

ETICA, FILANTROPIA e E.DI C.

per la
COMPETITIVITÀ nel III MILLENNIO

Indice

Premessa	pag.	I
 I Etica in azienda			
Introduzione	pag.	2
1 Etica in Economia	pag.	4
2 Il Libro verde	pag.	10
3 Corporate Social Responsibility	pag.	14
3.1 Da Adam Smith ad Amartya Sen	pag.	14
3.2 Dalla Crisi dello Stato Sociale alla Responsabilità Sociale d'Impresa	pag.	23
3.3 Il ruolo degli stakeholders	pag.	32
3.4 Il codice etico	pag.	38
4 Gli indicatori RSI	pag.	40
5 Il ruolo della comunicazione	pag.	47
5.1 Il bilancio sociale	pag.	50
5.2 Il Report Ambientale	pag.	57
5.3 Le certificazioni socio-ambientali	pag.	63
6 RSI in Toscana	pag.	87

II Filantropia e mondo economico

	Introduzione	pag.	93
1	Altruismo nell'agire filantropico	pag.	94
2	Stato sociale e volontariato	pag.	104
2.1	Dalle origini al Welfare State	pag.	104
2.2	Decadenza del Welfare State e richiesta di Social Commitment	pag.	109
3	Filosofia del dono	pag.	114
3.1	Il dono: oggi	pag.	124
3.2	il dono unilaterale	pag.	128
3.2.1	vantaggi e rischi di un dono unilaterale	pag.	130
3.3	Il Volontariato d'Impresa	pag.	132
4	Sviluppo responsabile	pag.	136
4.1	Gli strumenti: corporate giving	pag.	138
4.1.1	Corporate philanthropy o strategic corporate philanthropy	pag.	139
4.1.2	Sponsorship o sponsorizzazioni sociali	pag.	139
4.1.3	Licensing o concessione del logo	pag.	140
4.1.4	Joint promotion o joint fund raising	pag.	140
4.1.5	Concorsi a premio e raccolte punti	pag.	141
4.1.6	volontariato d'impresa	pag.	141
4.1.7	Payroll giving	pag.	141
4.1.8	No gadget promotion	pag.	142
4.1.9	Cause related marketing	pag.	142
4.2	Gli attori	pag.	153
4.2.1	Il ruolo della cultura	pag.	153
4.2.2	Tra profit e no profit: la venture philanthropy	pag.	164

III Economia di Comunità: una realtà bella come il sogno

	Introduzione	pag.	176
1	L'economia di Comunità	pag.	177
1.1	Definizione	pag.	177
1.2	L'idea	pag.	181
1.3	il progetto	pag.	184
1.4	L'attuazione: il distretto produttivo edc.	pag.	189
2	Economia di Comunità: un contributo alla formazione.	pag.	195
2.1	Un'economia dal volto umano	pag.	201
2.1.1	La teoria dei giochi	pag.	202
2.1.2	La we-rationality	pag.	204
3	Governance allargata, centralità degli stakeholder e condotte eco-responsabili: Guidelines EdC.	pag.	211
3.1	Imprenditori, lavoratori, impresa.	pag.	213
3.2	Rapporto con i pubblici.	pag.	213
3.3	Etica			214
3.4	Cura dei membri dell'azienda.	pag.	214
3.5	Rispetto dell'ambiente.	pag.	215
3.6	Formazione e istruzione.	pag.	216
3.7	Comunicazione.	pag.	216
3.8	Governance allargata	pag.	216
3.9	Centralità degli stakeholders	pag.	218
4	La destinazione degli utili: la logica dei tre terzi	pag.	222
5	Un sogno tutto Toscano: il Polo Lionello Bonfanti.	pag.	226

IV Fisco e incentivi statali: Stimoli per la responsabilità sociale e l'eco-sostenibilità

a)	Iniziative a favore di privati	pag. 231
b)	Iniziative a favore delle imprese for profit	pag. 233
c)	Iniziative a favore delle imprese no profit	pag. 236

V I miei casi di studio

1	Design Fashion Party	pag. 243
2	F.I.R.M.O. – Fondazione Italiana Ricerca Malattie	pag. 254
	Ossee – Fondazione Raffaella Becagli Onlus		
3	Giovanni Bertagna e il Philocafè	pag. 267

VI APPENDICE

INTERVISTE CASO DI STUDIO DESIGN

FASHION PARTY

Assessore alla Moda di Firenze – On. Cianfanelli	pag.	2
Giornalista e Stilista – Vassilki Tziveli	pag.	6
Imprenditrice e Stilista – Thes Tziveli	pag.	10
Ideatore – Andrea Da Roit	pag.	13
Ideatore e parrucchiere – Vito del Re	pag.	16

INTERVISTE CASO DI STUDIO FIRMO

Presidente – M.Luisa Brandi	pag.	18
Vice presidente e filantropo – Mario Becagli	pag.	22
Responsabile della Comunicazione – Gabriele Poli	pag.	23
Produttore di Orchidee – Gerrit Karremans	pag.	26

VII BIBLIOGRAFIA