

Indice

Prefazione all'edizione italiana, di <i>Gianmario Verona</i>	XI
Ringraziamenti	XVII
Prologo. L'impresa nella società	1
PRIMA PARTE. INTRODUZIONE ALL'IMPRESA A 360°	7
1 Il ritorno della distruzione creatrice	
Quando gli interessi degli stakeholder confliggono con gli obiettivi dell'impresa	9
Trade-off	13
Quando la vittoria è solo di alcuni	20
Esiste davvero una soluzione win-win?	24
Verso l'impresa a 360°	26
2 Per correre devi prima saper camminare	
Conoscere i propri trade-off (Modalità 1)	41
Un business model costruito su stipendi bassi	43
Quando il business model cede	46
Un business model piramidale	49
Cambiare il business model	51
Un'analisi nitida dei trade-off	53
Prima parte – Elementi fondamentali	59

SECONDA PARTE. IL BUSINESS CASE DELLA RESPONSABILITÀ SOCIALE.	
RIPENSARE I TRADE-OFF (MODALITÀ 2)	61
3	Esiste una soluzione vincente per tutti?
	Alla ricerca del valore condiviso 63
	Quando il valore condiviso funziona 63
	Il primo passo nella Modalità 2: formulare il business case 67
	I contro del business case 72
4	La trappola del business case
	Perché il business case della diversità blocca il progresso 77
	La spinta a formulare un business case della diversità 79
	Le fonti della disparità 83
	«If You Let Me Play» 92
	L'effetto ragazza 97
	Il business case abilita e inibisce l'azione al tempo stesso 100
	Le tappe per formulare un business case (senza rimanere bloccati) 106
Seconda parte – Elementi fondamentali 109	
TERZA PARTE. SUPERARE LA TRAPPOLA DEL BUSINESS CASE.	
INNOVARE IN BASE AI TRADE-OFF (MODALITÀ 3)	111
5	La CSR non è un optional
	Innovare nella filiera produttiva 113
	Di chi è la colpa? 114
	Uno stilista canadese si assume la responsabilità 119
	Un primo passo: controlli e conformità 123
	Quando la conformità non basta 125
6	Gli stakeholder come fonte di innovazione
	Trasformare le attività operative 129
	Dare ascolto agli stakeholder 133
	Innovare con gli stakeholder 135

Innovare per trovare la soluzione win-win	140
Innovare per fasi a partire dai trade-off	143
Per concludere: che cosa succede quando gli standard migliorano?	145
Terza parte – Elementi fondamentali	151
QUARTA PARTE. PROSPERARE NEI TRADE-OFF INSANABILI (MODALITÀ 4)	153
7 Gestire i paradossi	
Vendere in maniera sostenibile	155
Accampati tutta la notte per un nuovo paio di Nike	156
Ho comprato cose di cui non sapevo neanche di avere bisogno!	161
Non è una scelta che spetta ai consumatori?	165
Un contratto faustiano	170
Trade-off insanabili	175
8 Sperimentazione	
Quando l'ecologia non è solo di facciata	179
Promesse mantenute?	183
La sostenibilità è sempre la soluzione win-win?	187
Forse dipende dai consumatori?	192
Prosperare nei trade-off	197
Che cosa fare quando non esiste una soluzione win-win?	203
Il ritorno alla distruzione creatrice	206
Quarta parte – Elementi fondamentali	209
QUINTA PARTE. GUIDARE LA RIVOLUZIONE A 360°	211
9 Il CEO a 360°	
Indicazioni per il leader aziendale	213
Epilogo. Una nuova prospettiva per gli stakeholder	221
Quinta parte – Elementi fondamentali	230