



**7° CONCORSO**  
**«Lo Sviluppo locale che vorrei. Equo e sostenibile nell'era digitale »**



# **IL SISTEMA DELLE RELAZIONI IN CUI VIVE L'IMPRESA**

Con particolare riferimento al quelle interne e a quelle con il luogo in cui l'impresa realizza la sua attività.

**17 gennaio 2018**

Pietro Traverso  
GSO Company  
Human Capital. And More

# UNA PREMESSA DI CONTESTO NON RINUNCIABILE

L' impresa che contribuisce ad uno sviluppo locale equo e sostenibile  
è un'impresa - soprattutto nell'era digitale - informata e permeata dall'etica del lavoro

## **ETICA DEL LAVORO E RELAZIONI COSTITUTIVE**

**Il modello ideale di lavoro e di impresa deve soddisfare una triplice relazione positiva:**

- **con il proprio mondo**
- **con il mondo degli oggetti e/o servizi prodotti**
- **con il mondo degli altri soggetti**

**Da queste relazioni - alte e comprensive - discende l'articolato sistema delle relazioni aziendali.**

**LE RELAZIONI D'IMPRESA SONO L'HUMUS NEL QUALE L'AZIENDA**  
**MANIFESTA IL PROPRIO FINE ETICO OLTRE CHE ECONOMICO**

**Può dirsi dunque:**

- **l'azienda consiste nel proprio sistema di relazioni**
- **l'azienda è propriamente tale se coltiva e possiede un compiuto sistema di relazioni**

**LE RELAZIONI INTERNE D'AZIENDA**  
**(Tra il datore di lavoro ed i lavoratori)**

**1. INTERMEDIATE**

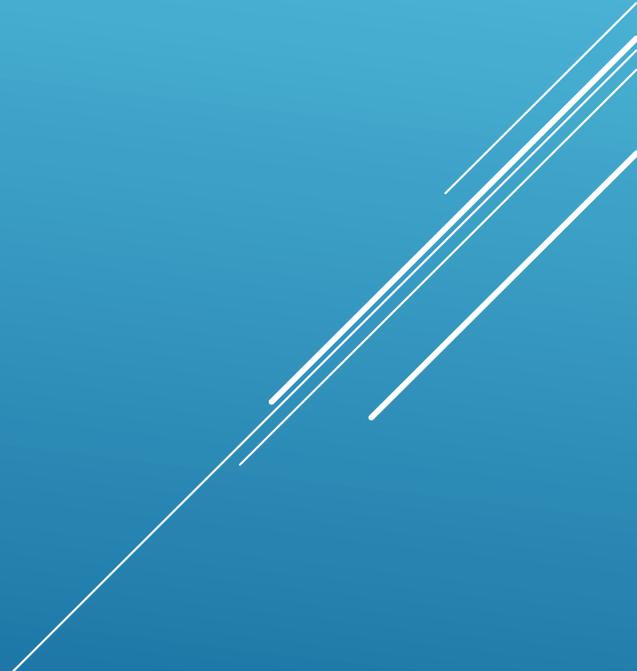
**Relazioni sindacali**

**2. DISINTERMEDIATE**

**Relazioni interne**

## LE RELAZIONI ESTERNE D'AZIENDA

(Fra l'impresa ed una pluralità di soggetti detti Stakeholders)

1. **STAKEHOLDERS TRADIZIONALI**
  2. **STAKEHOLDERS EMERGENTI**
- 
- A decorative graphic consisting of several parallel white lines of varying lengths, slanted upwards from left to right, located in the bottom right corner of the slide.

## GESTIRE LE RELAZIONI ESTERNE D'AZIENDA

**E' DIVENUTO DECISAMENTE PIU' COMPLESSO CHE IN PASSATO**

### OCCORRE

- **DEFINIRE OBIETTIVI ED INDICATORI MIRATI SULLA SODDISFAZIONE DEI DIVERSI STAKEHOLDER**
- **PROGETTARE E GESTIRE STRUMENTI DI RELAZIONE ADEGUATI**

## LA COMUNICAZIONE D'IMPRESA

**OBIETTIVO GENERALE È IL MIGLIORAMENTO DELLE RELAZIONI CON L'AMBIENTE ESTERNO  
E CONTRIBUIRE A CREARE E DIFFONDERE IL VALORE DELL'IMPRESA**

### INCLUDE

- **Marketing**
- **Pubblicità**
- **Sponsorizzazioni**
- **Ogni flusso di comunicazione verso i diversi pubblici (opinion leader, concorrenti, consumatori, fornitori, opinione pubblica, etc.)**

# LA STAKEHOLDER THEORY

NASCE NEGLI ANNI '80

INDIVIDUA I SOGGETTI VERSO I QUALI LE AZIENDE DEBONO ESSERE RESPONSABILI

E

MUTA IL COMPORTAMENTO DEI VERTICI AZIENDALI

L'IMPRESA HA UNA RILEVANZA ECONOMICA E SOCIALE CHE VA OLTRE GLI INTERESSI  
DELLA PROPRIETA'

**FUNZIONE OBIETTIVO DELL'IMPRESA CONSISTE NELLA CREAZIONE  
DI VALORE PER TUTTI**

LE RELAZIONI D'AZIENDA ENTRANO QUI, COME STRUMENTI NECESSARI, NEL GRANDE TEMA  
DELLA  
**RESPONSABILITA' SOCIALE D'IMPRESA**





## 7° CONCORSO



«Lo Sviluppo locale che vorrei. Equo e sostenibile nell'era digitale »

**GRAZIE PER L'ATTENZIONE!**

Pietro Traverso  
GSO Company  
Human Capital. And More