

THE SOCIAL BUSINESS CLUB®

Praktisk informasjon & påmelding

Tid: Onsdag 3. September kl. 13.00 – 17.30
Sted: SENTRALEN, Skippergata 22, 0154 Oslo

Påmelding:

www.amiando.com/sharedvalueminikonferanse

Priser:

Ikke-medlemmer: 950 kr
Basic Club medlemmer: 650 kr
Premium Club & BasisPlus medlemmer: inkludert i medlemskapet
Studenter & Start-ups: 250 kr

Priser er ekskl. MVA og inkl. kaffe, te og vann.

Minikonferansen er for deg som:

- Gjerne vil tiltrekke seg samfunnsengasjerte samarbeidspartnere
- Jobber med sosialt entreprenørskap eller forretningsdrevet samfunnsansvar
- Ønsker inspirasjon og konkrete ideer rundt verdiskapende partnerskap
- Har lyst å treffe andre med interesse for feltet
- Vurdere å bli medlem i The Social Business Club

The Social Business Club er et internasjonalt inspirasjonsnettverk for bedrifter og samfunnsinnovatører som jobber med eller har interesse for innovativ og bærekraftig forretningsutvikling som både skaper økonomisk og samfunnsmessig verdi.

Blir du medlem av The Social Business Club får du tilgang til et online nettverk med mer enn 1500 medlemmer. I Norge har vi mer enn 350 medlemmer. Basis medlemskap er gratis og du kan melde deg på her: www.thesocialbusinessclub.com

Minikonferanse:

Shared value partnerskap



– Slik får du samfunnsverdi og forretningsverdi til å gå hånd i hånd

Unilever gjør det, Tine og Live Arctic gjør det. 'Shared value' er det nye business mantra for både internasjonale og norske virksomheter – store som små. Men hvordan jobber du med verdiskapende partnerskap i praksis – på tvers av sektorer, verdikjeder og bransjer?

Dette vil du få noen konkrete svar på, når vi på vår minikonferanse stiller skarpt på hvordan du – uansett om du er sosial entreprenør, NGO, eller kommersiell bedrift – kan høste både samfunnsverdi og forretningsverdi gjennom shared value partnerskap.

Du møter blant annet den sosiale entreprenøren som i 2013 ble nominert som "folkets gründer" for samarbeidet med en

forskningsinstitusjon om utviklingen av en naturlig og ernæringsriktig energibar. Hele verdens miljøorganisasjon, som inngår nye og innovative samarbeid med norske og internasjonale virksomheter for å løse noen av verdens største klima og miljøutfordringer og den norske næringsmiddelprodusenten som fremmer helse og ernæring hos utsatte grupper gjennom nye partnerskapsmodeller for produktutvikling og medarbeiderinvolvering.

Underveis på minikonferansen vil det være rik mulighet for å nettværke og utveksle erfaringer om hvordan du og din virksomhet kan etablere nye allianser som skaper økonomisk og samfunnsmessig verdi.

Program



Fra CSR til CSV – et overblikk over 'Creating Shared Value'

Hva ligger i begrepet Shared Value? Hvilke former for partnerskap baner det veien for? Hvordan fungerer de i praksis? Hva er fallgruvene du bør være klar over? Og hvilke fordeler kan partene individuelt og kollektivt oppnå ved å jobbe sammen? En oversikt over globale trender og cases.

Tania Ellis, Internasjonalt anerkjent ekspert i bærekraftige forretnings-treender, The Social Business Company



Fra filantropi til strategisk allianse

Hos verdens største miljøorganisasjon WWF kan du som bedriftspartner ikke veksle penger mot verdier. Som bedriftspartner må du tørre å tenke langsiktig og aktivt bidra i arbeidet med å redusere verdens klimagassutslipp og tap av biologisk mangfold. Hva er filosofien bak de strategiske bedriftspartnerskap til WWF? Og hvilke resultater kan de vise til?

Nina Jensen, CEO, WWF Norge



Interessentinvolvering fra første dag, hvorfor og hvordan?

Interessentsamarbeid om alt fra produktutvikling, distribusjon og markedsføring har vært helt avgjørende for forretningsmodellen til Live Arctic. For hver solgte energibar doneres nemlig en ernæringspakke til et underernært barn. Hvordan samarbeider Live Arctic med sine interessenter – og hvilke fordeler gir det?

Andreas Friis, founder Live Arctic.



Verdipartnerskap som understøtter forretningen

I arbeidet for å fremme riktig ernæring hos utsatte grupper i befolkningen og oppnå en mer bærekraftig ressursutnyttelse har Tine dannet partnerskap med NGOer, kommuner, bedriftskunder, underleverandører og lokale produsenter. Hva er resultatene av Tines forretningsdrevne samfunnsengasjement? Og hvordan har de satt sine verdiskapende partnerskap i system?

Bjørn Malm, Leder for Samfunnsansvar, Tine SA.

Minikonferanse moderator: Kia Klavenes, Partner, The Social Business Company Norway