

WELLCOMM - La sostenibilità sociale in impresa quale asset fondamentale per attrarre e trattenere i giovani talenti (well-being)

INDICE

Standard Review

AGENDA 2030	01
GLOBAL COMPACT	06
GRI	10
ESRS	13
B - CORPORATION	16
NEXT	20
SASB	23

Humanistic Assessment

INTRODUZIONE ALLO SELF HUMANISTIC ASSESSMENT	27
SELF HUMANISTIC ASSESSMENT <ul style="list-style-type: none"> • Metodologia • Definizione dei punteggi • Terminologia • Area di Impatto, Focus 	28
IL TUO ASSESSMENT	36

STANDARD REVIEW

In questa sezione verrà fornita una panoramica dei principali framework e standard di sostenibilità, inclusi l'Agenda 2030, il Global Compact, il GRI, gli ESRS, B-Corporation, il NEXT e il SASB.

Per ciascuno di questi, verrà descritta la struttura generale e il loro funzionamento, con un focus specifico sulla componente sociale ("S") dell'ESG e le best practice di riferimento.

1. AGENDA 2030

1. AGENDA 2030

a) Cos'è



L'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile è un programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità sottoscritto nel settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri dell'ONU. Essa ingloba **17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile** – Sustainable Development Goals, SDGs – in un grande programma d'azione per un totale di **169 'target' o traguardi**. L'avvio ufficiale degli Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile ha coinciso con l'inizio del 2016, guidando il mondo sulla strada da percorrere nell'arco dei prossimi 15 anni: i Paesi, infatti, si sono impegnati a raggiungerli entro il 2030.

Gli Obiettivi per lo Sviluppo **danno seguito ai risultati degli Obiettivi di Sviluppo del Millennio** (Millennium Development Goals) che li hanno preceduti, e rappresentano obiettivi comuni su un insieme di questioni importanti per lo sviluppo: la lotta alla povertà, l'eliminazione della fame e il contrasto al cambiamento climatico, per citarne solo alcuni. 'Obiettivi comuni' significa che essi riguardano tutti i Paesi e tutti gli individui: nessuno ne è escluso, né deve essere lasciato indietro lungo il cammino necessario per portare il mondo sulla strada della sostenibilità.

1. AGENDA 2030

b) Com'è fatto lo Standard

L'Agenda 2030 è basata su cinque concetti chiave:

- 1. Persone.** Eliminare fame e povertà in tutte le forme, garantire dignità e uguaglianza.
- 2. Prosperità.** Garantire vite prospere e piene in armonia con la natura.
- 3. Pace.** Promuovere società pacifiche, giuste e inclusive.
- 4. Partnership.** Implementare l'Agenda attraverso solide partnership.
- 5. Pianeta.** Proteggere le risorse naturali e il clima del pianeta per le generazioni future.



1. AGENDA 2030

c) Focus sulla «S»



L'obiettivo 1 mira a **eliminare la povertà estrema**, definita come vivere con **meno di \$1,25 al giorno**. Si intende **ridurre almeno del 50% la percentuale di persone che vivono in povertà** in base alle definizioni nazionali. Per raggiungere questo obiettivo, si implementeranno sistemi di protezione sociale adeguati per coprire i poveri e vulnerabili, garantendo uguali diritti alle risorse economiche, servizi di base e finanziari.



L'Obiettivo 2 mira a **eliminare la fame e garantire un'alimentazione sicura e nutriente per tutti**, in particolare i poveri e i vulnerabili. Entro il **2025**, si prevede di **eliminare tutte le forme di malnutrizione** e soddisfare le esigenze nutrizionali di ragazze adolescenti, donne incinte, in allattamento e anziani. Entro il **2030**, si vuole **raddoppiare la produttività agricola e il reddito dei piccoli produttori**, garantendo l'accesso sicuro alla terra, risorse, conoscenze e mercati. Entro il 2020, si assicurerà la **diversità genetica** di semi e animali da allevamento attraverso **banche del seme e delle piante**.



L'Obiettivo 3 mira a **ridurre il tasso di mortalità materna a meno di 70 per 100.000 nati vivi** e a porre fine alle morti evitabili di neonati e bambini sotto i 5 anni, con la mortalità neonatale ridotta a non più di 12 su 1.000 e la mortalità infantile a non più di 25 su 1.000. Si prevede di **porre fine alle epidemie** di AIDS, tubercolosi, malaria e malattie tropicali trascurate. Entro il **2020**, si mira a **dimezzare il numero di decessi e lesioni da incidenti stradali**. Entro il 2030, si ridurranno i decessi e le malattie causate da sostanze chimiche pericolose e dall'inquinamento.

1. AGENDA 2030

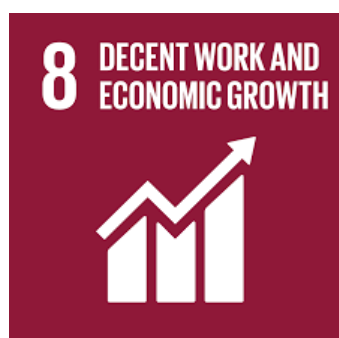
c) Focus sulla «S»



L'Obiettivo 4 mira a garantire che tutti i ragazzi e le ragazze completino **un'istruzione primaria e secondaria libera, equa e di qualità**. Entro il 2030, si mira a incrementare significativamente il numero di giovani e adulti con competenze tecniche e professionali per l'occupazione e l'imprenditorialità. Si assicurerà che tutti gli studenti acquisiscano le competenze necessarie per promuovere lo sviluppo sostenibile, i diritti umani, l'uguaglianza di genere e la cultura della pace.



L'Obiettivo 5 mira a **porre fine a ogni forma di discriminazione e violenza contro donne e ragazze**, inclusi traffico e sfruttamento sessuale. Si intende eliminare pratiche nocive come il matrimonio forzato e le mutilazioni genitali femminili. Si garantirà la piena partecipazione delle donne ai processi decisionali politici, economici e pubblici, e si assicurerà l'accesso universale alla salute sessuale e riproduttiva.



L'Obiettivo 8 mira a **sostenere la crescita economica pro-capite e a raggiungere almeno il 7% di crescita annua del PIL nei paesi meno sviluppati**. Si punta a migliorare la produttività economica attraverso la diversificazione, l'aggiornamento tecnologico e l'innovazione, focalizzandosi su settori ad alto valore aggiunto e alta intensità di manodopera. Entro il 2030, si migliorerà l'efficienza delle risorse nel consumo e nella produzione, **scindendo la crescita economica dal degrado ambientale**. Si punta a raggiungere la piena e produttiva occupazione e un lavoro dignitoso per tutti, incluse donne, giovani e persone con disabilità, con parità di retribuzione per lavoro di pari valore.

1. AGENDA 2030

c) Focus sulla «S»



L'Obiettivo 10 mira a raggiungere e **sostenere la crescita del reddito del 40% più povero della popolazione** a un tasso superiore rispetto alla media nazionale. Si promuoverà l'aiuto pubblico allo sviluppo e i flussi finanziari verso i paesi con maggiore necessità. Entro il 2030, si ridurranno i costi di transazione delle rimesse dei migranti a meno del 3% ed elimineranno i corridoi con costi superiori al 5%.

2. GLOBAL COMPACT

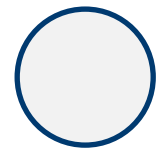
2. Global Compact

a) Cos'è

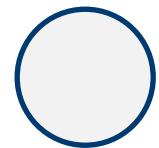


United Nations Global Compact

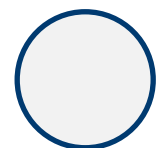
Il Global Compact è l'iniziativa strategica di cittadinanza d'impresa più ampia al mondo promossa dall'ex segretario delle Nazioni Unite Kofi Annan nel 1999



Nasce dalla volontà **delle Nazioni Unite** di promuovere un'economia globale sostenibile e rispettosa dei diritti umani e incoraggia le imprese di tutto il mondo a creare un quadro economico, sociale ed ambientale atto a promuovere uno sviluppo sostenibile



Tratta di principi condivisi universalmente in quanto **derivati dalla Dichiarazione Universale dei Diritti Umani**, dalla Dichiarazione **ILO**, dalla **Dichiarazione di Rio** e dalla **Convenzione delle Nazioni Unite contro la corruzione**



È un'iniziativa **volontaria** di adesione, un impegno siglato con le Nazioni Unite dai top manager delle aziende partecipanti, a contribuire a una nuova fase della globalizzazione

2. Global Compact

b) Com'è fatto lo Standard

4 AREE DI AZIONE

01 Diritti Umani

02 Lavoro

03 Ambiente

04 Lotta alla corruzione

10 PRINCIPI

1. Alle imprese è richiesto di promuovere e **rispettare i diritti umani** universalmente riconosciuti nell'ambito delle rispettive sfere di influenza;
2. Assicurarsi di **non essere**, seppure indirettamente, **complici negli abusi dei diritti umani**.
3. Sostenere la **libertà di associazione** dei lavoratori e riconoscere il diritto alla contrattazione collettiva;
4. **Eliminare** di tutte le forme di **lavoro forzato e obbligatorio**;
5. L'effettiva **eliminazione del lavoro minorile**;
6. **Eliminare** ogni forma di **discriminazione** in materia di impiego e professione.
7. Alle imprese è richiesto di sostenere un **approccio preventivo nei confronti delle sfide ambientali**;
8. Intraprendere iniziative che promuovano una **maggiore responsabilità ambientale**;
9. Incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di **tecnologie che rispettino l'ambiente**.
10. Le imprese si impegnano a **contrastare la corruzione** in ogni sua forma, incluse l'estorsione e le tangenti.

2. Global Compact

c) Focus sulla «S»

I primi **sei principi** si concentrano sulla dimensione **sociale** della sostenibilità, di cui lavoro e diritti umani ne sono il pilastro

1. Per rispettare l'impegno assunto aderendo all'UN Global Compact, le imprese dovrebbero sostenere e rispettare i **diritti umani sia sul luogo di lavoro** che in tutti gli ambiti delle loro rispettive sfere d'influenza. Non è solo il diffuso imperativo morale ad adottare condotte socialmente responsabili a dover spingere le imprese verso questa direzione, ma piuttosto la consapevolezza che la salvaguardia dei diritti umani migliora le prestazioni dell'impresa stessa.
2. Il concetto di "**complicità**" è indubbiamente di difficile definizione. Intendere la complicità nel senso di non essere complici nella violazione dei diritti umani rappresenta un'importante sfida per le imprese. Stabilito che il ruolo dei governi nell'assicurare il rispetto dei diritti umani continua ad essere estremamente importante, il mutato contesto politico nel quale le imprese operano ha spinto l'Ufficio per l'Alto commissariato dei Diritti Umani delle Nazioni Unite (UNHCHR) a concentrare gli sforzi per dare una definizione della complicità delle imprese nell'abuso dei diritti umani.
3. La **libertà di associazione** e l'esercizio del **diritto alla contrattazione collettiva** consentono opportunità per un dialogo costruttivo. Diversi studi effettuati indicano che la dinamica che consegue dalla libertà di associazione consente di attivare un ciclo di lavoro dignitoso che aumenta produttività, introiti e profitti per tutti i soggetti interessati. La garanzia del rispetto del diritto alla rappresentanza attuato dando voce ai lavoratori, facilita l'individuazione di risposte a livello locale alle sfide dell'economia globale e rappresenta la base per una crescita sostenibile e per attrarre investimenti sicuri. Ed è tanto più importante che ad essere inclusi in questo meccanismo siano anche i soggetti normalmente lasciati al margine di questi processi, in particolare le donne e i lavoratori informali.

2. Global Compact

c) Focus sulla «S»

4. Una retribuzione economica o una compensazione di qualsiasi tipo data ad un lavoratore non è sufficiente a garantire che non si tratti di lavoro forzato o obbligatorio. Ritardando lo **sviluppo adeguato delle risorse umane**, il lavoro forzato inficia il livello della produttività e la crescita economica della società in generale. Per quanto le imprese che operano nella legalità non adottino normalmente queste pratiche, esse possono indirettamente esserne complici attraverso i loro fornitori e contraenti. Per tanto tutti i manager dovrebbero essere consapevoli delle diverse forme e cause del lavoro forzato e di come potrebbero incorrere in fenomeni di questo tipo.

5. Innanzitutto è necessario **verificare che la propria impresa non impieghi il lavoro minorile**; per le imprese le cui filiere di produzione sono geograficamente distanti, è necessario essere particolarmente vigili. Scoprire se ci siano casi di lavoro minorile al proprio interno può essere tuttavia molto difficile ad esempio in assenza di documenti ufficiali, in questi casi le imprese possono valutare l'opportunità di utilizzare ONG locali, agenzie delle Nazioni Unite o altre organizzazioni che possano assisterle in questo processo. Nell'eventualità in cui venga appurata la presenza di bambini nell'impresa essi devono essere allontanati e deve essere data loro una valida alternativa. Queste misure includono l'inserimento dei bambini nella scuola e l'offerta di alternative economiche per le loro famiglie.

6. Si definisce “discriminazione nell'impiego e nella professione” qualsiasi distinzione esclusione o preferenza che abbia l'effetto di annullare o determinare un trattamento che non rispetti l'equità e le pari opportunità applicata per ragioni legate a “razza, colore, sesso, religione, opinione politica, nazionalità o origini sociali”. Non discriminare significa semplicemente **assicurarsi che la selezione del personale venga effettuata sulla base della valutazione delle capacità professionali**. La discriminazione è nociva per le imprese in quanto restringe il bacino di risorse lavorative e professionali delle imprese stesse, rallentando la loro crescita economica. I manager dovrebbero essere a conoscenza delle diverse tipologie di discriminazione e di come esse possano colpire la forza lavoro. Particolare rilievo andrebbe dato all'assunzione di donne e di giovani. Infine le imprese dovrebbero promuovere l'uguaglianza sul posto di lavoro.

3. GRI (Global Reporting Initiative)

3. IL GRI (Global Reporting Initiative)

a) Cos'è

IL **Global Reporting Initiative** è un ente internazionale senza scopo di lucro fondato negli Stati Uniti, a Boston nel **1997**. Il GRI ha fornito un sistema modulare di **standard interconnessi** i quali sono stati **progettati per essere utilizzati da qualunque organizzazione**, permettendo una divulgazione trasparente e comprensibile delle informazioni relative al loro impatto economico, ambientale e sociale. Inoltre, il GRI è **compatibile** con altri importanti framework di reportistica, come **l'ESRS** (European Sustainability Reporting Standards) e **il SASB** (Sustainability Accounting Standards Board), facilitando l'integrazione e la comparabilità delle informazioni tra diversi sistemi. Attraverso questo standard, le organizzazioni possono effettuare disclosure su un'ampia gamma di topics, fornendo una visione completa delle loro pratiche e impatti di sostenibilità.



3. IL GRI (Global Reporting Initiative)

b) Com'è fatto lo Standard

Il GRI è formato da un sistema modulare indicizzato secondo tre differenti serie di standard: Standard universali, Standard di settore e Standard di argomento.

Universal Standard:

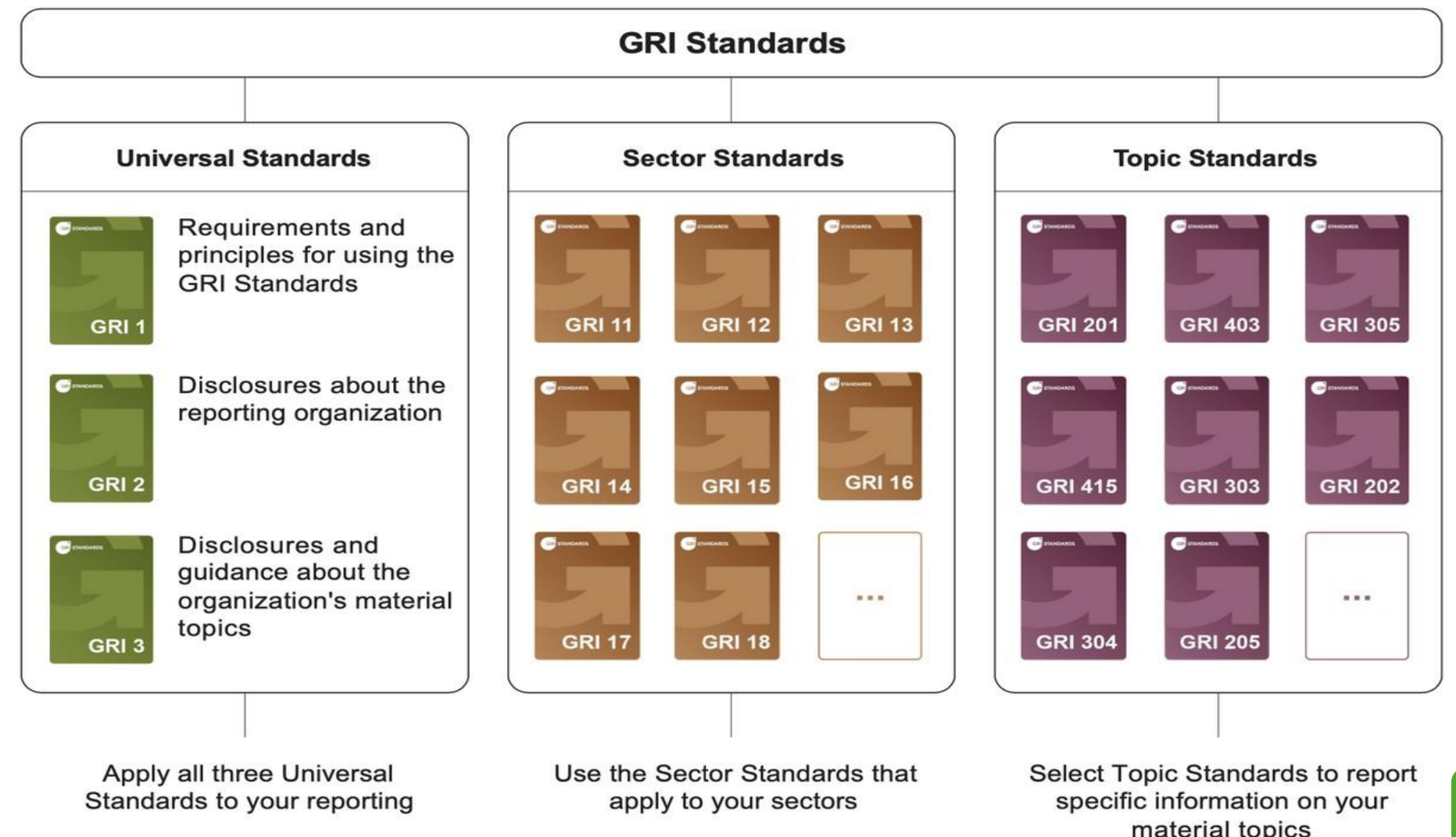
- GRI 1: Foundation 2021 - Principi di rendicontazione
- GRI 2: General Disclosures 2021 - Informativa Generale
- GRI 3: Material Topics 2021 - Temi Materiali

Sector Standard:

- GRI 11: Oil and Gas Sector
- GRI 12: Coal Sector
- GRI 13: Agriculture, Aquaculture and Fishing Sectors
- GRI 14: Mining Sector

Topical Standard:

- 200 e ss.: Economical
- 300 e ss.: Environmental
- 400 e ss.: Social



3. IL GRI (Global Reporting Initiative)

c) Focus sulla «S»

TEMATICHE SOCIALI RILEVANTI NEL GRI



Diritti umani: allineare gli standard GRI relativi ai diritti umani (e quindi i requisiti delle organizzazioni) ai principali strumenti intergovernativi autorevoli in questo ambito, come i principi guida delle Nazioni Unite su imprese e diritti umani e gli strumenti dell'OCSE.



Lavoro: coinvolge al suo interno più standard cercando di implementare la due diligence e focalizzando l'attenzione sui diritti dei lavoratori.



Salute e sicurezza: garantire l'allineamento con le migliori pratiche concordate a livello internazionale e riflettere i recenti sviluppi nella gestione e nel reporting della salute e sicurezza sul lavoro, sulla prevenzione dei danni e sulla promozione della salute

ELENCO DEGLI STANDARD SOCIALI

GRI 401: Employment
GRI 402: Labor/Management Relations
GRI 403: Occupational Health and Safety
GRI 404: Training and Education
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity
GRI 406: Non-discrimination
GRI 407: Freedom of Association and Collective Bargaining
GRI 408: Child Labor
GRI 409: Forced or Compulsory Labor
GRI 410: Security Practices
GRI 411: Rights of Indigenous Peoples
GRI 413: Local Communities
GRI 414: Supplier Social Assessment
GRI 415: Public Policy
GRI 416: Customer Health and Safety
GRI 417: Marketing and Labeling
GRI 418: Customer Privacy

4. ESRS (European Sustainability Reporting Standards)

4. ESRS (European Sustainability Reporting Standards)

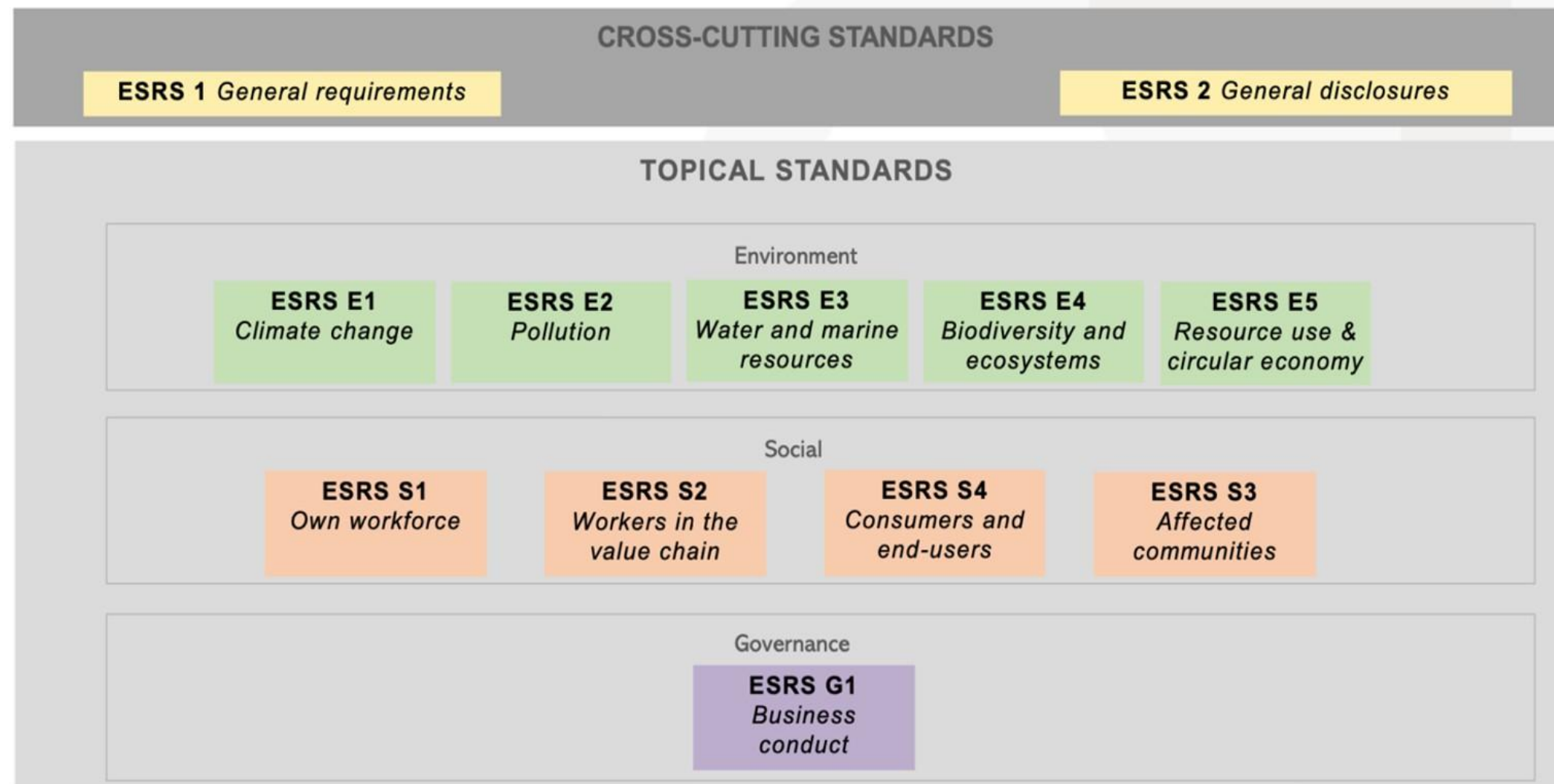
a) Cos'è

Gli **ESRS** sono una serie di norme sviluppate dall'**EFRAG** (European Financial Reporting Advisory Group) per standardizzare il modo in cui le aziende europee rendono conto del loro impatto ambientale, sociale e di governance. Questi standard sono importanti perché migliorano la trasparenza e la comparabilità delle informazioni sulla sostenibilità, aiutando investitori, consumatori e altri stakeholder a prendere decisioni informate. Inoltre, gli **ESRS sostengono gli obiettivi del Green Deal** dell'UE, promuovendo pratiche commerciali sostenibili e la transizione verso un'economia sostenibile e a basse emissioni di carbonio. Gli ESRS sono **parte integrante della CSRD** (Corporate Sustainability Reporting Directive), concepita per rafforzare la portata del reporting di sostenibilità, chiedendo a un maggior numero di aziende di riferire in dettaglio il proprio impatto ESG.



4. ESRS (European Sustainability Reporting Standards)

b) Com'è fatto lo Standard



12 Standard:

- 2 Cross cutting: standard trasversali rispetto tutti i «topical standards»
- 5 Environment
- 4 Social
- 1 Governance

4. ESRS (European Sustainability Reporting Standards)

c) Focus sulla «S»



ESRS S1-1/S1-17

Condizioni di lavoro:

- Occupazione sicura
- Orari di lavoro e salari adeguati
- Dialogo sociale
- Libertà di associazione, esistenza di comitati aziendali e diritti di informazione, consultazione e partecipazione
- Contrattazione collettiva
- Work-life balance
- Salute e sicurezza

Parità di trattamento e di opportunità per tutti:

- Parità di genere e retribuzione
- Formazione e sviluppo
- Inclusione delle persone disabili
- Misure contro la violenza e le molestie
- Diversità

Altri diritti connessi al lavoro:

- Lavoro minorile
- Lavoro forzato
- Alloggi adeguati

ESRS S2-1/2-5

Condizioni di lavoro:

- Occupazione sicura
- Orari di lavoro e salari adeguati
- Dialogo sociale
- Libertà di associazione, esistenza di comitati aziendali e diritti di informazione, consultazione e partecipazione
- Contrattazione collettiva
- Work-life balance
- Salute e sicurezza

Parità di trattamento e di opportunità per tutti:

- Parità di genere e retribuzione
- Formazione e sviluppo
- Inclusione delle persone disabili
- Misure contro la violenza e le molestie
- Diversità

Altri diritti connessi al lavoro:

- Lavoro minorile
- Lavoro forzato
- Alloggi adeguati
- Acqua e servizi igienico-sanitari

ESRS S3-1/S3-5

Diritti economici, sociali e culturali delle comunità:

- Alloggi adeguati
- Alimentazione adeguata
- Acqua e servizi igienico-sanitari
- Impatti legati al territorio
- Impatti legati alla sicurezza

Diritti civili e politici delle comunità:

- Libertà di espressione
- Libertà di associazione
- Impatti sui difensori dei diritti umani

Diritti dei popoli indigeni:

- Consenso libero, previo e informato
- Autodeterminazione
- Diritti culturali

ESRS S4-1/S4-5

Impatti legati alle informazioni per i consumatori e utilizzatori finali:

- Riservatezza
- Libertà di espressione
- Accesso a informazioni di qualità

Sicurezza personale e dei consumatori:

- Salute e sicurezza
- Sicurezza della persona
- Protezione dei bambini

Inclusione sociale dei consumatori:

- Non discriminazione
- Accesso a prodotti e servizi
- Pratiche commerciali responsabili

5. B - CORPORATION

5. B-CORPORATION

a) Cos'è



Il **B Lab** è un'organizzazione no-profit americana fondata nel 2006 con l'obiettivo di creare un movimento globale di aziende che utilizzano il business come forza per il bene comune. Nel 2007, B Lab ha introdotto la certificazione **B Corp**, che riconosce le aziende che raggiungono i più **alti standard di performance sociale e ambientale**. La certificazione B Corp valuta l'impatto aziendale in cinque aree: governance, ambiente, lavoratori, comunità e clienti. Le aziende certificate beneficiano di **maggiore visibilità** grazie a una certificazione riconosciuta a livello internazionale, che rappresenta un significativo **vantaggio competitivo**. La certificazione allinea inoltre le aziende agli obiettivi europei e internazionali di mitigazione delle emissioni, attrae talenti e ha un impatto positivo su tutti gli stakeholder.

Tuttavia, ci sono alcune **limitazioni**: la valutazione di B Lab e i dati non sono completamente pubblici, ma solo una sintesi e il punteggio finale sono disponibili. Inoltre, alcune aziende trovano il questionario rigoroso e difficile da completare.

5. B-CORPORATION

b) Com'è fatto lo Standard

La valutazione per la B Corp si compone di **221 domande**. Sono necessari **almeno 80 pt. BIA** per essere eligibile al titolo di B Corp.

B Impact Assessment

Il B Impact Assessment (BIA) è un **questionario online gratuito** che misura l'impatto di un'azienda su tutte le aree di valutazione B Corp: governance, ambiente, lavoratori, comunità e clienti. Questo strumento fornisce un **punteggio complessivo** e un feedback dettagliato in ciascuna area, aiutando le aziende a identificare i propri punti di forza e le aree di miglioramento.

B Corp Certification

Il B Corp Certification è il **processo di valutazione** che determina se un'azienda soddisfa i requisiti per diventare una B Corp. Questo processo di certificazione è rigoroso e indipendente, richiedendo alle aziende di **superare un punteggio minimo in tutte le aree di valutazione**.

B Community

La B Community è una **rete globale di aziende**, investitori e stakeholder impegnati a utilizzare il business come una forza per il bene. Questa comunità offre alle aziende l'opportunità di connettersi con altre B Corp, **condividere best practice** e **collaborare a progetti comuni**.

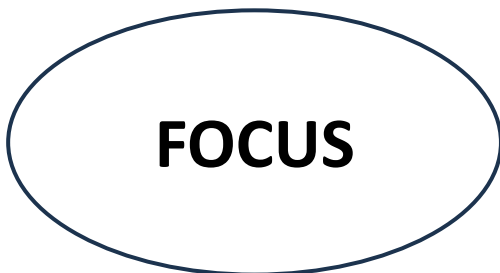
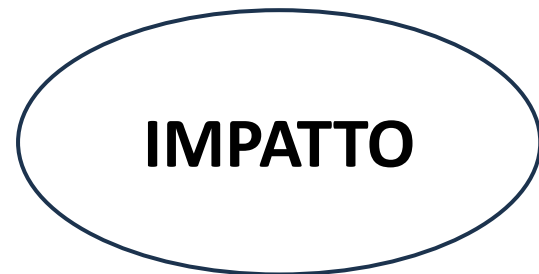


LAVORATORI

5. B-CORPORATION

c) Focus sulla «S»

Nella presente e nella successiva slide sono riportate le **aree d'impatto** prese in considerazione all'interno del B-CORP con i relativi focus. Per poter ottenere questa certificazione l'azienda deve essere in grado di rispondere all'elenco dei «focus» riguardanti gli aspetti sociali.



- 1. Metriche dei lavoratori
- 2. Salute, Benessere e Sicurezza
- 3. Sviluppo della Carriera
- 4. Coinvolgimento e Soddisfazione

- 1.1 Lavoratori stabilizzati
- 1.2 Parità di genere
- 1.3 Iniziative per aumentare i salari e i benefit
- 1.4 Piani pensione

- 2.1 Assistenza sanitaria
- 2.2 Welfare aziendale
- 2.3 Politiche e pratiche per salute e sicurezza
- 2.4 Politiche familiari

- 3.1 Valutazione dei lavoratori
- 3.2 Promozioni interne e percorso di carriera
- 3.3 Assunzione stagisti e percorso di crescita
- 3.4 Formazione permanente

- 4.1 Pratiche di comunità
- 4.2 Sussidiarietà aziendale
- 4.3 Tempi e spazi per l'ascolto e la coprogettazione
- 4.4 Monitoraggio e valutazione della soddisfazione e del coinvolgimento dei lavoratori



COMUNITA'

5. B-CORPORATION

c) Focus sulla «S»

IMPATTO

1. Impatto sociale
2. Diversità, equità ed inclusione
3. Impatto economico
4. Impegno civico e donazioni
5. Gestione della Catena del Valore

FOCUS

1.1 Modello di business orientato all'impatto sulla comunità

- 2.1 Diversità soci, manager, governance
- 2.2 Creazione e gestione di ambienti di lavoro inclusivi
- 2.3 Misurazione della diversità

- 3.1 Estensione geografica
- 3.2 Creazione posti di lavoro
- 3.3 Proprietà locale
- 3.4 Politiche di acquisto, forniture e assunzioni locali
- 3.5 Istituzione bancaria che fornisce servizi all'azienda

- 4.1 Partenariati, adozioni, volontariato aziendale
- 4.2 Donazioni, mecenatismo e investimenti nella comunità
- 4.3 Promozione di comunità educative
- 4.4 Progetti di sviluppo a favore del territorio

- 5.1 Screening ESG di fornitori e servizi in outsourcing
- 5.2 Valutazione in funzione del risultato di cui sopra
- 5.3 Preferenza di fornitori da comunità a basso reddito
- 5.4 Codice di condotta dei fornitori
- 5.5 % fornitori e servizi con certificazioni ESG

6. NEXT (Nuova Economia per Tutti)

6. NEXT (Nuova Economia per Tutti)

a) Cos'è



NeXt Nuova Economia per Tutti, è **un'associazione di promozione sociale** con sede a Roma, Milano, Genova e Napoli che ha l'obiettivo di **promuovere e supportare la realizzazione di una nuova economia più sostenibile, civile e solidale**. NeXt condivide con associati e partner la visione della Nuova Economia/Economia Civile e sperimenta con esse delle attività nei territori legate alla connessione, al **rafforzamento e al supporto di "buone pratiche"** sulla sostenibilità attraverso modelli e strumenti di produzione e consumo responsabile. NeXt sostiene, inoltre, la creazione di eco-sistemi di innovazione sociale per favorire la nascita di nuove startup, coinvolgendo giovani, studentesse/ studenti e innovatrici/innovatori.

6. NEXT (Nuova Economia per Tutti)

b) Com'è fatto lo Standard

L'indice creato da Next è composto da **30 indicatori** inerenti **6 diverse aree**, che sono:

1. L'azienda e il governo dell'organizzazione
- 2. Le persone e l'ambiente di lavoro**
- 3. I rapporti con cittadini/consumatori**
4. La catena di fornitura
5. I comportamenti verso l'ambiente naturale
- 6. I comportamenti verso la comunità locale**



IL PUNTEGGIO

Ad ogni indicatore viene assegnato un punteggio per mezzo del **Mazziotta-Pareto Index (MPI)**, ovvero, con una maggiore ponderazione tra i valori.

L'obiettivo è far sì che il punteggio medio totale, sia per area che complessivo, evidenzi anche il punteggio singolo di ogni elemento all'interno di una valutazione complessiva.

Il Next Index® restituisce diversi dati, che riguardano:

- il punteggio totale ottenuto
- il punteggio di ciascun indicatore
- i punteggi ottenuti per ogni area
- la percentuale di impegno rispetto ai domini BES-Benessere Equo e Sostenibile e agli SDGs, due set di indicatori complementari.

6. NEXT (Nuova Economia per Tutti)

c) Focus sulla «S»

**ELENCO ASPETTI SOCIAL ANALIZZATI DAL
QUESTIONARIO NEXT**



**Le informazioni sugli aspetti Social trattate sono tre
(2,3 e 6) delle sei aree di analisi**

2. Le persone e l'ambiente di lavoro

- 2.1 Clima di lavoro collaborativo, partecipato e solidale (benessere organizzativo, linguaggio e cultura di genere);
- 2.2 Rispetto della dignità delle lavoratrici e dei lavoratori attraverso la remunerazione equa;
- 2.3 Dialogo con la rappresentanza organizzata delle lavoratrici e dei lavoratori in materia di Salute e Sicurezza sul lavoro;
- 2.4 Sistema di conciliazione dei tempi di vita/ lavoro (opportunità di genere, lavoro agile, ecc.);
- 2.5 Sviluppo professionale delle lavoratrici e dei lavoratori, con riconoscimento delle competenze e delle esperienze personali, tramite formazione e apprendimento permanente.

3. I rapporti con i cittadini/consumatori

- 3.1 Strumenti di ascolto, dialogo e relazione con i clienti e/o consumatori finali, per comprendere e aumentare la loro soddisfazione, nel rispetto degli altri stakeholder;
- 3.2 Informazione completa e documentata ai clienti sulla sostenibilità sociale e ambientale dei prodotti/servizi e dei processi produttivi/ erogazione;
- 3.3 Valorizzazione di giovani e studenti quale stimolo per l'innovazione, partnership con i clienti e co-progettazione di prodotti e servizi;
- 3.4 Modalità efficaci di gestione e risoluzione dei reclami, garantendo una adeguata gestione delle tempistiche di risposta e del grado di soddisfazione;
- 3.5 Misurazione del tasso di soddisfazione dei consumatori.

6. I comportamenti verso la comunità locale

- 6.1 Apertura e confronto in relazione all'attività aziendale e alle sue ricadute con le comunità locali e i cittadini;
- 6.2 Dialogo costante e azioni condivise con gli stakeholder del territorio;
- 6.3 Partecipazione e supporto alle politiche di sviluppo del territorio, anche attraverso progetti per la valorizzazione del patrimonio della comunità locale;
- 6.4 Promozione e incremento dell'occupazione stabile sul territorio;
- 6.5 Collaborazione con altre imprese o soggetti del territorio per realizzare la propria mission in una logica di rete.

7. SASB

7. SABS (Sustainability Accounting Standard Board)

a) Cos'è



Il Sustainability Accounting Standards Board (SASB) è un'organizzazione senza scopo di lucro, fondata nel 2011 da Jean Rogers per sviluppare standard contabili di sostenibilità.

Gli standard SASB aiutano le aziende a divulgare informazioni rilevanti sulla sostenibilità ai propri investitori. Disponibili per **77 settori**, gli standard SASB **identificano i rischi e le opportunità** legati alla sostenibilità che hanno maggiori probabilità di influenzare i flussi di cassa di un'entità, l'accesso ai finanziamenti e il costo del capitale nel breve, medio o lungo termine e gli argomenti e i parametri di informativa che sono più probabili essere utile agli investitori.

Dall'agosto 2022, l'International Sustainability Standards Board (ISSB) della Fondazione IFRS si è assunto la responsabilità degli standard SASB. L'ISSB si è impegnato a mantenere, migliorare ed evolvere gli standard SASB e incoraggia i preparatori e gli investitori a continuare a utilizzare gli standard SASB.

7. SABS (Sustainability Accounting Standard Board)

b) Com'è fatto lo Standard

	Beni di consumo	Abbigliamento, accessori e calzature • Produzione di elettrodomestici • Prodotti e arredi per l'edilizia • E-Commerce • Prodotti per la casa e personali • Rivenditori e distributori multilinea e specializzati • Giocattoli e articoli sportivi
	Lavorazione di estrattivi e minerali	Operazioni sul carbone • Materiali da costruzione • Produttori di ferro e acciaio • Metalli e miniere • Petrolio e gas – Esplorazione e produzione • Petrolio e gas – Midstream • Petrolio e gas – Raffinazione e marketing • Petrolio e gas – Servizi
	Finanza	Attività di gestione patrimoniale e custodia • Banche commerciali • Finanza al consumo • Assicurazioni • Investment Banking & Brokerage • Finanziamento ipotecario • Borse di titoli e materie prime
	Cibo e bevande	Prodotti agricoli • Bevande alcoliche • Rivenditori e distributori di alimenti • Carne, pollame e latticini • Bevande non alcoliche • Alimenti trasformati • Ristoranti • Tabacco
	Assistenza sanitaria	Biocarburanti • Gestione forestale • Celle a combustibile e batterie industriali • Prodotti in cellulosa e carta • Tecnologia solare e sviluppatori di progetti • Tecnologia eolica e sviluppatori di progetti
	Infrastruttura	Utility elettriche e generatori di energia • Servizi di ingegneria e costruzione • Servizi di gas e distributori • Costruttori di case • Immobili • Servizi immobiliari • Gestione dei rifiuti • Servizi idrici e servizi
	Risorse rinnovabili ed energia alternativa	Biocarburanti • Gestione forestale • Celle a combustibile e batterie industriali • Prodotti in cellulosa e carta • Tecnologia solare e sviluppatori di progetti • Tecnologia eolica e sviluppatori di progetti
	Trasformazione delle risorse	Aerospaziale e difesa • Prodotti chimici • Contenitori e imballaggi • Apparecchiature elettriche ed elettroniche • Macchinari e merci industriali
	Servizi	Pubblicità e marketing • Casinò e giochi • Istruzione • Hotel e alloggio • Strutture per il tempo libero • Media e intrattenimento • Servizi professionali e commerciali
	Tecnologia e comunicazioni	Servizi di produzione elettronica e produzione di progetti originali • Hardware • Media e servizi Internet • Semiconduttori • Servizi software e IT • Servizi di telecomunicazione
	Trasporto	Trasporto aereo e logistica • Compagnie aeree • Ricambi auto • Automobili • Noleggio e leasing auto • Linee di crociera • Trasporto marittimo • Trasporto ferroviario • Trasporto su strada

SASB ha sviluppato uno **standard unico per ciascun settore**. Ciò è dovuto al fatto che i problemi di sostenibilità si manifestano in modo diverso da un settore all'altro a causa delle differenze nei modelli di business, nella dipendenza dalle risorse e in altri fattori.

7. SABS (Sustainability Accounting Standard Board)

c) Focus sulla «S»

ARGOMENTO	METRICHE	CATEGORIE	UNITA' DI MISURA
Sicurezza dei dati	Descrizione dell'approccio per identificare e affrontare i rischi di sicurezza dei dati	Discussione e analisi	n/a
	Descrizione delle politiche e delle pratiche relative alla raccolta, all'uso e alla conservazione delle informazioni dei clienti	Discussione e analisi	n/a
	Numero di violazioni dei dati, percentuale che coinvolge informazioni riservate aziendali dei clienti e sono violazioni di dati personali, numero di clienti e individui colpiti	Quantitativo	Numero, Percentuale (%)
Diversità e Coinvolgimento della Forza Lavoro	Percentuale di rappresentanza di genere e gruppo di diversità per dirigenza esecutiva, dirigenza non esecutiva e tutti gli altri dipendenti	Quantitativo	Percentuale (%)
	Tasso di turnover volontario e involontario dei dipendenti	Quantitativo	Percentuale (%)
	Coinvolgimento dei dipendenti come percentuale	Quantitativo	Percentuale (%)
Integrità professionale	Descrizione dell'approccio per garantire l'integrità professionale	Discussione e analisi	n/a
	Importo totale delle perdite monetarie a seguito di procedimenti legali associati all'integrità professionale	Quantitativo	Valuta di presentazione

7. SABS (Sustainability Accounting Standard Board)

c) Focus sulla «S»

METRICA DI ATTIVITA'	CATEGORIA	UNITA' DI MISURA
Numero di dipendenti per: tempo pieno e part-time, temporanei ed a contratto	Quantitativo	Numero
Ore lavorate dai dipendenti, percentuale fatturabile	Quantitativo	Ore, Percentuale (%)

Come descritto, lo standard SASB è specifico per ciascun settore di riferimento. Di conseguenza, anche le metriche sociali analizzate variano in base alla rilevanza del settore preso in considerazione.

Per fornire una panoramica, in questo caso è stato scelto il settore dei servizi, più precisamente "servizi professionali e commerciali".

È possibile scaricare il modello più adatto alla vostra realtà aziendale al seguente link: <https://sasb.ifrs.org/standards/download/>

HUMANISTIC ASSESSMENT

Introduzione al Self “Humanistic Assessment”

In un contesto in cui rating e standard di valutazione proliferano e si diversificano, il team di esperti composto da membri **della Luiss Business School e Humanistic ESG, in collaborazione con Unindustria e con il contributo della Camera di Commercio di Roma**, ha creato lo "Humanistic Assessment", uno strumento capace di armonizzare tutti i principali standard di rendicontazione presenti sul mercato.

Lo Humanistic Assessment è stato creato per affrontare direttamente **la sfida di misurare la componente sociale nelle imprese**. Rispetto agli aspetti ambientali e di governance, che hanno metriche ben definite e processi ingegneristici consolidati, la dimensione sociale è spesso percepita come più astratta e intangibile.

Con l'obiettivo di supportare le organizzazioni nello sviluppo di una visione più completa e integrate e che riconosca e valorizzi il ruolo cruciale delle persone e della cultura nei processi aziendali, il framework dello Humanistic Assessment è pensato per aiutare le imprese a "**rendere visibile l'invisibile**", ossia quei fattori umani che contribuiscono alla sostenibilità, ma che sono più difficili da misurare.

SELF HUMANISTIC ASSESSMENT

Metodologia

Per la creazione dello Humanistic-Self Assessment, destinato alle PMI per un'analisi interna delle proprie pratiche in ambito sociale, è stata adottata una metodologia rigorosa e strutturata. Il punto di partenza è stato l'analisi e l'integrazione di vari standard internazionali di riferimento, tra cui ESRS (European Sustainability Reporting Standards), GRI (Global Reporting Initiative), NEXT, e B-Corporation. Questi standard sono stati selezionati per la loro rilevanza e riconoscimento globale nelle pratiche di sostenibilità e responsabilità sociale.

Successivamente, è stato avviato un processo di consultazione con esperti del settore, con l'obiettivo di arricchire e completare il documento. Il contributo degli esperti ha permesso di ampliare l'analisi, includendo una prospettiva olistica che considera tutti gli aspetti sociali rilevanti, sia interni che esterni all'azienda. Questo approccio ha garantito che lo Humanistic-Self Assessment risultasse un documento esaustivo, capace di guidare le PMI in un'analisi dettagliata e approfondita della loro situazione rispetto alle tematiche sociali.

Definizione dei punteggi

	VALORI	DESCRIZIONE
TEMA PIENAMENTE GESTITO	3	Questo valore indica che il tema è stato affrontato in modo completo e sistematico. Tutti gli aspetti rilevanti del tema sono stati considerati e sono in atto misure concrete per gestirlo in modo efficace. Le azioni intraprese sono coerenti, ben implementate e monitorate regolarmente per garantire risultati ottimali. Non sono necessari ulteriori interventi correttivi.
TEMA PARZIALMENTE GESTITO	2	Il tema è stato affrontato solo in parte. Alcuni aspetti sono stati considerati e sono state prese alcune misure per la gestione, ma potrebbero esserci lacune o aree che necessitano di ulteriore attenzione. La gestione potrebbe non essere completamente integrata o sistematica, e potrebbero essere necessari miglioramenti per garantire una gestione più completa ed efficace.
TEMA IN PROGETTO DI GESTIONE	1	Questo valore riflette una situazione in cui il tema è stato identificato e si stanno progettando azioni per la sua gestione, ma queste azioni non sono ancora state completamente implementate. Il tema è in una fase iniziale di gestione, con piani in corso d'opera, ma non si sono ancora visti risultati concreti. Sono necessari ulteriori sviluppi e azioni per passare a una gestione più attiva e completa.
TEMA NON GESTITO	0	Indica che il tema non è stato affrontato né gestito. Non sono state prese misure per gestire il tema, e non ci sono piani concreti per farlo. Questo può rappresentare un rischio o un'area di miglioramento significativa, in quanto la mancanza di gestione potrebbe portare a problemi non risolti o a inefficienze.

Terminologia

	DESCRIZIONE
CFR (CORPORATE FAMILY RESPONSIBILITY)	Con il termine Corporate Family Responsibility si intende la responsabilità delle aziende nei confronti delle famiglie dei propri dipendenti. A questa definizione si aggiunge la necessità di rileggere tale responsabilità secondo un approccio relazionale, per cui non si tratta solo di una responsabilità nei confronti delle famiglie dei dipendenti, ma di tutte le relazioni di cui ogni dipendente è portatore. (https://www.marcovigorelli.org/definizione-corporate-family-responsibility/#:~:text=Con%20il%20termine%20Corporate%20Family,delle%20famiglie%20dei%20propri%20dipendenti.)
CORPORATE IDENTITY	La Corporate Identity è l'insieme degli elementi visivi, comunicativi e comportamentali che richiamano l'identità di un'azienda. Comprende il logo, i colori, il design, la missione, i valori e lo stile di comunicazione, che insieme contribuiscono a creare un'immagine coerente e riconoscibile dell'azienda sia internamente che esternamente. La Corporate Identity serve a differenziare l'azienda dai concorrenti ea costruire una percezione positiva presso clienti, dipendenti e il pubblico in generale.
GENDER PAY GAP	Il Gender pay gap è la differenza di retribuzione media tra uomini e donne, spesso espressa come percentuale del salario degli uomini rispetto a quello delle donne.
IMPATTO SOCIALE	L' impatto sociale si riferisce agli effetti, positivi o negativi, che un'azione, un progetto, un'organizzazione o una politica hanno sulla società e sulle comunità. L'impatto sociale può essere misurato in termini di miglioramento della qualità della vita, riduzione delle disuguaglianze, incremento dell'accesso all'istruzione o alla salute, e altre trasformazioni che influenzano il tessuto sociale di una comunità o di un gruppo specifico.

Terminologia

	DESCRIZIONE
IMPACT & RISK ASSESSMENT	L' Impact & Risk Assessment è il processo di identificazione, valutazione e gestione degli effetti potenziali (impatti) e dei rischi associati a un progetto, un'attività o una decisione. Questa valutazione mira a comprendere sia i benefici che i possibili danni, considerando vari aspetti come l'ambiente, l'economia, la società e la salute.
CATENA DEL VALORE	La catena del valore è il concetto che rappresenta l'insieme delle attività interconnesse che un'azienda svolge per creare valore a partire dalle materie prime fino al prodotto finale. Ogni attività, dall'approvazione alla produzione, fino alla distribuzione e al supporto post-vendita, contribuisce ad aumentare il valore percepito dal cliente.
IMPATTO POTENZIALE DEI PROPRI BENI O SERVIZI	L' impatto potenziale dei propri beni o servizi si riferisce agli effetti, positivi o negativi, che i prodotti o i servizi di un'azienda possono avere sulla società, l'ambiente e l'economia, una volta introdotti sul mercato.
TUTELA DEL CLIENTE	La tutela del cliente si riferisce all'insieme di misure, pratiche e normative adottate da un'azienda o imposte da autorità regolatorie per proteggere i diritti e gli interessi dei consumatori. Questo concetto include garantire la sicurezza dei prodotti e servizi, fornire informazioni chiare e veritiere, rispettare la privacy dei dati personali, offrire un servizio clienti efficace, e risolvere reclami o controversie in modo equo.
RCI (RESPONSABILITÀ CULTURALE D'IMPRESA)	L'identità culturale di una d'impresa è un bene comune che va oltre l'azienda. Promuoverne i valori culturali e sociali è una straordinaria opportunità per affrontare il tema della responsabilità sociale e culturale in un tempo in cui questo è un valore riconosciuto.

AREA D'IMPATTO	ARGOMENTO D'IMPATTO	FOCUS
COMUNITÀ INTERNA	MAPPATURA PRELIMINARE	Leadership
		Retribuzioni
		Salari
		Numeriche
	SICUREZZA, SALUTE E BENESSERE	Welfare
		Luoghi di lavoro
		Work-life balance
		Policy
		Famiglia
	CRESCITA PROFESSIONALE	Percorso di carriera
		Formazione

AREA D'IMPATTO	ARGOMENTO D'IMPATTO	FOCUS
COMUNITÀ INTERNA	CONVOLGIMENTO E SENSO DI APPARTENENZA	Gestione dei reclami
		Clima aziendale
		Ascolto e condivisione delle proposte
		Condivisione della corporate Identity
		Rispetto dell'unicità e inclusione
	UNICITÀ E INCLUSIONE	Gender pay gap
		Impatto sociale
		Obiettivi ESG
	GESTIONE SOSTENIBILE	Impact & risk assessment
		Sistema di Performance Management
		Pratiche per rendere autonomo il personale

AREA D'IMPATTO	ARGOMENTO D'IMPATTO	FOCUS
COMUNITÀ ESTERNA	IMPATTO ESTERNO	Catena del valore
		Impatto delle attività aziendali
	FORNITORI	Gestione dei fornitori
		Obiettivi ESG
		Impact & risk assessment
		Certificazioni ESG
	CLIENTI	Impatto delle operazioni e dei servizi sui clienti
		Marketing etico
		Tutela del cliente
		Tutela della privacy
		Obiettivi ESG
		Ascolto del cliente

AREA D'IMPATTO	ARGOMENTO D'IMPATTO	FOCUS
COMUNITÀ ESTERNA	COMUNITÀ E TERRITORIO	Coinvolgimento delle comunità e monitoraggio della soddisfazione
		Obiettivi e prestazioni sociali e ambientali
		Coinvolgimento delle comunità locali
		Supporto alla comunità attraverso le forniture
		Occupazione
		Impatto sociale e proprietà
		Istituzione bancaria
	RESPONSABILITÀ CULTURALE D'IMPRESA	Cultura locale
		Inclusione di elementi della cultura locale
		Iniziative di sostegno alla cultura locale
		RCI (responsabilità culturale d'impresa)





CRISTIANO BUSCO
Referente scientifico

Cristiano Busco, PhD, è Ordinario di Accounting and Integrated Reporting presso la Luiss Business School e la UCL School of Management. Ha conseguito un PhD (Accounting) presso l'Università di Manchester e ha ricoperto incarichi di insegnamento e ricerca negli USA (Los Angeles e Boston), in UK (Manchester), Irlanda (Galway) e Italia (Siena). Gli interessi di ricerca di Cristiano sono nel campo della contabilità direzionale, della misurazione della performance, nonché del pensiero integrato e del reporting. Ha pubblicato sulle maggiori riviste internazionali in materia di Accounting e Reporting.



cbusco@luiss.it



SIMONE BUDINI
Responsabile di progetto

Project Leader del CeSID (Centro su Sostenibilità, Inclusione e Digitalizzazione) della Luiss Business School, e docente dei Lab su Business Ethics, CSR e Sustainability. Co-manager di SDNS Italia, la principale rete delle Nazioni Unite in materia di ricerca per la Sostenibilità. Ha ideato e realizzato vari corsi di formazione e trasformazione sulla sostenibilità; è stato anche ESG Advisor per aziende. È membro del CTS di NeXT (Nuova Economia X Tutti), board member dell'International Humanistic Management Association e manager di SDSN Italia (Sustainable Development Solution Network). È cofondatore di Humanistic ESG, socio responsabile d'impatto.



simone.budini@humanisticsesg.it



FRANCESCO LIMONE
Partner

Co-Founder di Humanistic ESG società benefit. Senior Fellow di Digit'ed. Professore di Leadership and Communityship 24ORE Business School. Editorialista per Fortune Italia. È stato nominato LinkedIn Top Voice su Vita-Lavoro. Ha ottenuto l'Executive Master in Business Administration presso il MIP school of management del Politecnico di Milano, l'International Faculty Program dello IESE Business School di Barcellona. Nelle sue attività di docenza, divulgazione e consulenza promuove una visione del lavoro come missione, le imprese come comunità di persone, la possibilità di una vita maggiormente integrata..



francesco.limone@humanisticsesg.it