

La sfida Marco Roveda: «Un cambiamento profondo». L'appuntamento di Milano del 15 maggio

Se l'azienda riparte dal «socialing»

Quando la responsabilità sociale d'impresa non basta. I casi di successo

Superare la crisi del *management*, creare nuove basi per la fiducia dei clienti, utilizzare i *social network* ed i *new media* in modo innovativo ed affrontare il mercato attraverso nuovi modelli organizzativi: un evento che si terrà il prossimo 15 maggio a Milano punta i riflettori su un concetto allargato di responsabilità sociale d'impresa, il *socialing*, per affrontare i profondi cambiamenti che accompagnano l'attuale crisi riflettendo sulle sue radici culturali e sociali.

«Il *socialing* è un neologismo tra responsabilità sociale di impresa e *marketing*», in un'ottica di ripensamento dei tradizionali modelli capitalistici e delle strategie di business al fine di creare

consenso intorno a un modello di economia partecipativa, spiega Andrea Farinet, coordinatore del Socialing Forum e docente di marketing relazionale e psicologia del consumo all'Università Liuc. «Il presupposto è la critica al *marketing* tradizionale. È un vizio di fondo che abbiamo definito come veleno sociale».

Gli obiettivi principali del paradigma del *socialing*, prosegue Farinet, vogliono «proporre alle organizzazioni nuovi approcci etici verso i consumatori ed i mercati, mettere al centro delle priorità le reali esigenze delle persone e ristabilire il primato della dimensione umana e sociale negli scambi tra soggetti economici».

La giornata di lavoro toccherà quattro macroaree tematiche: la riflessione sul

paradigma del *socialing*, con interventi di docenti universitari e l'analisi di ricerche condotte dal Eurisko sulla crisi dei modelli di consumo; un excursus sulle esperienze italiane di responsabilità sociale, che prevede testimonianze di manager di aziende come

Lifegate
Marco Roveda, tra i pionieri dello sviluppo sostenibile



Lifegate, Coop e Poste Italiane; una parte sul ruolo dei *new media* e dei *social network*, con interventi, tra gli altri, di manager di Facebook Italia, Vodafone e Oracle; infine, verrà trattato il tema dell'Expo 2015, quale possibile vetrina del made in Italy da proporre rinnovata al mondo.

Nel forum, dice Marco Roveda, presidente e fondatore di Lifegate, si cercherà «di trovare nuovi paradigmi ri-

spetto a quello attuale della crescita infiniti dei consumi in un mondo di risorse finite. Siamo nel bel mezzo di un cambiamento profondo».

Roveda, la cui storia di impegno nella responsabilità sociale d'impresa è iniziata negli anni '80, con l'attoria Scaldasole, porterà al Socialing Forum la propria esperienza imprenditoriale: «Lifegate è nata nel 2000, al clou della società dei consumi compulsivi, in controtendenza rispetto a questo paradigma. È stata forse la prima società per azioni italiana che non ha seguito questo modello, abbiamo cercato di mostrare come un'azienda possa fare profitto nel rispetto delle persone e dell'ambiente».

L'evento, organizzato dal Socialing Institute (www.socialing.org), si terrà a Palazzo delle Stelline, in corso Magenta. La quota di partecipazione è di 450 euro.

MILENA VERCELLINO

© RIPRODUZIONE RISERVATA