



**SOCIETING**



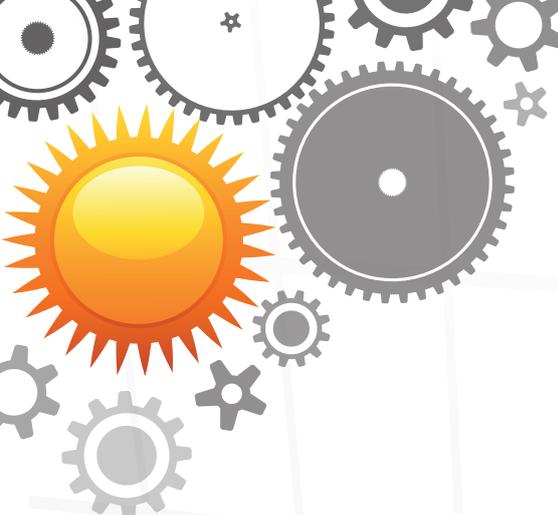
SUMMER SCHOOL  
**FINANZA,  
ECONOMICA  
ED ETICA**

Salerno, 22-27 agosto 2010



**ASSINDUSTRIA SALERNO**  
Associazione degli Industriali della Provincia di Salerno  
Gruppo Turismo e Tempo Libero

[www.societing.org/summerschool](http://www.societing.org/summerschool)



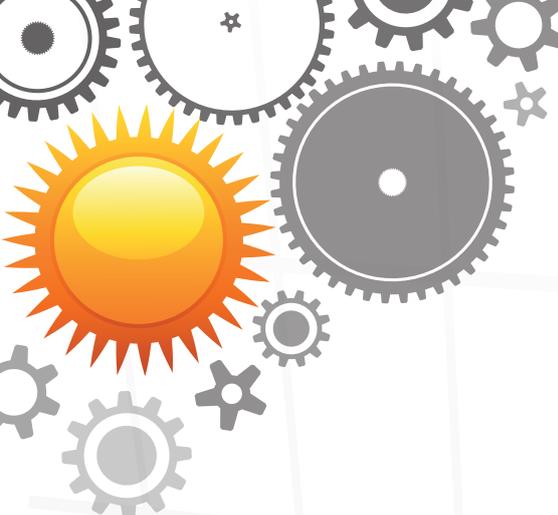
Con il crollo dei mercati finanziari nell'autunno del 2008, un periodo di crescita trainata dalla finanza lungo due decenni sembra essere finito, e, con esso, vanno a finire anche molti dei meccanismi di redistribuzione di ricchezza, come l'accesso a credito a basso costo o gli investimenti a buon rendimento, che sono stati "centrali" per garantire il consenso nel modello "neoliberale", modello caratterizzante la recente storia politica delle democrazie occidentali.

Questo colpo alle fondamenta del nostro modello economico-sociale ci ha lasciati quasi completamente privi di alternative. Nuove idee per il futuro sembrano scarseggiare, siamo tutti fermi ai blocchi di partenza, nell'attesa che il mondo della finanza si rilanci reiterando modelli e metodologie ormai obsolete.

Di qui la necessità di organizzare una *summer school* che non vuole riproporre modelli e tecniche ormai obsoleti, ma che intende cominciare una riflessione più visionaria: vuole essere un laboratorio con alcuni tra i più grandi studiosi a livello mondiale in tema di economia e finanza etica e con 30 giovani menti provenienti da tutto il mondo, selezionati su base curriculare. Un laboratorio che indaghi le possibili linee d'orientamento per un futuro modello economico sociale e che approfondisca qual è il giusto ruolo per la finanza all'interno di questi nuovi modelli emergenti. Queste riflessioni partiranno da quella che oggi sembra essere la **nuova concezione del valore: l'etica**.

Se negli ultimi decenni, infatti, abbiamo assistito ad una crescente importanza dell'etica nei processi economici (dal consumo critico all'etica delle imprese, dal *Corporate Social Responsibility* alla finanza etica) **quale potrebbe essere il ruolo della finanza in una futura "economia etica"?**





Dopo il 2008, la legittimità dei mercati finanziari è stata comprensibilmente svalutata. Molti hanno cercato di additare la finanza come capro espiatorio e causa fondamentale della crisi in atto. Tuttavia, per ricercare soluzioni utili allo sviluppo sociale, è necessario affrontare il problema superando ogni approccio ideologico, riconoscendo che **i mercati finanziari giocano un ruolo centrale ed indispensabile nell'economia contemporanea.**

È sui mercati finanziari infatti che il valore di nuove forme di produzione sempre più diffuse e socializzate (come i *brand*, l'*intellectual capital*, ed altre forme di risorse intangibili) viene determinato. Anzi, potrebbe darsi che **i mercati finanziari rappresentino l'unico modo razionale per valorizzare una produzione di ricchezza che tende a svolgersi sempre di più al di fuori delle istituzioni corporate e sempre di più nei processi della vita quotidiana** (come ad esempio avviene nella comunicazione fra i consumatori che creano brand reputation, nell'interazione fra partecipanti di sistemi di Open Innovation, etc...).

L'espansione dei mercati finanziari ha avuto l'effetto di estendere radicalmente la partecipazione nei processi di determinazione del valore economico: Prima dello sviluppo del *currency market* contemporaneo, il valore della moneta veniva decisa da una manciata di banchieri centrali, adesso a questo processo partecipano decina di migliaia di *traders*. **È possibile vedere i mercati finanziari non solo come una fonte di irrazionalità speculativa ma anche come un meccanismo di possibile democratizzazione dell'economia**, estendendo il campo di deliberazione nella quale le decisioni fondamentali per il funzionamento dell'economia vengono prese?

Abbiamo assistito, nell'ultimo decennio ad uno sviluppo notevole della finanza etica. Ci sono modi e strumenti per dare maggior peso alle istanze di natura etica nella finanza? Come usare strumenti finanziari volti ad agevolare imprese 'etiche', come social business o ONG? Quale potrebbe essere il ruolo dei nuovi media in questo processo? A queste ed altre domande fondamentali per un approccio critico all'Economia e alla Finanza Etica cercherà di dare una risposta questa summer school.





## TERMINI E CONDIZIONI

### **PUBBLICI DESTINATARI**

La natura scientifica dell'incontro e la presenza di nomi tra i più prestigiosi del panorama mondiale della Economia e della Finanza Etica rende questo momento di riflessione appetibile per diversi tipi di pubblici:

- **Studenti laureandi o laureati, postgraduate**

Laureandi, laureati e studenti delle lauree specialistiche, dottorandi e ricercatori universitari ed indipendenti.

**COSTO: 100,00 EURO**

- **Docenti, manager ed operatori del no-profit**

Docenti di Ruolo, Ordinari, manager ed operatori delle organizzazioni no profit.

**COSTO: 200,00 EURO**

- **Corporate**

Manager ed operatori di aziende.

**COSTO: 2.500,00 EURO**

- **Uditori**

L'organizzazione si riserva la possibilità di invitare alcuni uditori esterni.

### **MODALITÀ DI ISCRIZIONE**

- **Modulo on-line**

È possibile effettuare l'iscrizione attraverso l'apposito form che troverete on-line al seguente indirizzo: [www.societing.org/summerschool](http://www.societing.org/summerschool)

Il modulo d'iscrizione deve essere compilato in stampatello, firmato e consegnato con tutti i documenti richiesti (cfr. di candidatura) nei seguenti modi:

1. **E-MAIL** [formazione@societing.org](mailto:formazione@societing.org)

2. **FAX** + 39 089 444566

3. **CASELLA POSTALE** Casella Postale 95  
84013 - Cava de' Tirreni (SA) Amalfi Coast - Italy



## TERMINI E CONDIZIONI

### ■ CRITERI DI AMMISSIONE

- Ottima conoscenza della lingua inglese (preferibilmente certificata)
- Curriculum studiorum / vitae

### ■ DOCUMENTAZIONE DA ALLEGARE

I moduli di adesione dovranno pervenire ai nostri recapiti corredati dai seguenti documenti:

1. Curriculum vitae
2. Certificato di iscrizione o lettera di referenza (*solo per gli studenti*)
3. Copia di un documento di identità

## COMITATO SCIENTIFICO

### Adam Arvidsson *direttore*



Adam Arvidsson è **professore Associato di Sociologia all'Università Statale di Milano**, dove insegna **Sociologia della Globalizzazione e dei Nuovi Media**. Dopo aver conseguito il Ph.d. all'Istituto Universitario Europeo di Fiesole nel 2000, Adam Arvidsson ha insegnato in Inghilterra e in Danimarca, dove è stato per sei anni all'Università di Copenaghen. Dopo aver pubblicato il suo ultimo libro sulla funzione del brand nell'economia dell'informazione (*Brands. Meaning and Value in Media Culture*, London; Routledge, 2006, traduzione italiana con Franco Angeli, 2010), Arvidsson si è interessato alle nuove forme di produzione e organizzazione economica che si sono evolute intorno ai nuovi media. In questo ambito sta svolgendo un progetto di ricerca su economie della reputazione, con la **Copenhagen Business School**, lavora con un progetto finanziato dall'Unione Europea per lo sviluppo di una piattaforma per la condivisione dell'innovazione nella moda, e insieme ai colleghi di Ninja Marketing gestisce il blog *Societing*, che cerca di raccogliere le novità emergenti nell'economia Open. Questo suo filone di ricerca si riassume nel prossimo libro, *The Ethical Economy. Business and Society in the 21st Century*, in corso di pubblicazione con la Columbia University Press.

[www.societing.org](http://www.societing.org)

### Michel Bauwens



Michel Bauwens ha cominciato la sua carriera come *analista dell'informazione ed editor di riferimento* per la United States Information Agency, ha lavorato come *information manager* per il British Petroleum ed è *former editor-in-chief* del primo magazine europeo sulla convergenza digitale, Wave (in lingua olandese). Durante il boom del dot.com ha creato 2 start-up internet: Oggi dedica il suo tempo alla *Foundation for peer-to-peer Alternatives* che ricerca forme di produzione peer/governance/proprietà e aperto/libero, partecipativo, e modalità commons-oriented di cooperazione tra le persone. E' autore di un certo numero di saggi online, inclusa una tesi determinante sul Peer to Peer, l'Evoluzione Umana e L'Economia Politica della Produzione Peer (CTheory). Per la Fondazione P2P, è stato community manager responsabile di un'ecologia della collaborazione consistente in: un wiki che ha raggiunto 7.000 pagine che sono state viste 6 milioni di volte; un blog con un Google PR rank di 7 e 2.000 lettori al giorno; un Ning community forum con un'attività giornaliera di oltre 300 membri; e diverse mailing list.

[www.p2pfoundation.net](http://www.p2pfoundation.net)

### Antonio Petraglia



*Docente a contratto in Tecnica di borsa presso l'Università degli Studi di Salerno per 3 anni; Docente a contratto presso l'Università degli Studi di Salerno in Finanziamenti bancari.* Consulente alla commissione Finanze della Camera nella precedente legislatura da tempo svolge studi in materia di Finanza ed Economia Etica. Quadro direttivo della Banca MPS.SPA.

## COMITATO SCIENTIFICO

### Alex Giordano e Mirko Pallera



Sono attualmente considerati esponenti di spicco di una nuova corrente di pubblicitari che sta rivoluzionando il mondo del marketing e della comunicazione. *NinjaMarketing.it*, il primo blog/osservatorio sul marketing non-convenzionale è attualmente un punto di riferimento per molti creativi, professionisti del marketing e studenti di scienze della comunicazione, uniti dalla voglia di rinnovare il modo di comunicare delle aziende. Oggi Alex Giordano

e Mirko Pallera - oltre ad essere professionisti affermati con una propria e innovativa società di consulenza *Ninjab.it* - tengono interventi formativi in qualità di docenti di Marketing Non-Convenzionale in Master di alta formazione manageriale di vari istituti tra cui: **Accademia di Comunicazione, Università Bocconi, Università di Salerno, Università Telematica Uninettuno, Università degli Studi La Sapienza di Roma, Università di Urbino, Universidad de La Habana (Cuba)**. Alex Giordano e Mirko Pallera sono gli unici professionisti italiani presenti nella giuria del **Future Marketing Awards**, il premio mondiale che celebra il nuovo marketing, i primi italiani ad entrare nella giuria della sezione "interactive" dell'**Art Directors Club Global Awards** di New York, gli unici relatori italiani alla **International Word-of-Mouth Marketing Conference** di Barcellona e nonchè ambasciatori del **Webby Awards**, considerato l'Oscar del web design. Sono gli unici italiani membri dello **IADAS (International Academy of Digital Arts and Sciences)** di New York. Sono ideatori e promotori del **Forum Internazionale sul Marketing Mediterraneo** - la cui prima edizione si è tenuta a Ravello nel 2006 - e che, con il sostegno del gruppo di ricerca italo-francese, sostiene e diffonde una nuova cultura di "marketing nostrum" basata sui valori del Mediterraneo ([www.marketingmediterraneo.org](http://www.marketingmediterraneo.org)). Svolgono attività di consulenza per importanti gruppi internazionali di pubblicità ed hanno elaborato progetti di marketing per grandi agenzie ed aziende tra cui RAI, MTV, Google, Saiwa, Diesel, Heineken, Barilla... È in libreria edito da Il Sole 24 Ore - Collana Economia & Management - il primo testo italiano sull'argomento, dal titolo: *"Marketing Non Convenzionale: viral, guerriglia, tribale ed i 10 principi del marketing post-moderno"* scritto a sei mani con Bernard Cova (Guru del marketing contemporaneo e fondatore del Marketing Tribale).

### Nicolai Peitersen



**Fondatore** della società con sede a Londra, **Ethical Economy Ltd.** che sviluppa soluzioni per i social media volte ad includere gli stakeholders nella valutazione dell'impatto etico delle aziende e delle organizzazioni. Nicolai ha contribuito ad una serie di *papers, libri e review sull'innovazione sociale e sull'economia monetaria*, per anni ha redatto il **Global Data Watch** per la banca d'investimento JP Morgan. In passato economista alla Banca Centrale della Danimarca,

JP Morgan, e Università di Copenhagen.

[www.ethicaleconomy.com](http://www.ethicaleconomy.com)

### Umair Haque



Umair Haque è il **direttore di Havas media lab**. Haque ha anche fondato *Bubblegeneration*, un'agenda strategica ed una boutique consulenziale che ostruisce strategie migliori per gli investitori attraverso l'analisi dei media e delle aziende di consumo.

## SCHEDA DI ISCRIZIONE

**NOME/COGNOME** \_\_\_\_\_

**SESSO** \_\_\_\_\_ **DATA E LUOGO DI NASCITA** \_\_\_\_\_

**INDIRIZZO** \_\_\_\_\_

**UNIVERSITÀ** \_\_\_\_\_

**CORSO DI LAUREA/SPECIALIZZAZIONE** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ **ANNO DI ISCRIZIONE** \_\_\_\_\_

**CELL.** \_\_\_\_\_ **UFFICIO/CASA** \_\_\_\_\_

**E-MAIL** \_\_\_\_\_ **FAX** \_\_\_\_\_

*Documenti da allegare:*

1. Curriculum vitae
2. Certificato di iscrizione o (se laureato) copia del diploma
3. Copia di un documento di identità
4. Lettera/e di referenza (universitarie/professionali)

**FIRMA E AUTORIZZAZIONE AL TRATTAMENTO DEI DATI**

\_\_\_\_\_