

DIZIONARIO
CSR

L'impegno sociale
delle aziende:
le parole per dirlo,
le idee per farlo

2011-2012

A CURA DI ROBERTO ORSI

Osservatorio  Socialis

DIZIONARIO
CSR

L'impegno sociale
delle aziende:
le parole per dirlo,
le idee per farlo

A CURA DI ROBERTO ORSI

INDICE

INTRODUZIONE	5
IL DIZIONARIO	7
SITOGRAFIA	53
IMPEGNO SOCIALE, AZIENDE E NON PROFIT: TESTIMONIANZE	65

di Roberto Orsi*

Un ringraziamento particolare a coloro che hanno ispirato questa pubblicazione nata con l'obiettivo di celebrare il decennale del Libro Verde della Commissione Europea (18 luglio 2001): dai docenti e gli studenti delle facoltà di Economia e Scienze della comunicazione di tante università italiane, ai manager delle imprese che hanno sostenuto negli anni lo sviluppo e la promozione della CSR attraverso l'Osservatorio Socialis, dai giornalisti che si sono interessati alle indagini condotte in collaborazione con SWG, alle associazioni non profit che hanno accompagnato le nostre iniziative, dalle istituzioni patrocinanti ai collaboratori e consulenti che hanno partecipato con passione alla crescita di questo progetto.

(R. O.)

Questo libro, presentato ufficialmente in occasione del decennale della pubblicazione del Libro Verde della Commissione Europea sulla Responsabilità Sociale delle Imprese, rappresenta **l'apertura di un nuovo cantiere** per la crescita dell'impegno nel sociale delle imprese: uno strumento di dialogo tra aziende, istituzioni, non profit e università.

Quando vide la luce il capolavoro di Stanley Kubrick (la sua *"Odissea nello spazio"* è del 1968), il 2001 sembrava un futuro lontanissimo. Oggi siamo addirittura nel 2011 e nel frattempo sono apparsi la rivoluzione di internet, la globalizzazione e tanti altri fattori che ci impongono un processo di confronto per **un nuovo modello di sviluppo, più attento al risparmio delle risorse e al benessere collettivo.**

Se in questi ultimi anni siamo passati dagli imperativi economici "Produci e Vendi" a quelli sintetizzati da "Ascolta e Rispondi", se al calcolo del PIL (Prodotto Interno Lordo) oggi si aggiunge quello del BIL (Benessere Interno Lordo), se al Bilancio di esercizio si affiancano il Bilancio sociale o il Bilancio di sostenibilità, dobbiamo pensare davvero che i tempi siano maturi per una nuova visione dell'economia e del rapporto tra società, potere e imprese.

E' il momento dell'avvento consapevole di una nuova cultura, civile, sociale, imprenditoriale che ci porti a pensare alla nostra società, al nostro lavoro e all'ambiente che ci circonda in una maniera nuova. Perché il mondo è cambiato, e noi dobbiamo cambiare insieme a lui.

* Presidente e Amministratore Delegato ERREPI COMUNICAZIONE
Direttore dell'Osservatorio Socialis

a > z



AA1000 (ACCOUNTABILITY 1000)

Standard di processo per l'attività di Social and Ethical Accounting, Auditing and Reporting (SEAAR), introdotto nel 1999 dall'Institute of Social and Ethical Accountability (ISEA). La struttura AA1000 è nata per migliorare le performance complessive delle organizzazioni mediante l'aumento della qualità nell'accounting, auditing e nel reporting sociale ed etico. E' considerato uno 'standard fondativo' che ogni impresa può adottare in maniera volontaria per implementare un sistema di gestione della responsabilità etico-sociale, oppure può utilizzare come base di confronto per misurare la qualità del proprio metodo di rendicontazione e comunicazione etica e sociale. La struttura dell'AA1000 è composta dallo standard, ovvero principi e fasi del processo necessari per realizzare un sistema di contabilità e rendicontazione della responsabilità sociale dell'impresa, da una serie di direttive, dall'insieme di requisiti necessari per assumere le qualifiche professionali adeguate.

ACCOUNTABILITY (RENDICONTAZIONE SOCIALE)

Dovere e responsabilità di un'azienda di spiegare e giustificare, nei confronti dei suoi stakeholder, le azioni intraprese per rispettare gli impegni presi con gli interlocutori sia sul piano economico-reddituale (per esempio verso gli investitori attuali e potenziali), sia da altri punti di vista. Un'organizzazione o un'impresa è *accountable* se rende conto periodicamente e comunica in modo trasparente alle parti interessate quanto è stato fatto nel corso delle proprie attività.

ADVISOR ETICO

Figura che valuta il livello di responsabilità sociale degli strumenti finanziari delle imprese, ne legittima la politica *Socially Responsible* ed effettua un controllo preventivo sull'investimento. Inoltre, l'advisor etico verifica il grado di coinvolgimento dell'impresa in tecnologie o pratiche che siano lesive della dignità umana, degli animali o della natura.

ADVOCACY

Letteralmente: “tutela dei diritti delle fasce deboli di popolazione”, socialmente: “promozione e patrocinio di una causa per modificare decisioni politiche e comportamenti collettivi ed individuali”. Così intesa, l'*advocacy* favorisce il cambiamento sociale intervenendo sui decision makers, per modificare la loro percezione o comprensione della questione da promuovere e per influenzare il loro comportamento. L'*advocacy* si esprime anche nell'uso strategico dei media, nel volontariato, nell'associazionismo e nell'advertising.

ALTRA ECONOMIA

L'espressione indica quell'insieme di iniziative economiche (commercio equo e solidale, finanza etica, agricoltura biologica, consumo critico, turismo responsabile, pratiche di riuso e riciclo dei materiali, energie rinnovabili, sistemi di scambio non monetario, sistemi di informazione aperta come il software libero) intraprese nell'ottica della valorizzazione delle relazioni, oltre che del capitale, del riconoscimento di un'equa ripartizione delle risorse tra tutti e della garanzia del rispetto dell'ambiente, degli individui e della società.

ALTRUISMO

Atteggiamento morale che a livello individuale conduce ad azioni di beneficenza e di filantropia e a livello di impresa a una reale assunzione di responsabilità di fare del bene attraverso la responsabilità sociale che diventa una vera e propria modalità di comportamento aziendale, un atto attraverso cui esprimere la propria filosofia aziendale ed il proprio universo identitario e simbolico.

AMBIENTE

Parola chiave dell'impegno sociale delle imprese: per la riduzione delle emissioni, la riduzione dell'impatto visivo, il riciclo e lo smaltimento dei rifiuti, il miglioramento dell'impatto logistico. Su questo terreno “alle imprese è richiesto di sostenere un approccio preventivo nei confronti delle

sfide ambientali, di intraprendere iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale, di incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie che rispettano l'ambiente” (dai principi del Global Compact dell'ONU).

ANTROPOLOGIA

Il fondamento filosofico della RSI è in una concezione di umanesimo integrale della persona, considerata non come semplice individuo: forza-lavoro se dipendente, bisogno indotto se consumatore; bensì essere-persona con una sua dignità umana da rispettare in tutte le sue forme di convivenza.

APPARTENENZA

Consapevolezza non statica della propria identità, ma momento preliminare alla propria dimensione sociale, che si esplica in relazione all'ambiente e ai soggetti che costituiscono la comunità di riferimento. Appartenenza significa sentirsi parte di un gruppo, condividere comportamenti, modi di pensare e atteggiamenti.

APPORTI DIRETTI

Forme di intervento a vantaggio della comunità con i quali l'impresa partecipa direttamente, attraverso contributi di ordine finanziario, ma anche impegnando le sue risorse umane, le sue conoscenze e competenze, la sua capacità di relazione e la sua reputazione per la piena realizzazione e lo sviluppo dei progetti.

APPROCCIO MULTI-STAKEHOLDER

La crescente consapevolezza delle imprese di non potere gestire autonomamente i problemi e le conseguenze connesse all'esercizio della responsabilità sociale d'impresa. Soprattutto in riferimento alla catena di fornitura in contesti internazionali, favorisce lo sviluppo di iniziative - spesso riferite ad uno specifico settore - che coinvolgono diversi stakeholders (grandi produttori, fornitori, ONG, sindacati, organizzazio-

ni internazionali, istituzioni nazionali e locali, ecc.). Obiettivo di queste iniziative è quello di condividere le conoscenze e mediare tra le differenti esigenze e prospettive dei portatori di interesse al fine di equilibrare le ragioni dell'efficienza con quelle dell'equità e, dunque, di contemperare l'obiettivo di profitto con obiettivi di carattere etico sociale.

ARTICOLO 41

Dalla Costituzione della Repubblica Italiana: *“L’iniziativa economica privata è libera. Non può svolgersi in contrasto con l’utilità sociale o in modo da recare danno alla sicurezza, alla libertà, alla dignità umana. La legge determina i programmi e i controlli opportuni perché l’attività economica pubblica e privata possa essere indirizzata e coordinata a fini sociali”*.

ASCOLTO

Il mercato come luogo di conversazioni tra azienda e consumatori, il marketing come tecnica di ascolto, internet, il web 2.0, i blog come strumenti di trasparenza e di partecipazione, la comunicazione come momento di scambio e di coinvolgimento nelle strategie. Può (e deve) essere interpretato come verifica permanente della sintonia che un'impresa stabilisce con i propri stakeholders.

ASSET INTANGIBILI

Gli asset che in maniera sempre più decisiva concorrono a creare il valore generato dall'impresa. La loro immaterialità è legata al fatto che non sono asset fisici, che si possono toccare (come le materie prime e i capitali), e che perciò non trovano (o in minima parte) misurazione e contabilizzazione nel bilancio civilistico. Gli asset immateriali costituiscono il “capitale dell'intangibile” aziendale che fa parte del patrimonio immateriale, secondo tre “dimensioni” principali:

capitale umano: il sapere messo in campo dalle persone, che include competenze, esperienze e qualità personali di chi opera nell'organizzazione;

capitale strutturale: l'infrastruttura che consente al capitale umano di esprimere il suo potenziale, e con il quale esiste un relazione di interdipendenza dinamica composta principalmente da capitale tecnologico e da capitale organizzativo;

capitale relazionale: il valore del complesso di relazioni tra un'azienda e i suoi interlocutori (clienti, consumatori, fornitori, partner commerciali).

ASSOCIAZIONE

Ente senza finalità di lucro costituito da un insieme di persone fisiche o giuridiche legate dal perseguimento di uno scopo comune.

AUDIT

etico: applicazione di criteri etici, non finanziari, a una decisione di investimento.

sociale: valutazione sistematica dell'impatto sociale di un'impresa rispetto a talune norme e aspettative.

ecologico: applicazione di criteri ambientali, non finanziari, a una decisione d'investimento.

BENCHMARK ETICO

Parametro di riferimento per la gestione di un fondo di investimento caratterizzato da determinate connotazioni di eticità.

BENE COMUNE

Un bene che è condiviso da tutti i membri di una comunità, quindi non alienabile, non cedibile.



BENESSERE

Il "Benessere organizzativo" è l'insieme di benessere fisico, sociale e psicologico di tutti i lavoratori. Dove c'è benessere non c'è competizione, non ci sono conflitti di ruolo, non c'è insoddisfazione e demotivazione personale. Dove c'è benessere c'è una organizzazione aziendale in grado di prevenire disagi e contrasti, c'è programmazione del lavoro, c'è integrazione, certezza dei ruoli, spirito di collaborazione.

BIL (BENESSERE INTERNO LORDO)

Recente indicatore statistico dello sviluppo di una nazione, utilizzato accanto al PIL. Poggia su 11 parametri: dalla soddisfazione sul lavoro alla stabilità politica, dalla salute alle politiche per la casa, dalla cura per l'ambiente alla percezione della sicurezza

BILANCIO AMBIENTALE

Documento con cui l'impresa comunica la pianificazione, la gestione e la rendicontazione delle iniziative volte a ridurre l'impatto negativo esercitato sull'ambiente dall'attività produttiva.

BILANCIO DI RICADUTA SOCIALE

Per gli Enti Pubblici è il termine più corretto da usare per descrivere il tipo di documento che vogliono redigere. Il termine Bilancio Sociale sarebbe infatti riduttivo, poiché l'essere sociale fa parte della natura dell'ente.

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

Forma di comunicazione più completa del bilancio sociale o ambientale, che comprende tutte le dimensioni del concetto di sostenibilità: ambientale (rispetto delle risorse naturali); sociale (capacità di garantire condizioni di benessere e opportunità di crescita nel rispetto dei

diritti umani e del lavoro); economica (capacità di generare reddito, profitti e lavoro). È un bilancio che si basa su un triplice approccio (Triple Bottom Line o Triple P Approach) con cui analizza le "3P", ovvero la persona (People), l'ambiente (Planet) e il profitto (Profit).

BILANCIO SOCIALE

Strumento di adozione volontaria per valutare i risultati dell'attività aziendale nella loro dimensione sociale, ambientale ed etica e per renderne conto pubblicamente. In genere, pur non essendoci un modello univoco, comprende la definizione dell'identità, dei valori, della mission e degli obiettivi strategici dell'impresa, oltre alla descrizione del suo assetto istituzionale e della sua struttura organizzativa. Segue il calcolo della distribuzione del "valore aggiunto" per i diversi stakeholder. Il valore aggiunto rappresenta la ricchezza che l'attività aziendale crea nell'unità di tempo a vantaggio dei suoi interlocutori; in questa prospettiva, ad esempio, i lavoratori cessano di rappresentare un costo e divengono parte del maggior valore creato dall'azienda. In sostanza, il bilancio sociale prevede un'attività di contabilità e di riclassificazione di tradizionali grandezze economico monetarie (ad esempio, il conto economico) in relazione alle performance sociali/ambientali dell'impresa: attraverso la costruzione di indicatori significativi, si fa in modo che i dati contabili esprimano anche la propria valenza sociale, in termini, appunto, di "valore aggiunto". Infine, il bilancio sociale contiene la cosiddetta "relazione sociale" o reporting che dovrebbe fornire agli stakeholder un'informazione sufficientemente ampia e comprensibile, ricavata dai dati della contabilità sociale.

BOD (BIOCHEMICAL OXYGEN DEMAND)

Misura della richiesta biologica di ossigeno, ovvero la quantità di ossigeno consumato in mg/l, durante alcuni processi di ossidazione di sostanza organica. L'analisi del BOD indica il contenuto di sostanza organica biodegradabile presente negli scarichi idrici, espresso in termini di quantità di ossigeno necessario alla degradazione da parte di microrganismi. Il parametro rappresenta un indicatore del potenziale di riduzione dell'ossigeno disciolto nei corpi idrici ricettori degli scarichi con possibili effetti ambientali negativi.

CAPACITÀ DI CARICO

Quantità di inquinamento e rifiuti che il pianeta è in grado di sopportare.

CARITAS IN VERITATE

“Caritas in Veritate” è l’Enciclica di Papa Benedetto XVI pubblicata nel giugno 2009 (dopo la crisi economica del 2008) in cui il pontefice si schiera con il modello di economia sociale di mercato per una giustizia distributiva, contrapponendolo al modello liberista di un capitalismo autarchico.

CARTA DEI DOVERI UMANI

Documento promulgato dall’ICHHD (International Council of Human Duties), che rifiuta per lo sfruttamento del lavoro minorile e rivendica le pari opportunità tra uomo e donna.

CAUSE-RELATED MARKETING

L’attività con la quale un’azienda con un’immagine, un prodotto o un servizio da vendere stabilisce una partnership con un’organizzazione non profit, che ha una causa da promuovere o un progetto da realizzare, per il raggiungimento di un beneficio comune. L’azienda profit, cioè, associa il proprio marchio a quello di un ente attivo in ambito sociale, con lo scopo di connotare eticamente la propria azienda e, conseguentemente, dare nuove motivazioni di scelta al consumatore.

CINQUE PER MILLE

Norma non ancora stabilizzata che consente ai cittadini contribuenti di indicare a chi destinare una cifra che il Governo italiano stabilisce ogni anno a copertura per il sostegno al non profit. Il contribuente può

scegliere tra associazioni di volontariato, ricerca scientifica e sanitaria, promozione della cultura, dello sport dilettantistico. Il tutto inserendo la propria firma e il codice fiscale dell’ente prescelto all’interno dello spazio apposito nella dichiarazione dei redditi.

CITTADINANZA D’IMPRESA

La gestione della totalità dei rapporti esistenti tra un’impresa e il suo contesto d’azione locale, nazionale e mondiale. L’impresa nell’economia civile è soggetto protagonista pro-attivo della vita sociale. E’ co-partecipe allo sviluppo integrale della comunità umana con cui interagisce. L’impresa nell’economia capitalista è interessata al bene degli azionisti e del mercato, molto meno al bene comune e alla sostenibilità.

CLIENTI

Parola che richiama la necessità di un’attenzione speciale a: qualità e sicurezza dei prodotti, tavoli di dialogo, politiche di prezzo, assistenza all’uso dei prodotti, informazione trasparente.

COD (CHEMICAL OXYGEN DEMAND)

Misura la quantità di ossigeno utilizzata per l’ossidazione di sostanze organiche e inorganiche contenute in un campione d’acqua a seguito di trattamento con composti a forte potere ossidante. Il COD fornisce un’indicazione del contenuto totale delle sostanze organiche ed inorganiche ossidabili e quindi della contaminazione antropica.

CODICE DI CONDOTTA

Documento che definisce gli impegni e i principi di condotta di un’impresa negli affari, nei confronti dei dipendenti, dell’ambiente e delle comunità esterne.

CODICE ETICO

La “Carta Costituzionale” dell’impresa, una carta dei diritti e doveri morali che definisce la responsabilità etico-sociale di ogni partecipante all’organizzazione imprenditoriale. È finalizzato a prevenire comportamenti irresponsabili o illeciti da parte di chi opera in nome e per conto dell’azienda, perché introduce una definizione chiara ed esplicita delle responsabilità etiche e sociali dei propri dirigenti, quadri, dipendenti e spesso anche fornitori verso i diversi gruppi di stakeholder.

COERENZA

Corrispondenza fra i risultati conseguiti e gli obiettivi derivanti dalla missione, dai valori e dal Codice Etico: coerenza negli atteggiamenti interni ed esterni dell’azienda, coerenza verso gli attori principali della CSR, coerenza della comunicazione, coerenza con le aspettative legittime degli stakeholder.

COINVOLGIMENTO

Attività di consultazione degli stakeholder (attraverso indagini conoscitive, interviste, ecc.) intrapresa in modo sistematico su singole questioni per approfondire la comprensione di interessi, aspettative e bisogni, al fine di formulare o rivedere le politiche aziendali.

COLLABORAZIONE

Da un modello competitivo a un modello collaborativo: così cambia l’approccio al mercato da parte delle aziende capaci di favorire lo sviluppo di una visione globale di un sistema-Paese e di far crescere l’intero sistema, di reagire alla globalizzazione. Collaborazione significa rapporti migliori tra fornitori e clienti, condivisione dei processi, maggiore capacità contrattuale, capacità di comunicazione e persuasione, partnership mirate per la ricerca e l’innovazione.

COMITATO ETICO

Organismo aziendale composto dai rappresentanti delle diverse funzioni e da membri esterni, che ha il compito di esprimere pareri vincolanti su questioni etiche in azienda, risolvere casi portati alla sua attenzione, definire il piano di comunicazione e di formazione etica in attuazione del codice etico.

COMMERCIO ETICO

Si propone di elevare le condizioni di lavoro sulle grandi catene di produzione a livello di norme minime fondamentali e di eliminare le peggiori forme di sfruttamento della manodopera, come il lavoro infantile, il lavoro forzato o le officine clandestine. I criteri di etichettatura si basano generalmente sulle Convenzioni fondamentali dell’OIL.

COMMERCIO EQUO

Approccio alternativo al commercio internazionale convenzionale. Si tratta di una partnership commerciale che favorisce lo sviluppo durevole dei produttori esclusi o sfavoriti, garantendo loro migliori condizioni commerciali e puntando sulla sensibilizzazione e le campagne d’informazione. I criteri per inserire i prodotti nell’ambito del commercio equo differiscono, ma comprendono in generale temi quali i prezzi garantiti, il pagamento anticipato e il pagamento diretto ai produttori o alle loro cooperative.

COMMUNITY INVESTING

Concessione di finanziamenti a soggetti che, per il livello di reddito o per l’appartenenza a classi sociali discriminate, sono considerati non bancabili dalle normali istituzioni finanziarie.

COMMUNITY INVESTMENT

L'espressione indica quelle forme di investimento su progetti e attività che portano un beneficio diretto alla collettività, erogate specialmente a quelle categorie di persone o imprese che più difficilmente riescono ad avere accesso al credito tramite i circuiti tradizionali. I beneficiari ricevono il finanziamento sulla base del progetto presentato piuttosto che sulle garanzie patrimoniali fornite.

CONCORRENZA

"Le imprese dovrebbero nel quadro delle leggi e dei regolamenti applicabili svolgere la loro attività secondo logiche e regole competitive e diffondere tra i dipendenti la consapevolezza dell'importanza di osservare tutte le normative in tema di concorrenza". (Linee Guida OCSE)

CONFLITTI AMBIENTALI

Conflitti di interesse relativi all'uso, il possesso o la proprietà di risorse ambientali scarse.

CONSUMATORE-CITTADINO CRITICO

Cittadino che orienta le sue pratiche di acquisto sulla base del concetto di consumo critico.

CONSUMO CRITICO

Pratiche di acquisto orientate all'organizzazione delle proprie preferenze e abitudini di consumo in modo da scegliere quei prodotti che posseggono determinati requisiti di qualità differenti da quelli comunemente riconosciuti dal consumatore medio. Per esempio le modalità di produzione, la sostenibilità ambientale del processo produttivo, l'eticità del trattamento accordato ai lavoratori, il rispetto dei diritti umani, le caratteristiche dell'eventuale attività di lobbying politica dell'azienda produttrice.

CONTRATTO SOCIALE

Accordo che verrebbe sottoscritto in una posizione ipotetica di scelta unanime dai rappresentanti di tutti gli stakeholder. Ciascuno mette se stesso nella posizione di ogni altro a turno. Si trovano allora i termini di accordo che i soggetti sarebbero disposti ad accettare dal punto di vista di ciascuno, in modo da massimizzare non il singolo interesse, ma quello di tutti. Si tratta di un concetto ideale.

COOPERAZIONE

In campo economico indica il fenomeno sorto alla metà del 1800 in Inghilterra e che, partendo dalle esigenze degli strati più deboli della società (industriale) del tempo, intendeva promuovere iniziative imprenditoriali a difesa dei bassi redditi degli associati. Il movimento si è poi diffuso in tutta Europa, e rappresenta oggi un fatto economico di rilevante importanza, che si basa concettualmente non solo sul perseguimento di un profitto, ma anche sulla tutela economica dei soci e sul raggiungimento di benefici per l'intera collettività.

"La Repubblica riconosce la funzione sociale della cooperazione a carattere di mutualità e senza fini di speculazione privata. La legge ne promuove e favorisce l'incremento con i mezzi più idonei e ne assicura, con gli opportuni controlli, il carattere e le finalità" (Art. 45. della Costituzione).

CORPORATE GIVING

Donazioni, elargizioni, liberalità erogate dall'impresa a favore di organizzazioni e iniziative aventi utilità sociale/ambientale.

CORPORATE GOVERNANCE

Insieme delle regole di governo di un'organizzazione finalizzate alla creazione di valore sociale ed economico per tutti i soggetti coinvolti. Il concetto comprende anche la struttura attraverso la quale gli obiettivi della compagnia vengono individuati e sono determinati gli strumenti per raggiungere tali obiettivi e controllare le prestazioni (Codice OCSE – 1999).

CORRUZIONE

L'opposto della responsabilità sociale delle imprese. Alla lotta alla corruzione è dedicato l'ultimo punto dei principi del Global Compact dell'ONU: *“le imprese si impegnano a contrastare la corruzione in ogni sua forma, incluse l'estorsione e le tangenti”*.

CREDITO ETICO

Strumenti di investimento o prestiti vincolati a criteri etici di raccolta ed impiego dei capitali. Il credito etico presuppone trasparenza e partecipazione nelle decisioni.

CRESCITA

Riferita alla responsabilità sociale delle imprese la definizione di crescita postula un modello di sviluppo alternativo che garantisca la crescita sostenibile ed equilibrata di tutte le componenti della società umana.

CSR (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY)

“Il concetto di responsabilità sociale delle imprese significa essenzialmente che esse decidono volontariamente di contribuire a una società migliore e ad un ambiente più pulito” e che quindi *“la CSR è l'integrazione su base volontaria, da parte delle Imprese, delle preoccupazioni sociali e ambientali nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate. Essere socialmente responsabili significa non solo soddisfare pienamente gli obblighi giuridici applicabili, ma anche andare al di là investendo 'di più' nel capitale umano, nell'ambiente e nei rapporti con le parti interessate”* (Libro Verde della Commissione Europea).

CSR MANAGER

Figura professionale necessaria per individuare, monitorare e realizzare le attività di responsabilità sociale all'interno e all'esterno dell'impresa, comunicandone i principi anche ai dipendenti, agli investitori e a tutto il contesto sociale.

CSR-SC

Progetto elaborato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali che ha le proprie radici nella nozione di CSR della Commissione europea. Obiettivo principale del progetto è promuovere la cultura della responsabilità sociale all'interno del sistema economico e accrescere il grado di consapevolezza nelle Imprese sullo sviluppo sostenibile.

CURVA DI LOYALTY

Metodologia di marketing che evidenzia il cosiddetto loyalty effect, secondo cui più lunga è la relazione di un cliente con un'impresa, più redditivo diventa il rapporto per l'impresa stessa. Pertanto, se un'azienda riesce a fidelizzare un cliente e a gestire in maniera strategica le sue richieste/attese/aspettative (anche e soprattutto nella fase di assistenza post-vendita), i margini derivanti da quel cliente saranno positivi e crescenti.

CUSTOMER LOYALTY

Propensione di un consumatore ad acquistare regolarmente prodotti della stessa marca o a servirsi dello stesso punto vendita.

CUSTOMER SATISFACTION

Soddisfazione del cliente. Rappresenta l'obiettivo principale dell'azienda orientata al marketing, i cui sforzi tendono allo sviluppo di una relazione di qualità con la clientela e alla sua conseguente fidelizzazione.

d

DEMOCRAZIA ECONOMICA E PARTECIPAZIONE

Insieme di processi di organizzazione del lavoro aziendale che contempla la partecipazione dei lavoratori ai meccanismi decisionali interni all'impresa, nel rispetto dell'art. 46 della Costituzione (*"Ai fini della elevazione economica e sociale del lavoro e in armonia con le esigenze della produzione, la Repubblica riconosce il diritto dei lavoratori a collaborare, nei modi e nei limiti stabiliti dalle leggi, alla gestione delle aziende"*).

DIALOGO

Il dialogo sociale costituisce uno dei pilastri del modello sociale dell'Unione europea che prevede il confronto tra sindacati, organizzazioni degli imprenditori e istituzioni pubbliche nella definizione delle politiche socio/economiche.

DILIGENZA

La diligenza è l'assiduità, la precisione, lo scrupolo perseguiti nello svolgimento di un lavoro o di un compito.

DIPENDENTI

Su questo terreno l'impegno sociale delle imprese si traduce in: formazione, progetti maternità, cure mediche e prevenzione malattie anche per i familiari, servizi di riposizionamento, nidi aziendali, condivisione della progettazione dei turni di lavoro.

DIRITTI UMANI

"Alle imprese è richiesto di promuovere e rispettare i diritti umani universalmente riconosciuti nell'ambito delle rispettive sfere di influenza e di assicurarsi di non essere, se pur indirettamente, complici negli abusi dei diritti umani" (dai Principi del Global Compact dell'ONU).

DISCLOSURE

Prassi societaria di divulgare, con frequenza e tempestività, tutte le informazioni rilevanti che riguardano l'attività di un'impresa: la situazione finanziaria, le performance, l'assetto proprietario e la corporate governance. E' condizione necessaria per attuare una reale *accountability* dell'impresa.

DIVERSITY MANAGEMENT

E' la gestione della diversità, lo sviluppo attivo e consapevole di un processo di accettazione e l'utilizzo di alcune differenze e similitudini tra le persone come potenziale di una organizzazione, un processo che crea valore aggiunto per l'impresa. Questo processo deve basarsi su valori, essere strategico, comunicativo e gestionale.

DONO

L'economia del dono è una forma economica basata sul valore d'uso degli oggetti e non sul valore di scambio o valore commerciale, sulla capacità di un bene o di un servizio di soddisfare un dato fabbisogno.

ECO-BANKING

Attività finanziaria che implica la destinazione del risparmio a iniziative di carattere ambientale. Alcuni esempi di eco-banking riguardano il finanziamento di imprese che intendono effettuare investimenti ambientali su impianti per il contenimento delle emissioni e per forme di riprogettazione aziendale. Un altro esempio sono i mutui verdi, con forme di impiego a sostegno di investimenti volti al risparmio energetico e riduzione degli impatti, per quelle imprese che propongono tecnologie antinquinamento, prodotti verdi e business innovativi.

ECOLABEL

Marchio europeo di certificazione ambientale per i prodotti e i servizi nato nel 1992 con l'adozione del Regolamento Europeo n. 880/92, e aggiornato con il nuovo Regolamento n. 1980 del 17 luglio 2000. E' uno strumento ad adesione volontaria che viene concesso a quei prodotti e servizi che rispettano criteri ecologici e prestazionali stabiliti a livello europeo. L'ottenimento del marchio costituisce, pertanto, un attestato di eccellenza che viene rilasciato solo a quei prodotti/servizi che abbiano un ridotto impatto ambientale. I criteri sono periodicamente sottoposti a revisione e resi più restrittivi, in modo da favorire il miglioramento continuo della qualità ambientale dei prodotti e dei servizi. Gli aspetti che sono analizzati, in particolare, sono: il consumo di energia, l'inquinamento delle acque e dell'aria, la produzione di rifiuti, il risparmio di risorse naturali, la sicurezza ambientale e la protezione dei suoli. Tra gli elementi che hanno un maggior impatto negativo sull'ambiente vengono individuati i più rilevanti, e per ciascuno di essi sono stabiliti precisi limiti che non possono essere superati.

EGS (ENVIRONMENTAL, GOVERNANCE & SOCIAL)

Acronimo che indica l'integrazione nel sistema di valutazione dei dati finanziari dell'attenzione ad elementi di natura non finanziaria: quegli elementi organizzativi dell'azienda legati alle politiche ambientali, sociali e di governance.

EMAS (ECO-MANAGEMENT AND AUDIT SCHEME)

Strumento di politica ambientale e industriale a carattere volontario, istituito con Regolamento (CEE) 1836/93 e volto a promuovere costanti miglioramenti dell'efficienza ambientale delle attività industriali. Le imprese che intendono aderire all'EMAS debbono inviare all'Organismo Competente (in Italia è rappresentato dal Comitato Ecolabel-Ecoaudit-Sezione Emas Italia) una dichiarazione ambientale convalidata da verificatori ambientali accreditati; al termine della procedura, il sito viene iscritto in un apposito registro comunitario. La dichiarazione ambientale convalidata, che riporta in forma sintetica gli impegni assunti dall'impresa, è pubblica e viene periodicamente aggiornata.

EMAS II

La registrazione Emas II, adottata a livello europeo con una norma istituzionale (Regolamento Ue 761/2001), attesta l'adozione volontaria da parte di una organizzazione di sistemi di gestione ambientale, la valutazione periodica di tali sistemi e la diffusione di informazioni sulle proprie prestazioni ambientali al pubblico e ad altri soggetti interessati. Emas II obbliga infatti alla redazione e pubblicazione di una dichiarazione ambientale. La registrazione dell'organizzazione viene inserita in un apposito albo europeo.

EPD (ENVIRONMENTAL PRODUCT DECLARATION)

Dichiarazione Ambientale di Prodotto. E' un'etichetta ecologica che ha l'obiettivo di fornire informazioni chiare, confrontabili e qualitativamente controllate sugli impatti ambientali durante le diverse fasi del ciclo di vita di prodotti o servizi.

EQUATOR PRINCIPLES

Raccolta di linee guida sviluppate nel giugno 2003 da 10 banche leader nel mercato globale della finanza di progetto, per gestire le questioni sociali e ambientali correlate al finanziamento di progetti in tutti i settori industriali. Sono basate sulle politiche e sulle linee guida della Banca Mondiale e dell'International Finance Corporation, organismo interno alla Banca Mondiale il cui scopo è quello di supportare le attività del settore privato nei Paesi in via di sviluppo. L'adozione dei Principi implica l'impegno da parte del firmatario di finanziare solo quei progetti che rispondono a criteri di responsabilità sociale e a pratiche di gestione ambientale sostenibili. Il processo di screening dei progetti è basato su quello utilizzato dall'IFC, che li classifica secondo una scala di rischio ambientale e sociale che va dal più alto (A) fino a quello più basso (C).

ETHICS OFFICER

Responsabile delle questioni etiche all'interno dell'impresa (attuazione del codice etico, auditing etico, formazione etica, ecc.).

ETICHETTA SOCIALE

Parole e simboli apposti su un prodotto al fine di influire sulla decisione di acquisto dei consumatori fornendo una garanzia in merito all'impatto sociale ed etico di un processo commerciale sulle altre parti interessate.



FILANTROPIA

Un termine che deriva dal greco per indicare quel sentimento di amore e di generosità verso gli altri che spesso motiva le attività di beneficenza.

FILIERA

Declinato sul terreno della responsabilità sociale, il concetto di Filiera si depura di ogni notazione quantitativa e si arricchisce di significati qualitativi. Una filiera solidale è un progetto di economia solidale finalizzato alla promozione di nuovi stili di vita e alla valorizzazione di modelli di produzione e di consumo rispettosi dell'ambiente e delle persone. La Filiera Solidale promuove un modo nuovo di produrre, di consumare e di distribuire: un modo diverso di fare economia, improntato ai principi di mutualità, di solidarietà e di rispetto del territorio e dell'ambiente.

FINANZA ETICA

Concezione nuova della finanza, che implica un investimento del denaro innovativo rispetto a quello tradizionale. Con tale termine vengono individuate due distinte applicazioni degli strumenti finanziari:

- la microfinanza (soprattutto il microcredito), rivolta alle fasce di popolazione più deboli, così come attuata dalle Banche dei poveri nei paesi del Terzo mondo e, in anni recenti, anche in quelli ricchi.
- l'investimento etico, soprattutto rivolto alle iniziative che operano nel campo dell'ambiente, dello sviluppo sostenibile, dei servizi sociali, della cultura e della cooperazione internazionale (come i fondi etici tipici nei mercati più sviluppati come quello anglosassone).

FISCALITA'

"E' importante che le imprese contribuiscano alle finanze pubbliche versando puntualmente le imposte dovute". (Linee Guida OCSE)

FONDAZIONE BANCARIA

Fondazioni di origine bancaria risultanti dal processo di trasformazione e privatizzazione di molte banche pubbliche messo in moto dalla legge 218/1990, nota anche come Legge Amato. Le fondazioni possono svolgere la funzione di merchant banker del settore no profit, finanziando la produzione di beni pubblici o collettivi, o sostenendo iniziative a bassa redditività ma ad elevata utilità sociale.

FONDAZIONE DI COMUNITÀ

Ente non profit di diritto privato finalizzato al miglioramento della qualità della vita della comunità locale attraverso l'attivazione di risorse e la promozione della cultura della solidarietà e della responsabilità sociale. La caratteristica principale è mobilitare la filantropia individuale e organizzata per obiettivi di sviluppo del proprio territorio.

FONDAZIONE D'IMPRESA

La Fondazione d'impresa costituisce la continuazione con altri mezzi dell'impegno a favore della comunità sia come naturale espressione della cultura aziendale sia come continuità e professionalità nelle iniziative filantropiche e di CSR. La scelta di dar vita a una fondazione a cui affidare gli interventi filantropici è diventata ormai, sia per le grandi imprese, sia per le aziende di piccole e medie dimensioni, una scelta strategica di intervento nel sociale.

FONDO ETICO

Strumenti identici ai fondi comuni d'investimento ordinari, per quanto riguarda gli aspetti finanziario e di regolamentazione, di gestione e

distribuzione. Ciò che li contraddistingue è il processo di selezione dei titoli da inserire nel portafoglio: accanto ai tradizionali parametri di natura finanziaria, infatti, i fondi etici investono il patrimonio gestito secondo criteri di eticità e responsabilità sociale.

FORMAZIONE ETICA

Insieme delle attività che sviluppano e adeguano nel tempo la capacità di riconoscere, analizzare e risolvere i dilemmi etici a livello organizzativo attraverso strumenti concettuali filosofici, economici, giuridici ed organizzativi. Si rivolge a tutti i collaboratori per comunicare e creare condivisione attorno ai valori e ai principi del codice etico aziendale.

FORUM ITALIANO MULTI-STAKEHOLDER PER LA CSR

La prima piattaforma di dialogo nazionale sulla CSR. La prima occasione in cui rappresentanti nazionali delle parti sociali, delle istituzioni e della società civile si incontrano per approfondire e per diffondere il tema della CSR attraverso l'aumento del grado di consapevolezza circa la relazione tra CSR e sviluppo sostenibile, la facilitazione dello scambio di esperienze e buone pratiche, la promozione della trasparenza e della convergenza delle pratiche e degli strumenti di CSR, con particolare attenzione alle esigenze delle PMI e, infine, la condivisione di esperienze di partnership tra le istituzioni, le imprese/organizzazioni e la società civile.

FUND RAISING

Letteralmente la "raccolta fondi": il complesso di attività che un'organizzazione mette in atto per la creazione di rapporti di reciproco interesse fra chi chiede risorse economiche, materiali e umane in funzione di uno scopo e chi è potenzialmente disponibile a donarle.

GBS (GRUPPO DI STUDIO SUL BILANCIO SOCIALE)

Gruppo di studio, costituito nel 1998, per l'individuazione dei principi di redazione del bilancio sociale. Il modello prevede che questo sia costituito da tre sezioni obbligatorie: identità aziendale, produzione e distribuzione del valore aggiunto e relazione sociale.

GIORNALISMO

"Una stampa capace, disinteressata, socialmente sensibile, intelligente e ben preparata a capire il giusto e a praticarlo può conservare quell'etica pubblica senza la quale un governo è una finzione e una presa in giro." (Joseph Pulitzer)

GLOBAL COMPACT

Patto globale proposto, nel gennaio 1999, dal Segretario Generale delle Nazioni Unite, Kofi Annan, al sistema mondiale degli affari e alle forze imprenditoriali e capitalistiche, che in dieci punti, due sui diritti umani, quattro sui principi di gestione della forma lavoro, tre sull'ambiente, uno sulla lotta alla corruzione chiede un impegno per il rispetto e la protezione dei diritti umani.

GOVERNANCE

Il termine governo societario abbraccia una serie di regole, relazioni, processi e sistemi aziendali, tramite le quali l'autorità fiduciaria è esercitata e controllata.

GREENWASHING

Quando un'organizzazione offre di sé l'immagine di soggetto responsabile dal punto di vista ambientale, in particolare attraverso pratiche di comunicazione, pubblicità, rendicontazione e marketing, ma questa comunicazione risulta non coerente con le pratiche, le strategie e i comportamenti interni.



GRI (GLOBAL REPORTING INITIATIVE)

Documento che promuove l'armonizzazione delle tecniche di rendicontazione delle performance ambientale e sociali delle imprese, in modo da renderle rigorose, confrontabili e verificabili. A tal fine favorisce il dialogo fra tutti gli attori interessati, stimolando un'ampia collaborazione nell'ideare ed adottare linee guida comuni per la redazione e la diffusione di documenti sulla sostenibilità dell'impresa (Sustainability Reporting Guidelines). La GRI si orienta verso un unico documento di bilancio, che raccoglie i risultati complessivi (economico-finanziari, ambientali e sociali) conseguiti dall'impresa nel corso dell'esercizio (Triple Bottom Line).



IBS/SEAN

Modello realizzato come estensione del bilancio d'esercizio e ideato dall'Istituto Europeo per il Bilancio Sociale (IBS), alla cui metodologia si attiene SEAN (Social and Ethical Auditing and Accounting Network). Esso introduce uno schema di rendicontazione sociale per promuovere tra le imprese le attività di Social and Ethical Auditing, Accounting and Reporting (SEAAR). La metodologia sviluppata da IBS recupera e formalizza il quadro etico-valoriale sul quale si fonda l'identità dell'impresa, facendo risaltare le coerenze gestionali attraverso le quali i valori assunti a riferimento vengono declinati nelle successive scelte di intervento.

IDENTITÀ AZIENDALE

Esplicitazione dell'assetto istituzionale, della missione, dei valori etici di riferimento e del piano strategico.

IMPARZIALITÀ

Il principio dell'imparzialità riguarda principalmente l'attività della pubblica amministrazione volta alla realizzazione dell'interesse pubblico.

IMPRENDITORIA RESPONSABILE

Concetto elaborato nell'ambito delle Nazioni Unite in base al quale si riconosce che le imprese hanno un ruolo da svolgere nel perseguimento di uno sviluppo sostenibile e che esse possono gestire le loro operazioni in modo da stimolare la crescita economica e rafforzare la competitività, garantendo al tempo stesso la tutela dell'ambiente e promuovendo la loro responsabilità sociale.

IMPRESA SOCIALE

Tipologia particolare di impresa, che ha nella sua mission la produzione di beni e servizi di utilità sociale. La legge prevede che questa attività possa essere esercitata solo nella forma della società cooperativa con lo scopo di "perseguire l'interesse generale della comunità alla promozione umana ed alla integrazione sociale dei cittadini". Ci sono imprese (cooperative) sociali di tipo A, relative ai servizi socio-sanitari ed educativi e di tipo B, che riguardano l'inserimento lavorativo delle persone svantaggiate. L'impresa sociale rientra nella categoria del terzo settore, di cui fanno parte anche il volontariato, l'associazionismo sociale, le fondazioni, le organizzazioni non lucrative di utilità sociale (ONLUS).

IMPRONTA ECOLOGICA

Indicatore di sostenibilità ambientale, introdotto nel 1996 da Wackernagel e Rees dell'Università della British Columbia, in grado di stimare l'impatto che una produzione ha sull'ambiente.

L'impronta ecologica di una persona misura il consumo alimentare, materiale ed energetico basandosi sulla superficie terrestre o marina necessaria per produrre e assorbire tali risorse.

INDICATORI

Sono il cuore del Social Statement, hanno il compito di rilevare e descrivere, con semplicità, fenomeni complessi e di difficile rappresentazione. Questa attività di misurazione serve a definire gli obiettivi

strategici e tattici per realizzare un piano di CSR; permettere di monitorare gli sforzi realizzati per raggiungere gli obiettivi; infine consente di valutare i risultati ottenuti e di confrontarli nel tempo.

ISO (INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION)

Rete mondiale di organismi nazionali di normazione. E' la fonte delle norme ISO 9000, ISO 14000, ISO 26000 e di più di 14.000 norme internazionali per il mondo economico, i governi e la società.

ISO 14001

Standard volontario di processo, ufficialmente valido a livello internazionale, che fornisce un quadro di riferimento a supporto della protezione dell'ambiente e della prevenzione dell'inquinamento da parte dell'impresa, indipendentemente dalla tipologia e dimensioni della stessa. I requisiti normativi riguardano l'applicazione di un sistema di gestione ambientale che, grazie ad un sistematico monitoraggio e miglioramento continuo delle azioni implementate, consenta all'impresa di minimizzare l'impatto ambientale esercitato dalla propria attività. Il rispetto dei requisiti normativi è sottoposto alla verifica di un ente esterno indipendente che, in caso di esito positivo, provvede al rilascio della relativa certificazione.

ISO 26000

Dopo la ISO 9000 e la ISO 14001, sono giunte le indicazioni in ambito CSR. E' una "Guida sulla responsabilità sociale" che intende fornire un percorso mirato a responsabilizzare tutti i tipi di organizzazioni sull'impatto delle loro attività sulla società e sull'ambiente, affinché tali attività siano condotte in una modalità che, in accordo con le leggi applicabili, sia basata su un comportamento etico e sia consistente con gli interessi della società e di uno sviluppo sostenibile. Contrariamente alle norme ISO 9000 e ISO 14000, la ISO 26000 non costituisce sistema di gestione e perciò non è certificabile. Le linee guida ISO 26000 sono state realizzate mediante un approccio partecipativo e multistakeholder, attraverso il contributo di 400 esperti in

rappresentanza di Paesi industrializzati, si aprono anche ad una prospettiva esterna (ambiente, consumatori, comunità) a differenza della certificazione SA 8000, che privilegia principalmente gli stakeholder legati alla dimensione interna (risorse umane e collaboratori). E' entrata in vigore nel 2010.

LAVORO

"Alle imprese è richiesto: di sostenere la libertà di associazione dei lavoratori e riconoscere il diritto alla contrattazione collettiva, l'eliminazione di tutte le forme di lavoro forzato e obbligatorio, l'effettiva astensione dall'impiegare lavoro minorile, l'eliminazione di ogni forma di discriminazione in materia di impiego e professione" (Global Compact dell'ONU).

LBG (LONDON BENCHMARKING GROUP)

Network di aziende internazionali che si sono associate al fine di mettere a punto e applicare specifiche metodologie per gestire, misurare e rendicontare il loro coinvolgimento nella comunità.

LCA (LIFE CYCLE ASSESSMENT)

Strumento utilizzato per valutare il potenziale impatto ambientale di un prodotto, di un processo o di un'attività durante tutto il suo ciclo di vita, tramite la quantificazione dell'utilizzo delle "immissioni" (come energia, materie prime, acqua) e delle emissioni nell'ambiente (nell'aria, nell'acqua e nel suolo) associate con il sistema oggetto della valutazione.

LEGITTIMITÀ MORALE

Il primo principio dello standard etico di comportamento che fissa le responsabilità dell'impresa nei confronti dei suoi stakeholders.



LIBRO VERDE

Documento presentato dalla Commissione Europea il 18 luglio 2001, che verte sul tema della responsabilità sociale delle imprese, sottolineando l'importanza dei codici di condotta e la necessità di una adeguata progettazione e attuazione di questi standard volontari, affinché possano integrare le richieste minime imposte dalla legge.

LINEE GUIDA DELL'OCSE

Raccomandazioni rivolte alle imprese multinazionali dai governi riuniti nell'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico. Esse enunciano principi e norme volontari per il comportamento responsabile delle imprese nell'adempimento delle leggi applicabili. Alla base dell'elaborazione delle linee guida OCSE vi è la profonda convinzione, da parte dei Paesi Membri che hanno sottoscritto tali Linee Guida, che le imprese multinazionali possono, attraverso una corretta gestione delle loro attività, contribuire in modo decisivo allo sviluppo economico, sociale ed ambientale della società e dell'economia mondiale.



MAG

La finanza etica, radice su cui poggia il microcredito italiano, nasce con le Mag (Mutua Auto Gestione), cooperative finanziarie autogestite che raccolgono il risparmio tra i propri soci al fine di finanziare progetti con elevata utilità sociale, secondo i principi di trasparenza e partecipazione.

Le Mutue autogestite nascono e si diffondono tra la fine degli anni '70 e gli anni '90. La prima MAG nasce a Verona nel 1978 come risposta alla necessità di dar lavoro agli operai che volevano autogestire le aziende in crisi o in procinto di chiudere.

MARKETING SOCIALE

L'utilizzo delle strategie e delle tecniche del marketing per influenzare un gruppo target ad accettare, modificare o abbandonare un comportamento in modo volontario, al fine di ottenere un vantaggio per i singoli individui o la società nel suo complesso. Introdotto nel 1971 utilizza molteplici strumenti (marketing mix: prodotto, prezzo, comunicazione, canali di distribuzione e partner) per convincere gli individui e le collettività a scegliere in modo responsabile e consapevole comportamenti favorevoli alla tutela del benessere fisico, sociale, ambientale e psicologico.

MICROCREDITO

Concessione di finanziamenti di piccolo ammontare alle classi meno abbienti dei paesi in via di sviluppo (e non solo) per la creazione ed il potenziamento di attività imprenditoriali autonome, agricole e non, per il miglioramento delle condizioni di vita proprie e dei propri familiari. Il prestito è di dimensioni generalmente ridotte (tra 50 e 150 dollari) anche se talvolta, in funzione delle tipologie di attività da finanziare (start-up o ingrandimento del business) può raggiungere valori più elevati.

MISURAZIONE

La condivisione delle iniziative di impegno sociale con le risorse interne deve essere considerata un obiettivo strategico essenziale, ma secondo l'ultima indagine SWG/Osservatorio Socialis (2010) il 61% delle imprese con più di 100 dipendenti non ha ancora adottato un sistema di misurazione appropriato per conoscere il livello di coinvolgimento interno.

MODELLO ICEBERG

Un modello teorico che usa l'analogia con un iceberg per rappresentare la diversità. Questo modello identifica differenti tipi di diversità, sia nascosta-invisibile (per esempio: formazione, religione, disabilità, orientamento sessuale, esperienze lavorative) che visibile (per esempio: età, razza, genere).

MODELLO SOCIAL METRICA

Metodologia di misurazione e valutazione della responsabilità sociale delle organizzazioni no profit, estendibile anche alle organizzazioni operanti in ambito profit, che si ispira al processo di stakeholder relationship e al metodo del panel degli esperti.

MOTIVAZIONE

Effetto positivo sui dipendenti di un'azienda che adotta comportamenti socialmente responsabili: per consonanza ideale i lavoratori si sentono più coinvolti e vicini all'azienda, con conseguenze positive anche sulla produttività e la partecipazione alle sfide che si presentano.

MUTUO RICONOSCIMENTO

Accordo multilaterale che comporta l'accettazione di regole tecniche, prescrizioni, valutazioni di conformità produttiva, sociale e ambientale della propria attività.



n

NON PROFIT

Propriamente "non a scopo di lucro". E' riferito generalmente ad una organizzazione che reinveste gli utili interamente per gli scopi organizzativi.

OHSAS 18001

La norma OHSAS 18001 (Occupational Health & Safety Assessment Series) rappresenta un riferimento, riconosciuto a livello internazionale, per la certificazione di un Sistema di Gestione per la Sicurezza e Salute sui luoghi di lavoro. Il Sistema OHSAS 18001 specifica i requisiti necessari per l'adozione di pratiche gestionali orientate alla sicurezza e salute sul lavoro

ONESTÀ

Onestà morale, economica, personale: è questo l'atteggiamento che deve ispirare ogni organizzazione CSR nei confronti delle persone, dell'ambiente e delle esigenze degli stakeholders coinvolti nell'attività dell'azienda.

ORGANISMO DI CERTIFICAZIONE

Ente preposto al rilascio delle diverse tipologie di certificazione a quelle aziende/organizzazioni che, a seguito della verifica ispettiva di terza parte (ovvero svolta da personale qualificato esterno) siano risultate conformi a tutti i requisiti richiesti dalla normativa vigente.

PARI OPPORTUNITÀ

Il principio di non discriminazione che sottolinea l'importanza delle opportunità nell'educazione, nell'impiego, nel progresso, nella distribuzione dei benefici e delle risorse e degli altri ambiti che dovrebbero essere liberamente disponibili per tutti i cittadini indipendentemente dalla loro età, razza, sesso, religione, appartenenza politica, origine etnica, o ogni altra caratteristica individuale o di gruppo non collegata alle abilità, alle prestazioni ed alla qualifica.



o



p

PARTENARIATO

Realizzazione di collaborazioni condivise su un progetto o un'opera con la comunità e con il territorio.

PAYROLL GIVING

Il *payroll giving* è la "donazione tramite busta paga" con la quale il lavoratore può liberamente scegliere di elargire ogni mese un'ora o più della sua retribuzione netta a una organizzazione non profit.

PRIVATE EQUITY

Investimento nel capitale di rischio di imprese non quotate, tipicamente di medie imprese, con un'ottica di medio periodo e con obiettivi di alte plusvalenze. Viene realizzato in settori con forti prospettive di crescita e si può rivolgere anche alle imprese sociali. Attività di private equity sono: il Venture Capital applicato ad imprese in fase iniziale o ad idee innovative di impresa e il Social Venture Capital che ricorre quando i capitali sono rivolti ad imprese con forte impatto positivo ambientale e sociale.

PROFESSIONISTA DI ACCOUNTABILITY

Figura professionale che offre a diverse tipologie di organizzazioni una prestazione avente per oggetto la consulenza in merito a politiche strategiche e/o operative di Responsabilità Sociale d'Impresa.

PROTEZIONE DELLA SALUTE

Uno degli elementi strategici degli impegni sociali di un'impresa insieme alla sicurezza dei lavoratori, al rispetto dei diritti dell'uomo, alla protezione dell'ambiente in generale e più in particolare la riduzione delle emissioni dei gas a effetto serra.

PSR (PERSONAL SOCIAL RESPONSIBILITY)

Una evoluzione (per alcuni) o un'integrazione (per altri) della responsabilità sociale d'impresa che diventando responsabilità sociale personale (Psr) condurrebbe a una maggiore personalizzazione, e quindi responsabilizzazione, dei soci e degli azionisti nelle attività di responsabilità sociale.

Q-RES

Progetto creato nel 1999 dal Centre for Ethics, Law & Economics (CELE) in collaborazione con un gruppo di imprese, associazioni professionali, società di consulenza e organizzazioni no profit, che ha come obiettivo "la promozione di un modello di governo dell'impresa basato sull'idea del contratto sociale con gli stakeholder, da realizzarsi attraverso la definizione di un nuovo standard di qualità - certificabile a livello internazionale - della responsabilità etico-sociale d'impresa". Il modello Q-RES individua sei strumenti per la gestione della qualità etico-sociale, per ciascuno dei quali indica dei criteri di eccellenza, che definiscono le caratteristiche fondamentali necessarie a garantire la qualità e l'efficacia degli strumenti stessi.

RATING

Giudizio di affidabilità relativo a una specifica emissione di titoli o a un particolare soggetto debitore emesso da un ente terzo indipendente.

RATING AMBIENTALE

Giudizio sintetico su un titolo oggetto di possibile investimento, che si basa esclusivamente su criteri riguardanti la performance ecologica dell'impresa oggetto di valutazione.



RATING ETICO (O DI SOSTENIBILITÀ)

Giudizio sintetico su un titolo oggetto di possibile investimento, che si basa su criteri di responsabilità sociale/sostenibilità.

RELAZIONE SOCIALE

Documento che presenta i risultati di una valutazione dell'impatto sociale delle performance aziendali.

RENDICONTAZIONE

La rendicontazione etico-sociale ha negli stakeholders gli interlocutori principali. Articolata in un sistema di misurazione e di raccolta sistematica, organizzazione e comunicazione dei dati relativi all'impatto delle attività dell'impresa, offre la valutazione della coerenza fra i risultati conseguiti e gli obiettivi derivanti dalla missione, dai valori e dal Codice Etico.

RENDICONTAZIONE ETICO-SOCIALE

Attività di *public reporting* (bilancio sociale, ambientale, di sostenibilità) con la quale l'impresa comunica periodicamente all'esterno una misurazione dell'impatto sociale, ambientale ed economico delle proprie attività, una valutazione dei risultati ottenuti in relazione agli impegni assunti e agli effetti prodotti sui diversi stakeholder.

REPUTAZIONE

Risorsa tra le più importanti per il successo duraturo di un'impresa perché consente agli stakeholder di fidarsi e di cooperare con l'azienda stessa. Le motivazioni che spingono un'impresa ad applicare criteri di responsabilità sociale nelle scelte di business fanno leva sugli effetti di reputazione.

RESPONSABILITÀ

Rispondere in prima persona dell'impatto sulla società e sullo sviluppo della propria attività.

RESPONSABILITÀ SOCIALE NELLE FILIERE

Ogni singola impresa è responsabile delle proprie azioni, ma le imprese leader con maggiori posizioni di potere hanno il dovere deontologico di usare questo potere in modo responsabile e l'obbligo di influenzare positivamente le parti più deboli (come i fornitori dei paesi in via di sviluppo) per favorire la fissazione di standard ambientali e sociali e la progressiva diffusione di best practices lungo la supply chain.

RISPARMIO

Uno dei principali vantaggi che derivano dall'agire responsabile, un volano per lo sviluppo della CSR: dalla riduzione dei consumi di materie prime, al maggiore controllo della filiera produttiva e distributiva, alla riduzione dei costi legati a possibili conflitti con il personale, all'utilizzo più corretto del prodotto grazie a una informazione chiara e precisa e alla diminuzione del costo del packaging.

RISPARMIO RESPONSABILE IN BANCA

Investimento in imprese che promuovono lo sviluppo sostenibile. Attraverso il risparmio responsabile il cliente bancario, ad esempio, si impegna a destinare parte degli interessi ad organizzazioni che operano nel settore della tutela ambientale o della solidarietà sociale.

RISPETTO

Accogliere, accettare e discutere le istanze di tutti coloro che, direttamente o indirettamente, sono coinvolti nell'attività d'impresa e avere particolare attenzione per le loro necessità, in particolare degli stakeholders.

SA8000 (SOCIAL ACCOUNTABILITY 8000)

La prima norma internazionale di certificazione dell'impegno etico e sociale di un'impresa. Anche per questa norma vige la volontarietà di adesione da parte dell'azienda. La certificazione riguarda: il rispetto dei diritti umani, il rispetto dei diritti dei lavoratori, la tutela contro lo sfruttamento dei minori, le garanzie di sicurezza e salubrità sul posto di lavoro. L'azienda che decide di certificarsi SA8000 deve dimostrare di agire rispettando i punti suddetti. Inoltre l'azienda certificata SA8000 deve avere a che fare con fornitori che pur non essendo certificati sono tenuti comunque a loro volta rispettare i requisiti della norma.

SCIENZA E TECNOLOGIA

"Le imprese dovrebbero impegnarsi a contribuire allo sviluppo delle capacità di innovazione locale e nazionale adottando procedure che consentano il trasferimento e la diffusione delle tecnologie e della conoscenza, tenendo debitamente conto della proprietà intellettuale". (Linee Guida OCSE)

SCREENING (SELEZIONE DEGLI INVESTIMENTI)

Pratica di inclusione (on) o esclusione (off) di titoli dai portafogli finanziari o dai fondi pensione sulla base di criteri ambientali e sociali. Le strategie di screening implicano una valutazione etica dell'oggetto dell'investimento, più semplice nel caso in cui si debba scegliere in quali titoli non investire (criteri di esclusione) e più complessa nel caso di selezione di titoli o aree geografiche che si desidera supportare attraverso l'attività di investimento (criteri di inclusione).

SHAREHOLDER

Termine, contrapposto a stakeholder, che identifica il possessore delle azioni (azionista), quindi il portatore di interessi economici precisi nei confronti dell'azienda.

SICUREZZA

Cardine di una prassi socialmente responsabile è la garanzia di un luogo di lavoro sicuro e salubre in cui sono adottate tutte le misure per prevenire incidenti, danni e per minimizzare le cause di pericolo all'ambiente di lavoro.

SIGMA PROJECT (SUSTAINABILITY INTEGRATED GUIDELINES FOR MANAGEMENT)

Progetto avviato nel 1999 dal British Standards Institution (BSI), dal Forum for the Future e da AccountAbility, con il sostegno del UK Department of Trade and Industry, che intende creare un insieme di strumenti e norme per la gestione della sostenibilità. Sono state così elaborate le SIGMA Guidelines per supportare le organizzazioni nei loro sforzi verso la sostenibilità.

SISTEMA DI GESTIONE (O MANAGEMENT SYSTEM)

Concetto che comprende 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.).

SISTEMA DI GESTIONE AMBIENTALE

Parte del sistema complessivo di gestione comprendente la struttura organizzativa, le responsabilità, le pratiche, le procedure, i processi e le risorse per sviluppare e mettere in atto, realizzare, riesaminare e mantenere la politica ambientale. Consiste in una serie di azioni volte ad organizzare le attività che hanno un impatto sull'ambiente (sia nell'ambito della realizzazione di prodotti che nell'erogazione di servizi).

SISTEMA DI GESTIONE PER LA QUALITÀ

Parte del sistema di gestione di un'organizzazione che si propone, con riferimento agli obiettivi per la qualità, di raggiungere dei risultati in grado di soddisfare adeguatamente le esigenze, le aspettative ed i requisiti di tutte le parti interessate.

SOCIAL BANKING

Iniziative in capo alle istituzioni finanziarie per promuovere una più ampia inclusione finanziaria che soddisfi le esigenze della clientela marginale. Offrire servizi o prodotti di base ai soggetti non bancabili, vale a dire non inclusi nel sistema bancario e creditizio tradizionale.

SOCIAL ECONOMIC EQUITY

Concetto in grado di coniugare la creazione di valore economico, sociale e ambientale e la distribuzione dello stesso tra tutti gli stakeholders, azionisti compresi.

SOCIAL STATEMENT

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 prestazione delle informazioni e favorendo forme di confronto e valutazione dei risultati.

SOCIETÀ CIVILE

Un riferimento imprescindibile delle attività di impegno sociale di un'impresa attraverso: donazioni e filantropia, promozione della cultura, volontariato dei dipendenti, cooperazione con scuole e università, contributi alla formazione di diverse categorie di popolazione.

SOSTENIBILITÀ

Ancora valida la definizione di sviluppo sostenibile da parte della World Commission for Environment and Development che risale agli anni ottanta: lo sviluppo che soddisfa i bisogni del mondo presente senza compromettere la capacità delle future generazioni di soddisfare a loro volta i loro bisogni.

SRI (SOCIALLY RESPONSIBLE INVESTING) INVESTIMENTO SOCIALMENTE RESPONSABILE (ISR)

Selezione e gestione degli investimenti azionari e obbligazionari sulla base di determinati parametri etici, comunemente definiti come criteri negativi o di esclusione e come criteri positivi o di inclusione. Con i criteri negativi si escludono i titoli emessi da soggetti che non rispettano tali parametri: aziende che inquinano, che operano nella produzione e nel commercio di armi, nella produzione e distribuzione del tabacco, nelle biotecnologie per uso alimentare, nei pesticidi, ecc. Inoltre si evitano investimenti nei paesi in cui non sono rispettati i diritti civili. I criteri positivi servono a selezionare i titoli di aziende che applicano codici etici di comportamento e di corporate governance, agiscono per la valorizzazione del capitale intellettuale (formazione continua, opportunità di carriera per i dipendenti, salute, sicurezza e dignità del lavoratore), promuovono la partecipazione dei dipendenti alle decisioni e ai risultati finanziari, si adoperano per protezione dell'ambiente e il riciclaggio dei rifiuti, curano l'assistenza sanitaria, promuovono la cooperazione e lo sviluppo internazionale. In più si privilegiano i soggetti operanti in quei paesi che hanno adottato le convenzioni internazionali sui diritti umani, nei quali vigono sistemi democratici, dove è vietato e punito lo sfruttamento del lavoro minorile. Il primo fondo SRI è del 1928. "The Pioneer Fund" che escludeva dal suo portafoglio le società che producevano alcolici e tabacco. Nel 1997 nasce il primo fondo ISR italiano.

STAKEHOLDER

I soggetti coinvolti nel concetto di gestione socialmente responsabile d'impresa sono tutti i "portatori d'interesse", definiti stakeholder, che se distinti per gruppi, sono così individuati:

- Dipendenti
- Soci/Azionisti e Comunità finanziaria
- Clienti
- Fornitori
- Partner finanziari
- Stato e Pubblica amministrazione
- Comunità locali
- Ambiente
- Generazioni future

STAKEHOLDER RELATIONSHIP

Relazione esistente tra l'azienda e i portatori di interessi generali realizzata, attraverso un processo di comunicazione e di informazione continuo e biunivoco.

SVILUPPO SOSTENIBILE

Lo sviluppo che, offrendo servizi economici, ambientali e sociali a tutti i membri di una comunità, porta a un miglioramento della qualità della vita.

SUSTAINABILITY REPORTING GUIDELINES

Linee guida che identificano principi fondamentali e pratiche di rendicontazione e che forniscono indicatori, soprattutto per ciò che concerne la dimensione ambientale, in base ai quali misurare la performance dell'impresa, nell'ottica dello sviluppo sostenibile

TEP (TONNELLATA EQUIVALENTE DI PETROLIO)

Unità convenzionale utilizzata comunemente nei bilanci energetici per esprimere in un'unità di misura comune tutte le fonti energetiche, tenendo conto del loro potere calorifico.

TRASPARENZA

La trasparenza è il valore-guida di ogni azione: trasparenza in tutte le decisioni e in tutte le attività, trasparenza negli obiettivi, nei risultati, nella comunicazione.

TRIPLE BOTTOM LINE

Considerazioni in base alle quali, nella scelta di un investimento, si analizzano le "Tre P": Profit, People, Planet (Profitto, Persone e Ambiente).

UGUAGLIANZA

La responsabilità sociale delle imprese inizia al loro interno con l'attenzione all'istruzione e alla formazione, con l'organizzazione del lavoro, con l'uguaglianza delle opportunità, con l'inserimento sociale. Continua con l'applicazione del principio di uguaglianza per le retribuzioni e le prospettive di carriera delle donne. Si realizza con le prassi responsabili e non discriminatorie di reclutamento di persone provenienti da minoranze etniche, anziani, donne, disoccupati di lunga durata e persone sfavorite sul mercato del lavoro.

UNIVERSITÀ

Con il cambiamento delle esigenze cresce la domanda di nuove professionalità: il mercato del lavoro non richiede più solo competenze relative alla gestione d'impresa tout court, ma figure professionali



attente allo sviluppo sostenibile e al risparmio delle risorse, manager che siano in grado di avviare il dialogo e la comunicazione con tutti gli stakeholders, che sappiano mettere a disposizione prodotti di alta qualità a costi minimi, che siano in grado di creare valore sostenibile per il business e per la società.

**V**

VALORI

I tratti culturali che caratterizzano l'impresa come insieme organizzato di individui, volti al perseguimento della missione. Essi, quindi, sono indissolubilmente legati al concetto di missione, poiché denotano il modus operandi dell'impresa. I valori, infatti, esplicitano la missione e, in definitiva, riflettono la cultura e la tradizione che guidano il comportamento dell'impresa e di quanti operano in essa e per essa. In particolare i valori etici definiscono doveri e responsabilità nei rapporti fra l'impresa e i suoi stakeholder.

VALUE MATRIX

Sistema di classificazione delle scelte delle imprese (scelte strategiche e scelte altruistiche) sulla base di due variabili: da una parte la presenza di norme di legge o di norme sociali, ossia di richieste ricevute dalla collettività; dall'altra il fatto che un certo comportamento crei o distrugga valore per gli azionisti.

VALUTAZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE

Analisi dell'impatto di un progetto o di un'operazione di un'impresa sull'ambiente.

VALUTAZIONE DELL'IMPATTO SOCIALE

Analisi sistematica dell'impatto di un progetto o di un'operazione sulla situazione sociale e culturale delle comunità interessate.

VERIFICA

Certificazione da parte di un revisore esterno della validità, della pertinenza e dell'esautività degli archivi, delle relazioni o delle dichiarazioni di un'impresa.

VISIONE ETICA

Criterio etico di bilanciamento dei molteplici interessi degli stakeholder, che ricostruisce in un quadro unitario la missione, ovvero le finalità che l'impresa intende perseguire, le conseguenze che intende generare e i valori dell'organizzazione.

VOLONTARIATO D'IMPRESA

Coinvolgimento del personale aziendale nella comunità: l'azienda, con incentivi, motivazioni e politiche retributive mirate può favorire e supportare il volontariato e l'impegno dei dipendenti nella comunità di riferimento.

VOLONTARIETÀ

I comportamenti socialmente responsabili delle imprese sono oggi volontari. La mancanza di una normativa, di un'implementazione di politiche pubbliche omogenee e di direttive specifiche sono forse il maggior freno alla loro affermazione definitiva.

ZERO EMISSIONI

Un impegno ineludibile sul piano della sostenibilità ambientale: la riduzione al minimo delle emissioni tipiche che accompagnano la produzione di energia.

**Z**

SITOGRAFIA

Impegno Sociale
on line

- **Osservatorio Socialis**

[\[www.osservatoriosocialis.it\]](http://www.osservatoriosocialis.it): il punto di incontro dove è nata l'idea del **Dizionario CSR**: una piazza virtuale dove le informazioni sulle buone pratiche e le esperienze dei diversi protagonisti dell'impegno nel sociale (Aziende, Associazioni non profit, Istituzioni e Università) sono registrate e possono essere messe a disposizione di tutti, studiate, analizzate, promosse e giudicate.



ORGANIZZAZIONI INTERNAZIONALI

- **Millennium Ecosystem Assessment**

[\[http://www.millenniumassessment.org\]](http://www.millenniumassessment.org) Un progetto collettivo che vede coinvolti studiosi e imprese per individuare le conseguenze dei cambiamenti dell'ecosistema sugli esseri umani, e stabilire le buone pratiche e gli obiettivi da raggiungere in ogni settore merceologico dal 2001 in poi.

- **OCSE - Principi direttivi destinati alle imprese multinazionali**

[\[www.oecd.org/daf/investment/guidelines\]](http://www.oecd.org/daf/investment/guidelines) raccomandazioni alle imprese formulate dai Governi dei paesi membri dell'OCSE, cui si sono aggiunti i Governi di Argentina, Brasile e Cile, riguardanti le questioni relative alla responsabilità sociale delle imprese, dai rapporti di lavoro alla concorrenza, passando per la fiscalità e la corruzione (2000).

- **OCSE - Principi relativi al governo dell'impresa**

[\[http://www.oecd.org/dataoecd/59/42/34622654.pdf\]](http://www.oecd.org/dataoecd/59/42/34622654.pdf) norme e orientamenti riguardanti i diritti degli azionisti e altri temi relativi al governo dell'impresa (1999).

- **ONU Pagina dedicata ai temi, alle iniziative e al mondo dello sviluppo sostenibile**

[\[www.un.org/esa/sustdev/documents/agreed.htm\]](http://www.un.org/esa/sustdev/documents/agreed.htm)

- **UNEP FI**

[\[http://www.unepfi.org/\]](http://www.unepfi.org/) UNEP FI nasce da una partnership internazionale tra lo UNEP (United Nations Environment Programme- istituito nel 1972 come organismo istituzionale con il fine generale della tutela ambientale e dell'utilizzo sostenibile delle risorse naturali) e il settore finanziario. Lavora con più di 170 istituti, tra banche e imprese, per studiare gli impatti ambientali e sociali delle performance finanziarie.

- **United Nations Global Compact**

[<http://www.unglobalcompact.org/>]: un codice di condotta destinato alle grandi imprese e varato da Kofi Annan, Segretario generale delle Nazioni Unite, nell'anno 2000. I nove Principi delle Nazioni Unite per le imprese multinazionali e transnazionali riconoscono varie disposizioni relative ai diritti dell'uomo, ai diritti del lavoro dei lavoratori e al diritto dell'ambiente.

- **United Nations Research Institute for Social Development**

[<http://www.unrisd.org>] un progetto volto a promuovere la ricerca e il dialogo sui temi della responsabilità sociale ed ecologica delle imprese nei paesi in via di sviluppo.

ISTITUZIONI DELL'UNIONE EUROPEA

- **Commissione Europea - Direzione Generale Imprese**

[http://ec.europa.eu/enterprise/csr/campaign/documentation/download/introduction_it.pdf]

Documento di introduzione alla responsabilità sociale delle imprese per le PMI

- **DG Ambiente - Politica integrata dei prodotti (PIP)**

[<http://ec.europa.eu/environment/ipp/>]

- **EU-MULTI STAKEHOLDER FORUM ON CSR**

[http://circa.europa.eu/irc/empl/csr_eu_multi_stakeholder_forum/info/data/en/csr%20ems%20forum.htm]

Nato nel 2002 e presieduto dalla Commissione Europea, raccoglie le più rappresentative organizzazioni europee dei lavoratori, ong, business network e organizzazioni sindacali, per promuovere innovazione, convergenza e trasparenza nelle pratiche e negli strumenti della CSR.

- **I-CSR, Italian Centre for Social Responsibility**

[<http://www.i-csr.it/>] Si inserisce nel circuito dei National Knowledge Centres, voluti dalla Commissione Europea (Comunicazione del 2002). Soci fondatori: Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, INAIL, Unioncamere e Università Bocconi. Le finalità della Fondazione sono quelle di diffondere la responsabilità sociale d'impresa, attraverso la promozione di ricerche e studi, divenendo punto di raccolta di competenze e conoscenze nazionali ed internazionali ed incentivando il dialogo tra i vari attori coinvolti nel dibattito sulla RSI.

- **UE- Piccole, ecologiche e competitive**

[http://ec.europa.eu/environment/sme/legislation/greener_products_it.htm] Programma di assistenza alla conformità ambientale per le PMI piccole, ecologiche e competitive.

ORGANIZZAZIONI PLURIPARTITE

- **BSD (Business and Sustainable Development)**

[<http://www.iisd.ca>] dell'International Institute for Sustainable Development costituisce una fonte di informazioni particolareggiata sullo sviluppo sostenibile destinata al settore privato.

- **Business Partners for Development**

[<http://www.bpdweb.org/>]: rete internazionale informale che riunisce imprese e rappresentanti governativi e della società civile e il cui obiettivo è promuovere nel mondo esempi di partnership tripartite a favore dello sviluppo sociale ed economico.

- **CERES**

[<http://www.ceres.org/>]: associazione senza fini di lucro che raggruppa investitori, fondi di pensioni pubblici, sindacati e gruppi d'interesse pubblico che lavorano in collaborazione con le imprese per sostenere congiuntamente nel mondo intero la responsabilità delle imprese nel settore della protezione dell'ambiente.

- **FAO**

[<http://www.fao.org/>]: food and Agriculture Organization delle Nazioni Unite, nata nel 1945, si preoccupa di combattere la fame nel mondo. La sua azione si rivolge a tutti i paesi fungendo da tribuna neutra per la negoziazione di accordi.

- **ILO**

[<http://www.ilo.org/>]: l'International Labour Organization è un'agenzia specializzata delle Nazioni Unite, fondata nel 1919, con l'obiettivo di raggiungere la giustizia sociale e i diritti internazionalmente riconosciuti relativi al lavoro e all'essere umano.

- **ONU**

[<http://www.un.org>] [<http://www.onuitalia.it/>]: le aree principali dell'Organizzazione delle Nazioni Unite sono il mantenimento della pace, la cooperazione allo sviluppo economico e assistenza umanitaria,

la promozione dello sviluppo sociale, con particolare riguardo alla tutela dei diritti umani, la cooperazione culturale e scientifica.

- **Sustainable Business.com**

[<http://www.sustainablebusiness.com>]: sito con informazioni particolareggiate su risorse utili per tutti coloro che sono interessati alle attività economiche a sostegno dello sviluppo sostenibile. Istituzioni governative

- **Ue - Impresa e industria Responsabilità sociale delle imprese per le PMI**

[http://ec.europa.eu/enterprise/csr/campaign/index_it.htm]

- **UNESCO**

[<http://www.unesco.org>]: l'UNESCO è un'organizzazione nata col fine di promuovere l'educazione, la scienza e la cultura. Nella sezione dedicata alle Scienze Sociali si possono approfondire temi quali l'etica, i diritti umani, la lotta alla povertà e le trasformazioni sociali.

- **UNICC**

[<http://www.unicc.org>]: l'UNICC (United Nations International Computing Centre) nato a Ginevra nel 1971 come servizio comune d'informazione e di comunicazione tecnologica per far incontrare i bisogni di tre importanti organizzazioni: le Nazioni Unite (UN), The United Nation Development Programme (UNDP) e The World Health Organization (WHO).

- **UNICEF**

[<http://www.unicef.org>]: l'UNICEF, Fondo delle Nazioni Unite per l'Infanzia, è un'Agenzia delle Nazioni Unite fondata nel 1946 con l'intento di aiutare i bambini vittime della Seconda Guerra Mondiale. Con gli anni le attività del Fondo vennero rivolte ai bambini dei paesi in via di sviluppo in Africa, Asia e America Latina. Nel 1965 l'UNICEF riceve il Premio Nobel per la Pace. Nel 1989 viene approvata la Convenzione sui Diritti dell'Infanzia nella quale si stabilisce che l'UNICEF sia parte in causa per garantire il rispetto dei diritti dei bambini di tutto il mondo. Territorialmente l'UNICEF opera in 158 paesi.

- **UNHCR**

[<http://www.unhcr.ch>]: l'Alto Commissariato per i Profughi ed i Rifugiati si occupa di tutelare i diritti dei più vulnerabili, sono 17 milioni le persone protette in vari modi da questa organizzazione.

- **Unioncamere / CSR**

[<http://www.csr.unioncamere.it/>] Sito di Unioncamere dedicato alla RSI. Al suo interno si possono trovare "casi di successo" di piccole, medie e grandi imprese, una Banca Dati dei bilanci sociali, la proposta di convegni ed altre iniziative per promuovere la cultura della responsabilità sociale, il riferimento ai documenti istituzionali e una rassegna di pubblicazioni proprie. Da inoltre indicazione sulla dislocazione sul territorio nazionale di Sportelli.

- **WELFARE**

[<http://www.lavoro.gov.it/>] Sito del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali; nella sezione dedicata al sociale è possibile informarsi sui servizi destinati agli anziani, alla famiglia, ai portatori di handicap, ai minori e così via.

- **WFP**

[<http://www.wfp.org>]: agenzia umanitaria, nata nel 1963, che combatte la fame nel mondo. Nel 2003 ha aiutato 104 milioni di persone in 81 paesi inclusi una gran parte dei rifugiati del mondo.

ORGANIZZAZIONI DI IMPRESE

- **ACCA (Association of Chartered Certified Accountants)**

[<http://www.accaglobal.com>]: organismo internazionale che raggruppa esperti in contabilità che favorisce l'adozione di norme etiche e di governo delle imprese in tutti gli aspetti della contabilità finanziaria, sociale e ambientale.

- **BSR (Business for Social Responsibility)**

[<http://www.bsr.org/>]: rete internazionale di imprese creata nel 1992 il cui obiettivo è di fornire ai suoi membri prodotti e servizi innovativi che li aiutino ad ottenere una riuscita commerciale rispettosa dei valori etici, delle persone, delle comunità e dell'ambiente.

- **Business Impact Taskforce**

[<http://www.business-impact.org/>]: taskforce creata nel 1998 per fornire un riferimento sugli argomenti favorevoli all'impresa, le buone prassi e i metodi di misurazione comprendenti tutti gli aspetti della responsabilità sociale delle imprese.

- **Conference Board**

[<http://www.conference-board.org/>]: rete di imprese e di ricerca volta a rafforzare lo spirito imprenditoriale e il contributo delle imprese alla società.

- **CSR Europe**

[<http://www.csreurope.org/>]: rete di imprese europee creata nel 1996 sulla base della Dichiarazione europea delle imprese contro l'esclusione sociale, redatta su iniziativa dell'ex Presidente della Commissione europea Jacques Delors e di 20 leader dell'industria.

- **EBBF (The European Baha'i Business Forum)**

[<http://www.ebbf.org/>]: una rete mondiale di imprese incentrata sull'Europa.

- **EFQM (Fondazione europea per la gestione della qualità)**

[<http://www.efqm.org/>]: organizzazione senza fini di lucro sostenuta dalla Commissione europea e il cui obiettivo è appoggiare un miglioramento della qualità nelle attività incentrate sulla soddisfazione della clientela, la soddisfazione dei lavoratori dipendenti, l'impatto sulla società e i risultati delle imprese.

- **IBLF (International Business Leaders Forum)**

[<http://www.iblf.org/>]: organizzazione internazionale senza fini di lucro creata nel 1990 per promuovere le prassi responsabili delle imprese che recano vantaggi a questi ultimi e alla società, contribuendo a uno sviluppo sociale, economico ed ecologico durevole, in particolare nelle nuove economie di mercato emergenti.

- **International Chamber of Commerce**

[<http://www.cciitalia.org/carta.htm>]: la Carta delle imprese per lo sviluppo sostenibile fornisce loro le basi di una sana gestione dell'ambiente.

- **WBCSD (The World Business Council for Sustainable Development)**

[<http://www.wbcd.org/>] Un'associazione mondiale di circa 200 compagnie che si occupano di business e sviluppo sostenibile e hanno come mission la sua diffusione.

- **World CSR**

[<http://www.worldcsr.com>]: portale comune che collega i siti web di grandi organizzazioni di imprese che si interessano alla responsabilità sociale.

CODICI DI CONDOTTA

- **AA 1000 (AccountAbility 1000)**

[<http://www.accountability21.net/>] Standard sviluppato dall'ISEA (Institute of Social and Ethical Accountability), verificato e approvato dal suo Consiglio. La struttura AA1000 è frutto dell'evoluzione, nei processi di bilancio, auditing e reporting etico dovuti alla pratica, alla loro applicazione concreta, all'elaborazione di studiosi, a standard già esistenti. AA 1000 è nato per migliorare le performance complessive delle Organizzazioni mediante l'aumento della qualità nell'accounting, auditing e nel reporting sociale ed etico.

- **Caux Round Table Principles for Business**

[<http://www.cauxroundtable.org/>]: codice di condotta incentrato sulla responsabilità mondiale delle imprese adottato da un'organizzazione tripartita di imprese.

- **Codes of ethics on line**

[http://ethics.iit.edu/index1.php/Programs/Codes%20of%20Ethics_/] Sito web che offre una raccolta di Codici Etici di studi di professionisti, imprese, governi e istituzioni accademiche, realizzato dal Center for the Study of Ethics in the Professions dell'Illinois Institute of Technology. Il sito include un'introduzione sulla funzione ed il valore del Codice etico e una sezione con le fonti online per la sua realizzazione.

- **ETI (Ethical Trading Initiative)**

[<http://www.eti.org.uk/>]: codice britannico concepito nel quadro di una partnership tra commercianti al dettaglio, le imprese che fabbricano beni di consumo, le ONG, i sindacati e il Governo del Regno Unito.

- **GBS - Gruppo Bilancio Sociale**

[<http://www.gruppobilanciosociale.org/>] Gruppo, nato nel 1998, che ha definito i Principi, riconosciuti a livello internazionale, per la redazione del Bilancio Sociale. Nel 2001 si è costituito formalmente come Associazione non profit impegnata nello sviluppo e nella promozione della ricerca scientifica sul Bilancio Sociale e su tematiche legate ai processi di integrazione della RSI nella gestione aziendale.

- **Global Sullivan Principles**

[<http://www.thesullivanfoundation.org/gsp/default.asp/>]: insieme di principi elaborati dal Rev. Leon H. Sullivan per servire da guida alle politiche sociali, economiche, politiche ed ecologiche delle imprese.

- **HACCP**

[<http://www.haccpitalia.com/leggi/l-haccp.htm>] Il sistema HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points, analisi del pericolo e punti critici di controllo) rappresenta uno strumento operativo per l'analisi dei rischi che caratterizzano il processo produttivo degli alimenti, al fine di garantirne la salubrità e la sicurezza. Esso si applica a tutti i passaggi della filiera e si basa sulla prevenzione dell'insorgenza del danno, approccio innovativo rispetto al metodo del controllo sul prodotto finito.

- **Human Rights Principles for Companies**

[<http://www.business-humanrights.org/SpecialRepPortal/Home/Reports-toUNHumanRightsCouncil/2011>]: codice internazionale che impone alle imprese di proteggere i diritti dell'uomo e di rispettare una serie di norme di lavoro nei paesi in cui sono installate.

- **ICFTU Basic Code of Labour Practice**

[<http://www.icftu.org/displaydocument.asp?Index=991209513&Language=EN>] Nel 1997, il consiglio esecutivo della Confederazione Internazionale delle organizzazioni sindacali, ha adottato questo codice che stabilisce gli standard minimi da rispettare per qualsiasi codice di condotta stilato dalle imprese e relativo alle pratiche nei confronti dei lavoratori. International confederation of free trade unions

- **ICOM Code of Professional Ethics for museums**

[<http://icom.museum>] L'Organizzazione Internazionale dei Musei e Musei professionali, organizzazione non governativa legata formalmente all'Unesco, ha stilato un proprio codice etico, adottato all'unanimità nel 1986, e poi rivisto nel 2001 e nel 2004.

- **IEPCE (European Initiative for Ethical Production and Consumption)**

[<http://www.iepce.org/>]: forum europeo che riunisce i principali protagonisti della vista socioeconomica che intendono incoraggiare una produzione e un consumo etici (datori di lavoro, sindacati, ONG e istituzioni pubbliche).

- **IFIP Codes of Conduct/Practice/Ethics from Around the World**

[<http://courses.cs.vt.edu/~cs3604/lib/WorldCodes/WorldCodes.html>] Un compendio di codici di condotta, good practice e codici etici nelle imprese al livello mondiale, raccolti dall'IFIP (International Federation for Information Processing).

- **ISO 9000**

[<http://www.iso.org>] La certificazione ISO 9000 è un modo per qualificare l'azienda ormai riconosciuto a livello mondiale. Con questa certificazione il cliente ha una certa sicurezza che l'azienda certificata fornirà quanto richiesto. Le norme della famiglia ISO 9000 danno indicazioni su come una azienda deve operare per poter fornire un prodotto o un servizio di qualità, cioè rispondente a quanto richiesto dal cliente.

- **ISO 14000**

[<http://www.quality.co.uk/iso14000.htm>] Le norme ISO serie 14000 rispecchiano, a livello internazionale, il generale consenso circa le attuali buone pratiche rivolte alla protezione dell'ambiente, applicabili a qualunque organizzazione e in qualunque parte del globo. L'intera serie ISO 14000 fornisce strumenti manageriali per le organizzazioni che vogliono porre sotto controllo i propri aspetti ed impatti ambientali e migliorare le proprie prestazioni in tale campo.

- **ISO 26000**

[http://www.iso.org/iso/social_responsibility] Linee guida della certificazione ISO 26000.

- **Joint Initiative on Corporate Accountability and Workers' Rights**

[<http://www.jo-in.org/pub/about.shtml>] Il progetto nasce dalla collaborazione tra SAI, FLA (Fair Labour Association), Ethical Trade Initiative e altre organizzazioni, per l'individuazione di un sistema di standard globale più inclusivo ed avanzato rispetto al SA8000.

- **Q-res**

[<http://www.qres.it/>] Progetto che mira alla creazione di uno standard certificabile a livello internazionale di Qualità della Responsabilità Etico-Sociale d'impresa. L'obiettivo è promuovere la nascita di un modello di governo dell'impresa basato sull'idea del contratto sociale con gli stakeholder, attraverso la definizione di un nuovo standard di qualità - certificabile a livello internazionale - della responsabilità etico-sociale d'impresa".

- **SA8000 (Social Accountability 8000)**

[<http://www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.ViewPage&PageID=937>]: norma volontaria di responsabilità sociale delle imprese lanciata nel 1997 dal Council on Economic Priorities Accreditation Agency (CEPAA), recentemente ridenominato Social Accountability International (SAI). La norma è principalmente concentrata sulle prassi di occupazione

come il lavoro infantile, la libertà di associazione, l'orario di lavoro e la retribuzione. Questo codice internazionale di responsabilità sociale si ispira alla norma ISO 9000 e prevede l'accreditamento dei revisori e un controllo indipendente.

INVESTIMENTO SOCIALMENTE RESPONSABILE

- **Dow Jones Sustainability Group Index (DJSGI)**

[\[http://www.sustainability-index.com/\]](http://www.sustainability-index.com/): indice di quotazione delle imprese che si impegnano nello sviluppo sostenibile fornito da Dow Jones in associazione con SAM Sustainable Asset Management.

- **FTSE4Good**

[\[http://www.ftse4good.com/\]](http://www.ftse4good.com/): indice di quotazione di imprese che adottano un comportamento etico responsabile lanciato da FTSE in associazione con Ethical Investment Research Service (EIRIS) e l'Unicef (United Nations Children's Fund).

- **Sustainable Investment Research International Group (SIRI)**

[\[http://www.siris.com.au/\]](http://www.siris.com.au/): raggruppamento di 10 organismi di ricerca che intendono fornire e promuovere nel mondo intero prodotti e servizi di qualità generati da ricerche sull'investimento sociale.

- **UK Social Investment Forum**

[\[http://www.uksif.org/\]](http://www.uksif.org/): rete britannica di organizzazioni che operano a favore di un investimento socialmente responsabile.

TESTIMONIANZE

Impegno Sociale
Aziende
e Non Profit



TESTIMONIANZE

BANCA POPOLARE
DI PUGLIA
E BASILICATA

con

LEGA DEL FILO D'ORO

Da oltre 128 anni
motore di sviluppo
dei territori serviti



**BANCA POPOLARE
DI PUGLIA E BASILICATA
DAL 1883**

www.bancavirtuale.com • www.bppb.it

La Popolare di Puglia e Basilicata con oltre 1.200 dipendenti e circa 29.000 soci è oggi tra le poche realtà creditizie autonome del Sud Italia.

Banca a vocazione locale, forte di una tradizione di 128 anni, in linea con la propria mission è da sempre motore di sviluppo delle economie dei territori serviti e concreto sostegno per il loro sviluppo socio culturale.

La rete commerciale conta attualmente 146 sportelli distribuiti in 12 regioni italiane. La capillare presenza dell'Istituto in Puglia e Basilicata, con 81 sportelli in tutte le province, consente un reale presidio del territorio e delle sfaccettate realtà economiche alle quali la Banca è in grado di offrire risposte efficaci. In anni di profonde ristrutturazioni e grande competizione per il sistema bancario italiano, l'Istituto è riuscito a crescere gradualmente e in modo armonico, ed intende continuare nel cammino di crescita, mantenendo la propria autonomia. Inoltre in linea con la mission di una banca popolare che ha come fondamento i valori forti della solidarietà, della sussidiarietà e della partecipazione ai bisogni del territorio, la BPPB, a partire dal 2010, ha deciso di sostenere in maniera forte un progetto di solidarietà con la Lega del Filo d'Oro, raggiungendo importanti risultati.

Un gesto d'amore si coglie
anche al buio e nel silenzio



**Condividere gli stessi obiettivi
aiuta a raggiungerli**



lega del filo d'oro

www.legadelfilodoro.it

Da oltre 45 anni
un punto di riferimento
per le persone
sordocieche

Dal 1964 la Lega del Filo d'Oro ha per fine l'assistenza, l'educazione, la riabilitazione e il reinserimento delle persone sordocieche pluriminorate psicosensoriali, diventando un punto di riferimento nazionale per questo complesso tipo di disabilità.

Il perseguimento di questa mission avviene attraverso la creazione di apposite strutture, la formazione degli operatori qualificati, lo svolgimento di attività di ricerca e sperimentazione, la promozione con enti ed istituti universitari italiani e stranieri, la sensibilizzazione di organismi competenti e dell'opinione pubblica.

È presente sul territorio nazionale con 4 Centri di riabilitazione a Lesmo (MB), Osimo (AN), Molfetta (BA) e Termini Imerese (PA), mentre un quinto sarà avviato a Modena nel 2012, e 7 sedi territoriali di cui 4 nei Centri e altre 3 a Modena, Napoli e Roma.

Da sempre la Lega del Filo d'Oro collabora con aziende disposte a impegnarsi nel sociale a sostegno di coloro che vivono nel buio e nel silenzio. Un rapporto di mutuo beneficio che ha ricaduta sui dipendenti, sui clienti, sui fornitori, sui sostenitori, sul territorio in cui si opera.

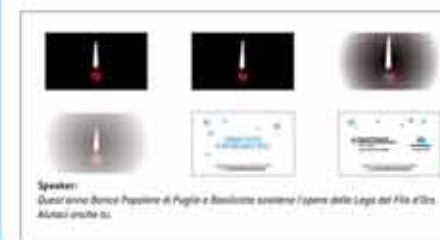
Conta Filo d'Oro BPPB
devolve all'Associazione
il 10% sulle operazioni eseguite



Materiale per la sensibilizzazione dei clienti



Campagna stampa e TV
per comunicare la scelta di sostituire
gli omaggi natalizi con la donazione
alla Lega del Filo d'Oro



Risultati Ottenuti per la Lega del Filo d'Oro

- Attrezzature per l'attività di idroterapia per il Centro di Molfetta
- Pulmino attrezzato al trasporto di carrozzine per il Centro di Molfetta
- Spazi di comunicazione e sensibilizzazione, attraverso la divulgazione di materiale informativo nelle filiali della Banca.



Divulgazione campagna 5x1000 nelle filiali



TESTIMONIANZE

CONAD
con
AIL



RESPONSABILI SI NASCE.

Conad significa cooperazione, principio fondante della nostra formula imprenditoriale. Un valore irrinunciabile, per il quale, ad oggi, ci hanno scelto oltre 3.000 soci imprenditori.

Conad significa etica dell'attività d'impresa: dalla Valle d'Aosta alla Sicilia, dall'Adriatico al Tirreno, infatti, costituiamo la più grande rete italiana di imprese commerciali caratterizzate da un Codice Etico condiviso e sistematizzato.

Conad vuol dire valorizzazione e promozione delle economie locali: con un network di oltre 1.400 realtà locali come partner, generiamo un circolo virtuoso di sostenibilità economica e sociale.

Conad è rispetto dell'ambiente, grazie al costante utilizzo di prodotti ecocompatibili e all'impiego di soluzioni innovative di risparmio energetico e di riduzione degli sprechi. Ed è anche solidarietà, sostegno della ricerca scientifica e di progetti umanitari nel terzo mondo.

Tutto questo significa fare una scelta imprenditoriale sostenibile. E Conad lo fa ogni giorno, da oltre 50 anni.




Artisti nella Qualità Maestri nella Convenienza

AIL e CONAD insieme per la vita.

Da oltre 40 anni, l'AIL (Associazione Italiana contro le Leucemie, i Linfomi e il Mieloma – ONLUS) lotta contro le malattie del sangue, sostenendo

- la ricerca scientifica del GIMEMA (Gruppo Italiano Malattie Ematologiche dell'Adulto) per identificare e divulgare i migliori standard diagnostici e terapeutici per le malattie ematologiche;
- i Centri di Ematologia e di Trapianto di cellule staminali, sostenendone le spese di funzionamento;
- i malati e i loro familiari, con una rete di progetti di sostegno economico, psicologico e assistenziale.

Conad, da sempre sensibile al tema della solidarietà, ha scelto di combattere al suo fianco: infatti, raddoppiando i punti del Catalogo Immagina che i clienti devolvono all'AIL, sostiene il Progetto Cure Domiciliari, per evitare il ricovero ai pazienti che possono essere curati a casa. Questo permette di affrontare con maggiore serenità e forza il peso della malattia, nella tranquillità del proprio ambiente, col conforto di familiari e amici e l'assistenza di personale altamente specializzato.

Un progetto al quale AIL e Conad tengono molto, perché tutelare il valore della vita è la più grande responsabilità del mondo.




ASSOCIAZIONE ITALIANA
CONTRO LE LEUCEMIE-LINFOMI E MIELOMA
ONLUS



Artisti nella Qualità Maestri nella Convenienza



TESTIMONIANZE

DE CECCO

con

SAVE THE CHILDREN

DE CECCO

– dal 1886 –

UNA STORIA
COSTRUITA
SULLA RICERCA
DELLA QUALITÀ



*L'etica deve essere mantenuta viva
per il suo valore sacrale di fondamento
della dignità umana individuale e
della collettività sociale*

dal saggio del cav. Filippo Antonio De Cecco
pubblicato nel 2009 all'interno del volume "Etica Anticrisi"



Save the Children
Italia ONLUS

*Perché nel futuro di un bambino
c'è il futuro del mondo!*



Nel 2011 De Cecco sostiene, per il terzo anno consecutivo, la campagna EveryOne di Save the Children contribuendo a finanziare il **progetto di salute materno infantile in Mozambico – Provincia di Zambesia**.

In quest'area si registra un **tasso di mortalità infantile elevatissimo** di oltre il 20%. Il 45.7% dei bambini, inoltre, è malnutrito in maniera più o meno grave; il 22.6% dei minori è sottopeso.

Anche per quest'anno grazie alle valigette De Cecco sarà possibile **portare salute a 22.000 bambini con meno di 5 anni, 5.400 donne incinte e 24.000 donne in età riproduttiva** attraverso:

- La **RISTRUTTURAZIONE DI UN PRESIDIO SANITARIO**;
- La formazione del **PERSONALE MEDICO DI 4 PRESIDII SANITARI**;
- La realizzazione di **CAMPAGNE DI VACCINAZIONE E PREVENZIONE SANITARIA IN 30 COMUNITÀ**.

www.dececco.it

www.savethechildren.it





TESTIMONIANZE

NOVARTIS
con
AISM



Innovazione e responsabilità, al servizio del paziente

Leader mondiale nell'area della salute, Novartis è fortemente impegnata nella ricerca e nello sviluppo di farmaci e soluzioni d'avanguardia per curare le malattie, ridurre il carico delle sofferenze e migliorare la qualità di vita delle persone. Con l'obiettivo prioritario di soddisfare i bisogni dei pazienti, rispettando le attese e i diritti di tutti i suoi

interlocutori, Novartis si adopera per gestire le proprie attività in modo sostenibile dal punto di vista sociale, ambientale ed economico. Attraverso il suo costante orientamento all'innovazione e il suo approccio responsabile alle esigenze della salute, Novartis è un punto di riferimento affidabile per milioni di persone, in Italia e nel mondo.



FASTFORWORLD

*Fai andare più veloce il mondo della ricerca.
Fermiamo la sclerosi multipla.*

Unisciti al movimento. Fai una donazione.

Negli ultimi anni la ricerca sulla sclerosi multipla ha fatto passi da gigante, impensabili fino a poco tempo fa. Grazie alle donazioni possiamo investire in ricerca e in tecnologia per accelerare ancora di più i tempi. Più veloci per la ricerca.

Per sostenere AISM: C/C POSTALE 670.000 - NUMERO VERDE 800.996969 - www.aism.it

Osservatorio Socialis

L'**Osservatorio Socialis** è un **innovativo insieme di progetti** nato per analizzare e diffondere l'impegno sociale delle aziende, delle associazioni, delle istituzioni, delle università.

E' innanzitutto una piazza virtuale per lo scambio di esperienze e di opportunità

www.osservatoriosocialis.it

dove le informazioni sulle buone pratiche dei diversi protagonisti dell'impegno nel sociale sono registrate e possono essere messe a disposizione di tutti, studiate, analizzate, promosse e giudicate.

Ma soprattutto è un cantiere di promozione di iniziative per la crescita della cultura dell'impegno sociale che concepisce e realizza ad esempio:

"Rapporto Nazionale sull'impegno Sociale delle aziende in Italia"

in collaborazione con SWG, giunto alla V edizione



un progetto di evento itinerante negli Atenei di tutta Italia intitolato

"Conoscere il Sociale"



"Premio Socialis"

per le migliori tesi di laurea dedicate alla responsabilità sociale e allo sviluppo sostenibile, giunto alla IX edizione

La struttura dell'**Osservatorio Socialis** prevede anche una sezione che accoglie e diffonde studi statistici ed economici prodotti da università ed enti di ricerca, una gallery con portfolio fotografici dedicati ai temi del sociale, podcast sulla solidarietà, 4 sezioni di buone pratiche nella responsabilità sociale.

IMPOSTAZIONE E COORDINAMENTO EDITORIALE:
ERREPI COMUNICAZIONE - ROMA.

CON IL CONTRIBUTO
E IL PATROCINIO DI



PROVINCIA
DI ROMA

CON IL PATROCINIO DI

PRESIDENZA DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI

MINISTERO DEGLI AFFARI ESTERI

MINISTERO DELL'AMBIENTE E DELLA TUTELA
DEL TERRITORIO E DEL MARE

MINISTERO DEL LAVORO
E DELLE POLITICHE SOCIALI

MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO

REGIONE LAZIO

ROMA CAPITALE

COMUNE DI ROMA
ASSESSORATO ALLE ATTIVITÀ PRODUTTIVE
AL LAVORO E AL LITORALE

CNEL - CONSIGLIO NAZIONALE DELL'ECONOMIA
E DEL LAVORO

UNIONCAMERE

ACRI - ASSOCIAZIONE DI FONDAZIONI
E DI CASSE DI RISPARMIO

AIDP - ASSOCIAZIONE ITALIANA
PER LA DIREZIONE DEL PERSONALE
GRUPPO REGIONALE LAZIO

CON IL SOSTEGNO DI

BANCA POPOLARE
DI PUGLIA E BASILICATA

CONAD

DE CECCO

NOVARTIS