Dal marketing… al Socialing

European Socialing Forum
Dal marketing… al Socialing
Il nuovo modello economico-culturale verrà presentato nel corso dell'European Socialing Forum, in programma il prossimo 15 maggio a Milano
É stata presentata la prima edizione **dell'European Socialing Forum**, evento che il 15 maggio chiamerà a raccolta a Milano, al Palazzo delle Stelline, alcuni dei più autorevoli esponenti del mondo accademico, imprenditoriale e istituzionale, per una giornata di riflessione e confronto sul "**Socialing**", un **nuovo modello di sviluppo** economico e culturale nato per dare una risposta concreta ai cambiamenti in atto nella nostra società. Tra gli ospiti del **Forum** è prevista la presenza di **Vandana Shiva**, nota ambientalista indiana, studiosa di fisica, Presidente dell'International **Forum on Globalization**.
"*L'attuale crisi strutturale che stiamo vivendo è un'occasione importante per sviluppare una riflessione profonda sulle cause culturali e sociali, prima ancora che economiche, dell' involuzione in atto*", spiega il prof. **Andrea Farinet**, coordinatore dell'**European Socialing Forum**.
"*Il Socialing nasce con l'obbiettivo principale di proporre alle organizzazioni ed alle imprese **nuovi approcci etici verso i consumatori e i mercati**, mettendo al centro delle priorità le reali esigenze delle persone, siano consumatori, risparmiatori, imprenditori o manager e ristabilire il primato della dimensione umana e sociale negli scambi tra soggetti economici e tra profit e non-profit. La parola marketing* – continua Andrea Farinet – *è ormai svuotata di significato, inaridita e spenta in uno sterile tentativo di condizionamento dei bisogni e dei consumi. Indica troppo spesso manipolazione, seduzione e simbolizzazione. Se è vero che la concorrenza tra aziende si gioca sempre più sul terreno dell'etica e della morale, diventati oggi più che mai elementi di*

differenziazione dell'Offerta, il community marketing deve prescindere dalle logiche tradizionale di domanda-offerta, abbandonando gradualmente il marketing per abbracciare il Socialing".

La necessità di un nuovo approccio deriva dall'evidenza di un mutamento epocale nell'orientamento comportamentale del cittadino-consumatore, le cui cause scatenanti sono da individuare nella crescente cultura della popolazione, nell'espansione di internet 2.0 e nella crisi economica. Come evidenzia **Remo Lucchi**, Presidente onorario di **Eurisko**: "d*al 2000 al 2012 il livello di istruzione della popolazione italiana è aumentato in modo esponenziale di 20 punti percentuali passando dal 22% al 42%, delineando un trend dal quale è impossibile tornare indietro: si prevede infatti che nei prossimi 10 anni tale livello raddoppierà ulteriormente. Il crescente livello di cultura ha contribuito a cambiare lo stile di vita dei cittadini, spostando il baricentro dell'interesse del consumatore da sé stesso agli altri. L'avvento di internet 2.0 ha inoltre favorito l'orizzontalità e la partecipazione dell'individuo, identificandolo non come massa ma come "soggetto" e fornendo uno stimolo per una vita più partecipativa e meno dipendente dalla materialità. La maggiore cultura, che porta con sé un approccio alla vita più etico e di rispetto verso gli altri, unitamente ad una maggiore capacità critica e a un desiderio di maggiore orizzontalità nei rapporti con l'Offerta – sia pubblica che privata – hanno determinato la nascita di una Domanda più etica e sostenibile (a livello sociale, economico, ambientale e culturale), mettendo così in difficoltà il rapporto tradizionale con l'Offerta, la quale appare invece oggi troppo incentrata su se stessa nel perseguimento di obiettivi di breve periodo, favorendo logiche di sfruttamento anziché di creazione di valore.*

Il primo European Socialing Forum avrà l'obiettivo di definire, attraverso il confronto diretto con i relatori e le best practice di alcune tra le più importanti aziende italiane ed internazionali, le **caratteristiche dell'approccio**

“Socialing”. *“Un’impresa socialing oriented* – spiega Andrea Farinet – *deve saper agire su più livelli: migliorare sistematicamente il rapporto prezzo-qualità della propria offerta, sviluppare la propria responsabilità sociale e ambientale nel territorio in cui opera e contribuire, attraverso l’innovazione intellettuale ed organizzativa, alla crescita del capitale sociale e al miglioramento della qualità della vita della comunità nella quale è inserita.”*
Il Forum del 15 maggio sarà articolato con un dibattito sul nuovo paradigma “socialing”, con i contributi di Remo **Lucchi, Paolo Anselmi, Andrea Farinet, Francesco Bertolini, Dipak Raj Pant, Marco Meneguzzo**, un confronto diretto con alcune delle principali esperienze italiane di responsabilità ed etica sociale, tra cui **Coop Italia, LifeGate, Poste Italiane, SABAF**, una sessione dedicata al ruolo dei new media e dei social network, con la partecipazione di **Facebook Italia**, **Sas Institute, Vodafone**, e un dibattito conclusivo su “Expo 2015 come vetrina del made in Italy” con la partecipazione di **Coldiretti, Expo 2015, Slow Food, SWG e Technogym,** dove verranno presentate le proposte “Socialig” per Expo 2015: la Carta Universale dei Diritti della Terra, il progetto “Dal chilometro Zero al Chilometro Verde” e il progetto “Dieci filiere per salvare il mondo”. A chiusura dei lavori l’intervento speciale di **Vandana Shiva**.
L’ **European Socialing Forum**
15 maggio – Palazzo delle Stelline – 9.00-18.00
Programma dei lavori:

1. **1. Le riflessioni di fondo ed il nuovo paradigma: il socialing**

Remo Lucchi, Presidente Onorario **GFK Eurisko**
Paolo Anselmi, Senior Vice President **GFK Eurisko**
Andrea Farinet, Docente di Marketing Relazionale e Psicologia del Consumo – **Università**
Cattaneo – **LIUC**
Francesco Bertolini, Docente **SDA Bocconi** Presidente **GMI –**

Green Management Institute
Dipak Raj Pant, Docente di Antropologia e Sistemi Economici Comparati – **Università**
Cattaneo – LIUC

1. **2. L'esperienze italiane di responsabilità ed etica sociale**

Alberto Bartoli Amministratore Delegato, **SABAF**
Paola Lanzarini, Corporate Social Responsibility Manager, **Coesia Gruppo Seragnoli**
Maura Latini, Vice-Presidente, **Coop Italia**
Marco Roveda, Presidente e Fondatore, **Lifegate**
Cristina Quaglia Responsabile Advertising, **Poste Italiane**
Marco Meneguzzo, Docente di CSR e Rendicontazione Sociale – **Università Tor Vergata –**
Roma

1. **3. Il ruolo dei new media e dei social network**

Luca Colombo, Country Manager, **Facebook Italia**
Andrea Ferri Head of Social Media, **Vodafone**
Marco Icardi, Amministratore Delegato, **Sas Institute**
Mirko Lalli, Direttore Marketing e Comunicazione, e Pubbliche Relazioni, **Clouditalia**
Communications Spa
Roberta Toniolo, Responsabile Marketing EMEA, **Oracle**

1. **4. L'Expo 2015 a Milano come vetrina del made in Italy**

Sono previsti interventi, alcuni ancora in fase di conferma, anche da parte di :
Sergio Marini, Presidente **Coldiretti**
Diana Bracco, Presidente **Expo 2015**
Angelo Maramai, Direttore generale **FAI**
Roberto Burdese, Presidente **Slow Food**
Roberto Weber, Presidente **SWG**

Nerio Alessandri, Presidente **Technogym**

Chiusura dei lavori a cura di Vandana Shiva