**23 novembre 2016**

**RISULTATI LAVORI DI GRUPPO (I GIORNO)**

GRUPPO A

Punti di forza:

1. attraverso la rete, la capacità di formare il pubblico rispetto agli sforzi (ambientali e in generale nella RSI) realizzati dall’azienda, l’impegno a restituire un certo tipo di prodotto/servizio. Possibiità di valorizzare il prodotto/servizio e formare il consumatore affinchè quest’ultimo possa essere “recettivo” >>> l’azienda non deve solo “vendere”, ma anche formare!

Opportunità

1. avere un’influenza anche dal punto di vista della legislazione. I partecipanti evidenziano la presenza di una burocrazia eccessiva, dei quali essi stessi, a volte, faticano a capirne l’utilità…e non è neanche detto che sia compresa dal consumatore!

2. avere l’opportunità di poter fare delle proposte concrete per comunicare i valori, promuovere le filiere certificate, valorizzare le produzioni.

Debolezze

1. verifica, all’interno del gruppo (rete) della azioni di RSI.

2 conoscenza e consapevolezza delle azioni di RSI

3. competitor, che, al valore aggiunto all’interno della filiera di rete potrebbe rispondere con una guerra di prezzo (prezzo più basso).

Rischi

1. Esposizione. Le aziende si espongono nei confronti del mercato e dei colleghi (attori della rete); dunque è necessario che mantengano degli standard elevati di comportamento, nei confronti dei colleghi nella rete e degli esterni

GRUPPO B

Sono andati un po’ fuori tema, perché si sono dedicati troppo al concetto di rete come “filiera” produttiva. Solo dopo hanno compreso che qui la rete è da considerarsi come un **insieme di soggetti che condividono una certa idea di RSI**, che lavorano insieme non per promuovere il singolo prodotto o servizio di una filiera specifica, ma per sensibilizzare, attraverso il proprio operato, il territorio.

La forza della rete risiede proprio nel fattore “conoscenza”, generata e condivisa grazie all’esperienza. La conoscenza aiuta la condivisione degli ideali.

Importante: è necessario distinguere tra mercato locale e globale: le due modalità, infatti, riconoscono la RSI in una maniera differente. Se si lavora in un contesto più piccolo probabilmente tutta la complessità delle procedure non è giustificabile in termini economici. Ha senso, invece, se il mercato è internazionale, dove certe realtà (es: requisiti di RSI) sono necessari per poter lavorare (barriera di ingresso su determinati mercati).