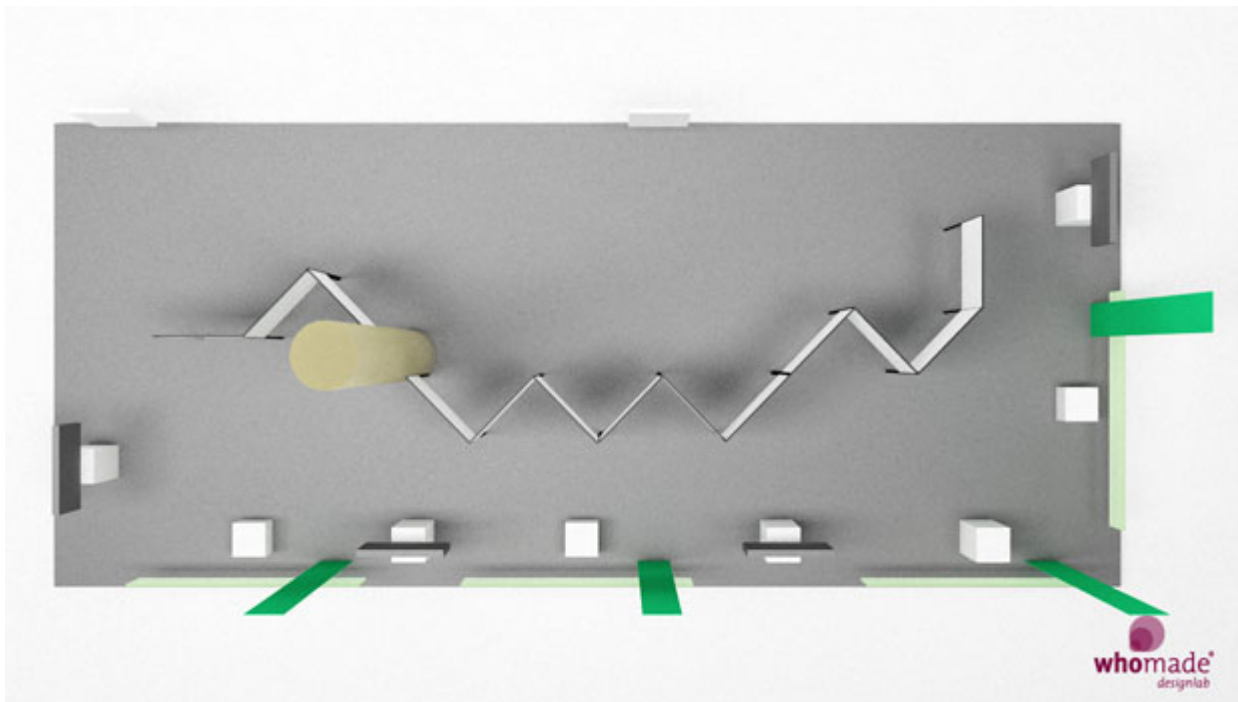


GranDesignEtico



Intervista a Sergio Costa su GranDesignEtico, il premio che concilia bellezza made in Italy, funzionalità, estetica ed etica dei processi produttivi.

Cos'è GranDesign Etico? Come nasce?

E' sempre più sentita la necessità di un indirizzo comune nel quale progettare, lavorare e vivere in armonia con se stessi e con l'intero pianeta. Da un lato è riscontrabile un costante aumento dei consumatori attenti e sensibili che esigono prodotti certificati, dall'altro esistono progettisti ed aziende che operano secondo criteri di eticità preservando l'uomo nel suo ambiente e favorendo lo sviluppo economico. Abbiamo immaginato quindi di creare DesignEtico: un punto d'incontro tra progettisti, produttori e consumatori, offrendo un'opportunità a tutti coloro che sentono il bisogno di operare e di vivere in armonia verso un futuro sostenibile. DesignEtico accomuna professionisti, aziende, associazioni che hanno cominciato un percorso futuribile teso a migliorare la qualità di vita, abbracciando una filosofia di etica consapevolezza. Una pratica che parte dalla consapevolezza che una soluzione di sviluppo vera e sostenibile non e' mai una vittoria isolata, ma e' piuttosto

un sistema di soluzioni nel quale si soddisfano tutte le componenti: quella di chi produce, di chi beneficia del prodotto/servizio e dell'ambiente. DesignEtico intende innescare processi creativi volti a formulare nuove soluzioni nel rispetto dell'uomo in relazione con se stesso, gli altri uomini e la natura stessa.

Cosa vi differenzia da altri premi e riconoscimenti di settore?

GranDesignEtico è un evento contenitore che nel suo percorso iniziato nel 1993 ha organizzato convegni, seminari, tavole rotonde, mostre di design, di fotografia, d'arte, workshop trasversali, incontri e dibattiti con intellettuali, architetti, designer, manager e docenti, sociologi e filosofi per focalizzare vari aspetti della società contemporanea. Inoltre organizza eventi internazionali che hanno visto la partecipazione di personaggi del mondo del design, dell'arte e della cultura. Il premio molto importante ne è una parte significativa ma non è il solo elemento comunicativo della mission. In ogni caso la differenza del premio GrandesignEtico rispetto agli altri premi si racchiude nella parola ETICA con i suoi parametri di selezione.

Alcune aziende e istituzioni da Voi segnalate in passato?

Molte, e tra esse non poche sono italiane, per fortuna l'Italia – troppo spesso ritenuta fanalino di coda – a invece una sua particolare sensibilità, che man mano si sta sempre più sviluppando: da Alessi a Slow Food, da Ballarini a Coltellerie Berti, da Lavazza a Bonomi. Sul sito www.grandesign.it/ si possono apprezzare il nostro percorso, la nostra storia, e le case-history che abbiamo voluto portare all'attenzione del pubblico

Quali sono i vostri futuri obiettivi?

Ampliare la partecipazione agli eventi per sensibilizzare sempre più il mondo in cui operiamo nel prendere in esame anche un'altro significativo aspetto : una produzione che salvaguarda l'ambiente offrirebbe anche maggiori opportunità di business

Che mondo sognate?

Un mondo fatto da individui che con consapevolezza ed etica mettono al primo posto il rispetto della persona. Individui che aspirano alla conoscenza e che attraverso l'attività lavorativa ricercano il meglio per l'essere umano, impegnandosi in prima persona in opere di solidarietà verso le persone meno abbienti e i popoli perseguitati dalla miseria e dalla povertà.

Sostenibilità: la ricetta di Coca Cola

Non quella della famosa bibita ma la ricetta della responsabilità sociale. – 6% i consumi idrici, – 7% le emissioni di CO2 in atmosfera rispetto al 2009, 98% i materiali recuperati e riciclati. Questi i dati più importanti del Rapporto socio – ambientale 2010, disponibile in un'infografica on line.

Saranno i numeri a raccontare quanto realizzato nel corso dell'anno. Attraverso una modalità di fruizione interattiva, i risultati conseguiti nelle attività di responsabilità socio ambientali di Coca-Cola HBC Italia sono stati rappresentati coniugando l'efficacia comunicativa di Internet con l'immediatezza e la piacevolezza estetica dell'infografica.

E così Coca-Cola HBC Italia pubblica la sua Ricetta Socio-Ambientale online. Da oggi, collegandosi al nuovo portale www.lanostraricetta.it o visitando la sezione dedicata alla CSR sul sito, si potrà accedere alla settima edizione del Rapporto Socio-Ambientale 2010, un approfondito resoconto sulle principali attività svolte dall'azienda in ambito di sostenibilità.

“La scelta di pubblicare il nostro Rapporto Socio-Ambientale solo su internet attraverso la creazione di un nuovo sito

dedicato, nasce dall'esigenza di soddisfare in misura sempre più efficace e veloce le legittime aspettative dei consumatori e dei nostri stakeholder" – ha dichiarato Alessandro Magnoni, Direttore Comunicazione e Relazioni Esterne di Coca-Cola HBC Italia – "Con l'utilizzo della rete, infatti, siamo in grado di offrire un'informazione sempre più trasparente, chiara, completa nonché sostenibile, operando un ulteriore atto di responsabilità e di coerenza in linea con il nostro modo di fare impresa".

Visitando il portale, gli utenti potranno accedere alle quattro aree specifiche del Rapporto: *Workplace, dove si esamina la qualità della vita lavorativa dei dipendenti, Environment, con i dati ambientali relativi all'attività industriale, Marketplace, dove si analizza la relazione con i fornitori e i clienti e la situazione aziendale a fronte del mercato e Community, una sintesi delle attività sociali, educative e culturali dell'azienda nel territorio in cui opera.

Inoltre, fino al 18 dicembre 2011, collegandosi al sito www.lanostraricetta.it sarà possibile partecipare al concorso La ricetta non è tutta segreta. I visitatori, rispondendo a cinque domande sul Rapporto Socio-Ambientale 2010, avranno la possibilità di vincere bellissimi premi Coca-Cola: un modo divertente per conoscere meglio l'impegno dell'azienda in trasparenza, servizio e sostenibilità.

L'attività di comunicazione di www.lanostraricetta.it sarà supportata dall'invio di 150.000 cartoline promozionali, destinate agli stakeholder aziendali, che sintetizzano graficamente gli ulteriori risultati dell'azienda in campo ambientale: -6% i consumi idrici, -7% le emissioni di CO2 in atmosfera rispetto al 2009, 98% i materiali recuperati e riciclati.

Risorse umane, la CSR come fattore anti crisi per la ripresa economica

Nonostante le incertezze dei mercati non frenano gli investimenti in responsabilità sociale d'impresa Roma, 22 nov. – (Adnkronos) – Valorizzare i giovani talenti, favorire l'incontro tra domanda e offerta e intervenire sul mercato del lavoro. Sono questi i temi sui quali istituzioni e mondo imprenditoriale devono intervenire per puntare alla ripresa economica. A tracciare il quadro all'Adnkronos è Giordano Fatali, il presidente della Hrc Academy, la prima business Community italiana dei direttori risorse umane, Hr manager e amministratori delegati delle maggiori aziende italiane e multinazionali, in occasione dell'incontro milanese promosso sui Trends del 2012 per: welfare, mercato del lavoro, green, human capital e corporate wellness.

Un'occasione per tirare le somme di questa crisi e proporre chiare e inedite vie d'uscita. Per ribadire in modo nuovo la necessità di un cambiamento oggettivo e culturale di mentalità e delineare l'identikit del lavoro del futuro più prossimo, quello che ci attende proprio dietro l'angolo. Su come e dove indirizzare il mondo del lavoro, per Fatali, "è impossibile fare delle previsioni certe ma bisogna comunque dare degli indirizzi".

Soprattutto in questa fase economica "dove tutto dipende dall'andamento delle borse". Nonostante le incertezze dei mercati non frenano gli investimenti in responsabilità sociale d'impresa: "Le imprese sono sempre più impegnate sulla CSR" commenta Fatali anche perché "l'impatto sociale è fondamentale nell'era 2.0, se negativo è in grado non solo di creare danni all'immagine ma anche di far chiudere delle aziende". E' vero che la crisi ha bloccato e ridotto gli investimenti a 360 gradi ma, per Fatali, "quello della CSR è un settore che non

cede e nonostante il rallentamento è pronto a ripartire". In questa fase "bisogna essere selettivi e le nostre aziende stanno concentrando gli investimenti sugli aspetti che contano, ossia le persone". Per la ripresa "bisogna ripartire dal capitale umano e dai giovani. Uno dei nostri progetti per il 2012 ha proprio l'obiettivo di valorizzare il talento dei giovani italiani. E' vero che le aziende stanno tagliando ma non possono fare a meno dei talenti e dei giovani" (...)

Nasce il primo database dedicato alla CSR

Comunicazione etica e responsabilità sociale d'impresa: i due temi cui è dedicato il sito, gratuito e senza pubblicità, Creatori di Futuro. Ad idearlo il giornalista e consulente di RP Luca Poma, con l'obiettivo di portare un genere così basilare di conoscenze alla portata di tutti. Nasce Creatori di Futuro, il primo database, totalmente dedicato alla responsabilità sociale d'impresa e sulla comunicazione etica, senza alcun costo né formalità. Ad idearlo, Luca Poma, che l'ha presentato durante RES – Responsabilità, Etica e Sostenibilità: esiste un business dal volto umano?, il convegno che si è tenuto il 26 ottobre all'Unione Industriale di Torino. Il sito è ad accesso totalmente gratuito e privo di pubblicità. E inoltre' possibile iscriversi compilando il form e ricevere gli aggiornamenti sui nuovi articoli pubblicati nella propria casella di posta elettronica, ogni 15 giorni, sempre senza alcun onere.

"Ad oggi sono caricati oltre quattrocentocinquanta articoli selezionati – ha commentato Poma – divisi in nove diverse categorie tematiche per una rapida consultazione. Ho deciso di garantire agli utenti la lettura gratuita, senza neanche necessità di registrarsi, dopo che un importante database

italiano sulla CSR ha aumentato da 40 a 900 euro il proprio abbonamento annuale, tagliando quindi fuori intere schiere di studenti e giovani professionisti. Scelta legittima, ma che non condivido, fosse dipeso da me sarei ricorso piuttosto a delle sponsorizzazioni ma avrei mantenuto accessibile l'informazione. Il tema dell'etica nel mondo degli affari è più che mai di attualità: siamo tutti fortemente interconnessi con l'ambiente che ci circonda e le aziende non fanno eccezione, specie con riguardo al potenziale costruttivo e nel contempo distruttivo che hanno, basta pensare al caso BP nel Golfo del Messico, a Thyssen Krupp e ad altri casi di recente attualità. Penso quindi che questo genere di conoscenze debba essere alla portata di tutti".

Salute: Psichiatra condannato, falsificava studi su un antidepressivo per bambini

L'azienda sapeva la verità da almeno 10 anni.

L'uso di Paxil nei bambini è diventato assai controverso dopo che è emerso che la Glaxo Smith Kline (GSK) sapeva da ben 15 anni – tacendolo però fino al 2006 – che lo psicofarmaco può comportare un rischio di suicidio. Il farmaco ora riporta infatti sulla confezione un'avvertenza, un "black-box" per il rischio di suicidio nei bambini.

Uno psichiatra disonesto, che ha falsificato i dati di uno studio della GlaxoSmithKline (GSK) sull'antidepressivo Paxil nei bambini, è stato dichiarato colpevole di accuse penali, provocando proteste dei dirigenti della GSK in quanto la

società sperava di respingere l'apertura di un'altra indagine penale nella quale risulta che siano stati manipolati i dati clinici relativi al suo farmaco per il diabete, Avandia. Lo psichiatra è stato condannato a 13 mesi di prigione. Le due indagini sono giuridicamente separate, ma sono entrambe relative alla manipolazione di dati da parte della GSK. La GSK è stata accusata di rilevare informazioni che mostravano rischi su entrambi i farmaci senza comunque far nulla; e la FDA precedentemente ha fatto cessare l'attività di una delle fabbriche della GSK, dove erano stati prodotti entrambi i farmaci.

Pertanto, l'attesa dichiarazione di colpevolezza della Dott.ssa Maria Carmen Palazzo oggi è un monito per i managers di tutto il mondo che prendere scorciatoie etiche, in quanto fa comprendere come alla fine tutti i nodi vengano al pettine. La Dott.ssa Palazzo è stata incriminata nel 2007 per aver defraudato la società assicurativa Medicare e il programma Medicaid* nella sua clinica di New Orleans, e per aver condotto test clinici fraudolenti. Le denunce sono nate a seguito di un'accusa dell'FDA per aver arruolato 26 bambini in studi con lo psicofarmaco Paxil per disturbo ossessivo-compulsivo e disturbo depressivo maggiore. La dottoressa ha incluso nei test bambini che non avevano avuto alcuna diagnosi in fase di studio. GSK le riconosceva più di \$ 5.000 per ciascun bambino iscritto agli studi clinici.

Al processo, la Palazzo è stata condannata per 39 capi d'imputazione – il più grave dei quali è truffa sanitaria – a 87 mesi di reclusione e a 655.000 mila dollari di multa. Le accuse di truffa relative ai test clinici erano state rigettate, ma i pubblici ministeri si sono appellati e hanno ottenuto quest'anno la reintegrazione di quelle imputazioni, e questa sembra infatti essere la ragione per la quale la Palazzo si trova nuovamente in tribunale per l'appello.

* Medicare: assicurazione sanitaria degli Stati Uniti a favore delle persone al di sopra dei 65 anni

* Medicaid: programma di salute degli Stati Uniti per le famiglie con basso reddito