

# Indice

<b>Prefazione</b> , di <i>Stefano Rolando</i>	pag. 9
<b>1. Cittadino-cliente e civismo “applicato”</b>	» 13
1. Il cittadino-cliente	» 13
2. Il rapporto fra i cittadini e lo Stato	» 14
<b>2. Il civismo “applicato” come modello gestionale</b>	» 22
3. Excursus su alcuni contributi sul civismo	» 38
4. Civico, civismo e civile	» 44
<b>3. Il civismo e le imprese sociali civiche (ISC)</b>	» 48
1. Il civismo d’azienda e il rapporto con il capitale umano	» 55
<b>4. Tipi di imprese sociali civiche (ISC)</b>	» 60
1. A – Orientamento al profitto con valenza sociale a intensità variabile	» 60
2. B – Orientamento al sociale e al civismo con valenza economica a intensità variabile	» 68
<b>5. Il civismo “applicato” e il servizio civico</b>	» 78
1. Il servizio secondo il modello “civismo”	» 82
<b>6. Il marketing del civismo “applicato”</b>	» 89
1. Il processo di marketing “applicato” alle ISC	» 96
2. Tipologie di marketing sociale (civico)	» 108

<b>7. Civismo e volontariato come lavoro civico</b>	pag. 112
<b>Conclusioni</b>	» 119
<b>Spigolature di civismo</b>	» 123
1. Civismo inapplicato “finché non capita a te”	» 123
2. Il civismo e gli anziani al potere	» 124
3. Il civismo rivoluzionario: tracce della Rivoluzione francese e industriale	» 127
4. Il civismo scolastico	» 129
5. La borsa civica: il civismo azionario	» 132
<b>Bibliografia</b>	» 139