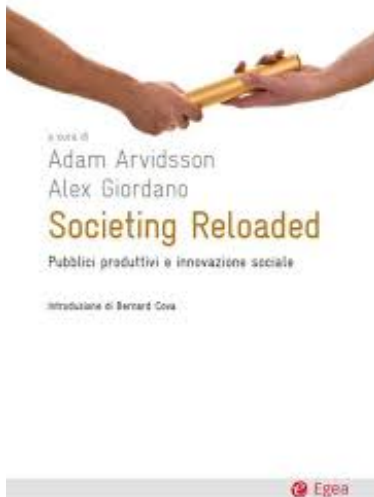


## “Societing reloaded. Pubblici produttivi e innovazione sociale” - Alex Giordano e Adam Arvidsson



«La crisi economica che ha travolto non solo l'Italia ma il mondo intero e ha evidenziato la necessità di delineare una nuova filosofia d'impresa capace di capitalizzare le risorse e dare una nuova direzione», questo è quanto affermano Adam Arvidsson e Alex Giordano nel loro libro Societing Reloaded. Pubblici produttivi e innovazione sociale.

E' ormai sempre più evidente che, per sopravvivere, il sistema deve cambiare radicalmente in quanto manca nuovo modello organizzativo: una nuova filosofia d'impresa capace di capitalizzare le risorse e dar loro una nuova direzione. Il processo produttivo si svolge sempre di più al di fuori delle mura della fabbrica, coinvolgendo consumatori, risorse comuni

come l'open source software, comunità di innovazione a cui appartengono esperti amatori, fornitori e anche competitor, e i membri del nuovo pubblico della Rete, che crea reputazione e nuove forme di brand. In modo alquanto profetico già più di un decennio fa, Bernard Cova e Gianpaolo Fabris avevano affermato che il marketing in senso moderno – quello della vendita di massa – è cosa passata. Arvidsson e Giordano sostengono che i consumatori stanno diventando sempre più produttivi e trasformando i beni di consumo in una sorta di mezzi di produzione. La realtà tuttavia è ancor più radicale: il Societing deve ricaricarsi (Reloaded) di nuovi significati e indagare nel presente le basi concrete per uscire da una crisi che non ha futuro.