

# La gestione responsabile della catena di fornitura per ridurre i rischi e cogliere le opportunità



UN'INTESA STORICA PER LO SVILUPPO E LA CRESCITA DELLA  
**RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLE IMPRESE**

**RESPONSABILI INSIEME**

CREARE **VALORE** PER L'IMPRESA:  
STRATEGIA E COMPETITIVITÀ PER UNO  
SVILUPPO RESPONSABILE



Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



Promotori





# MARIO GUADALUPI

## BUON POMERIGGIO

### La RSI e' una moda?

Il rapporto fra etica ed economia è rimasto invariato da **ARISTOTELE**, per il quale l'economia si collegava naturalmente allo studio dell'etica, ad **ADAM SMITH** che riteneva indispensabile, per sprigionare le virtù del mercato, un "codice di moralità mercantile" basato sulla onestà, sulla fiducia e sulla empatia.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



Promotori





## L'articolo 41 della Costituzione Italiana

ravvisa uno specifico limite alla **libertà d'iniziativa economica privata**, che **“non può svilupparsi in contrasto con l'utilità sociale o in modo da recare danno alla sicurezza, alla libertà, alla dignità umana”**, specificando inoltre che **“... la legge determina i programmi e i controlli opportuni perché l'attività economica pubblica e privata possa essere indirizzata e coordinata a fini sociali”**. La Costituzione, dunque, individua in effetti un concetto di **“responsabilità allargata”** dal quale far discendere una forma di **progresso economico che non sia contrapposta alla crescita umana e sociale delle persone**, della **“collettività”** e del territorio e che con forza asseconi una **collaborazione sinergica** al fine di congiungere concretamente **“valori sociali”** e valore della competitività d'impresa. Una logica di sviluppo economico che prevede un attento e sistematico coinvolgimento di tutti i soggetti **“portatori di bisogni e d'interessi”** che appunto rappresentano la **“collettività”**. (dall'introduzione di Maurizio Sacconi nel libro “Il territorio oltre il confine”)

### Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

### Partner



### Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



### Promotori





Ovunque nel Mondo si afferma la convinzione per cui **una regolata economia di mercato** si deve **integrare** con la migliore attenzione ai criteri della **coesione sociale**.

Si affermano diffusamente i criteri della **economia sociale di mercato**, quale sola prospettiva che consente di far coesistere, all'interno del medesimo sistema, efficienza e giustizia sociale.

Per questa ragione i Ministri del Welfare dei quattordici Paesi industrializzati e delle economie emergenti, riuniti a Roma dalla Presidenza italiana della sessione G8 nel primo Social Summit dopo la tempesta finanziaria, hanno all'unisono affermato: **People first!**.  
(dal Discorso di Presentazione del Libro Bianco del Ministro Maurizio Sacconi)

## Formatore



## Partner



## Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



## Promotori



**L'equilibrio degli interessi e lo "scambio" virtuoso tra i soggetti del dialogo costituiscono strumento imprescindibile per la realizzazione del bene comune perché mobilitano tutte le energie vitali della Nazione. Solo in un quadro di stabilità della finanza pubblica e di ripresa di produzione della ricchezza sarà peraltro possibile realizzare gli obiettivi qui descritti per una vita buona nella società attiva.**  
(Conclusioni di "La vita buona nella società attiva" Libro Bianco sul futuro del modello sociale. Ministero del Lavoro, della Salute e delle Politiche Sociali)

**N.B.** *La via della Stakeholder Vision, consistente nel gestire l'azienda avendo presenti, fin dall'inizio, gli interessi di tutti gli attori - stakeholder che sono interessati, direttamente o indirettamente, dall'attività e dai risultati dell'azienda stessa, ponendo attenzione al "bene comune", in una logica di benefici reciproci e progresso di sistema*

## Formatore



## Partner



## Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



## Promotori





UN'INTESA STORICA PER LO SVILUPPO E LA CRESCITA DELLA  
**RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLE IMPRESE**

La RSI: strumento di crescita e competitività, opportunità e vantaggi

# La **RESPONSABILITA' SOCIALE:** **strumento di crescita e** **competitività,** **opportunità e vantaggi**

Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Metakom copyright 2004

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



Promotori





L'Italia presenta, diversamente da altre realtà del mondo industrializzato, una prevalenza di micro e medie realtà economiche. E' allora necessario, consentire e premiare iniziative che tangibilmente agevolino l'assunzione di comportamenti "virtuosi e valoriali" da parte delle medie e piccole imprese.

E' necessario facilitare e promuovere, nel fare business, l'applicazione di principi di "qualità totale" poiché la qualità totale non può essere, in alcun modo, disgiunta da comportamenti concreti e quotidiani di "responsabilità" verso i "portatori di interesse".

Ed è qui che ben si può comprendere come la CSR sia innanzi tutto sinonimo e sintomo di competitività, poiché chi la attua opera in modo costruttivo e radicato in direzione di una crescita duratura e sostenibile, come emerge anche dalle istanze del Libro Verde della Commissione Europea.

## Formatore



## Partner



## Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



## Promotori



**L'Europa propone l'idea forte di un fare ed un produrre responsabile e consapevole che generi un progresso socio-economico "durevole".**

**In questi ultimi anni ai consueti rischi di impresa se n'è aggiunto uno che fino a pochi anni or sono non era neppure considerato: il rischio di "reputazione" quindi anche di credibilità. Tale rischio si presenta oggi come la conseguenza di una necessità espressa dai cittadini, dagli stessi lavoratori e addetti e dal consumatore che è quella di saper dialogare in un contesto di economia consapevole e matura che sappia creare non solo ricchezza e benessere, ma in primis produrre e amministrare qualità e valore.**

**Henry Ford affermava:**

**"Affari che producono solo soldi sono affari poveri".**

**E Adriano Olivetti:**

**"L'utile è un vincolo non un fine dell'azienda".**

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



Promotori







Si affaccia in occidente e prevalentemente nella “agorà” europea la necessità di mettere mano ad un progetto di “azienda del futuro”, in cui possa avvenire concretamente un’integrazione del bilancio sociale e di quello finanziario, perché la legittimazione e l’identità di operatore economico è sempre di tipo “sociale”.

Un’impresa che pratici la “qualità totale” costruisce il proprio modo di essere attraverso un atteggiamento ed un comportamento “socialmente sostenibile e responsabile”.

La qualità è atto strategico per la sopravvivenza dell’impresa nel tempo, perché da essa scaturiranno la soddisfazione e la fiducia dei clienti, dei dipendenti e dei fornitori, la relazione con la comunità locale in cui opera ed è insediata.

Questo insieme di fattori “intangibili” condizionano sempre più il mercato e generano quotidianamente ricchezza per l’azienda.

## Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

## Partner



## Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



## Promotori



L'impresa sta iniziando ad essere consapevole che dall'attuazione di veritieri comportamenti di responsabilità sociale non riceve solo vantaggi nel lungo periodo o, in termini tattici, di reputazione, ma anche convenienze economiche immediate, pratiche e autenticamente concrete.

Comunque, di là dai valori, dalle tensioni e dai comportamenti morali:  
**“l'atteggiamento etico è quello che assumerebbe una mente calcolatrice dopo aver fatto bene i propri conti” (Zygmunt Baumann).**

## Formatore



## Partner



## Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



## Promotori





La Responsabilità Sociale dell'Impresa, sarà sempre un tema di rilevanza strategica perché le performance sociali rappresentano un modo per accrescere la ricchezza economica di un'impresa, del suo Paese e soprattutto di consentire a nuove imprese consapevoli di nascere e crescere nel territorio.

Dobbiamo tutti riconoscere come fondamentale ciò che simpaticamente sosteneva Charles F. Kettering:

**“Tutti dovremmo preoccuparci del futuro, perché là dobbiamo passare il resto della vita”.**

#### Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

#### Partner



#### Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



#### Promotori







.... migliaia, milioni di individui lavorano, producono e risparmiano nonostante tutto quello che noi possiamo inventare per molestarli, incepparli, scoraggiarli. E' la vocazione naturale che li spinge; non soltanto la sete di denaro. Il gusto, l'orgoglio di vedere la propria azienda prosperare, acquistare credito, ispirare fiducia a clientele sempre più vaste, ampliare gli impianti, abbellire le sedi, costituiscono una molla di progresso altrettanto potente che il guadagno. Se così non fosse, non si spiegherebbe come ci sono imprenditori che nella propria azienda prodigano tutte le loro energie e investono tutti i loro capitali per ritrarre spesso utili di gran lunga più modesti di quelli che potrebbero sicuramente e comodamente ottenere con altri impieghi. (Luigi Einaudi)

## Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

## Partner



## Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



## Promotori





**La gestione responsabile della catena di fornitura  
per ridurre i rischi e cogliere le opportunità**

***Giova ricordare e ripetere***

**Dieci negri un giorno camminavano nel  
deserto in fila indiana quando il primo  
della fila improvvisamente inciampa in**

Formatore



Partner



Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



Promotori





UN'INTESA STORICA PER LO SVILUPPO E LA CRESCITA DELLA  
RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLE IMPRESE

La RSI: strumento di crescita e competitività, opportunità e vantaggi

**NOTA BENE**

# IL SACRIFICIO E LA FATICA SI DIVIDONO mentre IL DOLORE SI MOLTIPLICA

Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Metakom copyright 2004

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



Promotori







UN'INTESA STORICA PER LO SVILUPPO E LA CRESCITA DELLA  
RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLE IMPRESE

La RSI: strumento di crescita e competitività, opportunità e vantaggi

**TEOREMA**

**DOLORE SOFFERENZA  
ANGOSCIA DISPERAZIONE  
O  
FELICITA' IMPEGNO  
SERENITA' COLLABORAZIONE  
CIURMA FELICE LA NAVE VA?**

Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Metakom copyright 2004

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



Promotori





Le pmi italiane devono affrontare uno scenario che vede modificarsi profondamente le condizioni su cui per decenni il nostro sistema economico e politico-sociale si era affermato e non tutte le aziende purtroppo hanno un futuro.

I fattori sono noti: aggressività dei nuovi competitori europei e del far east sui prodotti commodity, superamento di modelli di business labour intensive e necessità di innovare tecnologie e prodotti, necessità di sviluppare costantemente la cultura organizzativa e manageriale, necessità di fare economie di scala, i vincoli derivanti da Basilea 2 per il sistema finanziario che partiranno il 1/1/07 ecc.

## Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

## Partner



## Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



## Promotori



Secondo l'analisi di M.Porter, nel contesto competitivo esistente le imprese devono tener conto delle forze che vi influiscono direttamente (clienti, fornitori, nuovi prodotti e nuovi concorrenti) e indirettamente (legislazione e..) e devono definire strategie distintive (di nicchia o di volumi) per competere e difendere i margini. Sono le 'Strategie Oceano Rosso', dove si combatte ogni giorno in un mercato dato. Qualcuno vince e qualcuno perde.

Questo approccio resta assai importante e le pmi sono maestre nel cercare posizionamenti di nicchia a livello mondiale, combattendo i concorrenti omogenei con strategie "di guerriglia". Alcune sono riuscite a sviluppare anche strategie competitive più durature, basate su alleanze internazionali.

Tuttavia questo approccio strategico (competere sui mercati e con le regole conosciute) si scontra con alcuni fattori di cui tenere conto: i vincoli dell'euro e poi l'arrivo dei nuovi aggressivi player del fareast, che copiano ma anche imparano alla svelta e ormai hanno fatto perdere al sistema Europa molti punti di vantaggio che non sarà facile recuperare.

## Formatore



## Partner



## Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



## Promotori





Un **SISTEMA/IMPRESA** interagisce (attenzione a questa parola) con il mercato che non è altro che la transliterazione del concetto di territorio.

**“L’arte della guerra”** Macchiavelli –  
*7 volumi saccheggiati da consulenti di tutto il mondo*  
*Firenze, 3 maggio 1469 – Firenze, 21 giugno 1527*

**Stessa epoca**

**“Il giardino Zen di Ryoanji”** a Kyoto  
*Giardino di pietre e sassi di un maestro Zen*

**Superare la guerra, la lotta, il dolore con la forza delle idee, con la creatività, con la cultura.**

Formatore



Partner



Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



Promotori





# VINCERE SENZA COMPETERE

W. Chan Kim (consulente UE docente INSEAD business school) e Reneée Mauborgne (Ricercatore INSEAD professore di strategia e management), attraverso uno studio condotto in oltre trenta settori, hanno elaborato un modello sistematico, replicabile da qualsiasi impresa, per raggiungere alti livelli di crescita.

Dal "Modello T" della Ford allo "iPod" di Apple, essi hanno identificato i principi e gli strumenti per neutralizzare la concorrenza e creare uno spazio di mercato incontestato, dalle possibilità illimitate come quelle di un oceano blu.

Strategia Oceano Blu porta un messaggio carico di ispirazione: **il successo non dipende dalla concorrenza spietata né da costosi budget di marketing**, ma da mosse strategiche brillanti, adatte a un uso sistematico da parte di tutte le imprese.

Sono strategie basate sull'innovazione del valore offerto ai mercati (vecchi e nuovi) e mirano a superare i confini dell'attuale contesto competitivo: **invece di competere nelle attuali condizioni (sempre più difficili), cercare di aggirare la concorrenza.**

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



Promotori





Intercettare una nuova domanda (oggi latente o insoddisfatta) permette di spezzare il trade off tra costo e valore. In definitiva le strategie Oceano Blu possono permettere di “allineare l'intero sistema delle attività dell'azienda con il doppio obiettivo della differenziazione (qualità) e del contenimento dei costi” (K&M).

Molti ed interessanti i casi citati di Oceani Blu e aziende di successo, grandi e piccole, indipendentemente dalla tecnologia utilizzata e dalle risorse di partenza:

**BlackBerry, Bloomberg, Dell, eBay, Starbucks, Cirque du Soleil (intrattenimento), NetJets (l'aero come l'auto in affitto), Curves (la palestra per donne), FedEx, CNN, The Body Shop e molti molti altri casi**

## Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

## Partner



## Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



## Promotori







**Dopo l'hardware, il software ora il  
termine è:  
Brainware  
“Sistema pensante”  
ottiene infatti alla RSI la capacità di  
pensare e “ripensarsi”.**

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



Promotori





UN'INTESA STORICA PER LO SVILUPPO E LA CRESCITA DELLA  
**RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLE IMPRESE**

La RSI: strumento di crescita e competitività, opportunità e vantaggi

# La **RESPONSABILITA' SOCIALE:** **strumento di crescita di successo** **di lotta alla paura di benessere** **di redditività generata dalla** **reputazione**

Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Metakom copyright 2004

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



Promotori





E' recente la notizia che la CONSOB ha iniziato ad applicare:

## SANZIONI REPUTAZIONALI

Riccardo Sabbatini del Sole24ore scrive: “La novità sta, piuttosto, nella scelta di indicare i nomi degli istituti oggetto dell'iniziativa. In precedenza la Consob aveva preferito invece mantenere coperta l'identità delle società oggetto delle sue reprimende (peraltro successivamente "scoperte" dalla stampa) per evitare una sorta di sanzione reputazionale. Il tema è delicato. .... Con la sua iniziativa l'autorità di vigilanza sottolinea il fatto che i clienti rappresentano comunque il "soggetto debole" del contratto e che il principio della Mifid (a servirli al meglio) è «prioritario».

Per superare la grave crisi attuale, l'alleanza fra marketing e RSI risulta una **LEVA FONDAMENTALE** per instaurare una nuova relazione cooperativa e non competitiva tra clienti azienda e fornitori

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



Promotori







Dalle *condizioni di lavoro* al rispetto dei *diritti umani*, dall'*impatto ambientale* dei processi, dei prodotti e dei servizi ai rapporti con la collettività, sono numerosi gli ambiti attorno ai quali ruota la *Responsabilità Sociale* delle Imprese e delle Istituzioni. Sono queste aree “sensibili” per la vita aziendale e sociale, che assumono una rilevanza sempre crescente nella valutazione e nei comportamenti dei soggetti economici e sociali.

Come conferma l'analisi elaborata dal CENSIS per Italia Lavoro: “L'idea che il profitto non possa essere disgiunto da “risultati sociali” - si legge nello studio - e che, anzi, debba essere perseguito garantendo al contempo la sostenibilità della dimensione economica, ambientale e sociale, ha portato al progressivo affermarsi di una nuova logica manageriale e istituzionale che guarda all'Impresa come un soggetto in grado di accrescere, con la propria attività, il livello di benessere sociale della Collettività”.

Di fatto la Società e **SOPRATTUTTO LE SUE FORZE ECONOMICHE**, nel loro stesso interesse, debbono svolgere un ruolo sempre più importante **nella creazione e nello sviluppo del Patrimonio del Paese** nella sua accezione più ampia e più rilevante, nell'ambito dell'interesse globale.

**Soprattutto se non vogliamo “impoverirci”, a livello di paese sottosviluppato!**

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



Promotori



La formula "Win-win". "Win-win" significa avere in mente il bene reciproco e basarsi sul mutuo rispetto. Si tratta di negoziare in maniera equa, essere aperti di mente e ragionevoli con tutte le parti. Si tratta di compromessi e di desiderio sincero di trovare un accordo a metà strada. "Win-win non significa sfruttare quando c'è stata una intesa sulla fiducia e sull'onore. Si tratta di pensare in termini di abbondanza. C'è sempre una torta in espansione, una cornucopia di opportunità, ricchezza, e risorse; non scarsità e competizione spietata.

La matrice: Lose perdere – win vincere – draw tiraggio (pareggio-uguaglianza)

Win-Win: working together

		<u>X</u>		
		Lose	Draw	Win
<u>Y</u>	Win	Lose,Win	Draw,Win	Win,Win
	Draw	Lose,Draw	Draw,Draw	Win,Draw
	Lose	Lose,Lose	Draw,Lose	Win,Lose

		<u>X</u>		
		Lose	Draw	Win
<u>Y</u>	Win	Lose,Win	Draw,Win	Win,Win Synergy
	Draw	Lose,Draw	Draw,Draw Neutrality	Win,Draw
	Lose	Lose,Lose Adversity	Draw,Lose	Win,Lose

**Formatore**



infoline 0415042642 - www.metakom.net

**Partner**



**Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI**



**Promotori**






**“Ciò che oggi chiamiamo responsabilità sociale delle imprese dovrebbe essere la norma per ogni azienda, grande e piccola. Quelle che possono sopravvivere e prosperare solo grazie alla violazione della legge non dovrebbero neppure stare sul mercato. Non solo mettono in pericolo e danneggiano la propria forza lavoro, ma trascinano in basso i loro concorrenti, a livello locale, nazionale e globale”. Adriano Olivetti, allorché affermava il valore economico dell’integrità morale, sosteneva che:**

***"una società che non crede nei valori morali non crede nemmeno nel proprio avvenire e non potrà mai avviarsi verso una meta comune e affogherà in una vita limitata, meschina e corrotta".***

## Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

## Partner



## Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



## Promotori







Abbiamo parlato sino a qui di strategia e di filosofia della responsabilità sociale dell'impresa.

L'imprenditore che non ha nel suo cuore una visione strategica ed etica del suo lavoro non è un imprenditore ma uno speculatore.

Purtroppo ne abbiamo visti molti, da quelli finanziari a quelli che inquinano e truffano ma tutti questi come abbiamo potuto constatare sono destinati prima o poi a pagare il danni che fanno.

Sopravvivono tra mille difficoltà solo gli imprenditori che credono nella loro impresa e nel loro lavoro ed anche per questo fondamentale motivo oggi sono qui con noi.

Ora il dr **Marco Caputo** di **REvalue** azienda nostra partner nella RSI da molti anni entrerà nel dettaglio pratico di cosa significa attuare una politica operativa di responsabilità sociale dell'impresa nella catena di fornitura.

#### Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

#### Partner



#### Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



#### Promotori





# UN'INTESA STORICA PER LO SVILUPPO E LA CRESCITA DELLA RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLE IMPRESE

La RSI: strumento di crescita e competitività, opportunità e vantaggi

# GRAZIE

Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Metakom copyright 2004

Formatore



Partner



Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



Promotori



## Referente tecnico: MTK – METAKOM (www.metakom.net)

Metakom sistema esperto nella comunicazione istituzionale e finanziaria, progetta e realizza soluzioni innovative attraverso strumenti culturali evoluti, sia in aree tradizionali sia in territori inediti. Presidiare il territorio (utenza e clientela) incrementandone la qualità dell'interazione, il valore della relazione: lì dove è noto che la strategia è "un programma dove si prevede la scansione temporale ed organizzativa delle azioni" e che conduce a dei risultati se è attuato come processo sistematico e non con il "navigare a vista"

### Alcuni Clienti comunicazione istituzionale e finanziaria:

- Ministero delle Finanze – Agenzia delle Entrate *Guida Fiscale Casa – tutte le agevolazioni sulla fiscalità della casa 2004* (diffusione 110.000 copie) e *Progetto Euromondo - Cd rom interattivo* (diffusione scuole italiane) 2002
- Ministero dei Beni Culturali - *La nuova legge sul mecenatismo- prefazione di Giuliano Urbani 2004* (diffusione 30.000 copie) e *Guida alle agevolazioni fiscali per che investe in arte S. De Dea e A.M. Buzzi 2003*
- Dirigenza Banca d'Italia - *Il confronto competitivo nelle banche locali - A cura di Claudio Clemente* - (diffusione 3.000 copie) 2003
- Prefettura di Milano *Progetto Euromondo - (progetto formativo interno) 2002*
- Comune di Padova - *Campagna per la Nuova patente a punti* (diffusione 200.000 copie) 2004
- Comune di Venezia e Banca d'Italia - *I giovani e l'euro -2003*
- Mariana Militare Italiana *Progetto Scilla e Cariddi - Traversata in gondola dello stretto di Messina 2003*
- Unicef - *Progetto Overland 1999*

**Alcuni Clienti Banche e Assicurazioni:** Unicredit Banca - Banca Generali - Assicurazioni Generali - Monte dei Paschi di Siena - Gruppo Antonveneta - Bancamarche - Mps Merchant Bank - AXA Assistance - Banca Cassa di Risparmio di Savigliano - Banca Valsabbina – Banca di Credito Cooperativo di Roma – Federazione BCC Veneto - Banca Popolare di Marostica - Catalogo Abiservizi -

*Clienti GDO: Autogrill SpA - Conad SpA - Carrefour Spa - Kimberly Clark (Scottex)- Gruppo De Longhi - Gruppo Selex - Gruppo A&O - Supermercati GS SpA - Supermercati Unicomm SpA (Famila) – Le Case History sono riportate nel sito www.metakom.net*

- Metakom sostiene l'attività della Fondazione B.I.R.D. per lo studio e la ricerca genetica delle Malattie Rare.
- Metakom è Socio Fondatore di donazione del Progetto Microfinanza Campesina in Ecuador – Codesarollo – che ha ricevuto i seguenti riconoscimenti: 1) premio "Sodalitas" 2002 - settore finanziario 2) premio "Takunda" del Cesvi – settore finanziario 3) premio "World Business Awards 2003" – Programma di Sviluppo delle Nazioni Unite (UNPD) e dell' International Chamber of Commerce (ICC) (unica iniziativa italiana)
- Metakom è socio fondatore di ISIONLUS imprenditori solidali italiani – progetto di asset building per la creazione di ricchezza nel terzo mondo attraverso la realizzazione delle imprese scuola e della micro impresa. Metakom, inoltre, sostiene la Fondazione Baschiroto per lo studio delle Malattie Rare.

Metakom ha ideato progettato e realizzato il "Premio Nazionale per la Responsabilità Sociale dell'Impresa" 2005 – Città di Rovigo – Le informazioni dettagliate si trovano al sito [www.premirovigocsr.it](http://www.premirovigocsr.it)

### Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

### Partner



### Collaborazione: GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI



### Promotori

