

<http://www.tomshw.it/cont/articolo/social-business-forum-2013-be-happy/47120/1.html>

Social Business Forum 2013: "Be Happy"

di Gaetano Di Blasio, 27 giugno, 2013 12:40

Aprire mente e business ridefinendo le modalità lavorative. Messaggi positivi all'evento dedicato all'impresa del futuro che ha avuto un grande successo con 2000 iscritti.

1. Social Business Forum 2013: "Be Happy"

Un indiscutibile successo per l'edizione 2013 del Social Business Forum tenutasi a Milano il 12 e 13 giugno, caratterizzata dal motto: 'Redesign your Business: Be Happy!'

Successo raccontato dai numeri: 2000 iscritti, 400 aziende e 60 [speaker](#) internazionali. Rappresentanti di imprese provenienti da ogni continente e da 20 Paesi (tra cui Italia, Stati Uniti, Canada, Australia, India, Regno Unito, Georgia, Colombia, Nigeria).

Offerte di oggi:

Samsung Tablet Galaxy Tab 2 Display 1...	249 €
Acer Iconia B1 17,8 cm (7 Pollici) Ta...	109 €
BWC Valore 7 - V4.1 - Bottiglie e legge...	57 €
Google Android 4.0 Tablet OS 7" touch...	64 €

L'evento è stato ancora una volta organizzato dalla società di consulenza OpenKnowledge, i cui dirigenti hanno dovuto inaugurare una nuova location per ospitare i tanti partecipanti (25% in più rispetto al 2012), confermando la bontà dell'intuizione che li portò a promuovere il social business con la prima edizione del Forum nel 2008: una filosofia lavorativa, prima che una metodologia operativa.



Rosario Sica ed Emanuele Scotti, CEO e co-founder di OpenKnowledge, hanno aperto la manifestazione con un intervento all'insegna dell'ottimismo, appunto 'Redesign your Business: Be Happy!', nel quale hanno posto l'attenzione sul fatto che la vera ricchezza delle imprese viene da dipendenti felici e coinvolti nel processo produttivo.

Un concetto che va oltre la meritocrazia e che, se viene applicato come l'interesse mostrato dai tanti partecipanti fa sperare, può realmente costituire una rivoluzione dopo l'involuzione cui abbiamo assistito sul fronte del lavoro e dei valori sociali in Italia.

Positivo anche il fatto che gli iscritti provenivano dai più disparati settori economici: Comunicazione, ICT, Consulting, Banking, Food & Beverage, Retail, Fashion, per citarne alcuni. Ma, come testimoniano anche le varie referenze di OpenKnowledge, gli ambiti di applicazione del Social Business non hanno confini, compreso il manifatturiero.

Come pure non esistono limiti agli ambiti funzionali in cui applicare strategie social: dal marketing alla communication, dall'IT alle risorse umane, dalle vendite alla gestione. Indirettamente lo dimostra la varietà di manager che hanno preso parte all'evento: a tal riguardo è bene sottolineare che la maggior parte delle sessioni erano a pagamento.