



Appendice

Social Statement e Set di Indicatori



Appendice

Social Statement e Set di Indicatori

- 1. Il Social Statement e Set di indicatori**
- 2. Elenco degli indicatori**
- 3. Scheda anagrafica per le imprese**
- 4. Schede indicatori**

Allegato A – Glossario

Allegato B - Elenco convenzioni ILO



1. Social Statement e Set di indicatori

Il **Social Statement** (SS) è uno strumento **volontario**, pensato in primo luogo per **guidare** le imprese nell'attività di rendicontazione delle proprie prestazioni sociali, standardizzando la modalità di rilevazione e presentazione delle informazioni e favorendo forme di confronto e valutazione dei risultati ottenuti.

Mediante la diffusione del Social Statement il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali mira ad accrescere il grado di consapevolezza delle imprese sulle tematiche sociali, ambientali e di sostenibilità, promuovendo la diffusione di una **cultura della responsabilità** all'interno del sistema industriale.

Il Social Statement vuole anche rispondere alle crescenti richieste informative che provengono da molteplici categorie di stakeholder sulle tematiche della Corporate Social Responsibility. La definizione di un strumento basato su un modello di rendicontazione chiaro e consolidato mira a garantire maggiore trasparenza nella comunicazione delle imprese, a tutela dei consumatori e a vantaggio di tutti i cittadini.

Il Social Statement vuole essere uno strumento **semplice, modulare e flessibile**, per consentire a tutte le imprese - indipendentemente dalla dimensione, dal settore di appartenenza, dalla natura giuridica, dall'esperienza nell'attività di *reporting*, ecc. - di aderire al sistema definito dal Governo.

In questo ambito, il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ha voluto dedicare un'attenzione particolare alle **piccole e medie imprese** (PMI), che costituiscono, come è noto, una componente fondamentale del sistema industriale italiano. Si è, dunque, voluto predisporre uno strumento che non vincoli questa categoria di attori, ma parta dalle loro esigenze offrendo nuove interessanti opportunità in chiave gestionale e competitiva.

Il Social Statement si basa sulla definizione di CSR data dalla Commissione Europea nel Libro Verde, pubblicato nel luglio 2001. Secondo questo approccio la Corporate Social Responsibility è "l'integrazione su base volontaria, da parte delle imprese, delle preoccupazioni sociali ed ecologiche nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate", ossia, in base alla definizione contenuta nel documento originale "a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis".

Sempre dalla definizione di CSR formulata nel Libro Verde si desume che essere socialmente responsabili implica **andare oltre il semplice rispetto della normativa** vigente, "investendo "di più" nel capitale umano, nell'ambiente e nei rapporti con le parti interessate".

Muovendo da questi presupposti e a seguito di un confronto con diverse categorie di stakeholder, il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ha messo a punto una proposta per orientare le imprese nella predisposizione del Social Statement.



La proposta si articola in due parti fondamentali:

- A. la **scheda anagrafica** dell'impresa;
- B. il **set indicatori**.

A. La scheda anagrafica dell'impresa

La **scheda anagrafica** ha l'obiettivo di mettere a fuoco le caratteristiche generali dell'impresa che decide di adottare il Social Statement.

Le principali informazioni richieste sono:

- nome;
- natura giuridica dell'organizzazione (SRL, SPA, Cooperativa ecc.);
- settore di attività (o settori in cui opera in prevalenza);
- fatturato;
- sede principale;
- sedi secondarie;
- principali mercati di riferimento;
- numero di dipendenti.

Nella scheda anagrafica, inoltre, devono essere riportate informazioni più specifiche, dirette a rilevare l'impegno dell'azienda nell'ambito della Corporate Social Responsibility. Si richiede, pertanto, alle imprese di segnalare l'adozione di strumenti quali Codici di Condotta, Sistemi di Gestione (ad esempio, sistemi di qualità, sistemi di gestione dell'ambiente e della sicurezza), certificazioni e *report* sociali, ambientali e di sostenibilità. Tali documenti potranno essere allegati al Social Statement per testimoniare l'impegno dell'impresa sulle tematiche in oggetto.

Il Social Statement, dunque, non si vuole sostituire ad iniziative pubbliche e/o private "riconosciute" sul tema della responsabilità sociale d'impresa, ma deve essere considerato un complemento a questi progetti. L'approccio indicato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali si propone se mai di valorizzare tali esperienze, con l'obiettivo finale di favorire maggiore trasparenza e chiarezza nell'informativa verso gli stakeholder.

B. Il set di indicatori

Il **set di indicatori** è il cuore del Social Statement.

Qualsiasi processo realizzato da un'organizzazione necessita di meccanismi e strumenti di misurazione efficaci ed efficienti. L'attività di misurazione serve per supportare i decisori nella definizione degli obiettivi strategici e tattici, permette di monitorare gli sforzi realizzati per raggiungere tali obiettivi, consente di valutare le performance ottenute e di confrontare tali prestazioni nel tempo e nello spazio.

Come è noto gli indicatori sono misure che, attraverso una semplificazione della realtà, hanno l'obiettivo di rilevare e/o di descrivere fenomeni complessi e di difficile rappresentazione bilanciando due esigenze divergenti: l'accuratezza scientifica e la capacità di sintesi.



Nel Progetto CSR-SC, il set di indicatori ha la specifica finalità di monitorare l'impegno e le attività realizzate dall'impresa in tema di CSR, supportando i processi decisionali e attuativi. A tale scopo, attraverso una serie di confronti con le parti interessate e dopo una fase di *pilot testing* sulle imprese si è giunti all'identificazione e alla selezione di una serie di indicatori.

Per ogni indicatore è stato condotto un esame puntuale. Sono stati analizzati e discussi elementi quali:

- ❑ la rilevanza rispetto alla nozione di CSR;
- ❑ la comprensibilità per le imprese;
- ❑ la producibilità delle informazioni funzionali alla determinazione dell'indicatore (ad esempio, eventuale materiale documentale);
- ❑ la modalità di rilevazione e misurazione;
- ❑ l'applicabilità rispetto alle diverse tipologie di imprese.

Nello schema finale i singoli indicatori sono organizzati in un *framework* articolato su tre livelli in cui si è privilegiato un approccio orientato agli stakeholder. Pertanto il piano dei conti del Social Statement si divide in:

- ❑ **categorie**: gruppi di stakeholder cui sono rivolti specifiche famiglie (*cluster*) di indicatori;
- ❑ **aspetti**, aree tematiche monitorate da gruppi di *performance indicator*, nell'ambito di una determinata categoria di stakeholder;
- ❑ **indicatori**, ovvero misure qualitative e quantitative che forniscono informazioni relative a uno specifico aspetto. Possono essere utilizzati per controllare e dimostrare le performance di un'organizzazione.

Gli indicatori possono essere **qualitativi** (ad esempio, laddove si richieda la descrizione di un progetto o di un'iniziativa realizzata dall'azienda) e **quantitativi** (nei casi in cui l'informazione richiesta debba essere espressa sotto forma numerica – percentuale, ratio, quoziente, dati economici o finanziari, ecc.).

Il set di indicatori è stato suddiviso in due categorie principali:

- ❑ **indicatori comuni (C)**, che devono essere utilizzati da tutte le imprese per la realizzazione del Social Statement (dalle PMI alle grandi aziende);
- ❑ **indicatori addizionali (A)**, che si possono applicare alle imprese di maggiore dimensione (a partire da 50 dipendenti) in base a specifici criteri, affiancando e integrando gli indicatori comuni.

Il set di indicatori e il Social Statement vogliono essere un'opportunità per guidare le imprese verso obiettivi di eccellenza nelle modalità di rendicontazione di CSR, favorendo il miglioramento continuo delle prestazioni aziendali in questo campo.

In questo senso, se alcuni degli **indicatori addizionali** indicati dovessero risultare **non applicabili** all'impresa per fattori legati alle sue caratteristiche strutturali e/o organizzative (dimensioni, settore di appartenenza, natura giuridica e assetto proprietario, complessità di rilevazione e/o misurazione delle informazioni richieste), le ragioni alla base dell'esclusione dovranno essere debitamente specificate e motivate dal management.



2. Elenco degli indicatori

Di seguito si riporta il **set completo di indicatori** individuati per il Progetto CSR-SC. Gli indicatori sono articolati in otto categorie, in base ai diversi gruppi di stakeholder:

1. Risorse Umane
2. Soci/Azionisti e Comunità Finanziaria
3. Clienti
4. Fornitori
5. Partner finanziari
6. Stato, Enti locali e Pubblica Amministrazione
7. Comunità
8. Ambiente



Elenco completo degli indicatori

Categorie, aspetti e indicatori		C/A	X	Y
1.	Risorse Umane			
1.1.	Composizione del personale			
1.1.1	Categorie	A		■
1.1.2	Età	A		■
1.1.3	Anzianità	A		■
1.1.4	Provenienza territoriale	A		■
1.1.5	Nazionalità	A		■
1.1.6	Tipologia contrattuale	A		■
1.1.7	Titolo di studio	A		■
1.2.	Turnover			
1.2.1	Politiche occupazionali	A	■	
1.2.2	Dipendenti e non dipendenti	A		■
1.2.3	Cessazioni (per tipologia)	A		■
1.3.	Pari opportunità			
1.3.1	Personale maschile e femminile (a livello di quadri e dirigenti)	A		■
1.3.2	Relazione tra salario maschile e femminile (per categoria e anzianità)	A		■
1.3.3	Politica verso le persone con disabilità e le minoranze in genere	C	■	■
1.4.	Formazione			
1.4.1	Progetti di formazione (tipologia)	A	■	
1.4.2	Ore di formazione per categoria (al netto della formazione obbligatoria per legge o per contratto)	C		■
1.4.3	Stage	A		■
1.5.	Orari di lavoro per categoria	A		■
1.6.	Modalità retributive			
1.6.1	Retribuzioni medie lorde	A		■
1.6.2	Percorsi di carriera	A	■	■
1.6.3	Sistemi di incentivazione	A	■	■
1.7.	Assenze			
1.7.1	Giornate di assenza	A		■
1.7.2	Causale			■
1.8.	Agevolazioni per i dipendenti	C	■	■
1.9.	Relazioni industriali			
1.9.1	Rispetto dei diritti di associazione e contrattazione collettiva	A	■	■
1.9.2	Percentuale di dipendenti iscritti al sindacato	A		■
1.9.3	Altro (ore di sciopero, partecipazione dei lavoratori al governo aziendale, ecc.)	A	■	■
1.10.	Comunicazione interna	A	■	
1.11.	Sicurezza e Salute sul luogo di lavoro			
1.11.1	Infortuni e malattie	C	■	■
1.11.2	Progetti	A	■	
1.12.	Soddisfazione del personale			
1.12.1	Ricerche di <i>customer satisfaction</i> rivolte all'interno	A	■	■
1.12.2	Progetti	A	■	
1.13.	Tutela dei diritti dei lavoratori	C	■	
1.13.1	Lavoro minorile	A	■	■
1.13.2	Lavoro forzato	A	■	
1.14.	Provvedimenti disciplinari e contenziosi	A		■

Legenda:

C = indicatori comuni; **A** = indicatori addizionali

X = indicatori qualitativi; **Y** = indicatori quantitativi



2.	Soci/Azionisti e Comunità finanziaria			
2.1.	Composizione del capitale sociale			
2.1.1.	Numero azionisti per tipologia di azioni	A		■
2.1.2.	Segmentazione soci per categoria	A	■	■
2.2.	Remunerazione degli azionisti/soci (rapporti e indicatori azionari)			
2.2.1.	Utile per azione	A		■
2.2.2.	Dividendi	A		■
2.2.3.	Prezzo/utile per azione	A		■
2.2.4.	Altro (ad esempio, ristorno, contributi obbligatori per fondi mutualistici)	A	■	■
2.3.	Andamento quotazioni	A		■
2.4.	Rating	A	■	■
2.5.	Partecipazione dei soci al governo e tutela delle minoranze	A		
2.5.1.	Presenza di consiglieri indipendenti nel CdA	A	■	■
2.5.2.	Presenza di soci di minoranza nel CdA	A	■	■
2.5.3.	Frequenza riunioni CdA	A	■	■
2.5.4.	Altro (ad esempio, adesione codici di autoregolamentazione)	A	■	
2.6.	Agevolazioni e servizi per i soci	A	■	
2.7.	Investor relation			
2.7.1.	Attività di comunicazione e rendicontazione	C	■	
2.7.2.	Presentazioni e documenti istituzionali	A	■	
2.7.3.	Roadshow	A	■	■
2.7.4.	Incontri <i>one to one</i>	A	■	■
2.7.5.	Sviluppo comunicazione via Internet	A	■	■
2.7.6.	Altro (ad esempio, giornate aperte)	A	■	■
3.	Clienti			
3.1.	Caratteristiche della clientela			
3.1.1.	Ripartizione dei clienti per categorie	A	■	■
3.1.2.	Ripartizioni dei clienti per tipologia di offerta	A	■	■
3.2.	Sviluppo del mercato			
3.2.1.	Nuovi clienti	A	■	■
3.2.2.	Nuovi prodotti/servizi	A	■	■
3.3.	Customer satisfaction e customer loyalty			
3.3.1.	Iniziative di <i>customer satisfaction</i> (ricerche, iniziative di misura e utilizzo, <i>call center</i> e gestione dei reclami)	A	■	■
3.3.2.	Iniziative di <i>customer loyalty</i>	A	■	■
3.4.	Informazioni ed etichettature di prodotto/servizio (sicurezza, LCA, iniziative volontarie)	C	■	■
3.5.	Prodotti/servizi a connotazione etico-ambientale (ad esempio ad alta utilità sociale)	A	■	■
3.6.	Politiche promozionali (rispetto codici di autodisciplina)	A	■	■
3.7.	Tutela della Privacy	A	■	■

Legenda:

C = indicatori comuni; A = indicatori addizionali

X = indicatori qualitativi; Y = indicatori quantitativi



4.	Fornitori			
4.1.	Politica di gestione dei fornitori	C	■	■
4.1.1.	Ripartizione dei fornitori per categoria	A	■	■
4.1.2.	Selezione dei fornitori	A	■	■
4.1.3.	Comunicazione, sensibilizzazione e informazione	A	■	■
4.2.	Condizioni negoziali	C	■	■
5.	Partner finanziari			
5.1.	Rapporti con le banche	A	■	
5.2.	Rapporti con le compagnie assicurative	A	■	
5.3.	Rapporti con società di servizi finanziari (ad esempio società di leasing)	A	■	
6.	Stato, Enti locali e Pubblica Amministrazione			
6.1.	Imposte, tributi e tasse	A	■	■
6.2.	Rapporti con gli enti locali	A	■	
6.3.	Norme e codici etici per il rispetto della legge			
6.3.1.	Norme e codici per il rispetto della legge e sistemi di auditing interno	C	■	
6.3.2.	Verifiche di conformità e controlli ispettivi	A	■	■
6.4.	Contributi, agevolazioni o finanziamenti agevolati	A	■	■
7.	Comunità			
7.1.	Corporate giving	C	■	■
7.2.	Apporti diretti nei diversi ambiti di intervento			
7.2.1.	Istruzione e formazione	C	■	■
7.2.2.	Cultura	C	■	■
7.2.3.	Sport	C	■	■
7.2.4.	Ricerca e innovazione	C	■	■
7.2.5.	Solidarietà sociale (anche internazionale)	C	■	■
7.2.6.	Altro (ad esempio, volontariato, posti asilo per la comunità)	C	■	■
7.3.	Comunicazione e coinvolgimento della comunità (stakeholder engagement)	C	■	
7.4.	Relazioni con i mezzi di comunicazione	A	■	■
7.5.	Comunità virtuale			
7.5.1.	Contatti (caratteristiche ed analisi)	A	■	■
7.5.2.	Security	A	■	
7.5.3.	Strumenti di gestione delle relazioni	A	■	■
7.6.	Prevenzione della corruzione	C	■	
8.	Ambiente			
8.1.	Consumi di energia, materiali ed emissioni	C	■	■
8.1.1.	Energia	A	■	■
8.1.2.	Acqua	A	■	■
8.1.3.	Materie prime, materiali ausiliari e imballaggi	A	■	■
8.1.4.	Emissioni in atmosfera	A	■	■
8.1.5.	Scarichi idrici	A	■	■
8.1.6.	Rifiuti	A	■	■
8.2.	Strategia ambientale e relazioni con la comunità	A	■	■

Legenda:

C = indicatori comuni; **A** = indicatori addizionali

X = indicatori qualitativi; **Y** = indicatori quantitativi



3. Scheda Anagrafica

SCHEDA ANAGRAFICA PER LE IMPRESE

Informazioni generali

Nome

Tipo (SRL, SPA, Cooperative, ecc.)

Settore di attività

Descrizione

Codice ISTAT

Fatturato

Sede principale

Sedi secondarie e altri siti produttivi

(segnalare anche eventuali localizzazioni fuori dal territorio nazionale)

Composizione societaria (specificare semplicemente l'assetto proprietario: proprietario unico, azionariato diffuso, se compartecipata, se partecipante in altre aziende, ecc.)

Principali mercati di riferimento (descrivere, specificando se i prodotti/servizi sono destinati al consumatore finale e in che misura i prodotti sono destinati all'esportazione)

N. di dipendenti sito/sede principale

Età media

Numero di dipendenti altri siti/sedi



4. Schede indicatori

Per ogni indicatore è stata predisposta una scheda esplicativa diretta a facilitare l'applicazione e a guidare la modalità di rendicontazione secondo il modello di seguito riportato.

La scheda contiene:

- Codice progressivo e nome dell'indicatore;
- Indicazione sulla rilevanza per le imprese (indicatore comune o indicatore addizionale);
- Natura qualitativa o quantitativa delle informazioni richieste;
- Commento esplicativo;
- Modalità di misurazione suggerite;
- Documentazione di supporto richiesta o suggerita.

Esempio di scheda

Indicatore	Codice progressivo e nome		
Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	Descrizione dell'indicatore e delle finalità che si propone di raggiungere		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Descrizione delle procedure da seguire per la determinazione dell'indicatore e delle modalità con cui deve essere effettuata la misurazione (integrate, dove ritenuto opportuno, da esempi)		
Documentazione di supporto	Indicazione della documentazione che deve essere allegata (o che si suggerisce di allegare) a supporto/garanzia delle informazioni presentate		

Per quanto concerne l'orizzonte temporale di riferimento, potrebbe essere utile raccogliere dati e informazioni e quantificare/costruire i differenti indicatori su un arco triennale. Ciò consentirebbe di effettuare valutazioni più significative sull'evoluzione del comportamento dell'impresa e sulle azioni effettivamente condotte nel campo della CSR, favorendo un migliore apprezzamento delle performance ottenute (si pensi, ad esempio, a investimenti aventi una valenza pluriennale, che potrebbero non essere correttamente apprezzati e valorizzati da rilevazioni estese a un unico anno).



Categorie	1. Risorse Umane
Aspetti	1.1. Composizione del personale
Indicatore	1.1.1. Categorie 1.1.2. Età 1.1.3. Anzianità 1.1.4. Provenienza territoriale 1.1.5. Nazionalità 1.1.6. Tipologia contrattuale 1.1.7. Titolo di studio

	Rilevanza A	Qualitativi	Quantitativi Sì
Commento esplicativo	L'indicatore mira ad ottenere un quadro numerico che descriva la realtà aziendale e permetta di inquadrarla nella situazione locale.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Percentuale di dipendenti (sul totale) per categoria, provenienza territoriale (regione o comune a seconda delle dimensioni aziendali e del contesto sociale), nazionalità, titolo di studio. Età ed anzianità aziendale media dei dipendenti (ove possibile divisi per categoria). Indicazione del/dei CCNL applicato/i al personale (nel caso di più contratti collettivi nazionali di lavoro applicati indicare la ripartizione del personale tra gli stessi e le motivazioni di tale scelta).		
Documentazione di supporto	Tabelle e grafici. Copia del/dei CCNL applicato/i, copia degli eventuali documenti di contrattazione integrativa.		

Aspetti	1.2. Turnover
Indicatore	1.2.1. Politiche occupazionali

	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi
Commento esplicativo	L'indicatore mira a conoscere le politiche occupazionali adottate dall'impresa		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Descrizione delle politiche occupazionali adottate dall'impresa (assunzione, avanzamento, fidelizzazione del dipendente, ecc.)		
Documentazione di supporto	Copia del documento contenente la politica aziendale in materia di occupazione (se e quando questa è formalmente esplicitata)		



Indicatore	1.2.2. Dipendenti e non dipendenti
-------------------	---

	Rilevanza A	Qualitativi	Quantitativi Sì
Commento esplicativo	L'indicatore mira a quantificare la percentuale di personale non dipendente operante per l'azienda.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Indicare il numero di lavoratori non dipendenti utilizzati dall'Impresa divisi per categorie (ad esempio: Liberi professionisti, Co.Co.Co., Lavoratori Interinali, altre figure di lavoro recentemente introdotte). Indicare in percentuale il numero di dipendenti ed il numero di non dipendenti sul totale del personale impiegato.		
Documentazione di supporto	Tabelle riassuntive e grafici. Descrizione delle attività per le quali si fa più frequentemente uso a personale non dipendente.		

Indicatore	1.2.3. Cessazioni (per tipologia)
-------------------	--

	Rilevanza A	Qualitativi	Quantitativi Sì
Commento esplicativo	Lo scopo dell'indicatore è identificare le modalità più frequenti di cessazione del rapporto di lavoro		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Numero delle cessazioni del rapporto di lavoro per ciascuno degli ultimi tre anni su numero medio dipendenti in forza per ciascun anno. Cessazioni del rapporto di lavoro divise per tipologia (licenziamenti, dimissioni, pensionamenti, ecc.)		
Documentazione di supporto	Descrizione di eventuali situazioni particolari venute in essere negli ultimi tre anni (ad esempio, : cassintegrazione, mobilità, pre-pensionamenti, riduzioni di personale, ecc.) e relative modalità di attuazione.		



Aspetti	1.3. Pari opportunità
Indicatore	1.3.1. Personale maschile e femminile (a livello di Quadri e Dirigenti)

	Rilevanza A	Qualitativi	Quantitativi Sì
Commento esplicativo	L'indicatore mira a determinare il livello di applicazione all'interno dell'azienda di una politica di pari opportunità tra uomini e donne		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Percentuale di uomini e donne per le categorie Quadri e Dirigenti.		
Documentazione di supporto	Indicazione delle mansioni affidate alle donne operanti in azienda a livello dirigenziale o di quadro.		

Indicatore	1.3.2. Relazione tra salario maschile e femminile (per categoria e anzianità)
-------------------	--

	Rilevanza A	Qualitativi	Quantitativi Sì
Commento esplicativo	L'indicatore mira a chiarire la corretta applicazione della politica delle pari opportunità, mettendo in relazione retribuzioni medie del personale femminile e maschile.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Retribuzione media annua lorda dei quadri e dei dirigenti, retribuzione media annua lorda dei quadri e dei dirigenti di sesso maschile, retribuzione media annua lorda dei quadri e dei dirigenti di sesso femminile degli ultimi tre anni. Tali dati andranno inoltre suddivisi, ove possibile, per fasce di anzianità.		
Documentazione di supporto	Rilevazione dei risultati raggiunti mediante tabelle, grafici, diagrammi.		



Indicatore	1.3.3. Politica verso le persone con disabilità e le minoranze in genere
-------------------	---

	Rilevanza C	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
Commento esplicativo	<p>L'indicatore è ampio Comprende tutti gli aspetti legati alla disabilità e alla tutela delle minoranze, sia con riferimento agli aspetti interni (dipendenti, collaboratori esterni, <i>outsourcing</i>), sia strutturali e logistici (ad esempio, eliminazione di barriere architettoniche)</p> <p><i>Per una definizione di disabilità e di minoranze si veda il Glossario</i></p>		
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p>Numero di iniziative e descrizione sintetica delle stesse Costi sostenuti totali Costi sostenuti su Valore Aggiunto (VA) Lavoratori (dipendenti e non) disabili o appartenenti a minoranze su totale risorse umane impiegate (dato percentuale e valore assoluto)</p> <p><i>Per una definizione di lavoratore dipendente, assimilato, collaboratore si veda il Glossario</i></p> <p><i>Per la definizione di Valore Aggiunto (VA) si veda il Glossario</i></p>		
Documentazione di supporto	<p>Descrizione delle azioni sviluppate a favore delle persone con disabilità e delle minoranze e degli investimenti effettuati <i>Copia Prospetto Riepilogativo del personale appartenente alle Categorie Protette inviato annualmente alla Provincia</i> Mansionario o prospetto riassuntivo delle mansioni assegnate</p> <p><i>Richiamare eventuali certificazioni allegate (si veda Scheda Anagrafica)</i></p>		

Aspetti	1.4. Formazione
----------------	------------------------

Indicatore	1.4.1. Progetti di formazione (tipologia)
-------------------	--

	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi
Commento esplicativo	<p>L'indicatore punta a delineare gli interventi formativi (escluso la formazione obbligatoria per legge e per contratto) dell'azienda volti allo sviluppo delle professionalità individuali del personale e alla crescita dell'azienda stessa, senza discriminazione di genere (categoria, sesso, ecc.).</p>		
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p>Descrizioni dei progetti in corso con indicazione del numero di dipendenti coinvolti e, per quelli conclusi, con indicazione dei risultati ottenuti. Indicazione per ogni progetto degli eventuali finanziamenti o agevolazione ottenute.</p>		
Documentazione di supporto	<p>Piani di formazione, progetti di formazione utilizzati per ottenere finanziamenti.</p> <p><i>Per una definizione di formazione si veda il Glossario.</i></p>		



Indicatore	1.4.2. Ore di formazione per categoria (al netto della formazione obbligatoria per legge o per contratto)
-------------------	--

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	C		Si
	<p>L'indicatore punta a monitorare gli investimenti formativi (escluso la formazione obbligatoria per legge e per contratto) dell'azienda volti allo sviluppo delle professionalità individuali del personale e alla crescita dell'azienda stessa, senza discriminazione di genere (categoria, sesso, ecc.)</p> <p><i>Per una definizione di formazione, lavoratore dipendente, assimilato, collaboratore si veda il Glossario.</i></p>		
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p>Ore/addetto (suddivise per sesso)</p> <p>Esempio di calcolo Ore formazione (interna + esterna) – ore di formazione obbligatoria da contratto/numero dipendenti e assimilati</p> <p>Costi sostenuti per corsi esterni su VA</p>		
Documentazione di supporto	<p>Raccolta di documenti informativi attestanti l'erogazione e la frequenza di corsi di formazione (Attestati, Registri e/o Piani di formazione)</p>		

Indicatore	1.4.3. Stage
-------------------	---------------------

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A		Si
	<p>L'indicatore punta a monitorare la disponibilità dell'Azienda ad ospitare personale in stage ed a valutare l'efficacia di questo strumento formativo</p>		
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p>Numero di soggetti in stage ospitati in un anno. Percentuale di persone assunte nell'anno sul totale di quelle partecipanti a stage. Lavoratori provenienti da programmi di stage (svoltisi negli ultimi tre anni presso l'Azienda) ripartiti per tipologia di contratto (formazione lavoro, tempo determinato ecc.)</p>		
Documentazione di supporto	<p>Progetti di stage, accordi con università ed istituti di formazione.</p>		



Aspetti	1.5. Orari di lavoro per categoria
----------------	---

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A		Si
	L'indicatore mira a conoscere gli orari di lavoro applicati in Azienda		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Orario di lavoro per ciascuna categoria. Ore medie di straordinario settimanale, pro capite, per ciascuna categoria Ore medie di straordinario pro capite per categoria nella settimana di maggior attività		
Documentazione di supporto	Tabelle e grafici		

Aspetti	1.6. Modalità retributive
Indicatore	1.6.1. Retribuzioni medie lorde

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A		Si
	L'indicatore mira a determinare i livelli retributivi applicati dall'Azienda		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Retribuzione media annua lorda per ciascuna categoria		
Documentazione di supporto	Retribuzione annua lorda minima per ciascuna categoria prevista dal vigente CCNL applicato.		



Indicatore	1.6.2. Percorsi di carriera		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
	L'indicatore mira a determinare le politiche dell'Azienda in materia di avanzamenti e possibilità di carriera		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Descrizione delle politiche in materia di avanzamenti, opportunità di carriera, modalità e criteri di valutazione del personale Numero di avanzamenti di Livello nell'ultimo anno. Numero di passaggi di categoria (ad esempio, : da quadro a dirigente, da impiegato a quadro, ecc.) nell'ultimo anno. Numero di Dirigenti provenienti da percorsi di carriera interni all'azienda.		
Documentazione di supporto	Documento contenente in forma esplicita, ove presente, la politica in materia di avanzamenti adottata dall'Azienda. Documento ove sono formalizzate le modalità di avanzamento del personale (responsabilità, tempi, soggetti proponenti, soggetti chiamati ad esprimere un proprio giudizio, ecc.)		

Indicatore	1.6.3. Sistemi di incentivazione		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
	L'indicatore mira a determinare le modalità di incentivazione adottate dall'Azienda		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Descrizione delle modalità di incentivazione adottate. Numero di dipendenti che hanno usufruito nell'ultimo anno degli strumenti di incentivazione. Valore medio pro capite degli incentivi somministrati.		
Documentazione di supporto	Rilevazione dei risultati raggiunti mediante tabelle, grafici, diagrammi.		



Aspetti	1.7. Assenze
Indicatore	1.7.1. Giornate di assenza 1.7.2. Causale

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A		Si
	L'indicatore mira a determinare la frequenza delle assenze del personale e le causali più comuni.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Numero di ore di assenza totali in un anno. Numero di ore di assenza medie pro capite in un anno. Causali di assenza in percentuale (malattia, permesso sindacale, ferie, recupero compensativo, visite mediche, permessi retribuiti, permessi non retribuiti, ecc.)		
Documentazione di supporto	Rilevazione dei risultati raggiunti mediante tabelle, grafici, diagrammi.		

Aspetti	1.8. Agevolazioni per i dipendenti
----------------	---

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	C	Si	Si
	L'indicatore vuole definire forme di intervento interne volte a migliorare il clima aziendale e la qualità della vita per i dipendenti (e i relativi nuclei famigliari) Esclusi i fringe benefit (ad esempio, buoni pasto, auto aziendale, cellulare) Esempi: asilo interno all'azienda per i dipendenti, flessibilità di orario, consulenza fiscale, disponibilità di alloggi per i dipendenti (ad esempio, nelle vicinanze dei siti produttivi), ecc. <i>Per una definizione di fringe benefit si veda il Glossario</i>		
Modalità di misurazione dell'indicatore	N. iniziative Costi sostenuti su VA N. di dipendenti interessati su totale		
Documentazione di supporto	Breve descrizione delle iniziative realizzate		



Aspetti	1.9. Relazioni industriali
Indicatore	1.9.1. Rispetto dei diritti di associazione e contrattazione collettiva

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	Sì
	<p>Obiettivo dell'indicatore è fornire un quadro delle politiche aziendali volte a garantire il rispetto delle convenzioni ILO su questa materia. Più in dettaglio, l'indicatore si propone di identificare le azioni poste in essere dall'Azienda, relativamente alle proprie strutture all'estero.</p>		
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p>Descrizione delle azioni intraprese dell'Azienda sul tema, con particolare attenzione alle proprie strutture estere</p> <p>Descrizione delle politiche e delle attività realizzate con riferimento alle convenzioni ILO sul rispetto dei diritti di associazione (libertà sindacale) e contrattazione collettiva non recepite dalle normative locali cogenti</p>		
Documentazione di supporto	<p>Copie di accordi siglati all'estero con Organismi ed Organizzazioni.</p> <p><i>Richiamare eventuali certificazioni allegate (si veda Scheda Anagrafica)</i></p>		

Indicatore	1.9.2. Percentuale di dipendenti iscritti al sindacato
-------------------	---

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A		Sì
	<p>L'indicatore mira a determinare il livello di sindacalizzazione presente nell'Azienda</p>		
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p>Numero di dipendenti iscritti al sindacato su numero di dipendenti totali</p>		
Documentazione di supporto	<p>Rilevazione dei risultati raggiunti mediante tabelle, grafici, diagrammi.</p>		



Indicatore	1.9.3. Altro (ore di sciopero, partecipazione dei lavoratori al governo aziendale, ecc.)
-------------------	---

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	Sì
	L'indicatore mira a delineare il livello di interazione esistente tra Azienda e sindacati		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Descrizione delle iniziative in corso promosse dall'Azienda o dalle Rappresentanze Sindacali. Ore di sciopero annue e percentuale di dipendenti aderenti agli scioperi indetti.		
Documentazione di supporto	Rilevazione dei risultati raggiunti mediante tabelle, grafici, diagrammi.		

Aspetti	1.10. Comunicazione interna
----------------	------------------------------------

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	
	L'indicatore vuole delineare le forme di comunicazione interna messe in atto dall'azienda (giornalini aziendali, newsletter, intranet, strumenti di comunicazione informale messi a disposizione dei lavoratori per far pervenire propri commenti al vertice aziendale, ecc.)		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Breve descrizione delle iniziative realizzate con informazioni, ove disponibili, sul livello di utilizzo e di gradimento da parte dei lavoratori		
Documentazione di supporto	Esempi degli strumenti adottati (massimo uno per tipo)		



Aspetti	1.11. Sicurezza e Salute sul luogo di lavoro
Indicatore	1.11.1. Infortuni e malattie

	Rilevanza C	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
Commento esplicativo	L'indicatore punta a verificare l'impegno dell'azienda nel minimizzare il rischio per la Sicurezza e la Salute dei lavoratori		
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p>Calcolo dell'Indice di frequenza e di Gravità (vedi INAIL) (<i>benchmarking</i> di settore fondato su statistiche INAIL opportunamente considerate) Progetti realizzati</p> <p>Esempi: introduzione di un vero e proprio Sistema di Gestione della Salute e della Sicurezza sul Lavoro (SGSL), che, oltre a garantire il rispetto della normativa, consente all'intera organizzazione di migliorare le proprie performance nel tempo</p> <p><i>Per una definizione di Sistema di Gestione si veda il Glossario</i></p>		
Documentazione di supporto	<p>Descrizione dei progetti avviati al fine di ridurre gli infortuni, oltre a quanto realizzato per garantire la conformità rispetto alla normativa cogente (D. Lgs. 626/94 e D. Lgs. 242/96 e successive integrazioni/modifiche su igiene e sicurezza del lavoro, D. Lgs. 494/96, successivamente modificato dal D. Lgs. 528/99, riguardante la sicurezza nei cantieri temporanei o mobili)</p> <p><i>Richiamare eventuali certificazioni allegate (si veda Scheda Anagrafica)</i></p>		

Indicatore	1.11.2. Progetti
-------------------	-------------------------

	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi
Commento esplicativo	L'indicatore punta a descrivere l'impegno dell'azienda nel minimizzare il rischio per la Sicurezza e la Salute dei lavoratori		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Descrizione dei progetti avviati al fine di ridurre gli infortuni, oltre a quanto realizzato per garantire la conformità rispetto alla normativa cogente		
Documentazione di supporto	<i>Richiamare eventuali certificazioni allegate (si veda Scheda Anagrafica)</i>		



Aspetti	1.12. Soddisfazione del personale
Indicatore	1.12.1. Ricerche di customer satisfaction rivolte all'interno

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	Sì
	Lo scopo dell'indicatore è quello di rilevare le iniziative di controllo della soddisfazione del personale poste in essere dall'azienda.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Descrizione delle iniziative adottate. Percentuale di risposte ottenute sul totale dei dipendenti coinvolti in ciascuna iniziativa. Sintesi delle risultanze emerse		
Documentazione di supporto	Copia dei questionari utilizzati o del testo dei quesiti posti. <i>Richiamare eventuali certificazioni allegate (si veda Scheda Anagrafica)</i>		

Indicatore	1.12.2. Progetti
-------------------	-------------------------

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	
	L'indicatore punta descrivere l'impegno dell'Azienda nel massimizzare la soddisfazione del proprio personale		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Descrizione dei progetti avviati		
Documentazione di supporto	Rilevazione dei risultati raggiunti mediante tabelle, grafici, diagrammi.		



Aspetti	1.13. Tutela dei diritti dei lavoratori
----------------	--

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	C	Sì	
	Obiettivo dell'indicatore è fornire un quadro della struttura aziendale a livello internazionale per garantire il rispetto delle convenzioni ILO (Allegato B)		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Descrizione della localizzazione di unità produttive e commerciali all'estero possedute e/o partecipate dall'impresa (incluse forme di <i>Joint Venture</i>) Descrizione delle attività realizzate con riferimento alle convenzioni ILO non recepite dalle normative locali cogenti		
Documentazione di supporto	Descrizione delle politiche adottate per la tutela dei diritti dei lavoratori nei paesi di localizzazione delle unità produttive e commerciali <i>Richiamare eventuali certificazioni allegate (si veda Scheda Anagrafica)</i>		

Indicatore	1.13.1. Lavoro minorile
-------------------	--------------------------------

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	Sì
	Obiettivo dell'indicatore è fornire un quadro della struttura aziendale a livello internazionale per garantire il rispetto delle convenzioni ILO . Più in dettaglio, l'indicatore ha lo scopo di quantificare l'uso di personale minorenni. Si propone inoltre di identificare le azioni poste in essere dall'azienda, relativamente alle proprie strutture all'estero (produttive e commerciali), per controllare l'impiego dei minori in attività lavorative.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Numero di lavoratori minorenni impiegati divisi per età. Descrizione delle politiche e delle attività realizzate con riferimento alle convenzioni ILO sull'impiego di lavoro minorile non recepite dalle normative locali cogenti		
Documentazione di supporto	Copie di accordi siglati all'estero con Organismi ed Organizzazioni. <i>Richiamare eventuali certificazioni allegate (si veda Scheda Anagrafica)</i>		



Indicatore	1.13.2. Lavoro forzato
-------------------	-------------------------------

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	
	<p>Obiettivo dell'indicatore è fornire un quadro della struttura aziendale a livello internazionale per garantire il rispetto delle convenzioni ILO. Più in dettaglio, l'indicatore si propone di identificare le azioni poste in essere dall'Azienda, relativamente alle proprie strutture all'estero, per combattere l'impiego di lavoro forzato.</p> <p><i>Per una definizione di lavoro forzato si veda il Glossario (Allegato A)</i></p>		
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p>Descrizione delle azioni dell'Azienda, in tema di lavoro forzato, presso le proprie strutture estere</p> <p>Descrizione delle politiche e delle attività realizzate con riferimento alle convenzioni ILO sull'impiego di lavoro forzato non recepite dalle normative locali cogenti</p>		
Documentazione di supporto	<p>Copie di accordi siglati all'estero con Organismi ed Organizzazioni.</p> <p><i>Richiamare eventuali certificazioni allegate (si veda Scheda Anagrafica)</i></p>		

Aspetti	1.14. Provvedimenti disciplinari e contenziosi
----------------	---

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A		Sì
	<p>L'indicatore mira ad analizzare l'incidenza di provvedimenti disciplinari all'interno dell'azienda</p>		
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p>Numero di provvedimenti disciplinari adottati negli ultimi 3 anni, suddivisi per tipologia (richiamo scritto, multa, sospensione, ecc.)</p> <p>Numero di ricorsi verso tali provvedimenti e relativi esiti</p> <p>Numero di azioni portate dai dipendenti</p>		
Documentazione di supporto	<p>Codice disciplinare</p>		



Categorie	2. Soci/Azionisti e Comunità finanziaria
Aspetti	2.1. Composizione capitale sociale
Indicatore	2.1.1 Numero azionisti per tipologia di azioni

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A		Sì
	L'indicatore punta alla conoscenza e al monitoraggio della evoluzione nel tempo della proprietà aziendale		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Serie storica		
Documentazione di supporto	Situazione libro soci		

Aspetti	2.1.2. Segmentazione soci per categoria
----------------	--

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	Sì
	L'indicatore vuole mettere in risalto la partecipazione al capitale sociale da parte di imprese e persone fisiche		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Situazioni annuali (minimo 3 anni) della compagine associativa suddivisa per tipo di partecipante: tipo di imprese, loro controllo e ubicazione, area geografica di appartenenza delle persone fisiche, ecc.		
Documentazione di supporto	Libro soci Rendicontazione mediante tabelle, grafici, diagrammi.		



Aspetti	2.2. Remunerazione degli azionisti/soci (rapporti e indicatori azionari)
Indicatori	2.2.1. Utili per azione 2.2.2. Dividendi 2.2.3. Prezzo/utile per azione

Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi	Quantitativi Sì
	<input type="checkbox"/> Utile per azione <input type="checkbox"/> Dividendi <input type="checkbox"/> Prezzo/utile per azione Gli indicatori puntano ad analizzare i comportamenti e lo stato di salute delle aziende, fornendo indicazioni circa la loro capacità di creare e distribuire ricchezza nel tempo.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Serie storica minimo 3 anni.		
Documentazione di supporto	Quotazioni di borsa. Bilanci annuali.		

Aspetti	2.2.4. Altro (ad esempio, ristorno, contributi obbligatori per fondi mutualistici)
----------------	---

Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
	Indicatore ad uso di aziende cooperative Si tratta di un indicatore ampio, che dovrebbe ricomprendere tutte le modalità di remunerazione dei soci attuate dalla società cooperativa in coerenza con la logica mutualistica <i>Per una definizione di ristorno si veda il Glossario (Allegato A)</i>		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Risorse destinate ai soci su VA Presentazione delle differenti modalità di remunerazione dei soci Esempi: nella grande distribuzione alcune iniziative per i soci sono, oltre al ristorno, particolari promozioni, raccolte punti, ecc.		
Documentazione di supporto	Breve descrizione, in termini quantitativi e qualitativi, delle iniziative realizzate		



Aspetti	2.3. Andamento quotazioni
----------------	----------------------------------

	Rilevanza A	Qualitativi	Quantitativi Sì
Commento esplicativo	Nel caso di una società quotata in borsa, l'indicatore punta a percepire il livello di fiducia che gli investitori ripongono nell'impresa per il futuro.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Grafico dei lavori di chiusura mensili del titolo con indicazione del valore massimo e minimo di oscillazione e correlazione con l'indice mensile di chiusura della borsa di riferimento.		
Documentazione di supporto	Listini di borsa.		

Aspetti	2.4. Rating
----------------	--------------------

	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
Commento esplicativo	L'indicatore è correlato all'affidabilità dell'azienda come destinatario di investimenti. Rating elevati conferiti da un ente terzo indipendente sono indice di basso rischio per gli investitori che sono attratti a conferire crediti\capitali.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Andamento nel tempo (almeno 3 anni) del valore della scala di rating attribuiti secondo criteri predefiniti e pubblici.		
Documentazione di supporto	Elenchi dei soggetti inseriti nei rating. Elenchi pubblici.		



Aspetti	2.5. Partecipazione dei soci al governo e tutela delle minoranze
Indicatori	2.5.1. Presenza consiglieri indipendenti nel CdA

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	Sì
	L'indicatore tende a verificare il reale potere di controllo del consiglio rispetto alla componente che detiene deleghe operative/gestionali.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Numero dei consiglieri "indipendenti" rispetto al numero totale. Elenco dei poteri conferiti.		
Documentazione di supporto	Libri societari.		

Indicatori	2.5.2. Presenza di soci di minoranza nel CdA
-------------------	---

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	Sì
	L'indicatore intende far risaltare la tutela dei soci di minoranza attraverso una adeguata rappresentanza in CdA.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Numero dei consiglieri espressi dalle minoranze sul totale dei membri del CdA.		
Documentazione di supporto	Libri societari.		

Indicatori	2.5.3. Frequenza riunioni CdA
-------------------	--------------------------------------

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	Sì
	L'indicatore punta a monitorare la partecipazione reale dei soci alla conduzione aziendale.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Andamento del numero annuale di riunioni.		
Documentazione di supporto	Libri sociali, elenchi convocazioni CdA e relativi OdG.		



Indicatori	2.5.4. Altro (adesioni codici di autoregolamentazione)
-------------------	---

	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi
Commento esplicativo	L'indicatore mira a evidenziare forme di governance che favoriscono la partecipazione generale dei soci e la non discriminazione nei confronti di alcuno.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Iniziativa adottate, codici di autoregolamentazione, codici etici che tutelino le minoranze.		
Documentazione di supporto	Copie di codici. Verballi di consiglio. Descrivere le iniziative adottate.		

Aspetti	2.6. Agevolazioni e servizi per i soci
----------------	---

	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi
Commento esplicativo	L'indicatore mira a evidenziare i comportamenti di coinvolgimento della compagine associativa al di là della redditività dell' investimento e delle prospettive economiche (ad esempio, soci che sono anche clienti/collaboratori)		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Descrizione delle iniziative riservate ai soci (esempio, sconti, promozioni speciali, prodotti dedicati/riservati, ecc)		
Documentazione di supporto	Comunicazioni inviate ai destinatari. Decisioni del CDA.		



Aspetti	2.7. Investor relation
Indicatori	2.7.1. Attività di comunicazione e rendicontazione

	Rilevanza C	Qualitativi Sì	Quantitativi
Commento esplicativo	L'indicatore intende evidenziare l'attività di regolare informazione verso la categoria degli shareholder (soci/azionisti) e di raccolta di opinioni, suggerimenti, esigenze.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Descrizione del numero di iniziative annue effettuate e delle modalità di attuazione.		
Documentazione di supporto	Copia delle comunicazioni rilasciate, evidenza della raccolta di feedback.		

Indicatori	2.7.2. Presentazioni e documenti istituzionali
-------------------	---

	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi
Commento esplicativo	L'indicatore punta a controllare la regolare emissione d'informazioni importanti per gli investitori (bilanci, diffusione di notizie sui media, brochure, materiale pubblicitario. ecc..)		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Descrizione delle iniziative e loro frequenza (arco temporale 3 anni).		
Documentazione di supporto	Copie dei documenti.		

Indicatori	2.7.3. Roadshow
-------------------	------------------------

	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
Commento esplicativo	L'indicatore punta a verificare la comunicazione verso la categoria di stakeholder in modo da facilitare la loro presenza riducendone il disagio di spostamento.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Numero di iniziative, loro periodicità, coperture delle aree del territorio nazionale/internazionale.		
Documentazione di supporto	Evidenze delle sedi, degli incontri, materiale impiegato per l'occasione, numero dei partecipanti.		



Indicatori	2.7.4. Incontri one to one
-------------------	-----------------------------------

	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
Commento esplicativo	L'indicatore tende a rilevare la propensione dell'azienda a incontri dedicati agli investitori in modo da ricavarne un feedback diretto, ascoltarne le aspettative, risolvere problemi di insoddisfazione.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Numero di incontri\numero azionisti. Numero di incontri\soci.		
Documentazione di supporto	Rapporti\minute dei meetings. Verifiche da parte del management.		

Indicatori	2.7.5. Sviluppo comunicazione via Internet
-------------------	---

	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
Commento esplicativo	L'indicatore tende a misurare l'entità delle comunicazioni con gli investitori che avvengono per via web.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Descrizione delle iniziative del sito web aziendale e loro sviluppo nel tempo e aree dedicate ai soci e azionisti in cui riportare informazioni, andamenti economici, previsioni, raffronti con il budget preventivo.		
Documentazione di supporto	Logbook degli aggiornamenti del sito web.		



Indicatori	2.7.6. Altro (ad esempio, giornate aperte)
-------------------	---

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	Sì
	L'indicatore vuole evidenziare momenti di comunicazione dedicati ai soci e investitori che vengono posti a contratto in una o più giornate aperte ad altri stakeholder in modo da percepire aspettative, soddisfazione, preoccupazioni per rischi. <i>Per una definizione di stakeholder si veda il Glossario (Allegato A)</i>		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Numero di iniziative e loro descrizione.		
Documentazione di supporto	Rendiconti comunicati stampa, articoli, documenti distribuiti.		

Categorie	3. Clienti
Aspetti	3.1. Caratteristiche della clientela
Indicatore	3.1.1. Ripartizione dei clienti per categorie

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	Sì
	L'obiettivo di tale indicatore è quello di fornire un quadro più dettagliato sulla clientela dell'azienda, in modo tale da renderne più efficace ed efficiente la gestione ed individuare meglio le necessità e priorità. L'indicatore, pertanto, richiede un'analisi della clientela ed una suddivisione per categoria di appartenenza.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	N° clienti per categoria.		
Documentazione di supporto	<p>Prospetto della clientela ripartita per categoria (con particolare attenzione a clienti appartenenti ad un gruppo), comprensivo di ultima data di aggiornamento e periodicità di verifica/aggiornamento.</p> <p>Descrizione di un'eventuale presente procedura/modello gestionale/database della clientela.</p>		



Indicatore	3.1.2. Ripartizione dei clienti per tipologia di offerta
-------------------	---

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	Sì
	L'obiettivo di tale indicatore è quello di fornire indicazioni sulla gestione della clientela con lo scopo anche di individuare meglio le necessità/attese e priorità della stessa.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	N° clienti per tipologia di offerta.		
Documentazione di supporto	<p>Prospetto della clientela ripartita per tipologia di offerta, comprensivo di ultima data di aggiornamento e periodicità di verifica/aggiornamento.</p> <p>Presentazione di un'eventuale procedura di gestione dei clienti o di uno specifico archivio/data base clienti.</p>		

Aspetti	3.2. Sviluppo del mercato
----------------	----------------------------------

Indicatore	3.2.1. Nuovi clienti
-------------------	-----------------------------

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	Sì
	L'indicatore mira a completare il quadro della descrizione delle attività e mercato dell'azienda, richiedendo un'individuazione e descrizione di nuovi clienti acquisiti (nuovi nel mercato e/o appartenenti alla concorrenza), dando la possibilità/aiutando ad individuare nuove nicchie di mercato e pianificare strategie per incrementare attività già avviate e/o svilupparne nuove.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Rilevazione andamento "acquisizione nuovi clienti" con considerazioni e commenti.		
Documentazione di supporto	Presentazione di un'eventuale procedura di gestione dei clienti o di uno specifico archivio/data base clienti.		



Indicatore	3.2.2. Nuovi prodotti/servizi
-------------------	--------------------------------------

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	Sì
	L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nella "lettura ed ascolto" delle esigenze dei clienti e del mercato e nella traduzione di tali necessità/aspettative in pianificazione e sviluppo di nuovo prodotti/servizi. Inoltre, l'indicatore ha come obiettivo quello di monitorare il processo di miglioramento/rinnovo/evoluzione dell'azienda nel tempo.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Spesa su VA (suddivisa per ricerche di mercato, sviluppo, produzione). N° progetti di nuovi prodotti/servizi.		
Documentazione di supporto	Descrizione delle nuove tipologie di prodotti/servizi. A tal fine può essere specificata l'origine di tale iniziativa (input interno, da richiesta del cliente, da ricerche di mercato) e i risultati ottenuti (acquisizione nuovi clienti, ampliamento dell'attività e/o della dimensione aziendale, migliore gestione delle risorse, ecc.).		

Aspetti	3.3. Customer satisfaction e customer loyalty
----------------	--

Indicatore	3.3.1. Iniziative di customer satisfaction (ricerche, iniziative di misura e utilizzo, call center e gestione dei reclami)
-------------------	---

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	Sì
	L'indicatore valuta le azioni dell'azienda in <i>follow up</i> , nell'analisi e misura della soddisfazione dei propri clienti, con lo scopo di soddisfare le aspettative dei propri clienti, risolvere insoddisfazioni e prevenirle, stringere legami più stretti e sviluppare nuove opportunità di mercato. L'indicatore, pertanto, chiede un processo di approccio e relazione con la clientela, con strumenti idonei all'attività e servizi/prodotti offerti dall'azienda ed alle diverse tipologie dei clienti (<i>call center</i> , ufficio reclami, incontri periodici, ecc.), ed una metodologia efficiente ed efficace di utilizzo dei dati raccolti.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	N° di azioni di misura <i>customer satisfaction</i> /percezione del cliente N° azioni/ richieste dalla clientela N° azioni/reclami della clientela Benchmark		
Documentazione di supporto	Descrizione delle modalità e strumenti utilizzati per la raccolta, verifica, analisi ed utilizzo con azioni di miglioramento/risoluzione di problemi di clienti, comprensiva di periodicità adottata. Descrizione e commento sui risultati delle azioni implementate e sulla percezione dei clienti.		



Indicatore	3.3.2. Iniziative di customer loyalty
-------------------	--

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	Sì
	L'indicatore mira a valutare in che modo e quanto un'azienda si interfaccia con i propri clienti e presta ascolto/risponde alle loro richieste/attese/aspettative, attivandosi per consolidare ed incrementare la loro <i>loyalty</i> .		
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p>Curva di <i>loyalty</i> per cliente/categoria con distinzione tra: richiesta ripetuta di servizi/prodotti e richiesta di ulteriori prodotti/servizi diversi da quelli solitamente comprati.</p> <p>Durata dei contratti.</p> <p>Spese su attività di fidelizzazione/spese totali.</p>		
Documentazione di supporto	<p>Descrizione delle attività implementate e degli strumenti utilizzati per soddisfare i clienti e per conservare ed incrementare la fidelizzazione degli stessi.</p> <p>Descrizione di un'eventuale presente procedura/modello gestionale/database della clientela.</p>		

Aspetti	3.4. Informazioni ed etichettature di prodotto/servizio (sicurezza, LCA, iniziative volontarie)
----------------	--

Commento - esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	C	Sì	Sì
	<p>Lo scopo dell'indicatore è valutare l'impegno dell'azienda nel realizzare prodotti/servizi che tutelano gli interessi del cliente e del consumatore e nel garantire una comunicazione trasparente sulla qualità, impatto ambientale e sicurezza dei prodotti stessi.</p> <p>Si fa riferimento alle modalità di studio e descrizione del prodotto, alla comunicazione sul corretto utilizzo, ad iniziative volontarie (ad esempio, <i>Ecolabel</i>, <i>Environmental Product Declaration</i>, marchi di certificazione dei prodotti biologici, <i>Social Label</i> come <i>Fair Trade</i>, ecc.), che vanno oltre la semplice <i>compliance</i>, ossia il rispetto della normativa vigente. Si tratta, dunque, di dichiarazioni, effettuate dall'impresa, spontanee, precise e verificabili.</p>		
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p>Elenco dei prodotti/servizi con le caratteristiche indicate.</p> <p>% fatturato prodotti/servizi "etichettati" su totale fatturato.</p> <p>Esempi: nel caso delle banche si potrebbe fare riferimento a prodotti con particolari caratteristiche (fondi etici, forme di C/C per cui parte delle commissioni/interessi è devoluta, a carico della banca, fini benefici) e a meccanismi di informazione che vadano oltre la legge e le norme ABI.</p>		
Documentazione di supporto	Certificazioni ottenute, etichettature e informazioni rilasciate volontariamente.		



Aspetti	3.5. Prodotti/servizi a connotazione etico-ambientale (ad esempio, alta utilità sociale)
----------------	---

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	Sì
	L'indicatore richiede una particolare attenzione rivolta ad offerta di servizi/prodotti con evidente e dimostrabile valenza etico-ambientale.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	N° prodotti-servizi con connotazione etico-ambientale/tot prodotti servizi. Spesa su ricerca, produzione, mantenimento prodotti-servizi con connotazione etico-ambientale/spesa totale. Profitto prodotti con connotazione etico-ambientale/tot prodotti servizi.		
Documentazione di supporto	Descrizione dei prodotti /servizi a connotazione etico-ambientale con giustificazione e dimostrazione di tale connotazione. Descrizione degli impatti etico-ambientali generati da tali prodotti/servizi.		

Aspetti	3.6. Politiche promozionali (ad esempio, rispetto codici di autodisciplina)
----------------	--

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	Sì
	L'indicatore valuta le modalità utilizzate dall'azienda nella promozione dei prodotti/servizi offerti, con particolare attenzione alla completezza delle informazioni, al rispetto della clientela esistente e potenziale, a principi etico-ambientali.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Spesa in attività promozionali/ricavi.		
Documentazione di supporto	Descrizione delle attività promozionali per ciascuna categoria di prodotto/servizio e delle risposte attese/effettive da parte della clientela.		



Aspetti	3.7. Tutela della Privacy
----------------	----------------------------------

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	Sì
	<p>L'indicatore ha come obiettivo l'analisi delle azioni volta a mantenere e garantire la tutela della privacy, in riferimento a dati e comportamenti, della clientela, che vanno oltre la semplice compliance, ossia il rispetto della normativa vigente.</p> <p>Viene, pertanto, richiesto alla Azienda l'attivazione di procedure/strumenti atte a salvaguardare tale requisito, ed a comunicarle alla clientela (o comunque richiedere ai clienti l'autorizzazione dell'utilizzo dei dati con dettagliata descrizione delle modalità di utilizzo e scopo dei dati), anche per prodotti/servizi offerti per cui la normativa vigente non fa esplicito riferimento (ad esempio, fidelity card, ecc).</p>		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Investimento su azioni di tutela privacy. N° prodotti-servizi soggetti a tutela privacy/N° totale.		
Documentazione di supporto	Descrizione delle azioni attivate a tutela della privacy e di comunicazione alla clientela. Commento e descrizione della risposta/percezione della clientela anche per l'autorizzazione all'utilizzo dei dati.		

Categorie	4. Fornitori
------------------	---------------------

Aspetti	4.1. Politiche di gestione dei fornitori
----------------	---

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	C	Sì	Sì
	<p>Obiettivo dell'indicatore è fornire un quadro dei fornitori diretti (in particolare quelli più significativi per il <i>core business</i>) e delle politiche, attuate dall'impresa, volte al coinvolgimento e alla responsabilizzazione degli stessi fornitori sulle tematiche sociali, ambientali e di sicurezza (ad esempio, localizzazione delle unità produttive e rispetto di convenzioni ILO da parte di fornitori diretti).</p>		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Criteri di selezione dei fornitori diretti, significativi per il <i>core business</i> , volti a coinvolgere e responsabilizzare sulle tematiche sociali, ambientali e di sicurezza. Iniziative di coinvolgimento e responsabilizzazione sulle tematiche sociali, ambientali e di sicurezza.		
Documentazione di supporto	Descrizione dei criteri di selezione adottati nell'ambito dei processi di <i>Vendor Rating</i> . Descrizione delle iniziative di coinvolgimento, responsabilizzazione e misura della loro efficacia. <i>Richiamare eventuali certificazioni allegate (si veda Scheda Anagrafica).</i>		



Indicatore	4.1.1. Ripartizione dei fornitori per categoria
-------------------	--

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	Sì
	L'indicatore ha come scopo quello di valutare le azioni dell'azienda nell'individuare, selezionare e gestire nel modo più efficace ed efficiente i propri fornitori, anche per identificarne in modo più preciso bisogni e richieste.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	N° fornitori per categoria.		
Documentazione di supporto	<p>Prospetto dei fornitori ripartito per categoria, comprensivo di ultima data di aggiornamento e periodicità di verifica/aggiornamento.</p> <p>Descrizione di un'eventuale presente procedura/modello gestionale/database dei fornitori.</p>		

Indicatore	4.1.2. Selezione dei fornitori
-------------------	---------------------------------------

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	Sì
	<p>Scopo dell'indicatore è quello di valutare le azioni di ricerca e selezione dei fornitori anche con considerazioni su sistemi di gestione attivati ed implementati da questi sui servizi e prodotti offerti all'azienda (ad esempio, gestione sistema qualità, ambiente, sicurezza, sociale) e/o procedure e politiche sottoscritte.</p> <p>In particolare si pone maggiormente attenzione a quei fornitori che impattano in modo significativo sulle caratteristiche (qualità, ambiente, sicurezza, etico-sociale) dei prodotti/servizi offerti dall'azienda e sui processi, per cui vengono richieste alle aziende azioni di considerazione e valutazione.</p> <p>Una attenta analisi e gestione viene richiesta per i fornitori extra UE, in particolare con siti in Paesi in via di sviluppo: a tale scopo viene richiesta l'attivazione di azioni di controllo dell'esistenza ed applicazione presso i fornitori di politiche a rispetto delle convenzioni ILO ed internazionali.</p>		
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p>N° fornitori per categoria con sistemi di gestioni/totale.</p> <p>N° fornitori con siti extra UE per categoria.</p>		
Documentazione di supporto	<p>Descrizione e commento sulla individuazione, ricerca e selezione dei fornitori ed eventuali certificati.</p> <p>Descrizione di azioni attivate per migliorare la prestazione (qualitativa, ambientale, etico-sociale) dei fornitori.</p>		



Indicatore	4.1.3. Comunicazione, sensibilizzazione ed informazione
-------------------	--

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	Sì
	Con tale indicatore si pone l'attenzione alle politiche e alle azioni aziendali volte a: <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> comunicare ai fornitori politiche, principi e procedure adottate a tutela di principi di qualità, sostenibilità, rispetto ambientale, etico-sociale; <input type="checkbox"/> sensibilizzare i fornitore al rispetto di tali principi ed all'attivazione di procedure e politiche parallele. 		
Modalità di misurazione dell'indicatore	N° fornitori che rispondono attivamente a tali principi/fornitori totali. N° azioni di comunicazione-sensibilizzazione.		
Documentazione di supporto	Descrizione delle attività adottate per la comunicazione e sensibilizzazione dei fornitori. Eventuali accordi specifici.		

Aspetti	4.2. Condizioni negoziali
----------------	----------------------------------

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	C	Sì	Sì
	L'obiettivo dell'indicatore è valutare la politica dell'azienda sui pagamenti applicati ai fornitori. La valutazione potrebbe essere articolata per classi di importo delle fatture e tempi massimi correlati di pagamento. Ciò al fine di evidenziare in maniera corretta le politiche adottate e attuate dall'azienda.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Termini di pagamento applicati e relativo <i>benchmarking</i> (riferimenti Cerved e Sole 24 Ore per classi dimensionali omogenee).		
Documentazione di supporto	Copia dei contratti tipo.		



Categorie	5. Partner finanziari
Aspetti	5.1. Rapporti con le banche

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	
	L'indicatore punta a evidenziare gli elementi per la selezione del partner (ad esempio, comportamenti etici, composizione degli impieghi, distribuzione di utili) e reciprocamente le modalità di comunicazione del profilo di rischio dell'azienda.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Rating della banca, informazioni di bilancio, fattori di analisi dell'azienda per il rischio di business e il rischio finanziario.		
Documentazione di supporto	Valutazioni documentate del partner, informazioni sui rischi aziendali. Descrizione dei criteri di selezione adottati.		

Aspetti	5.2. Rapporti con le compagnie assicurative
----------------	--

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	
	L'indicatore punta a evidenziare gli elementi per la selezione del partner (ad esempio, comportamenti etici, utilizzo della raccolta, distribuzione di utili) e reciprocamente le modalità di comunicazione del profilo di rischio dell'azienda.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Rating della compagnia di assicurazione, informazioni di bilancio, modalità di valutazione dei rischi aziendali.		
Documentazione di supporto	Valutazioni documentate del partner, informazioni scritte sulla valutazione dei rischi aziendali sottoposti ad assicurazione. Descrizione dei criteri di selezione adottati.		



Aspetti	5.3. Rapporti con società di servizi finanziari (ad esempio, società di leasing)
----------------	---

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	
	L'indicatore punta a evidenziare i comportamenti proattivi dell'azienda verso la categoria di stakeholder (ad esempio, valutazione preliminare dei comportamenti etici, impiego degli utili, politiche di gestione). <i>Per una definizione di stakeholder si veda il Glossario (Allegato A).</i>		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Procedure di valutazione utilizzate.		
Documentazione di supporto	Documentazione delle attività di valutazione e selezione eseguite.		

Categorie	6. Stato, Enti locali e Pubblica Amministrazione
------------------	---

Aspetti	6.1. Imposte, tributi e tasse
----------------	--------------------------------------

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	Sì
	Al fine di comprendere il contributo dell'impresa allo sviluppo del sistema territoriale in cui è inserita, l'indicatore misura la ricchezza generata dall'azienda e distribuita, in diverse forme, ai soggetti pubblici.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Quantificazione dei diversi tributi pagati (Irap, Irpeg, Ici, imposte di bollo e registro) in valori assoluti e in percentuale sul VA.		
Documentazione di supporto	Descrizione dell'andamento nel tempo anche mediante tabelle, grafici, diagrammi.		



Aspetti	6.2. Rapporti con gli Enti locali		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi
	L'indicatore punta ad analizzare i rapporti esistenti tra l'impresa e le Istituzioni Pubbliche, evidenziando forme di coinvolgimento e/o partnership. Ad esempio, adesione ad accordi volontari o accordi di Programma su specifiche iniziative aventi valenza economica (sviluppo del territorio), ambientale o sociale.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Descrizione delle iniziative, degli obiettivi correlati e dello stato di implementazione (arco temporale tre anni).		
Documentazione di supporto	Eventuali accordi firmati.		

Aspetti	6.3. Norme e codici etici per il rispetto della legge		
Indicatore	6.3.1. Norme e codici per il rispetto della legge e sistemi di auditing interno		
Commento esplicativo	Rilevanza C (laddove esistano)	Qualitativi Sì	Quantitativi
	L'indicatore valuta l'esistenza di politiche esplicite e di sistemi di auto-controllo interno (adottati su base volontaria) per garantire il rispetto della legge.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Adozione di codici di comportamento e norme interne e implementazione di correlati sistemi di controllo.		
Documentazione di supporto	Codici e norme utilizzati. Descrizione delle attività di controllo svolte. La documentazione integra quanto indicato nella Scheda Anagrafica.		



Indicatore	6.3.2. Verifiche di conformità e controlli ispettivi
-------------------	---

	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
Commento esplicativo	L'obiettivo è rilevare il grado di <i>compliance</i> dell'impresa rispetto alle normative vigenti, in modo da verificare la coerenza tra comportamenti dichiarati (codici di condotta, codici etici, politiche adottate, ecc) e quanto attuato.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Numero e tipologia di controlli da parte della Autorità Pubblica e non conformità contestate.		
Documentazione di supporto	Notifiche e rapporti dell'Autorità Pubblica.		

Aspetti	6.4. Contributi, agevolazioni o finanziamenti agevolati ricevuti
----------------	---

	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
Commento esplicativo	L'indicatore consente di evidenziare se l'impresa ha ricevuto, secondo differenti modalità, risorse dagli attori pubblici.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Descrizione delle procedure per la richiesta dei fondi, per la pianificazione delle attività finanziate, per l'esecuzione delle attività e per la loro rendicontazione (arco temporale tre anni). Descrizione del tipo di progetti finanziati e dei risultati ottenuti.		
Documentazione di supporto	Documentazione relativa alla rendicontazione e alle attività operative correlate (si suggerisce un arco di tempo triennale).		



Categorie	7. Comunità
Aspetti	7.1. Corporate giving

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	C	Sì	Sì
	<p>L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nel sociale (con riferimento, ad esempio, alla solidarietà, alla cultura, alla scuola, ma anche al recupero ambientale) attraverso donazioni e altre liberalità.</p> <p><i>Per una definizione di corporate giving si veda il Glossario (Allegato A).</i></p>		
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p>Spese su VA . Enti beneficiati/Iniziativa supportate.</p>		
Documentazione di supporto	<p>Descrizione degli enti beneficiati e delle correlate iniziative supportate. In questo ambito, sarebbe utile chiarire se all'interno dell'impresa sono state definite delle priorità di intervento. Sarebbe anche utile esplicitare da chi nasce l'iniziativa all'interno dell'impresa (quale funzione, dipartimento, reparto) e con quali motivazioni. Allegare eventuali documenti di spesa.</p>		

Aspetti	7.2. Apporti diretti nei diversi ambiti di intervento
Indicatore	7.2.1. Istruzione e formazione 7.2.2. Cultura 7.2.3. Sport

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	C	Sì	Sì
	<p>L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nel sociale attraverso investimenti ed altre attività svolte direttamente nel campo dell'istruzione (ad esempio, organizzazione di momenti di formazione nelle scuole su tematiche a valenza sociale/ambientale o promozione di corsi che siano funzionali alle esigenze di formazione di capitale umano qualificato) e/o della cultura (organizzazione di iniziative culturali) e/o dello sport (<i>sponsorship</i> attiva di eventi sportivi con ricadute sociali positive sulla comunità, tramite, ad esempio, il forte coinvolgimento dei ragazzi).</p> <p><i>Per una definizione di apporti diretti si veda il Glossario (Allegato A).</i></p>		
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p>Spese su VA o Fatturato. Iniziativa realizzate.</p>		
Documentazione di supporto	<p>Descrizione delle iniziative realizzate in modo da consentire un effettivo apprezzamento delle valenze sociali. In questo quadro, sarebbe utile descrivere la struttura del progetto, soprattutto laddove abbia una durata pluriennale, e individuare i soggetti beneficiati.</p>		



Indicatore	7.2.4. Ricerca e innovazione
-------------------	-------------------------------------

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	C	Sì	Sì
	<p>L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nel campo della ricerca e dell'innovazione. L'innovazione, in particolare, può riguardare i processi produttivi (<i>operations</i>, logistica, gestione delle informazioni, ecc.) e i prodotti. E' evidente che questo impegno ha, in primo luogo, una ricaduta positiva sulla competitività dell'impresa e, dunque, sul suo valore, ossia sul valore del suo capitale economico. L'innovazione, però, ha anche e soprattutto una valenza più ampia: gli sforzi condotti dall'impresa in questo campo sono finalizzati a garantire la sua sostenibilità, ovvero la sua capacità di durare nel tempo, creando valore per gli stakeholder e per la comunità in genere, contribuendo, così, allo sviluppo del sistema Paese.</p> <p>Confronto con le statistiche nazionali (ed europee) nel settore, per classi dimensionali omogenee.</p> <p><i>Per una definizione di stakeholder si veda il Glossario (Allegato A).</i></p>		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Spese su VA o Fatturato. Progetti di ricerca.		
Documentazione di supporto	Descrizione degli investimenti effettuati e dei progetti di ricerca, dedicando una forte attenzione alla dimensione pluriennale degli interventi innovativi.		

Indicatore	7.2.5. Solidarietà sociale (anche internazionale)
-------------------	--

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	C	Sì	Sì
	<p>L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nel campo della solidarietà sociale (dall'assistenza, alla sanità, agli interventi a favore di gruppi e/o soggetti svantaggiati, ecc.), anche internazionale.</p> <p>Ad esempio, iniziative di investimento diretto nei Paesi in Via di Sviluppo (ospedali, asili, scuole, o altri interventi per lo sviluppo economico locale) o, per quanto riguarda la comunità locale, <i>sponsorship</i> attiva di programmi di assistenza domiciliare per gli anziani o di programmi di recupero per i tossicodipendenti, ecc.</p>		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Spese su VA o fatturato. Iniziativa realizzate.		
Documentazione di supporto	Descrizione delle iniziative realizzate. Sarebbe utile descrivere la struttura del progetto, soprattutto laddove abbia una durata pluriennale, e individuare i soggetti beneficiari.		



Indicatore	7.2.6. Altro (ad esempio, volontariato, posti asilo per la comunità)
-------------------	---

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	C	Sì	Sì
	<p>L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nel campo della responsabilità sociale attraverso iniziative diverse da quelle che rientrano nei punti precedenti.</p> <p>Esempi: volontariato promosso dalle aziende, apertura dell'asilo (eventualmente istituito per gli interni) anche alla comunità esterna, interventi di recupero di aree a valenza ambientale, ecc.</p>		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Spese su VA o Fatturato. N° ore dedicate.		
Documentazione di supporto	<p>Descrizione delle iniziative realizzate in modo da consentire un effettivo apprezzamento delle valenze sociali.</p> <p>In questo quadro, sarebbe utile descrivere la struttura del progetto, soprattutto laddove abbia una durata pluriennale, e individuare i soggetti beneficiari. Inoltre, può essere opportuno chiarire i meccanismi di funzionamento di alcune particolari iniziative. Ad esempio, per il volontariato promosso dalle aziende, si può fare riferimento, laddove sia un'opzione effettivamente adottata, alla banca delle ore.</p>		

Aspetti	7.3. Comunicazione e coinvolgimento della comunità (stakeholder engagement)
----------------	--

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	C	Sì	Sì
	<p>L'indicatore valuta le azioni di comunicazione e di coinvolgimento degli stakeholder, in particolare dei soggetti presenti nella comunità (cittadini, ONG, media, ecc.). Esempi in questo senso possono essere iniziative come Fabbriche e Impianti Aperti, l'organizzazione di momenti di presentazione dei bilanci sociali o di sostenibilità, processi strutturati di confronto con gli stakeholder per l'individuazione di indicatori per la misurazione delle performance aziendali, ecc.</p> <p><i>Per una definizione di stakeholder si veda il Glossario (Allegato A).</i></p>		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Descrizione delle attività di comunicazione/dialogo e di coinvolgimento realizzate dall'impresa e rivolte agli stakeholder.		
Documentazione di supporto	<p>Descrizione delle attività svolte e delle categorie di stakeholder coinvolte.</p> <p>Eventuale altro materiale documentale in grado di evidenziare i rapporti instaurati con gli stakeholder.</p>		



Aspetti	7.4. Relazioni con i mezzi di comunicazione		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
	L'indicatore punta ad analizzare il rapporto esistente tra l'azienda e i mezzi di comunicazione (stampa, televisione, radio). L'obiettivo è valutare il grado di <i>disclosure</i> dell'azienda e il livello di attenzione nei confronti delle istanze dei media.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Numero di conferenze stampa realizzate ed oggetto delle iniziative. Costi/investimenti nell'attività di relazione con i media su VA o fatturato. Esistenza di unità organizzative dedicate alla gestione delle relazioni con i media.		
Documentazione di supporto	Descrizione ed evidenza delle iniziative condotte.		

Aspetti	7.5. Comunità virtuale		
Indicatori	7.5.1. Contatti (caratteristiche ed analisi)		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
	Alla luce dell'importanza assunta da Internet e dalle tecnologie digitali, l'indicatore si propone di esaminare numero, profilo e caratteristiche dei soggetti che contattano l'azienda attraverso l'utilizzo della rete.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Esistenza di un portale/sito aziendale (tipologia e caratteristiche). Numero di contatti registrati in media al giorno. Monitoraggio delle caratteristiche degli utenti che si collegano al sito dell'impresa.		
Documentazione di supporto	Eventuali analisi riguardanti le interazioni azienda-utenti attraverso il portale/sito in Internet.		



Indicatori	7.5.2. Security
-------------------	------------------------

Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p>Modalità di tutela delle informazioni "sensibili" (dati personali, estremi di pagamento, ecc.) oltre quanto previsto dalla normativa sulla privacy.</p>		
Documentazione di supporto	<p>Descrizione dei progetti realizzati dall'impresa per proteggere e tutelare gli interessi degli utenti (clienti, fornitori, altri stakeholder) che interagiscono con l'azienda tramite la rete Internet.</p> <p><i>Per una definizione di stakeholder si veda il Glossario (Allegato A).</i></p>		
Documentazione di supporto	<p>Descrizione ed evidenza delle iniziative condotte.</p>		

Indicatori	7.5.3. Strumenti di gestione delle relazioni
-------------------	---

Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p>L'indicatore vuole monitorare eventuali forme di gestione delle relazioni con gli stakeholder realizzate attraverso il supporto specifico della rete Internet (ad esempio, forum <i>on-line</i>, campagne informative, servizi mirati, ecc.).</p> <p><i>Per una definizione di stakeholder si veda il Glossario (Allegato A).</i></p>		
Documentazione di supporto	<p>Descrizione delle iniziative realizzate e risultati raggiunti.</p>		
Documentazione di supporto	<p>Descrizione delle attività svolte. Eventuali prospetti informativi.</p>		



Aspetti	7.6. Prevenzione della corruzione
----------------	--

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	C	Sì	
	L'indicatore valuta l'esistenza di politiche esplicite e di sistemi di auto-controllo interno per garantire che non si verifichino pratiche di corruzione e, più in generale, comportamenti non etici.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Adozione di codici di autodisciplina e norme interne.		
Documentazione di supporto	Codici e norme utilizzati. Descrizione delle attività svolte.		

Categorie	8. Ambiente
------------------	--------------------

Aspetti	8.1. Consumi di energia, materiali ed emissioni
----------------	--

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	C	Sì	Sì
	L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nel campo della sostenibilità ambientale in termini di riduzione, oltre i limiti stabiliti dalla normativa di riferimento, dei consumi di materie prime (input) e delle emissioni inquinanti (output, ossia emissioni in aria, scarichi in acqua, rumore, rifiuti, ecc.).		
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p>Numero di iniziative sviluppate per minimizzare gli impatti ambientali dell'impresa (processi, prodotti, ecc.) e relativi obiettivi di miglioramento. Descrivere anche le attività di formazione e sensibilizzazione del personale realizzate.</p> <p>Esempi: investimenti in un sistema di ricircolo delle acque al fine di ridurre l'impiego di risorse idriche nello stabilimento o sostituzione di materie prime pericolose con prodotti a minore impatto.</p>		
Documentazione di supporto	<p>Descrizione delle iniziative e indicazione dei risultati attesi/rilevati (serie storiche). Laddove esistono Sistemi di Gestione Ambientale (SGA), Report ambientali, ecc. possono essere allegati i documenti e le relative certificazioni (si veda la Scheda Anagrafica).</p> <p>Laddove esistono forme di Rating ambientale, possono essere allegati documenti integrativi.</p> <p><i>Allegare, in caso di possesso, eventuale certificazione ISO 14001, registrazione EMAS o altre certificazioni ambientali (si veda Scheda Anagrafica).</i></p>		



Indicatore	8.1.1. Energia		
<p>Commento esplicativo</p>	<p>Rilevanza A</p>	<p>Qualitativi Sì</p>	<p>Quantitativi Sì</p>
<p>Modalità di misurazione dell'indicatore</p>	<p>L'indicatore valuta le quantità di risorse energetiche utilizzate dall'impresa per i diversi impieghi (efficienza energetica) e l'eventuale utilizzo di fonti rinnovabili.</p> <p>Dati degli ultimi 3 anni.</p> <p>TEP utilizzati direttamente per le attività dell'organizzazione: totale in valori assoluti ed indicizzato su parametri produttivi o economici a seconda della tipologia di organizzazione, ad esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> TEP/tonnellate di output x il settore manifatturiero <input type="checkbox"/> TEP/numero dipendenti x società servizi e terziario <p>TEP utilizzati indirettamente per le attività connesse (viaggi, trasporto dei beni, ciclo di vita dei prodotti, uso di materie prime ad alta intensità energetica), rappresentati come sopra.</p> <p>Numero di iniziative e breve descrizione delle stesse, come ulteriore specificazione di quanto già citato nel set di <i>common indicator</i>, finalizzate a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> utilizzo di risorse rinnovabili (eolico, waste to energy, biomasse, fotovoltaico, geotermico) <input type="checkbox"/> aumento dell'efficienza energetica <p>Investimento totale/VA.</p>		
<p>Documentazione di supporto</p>	<p>Grafici e tabelle, descrizione delle iniziative e indicazione dei risultati attesi/rilevati.</p>		



Indicatore	8.1.2. Acqua
-------------------	---------------------

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	Sì
	<p>L'indicatore valuta le quantità di risorse idriche utilizzate dall'impresa per i diversi impieghi e secondo le diverse fonti.</p> <p>Dati degli ultimi 3 anni.</p>		
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p>m³ consumati per le attività dell'organizzazione: totale in valori assoluti ed indicizzato su parametri produttivi o economici a seconda della tipologia di organizzazione, ad esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> m³/tonnellate di output x il settore manifatturiero <input type="checkbox"/> m³/numero dipendenti x società servizi e terziario <input type="checkbox"/> % di risorse idriche riutilizzate/riciclate calcolata come quantità riciclata/(quantità prelevata + riciclata) <p>m³ consumati totali suddivisi per tipologia di fonte.</p> <p>Numero di iniziative di riuso/riciclaggio e breve descrizione delle stesse.</p> <p>Investimento totale/VA.</p>		
Documentazione di supporto	Grafici e tabelle, descrizione delle iniziative e indicazione dei risultati attesi/rilevati.		

Indicatore	8.1.3. Materie prime, materiali ausiliari e imballaggi
-------------------	---

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	Sì
	<p>L'indicatore valuta le quantità di materie prime e imballaggi utilizzati dall'impresa per produrre gli output per macro tipologia (dove applicabile per dimostrare un'attenzione verso l'ambiente).</p> <p>Dati degli ultimi 3 anni.</p>		
Modalità di misurazione dell'indicatore	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> % materie prime materiali ausiliari e imballaggi provenienti da materiale riciclato/totale consumato <input type="checkbox"/> % materie prime materiali ausiliari e imballaggi con etichettatura ambientale/totale consumato <input type="checkbox"/> consumi totali/output <p>Numero di iniziative volte al risparmio di materie prime e imballaggi e all'impiego di materie prime e imballaggi a minor impatto ambientale;</p> <p>Breve descrizione delle stesse.</p> <p>Investimento totale/VA.</p>		
Documentazione di supporto	Grafici e tabelle, descrizione delle iniziative e indicazione dei risultati attesi/rilevati.		



Indicatore	8.1.4. Emissioni in atmosfera		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p>L'indicatore valuta le quantità di sostanze emesse in atmosfera (da sorgenti puntuali e diffuse), suddivise per tipologia di effetto sull'ambiente (ad esempio, ad effetto serra, lesive dello strato di ozono).</p> <p>Dati degli ultimi 3 anni.</p> <p>Tonnellate totali emesse di NO_x, SO₂, Polveri, VOC e altre emissioni significative e caratteristiche dei processi.</p> <p>Tonnellate totali emesse di CO₂, CH₄, N₂O, HFCs, PFCs, SF₆, e tonnellate totali espresse in CO₂ equivalente.</p> <p>Tonnellate totali emesse per ciascun gruppo di inquinante (nel caso di gas ad effetto serra) o di singolo inquinante indicizzate su parametri produttivi o economici a seconda della tipologia di organizzazione, ad esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> tonnellate di VOC equivalente/tonnellate di output x il settore manifatturiero <input type="checkbox"/> tonnellate di CO₂ equivalente/numero dipendenti x società servizi e terziario <p>Tonnellate di sostanze lesive dello strato di ozono in uso e tonnellate totali emesse in atmosfera (CFCs, trichloroetano, ecc.).</p> <p>N.B. Vanno considerate le emissioni da attività dirette (ad esempio, produzione) ed indirette (ad esempio, trasporti).</p> <p>Numero di iniziative volte alla riduzione delle emissioni in atmosfera o alla compensazione (ad esempio, iniziative di riforestazione); Breve descrizione delle stesse.</p> <p>Investimento totale/VA.</p>		
Documentazione di supporto	<p>Grafici e tabelle, descrizione delle iniziative e indicazione dei risultati attesi/rilevati.</p>		



Indicatore	8.1.5. Scarichi idrici		
<p>Commento esplicativo</p>	<p>Rilevanza A</p>	<p>Qualitativi Sì</p>	<p>Quantitativi Sì</p>
<p>Modalità di misurazione dell'indicatore</p>	<p>L'indicatore valuta le quantità di sostanze scaricate in corpi idrici o in rete fognaria comunale o consortile, suddivisi per tipologia.</p> <p>Dati degli ultimi 3 anni.</p> <p>kg totali scaricati di Azoto totale, Fosforo, Cloruri, BOD, COD, Metalli e altri scarichi significativi e caratteristici dei processi.</p> <p>kg totali scaricati per ciascun gruppo di inquinante indicizzati su parametri produttivi o economici a seconda della tipologia di organizzazione, ad esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> kg COD/tonnellate di output x il settore manifatturiero <input type="checkbox"/> kg BOD/numero dipendenti x società servizi e terziario <p>Numero di iniziative volte alla riduzione degli scarichi idrici e delle relative concentrazioni di inquinanti; breve descrizione delle stesse.</p> <p>Investimento totale/VA.</p>		
<p>Documentazione di supporto</p>	<p>Grafici e tabelle, descrizione delle iniziative e indicazione dei risultati attesi/rilevati.</p>		



Indicatore	8.1.6. Rifiuti		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p>L'indicatore valuta le quantità di rifiuti prodotte dall'organizzazione per tipologia (almeno assimilati agli urbani, speciali, pericolosi) e per destinazione (smaltimento, recupero, riciclaggio).</p> <p>Dati degli ultimi 3 anni.</p> <p>kg di rifiuti prodotti per categoria (assimilati, urbani, speciali e speciali pericolosi) assoluti e indicizzati su parametri produttivi o economici a seconda della tipologia di organizzazione, ad esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> kg prodotti/tonnellate di output x il settore manifatturiero <input type="checkbox"/> kg prodotti/numero dipendenti x società servizi e terziario <p>% di rifiuti inviati al riutilizzo/riciclaggio per categoria.</p> <p>kg di rifiuti inviati a smaltimento per tipologia di smaltimento.</p> <p>Numero di iniziative volte alla riduzione e al recupero/riciclaggio dei rifiuti;</p> <p>Breve descrizione delle stesse.</p> <p>Investimento totale/VA.</p>		
Documentazione di supporto	Grafici e tabelle, descrizione delle iniziative e indicazione dei risultati attesi/rilevati.		



Aspetti		8.2. Strategia ambientale e relazioni con la comunità		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì	
	<p>L'indicatore valuta la definizione di una strategia ambientale e le azioni di comunicazione e di coinvolgimento degli stakeholder, nonché le politiche adottate per implementare i migliori standard/strumenti di gestione ambientale.</p> <p>Esempi in questo senso possono essere iniziative di dialogo con associazioni ambientaliste, l'organizzazione di momenti di presentazione dei bilanci ambientali, processi strutturati di confronto con gli stakeholder per l'individuazione di indicatori per la misurazione delle performance ecologiche, ecc.</p> <p><i>Per una definizione di stakeholder si veda il Glossario.</i></p>			
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p>Descrizione della strategia ambientale adottata e delle attività di comunicazione/dialogo e di coinvolgimento realizzate dall'impresa e rivolte agli stakeholder.</p> <p>Descrizione degli strumenti di gestione ambientale adottati.</p> <p>Descrizione della strategia ambientale adottata nei paesi in via di sviluppo.</p>			
Documentazione di supporto	<p>Politica ambientale.</p> <p>Documentazione sulle attività svolte e sulle categorie di stakeholder coinvolte.</p> <p>Documentazione circa gli strumenti di gestione dell'ambiente adottati dall'azienda.</p> <p>Eventuale altro materiale documentale in grado di evidenziare i rapporti instaurati con gli stakeholder.</p>			



Allegato A - Glossario

Apporti diretti: sono forme di intervento nella e a vantaggio della comunità in cui l'impresa partecipa direttamente (o anche in via esclusiva) alle iniziative non solo attraverso contributi di ordine finanziario, ma anche impegnando le sue risorse umane, le sue conoscenze, le sue competenze, la sua capacità di relazione, la sua reputazione per la piena realizzazione e lo sviluppo dei progetti.

Assimilati ai dipendenti: si considerano assimilati ai dipendenti, i dipendenti assunti con contratto di formazione e lavoro e gli apprendisti.

Collaboratore: oltre ai lavoratori dipendenti, qualsiasi persona, che a vario titolo (rapporto di lavoro parasubordinato o atipico, autonomo, interinale, ecc.), presta la propria opera in impresa.

Corporate giving: (o *direct giving*) si tratta di donazioni, elargizioni, liberalità erogate dall'impresa a favore di organizzazioni e iniziative aventi utilità sociale/ambientale. In questo caso il contributo dell'impresa alle organizzazioni e ai progetti correlati è esclusivamente di tipo monetario e non contempla modalità attive di partecipazione e supporto (ad esempio, *planning*, promozione, ampia sponsorizzazione, forme di *partnership* che possano prevedere anche personale dell'impresa coinvolto operativamente nell'iniziativa, ecc.)

Disabilità: limitazione o perdita (conseguente a menomazione) della capacità di compiere un'attività nel modo o nell'ampiezza considerati normali per un essere umano.

Formazione: è l'attività volta al trasferimento e al consolidamento di conoscenze e competenze nei lavoratori (dipendenti, assimilati, collaboratori). Essa può essere svolta secondo modalità differenti, che vanno dalla tipica interazione d'aula, ai lavori in team, ai processi a distanza, e con diversi materiali di supporto (libri, elaborati specifici, sistemi informatici mirati, ecc.).

Fringe benefit: sono i compensi in natura, cioè quei compensi che consistono non nell'erogazione di denaro ma nella fruizione di un servizio o di un oggetto: si pensi ad esempio alla mensa aziendale, ai buoni pasto, ad un'auto, ad un telefonino, al vitto o all'alloggio.

Innovazione: per innovazione si fa riferimento al concetto di cambiamento e, in particolare, al cambiamento tecnologico. Questo può manifestarsi in due forme: nei prodotti/servizi che un'organizzazione offre (innovazione di prodotto) e nei modi in cui essi sono realizzati e distribuiti (innovazione di processo).

Lavoratore dipendente: persona che presta il proprio lavoro alle dipendenze di un datore di lavoro con rapporto di lavoro subordinato anche speciale (a tempo indeterminato, determinato, parziale). Sono equiparati i soci lavoratori di cooperative o di società, anche di fatto, che prestino la loro attività per conto delle società e degli enti stessi, e gli utenti dei servizi di orientamento o di formazione



scolastica, universitaria e professionale avviati presso datori di lavoro per agevolare o per perfezionare le loro scelte professionali. Sono altresì equiparati gli allievi degli istituti d'istruzione ed universitari e i partecipanti a corsi di formazione professionale nei quali si faccia uso di laboratori, macchine, apparecchi ed attrezzature di lavoro in genere, agenti chimici, fisici e biologici.

Lavoro Forzato: l'espressione "lavoro forzato" indica ogni lavoro o servizio imposto a una persona sotto minaccia di una punizione o per il quale detta persona non si sia offerta spontaneamente (si veda la Convenzione ILO su Lavoro Forzato n. 29 del 1930).

Minoranza: insieme di persone che per motivi di tipo etnico, religioso, culturale, linguistico o di altra natura, si trovino in condizioni di inferiorità numerica rispetto ad altre risultandone potenzialmente svantaggiate. Si pensi, ad esempio, agli immigrati extra-comunitari, ad altri lavoratori stranieri, a soggetti appartenenti a minoranze etniche, ecc.

Mission(e): ragion d'essere dell'impresa. Individua gli obiettivi di fondo, gli scopi preminenti che l'impresa, attraverso la sua attività, tenta di perseguire. Spesso coniuga la dimensione economica con quella sociale, identificando, per l'impresa, un ruolo di promozione e accrescimento del benessere collettivo, della qualità della vita (inclusa la qualità ambientale), della coesione sociale. Il valore della mission(e) consiste nell'essere elemento centrale del sistema valoriale e culturale dell'impresa, strumento di aggregazione di risorse, fattore di legittimazione sociale.

Ristorno: quota di utile attribuita al socio in proporzione agli scambi mutualistici intercorsi con la cooperativa. Il ristorno, pertanto, si caratterizza per i seguenti elementi:

- i beneficiari sono i soci;
- è commisurato allo scambio mutualistico;
- può essere riconosciuto solo se esiste un utile d'esercizio derivante dai rapporti sviluppati con i soci.

Stakeholder: (anche "portatore di interesse") persona o gruppo di persone aventi un interesse nelle prestazioni o nel successo di una organizzazione (in questo caso, l'impresa). Esempio: clienti, proprietari/azionisti/soci, dipendenti, fornitori, concorrenti, banche, sindacati, collettività, amministrazione pubblica locale e centrale.

Sistema di gestione: (anche *management system*) questo concetto ricomprende la struttura organizzativa, le attività di pianificazione, programmazione e controllo, le responsabilità, le prassi, le procedure, i processi, le risorse per sviluppare, attuare, conseguire, riesaminare e mantenere attiva una specifica politica aziendale (riguardante, ad esempio, la qualità, la gestione ambientale, la sicurezza sul lavoro, la tutela dei diritti dei lavoratori, la gestione dell'impatto sociale o della sostenibilità dell'impresa, ecc.).

Valore Aggiunto: (anche prodotto lordo) rappresenta la ricchezza creata complessivamente dall'impresa e distribuita agli stakeholder (risorse umane, partner finanziari, Stato ed enti locali, soci/azionisti, comunità) o reinvestita all'interno dell'azienda (ammortamenti e utile non distribuito). Il valore aggiunto di un'impresa può essere determinato:



- in via *sintetica*, deducendo dal valore dell'output aziendale il valore degli input acquistati dall'esterno (materie prime, servizi, ecc.). Pertanto, si avrà:
Valore aggiunto = ricavi delle vendite al netto degli sconti + rimanenze finali - rimanenze iniziali - costi di acquisto presso terze economie (fornitori) di beni e prestazioni di servizi;
- in via *analitica*, come insieme delle remunerazioni dei fattori produttivi (lavoro dipendente e attività imprenditoriale).
Sul piano pratico, il valore aggiunto è calcolato come somma di utile netto, imposte sul reddito, oneri finanziari, retribuzioni al personale e ammortamenti

Pertanto, con riferimento agli istituti di credito, si consiglia di considerare il Valore Aggiunto Globale, al lordo degli ammortamenti (Valore Aggiunto Globale Lordo).



Allegato B - Elenco convenzioni ILO

L'ILO (*International Labour Organization*), con sede a Ginevra, è un'agenzia specializzata delle Nazioni Unite che persegue la promozione della giustizia sociale e il riconoscimento universale dei diritti umani nel lavoro.

Nel sistema delle Nazioni Unite è l'unica organizzazione a struttura tripartita: lavoratori, imprenditori e governi vi sono rappresentati con pari dignità negli organismi esecutivi.

L'ILO formula, come Convenzioni e Raccomandazioni, le norme internazionali in materia di lavoro. Pertanto, per quanto riguarda le politiche del lavoro, le norme ILO costituiscono un quadro di riferimento globale.

Otto convenzioni ILO tutelano le quattro norme fondamentali del lavoro individuate dal Vertice mondiale per lo sviluppo sociale di Copenhagen del 1995 (si veda il documento della Commissione delle Comunità Europee, *Promozione delle norme fondamentali del lavoro e miglioramento della governance sociale nel quadro della globalizzazione*, COM(2001) 416 definitivo, Bruxelles):

- Libertà di associazione ed effettivo riconoscimento del diritto di contrattazione collettiva (Convenzioni n. 87 e 98)
- Abolizione di tutte le forme di lavoro forzato o obbligatorio (Convenzioni n. 29 e 105)
- Effettiva abolizione del lavoro minorile (convenzioni n. 138 e 182)
- Eliminazione della discriminazione in materia di impiego e professione (Convenzioni n. 100 e 111)

Secondo la Commissione europea (Commissione delle Comunità Europee, *Libro Verde "Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese"*), COM(2001) 366 definitivo, Bruxelles, p. 6), il rispetto di questo nucleo essenziale di norme ILO costituisce un aspetto essenziale della responsabilità sociale delle imprese.

Di seguito si riporta l'elenco delle principali Convenzioni ILO recepite dal Governo italiano, cui fa riferimento la Dichiarazione sui principi e i diritti fondamentali nel lavoro (cfr. <http://www.ilo.org/public/italian/region/eurpro/rome/index.htm>)

C 29 sul lavoro forzato (1930). Richiede la soppressione del lavoro forzato o obbligatorio, sotto qualunque forma. Sono previste alcune eccezioni, tra cui il servizio militare, il lavoro in stato di detenzione sotto adeguata supervisione, le emergenze in casi di guerra, incendio, terremoto, ecc.

C 87 sulla libertà sindacale e la protezione del diritto sindacale (1948). Stabilisce il diritto per tutti i lavoratori e datori di lavoro di costituire e aderire ad organizzazioni di loro scelta e senza previa autorizzazione, e definisce una serie di garanzie per il libero funzionamento delle organizzazioni, senza interferenze da parte delle autorità pubbliche.



C 98 sul diritto di organizzazione e di contrattazione collettiva (1949).

Dispone la tutela contro le discriminazioni antisindacali, la tutela delle organizzazioni dei lavoratori e dei datori di lavoro contro gli atti di reciproca interferenza e prevede misure per la promozione della contrattazione collettiva.

C 100 sulla parità di retribuzione (1951). Stabilisce la parità retributiva tra uomini e donne che svolgono lavori di pari valore.

C 105 sull'abolizione del lavoro forzato (1957). Proibisce l'uso di ogni forma di lavoro forzato o obbligatorio come mezzo di coercizione o rieducazione politica, punizione per l'espressione di opinioni politiche o ideologiche, mobilitazione della manodopera, strumento di disciplina, punizione per la partecipazione agli scioperi o strumento di discriminazione.

C 111 sulla discriminazione (impiego e professione) (1958). Richiede politiche nazionali in materia di accesso, formazione e condizioni di lavoro, volte ad eliminare le discriminazioni basate sulla razza, il sesso, la religione, le opinioni politiche, la provenienza nazionale o sociale e promuove la parità di opportunità e trattamento.

C 138 sull'età minima (1973). Volta all'abolizione del lavoro infantile, stabilisce che l'età minima per l'ammissione al lavoro non deve essere inferiore all'età di completamento della scuola dell'obbligo.

C 182 sulle forme peggiori di lavoro minorile (1999). Sostiene l'approvazione e l'applicazione di strumenti di intervento nazionali per affrontare le forme estreme, ma in diffusione, di sfruttamento dei minori nel lavoro.



L'elenco dettagliato dei documenti ILO è riportato nella tabella seguente

Dichiarazioni
Dichiarazione di Filadelfia Dichiarazione sui principi e i diritti fondamentali nel lavoro e i suoi seguiti Dichiarazione tripartita di principi sulle imprese multinazionali
Convenzioni
<p>C29 Convenzione sul lavoro forzato, 1930</p> <p>C74 Convenzione relativa ai certificati di marinaio qualificato, 1946</p> <p>C87 Convenzione sulla libertà sindacale e la protezione del diritto sindacale, 1948</p> <p>C91 (Scartata) Convenzione sulle ferie pagate dei marittimi (riveduta), 1949</p> <p>C92 Convenzione sugli alloggi degli equipaggi (riveduta), 1949</p> <p>C98 Convenzione sul diritto di organizzazione e di negoziazione collettiva, 1949</p> <p>C99 Convenzione sui metodi di fissazione dei salari minimi (agricoltura), 1951</p> <p>C100 Convenzione sull'uguaglianza di retribuzione, 1951</p> <p>C103 Convenzione sulla protezione della maternità (riveduta), 1952</p> <p>C105 Convenzione sull'abolizione del lavoro forzato, 1957</p> <p>C109 Convenzione su salari, durata del lavoro a bordo ed effettivi (riveduta), 1958</p> <p>C111 Convenzione sulla discriminazione (impiego e professione), 1958</p> <p>C112 Convenzione sull'età minima (pescatori), 1959</p> <p>C115 Convenzione sulla protezione contro le radiazioni, 1960</p> <p>C119 Convenzione sulla protezione dalle macchine, 1963</p> <p>C120 Convenzione sull'igiene (aziende commerciali e uffici), 1964</p> <p>C122 Convenzione sulla politica dell'impiego, 1964</p> <p>C123 Convenzione sull'età minima (lavori sotterranei), 1965</p> <p>C124 Convenzione sull'esame medico degli adolescenti (lavori sotterranei), 1965</p> <p>C127 Convenzione sul peso massimo, 1967</p> <p>C129 Convenzione sull'ispezione del lavoro (agricoltura), 1969</p> <p>C132 Convenzione sui congedi pagati (riveduta), 1970</p> <p>C133 Convenzione sull'alloggio degli equipaggi (disposizioni complementari), 1970</p> <p>C134 Convenzione sulla prevenzione degli infortuni (marittimi), 1970</p> <p>C135 Convenzione sui rappresentanti dei lavoratori, 1971</p> <p>C136 Convenzione sul benzene, 1971</p> <p>C137 Convenzione sul lavoro nei porti, 1973</p> <p>C138 Convenzione sull'età minima, 1973</p> <p>C139 Convenzione sul cancro professionale, 1974</p> <p>C141 Convenzione sulle organizzazioni di lavoratori agricoli, 1975</p> <p>C142 Convenzione sulla valorizzazione delle risorse umane, 1975</p> <p>C143 Convenzione sui lavoratori migranti (disposizioni complementari), 1975</p> <p>C144 Convenzione sulle consultazioni tripartite relative alle norme internazionali del lavoro, 1976</p> <p>C145 Convenzione sulla continuità dell'impiego (gente di mare), 1976</p> <p>C146 Convenzione sui congedi pagati annuali (gente di mare), 1976</p> <p>C147 Convenzione sulla marina mercantile (norme minime), 1976</p> <p>C148 Convenzione per la protezione dell'ambiente di lavoro (inquinamento dell'aria, rumori e vibrazioni), 1977</p> <p>C149 Convenzione sul personale infermieristico, 1977</p> <p>C150 Convenzione sull'amministrazione del lavoro, 1978</p> <p>C151 Convenzione sulle relazioni di lavoro nella funzione pubblica, 1978</p> <p>C152 Convenzione sulla sicurezza e l'igiene nelle operazioni portuali, 1979</p> <p>C159 Convenzione sul reinserimento professionale e l'occupazione (persone disabili), 1983</p> <p>C160 Convenzione sulle statistiche del lavoro, 1985</p> <p>C164 Convenzione sulla protezione della salute e le cure mediche (gente di mare), 1987</p> <p>C167 Convenzione sull'igiene e la sicurezza nella costruzione, 1988</p> <p>C170 Convenzione sui prodotti chimici, 1990</p> <p>C175 Convenzione sul lavoro a tempo parziale, 1994</p> <p>C181 Convenzione sulle agenzie per l'impiego private, 1997</p> <p>C182 Convenzione sulle forme peggiori di lavoro minorile, 1999</p> <p>C183 Convenzione sulla protezione della maternità, 2000</p>



Raccomandazioni

R35 Raccomandazione sulla costrizione indiretta al lavoro, 1930
R90 Raccomandazione sull'uguaglianza di retribuzione, 1951
R111 Raccomandazione sulla discriminazione (impiego e professione), 1958
R120 Raccomandazione sull'igiene (aziende commerciali e uffici), 1964
R146 Raccomandazione sull'età minima, 1973
R188 Raccomandazione sulle agenzie per l'impiego private, 1997
R190 Raccomandazione sulle forme peggiori di lavoro minorile, 1999
R191 Raccomandazione sulla protezione della maternità, 2000
R193 Raccomandazione sulla promozione delle cooperative, 2002