e confronto tra gli attori coinvolti quando si parla di Csr. Il Forum ha permesso la condivisione di best practice e strategie, condividendo le problematiche e i punti di forza dei vari player e permettendo la creazione di un network per lo sviluppo di future iniziative. La sostenibilità è un argomento fondamentale per lo sviluppo delle aziende, soprattutto in un periodo di crisi, laddove le aziende più brave hanno saputo trovare anche nuove opportunità. Quanto emerso in questa giornata di lavoro ci ha spinto a ipotizzare altri momenti di confronto con le aziende anche con format differenti".