

Deloitte.

ANA-ANAP, Associazione Nazionale
Audioprotesisti e Associazione
Nazionale Audioprotesisti Professionali

*Bilancio Sociale per
un'impresitorialità socialmente
ed eticamente responsabile*

Milano, 21/10/2014

Agenda

- **Introduzione: Responsabilità Sociale e rendicontazione**
- Le Linee Guida: finalità e benefici
- Progetto operativo

Responsabilità sociale d'impresa

Secondo la Commissione Europea (2011) la Responsabilità Sociale d'Impresa è la **responsabilità delle imprese per il loro impatto sulla società.**

Un processo che integra preoccupazioni sociali, ambientali, etiche e di diritti umani nelle proprie attività e nella strategia, in stretta collaborazione con i propri stakeholder, con l'obiettivo di:

- Massimizzare la creazione di valore condiviso per i proprietari/ azionisti e per gli altri stakeholder e la comunità in senso più ampio, attraverso un approccio strategico di lungo termine alla RSI e lo sviluppo di prodotti, servizi e modelli d'impresa innovativi.
- Identificare, prevenire e mitigare i suoi possibili impatti negativi.

Stakeholder: portatore di interesse (non solo di capitale), con il quale l'impresa deve dialogare, interagire e cooperare. Con la RSI si passa dall'idea che l'impresa è «cosa dei manager e dei suoi proprietari» a quella che **l'impresa è un bene sociale**, che con la società interagisce, significa riconoscere di essere al centro di una serie di relazioni e aprirsi a un approccio allargato alle relazioni

Unione Europea, Responsabilità Sociale e competitività

- Per la Commissione Europea, la Responsabilità Sociale contribuisce alla **modernizzazione e al rafforzamento del modello economico e sociale europeo; rafforza la coesione sociale** in modo sostenibile rendendo l'UE più competitiva; **stimola le imprese a riorganizzare le attività *core business* e ad assicurare la gestione del rischio e dei cambiamenti in modo responsabile**
- La **Responsabilità Sociale d'Impresa** è più rilevante che mai nell'attuale contesto di crisi economica. Essa, infatti, può contribuire a costruire (e ricostruire) la fiducia nelle imprese, fattore considerato di importanza fondamentale per lo sviluppo dell'economia di mercato dell'Unione Europea. Essa, inoltre, potrebbe indicare la strada per la creazione di modelli imprenditoriali moderni e sostenibili, fondati sulla base di problematiche sociali: un aspetto che potrebbe rappresentare una via d'uscita innovativa dalla crisi.
- La Commissione Europea renderà **obbligatorio**, per le imprese di grandi dimensioni e di interesse pubblico (si veda più avanti), la diffusione di informazioni non finanziarie relative agli impatti sociali ed ambientali del business (bilancio sociale)

Federsalute e Responsabilità Sociale: tratti distintivi

- Le imprese aderenti **ANA-ANAP** (Associazione Nazionale Audioprotesisti e Associazione Nazionale Audioprotesisti Professionali) , svolgono un **ruolo di straordinaria importanza sociale**, concorrono al maggiore e più diffuso soddisfacimento della domanda di assistenza socio-sanitaria e innescano un processo virtuoso di promozione del miglioramento dei livelli qualitativi dei servizi e, quindi, del benessere dei cittadini e delle comunità
- Il loro è un compito complesso e di grande **responsabilità sociale**: tali imprese integrano volontariamente, nelle proprie scelte decisionali, considerazioni sociali, relazionali e ambientali che affiancano ai normali aspetti di natura economica e legati al servizio.
- Con il **bilancio sociale** possono tradurre l'impegno di render conto con trasparenza degli impatti delle proprie scelte e attività sulla comunità e sull'ambiente (*accountability*) cercando di soddisfare al meglio le legittime attese dei vari portatori di interesse (**stakeholder**) interni ed esterni

Filiera della salute: perché comunicare le Responsabilità sociale

Le imprese aderenti ad **ANA-ANAP** (Associazione Nazionale Audioprotesisti e Associazione Nazionale Audioprotesisti Professionali) operano a vari livelli nell'ambito della sanità e della salute e forniscono ai cittadini e al servizio Sanitario Nazionale beni e servizi. Rispetto ad altri settori, si relazionano con alcune particolari **categorie di stakeholder**, che sono portatori di **interessi di grande valore sociale**:

I cittadini-utenti e i loro familiari (le comunità servite direttamente)

Gli Enti pubblici in quanto Committenti per l'erogazione di servizi ai cittadini (es. in accreditamento)

Gli Enti pubblici in quanto Clienti/Utenti dei loro beni e servizi

È particolarmente importante **comunicare le scelte di gestione responsabile** per:

- comunicare **valori etici** e scelte decisionali coerenti con la missione (anche) sociale
- dare garanzie di serietà e affidabilità nei servizi e nei prodotti
- dimostrare professionalità e qualità: **capitale umano, ricerca e sviluppo, innovazione**
- essere conformi a tutte le richieste normative (compliance) e **surplus (rating legalità: PA, credito)**
- essere qualificati come fornitori che fanno innovazione sostenibile: **in ottica di filiera e catena del valore**

Corporate Sustainability Reporting

I principali framework internazionali

Linee guida GRI

Le Linee Guida redatte dal Global Reporting Initiative (GRI) rappresentano, de facto, lo standard mondiale per la rendicontazione di sostenibilità. Nel maggio 2013 è stato lanciato il G4, l'ultima versione di Linee Guida GRI.



Integrated Reporting

Il Framework dell'International Integrated Reporting Council (IIRC) mira a fornire una guida per la rendicontazione di strategie, governance, performance e prospettive di un'organizzazione, nel contesto del suo ambiente esterno, e di come queste portino alla creazione di valore nel breve, medio e lungo periodo.



ISO 26000

ISO 26000 è lo standard emanato dall'International Organization for Standardization che fornisce una guida per le organizzazioni affinché possano operare in maniera responsabile, agendo in modo etico e trasparente, e contribuendo alla salute e al benessere della società.



Direttiva Comunitaria

La Commissione Europea ha approvato una Direttiva sulla pubblicazione di informazioni non finanziarie per le aziende dei Paesi membri con più di 500 dipendenti, un attivo di stato patrimoniale di almeno 20 milioni di euro o un fatturato di 40 milioni di euro. L'obiettivo è di aumentare la trasparenza, rilevanza, consistenza e comparabilità delle informazioni non finanziarie.



Evoluzione dei sistemi di Reporting

MARKET NEED FOR INFORMATION

VALUE GAP (Δ Book value/Market Value)



integrated reporting

sustainability reporting

social/responsibility reporting

environmental reporting

financial reporting

TIME

RSI: i principi fondamentali

1. Accountability	Un'organizzazione dovrebbe essere "accountable" (verificabile) per i suoi impatti sulla società e l'ambiente
2. Trasparenza	Un'organizzazione dovrebbe essere trasparente nelle sue decisioni e nelle attività che impattano sulla società e sull'ambiente.
3. Comportamento Etico	Un'organizzazione dovrebbe comportarsi eticamente in ogni momento.
4. Rispetto degli Interessi di Stakeholder	Un'organizzazione dovrebbe rispettare, considerare e rispondere agli interessi dei propri stakeholders
5. Rispetto del Principio di Legalità	Un'organizzazione dovrebbe sapere che il rispetto delle regole di legge è obbligatorio
6. Rispetto delle Norme Internazionali di comportamento	Un'organizzazione dovrebbe rispettare le norme di comportamento internazionali nel rispetto del principio 5 sul rispetto della legislazione
7. Rispetto dei Diritti Umani	Un'organizzazione dovrebbe rispettare i diritti umani e riconoscere la loro importanza e universalità

ISO 26000

RSI: i temi fondamentali

ISO 26000

Governo dell'organizzazione

Coinvolgimento e sviluppo della comunità

1. Coinvolgimento della comunità
2. Istruzione e cultura
3. Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze
4. Sviluppo tecnologico e accesso alla tecnologia
5. Creazione di ricchezza e reddito
6. Salute
7. Investimento sociale

Aspetti specifici relativi ai consumatori

1. Comunicazione commerciale onesta, informazioni basate su dati di fatto e non ingannevoli e condizioni contrattuali corrette
2. Protezione della salute e della sicurezza dei consumatori
3. Consumo sostenibile
4. Servizi e supporto ai consumatori, risoluzione dei reclami e delle dispute
5. Protezione dei dati e della riservatezza del consumatore
6. Accesso ai servizi essenziali
7. Educazione e consapevolezza



Diritti umani

1. Necessaria diligenza
2. Situazioni di rischio per i diritti umani
3. Evitare la complicità
4. Risoluzione delle controversie
5. Discriminazione e gruppi vulnerabili
6. Diritti civili e politici
7. Diritti economici, sociali e culturali
8. Principi fondamentali e diritti sul lavoro

Rapporti e condizioni di lavoro

1. Occupazione e rapporti di lavoro
2. Condizioni di lavoro e protezione sociale
3. Dialogo sociale
4. Salute e sicurezza sul lavoro
5. Sviluppo delle risorse umane e formazione sul luogo di lavoro

Corrette prassi gestionali

1. Lotta alla corruzione
2. Coinvolgimento politico responsabile
3. Concorrenza leale
4. Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore
5. Rispetto dei diritti di proprietà

Ambiente

1. Prevenzione dell'inquinamento
2. Uso sostenibile delle risorse
3. Mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento ad essi
4. Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali

Agenda

- Introduzione: Responsabilità Sociale e rendicontazione
- **Le Linee Guida: finalità e benefici**
- Progetto operativo

Bilancio Sociale e Federsalute

- Prima che si definisca il quadro europeo, Federsalute ha deciso di proporre le **LINEE GUIDA OPERATIVE PER COMUNICARE LA RESPONSABILITA' SOCIALE**: una proposta lungimirante, innovativa, pionieristica e in perfetta sintonia con le indicazioni comunitarie.
- Ma, soprattutto, una proposta che si rivelerà di importanza per le imprese del settore perché oggi questo tema rappresenta un forte **elemento di distinzione** e un valore aggiunto dell'azienda.
- La responsabilità sociale non è solamente un valore astratto che consiste nel perseguire determinati principi ma, in ambito imprenditoriale, rappresenta anche un **fattore di competitività e innovazione** basato sui valori etici posti alla base dell'operato delle imprese attive nell'ambito della sanità e della salute.

L'impegno statutario di
Federsalute alla trasparenza

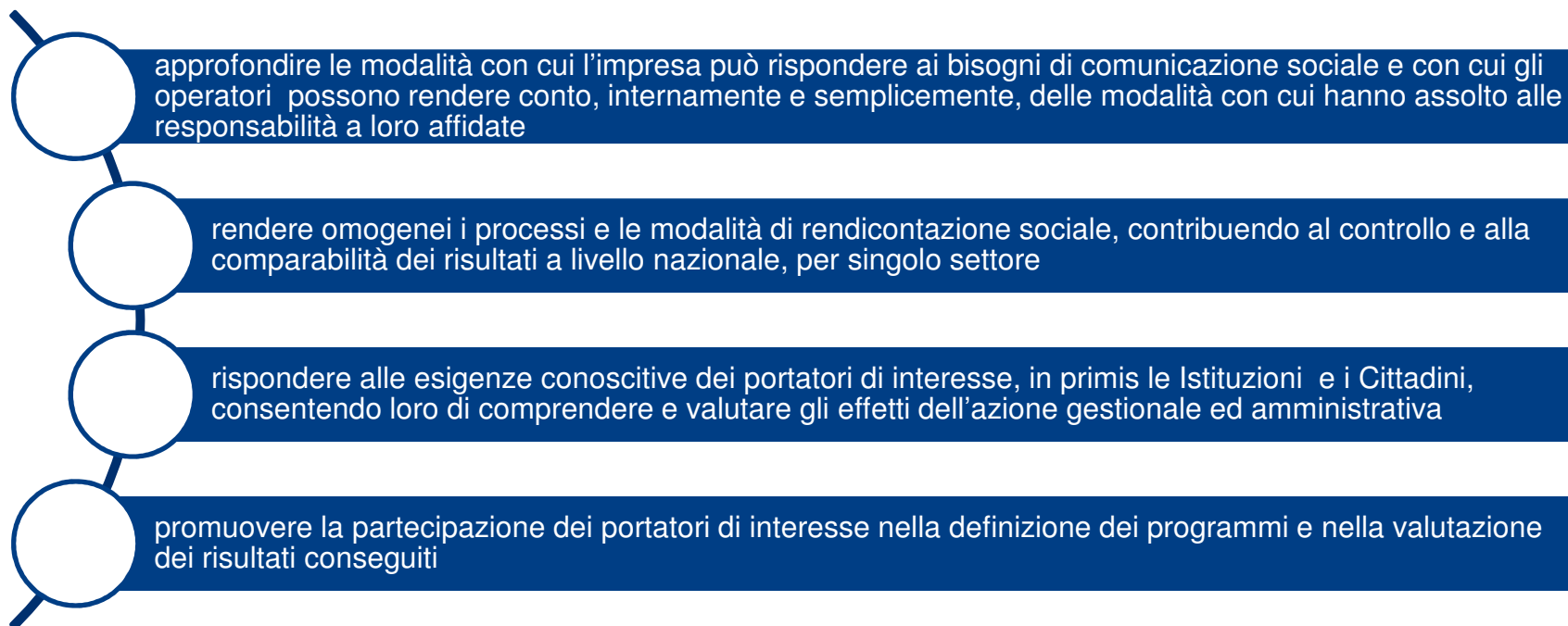
«Federsalute propugna come proprio tratto distintivo la piena trasparenza e correttezza dei rapporti, la ricerca di informazione e formazione di qualità, sia tra i propri operatori che con i cittadini/utenti, le Istituzioni e la Pubblica Amministrazione»

Linee Guida: finalità e benefici

Attraverso un progetto partecipato e condiviso, FEDERSALUTE ha deciso di realizzare delle Linee Guida quale strumento utile per supportare le organizzazioni aderenti nella predisposizione o nel miglioramento del processo di rendicontazione e comunicazione sociale.

Obiettivo è definire un modello **condiviso** di rendicontazione applicabile da tutte le imprese aderenti, che presenti una base comune ma che possa essere datato alle esigenze dei diversi settori di appartenenza; FEDERSALUTE mira, inoltre, a diffondere la cultura della trasparenza e a favorire la costruzione di un dialogo permanente tra imprese e utenti.

Nello specifico, le Linee Guida si propongono di:

- 
- approfondire le modalità con cui l'impresa può rispondere ai bisogni di comunicazione sociale e con cui gli operatori possono rendere conto, internamente e semplicemente, delle modalità con cui hanno assolto alle responsabilità a loro affidate
 - rendere omogenei i processi e le modalità di rendicontazione sociale, contribuendo al controllo e alla comparabilità dei risultati a livello nazionale, per singolo settore
 - rispondere alle esigenze conoscitive dei portatori di interesse, in primis le Istituzioni e i Cittadini, consentendo loro di comprendere e valutare gli effetti dell'azione gestionale ed amministrativa
 - promuovere la partecipazione dei portatori di interesse nella definizione dei programmi e nella valutazione dei risultati conseguiti

Benefici del Bilancio sociale per le imprese

Attraverso il Bilancio Sociale, le imprese sono in grado di:

- Valorizzare la gestione responsabile e le buone prassi adottate, ma anche l'impatto economico e sociale diretto e indiretto generato;
- Consolidare la reputazione, il consenso e la legittimazione sociale al fine di aumentare la fiducia verso le aziende e le loro attività
- Enfatizzare i valori aziendali e le conseguenti scelte di attenzione alla Persona e al Territorio in ottica di sostenibilità
- Agire strategicamente sugli asset intangibili (supportandone la misurazione) per far percepire meglio il valore delle aziende
- Rafforzare il senso di appartenenza del personale e contribuire a mobilitarne gli sforzi intorno a un progetto d'impresa condiviso (sviluppo del capitale umano)
- Migliorare il dialogo con i clienti e tutti gli Stakeholder

Agenda

- Introduzione: Responsabilità Sociale e rendicontazione
- Le Linee Guida: finalità e benefici
- Progetto operativo

Percorso di sviluppo

Prima fase: Analisi iniziale, pianificazione e avvio del progetto

- Condivisione obiettivi del progetto, Gruppo di Lavoro, tempistiche e sviluppo di un piano operativo dettagliato
- Sviluppo premessa operativa sul **PERCHE LA RESPONSABILITA' SOCIALE DELLE PMI: costi e benefici della rendicontazione sociale per le imprese aderenti a Federsalute**
- Invio del documento in bozza a tutti gli uffici di presidenza/segreterie delle Federate
- **Incontri di condivisione con i rispettivi referenti o le segreterie delle singole federazioni** al fine di:
 - raccogliere feed-back e suggerimenti migliorativi del documento
 - formulare un piano di comunicazione/sensibilizzazione dalla Federazione agli associati

Seconda fase: Formulazione linea guida

- Condivisione della documentazione e di una prima struttura per un modello di rendicontazione sociale ritenuto adatto alle esigenze delle Federazioni associate
- Formulazione premesse metodologiche e riferimenti tecnico-scientifici (principi di rendicontazione in linea con gli standard più attuali)
- Benchmark con gli standard di accountability
- Sviluppo e condivisione di apposite schede di analisi delle tematiche di responsabilità sociale rilevanti per il settore (analisi di materialità)
- Supporto e condivisione con referente di progetto della prima bozza delle Linee Guida

Terza fase: Confronto e finalizzazione del Modello

- **Confronto con i referenti o le segreterie delle singole Federazioni** (tot. 10 incontri) al fine di:
 - condividere/discutere i contenuti della premessa al documento in bozza (scopo, costi e benefici per associazione e associati)
 - entrare nel merito delle parti valide per tutte le organizzazioni rispetto a quelle che devono essere personalizzate in risposta alle specificità dei diversi settori
 - raccogliere feed-back e suggerimenti migliorativi del documento
- Eventuale confronto con terze parti rappresentative dei stakeholder di FEDERSALUTE
- Presentazione al Consiglio Generale e valutazione finale dei contenuti
- Recepimento delle indicazioni finali di miglioramento
- Approvazione delle Linee Guida
- **EVENTO FINALE** - Comunicazione e partecipazione all'evento di presentazione

Struttura della Linee Guida

**Contenuti
esemplificativi da
adattare**

INTRODUZIONE

- Federsalute e l'impegno responsabile alla trasparenza
- Obiettivi delle Linee Guida: a chi sono rivolte e a cosa servono
- Il gruppo di lavoro Federsalute

LA RESPONSABILITA' SOCIALE PER LA CREAZIONE DI VALORE SOSTENIBILE


- Principi di responsabilità sociale di impresa e rendicontazione sociale
- Costi e benefici della responsabilità sociale d'impresa per le imprese del settore
- L'importanza per le imprese del settore di rendicontare la sostenibilità

LINEE GUIDA OPERATIVE: COME COMUNICARE LA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

- Aspetti di processo: principi e gestione responsabile d'impresa
- Come misurare e comunicare la responsabilità sociale: stakeholder, aspetti, temi

ALLEGATI (eventuale)

- Glossario, Riferimenti bibliografici

- 
- Profilo e presentazione dell'organizzazione
 - Clienti/utenti/ qualità
 - Personale e collaboratori
 - Fornitori e indotto sul territorio
 - Pubblica amministrazione e rappresentanze
 - Collettività
 - Ambiente

Deloitte.