

## MARK KRAMER PRESENTA IL PURPOSE PLAYBOOK – EDIZIONE ITALIANA AL SALONE DELLA CSR E DELL'INNOVAZIONE SOCIALE

PUBBLICATA L'EDIZIONE ITALIANA. IL TEORIZZATORE, CON MICHAEL PORTER, DEL SHARED VALUE INTERVIENE IN CHIUSURA DELL'OTTAVA EDIZIONE DEL SALONE, IN STREAMING DALL'UNIVERSITÀ BOCCONI

Milano, 30 settembre 2020 – Presentata oggi al **Salone della CSR e dell'innovazione sociale** l'edizione italiana del **Purpose Playbook** realizzato da Fsg e Shared Value Initiative. A introdurla è Mark Kramer (che insieme a Michael Porter ha teorizzato il concetto di *shared value*), con un videomessaggio che illustra i vantaggi competitivi per le imprese *purpose-driven*.

*“Avere il sense of purpose e creare shared value pensando all'impatto sociale e ambientale del business consente alle imprese di differenziarsi, creando così un vero vantaggio competitivo”* **afferma Mark Kramer nel suo intervento**

**Tre sono i livelli dello shared value illustrati da Kramer:**

1. **pensare a prodotti differenti per mercati differenti:** è necessario identificare le fasce di consumatori a cui l'azienda, con i suoi prodotti, non sta ancora rispondendo per quelli che sono i loro bisogni specifici. Progettare i prodotti appositamente per tali consumatori è una scelta che genera un alto livello di profittabilità, molto più che continuare a competere con i soliti prodotti su un terreno indifferenziato;
2. **aumentare la produttività della catena del valore** intervenendo concretamente per risolvere i problemi sociali e ambientali lungo tutta la filiera: migliorare, ad esempio, le condizioni di vita e di lavoro dei produttori di materia prima, le condizioni ambientali dei luoghi di produzione e così via;
3. **intervenire concretamente per migliorare le condizioni sociali e ambientali delle comunità in cui l'azienda opera**, per rendere migliori le condizioni di vita dei dipendenti, dei clienti, dei cittadini: sono azioni concrete che danno alle imprese l'opportunità di essere davvero più competitive e di ridurre i costi che le imprese stesse devono sostenere quando le comunità si trovano in condizione di povertà, mancanza di formazione, uso eccessivo delle risorse, dall'acqua all'energia.

*“Mark Kramer ci ricorda che per aiutare tutte le imprese ad impegnarsi nello shared value e a trovare il loro sense of purpose è molto importante il confronto fra esperienze e best practice – afferma **Rossella Sobrero, del Gruppo Promotore del Salone della CSR e dell'edizione sociale** – Questo è da sempre uno degli obiettivi del Salone, che oggi chiude la sua ottava edizione con una grande partecipazione di organizzazioni e di visitatori virtuali, che in diverse migliaia hanno seguito gli eventi in streaming. Una delle novità di quest'anno è la possibilità di rivedere tutti gli eventi e gli interventi della due giorni in Bocconi attraverso il sito del Salone. Un'opportunità ulteriore di conoscenza, condivisione e contaminazione fra soggetti diversi”.*

L'intervento completo di Mark Kramer è disponibile al seguente link:

[https://www.dropbox.com/s/v46za8yu862hyux/\\_%20Purpose%20and%20Social%20Generativity%20Event%20Mark%20Kramer%20Intro.mp4?dl=0](https://www.dropbox.com/s/v46za8yu862hyux/_%20Purpose%20and%20Social%20Generativity%20Event%20Mark%20Kramer%20Intro.mp4?dl=0)

Il Salone della CSR e dell'innovazione sociale è promosso da **Università Bocconi, CSR Manager Network, Fondazione Global Compact Network Italia, ASVIS – Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile, Fondazione Sodalitas, Unioncamere, Koinetica.**

**#CSRIS20**



@CSRIS\_it



Il Salone della CSR e  
dell'innovazione sociale



Il Salone della CSR e  
dell'innovazione sociale



salone\_csr\_is

[www.csreinnoventionsociale.it](http://www.csreinnoventionsociale.it)

Per ulteriori informazioni

**Kosmos**

Luisa Cavagnera - luisa.cavagnera@kosmos.it - 3497665890

Alice Albenga - alice.albenga@kosmos.it - 3395384486

Laura Palillo - laura.palillo@kosmos.it - 339 6229177