



Bando di Concorso
PREMIO DI LAUREA TALENT ALMANACK

II Edizione 2013/2014

**BANDO DI CONCORSO PER L'ASSEGNAZIONE DEL PREMIO TALENT ALMANACK
PER TESI DI LAUREA SUL TEMA "IMPRESE CHE CREANO VALORE CONDIVISO".
DISCUSSE NEGLI ANNI 2012-2013, II edizione**

ART. 1 - Istituzione del Premio

Nell'ambito del progetto Talent Almanack – ciclo di incontri e conversazioni intorno al tema del Talento con personaggi affermati e giovani emergenti – RobilantAssociati istituisce il Premio di Laurea Talent Almanack che si propone di raccogliere una letteratura di Tesi intorno al tema: **"Creating Shared Value. Il possibile circolo virtuoso tra sviluppo del business e creazione di valore sociale"**.

Con l'obiettivo di approfondire le molteplici sfaccettature di questo vasto argomento, RobilantAssociati proporrà ad ogni edizione una specifica chiave di lettura, che diventerà il tema dell'anno.

Per l'edizione 2013-14, si propone come approfondimento la relazione dell'Impresa con la sua città.

L'impresa non è esclusivamente una macchina volta al perseguimento del profitto, ma in quanto soggetto che opera all'interno di un territorio essa gode dell'opportunità/responsabilità di esercitare una cittadinanza attiva, rimettendo in circolo all'interno del proprio contesto di riferimento il proprio impegno, le risorse, le capacità al servizio della crescita, del benessere e della qualità di vita all'interno di un'area.

ART. 2 – Contesto di riferimento

La società dei consumi, del boom economico e della ricchezza per tutti - caratterizzata da un modello d'impresa volto esclusivamente o principalmente alla massimizzazione del profitto - e la società del welfare che parallelamente si è profilata negli ultimi decenni, sono al loro tramonto. La crisi economica del 2008 ha portato con sé una crisi del modello capitalista dominante e dei valori ad esso legati e si è fatta strada, lentamente e inesorabilmente, nella coscienza collettiva una consapevolezza nuova che sta conducendo la nostra società verso un paradigma economico-sociale inedito, all'interno del quale l'impresa riveste ancora un ruolo da protagonista, ma secondo modalità e valori nuovi.

PERSONE, AZIENDE, ISTITUZIONI INIZIAMO A DUBITARE DEL PARADIGMA PER IL QUALE MERCATO E SOCIETÀ SONO ENTITÀ DIVERSE E INDIPENDENTI, E DIVENTANO CONSAPEVOLI CHE SCELTE IMPRENDITORIALI E BENE PUBBLICO SONO STRETTAMENTE INTRECCIATI.

La Responsabilità Sociale d'Impresa (CSR), con cui ormai tutte le aziende si confrontano, è stata fra i primi agenti del risveglio, stimolata a diversi livelli da una sensibilità mutata. L'opinione pubblica, più informata e attenta, ha chiesto, e alle volte imposto, che le aziende sviluppassero e agissero secondo un rinnovato senso civico ampliando il loro orizzonte d'azione temporale e geografico.

I bisogni, e insieme le possibilità, delle comunità sono cambiati mettendo le imprese di fronte a comportamenti d'acquisto e stili di vita diversi e tutt'ora in evoluzione. Si tende a consumare meno e meglio, a privilegiare acquisti a Km0, collettivi o ad alto valore intangibile; si sceglie di guadagnare meno e condividere di più; si preferisce lo scambio all'acquisto; il bello al tanto; gli spazi di ag-

gregazione e partecipazione al “mio”; la multiculturalità e l’apertura al localismo.

Un’impresa capace di creare valore riconosciuto per la società in cui opera, vivendo la propria responsabilità sociale non come “obbligo”, ma come opportunità e risposta creativa al cambiamento, rappresenta secondo RobilantAssociati, un modello all’avanguardia che merita di essere raccontata, studiata e incoraggiata, per diventare esempio e ispirazione per altri imprenditori.

L’obiettivo è condividere non soltanto progetti puntuali volti alla creazione di valore sociale, ma anche lo sviluppo di nuovi modelli d’impresa che nascono con questo obiettivo precipuo, perché siano di stimolo agli studenti e d’ispirazione per la classe imprenditoriale del nostro Paese.

Alcuni esempi si affacciano dal mondo della **finanza** che inaspettatamente inizia a proporre nuovi modelli di scambio: dall’erogazione del credito uno-a-uno tra pari (i.e. Zopa, UK..), passando per sistemi di **crowdfunding** per le attività più diverse (i.e. Terzo Valore per attività sociali, Indiegogo per supporto a realizzare le “tue” passioni, etc.), per arrivare a offrire i prodotti dell’impresa come interessi su bond emessi al consumatore (Hotel Chocolate e i £eon Bond); **dall’introduzione modelli di rating alternativi** per finanziare le imprese sociali e i progetti per le comunità come fatto da Banca Prossima, all’accordo di una collettività, di scambiarsi denaro eliminando gli interessi, sia attivi che passivi (i.e. Jak Bank).

Guardando al mondo dell’**economia reale**, nei settori della **moda e dei servizi**, ci si muove dall’esclusività dei capi o dall’affezione per un libro alla possibilità che altri ne possano usufruire trasformandolo in un vero e proprio oggetto di scambio (i.e. New to You e Bookcrossing); il valore e il piacere della condivisione ha dato origine a nuovi modi di **viaggiare** (ChouchSurfing - Home Exchange.com - TripAdvisor, etc.), di **mangiare fuori**, senza andare al ristorante (i.e. Ploonge e altre aziende di social eating) o di **fare la spesa** “in comunità” attraverso gruppi di acquisto solidali.

Anche i modi di lavorare stanno cambiando: nel rapporto tra l’azienda e i dipendenti si avviano progetti di **work-life balance con un alto grado di flessibilità**; si inseriscono fornitori “atipici” nel processo produttivo (i.e. Eugea, si appoggia a cooperative sociali di disabili per la realizzazione dei suoi prodotti), si strutturano gli spazi in modo da permettere alle persone di lavorare al meglio (i.e. Microsoft Italia), o di lavorare completamente “senza spazi”, attraverso i luoghi di co-working.

Nei settori più “scientifici” il ritmo dell’innovazione e del cambiamento sono rapidi e non è facile per i “non addetti ai lavori” conoscerlo da vicino, ma spesso aziende creano network con attori diversi (es. enti di ricerca, dottorandi e enti di divulgazione scientifica), per avvicinare il grande pubblico alle tematiche proprie di ciascun settore quali la **scienza, la tecnologia, l’energia e l’ambiente**. Un esempio è il progetto “Bat Box: un pipistrello per amico” nato dalla collaborazione tra il Museo di Scienze Naturali e Coop Toscana con l’obiettivo di sensibilizzare le famiglie al rischio di estinzione dei pipistrelli, permettendo loro di partecipare al ripopolamento, accudendo e facendo crescere un pipistrello in ogni famiglia.

1. <http://edition.cnn.com/2012/08/24/world/europe/mini-bonds-chocolate-leon>

Il presente bando, nato dal ciclo di incontri Talent Almanack, **si propone di stimolare gli studenti a immaginare, proporre, scoprire, e approfondire nuovi modelli o pratiche d'impresa in grado di agire virtuosamente in questa direzione, generando profitto per sé stesse oltre che benessere e crescita per la società.**

ART. 3 - Scopo del Premio

Mediante l'istituzione di questo Premio, RobilantAssociati si propone di stimolare la riflessione dei più giovani in merito alla nascita e lo sviluppo di una cultura imprenditoriale "virtuosa" e di raccogliere idee e casi di studio che siano fonte d'ispirazione per altre imprese.

L'esperienza maturata in quasi 30 anni di consulenza intorno ai temi della Marca, ha portato RobilantAssociati a consolidare la consapevolezza che la relazione di un'Impresa con i propri pubblici di riferimento (indi compreso il territorio in cui opera) non possa più essere agita esclusivamente sul piano della comunicazione "commerciale" e necessiti di evolvere spostandosi sul piano del reciproco scambio di valore tra l'interno e l'esterno, tra l'Impresa stessa e il suo contesto d'appartenenza.

ART. 4 - Il Premio di Laurea Talent Almanack ed. 2013 "L'impresa per la sua città"

RobilantAssociati, indice la seconda edizione del concorso per l'assegnazione del Premio di Laurea Talent Almanack.

Per il 2013 si individua come tema, oggetto delle tesi:

"L'impresa per la Sua città"

Il Premio è destinato a tutti gli studenti che abbiano conseguito una laurea specialistica o magistrale presso le Università d'Italia o altri Istituti di Formazione equipollenti.

L'importo del Premio è pari a **€ 2.500** (duemilacinquecento euro)

Il concorso intende stimolare i giovani, protagonisti del futuro, a:

- > **immaginare** e proporre dei modelli possibili di interazione virtuosa tra Impresa e la città;
- > **analizzare criticamente** modelli già esistenti, che siano in grado di generare uno scambio virtuoso tra questi due attori producendo crescita economica e valore sociale per entrambi.

ART. 5 - Modalità di partecipazione

1. Il concorso è riservato ai laureati che abbiano conseguito una laurea specialistica, magistrale o quinquennale nel corso degli Anni Accademici 2011-12 e 2012-13, e agli studenti che intendano sviluppare una tesi pertinente nel corso dell'anno accademico 2013-14 e prevedano di discuterla entro il 31 dicembre 2014.

2. Il premio è aperto agli studenti delle Facoltà di Economia; Giurisprudenza; Ingegneria Gestionale; Lettere e Filosofia; Sociologia; Design; Scienze della Comunicazione. Gli studenti interessati iscritti a Corsi di Laurea non specificati in questo bando, potranno presentare specifica richiesta di partecipazione alla Segreteria organizzativa, la quale si riserverà di considerare la candidatura, valutandone la pertinenza.

3. La domanda di partecipazione al concorso dovrà pervenire, entro e non oltre il **30 settembre 2014**, presso la Segreteria Organizzativa del Premio (c/o RobilantAssociati, Via Vigevano, 41 20144, Milano Tel 02. 581901 e-mail premio.talent.almanack@robilant.it)

4. Nella domanda di partecipazione il candidato deve dichiarare, sotto la propria responsabilità, pena l'esclusione dal concorso:

- > cognome e nome;
- > data e luogo di nascita;
- > la residenza, il recapito telefonico e l'indirizzo di posta elettronica;
- > il titolo della tesi di laurea;
- > l'Università presso cui il titolo è stato conseguito (o verrà conseguito, per i laureandi);
- > la data nella quale il titolo è stato conseguito (o verrà conseguito, per i laureandi);
- > nome e cognome del Relatore della tesi.
- > l'autorizzazione all'utilizzo dei dati forniti dal candidato ai fini del presente bando, nonché alla comunicazione e divulgazione, con i mezzi e nei modi ritenuti più opportuni, del lavoro di tesi, in caso di premiazione (vedi Allegato 2).

5. Unitamente alla domanda, il candidato deve presentare:

- a) una lettera di presentazione del Relatore, relativa al Candidato e alla Tesi redatta, su carta intestata e recante la firma;
- b) una presentazione, di non più di 5 pagine, della tesi di laurea nel formato allegato (vedi Allegato 1).

6. Il comitato di valutazione effettuerà una prima selezione dei lavori entro il 15 novembre 2014.

I candidati selezionati saranno contattati dalla Segreteria Organizzativa e dovranno far pervenire entro il 30 novembre 2014:

- a) 2 copie della tesi in formato cartaceo;
- b) CD contenente la tesi e la presentazione della tesi in formato elettronico (.pdf).

ART. 6 - Criteri di valutazione

Verranno valutate tesi discusse nel periodo compreso tra il **1/1/2012 al 31/12/2014**. La valutazione delle tesi avverrà sulla base dei seguenti **criteri di valutazione**:

- > Pertinenza al tema del bando;
- > originalità dell'argomento trattato;
- > evidenze delle ricadute economiche per l'azienda;
- > evidenze delle ricadute socio-economiche per il contesto di riferimento;
- > la rilevanza pratica e l'utilizzabilità dei risultati raggiunti;
- > semplicità di linguaggio e accessibilità degli argomenti trattati. La tesi dovrà avere obiettivi divulgativi oltre che sperimentali.

La multidisciplinarietà della tesi, pur non rappresentando un prerequisito essenziale ai fini della valutazione, costituirà un criterio preferenziale nel giudizio della Commissione.

ART. 7 - Commissione giudicatrice

1. La Commissione giudicatrice, nominata da RobilantAssociati, è costituita da membri interni dell'azienda e da Luca Testoni, fondatore e giornalista di Etica News.it. testata on line indipendente di finanza etica. EticaNews è anche Media Partner del Premio di Laurea.

2. La Commissione, dopo aver valutato le domande regolarmente pervenute, seleziona tre candidati finalisti e a suo insindacabile giudizio, nomina il vincitore del concorso.

ART. 8 – Assegnazione del Premio e serata di premiazione

1. Il vincitore del concorso riceverà comunicazione scritta del conferimento del premio via e-mail e a mezzo lettera raccomandata entro il 30 gennaio 2015.

Dopo aver ricevuto la comunicazione il vincitore dovrà contattare la Segreteria Organizzativa per confermare la partecipazione alla cerimonia di premiazione, durante la quale avverrà la consegna del Premio.

I candidati finalisti saranno egualmente contattati e invitati all'evento.

Nel corso del 2015 il vincitore e i finalisti potrebbero essere invitati a presentare la propria tesi in occasione degli incontri "Talent Almanack" presso la sede di RobilantAssociati.

2. La cerimonia di premiazione si svolgerà nel periodo febbraio-marzo 2015.

3. Il premio dovrà esser ritirato personalmente dal vincitore/ice. In caso di impossibilità è necessario prendere accordi direttamente con la Segreteria.

Il mancato ritiro del premio, se non comunicato per tempo, comporta la perdita del premio e l'assegnazione dello stesso al secondo classificato.

ART. 9 - Mancato ritiro o assegnazione del premio

Nel caso in cui non ci fossero candidati al Premio oppure la Commissione giudicatrice ritenesse che nessuno dei lavori ricevuti risponde in maniera soddisfacente ai criteri stabiliti, l'importo relativo sarà utilizzato per il premio dell'anno successivo.

Per tutte le informazioni, rivolgersi a:

Premio di Laurea Talent Almanack – Segreteria Organizzativa

c/o Robilant Associati

Via Vigevano, 41

20144, Milano

Tel 02. 581901

E-mail: premio.talent.almanack@robilant.it

È possibile prendere visione del bando anche sul sito web:

www.robilant.it/it/talent-almanack