



I continui cambiamenti degli scenari su cui si confrontano le imprese profit e non profit hanno dirette conseguenze sulle persone che lavorano all'interno delle organizzazioni. Sempre più spesso emergono situazioni in cui la motivazione delle persone, il senso di appartenenza, la comprensione delle strategie e degli obiettivi, per fare alcuni esempi, sono elementi che difficilmente emergono all'interno delle imprese for profit trasformandosi in potenziali fattori di rischio. Anche all'interno delle organizzazioni non profit assistiamo ad analoghi fenomeni, in particolare la mancanza di una capacità manageriale in grado di sfruttare il potenziale di competenze di cui l'organizzazione dispone, la mancanza di una progettualità di lungo periodo, la difficoltà di coinvolgere nuove risorse umane ed economiche rischiano di impattare sulla capacità di creazione di valore. Di fronte a queste situazioni comuni ai due mondi, profit e non profit, esiste un modello manageriale di riferimento? Esistono azioni in grado di soddisfare le esigenze di sostenibilità? Il libro cerca di fornire una risposta a questi quesiti proponendo un approccio manageriale che si basa sulla contaminazione delle competenze, delle esperienze e delle passioni. Molti dei modelli sperimentati nel settore for profit possono essere applicati in quello non profit e viceversa. Fino ad ora le teorie di sviluppo manageriale consideravano il profit come qualcosa di distante e diverso dal non profit, il libro si pone come strumento per uscire dai paradigmi delle discipline, come elemento di incontro tra due approcci manageriali, diventando uno strumento utile per il manager for profit e per quello non profit.

Per competere in un'era complessa non è pensabile separare le discipline, è necessario "contaminare" i saperi per essere in grado di affrontare scenari difficilmente prevedibili.

Il libro si rivolge sia al mondo manageriale che a quello non profit, con lo scopo di stimolare un nuovo modo di pensare alla gestione manageriale delle organizzazioni; l'idea principale è quella di individuare, tra gli attuali modi e modelli di gestire un'organizzazione aziendale, quelli che meglio si potrebbero esportare all'interno di un'organizzazione non profit, e viceversa.

Editore: [Lupetti](#) (luglio 2009)

Distributori: Amazon, Feltrinelli, ibs, Mondadori, Ubik

ISBN: 978-88-83912-45-0

Indice del libro "L'era della contaminazione"

Prefazione di Guido Bertolaso

Introduzione

Capitolo 1 - La contaminazione tra profit e non profit

1. Contaminazione tra profit e non profit
 - 1.1. Un confronto possibile: imprese e organizzazioni non profit
2. Corporate Management e Disaster Management
3. Il ruolo della Corporate Social Responsibility
 - 3.1 Confronto tra CSR profit oriented e CSR non profit
4. Processo di integrazione tra profit e non profit

Prima parte: il non profit apprende dal profit

Capitolo 2 – Knowledge integration: la crescita manageriale vista attraverso il non profit

1. Si fa presto a dire non profit
2. Lo sviluppo esponenziale del terzo settore: l'esempio della protezione civile
2. Forme organizzative per il non profit
3. Riprogettare il futuro
4. A proposito di leadership
5. Non siamo sempre in emergenza

Capitolo 3 – La nuova era del Management del non profit

1. Un grande fraintendimento: copiare dal mondo profit
2. Il caso della protezione civile, superare i momenti di crisi imparando dal mondo profit.
 - 2.1 I limiti dell'improvvisazione
 - 2.2 La selezione dei membri dell'organizzazione
 - 2.3 Le competenze richieste
 - 2.4 Il presidio della motivazione
 - 2.5 La definizione di un nuovo mission statement
- 3 Un percorso per la creazione di valore

Seconda parte: l'integrazione tra profit e non profit

Capitolo 4 – Sinergie e collaborazioni di massa

1. Introduzione
2. L'uragano Katrina in azienda
 - 2.1 Maxiemergenze e crisi aziendali
 - 2.2 La collaborazione di massa
3. L'azienda come un'associazione di volontariato? Un modello di riferimento
4. Dialoghi sull'integrazione tra profit e non profit. Contributi di:
 - 4.1 Teresina Torre – Prof.ssa Organizzazione Aziendale
Università degli Studi di Genova – Facoltà di Economia
 - 4.2 Giuseppe Zamberletti – Presidente ISPRO e fondatore della Protezione Civile Italiana
 - 4.3 Andrea Comba - Presidente Fondazione CRT (da confermare)
 - 4.4 Kostas Moschochoritis – Direttore Generale Medici Senza Frontiere Italia
 - 4.5 Fabrizio Grattarola – Responsabile Customer Operation Telecom Italia.

Capitolo 5 – L'approccio CSR inside

1. L'approccio "CSR inside"
2. Il knowledge sharing tra profit e non profit
2. Il caso Social Training Event di Vodafone Italia

Conclusioni

Appendice: cronaca di una catastrofe annunciata

Bibliografia