



## **Il “Road Show Sicurezza Strutturale”, un progetto etico tra ISO 26000 e Innovazione di Valore.**

**Taranto 7 luglio 2011**

**Ing. Stefano Cucurachi**



**Il Road Show è una iniziativa etica (un patto di gratuità impostato in logica CSR) per sviluppare una serie di seminari monotematici svolti da partner stabili in 10 città italiane.**

# Come nasce il ROAD SHOW



Italia

**Strategie Aggregate**



**Marketing 3.0**



**ISO 26000 e CSR**



**Value Innovation**





**I clienti scelgono prodotti e servizi su base razionale per il 30% e con approcci emotivi per il 70%.**

**A parità di caratteristiche del prodotto i clienti **scelgono** quindi emotivamente, e con il cuore, **in base ai propri valori.****

## I clienti scelgono i valori



Italia



**I clienti cercano nella scelta aziende che rispecchiano i propri valori.**

**E' il superamento della soddisfazione del cliente per mezzo del prodotto e diviene importante che **il cliente comprenda ed apprezzi i valori aziendali.****



**Le aziende che hanno valori coerenti con quelli dei clienti e che li coniugano e comunicano sono preferite dai clienti.**

**Nasce il Marketing Valoriale** definito da Kotler “Marketing 3.0”: le aziende **coniugano e comunicano i propri valori**

[“Marketing 3.0 Dal prodotto al cliente all'anima” [Kotler Philip - Katajaya Hermawan - Setiawan Iwan](#) [IL SOLE 24 ORE](#) 05/2010]



**I valori possono essere universali (ONU Millennium GOAL) o specifici (legati ad un target di clienti).**

**Nel 2011 viene pubblicata una norma che vuole guidare le aziende per declinare i propri valori: **ISO 26000**.**



Tra i valori universali la ISO 26000  
indica **LA SICUREZZA E LA  
SALUTE SUL LAVORO**

**Essa è stata scelta come fondamento  
valoriale dal pool di partner del Road  
Show Sicurezza Strutturale.**





La “value innovation” è l'**INNOVAZIONE DEL VALORE** di un prodotto o servizio legata alla percezione del cliente.

La caratteristica innovativa lo rende spesso unico e non confrontabile con quelli della concorrenza.

[Strategia oceano blu. Vincere senza competere” [Kim W. Chan](#); [Mauborgne Renée](#) ETAS]



## Value Innovation e principio della “**Internalizzazione delle Esternalità**”

[Christopher Mayer e Julia Kirby (Harvard Business Review) Harvard Business Review e Teorema di Ronald Coase].

**Le esternalità sono componenti esterne al prodotto o servizio che il cliente è costretto a “reperire a propria cura”.**



**Internalizzare le Esternalità** significa per una azienda:

- 1. individuare le esternalità che molti dei suoi clienti sostengono**
- 2. decidere di farsene carico includendo nel prodotto/servizio la esternalità.**



Individuando una **componente di prodotto o servizio comune a più organizzazioni** si può decidere di farne un **elemento aggregante** per trasferire value innovation.

Quindi le aziende possono agire in gruppo e non da sole.



**La modalità di azione in gruppo, su un target di aziende comuni è sviluppare “**strategie aggregate**” [Hagel III, Brown, Davison, Business Harvard Review Gennaio 2010].**

**Essa permette di ridurre molto gli investimenti specifici ed essere utile ad un numero considerevole di clienti.**



**La erogazione di informazione normativa, tecnica e gestionale sulla sicurezza sul lavoro relativa alle strutture aziendali (impianti, macchine ed attrezzature di lavoro) è la value innovation comune scelta dal pool di aziende del Road Show.**



Ad **aprile 2011** è intervenuta (nunc) l'emanazione di un **decreto** che ha **liberalizzato** lo svolgimento delle **verifiche periodiche** su impianti a pressione ed attrezzature di lavoro (hic).

Il decreto ha invertito l'onere della responsabilità



Italia



**Il decreto ha soprattutto invertito l'onere della responsabilità dello svolgimento delle verifiche sul datore di lavoro rispetto all'organo di controllo.**

**Il datore di lavoro ed i RSPP hanno quindi bisogno di essere informati.**



## Il Road Show soddisfa il bisogno di informazione



Italia



**Il pool di aziende hanno ideato il Road Show per **soddisfare questo bisogno di informazione.****

**Il Road Show è quindi etico, utile ai clienti, gratuito, innovativo nella modalità di aggregazione, **costruito con approcci di ISO 26000.****



Italia

## **TUV Italia**

(Organismo di ispezione, certificazione, assistenza industriale del gruppo TUV SUD con 16000 dipendenti e 600 sedi)



## **TIGER VAC**

(Multinazionale canadese specialista nelle tecnologie di protezione degli ambienti di lavoro a rischio ATEX)



## **TYCO\_VALVES**

(Multinazionale statunitense specialista nelle tecnologie di sicurezza degli impianti a pressione)



## **UNPISI**

**Associazione nazionale riconosciuta dei Tecnici della Prevenzione (ASL)**



## **USI**

**Associazione per la sicurezza sul lavoro costituita da 1200 tra imprese, organismi di ispezione, professionisti**



## **ANIMP**

**Associazione di 300 Main Contractor, fornitori di Servizi di Ingegneria agli End User, aziende fornitrici di Apparecchiature e di Componenti**



## **IPMAccademy**

**3000 professionisti e progettisti di azienda dediti al Project Management**



## **SOLE24ORE**

**Gruppo Editoriale leader in Italia per la divulgazione della Sicurezza e la salute dei luoghi di lavoro nonché emanazione di Confindustria**



**10 città**

**Taranto 7 luglio 2011**

<b>Torino</b>	<b>settembre</b>
<b>Venezia</b>	<b>ottobre</b>
<b>Bologna</b>	<b>ottobre</b>
<b>Ancona</b>	<b>ottobre</b>
<b>Roma</b>	<b>novembre</b>
<b>Napoli</b>	<b>novembre</b>
<b>Cagliari</b>	<b>novembre</b>
<b>Siracusa</b>	<b>novembre</b>
<b>Milano</b>	<b>dicembre</b>

## Il Road Show soddisfa il bisogno di informazione



Italia



**Gli atti del Road Show saranno pubblicati a cura del **SOLE24ORE** in un manuale di tecniche specifiche alla sicurezza strutturale e buone prassi.**

**Il manuale vuole costituire la guida per gli addetti ai lavori ed essere ulteriore strumento di trasferimento del valore.**