



L'INNOVAZIONE SOCIALE È UNA RISORSA STRATEGICA PER USCIRE DALLA CRISI

LO DICONO LE 3000 PERSONE E 110 ORGANIZZAZIONI CHE HANNO PARTECIPATO AL SALONE DELLA CSR E DELL'INNOVAZIONE SOCIALE.

LA PRIMA EDIZIONE SI È CHIUSA OGGI ALL'UNIVERSITÀ BOCCONI DI MILANO

Milano, 2 ottobre 2013. L'innovazione sociale è una risorsa strategica per le imprese che vogliono uscire dalla crisi rafforzando il loro impegno nella Corporate Social Responsibility. È una delle principali evidenze emerse dal *Salone della CSR e dell'innovazione sociale* che si chiude oggi a Milano dopo due giorni di incontri, convegni, workshop e dibattiti e che ha coinvolto 110 organizzazioni e 3000 visitatori all'Università Bocconi di Milano.

Le imprese che stanno sperimentando i modelli di business più innovativi considerano un elemento cruciale per il loro successo il dialogo e il coinvolgimento fattivo dei diversi portatori d'interesse (*stakeholder*). Dipendenti, clienti, fornitori, comunità, soggetti pubblici, organizzazioni non profit, ambiente: l'impresa vincente collabora con tutti i suoi interlocutori per creare un valore condiviso e sostenibile. Ed i suoi risultati di business non nascono da una competizione senza regole e senza etica ma dal coinvolgimento degli *stakeholder* attraverso modalità e prassi innovative che riguardano i prodotti e i processi, l'organizzazione e la gestione interna e il sistema in cui l'azienda è inserita.

*“La filiera diventa sempre più un elemento cruciale per il successo per le organizzazioni, ma non soltanto nel senso tradizionale di catena efficiente – osserva **Rossella Sobrero, Presidente di Koinetica e fra gli organizzatori del Salone** - Oggi le imprese che integrano la sostenibilità nella loro visione e nel loro business si rivolgono ai soggetti della filiera non imponendo “dall’alto” standard e norme ma lavorando insieme a loro per una crescita comune che consenta di rispondere meglio alle richieste dei consumatori e alle sfide del mercato”.*

Sono i consumatori stessi infatti che chiedono di poter acquistare prodotti sempre più sostenibili, alimentari ma anche per la casa, abiti, accessori, come pure i servizi. Alle aziende le persone chiedono maggior controllo nella produzione ma anche più attenzione nella progettazione degli imballaggi e un'informazione corretta che insegni a utilizzare meglio i prodotti e a non sprecarli. Secondo l'*Osservatorio sulla Corporate Social Responsibility* realizzato da **Mimesi** in occasione del *Salone della CSR e dell'innovazione sociale* e che ha isolato le conversazioni e gli articoli sul web fra giugno e luglio 2013, i settori maggiormente citati dalle persone che parlano di CSR sulla rete sono l'alimentare (12%), il pubblico (11%), il farmaceutico (9%), il bancario e il chimico (7% per entrambi). I consumatori collegano i temi della responsabilità sociale d'impresa alle aziende multinazionali (39%) e multinazionali italiane (42%) e solo per il 18% alle piccole medie imprese.

*“È un dato che non mi stupisce - commenta **Rossella Sobrero** - Al Salone della CSR e dell'innovazione sociale hanno partecipato molte PMI che realizzano pratiche di responsabilità sociale spesso senza farlo sapere o talvolta anche senza rendersene conto. Uno degli obiettivi della nostra manifestazione è anche mettere in rete queste realtà ed aiutarle a comunicare meglio le loro azioni”.*

Al Salone sono state molte anche le presentazioni di start up innovative.

*“Il ruolo dei giovani rimane però ancora critico – conclude **Sobrero** - Mancano spazi di intervento, non sono sufficienti le risorse dedicate al loro inserimento nel mondo del lavoro anche da parte delle imprese responsabili. Anche se crescono nuove imprese (spin off e start up) il mercato non sempre è pronto a intercettare e utilizzare i servizi e le potenzialità offerti da queste nuove realtà”.*



Il successo del *Salone della CSR e dell'innovazione sociale* si deve anche alla collaborazione di partner importanti.

I media partner, che con la loro attività contribuiscono a creare conoscenza e cultura sulla responsabilità d'impresa e sulla Corporate Social Innovation: **ADNKronos - Prometeo, affaritaliani.it, BStudents TV, BuoneNotizie, e-gazette, Green Business, Leiweb, Radio Bocconi, Sarfatti 25, Valori, wisesociety.it, ZeroUno.**

Le imprese che hanno reso possibile l'allestimento: **IKEA, Gruppo Pozzi e Palm.** I mobili forniti da **IKEA** per l'allestimento del *Salone della CSR e dell'innovazione sociale* saranno riutilizzati dall'Opera Cardinal Ferrari Onlus, una delle più antiche istituzioni assistenziali per i poveri e gli emigranti private di Milano.

I partner tecnici: **Lavazza, Sant'Anna Fonti di Vinadio, Hagakure, Mimesi e Stampatre.**

Il Salone della CSR e dell'innovazione sociale è promosso da **Università Bocconi, CSR Manager Network, Unioncamere, Alleanza delle Cooperative Italiane, Fondazione Sodalitas, Koinètica.**

Sono partner istituzionali **Regione Lombardia, CONAI, Consorzio Nazionale Imballaggi, Enel.**

www.csreinnovazionesociale.it



Il Salone della CSR e dell'innovazione sociale



@CSRIS_it

Per ulteriori informazioni
Kosmios

Luisa Cavagnera - luisa.cavagnera@kosmios.it - 3497665890
Valeria Galli - valeria.galli@kosmios.it - 3281289409
Alice Albenga - alice.albenga@kosmios.it - 3395384486