

L'ECONOMIA

DEL BENE COMUNE

Un modello economico che ha futuro

Bilancio del bene comune Aziende Manuale per la matrice 5.0

www.economia-del-bene-comune.it
www.febc.eu

Versione italiana, Bolzano, 14/09/2017
[EBC_Manuale_5.0.1(02)], versione base

*Integrazioni che differiscono dall'originale tedesco in questa versione locale sono segnate in **giallo**.*

Contenuto

Introduzione.....	5
Prefazione e ringraziamenti.....	5
E4 Trasparenza e condivisione sociale delle decisioni - pagina 119.....	5
Presentazione della matrice del bene comune.....	6
<i>Il bilancio del bene comune – il cuore del progetto.....</i>	6
<i>Funzione del bilancio del bene comune.....</i>	6
Introduzione al manuale.....	7
<i>Spiegazioni relative al manuale.....</i>	7
<i>Matrice del bene comune e bilancio relativo al bene comune.....</i>	7
<i>Varianti del bilancio.....</i>	8
<i>Redazione del rapporto.....</i>	9
<i>Valutare il contributo al bene comune.....</i>	9
<i>Rilevamento dei punti del bene comune.....</i>	11
<i>Novità della matrice 5.0.....</i>	11
Stakeholders.....	12
<i>A Fornitori.....</i>	12
<i>B Proprietari & partner finanziari.....</i>	13
<i>C Collaboratori.....</i>	13
<i>D Clienti & concorrenti.....</i>	13
<i>E Contesto sociale.....</i>	13
Visione dei valori dal punto di vista del team di sviluppo della matrice.....	14
<i>Dignità umana.....</i>	14
<i>Solidarietà & giustizia.....</i>	14
<i>Sostenibilità ecologica.....</i>	14
<i>Trasparenza & condivisione delle decisioni.....</i>	15
A1 La dignità umana lungo la catena di fornitura.....	16
<i>Aspetto A1.1: Condizioni di lavoro e conseguenze sociali nella catena di fornitura.....</i>	16
<i>Aspetto negativo A1.2: Violazione della dignità umana nella catena di fornitura.....</i>	18
A2 Solidarietà e giustizia nella catena di fornitura.....	20
<i>Aspetto A2.1: Relazioni commerciali eque nei confronti dei fornitori diretti.....</i>	20
<i>Aspetto A2.2: Influssi positivi sulla solidarietà e la giustizia lungo l'intera catena di fornitura.....</i>	22
<i>Aspetto negativo A2.3: Sfruttamento del potere di mercato nei confronti dei fornitori.....</i>	24
A3 Sostenibilità ecologica nella catena di fornitura.....	25
<i>Aspetto A3.1: Conseguenze ambientali lungo la catena di fornitura.....</i>	25
<i>Aspetto negativo A3.2: Conseguenze ambientali sproporzionatamente elevate lungo la catena di fornitura.....</i>	27
A4 Trasparenza e condivisione delle decisioni lungo la catena di fornitura.....	29
<i>Aspetto A4.1 Trasparenza e diritti di condivisione delle decisioni per i fornitori.....</i>	29
<i>Aspetto A4.2 Influssi positivi sulla trasparenza e la condivisione delle decisioni lungo l'intera catena di fornitura.....</i>	31
B1 Atteggiamento etico nell'impiego di fondi.....	33
<i>Aspetto B1.1: Autonomia finanziaria grazie all'autofinanziamento.....</i>	33
<i>Aspetto B1.2: Finanziamento esterno orientato al bene comune.....</i>	34
<i>Aspetto B1.3: L'approccio etico di finanziatori esterni.....</i>	36
B2 Atteggiamento sociale nell'impiego di fondi.....	38
<i>Aspetto B2.1: Impiego dei fondi solidale e orientato al bene comune.....</i>	38
<i>Aspetto negativo B2.2: Distribuzione iniqua di fondi.....</i>	40

B3 Investimenti socio-ecologici e impiego dei fondi.....	41
<i>Aspetto B3.1: Qualità ecologica degli investimenti.....</i>	41
<i>Aspetto B3.2: Investimento orientato al bene comune.....</i>	43
<i>Aspetto negativo B3.3: Dipendenza da risorse a rischio in termini ecologici.....</i>	44
B4 Proprietà e condivisione delle decisioni.....	46
<i>Aspetto B4.1: Struttura di proprietà orientata al bene comune.....</i>	46
<i>Aspetto negativo B4.2: Scalata ostile.....</i>	48
C1 La dignità umana sul posto di lavoro.....	49
<i>Aspetto C1.1: Cultura aziendale orientata ai collaboratori.....</i>	49
<i>Aspetto C1.2: Promozione della salute e protezione sul posto di lavoro.....</i>	51
<i>Aspetto C1.3: Diversità e pari opportunità.....</i>	52
<i>Aspetto negativo C1.4: Condizioni di lavoro disumane.....</i>	53
C2 Strutturazione dei contratti di lavoro.....	55
<i>Aspetto C2.1: Strutturazione del guadagno.....</i>	55
<i>Aspetto C2.2: Organizzazione dell'orario di lavoro.....</i>	57
<i>Aspetto C2.3: Organizzazione del rapporto di lavoro e Work-Life-Balance.....</i>	58
<i>Aspetto negativo C2.4: Strutturazione ingiusta dei contratti di lavoro.....</i>	59
C3 Promozione del comportamento ecologico dei collaboratori.....	61
<i>Aspetto C3.1: L'alimentazione durante l'orario di lavoro.....</i>	61
<i>Aspetto C3.2: Mobilità sul posto di lavoro.....</i>	62
<i>Aspetto C3.3: Cultura organizzativa, sensibilizzazione all'organizzazione ecologica dei processi.....</i>	64
<i>Aspetto negativo C3.4: Guida allo spreco / Tolleranza di comportamenti non ecologici.....</i>	65
C4 Condivisione delle decisioni e trasparenza in azienda.....	67
<i>Aspetto C4.1: Trasparenza in azienda.....</i>	67
<i>Aspetto C4.2: Legittimazione dei dirigenti.....</i>	68
<i>Aspetto C4.3: Condivisione delle decisioni da parte dei collaboratori.....</i>	70
<i>Aspetto negativo C4.4: Impedimento del consiglio aziendale.....</i>	71
D1 Relazioni etiche con la clientela.....	73
<i>Aspetto D1.1: Comunicazione dignitosa con i clienti.....</i>	73
<i>Aspetto D1.2: Assenza di barriere.....</i>	75
<i>Aspetto negativo D1.3: Misure pubblicitarie non etiche.....</i>	76
D2 Cooperazione e solidarietà con i concorrenti.....	79
<i>Aspetto D2.1: Cooperazione con i concorrenti.....</i>	79
<i>Aspetto D2.2: La solidarietà con i concorrenti.....</i>	81
<i>Aspetto negativo D2.3: Abuso del potere di mercato nei confronti dei concorrenti.....</i>	82
D3 Conseguenze ecologiche dell'utilizzo e dello smaltimento di prodotti e servizi.....	84
<i>Aspetto D3.1: Rapporto ecologico costi/ benefici di prodotti e servizi (efficienza e consistenza).....</i>	84
<i>Aspetto D3.2: Utilizzo moderato di prodotti e servizi (sufficienza).....</i>	86
<i>Aspetto negativo D3.3: Accettazione consapevole di conseguenze ecologiche spropositate.....</i>	89
D4 Partecipazione dei clienti e trasparenza dei prodotti.....	90
<i>Aspetto D4.1: Partecipazione dei clienti, sviluppo comune dei prodotti e ricerca di mercato.....</i>	90
<i>Aspetto D4.2: Trasparenza dei prodotti.....</i>	92
<i>Aspetto negativo D4.3: Mancata indicazione di sostanze pericolose.....</i>	93
E1 Senso e impatto dei prodotti e servizi sulla società.....	94
<i>Aspetto E1.1: Prodotti e servizi coprono il fabbisogno di base e sono utili a una buona vita.....</i>	94
<i>Aspetto E1.2: Impatto dei prodotti e servizi sulla società.....</i>	96
<i>Aspetto negativo E1.3 Prodotti e servizi disumani.....</i>	98
E2 Contributo per la collettività.....	100

<i>Aspetto E2.1: Imposte e oneri sociali.....</i>	<i>100</i>
<i>Aspetto E2.2: Contributi volontari per rafforzare la collettività.....</i>	<i>102</i>
<i>Aspetto negativo E2.3: Evasione fiscale illecita.....</i>	<i>104</i>
<i>Aspetto negativo E2.4: Mancata prevenzione della corruzione.....</i>	<i>105</i>
E3 Riduzione delle conseguenze ecologiche.....	108
<i>Aspetto E3.1: Conseguenze assolute / Management & strategia.....</i>	<i>108</i>
<i>Aspetto E3.2: Conseguenze relative.....</i>	<i>112</i>
<i>Aspetto negativo E3.3: Violazioni dei requisiti ambientali e impatto inadeguato sull'ambiente.....</i>	<i>113</i>
E4 Trasparenza e condivisione sociale delle decisioni.....	115
<i>Aspetto E4.1: Trasparenza.....</i>	<i>115</i>
<i>Aspetto E4.2: Condivisione sociale delle decisioni.....</i>	<i>117</i>
<i>Aspetto negativo E4.3: Promozione di poca trasparenza e informazioni consapevolmente errate.....</i>	<i>118</i>

Introduzione

Prefazione e ringraziamenti

Questo manuale è stato tradotto da Cristina Vezzaro e finanziato dalla Federazione per l'economia del bene comune in Italia attraverso i contributi dei soci e dei consulenti.

Ringraziamo tutti di cuore!

Alcune indicazioni e best practice sono descritte nel libro "L'economia del bene comune" di Christian Felber, casa editrice tecniche nuove 2012



Nota: in questa versione sono presenti ancora tante piccole imprecisioni che saranno corrette man mano. Il presente documento è aggiornato in continuazione. Si prega di inviare eventuali riflessioni e indicazioni a info@economia-del-bene-comune.it Per ogni altra informazione, ulteriori indicazioni e best practice, consultare il sito

www.economia-del-bene-comune.it

o

www.febc.eu

Presentazione della matrice del bene comune

Il bilancio del bene comune – il cuore del progetto

Il bilancio del bene comune è il "cuore" dell'economia del bene comune. Mette al centro dell'attività economica l'essere umano e tutti gli esseri viventi, nonché il funzionamento delle relazioni tra di loro. Traspone sul mercato i valori relazionali e costituzionali validi già oggi, premiando i soggetti economici se agiscono e si organizzano in maniera cooperativa, solidale, ecologica e democratica.

Questo strumento cooperativo fa sì che i valori della società diventino i valori dell'economia.

Funzione del bilancio del bene comune

La funzione fondamentale del bilancio del bene comune è quella di misurare il "successo" economico dell'impresa in un nuovo significato. Nell'economia del bene comune il successo non è più valutato in base al profitto finanziario, bensì in base ad indicatori che misurano il contributo dell'impresa al bene della collettività.

Il profitto finanziario è insufficiente a fornire informazioni sui veri obiettivi dell'attività economica: soddisfazione dei bisogni, creazione di un valore d'uso, creazione di senso, equità distributiva, partecipazione estesa a tutti, cogestione, democrazia di genere, ecosostenibilità, qualità della vita, ecc.

Il motivo profondo di tutto ciò sta nel fatto che il profitto finanziario è misurato in denaro e il denaro misura soltanto il valore di scambio, ma non i valori d'uso. Nell'economia del bene comune il profitto finanziario è soltanto un mezzo per conseguire un fine: la massimizzazione del bene comune. Il profitto finanziario non deve più essere massimizzato, né incrementato ad ogni costo. Deve essere un mezzo al servizio del nuovo fine.

Con il bilancio del bene comune si misura ciò che veramente conta. La matrice del bene comune "interseca" valori di fondo condivisibili dalla maggioranza delle persone – dignità dell'essere umano, solidarietà, ecosostenibilità, equità sociale e cogestione democratica – con i portatori di interesse (stakeholders) dell'impresa: personale dell'azienda, fornitori, clienti, finanziatori, soggetto sovrano (locale), generazioni future, natura. I temi del bene comune formulati nei punti di intersezione devono rendere possibile la valutazione del comportamento dell'impresa ed il suo contributo al bene comune.

Ai fini di una valutazione complessiva, attualmente si procede al rilevamento metodico della performance mediante punteggi del bene comune, che vengono assegnati in caso di comportamento proattivo rispetto ai temi indicati. Non si può suggerire un punteggio esatto, in quanto non è possibile un calcolo precisissimo del contributo al bene comune da parte dell'impresa. L'obiettivo è una stima comprensibile, plausibile e sostanziale del punto in cui l'impresa si trova nel percorso nel suo percorso verso il bene comune. Con l'attuale versione di matrice ci troviamo all'inizio dello sviluppo di uno strumento di misura, che deve essere periodicamente sottoposto a verifica, reso più preciso e adattato ai cambiamenti sociale e normativi.

Introduzione al manuale

Spiegazioni relative al manuale

Il presente manuale si rivolge prevalentemente alle imprese e ad altre organizzazioni che desiderano redigere un rapporto relativo al bene comune. Comprende tutte le informazioni necessarie per comprendere le tematiche e gli aspetti attinenti alla matrice del bene comune e poter procedere ad un'autoclassificazione.

Il manuale è volutamente sintetico. I lettori vi troveranno le informazioni sufficienti per comprendere, valutare e poter redigere essi stessi i rapporti relativi al bene comune.

Il manuale è integrato con ulteriori informazioni in un documento online separato che si rivolge principalmente ai consulenti e auditor nonché ad un pubblico interessato. Questo documento separato non è necessario per la redazione del rapporto relativo al bene comune.

Nelle informazioni online si trovano, oltre a una raffigurazione più approfondita delle tematiche relative al bene comune, anche:

- intenzione, storia e funzione della matrice del bene comune e del bilancio relativo al bene comune;
- verifica dei rapporti relativi al bene comune tramite una *peer review* e un audit;
- dettagli del metodo di valutazione e rilevamento ponderato dei punti relativi al bene comune;
- dettagli sulle novità introdotte con la versione 5.0 della matrice del bene comune;
- possibili ambiti di impiego della valutazione del bene comune e relative conseguenze per le imprese ed i consumatori;
- lavoro del team di sviluppo della matrice e presentazione dei redattori coinvolti;
- possibili forme di impiego per le imprese nell'economia del bene comune (EBC).

Matrice del bene comune e bilancio relativo al bene comune

La **matrice del bene comune** è un modello di sviluppo organizzativo e di valutazione dell'attività imprenditoriale. Descrive i contenuti di 20 tematiche attinenti al bene comune e fornisce istruzioni per la valutazione in base ai criteri di misura del bene comune. Presentata su un'unica pagina, offre una buona panoramica.

EBC Manuale per il Bilancio del Bene Comune 5.0.1 Aziende

Valore Portatore d'interesse	Dignità umana	Solidarietà & giustizia	Sostenibilità ecologica	Trasparenza & condivisione delle decisioni
A) Fornitori	A1 La dignità umana lungo la catena di fornitura A1.1 Condizioni di lavoro e conseguenze sociali nella catena di fornitura A1.2 (N) Violazione della dignità umana nella catena di fornitura	A2 Solidarietà e giustizia nella catena di fornitura A2.1 Relazioni commerciali eque nei confronti dei fornitori diretti A2.2 Influssi positivi sulla solidarietà e la giustizia lungo l'intera catena di fornitura A2.3 (N) Sfruttamento del potere di mercato nei confronti dei fornitori	A3 Sostenibilità ecologica nella catena di fornitura A3.1 Conseguenze ambientali lungo la catena di fornitura A3.2 (N) Conseguenze ambientali sproporzionatamente elevate lungo la catena di fornitura	A4 Trasparenza e condivisione delle decisioni lungo la catena di fornitura A4.1 Trasparenza e diritti di condivisione delle decisioni per i fornitori A4.2 Influssi positivi sulla trasparenza e la condivisione delle decisioni lungo l'intera catena di fornitura
B) Proprietari & partner finanziari	B1 Atteggiamento etico nell'impiego di fondi B1.1 Autonomia finanziaria grazie all'autofinanziamento B1.2 Finanziamento da altri orientato al bene comune B1.3 L'approccio etico di finanziatori esterni	B2 Atteggiamento sociale nell'impiego di fondi B2.1 Impiego dei fondi solidale e orientato al bene comune B2.2 (N) Distribuzione iniqua di fondi	B3 Investimenti socio-ecologici e impiego dei fondi B3.1 Qualità ecologica degli investimenti B3.2 Investimento orientato al bene comune B3.3 (N) Dipendenza da risorse a rischio in termini ecologici	B4 Proprietà e condivisione delle decisioni B4.1 Struttura di proprietà orientata al bene comune B4.2 (N) Scalata ostile
C) Collaboratori	C1 La dignità umana sul posto di lavoro C1.1 Cultura aziendale orientata ai collaboratori C1.2 Promozione della salute e protezione sul posto di lavoro C1.3 Diversità e pari opportunità C1.4 (N) Condizioni di lavoro disumane	C2 Strutturazione dei contratti di lavoro C2.1 Strutturazione del guadagno C2.2 Organizzazione dell'orario di lavoro C2.3 Organizzazione del rapporto di lavoro e Work-Life-Balance C2.4 (N) Strutturazione ingiusta dei contratti di lavoro	C3 Promozione del comportamento ecologico dei collaboratori C3.1 L'alimentazione durante l'orario di lavoro C3.2 Mobilità sul posto di lavoro C3.3 Cultura organizzativa, sensibilizzazione all'organizzazione ecologica dei processi C3.4 (N) Guida allo spreco / Tolleranza di comportamenti non ecologici	C4 Condivisione delle decisioni e trasparenza in azienda C4.1 Trasparenza in azienda C4.2 Legittimazione dei dirigenti C4.3 Condivisione delle decisioni da parte dei collaboratori C4.4 (N) Impedimento del consiglio aziendale
D) Clienti & concorrenti	D1 Relazioni etiche con la clientela D1.1 Comunicazione dignitosa con i clienti D1.2 Assenza di barriere D1.3 (N) Misure pubblicitarie non etiche	D2 Cooperazione e solidarietà con i concorrenti D2.1 Cooperazione con i concorrenti D2.2 La solidarietà con i concorrenti D2.3 (N) Abuso del potere di mercato nei confronti dei concorrenti	D3 Conseguenze ecologiche dell'utilizzo e dello smaltimento di prodotti e servizi D3.1 Rapporto ecologico costi/benefici di prodotti e servizi (efficienza e consistenza) D3.2 Utilizzo moderato di prodotti e servizi (sufficienza) D3.3 (N) Accettazione consapevole di conseguenze ecologiche sproporzionate	D4: Partecipazione dei clienti e trasparenza dei prodotti D4.1 Partecipazione dei clienti, sviluppo comune dei prodotti e ricerca di mercato D4.2 Trasparenza dei prodotti D4.3 (N) Mancata indicazione di sostanze pericolose
E) Contesto sociale	E1 Senso e impatto dei prodotti e servizi sulla società E1.1 Prodotti e servizi coprono il fabbisogno di base e sono utili a una buona vita E1.2 Impatto dei prodotti e servizi sulla società E1.2 (N) Prodotti e servizi disumani	E2 Contributo per la collettività E2.1 Imposte e oneri sociali E2.2 Contributi volontari per rafforzare la collettività E2.4 (N) Evasione fiscale illecita E2.5 (N) Mancata prevenzione della corruzione	E3 Riduzione delle conseguenze ecologiche E3.1 Conseguenze assolute / Management & strategia E3.2 Conseguenze relative E3.3 (N) Violazioni dei requisiti ambientali e impatto inadeguato sull'ambiente	E4 Trasparenza e condivisione sociale delle decisioni E4.1 Trasparenza E4.2 Condivisione sociale delle decisioni E4.3 (N) Promozione di poca trasparenza e informazioni consapevolmente errate

Nel processo di bilanciamento viene redatto un **rapporto relativo al bene comune**, ovvero una documentazione completa dell'orientamento di un'impresa al bene comune. In esso sono contenute le descrizioni delle attività in relazione a tutte e 20 le tematiche del bene comune che consentono di capire quanto l'impresa si sia già sviluppata. Ogni tema descrive come i singoli valori sono vissuti dai rispettivi *stakeholders*.

L'**attestato** documenta nel design grafico della matrice (una pagina DIN-A4 chiaramente visibile) una valutazione esterna delle singole tematiche e un punteggio complessivo (punti del bene comune).

Il rapporto relativo al bene comune e l'attestato indicano congiuntamente il **bilancio del bene comune**.

Gli strumenti ausiliari per la redazione del rapporto relativo al bene comune sono il **modello del rapporto** e il **calcolatore del bilancio** per la determinazione dei punti relativi al bene comune.

Varianti del bilancio

La redazione di un bilancio relativo al bene comune può avvenire secondo due varianti:

- Il **bilancio integrale** suddivide tutte le **tematiche** in diversi **aspetti** ed è obbligatorio per le medie e grandi imprese a partire dal secondo bilancio.
- Il **bilancio compatto** illustra le **tematiche** in diversi **aspetti** in forma compatta, **tralasciando alcuni aspetti e indicatori vincolanti non di rilievo per le imprese indicate**. L'obiettivo è di offrire un accesso semplificato. Per i paesi di lingua tedesca (Germania, Austria, Svizzera) è

stato creato un manuale separato per il bilancio compatto, mentre per l'Italia, Alto Adige/Sudtirolo compreso, si utilizza lo stesso manuale del bilancio integrale; gli aspetti e indicatori vincolanti che si possono tralasciare sono segnati con (*1).

Il bilancio compatto può essere impiegato continuativamente dalle microimprese e dalle imprese che non hanno l'obbligo del bilancio fiscale, due volte dalle imprese con 11-15 collaboratori (equivalenti al tempo pieno), e a scelta in occasione del primo bilancio dalle imprese di grandi dimensioni.

Redazione del rapporto

Un rapporto relativo al bene comune è composto da descrizioni significative di tutte le tematiche e gli aspetti sotto diversi punti di vista con le relative valutazioni. Oltre a ciò non vi sono altri requisiti formali, ma le descrizioni devono essere comprensibili in quanto a contenuti. Si consiglia caldamente di utilizzare il modello del rapporto dell'EBC, che è in grado di semplificare il processo di redazione del rapporto.

L'impresa sceglie essa stessa quali contenuti debbano essere descritti e con quale livello di approfondimento. La redazione dei contenuti deve avvenire in maniera sintetica e comprensibile in vista dell'audit. Gli auditor garantiscono lo standard qualitativo e la comparabilità. Devono pertanto richiedere anche informazioni dettagliate.

Il periodo del rapporto comprende due anni. Le imprese possono decidere esse stesse se effettuare il rapporto in base all'anno civile o diversamente in base all'esercizio aziendale.

Valutare il contributo al bene comune

Obiettivo della valutazione è di rendere visibile l'effetto delle attività imprenditoriali sul bene comune. Nel processo di valutazione, l'impresa interessata si classifica lungo una scala di valori. La valutazione non rappresenta quindi una misurazione, ma l'applicazione della scala di valori relativi al bene comune alle attività delle imprese o ai loro effetti sui diversi stakeholders.

Le attività e i loro possibili effetti sono ampiamente descritti nella matrice tramite i livelli di valutazione. Inoltre, per tutti gli aspetti è indicata anche la cosiddetta base, che descrive la misura minima di una gestione orientata al bene comune. Tale dato è definito in molti casi dagli standard di legge, ma talvolta è anche superiore. Il processo di valutazione è assistito dagli ausili alla valutazione ovvero da istruzioni per l'interpretazione. Si può inoltre ricorrere a indicatori e misure di grandezza ausiliari, che possono essere selezionati da un elenco disponibile nelle ulteriori informazioni per facilitare o corroborare la classificazione. Alcuni di questi indicatori sono obbligatori, ovvero rappresentano un determinato requisito minimo, quelli obbligatori da analizzare sono riportati nel presente manuale.

La valutazione avviene secondo la suddivisione in livelli di valutazione (*Primi passi, Avanzato, Esperto, Esempio*). A tale fine occorre utilizzare in maniera unitaria e in forma adeguata tutte le informazioni e gli indicatori disponibili. I livelli di valutazione sono correlati tra loro, ovvero una classificazione sotto *Esperto* può avvenire ad esempio solo se sono soddisfatti tutti i criteri del livello *Avanzato*. Questa regola andrà tuttavia applicata in maniera pragmatica, e in caso di differenze minime non occorre necessariamente abbassare il livello. Ogni livello di valutazione è assegnato a un ordine di scala che indica quanto l'impresa sia già sviluppata nell'orientamento al bene comune relativamente al tema in questione e in quale misura siano soddisfatti i criteri del rispettivo livello:

Livello di valutazione	Settore di scala
Esemplare	7 - 10
Esperto	4 - 6
Avanzato	2 - 3
Primi passi	1
Base	0

La valutazione complessiva è data dalla valutazione individuale in tutti i temi. La valutazione dettagliata avviene a diversi livelli a seconda della variante di bilancio:

Variante bilancio integrale

- Ogni **aspetto** è valutato su una scala da 0 a 10. Gli aspetti hanno una ponderazione diversa (ridotta/media/alta/molto alta) che indica l'importanza relativa per il tema.
- La valutazione del **tema** è effettuata nel calcolatore del bilancio tramite una semplice somma automatica delle valutazioni degli aspetti sulla base delle ponderazioni relative degli aspetti tra loro. Più un aspetto è importante dal punto di vista del bene comune, più la sua valutazione si ripercuote sulla valutazione complessiva del tema. La valutazione complessiva di un tema è indicata su una scala da 0 a 10.

Variante bilancio compatto

- ~~In questo caso la valutazione avviene solo a livello dei temi, analogamente alla valutazione dei singoli aspetti nel bilancio integrale. La valutazione complessiva è anch'essa indicata su una scala da 0 a 10.~~

La matrice del bene comune consente una certa flessibilità affinché le imprese possano fornire il proprio contributo all'ulteriore sviluppo della matrice. In questo modo si stimolano le aziende a cercare mezzi e modi per vivere i valori del bene comune. Poi, per ogni tema occorre porre la "domanda globale": "Come posso o come può la mia impresa soddisfare e sostenere al meglio il valore X in relazione agli stakeholders Y?" La matrice fornisce indicazioni concrete relativamente a tutti i temi e gli aspetti. In essa sono già proposti obiettivi "chiari" (ad es. "processo decisionale consensuale in azienda") mentre per altri non si esplicita il tema o l'aspetto, ma si forniscono solamente esempi per l'attuazione (ad es. "consenso sistemico"). In questo modo l'impresa potrà trovare nuove formule e processi personalizzati più rispondenti allo svolgimento del tema o dell'aspetto della propria realtà. Questo processo potrà anche avvinire con l'ausilio degli auditors del bene comune.

Rilevamento dei punti del bene comune

Oltre alla valutazione a livello dei temi, la matrice permette di effettuare anche una valutazione complessiva e cioè quella definita dal punteggio del bene comune. Sebbene il punteggio del bene comune sia meno rappresentativo rispetto allo sviluppo dell'organizzazione, molte imprese pionieristiche lo hanno desiderato e questo punteggio potrà anche essere utilizzato in un futuro per la costruzione di un eventuale rating richiesto dal sistema giuridico nel quale opera l'impresa.

Al massimo è possibile raggiungere 1.000 punti di bene comune, mentre il minimo è di -3.600 punti. Il bilancio del bene comune è stato sviluppato in maniera tale da essere applicabile alle imprese di ogni settore, di qualsiasi dimensione e forma giuridica, all'associazione no profit alla piccola e media impresa familiare fino al gruppo quotato in borsa o all'università pubblica. Considerando che queste organizzazioni sono diverse tra loro sia per settore che dimensione aziendale, è stata sviluppata e prevista una valutazione diversa e variabile dei temi della matrice.

La base di partenza è data dai 20 temi, che sono stati valutati ciascuno con 50 punti.

I temi vengono poi ponderati internamente in maniera diversa per il rilevamento del punteggio complessivo nel calcolatore del bilancio secondo i seguenti fattori:

- in base alle dimensioni dell'azienda;
- in base ai flussi finanziari verso e dai fornitori, finanziatori e collaboratori;
- in base ai rischi sociali nei paesi d'origine delle principali materie prime;
- in base al settore e ai rischi ecologici e sociali ad essi legati.

La somma complessiva raggiungibile rimane in ogni caso invariata, solo l'ammontare dell'importo dei singoli temi varia a seconda dell'importanza dello stesso per la singola impresa.

Novità della matrice 5.0

Le imprese che hanno già redatto una volta un rapporto relativo al bene comune sulla base di una precedente versione della matrice, noteranno che alcuni aspetti sono stati spostati su altre tematiche e sono inoltre stati aggiunti nuovi aspetti. I motivi sono il desiderio più volte espresso da parte delle organizzazioni, di maggiore chiarezza e coerenza logica, nonché la necessità di adeguamento della matrice alla direttiva UE sulla rendicontazione non finanziaria.

L'essenziale è che nessun tema o aspetto sia stato trascurato o dimenticato o addirittura volutamente soppresso. Non sarà tuttavia possibile effettuare una comparazione diretta dei rapporti e delle valutazioni con le versioni precedenti per quanto attiene ai temi interessati e al punteggio del bene comune.

I dettagli delle modifiche sono descritti con precisione in prosieguo. qui di seguito in sintesi quelle principali:

- Le colonne dei valori *Solidarietà* ed *Equità sociale* sono state riunite in una sola poiché in passato si verificavano sempre problemi di delimitazione delimitazione e precisa e puntuale definizione dei due valori perché gli stessi sono vicini dal punto di vista dei contenuti.
- I vecchi indicatori A1 e B1 sono stati suddivisi in quattro temi ciascuno analogamente ai restanti stakeholders.
- Le designazioni di indicatori e sotto-indicatori sono state adeguate a più comuni standard e ora sono definiti in temi e aspetti.
- Gli stakeholders "Proprietari" sono stati riuniti ai "Finanziatori" poiché i due si sovrappongono più di quanto non avvenga con i collaboratori.

EBC Manuale per il Bilancio del Bene Comune 5.0.1 Aziende

- La rappresentazione dei temi è stata unificata, le designazioni (=definizioni) sono state adeguate ai nuovi contenuti.
- Le definizioni per i valori e gli stakeholders sono state completate ed è stato chiarito come questi termini vengono utilizzati nel manuale.
- Gli aspetti negativi sono stati inseriti nei rispettivi temi.

Gli spostamenti riguardano:

- Tutti gli aspetti di retribuzione e orario di lavoro da C1 a C2.
- Gli aspetti di reddito minimo/massimo e lo spreading da C4 a C2.
- L'aspetto di condivisione delle decisioni da parte dei clienti da D1 a D4.
- L'aspetto di trasparenza dei prodotti da D2 a D4.
- L'aspetto di accesso senza barriere da D4 a D1.
- L'aspetto di aumento degli standard del settore da D5 a D2.
- L'aspetto di impiego degli utili orientato al bene comune da E4 a B2.

Sono stati inseriti nuovi aspetti positivi:

- Imposte e contributi previdenziali (E2)

Sono stati inseriti nuovi aspetti negativi:

- Sfruttamento del potere di mercato nei confronti dei fornitori (A2)
- Conseguenze ambientali sproporzionatamente elevate nella catena di fornitura (A3)
- Dipendenza da risorse a rischio in termini ecologici (B3)
- Strutturazione ingiusta dei contratti di lavoro (C2)
- Guida allo spreco o tolleranza di comportamenti non ecologici (C3)
- Misure pubblicitarie non etiche (D1)
- Abuso del potere di mercato nei confronti dei partecipanti all'impresa comune (D2)
- Mancata indicazione di sostanze pericolose (D4)
- Assenza di prevenzione della corruzione (E2)
- Promozione di poca trasparenza e informazioni consapevolmente errate (E4)

Stakeholders

A Fornitori

Questo gruppo di stakeholders comprende sia le imprese direttamente interessate nella fornitura, sia i loro fornitori e quindi sostanzialmente l'intera catena di fornitura. In particolare si considerano tutti i prodotti e servizi che vengono acquistati da altri. Ogni impresa può essere corresponsabile con i propri fornitori operando delle scelte quando si tratta prendere decisioni in merito all'acquisto, concordando le condizioni contrattuali e eventualmente influenzandole.

Come poi questa corresponsabilità possa essere vissuta in pratica dipende dai reali rapporti di potere sul mercato e dalla distanza lungo la catena di fornitura. L'essenziale ed importante è prestare un'attenzione particolarmente critica ai processi di acquisto di prodotto e servizi della catena di fornitura, soprattutto nel caso in cui le forniture abbiano un'elevata rilevanza economica per l'impresa e che quindi implicino per l'ente un importante fattore di rischio.

A titolo suggerimento sarà possibile servirsi di un elenco dei principali fornitori dell'impresa (fino a un valore complessivo pari a circa l'80% del volume di acquisti) di prodotti e servizi acquistati. Questo elenco permetterà di considerare i prodotti e settori con uno speciale riguardo dei rischi sociali o ecologici ad essi intrinseci. In questo specifico caso non verrà valutato il quantitativo della fornitura bensì l'impatto sociale e/o ecologico di tali acquisti.

B Proprietari & partner finanziari

Dal punto di vista interno i proprietari/soci dell'impresa hanno diritto di prendere decisioni e di disporre della stessa, mentre dal punto di vista esterno, cioè verso i terzi, hanno anche la responsabilità di tali diritti.

I finanziatori mettono a disposizione capitale proprio o di terzi.

I fornitori di servizi finanziari sono aziende del terziario che si occupano di transazioni, assicurazioni e consulenza patrimoniale o finanziaria.

C Collaboratori

Il gruppo di stakeholders C riguarda tutte le persone la cui attività rientra nel contesto diretto e funzionale dell'impresa (strutture nello spazio, spaziali, organizzative e sociali) che sono assolutamente necessarie per l'attività e ai quali si applica almeno uno dei seguenti criteri:

- condizioni di assunzione;
- persone che sono operative per un periodo di almeno sei mesi;
- persone che sono operative almeno quattro ore a settimana;
- attività svolte regolarmente e in modo ricorrente (ad es. ogni estate).

D Clienti & concorrenti

Nel gruppo di stakeholders dei clienti rientrano i gruppi target dell'impresa ai quali l'impresa si rivolge con i propri prodotti e servizi, ad esempio gli utenti dei prodotti e servizi, i commercianti e i clienti finali, oltre che i committenti.

I concorrenti diretti sono innanzitutto quelle imprese che con la loro offerta si rivolgono allo stesso gruppo target (regionale). Oltre a ciò si esamina anche il comportamento e l'approccio rispetto a imprese di altri settori o di altre regioni.

E Contesto sociale

Il gruppo di stakeholders E comprende tutti i gruppi che avvertono solo indirettamente gli effetti delle azioni imprenditoriali. Il gruppo è pertanto inteso nella sua accezione più ampia possibile, sebbene ci siano delle differenze relativamente ai singoli valori:

- E1: L'umanità nel suo complesso, comprese le generazioni future (comprende tutti gli uomini come esseri dotati di razionalità in grado di definire autonomamente valori e senso per loro stessi).
- E2: La collettività in quanto grande gruppo sociale che spartisce uno spazio vitale delimitato. Può trattarsi di uno spazio fisico o virtuale (ad es. tutte le persone che vivono in una regione; tutti gli utenti di Internet). Il gruppo ha creato regole e istituzioni comuni che poggiano su una visione di base comune. Un'impresa può appartenere a diverse collettività (comune, stato, comunità scientifica ecc.).
- E3: Contesto ecologico globale, comprese le fonti di sussistenza naturali delle generazioni future.

- E4: Gruppi di stakeholders di rilievo per l'impresa non rientranti nelle categorie da A a D (ad es. residenti, ONG critiche nella veste di "avvocati" della società).

Visione dei valori dal punto di vista del team di sviluppo della matrice

Presentiamo di seguito la nostra visione relativa ai quattro valori su cui ci siamo basati per sviluppare la matrice 5.0.

Dignità umana

Dignità umana per noi significa che ogni essere umano è di per sé prezioso, unico e da salvaguardare, indipendentemente dalle sue origini, dall'età, dal sesso e da altre caratteristiche. L'uomo e, in ultima analisi, ogni essere vivente hanno il diritto di esistere, meritano stima, rispetto e attenzione. L'individuo si situa sempre al di sopra di qualsivoglia cosa e valore patrimoniale. L'uomo è centrale. La dignità umana è indipendente dal concetto di forza lavoro ed è "inviolabile".

Solidarietà & giustizia

Solidarietà e giustizia sono due valori affini con un comune denominatore nell'empatia, nell'apprezzamento e nella partecipazione emotiva rispetto agli altri esseri umani, così come il diritto alle pari opportunità. Entrambi i valori mirano a ridurre le ingiustizie, a condividere le responsabilità e a ottenere un equilibrio tra forti e deboli.

La solidarietà...

- rispecchia l'intento di offrire a tutti gli uomini almeno una base essenziale di opportunità e di non lasciare andare a fondo nessuno.
- si esprime nell'aiuto reciproco e disinteressato in situazioni di emergenza o per superare situazioni difficili nonché in una collaborazione spontanea e volontaria.
- sfocia in alcune circostanze anche in un obbligo e in una responsabilità concrete nei confronti della comunità. In particolare, la collettività si assume la responsabilità per i più deboli.
- si basa su un senso di appartenenza che, dal punto di vista dell'EBC, è da intendersi come legame con gli uomini, e non come limitazione rispetto ad altri gruppi, come spesso è accaduto storicamente.

La giustizia...

- descrive una finalità che prevede una ripartizione equa di beni, risorse, potere, così come obblighi e opportunità.
- è creata su meccanismi sociali, ad esempio un equo ordine di società, economia e stato. Nel migliore dei casi sono istituzionalizzati, ovvero ancorati ad un ordinamento giuridico. Le azioni tenute a generare giustizia sono pertanto perlopiù non esclusivamente di carattere volontario.

Sostenibilità ecologica

L'ecologia riguarda le relazioni degli essere viventi con il loro ambiente, che naturalmente ne rappresenta la base vitale. L'ambiente è terribilmente minacciato dagli interventi dell'uomo. Le

imprese, in particolare, sono tenute a fornire il loro contributo per uno sviluppo sostenibile che corrisponda alle esigenze della generazione odierna senza mettere in pericolo la possibilità delle generazioni future di soddisfare le proprie esigenze e scegliere il proprio stile di vita.

La sostenibilità di prodotti e servizi forniti dall'impresa, può essere valutata unicamente prendendo in considerazione l'intero ciclo di vita. Per ciclo di vita intendiamo i livelli susseguenti del sistema di un prodotto, dall'estrazione o produzione di materie prime (A3) allo sviluppo, realizzazione o lavorazione in impresa fino alla fornitura (E3), all'impiego da parte dei clienti e all'eliminazione definitiva del prodotto (D3). Anche per i servizi è possibile definire un analogo ciclo di vita.

La sostenibilità ecologica può essere migliorata con investimenti mirati e spesso è legata anche a cambiamenti sociali. Pertanto, nel caso di B3 (a differenza degli altri temi di sostenibilità ecologica) si considererà quindi sia l'aspetto ecologico che quello sociale degli investimenti effettuati dall'impresa.

Trasparenza & condivisione delle decisioni

La trasparenza è un prerequisito che dovrà adottare l'impresa, per consentire agli stakeholders responsabili di partecipare al processo decisionale. Per trasparenza s'intende la rivelazione di tutte le informazioni di rilievo per il bene comune, in particolare dei dati critici quali ad esempio verbali degli organi direttivi, stipendi, contabilità interna, decisioni relative ad assunzioni e licenziamenti ecc. Il processo di condivisione delle decisioni comprende la partecipazione degli stakeholders interessati alle decisioni, soprattutto quelle che li riguardano direttamente. Gli interessati devono essere coinvolti quanto più possibile e diventare partecipanti attivi. Esistono certo diverse gradazioni di appartenenza e consultazione tramite un diritto di veto fino alle decisioni comuni consensuali.

A1 La dignità umana lungo la catena di fornitura

I prodotti e servizi che un'impresa acquista sono legati a una varietà di conseguenze sociali, che possono essere sia positive sia negative. Particolarmente importanti sono le condizioni di lavoro di tutti i collaboratori all'interno dell'intera catena di fornitura. Un'impresa è corresponsabile del benessere di tutti gli individui - anche tra i suoi fornitori e i loro fornitori.



Un'impresa EBC...

- acquista prodotti e servizi realizzati in condizioni dignitose per l'uomo.
- nell'ambito della catena di fornitura monitora le situazioni in cui si presume che sia violata la dignità umana.
- si adopera attivamente per un comportamento dignitoso all'interno dell'intera catena di fornitura.



Domande iniziali

- Che cosa sappiamo del rispetto della dignità umana dei nostri fornitori (ad es. qualità dei posti di lavoro), e in particolare dei nostri fornitori più importanti?
- Quali potenziali ripercussioni negative o rischi sono presenti nella catena di fornitura (ad es. violazioni dei diritti dell'uomo) e come queste sono legate alle nostre attività aziendali?
- La nostra impresa come contribuisce alla creazione di condizioni dignitose e alla soluzione di problemi e sfide sociali all'interno dell'intera catena di fornitura?

Aspetto A1.1: Condizioni di lavoro e conseguenze sociali nella catena di fornitura

L'obiettivo è fare in modo che un'impresa monitori i prodotti e servizi acquistati e contribuisca, grazie a misure adeguate, al miglioramento delle condizioni dignitose all'interno dell'intera catena di fornitura.



Domande del rapporto

- Quali prodotti / servizi vengono acquistati? In base a quali criteri si scelgono i fornitori?
- Come si valutano i rischi sociali nella catena di fornitori?
- Come si verifica se presso i fornitori è violata la dignità umana? (*1)

- Come si influenzano i fornitori affinché rispettino più attivamente la dignità umana nei confronti degli stakeholders? (*1)
- Quali certificati hanno i prodotti acquistati?

Indicatori vincolanti

- Quantità di prodotti/ servizi acquistati sul volume complessivo degli acquisti in forma di tabella
- Quota dei prodotti/ servizi acquistati e prodotti in condizioni di lavoro eque

Livelli di valutazione

Esemplare

La gestione etica degli acquisti fa parte dell'identità e del posizionamento dell'azienda. I processi per acquisti dignitosi sono attuati in modo innovativo in tutti i settori dell'azienda.

Esperto

Sono state elaborate direttive esaurienti per gli acquisti che spiegano come i fornitori siano valutati e selezionati in base a criteri sociali e assistiti affinché attuino a loro volta i valori richiesti.

Per quasi tutti i fornitori principali sono soddisfatte condizioni di lavoro superiori alla media.

Avanzato

Vengono attuate le prime misure per stabilire condizioni di lavoro dignitose praticate dai fornitori.

Si valuta inoltre l'intera catena di fornitura facendo particolare attenzione alle condizioni di lavoro dignitose.

Primi passi

Si esaminano alcuni fornitori principali dal punto di vista delle condizioni di lavoro e si deducono strategie o misure per introdurre miglioramenti.

Si rispettano i primi criteri di esclusione per gli acquisti.

Base

I fornitori rispettano le disposizioni di legge relative alle norme sul lavoro. Oltre a questo non vi è alcun impegno di maggiore responsabilità sociale nei confronti dei fornitori.

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Il comportamento nelle scelte di acquisto deve essere valutato in base a criteri di esclusione e processi: come si identificano i rischi sociali nella catena di fornitura, come si valutano e selezionano i fornitori e come li si stimola di conseguenza a rispettare valori sociali?

Si valutano i seguenti criteri:

- I fornitori attuano una politica sul posto di lavoro che promuova la dignità umana (vedi C1).
- I fornitori seguono essi stessi politiche di acquisto orientate alla dignità umana (vedi A1).

- I fornitori dispongono di un atteggiamento etico nell'impiego dei fondi e con i clienti (vedi B1 e D1) e contribuiscono al benessere grazie all'effetto sociale dei loro prodotti e servizi (vedi E1).

I seguenti aspetti possono aiutare nell'autovalutazione o devono essere presi in considerazione nell'interpretazione:

- I settori della catena di fornitura che presentano elevati rischi sociali assumono importanza superiore. Se le imprese agiscono ben oltre gli standard attuali in catene di fornitura critiche, è possibile tenerne conto positivamente nella classificazione.
- Conseguenze fondamentali sulla società avvengono spesso non dai fornitori diretti, ma molto prima nella catena di creazione del valore. Ad esempio le condizioni di lavoro di un servizio IT sono probabilmente meno critiche di quelle nella produzione di hardware a monte. Bisognerebbe pertanto concentrarsi su quelle parti della creazione di valore in cui le conseguenze sono maggiori.
- Con il crescere dell'impresa, l'ufficio acquisti assume importanza maggiore e i requisiti diventano proporzionalmente maggiori nella catena di fornitura rispetto a grandezza e rischi.
- stabilire se valutare alcuni, molti o tutti i fornitori principali o selezionarli in base al rispetto della dignità umana.

Aspetto negativo A1.2: Violazione della dignità umana nella catena di fornitura

La produzione di molti beni di consumo quotidiani è legata a grandi problemi sociali. Rispetto a complessi processi globali di produzione, è possibile che non ci sia impresa o privato per cui sia possibile escludere violazioni della dignità umana nella catena di fornitura.

Domande del rapporto

- Quali settori della catena di fornitura presentano un rischio particolare per la dignità umana?
- Quali misure vengono adottate per ridurre ed evitare queste conseguenze?

Indicatori vincolanti

- Quota di prodotti acquistati eticamente sicuri o a rischio

Livelli di valutazione e punteggi

- **Base:** L'impresa presenta rischi minimi nella catena di fornitura ovvero riduce al minimo le potenziali conseguenze sociali negative nella catena di fornitura.
- **20 punti negativi:** L'impresa acquista prodotti e servizi da settori socialmente critici. Le misure sinora adottate non riducono ancora in misura sufficiente le conseguenze sociali.
- **100 punti negativi:** L'impresa acquista in maniera significativa, prodotti e servizi da settori socialmente critici e non produce pressoché misure che sembrino mirare a un chiaro miglioramento.
- **200 punti negativi:** Con il suo comportamento l'impresa contribuisce in modo decisivo alle conseguenze negative nella catena di fornitura.

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Qui ci si concentra esplicitamente sui prodotti e servizi caratterizzati da un rischio elevato di violazione della dignità umana. I rischi possono risultare dalla provenienza regionale (ad es. paesi con standard bassi) o dai settori.

A2 Solidarietà e giustizia nella catena di fornitura

L'odierna vita economica è caratterizzata da una concorrenza aggressiva, da mire egoistiche di massimizzazione del potere di mercato e spesso, nelle catene di fornitura globali, da rapporti commerciali e di lavoro basati sullo sfruttamento. Nella gestione con i fornitori diretti, le imprese sono responsabili di garantire un'interazione equa e solidale. Inoltre, nell'ambito delle sue possibilità d'influenza, ciascuna impresa è corresponsabile nella catena di fornitura di favorire rapporti equi e solidali reciproci tra tutte le persone coinvolte.

Un'impresa EBC...

- garantisce relazioni commerciali eque e solidali per i suoi fornitori diretti.
- riconosce la sua corresponsabilità per la solidarietà ed equità dell'intera catena di fornitura e organizza di conseguenza le sue scelte imprenditoriali.

Domande iniziali

- A) In quali settori i fornitori si aspettano equità e solidarietà da parte nostra?
- B) Chi sono i nostri partner commerciali diretti e indiretti nella catena di fornitura e in che misura si comportano in modo equo e solidale rispetto alle altre parti coinvolte?
- C) Quanto incide il nostro influsso diretto e indiretto nella catena di fornitura rispetto alla realizzazione di relazioni eque e solidali reciproche tra le parti coinvolte?

Aspetto A2.1: Relazioni commerciali eque nei confronti dei fornitori diretti

La solidarietà e la giustizia nelle relazioni con i fornitori diretti si riflettono soprattutto nell'ambito dell'organizzazione delle relazioni commerciali, sotto forma di condizioni di prezzo, di pagamento e di fornitura eque. A ciò si aggiunge un altro aspetto importante, ovvero la concessione (=disponibilità) di una percentuale equa della creazione di valore finalizzata alla sopravvivenza economica di tutte le parte coinvolte, l'una accanto all'altra.

Domande del rapporto

- Come si creano relazioni eque e solidali con i fornitori diretti, in particolare tramite la definizione di condizioni di prezzo, pagamento e fornitura e nell'attività operativa quotidiana?
- Quanto sono soddisfatti i fornitori delle condizioni di prezzo, pagamento e fornitura concordate? (*1)
- Con quali misure l'impresa contribuisce a fare in modo che i fornitori dispongano di una quota equa della creazione di valore? (*1)

Indicatori vincolanti

- Durata media della relazione commerciale con i fornitori (*1)
- Rapporto stimato della quota rispetto alla creazione di valore tra impresa e fornitori (*1)



Livelli di valutazione

Esemplare

Eque relazioni commerciali con tutti i fornitori sono stabilite a un livello superiore alla media.
Adozione di misure volte a garantire una partecipazione equa dei fornitori alla creazione di valore.
La durata media della relazione commerciale con i fornitori è di almeno dieci anni e/o tutti i fornitori sono molto soddisfatti delle condizioni di prezzo, pagamento e fornitura concordate nonché della distribuzione della creazione di valore.

Esperto

Con tutti i fornitori sono stabilite relazioni commerciali eque.
Adozione di misure volte a garantire una partecipazione equa dei fornitori alla creazione di valore.
La durata media della relazione commerciale con i fornitori è di almeno cinque anni e/o i fornitori sono, tranne qualche eccezione, molto soddisfatti delle condizioni di prezzo, pagamento e fornitura concordate.

Avanzato

Adozione con successo di misure che stabiliscono condizioni commerciali eque con i fornitori.
La durata media della relazione commerciale con i fornitori è di almeno tre anni e/o i fornitori sono, tranne qualche eccezione, soddisfatti delle condizioni di prezzo, pagamento e fornitura concordate.
E' allo studio possibile suddivisione equa della creazione di valore e si stanno individuando le strategie e misure necessarie in tal senso.

Primi passi

Si verifica l'equità e solidarietà delle relazioni commerciali con i fornitori, si deducono le strategie da adottare per migliorare la situazione e si adottano le prime misure.

Base

Si rispettano le disposizioni di legge circa le condizioni di pagamento e di fornitura. A parte quello non c'è alcun impegno per un'equa ripartizione della creazione di valore.



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Sostanzialmente questo aspetto è rilevante solo per le imprese che dispongono di un potere di mercato rilevante sui loro fornitori e pertanto di un margine d'azione nell'organizzazione delle relazioni commerciali.

Per quanto riguarda i **prezzi equi**, per alcuni prodotti è possibile orientarsi utilizzando le indicazioni di alcune ONG. Una soluzione innovativa per l'organizzazione di condizioni eque di prezzo, pagamento e fornitura potrebbe essere ad esempio lo sviluppo di un modello per capire come

giungere, nel dialogo insieme ai fornitori, a una pianificazione soddisfacente ed equa per entrambe le parti (ad es. pianificazione comune dei quantitativi con prezzo fisso e garanzie di acquisto).

Aspetto A2.2: Influssi positivi sulla solidarietà e la giustizia lungo l'intera catena di fornitura

Le imprese hanno la responsabilità di sostenere, esigere e promuovere un comportamento reciprocamente equo e solidale di tutte le parti coinvolte all'interno dell'intera catena di fornitura.

Domande del rapporto

- Quali strategie segue l'impresa per garantire entro il proprio ambito di influenza un comportamento reciprocamente equo e solidale di tutte le parti coinvolte all'interno dell'intera catena di fornitura? (*1)
- Con quali misure l'impresa esige e promuove lungo l'intera catena di fornitura un comportamento reciprocamente equo e solidale di tutte le parti coinvolte?
- L'impresa come verifica e sanziona a tale riguardo eventuali rischi e criticità presenti?

Indicatori vincolanti

- Percentuale di prodotti e materie prime acquistati con un marchio che tenga conto della solidarietà e dell'equità
- Percentuale di fornitori con cui è stato affrontato il tema del comportamento equo e solidale con i gruppi di interlocutori o che sono stati scelti su questa base

Livelli di valutazione

Esemplare

L'impresa agisce positivamente nel proprio ambito di influenza con soluzioni innovative per garantire un comportamento equo e solidale di tutte le parti coinvolte.

Tutti i prodotti e le materie prime acquistate presentano un marchio in tal senso e tutti i fornitori sono stati scelti sulla base di un comportamento equo e solidale con i loro gruppi di interlocutori.

Esperto

Almeno la metà dei prodotti e delle materie prime acquistate è contrassegnato da un relativo marchio.

La catena di fornitura viene regolarmente esaminata in quanto a rischi e criticità ed eventualmente si attuano immediatamente misure e/o sanzioni. Sono state attuate misure ambiziose per assistere le parti coinvolte all'interno dell'intera catena di fornitura nell'attuazione di un comportamento equo e solidale con i rispettivi gruppi di interlocutori.

Avanzato

L'impresa dispone di una chiara strategia per garantire un comportamento reciprocamente equo e solidale di tutte le parti coinvolte nel proprio ambito di influenza.

Almeno un terzo dei prodotti e delle materie prime acquistate è contrassegnato con il rispettivo marchio e la catena di fornitura è oggetto di controllo attivo e sistematico per verificare la presenza di eventuali rischi e criticità.
L'impresa esige da tutti i principali fornitori un comportamento equo e solidale con i gruppi di interlocutori e li sceglie di conseguenza.
Sono state attuate le prime misure per assistere le parti coinvolte lungo l'intera catena di fornitura nell'attuazione di un comportamento equo e solidale con i rispettivi gruppi di interlocutori.

Primi passi

L'impresa sta acquisendo le prime informazioni sui rischi e le criticità relativamente alla solidarietà ed equità all'interno dell'intera catena di fornitura.
Vengono attuate le prime misure per influenzare positivamente un comportamento equo e solidale di tutte le parti coinvolte lungo l'intera catena di fornitura.
Alcuni prodotti e materie prime acquistati presentano un marchio che tiene conto della solidarietà e dell'equità.

Base

L'impresa non si occupa esplicitamente della solidarietà ed equità nella catena di fornitura, ma rispetta tutte le leggi e le disposizioni necessarie e non sfrutta il proprio potere di mercato.



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Il termine “parti interessate” indica in questo aspetto sia i fornitori sia i loro fornitori, incl. i rispettivi gruppi di stakeholders. Occorre tuttavia osservare che, a seconda della sua grandezza, posizione di mercato e di altri fattori, ciascuna impresa ha diverse possibilità per influenzare le condizioni all'interno dell'intera catena di fornitura.

I rischi e le criticità all'interno dell'intera catena di fornitura in relazione a solidarietà ed equità possono essere in particolare:

- mancato rispetto del salario che garantisce le condizioni minime di sopravvivenza ai lavoratori;
- evasione fiscale illecita;
- mancata prevenzione della corruzione;
- abuso del potere di mercato.

Misure di influenza positiva possono essere:

- feedback e colloqui con i fornitori;
- valutazione dei fornitori;
- redazione interne all'impresa concernenti gli acquisti e/o previsioni di codici di condotta per i fornitori.

Misure di sostegno possono essere:

- elaborazione tra i fornitori della catena di strategie comuni ;
- introduzione tra i fornitori della catena di utilizzo comune di relative certificazioni.

Sanzioni possono essere:

- esclusione di determinati prodotti fino alla cessazione del rapporto d'affari.

Aspetto negativo A2.3: Sfruttamento del potere di mercato nei confronti dei fornitori

Una disparità di potere nelle relazioni d'affari tra un'impresa e i fornitori può essere causa di raggiri e dipendenze. Concretamente possono verificarsi per esempio dumping dei prezzi e contratti capestro.

Domande del rapporto

- In quale misura l'impresa possiede potere di mercato rispetto ai fornitori e come lo impiega?
- L'impresa avverte indizi che facciano pensare che i suoi fornitori sono schiacciati dal suo potere di mercato, in particolare rispetto alle condizioni di pagamento e di fornitura?
- Quali reclami o resoconti negativi ci sono stati in tal senso nel corso dell'ultimo anno?

Livelli di valutazione e punteggi

- 0 punti negativi: L'impresa presenta un rischio minimo per quanto riguarda lo sfruttamento del suo potere di mercato e riduce al minimo le possibili conseguenze negative con il potere di mercato esistente.
- 100 punti negativi per ogni settore: Ci sono indizi concreti e convincenti che i fornitori subiscano lievemente il potere di mercato dell'impresa.
- 200 punti negativi: L'impresa sfrutta comprovatamente il proprio potere di mercato ai danni dei fornitori.

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Ciascuna impresa dovrebbe individuare il possibile sfruttamento del potere di mercato. Degli indizi si possono trarre ad esempio dai sondaggi tra i fornitori o dall'interpretazione dei contratti (standard) per i fornitori e delle direttive concernenti gli acquisti per gli addetti ai relativi reparti ovvero in base al sistema di bonus. A seconda del rischio, le misure devono essere circoscritte in maniera più o meno ampia.

A3 Sostenibilità ecologica nella catena di fornitura

Ciascuna impresa è tenuta a confrontarsi con le conseguenze ambientali che possono generarsi all'interno dell'intera catena di fornitura. Le imprese sono pertanto corresponsabili per la sostenibilità ecologica all'interno della catena di fornitura. L'obiettivo dell'analisi del tema è quello di contribuire alla riduzione delle eventuali conseguenze ambientali che potrebbero verificarsi all'interno dell'intera catena di fornitura.

Un'impresa EBC...

- valuta le conseguenze ecologiche negative rispetto al ciclo di vita o la catena di fornitura di prodotti e servizi.
- negli acquisti, sceglie le opzioni più sostenibili ecologicamente.
- rinuncia il più possibile a prodotti e servizi che generino o che possano generare elevate conseguenze ambientali.

Domande iniziali

- Che cosa sappiamo in merito alle possibili conseguenze ambientali all'interno della nostra catena di fornitura, e in particolare per i fornitori più importanti o per i prodotti e servizi che comportano elevati rischi ambientali?
- La nostra impresa e tutte le parti coinvolte come contribuiscono all'interno della catena di fornitura a ridurre le conseguenze ambientali?

Aspetto A3.1: Conseguenze ambientali lungo la catena di fornitura

L'acquisto di materie prime, prodotti e servizi è legato a rischi e conseguenze ecologiche.

Domande del rapporto

- Quali e quante materie prime e materiali sono impiegati nella produzione?
- Che tipo di energia, materiali e tecnologie sono impiegati nella produzione?
- In base a quali criteri si scelgono le materie prime, i prodotti e servizi?
- Come si valutano i rischi ecologici all'interno dell'intera catena di fornitura?
- Quali conseguenze ambientali nocive esistono lungo la catena di fornitura ovvero tra i prodotti acquistati?
- Di quali criteri ecologici si tiene conto nella selezione dei prodotti e fornitori?

- Con quali misure si ottiene una riduzione delle conseguenze ambientali dai fornitori diretti e all'interno dell'intera catena di fornitura?
- Cosa ci differenzia rispetto ai concorrenti praticare acquisti ecologici?

Indicatori vincolanti

- Quota di prodotti/ servizi acquistati che rappresentano alternative migliori a livello ecologico
- Percentuale di fornitori che contribuiscono a ridurre le conseguenze ecologiche

Livelli di valutazione

Esemplare

La gestione ecologica degli acquisti fa parte dell'identità e del posizionamento dell'azienda. I processi per una procedura ecologica negli acquisti e la riduzione dei rischi ecologici dei prodotti acquistati sono attuati in modo innovativo in tutti i settori dell'azienda.

Esperto

Sono state elaborate direttive interne esaurienti sulla valutazione e la scelta di prodotti acquistati in base a criteri ecologici e sul sostegno di fornitori che dal canto loro attuano gli standard ecologici richiesti.

Per quasi tutti i fornitori principali sono soddisfatti buoni standard ecologici in misura superiore alla media.

Avanzato

Sono attuate le prime misure per la riduzione di rischi/ conseguenze ecologiche di prodotti/ servizi acquistati e ci si occupa della riduzione del consumo di prodotti che danneggiano l'ambiente.

Si inizia ad esercitare un'azione sui fornitori affinché riducano le conseguenze nocive sull'ambiente.

Primi passi

Si verificano i rischi/ le conseguenze ecologiche dei prodotti/ servizi acquistati e si cercano alternative migliori.

Adozione di primi criteri di esclusione per gli acquisti.

Base

Si rispettano le disposizioni di legge. A parte ciò non vi è alcuna valutazione dei fornitori in base a eventuali conseguenze ecologiche.

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

I seguenti aspetti possono aiutare a orientarsi per la valutazione:

- Per valutare la riduzione delle conseguenze ambientali all'interno dell'intera catena di fornitura è possibile impiegare misure, marchi ambientali e ricorrere alle tecniche più avanzate.
- Alcuni settori sono caratterizzati da grandi conseguenze in confronto alla propria importanza monetaria (ad es. energia, mobilità, materie prime, prodotti agricoli). Tenuto conto delle conseguenze elevate, occorre fare particolare attenzione a questi settori.

- Se le imprese agiscono ben oltre gli standard attuali all'interno dell'intera catene di fornitura critiche, è possibile tenerne conto positivamente nella classificazione.
- Con il crescere dell'impresa, il responsabile degli acquisti assume importanza maggiore e i requisiti diventano proporzionalmente maggiori rispetto a grandezze e rischi all'interno dell'intera catena di fornitura.
- Le imprese che fanno molto poco della loro catena di fornitura vengono valutate peggio. Lo stesso dicasi se le misure menzionate nel rapporto sul bene comune riguardano solo singoli aspetti o pochi fornitori.
- Un confronto con altre imprese del settore è utile per farsi un'idea della qualità delle misure. Le misure generalmente comuni per il settore sono considerate primi passi.
- Esempi di comportamento passivo:
 - mancata valutazione di migliori alternative ecologiche;
 - i fornitori non sono valutati e selezionati in base a criteri ecologici;
 - i fornitori non sono in grado di dimostrare l'adempimento degli standard di legge per i processi che comportano grandi conseguenze ambientali;
 - i processi di produzione all'interno dell'intera catena di fornitura non corrispondono agli ultimi standard tecnici.

Aspetto negativo A3.2: Conseguenze ambientali sproporzionatamente elevate lungo la catena di fornitura

Alcuni settori/ prodotti/ servizi sono strettamente collegati a conseguenze ambientali sproporzionatamente nocive.

Domande del rapporto

- Quali fornitori o prodotti della catena di fornitura presentano conseguenze ambientali particolarmente elevate e nocive?
- Quali misure vengono adottate per ridurre queste conseguenze?

Indicatori vincolanti

- Percentuale di prodotti/ servizi acquistati che comportano conseguenze ambientali sproporzionatamente nocive

Livelli di valutazione e punteggi

- **Base:** L'impresa presenta rischi ecologici minimi nella catena di fornitura ovvero riduce al minimo le potenziali conseguenze negative all'interno dell'intera catena di fornitura.

EBC Manuale per il Bilancio del Bene Comune 5.0.1 Aziende

- *20 punti negativi:* L'impresa acquista prodotti e servizi da settori critici dal punto di vista ecologico; le misure adottate sinora non riducono ancora sufficientemente le conseguenze ambientali.
- *100 punti negativi:* L'impresa acquista i principali prodotti e servizi da settori critici dal punto di vista ecologico e non produce quasi misure che sembrano mirare a un chiaro miglioramento.
- *200 punti negativi:* Con il suo comportamento, l'impresa contribuisce in modo decisivo alle conseguenze negative per l'ambiente all'interno dell'intera catena di fornitura.



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Qui ci si concentra esplicitamente sui prodotti e servizi caratterizzati da rischi elevati. I rischi possono risultare dalla provenienza regionale (ad es. paesi con standard bassi), ma soprattutto dai settori. Combustioni di fonti di energia fossili, agricoltura e selvicoltura (variazioni di utilizzo del terreno), energia nucleare, ingegneria genetica, pesca (specie a rischio) ecc.

A4 **Trasparenza e condivisione delle decisioni lungo la catena di fornitura**

La trasparenza all'interno dell'intera catena di fornitura è un requisito fondamentale per una gestione etica degli acquisti, poiché si può controllare attivamente solo ciò che è noto. Informazioni trasparenti lungo la catena di fornitura servono a fare in modo che anche altri gruppi di stakeholders possano ricostruire da chi e in quali condizioni vengono realizzati i prodotti. La trasparenza è inoltre la base che consente ai fornitori di condividere le decisioni per i temi che li riguardano.



Un'impresa EBC...

- crea trasparenza nei confronti dei fornitori e garantisce così un'adeguata scelta condivisa dei fornitori per quanto riguarda i settori o le decisioni che li riguardano.
- riconosce la propria corresponsabilità ai fini della trasparenza e un processo decisionale comune all'interno dell'intera catena di fornitura e organizza di conseguenza le proprie scelte imprenditoriali.



Domande iniziali

- Quali informazioni della e sulla nostra azienda sono di interesse e rilevanza per i nostri fornitori?
- Quali decisioni all'interno della nostra azienda riguardano i nostri fornitori?
- Chi sono i nostri partner commerciali diretti e indiretti nella catena di fornitura e in che misura si comportano in modo trasparente e partecipativo rispetto alle altre parti coinvolte?
- Come influenziamo, direttamente e/o indirettamente, la catena di fornitura rispetto alla realizzazione di relazioni trasparenti e partecipative reciproche tra le parti coinvolte?

Aspetto A4.1 Trasparenza e diritti di condivisione delle decisioni per i fornitori

La trasparenza nei confronti dei fornitori si contraddistingue nel modo e nella misura in cui le informazioni vengono eventualmente messe a disposizione. In particolare sono determinanti in punto ad entità e la profondità nonché in relazione al modo in cui queste vengono messe a disposizione le informazioni. La condivisione delle decisioni è un importante strumento per rafforzare la posizione dei fornitori e può servire al contempo per ottimizzare le procedure commerciali.



Domande del rapporto

- Quali informazioni vengono messe a disposizione dei fornitori e in quale misura?

- Come e in quale misura si consente ai fornitori di condividere le decisioni in situazioni e settori di rilievo?
- I fornitori sono soddisfatti della politica d'informazione e dei diritti di condivisione delle decisioni dell'impresa?



Livelli di valutazione

Esemplare

Relazioni commerciali trasparenti e partecipative con tutti i fornitori sono stabilite a un livello superiore alla media.
Tutti i fornitori sono molto soddisfatti della politica d'informazione dell'impresa e della possibilità di condividerne le decisioni.

Esperto

Con tutti i fornitori sono stabilite relazioni commerciali trasparenti e partecipative.
Tranne poche eccezioni, tutti i fornitori sono molto soddisfatti della politica d'informazione dell'impresa e della possibilità di condividerne le decisioni.

Avanzato

Adozione con successo di misure per stabilire condizioni commerciali trasparenti e partecipative con i fornitori.
Tranne poche eccezioni, i fornitori sono soddisfatti della politica d'informazione dell'impresa e della possibilità di condividerne le decisioni.

Primi passi

Si verificano la trasparenza e le possibilità di condivisione delle decisioni delle relazioni commerciali con i fornitori, si deducono le strategie da adottare per migliorare la situazione e si adottano le prime misure.

Base

L'impresa non dimostra sforzi di trasparenza nei confronti dei fornitori oltre quanto prescritto per legge. Non vi è alcuna condivisione rilevante delle decisioni con i fornitori.



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Più i fornitori sono interessati da una decisione, più il loro coinvolgimento diventa importante. Per questo l'azienda deve chiedere ai fornitori quali sono i temi e le decisioni per i quali desiderano essere coinvolti. Possibili argomenti di compartecipazione sono ad esempio la pianificazione dei quantitativi di materie prime, le condizioni di pagamento e di fornitura. Il grado di condivisione delle decisioni dei fornitori interessati passa dall'ascolto al dialogo fino alla partecipazione attiva nella definizione del processo decisionale condiviso. Il processo decisionale, eventuali contraddizioni e pareri contrari sono idealmente documentati in modo adeguato all'interno dell'impresa.

Aspetto A4.2 Influssi positivi sulla trasparenza e la condivisione delle decisioni lungo l'intera catena di fornitura

Le imprese hanno la responsabilità di promuovere, esigere e sostenere attivamente un comportamento reciprocamente trasparente e partecipativo da parte di tutte le parti.

Domande del rapporto

- Quali strategie segue l'impresa per garantire entro il proprio ambito di influenza un comportamento reciprocamente equo e solidale di tutte le parti coinvolte all'interno dell'intera catena di fornitura?
- Con quali misure l'impresa esige e promuove lungo l'intera catena di fornitura un comportamento reciprocamente trasparente e partecipativo di tutte le parti coinvolte?
- L'impresa come verifica e sanziona a tale riguardo eventuali rischi e criticità presenti?

Indicatori vincolanti

- Percentuale di prodotti e materie prime acquistati con un marchio che tenga conto della trasparenza e della condivisione delle decisioni
- Percentuale di fornitori con cui è stato affrontato il tema del comportamento trasparente e partecipativo con i gruppi di interlocutori o che sono stati scelti su questa base

Livelli di valutazione

Esemplare

L'impresa agisce positivamente nel proprio ambito di influenza con soluzioni innovative per garantire un comportamento equo e solidale di tutte le parti coinvolte.

Tutti i prodotti e le materie prime acquistate presentano un marchio in tal senso e tutti i fornitori sono stati scelti sulla base di un comportamento trasparente e partecipativo con i loro gruppi di interlocutori.

Esperto

Almeno la metà dei prodotti e delle materie prime acquistate è contrassegnato da un relativo marchio.

La catena di fornitura viene regolarmente esaminata in quanto a rischi e criticità ed eventualmente si attuano immediatamente misure e/o sanzioni. Sono state attuate misure ambiziose per assistere le parti coinvolte lungo l'intera catena di fornitura nell'attuazione di un comportamento trasparente e partecipativo con i rispettivi gruppi di interlocutori.

Avanzato

L'impresa dispone di una chiara strategia per garantire un comportamento reciprocamente trasparente e partecipativo di tutte le parti coinvolte nel proprio ambito di influenza.

Almeno un terzo dei prodotti e delle materie prime acquistate è contrassegnato con il rispettivo marchio e la catena di fornitura è oggetto di controllo attivo e sistematico per verificare la presenza di eventuali rischi e criticità.

L'impresa esige da tutti i principali fornitori un comportamento trasparente e partecipativo con i gruppi di interlocutori e li sceglie di conseguenza.

Sono state adottate le prime misure per assistere le parti coinvolte all'interno dell'intera catena di fornitura nell'attuazione di un comportamento trasparente e partecipativo con i rispettivi gruppi di interlocutori.

Primi passi

Acquisizione di prime informazioni sui rischi e le criticità riguardanti la trasparenza e condivisione delle decisioni all'interno dell'intera catena di fornitura.

Vengono attuate le prime misure per influenzare positivamente un comportamento trasparente e partecipativo di tutte le parti coinvolte all'interno dell'intera catena di fornitura.

Alcuni prodotti e materie prime acquistati presentano un marchio che tenga conto della trasparenza e della condivisione delle decisioni adottate dai fornitori all'interno dell'intera catena di fornitura.

Base

L'impresa non si occupa esplicitamente di trasparenza e condivisione delle decisioni all'interno dell'intera catena di fornitura, ma rispetta tutte le eventuali leggi e disposizioni in vigore in materia.



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Il termine "parti interessate" indica in questo caso sia i fornitori sia i loro fornitori, incl. i rispettivi gruppi di stakeholders. Occorre tuttavia osservare che, a seconda della sua grandezza, posizione di mercato e di altri fattori, ciascuna impresa ha possibilità di vario tipo per influenzare le condizioni lungo la sua catena di fornitura.

I rischi e le criticità lungo la catena di fornitura in relazione a trasparenza e condivisione delle decisioni possono riguardare in particolare:

- ostacolo o lotta a consigli aziendali e sindacati;
- esecuzione di scalate ostili.

Misure di influenza positiva possono essere:

- feedback e colloqui con fornitori;
- valutazione dei fornitori;
- compilazione di direttive concernenti gli acquisti e/o codici di condotta per i fornitori.

Misure di sostegno possono essere:

- elaborazione comune di strategie;
- introduzione comune dell'utilizzo di relative certificazioni.

Sanzioni possono essere:

- esclusione di determinati prodotti fino alla cessazione del rapporto d'affari.

B1 Atteggiamento etico nell'impiego di fondi

Un atteggiamento orientato ai valori e al bene comune da cui derivare la relativa etica finanziaria intende il denaro solo come mezzo per il traffico di pagamenti e non mira alla moltiplicazione del denaro come scopo finale. Esige piuttosto un approccio privo di pressioni che tenga conto della dignità umana.

Si esaminano con spirito critico le conseguenze delle forme di finanziamento e dei prodotti finanziari sugli interessi di tutte le parti coinvolte.



Un'impresa EBC...

- dirige la propria gestione finanziaria in base a principi etici critici.
- lavorerà a una struttura del suo finanziamento che garantisca questo orientamento etico.
- si sforza di aumentare costantemente la quota di capitale proprio e di integrare i mezzi propri con i mezzi di partner anch'essi interessati all'indipendenza e all'autodeterminazione dell'impresa.



Domande iniziali

- Come garantiamo una dotazione sufficiente di mezzi propri?
- Come si potrebbe attuare da noi in azienda il finanziamento solidale?
- Come possiamo valutare l'atteggiamento etico dei nostri partner finanziari?

Aspetto B1.1: Autonomia finanziaria grazie all'autofinanziamento

Una dotazione importante di mezzi propri è sinonimo di autonomia finanziaria, garantisce resilienza economica e protegge l'impresa da influssi esterni indesiderati, e in particolare da rischi finanziari evitabili.



Domande del rapporto

- Com'è possibile garantire una copertura sufficiente dei rischi con mezzi propri?
- Quali possibilità sono state prese in considerazione per aggiudicarsi mezzi propri?



Indicatori vincolanti

- Quota di capitale proprio (*1)
- Quota media di capitale proprio del settore (*1)



Livelli di valutazione

Esemplare

La quota di capitale proprio è esemplare nel settore.

Esperto

La quota di capitale proprio supera notevolmente la media del settore.

Avanzato

La quota di capitale proprio raggiunge il normale livello del settore.

Primi passi

Sono stati elaborati obiettivi volti al raggiungimento e all'ammontare di una quota di capitale proprio sufficiente per la copertura dei rischi ed è stata avviata la relativa attuazione.

Base

Il capitale sociale è stato versato o sottoscritto e la quota di capitale proprio soddisfa le esigenze minime di legge.



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Un'elevata quota di capitale proprio è importante in presenza di un consistente impegno di fondi in immobilizzazioni e per proteggersi dai rischi legati all'attività, per esempio minori fonti di fatturato, oscillazioni stagionali, dipendenza dalle condizioni meteorologiche o da determinate risorse e competenze. Per i modelli aziendali senza capitale d'esercizio, senza prefinanziamento di spese ed entrate regolari assicurate, questo aspetto può risultare meno importante.

Le banche calcolano la quota di capitale proprio in base al rapporto tra il "capitale proprio rettificato" e il capitale complessivo. Le banche e le assicurazioni devono distinguere tra "fondi propri di base" e "fondi propri supplementari".

Nel caso di associazioni e organi di autoregolamentazione, la percentuale di autofinanziamento tramite le quote associative costituisce l'informazione decisiva. Le organizzazioni senza scopo di lucro devono tenere conto della destinazione e dei limiti di costituzione delle riserve.

Aspetto B1.2: Finanziamento esterno orientato al bene comune

Ogni indebitamento è una promessa di aumento della creazione di valore al fine di garantire il pagamento dei tassi e il rimborso del capitale stesso. Il capitale supplementare di terzi dovrebbe essere raccolto innanzitutto tramite forme di finanziamento solidale, ad esempio da parte dei clienti attraverso prestiti subordinati o di persone interessate ai progetti tramite *crowdfunding*; entrambi i casi garantiscono infatti un interesse comune. Solo in seconda battuta si possono prendere in

considerazione crediti di banche etiche. Qualora risulti necessario ricorrere a crediti commerciali, occorre verificare le condizioni sugli ulteriori rischi che essi comportano.

Domande del rapporto

- Quali forme e percentuali di finanziamento da parte di stakeholders e/o banche etiche sono attuabili o rilevanti?
- Com'è possibile sostituire i crediti tradizionali e ridurre concretamente i rischi finanziari?

Indicatori vincolanti

- Quota di capitale esterno (quota percentuale di capitale di terzi)
- Finanziamento, suddiviso in base ai tipi di finanziamento (in migliaia di EUR)

Livelli di valutazione

Esemplare

Finanziamento solidale ampiamente predominante da parte di stakeholders e/o credito di una banca etica fino alla sostituzione completa di forme tradizionali di credito.

Esperto

Parte sostanziale finanziata secondo criteri solidali e/o tramite credito di una banca etica e sostituzione progressiva di forme tradizionali di credito.

Avanzato

Attuazione continuativa del finanziamento solidale tramite stakeholders e/o attraverso il credito di una banca etica e sostituzione di forme tradizionali di credito.

Primi passi

Preparazione di un finanziamento solidale tramite stakeholders e/o tramite il credito di una banca etica.

Base

Durata di estinzione del debito orientata alla durata dell'ammortamento degli oggetti finanziari, max. 14 anni (con riferimento alla legge austriaca di organizzazione universitaria "UOG" o ad analogo legge provinciale).

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Altri rischi finanziari di forme tradizionali di credito consistono ad esempio in oneri degli interessi troppo elevati, termini di rimborso o scadenze troppo brevi, rischi valutari (prestiti in valuta estera), strumenti di rimborso con rischio proprio, swap sui tassi d'interesse ecc. Eventuali fattori speculativi presentano effetti imprevisi e con essi rischi da evitare.

Aspetto B1.3: L'approccio etico di finanziatori esterni

La garanzia di una gestione finanziaria etica può essere fornita da istituti partner che adottano essi stessi un approccio simile. Nel caso dei rating relativi a etica e sostenibilità occorre pertanto esaminare attentamente le valutazioni.

Domande del rapporto

- Quali sono i partner finanziari dell'azienda?
- Come possono essere valutati i partner finanziari per quanto riguarda l'orientamento etico-sostenibile?

Indicatori vincolanti

Fino a tre partner finanziari fondamentali; di volta in volta un istituto partner, un prodotto finanziario e il volume di attività (volume annuo).

Livelli di valutazione

Esemplare

I partner finanziari sono esclusivamente fornitori di servizi finanziari etici e sostenibili.

Esperto

I partner finanziari sono perlopiù specializzati in servizi finanziari etici e sostenibili.

Avanzato

I partner finanziari hanno raggiunto un'ampia gamma di prodotti finanziari etici e sostenibili, sono impegnati a livello regionale e non sono coinvolti in progetti critici.

Primi passi

I partner finanziari hanno prodotti finanziari etici e sostenibili propri, sono impegnati a livello regionale e non sono coinvolti in progetti critici.

Base

I partner finanziari presentano apertamente i rischi di prodotti e servizi offerti.

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Un esame orientato ai valori si avvicina quanto più ai rating basati sui criteri delle linee guida Frankfurt-Hohenheim (www.cric-online.org/ethischinvestieren/f-h-leitfaden). Si valutano in particolare la compatibilità sociale, naturale e culturale degli istituti.

EBC Manuale per il Bilancio del Bene Comune 5.0.1 Aziende

Per partner finanziari s'intendono, oltre a banche, istituti di credito o assicurazioni, tutti i tipi di fornitori di servizi finanziari con cui s'intrattengono relazioni commerciali.

B2 Atteggiamento sociale nell'impiego di fondi

Un obiettivo centrale è il raggiungimento di equità nei confronti di tutti gli stakeholders. Le spese dell'impresa diventano "reddito" di fornitori, collaboratori e della società. Quando s'impiega la restante eccedenza di mezzi, diventano prioritari l'impiego per la sopravvivenza e l'ulteriore sviluppo dell'impresa, oltre alla formazione di necessari fondi di riserva per affrontare eventuali rischi. La distribuzione di reddito da capitale deve avvenire solo dopo avere sufficientemente assicurato il futuro.



Un'impresa EBC...

- dispone, attraverso la disponibilità a pagare dei propri clienti, di mezzi sufficienti per sostenere anche la propria sussistenza futura dopo aver garantito redditi equilibrati agli stakeholders coinvolti.
- ha proprietari che danno precedenza all'ulteriore sviluppo dell'impresa rispetto alla realizzazione dei propri redditi da capitale.
- ha proprietari con mire modeste di redditi da capitale che in ogni caso evitano una distribuzione a spese di un nuovo indebitamento.



Domande iniziali

- Quale valore assumono le spese che si ripercuotono sulla società come reddito per gli stakeholders e l'assicurazione del relativo futuro?
- Com'è definito il fabbisogno complessivo di entrate e quali sono le opportunità di raggiungerlo?

Aspetto B2.1: Impiego dei fondi solidale e orientato al bene comune

L'obiettivo di un impiego solidale e orientato al bene comune delle eccedenze aziendali è innanzitutto di garantire sufficienti redditi equi futuri agli stakeholders sotto forma di investimenti e previdenza.

Solo dopo aver coperto le spese future saranno distribuiti i redditi da capitale ai proprietari senza per questo doversi indebitare nuovamente.

Domande del rapporto

- Quali spese future necessarie sono state rilevate e in quale misura sono possibili la relativa copertura e ulteriore prevenzione per eventuali rischi?
- Quali mire hanno i proprietari nei confronti dei loro redditi da capitale / **prelievi privati** e con quale giustificazione?

Indicatori vincolanti

- Eccedenza di fondi dalle attività commerciali correnti (in migliaia di EUR) (*1)
- Fabbisogno complessivo spese future (in migliaia di EUR) (*1)
- Spese strategiche attuate (in migliaia di EUR) (*1)
- Accessi a investimenti (in migliaia di EUR) (*1)
- Destinazione in riserve (in migliaia di EUR) (*1)
- Redditi da capitale da distribuire (in migliaia di EUR, in % del capitale sociale) (*1)



Livelli di valutazione

Esemplare

Distribuzione limitata di quote di utili solo dopo una copertura pari almeno al 90% dell'attuale fabbisogno per spese future e senza doversi nuovamente indebitare.

Esperto

Distribuzione limitata di quote di utili solo dopo una copertura pari almeno all'80% dell'attuale fabbisogno per spese future e senza doversi nuovamente indebitare.

Avanzato

Distribuzione limitata di quote di utili solo dopo una copertura pari almeno al 70% dell'attuale fabbisogno per spese future e senza doversi nuovamente indebitare.

Primi passi

Compilazione di un elenco di spese necessarie per garantire la capacità futura dell'impresa. Distribuzione limitata di quote di utili solo dopo una copertura pari almeno al 60% dell'attuale fabbisogno per spese future e senza doversi nuovamente indebitare.

Base

Distribuzione di quote di utili esclusivamente in base a utili effettivamente realizzati tenendo conto di tutti i limiti di distribuzione e senza doversi nuovamente indebitare.



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Le percentuali riportate di "Copertura del fabbisogno per spese future" s'intendono come somma degli accessi agli investimenti operati, della corrente spesa strategica e della destinazione alle riserve rispetto al fabbisogno complessivo.

Aspetto negativo B2.2: Distribuzione iniqua di fondi

Esempi significativi di distribuzione iniqua sono lo smantellamento di posti di lavoro o il trasferimento di un'intera sede nonostante una situazione stabile relativamente agli utili. La distribuzione di rendimenti a due cifre sulle quote di capitale di soci non partecipanti rappresenta anch'essa una distribuzione iniqua.

Domande del rapporto

- Per quale motivo una sede viene/ è stata spostata o chiusa nonostante una situazione di guadagno?
- Per quale motivo si smantellano posti di lavoro in azienda nonostante utili stabili?
- Per quale motivo rendimenti a due cifre vengono versati come redditi da capitale a soci che non sono attivi in azienda?



Livelli di valutazione e punteggi

Oltre 100 collaboratori vale quanto segue:

- Smantellamento di >20 % dei posti di lavoro nonostante situazione stabile relativamente agli utili = -100 punti
- Smantellamento di >30 % dei posti di lavoro nonostante situazione stabile relativamente agli utili = -150 punti
- Smantellamento di >40 % dei posti di lavoro nonostante situazione stabile relativamente agli utili = -200 punti
- Distribuzione di capitale da reddito 10,0 - 12,5 % = -100 punti
- Distribuzione di capitale da reddito 12,5 - 15,0 % = -150 punti
- Distribuzione di capitale da reddito >15,0 % = -200 punti

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

In caso di dubbio occorre invertire l'onere della prova, ovvero l'impresa è tenuta a dimostrare che lo smantellamento di posti di lavoro è giustificato e l'impresa partecipa alla creazione di ulteriori attività lavorative nella regione.

B3 Investimenti socio-ecologici e impiego dei fondi

La trasformazione in società sostenibile dal punto di vista ecologico esige che si tenga conto di aspetti ecologici per tutti gli investimenti, in particolare una deviazione mirata dei flussi finanziari in investimenti fortemente efficaci in termini ecologici. Nei gruppi aziendali occorre considerare gli investimenti a livello del gruppo. Fondare o mantenere sedi al fine di utilizzarvi condizioni ecologiche di livello inferiore non corrisponde a un atteggiamento orientato al bene comune.

È possibile effettuare accertamenti anche direttamente per progetti socio-ecologici o su servizi finanziari. Spesso gli effetti vanno in entrambe le direzioni, sia sociale sia ecologica, e possono pertanto essere presi in considerazione insieme.



Un'impresa EBC...

- procede regolarmente, nelle sue decisioni di investimento, all'esame della riduzione durevole dell'impronta ecologica.
- fa attenzione a possibili conseguenze socio-ecologiche anche per gli investimenti in beni immateriali e investimenti finanziari.
- sposta i finanziamenti in eccesso in progetti socio-ecologici tranne per la formazione di una riserva di liquidità.



Domande iniziali

- Quale effetto hanno i nostri beni vincolati a lungo termine sull'impronta ecologica e quali approcci vi sono per risanare gli investimenti di sostituzione?
- Di quali aspetti ecologici ci occupiamo nella realizzazione immediata e nelle conseguenze successive di nuovi acquisti?
- Quali conseguenze socio-ecologiche prendiamo in considerazione nel caso degli investimenti finanziari?

Aspetto B3.1: Qualità ecologica degli investimenti

L'obiettivo è di sostituire una base decisionale degli investimenti unilateralmente orientata ai redditi con una considerazione complessiva e la valutazione di tutte le modifiche derivanti dall'investimento. In caso di durata di utilizzo più lunga, anche gli effetti a livello ecologico si fanno sentire più a lungo. Per questo è importante attuare un programma di risanamento ecologico nelle immobilizzazioni esistenti.

Domande del rapporto

- Quali obiettivi di risanamento rispetto al/ nel proprio investimento presentano un potenziale di miglioramento ecologico?
- Quali fondi occorrono per la realizzazione e quali programmi di sostegno si possono utilizzare?
- Nelle decisioni relative agli investimenti, come si garantisce che siano presi in considerazione aspetti ecologici e sociali?
- Quali misure di risanamento vengono/ sono state effettuate concretamente?

Indicatori vincolanti

- Piano di investimento incl. fabbisogno di risanamento ecologico (in migliaia di EUR) (*1)
- Realizzazione del risanamento ecologico (in migliaia di EUR e dati %)

Livelli di valutazione

Esemplare

È stato realizzato fino al 100% del fabbisogno di risanamento aggiornato.
Il 100% dei nuovi investimenti genera un netto miglioramento delle conseguenze socio-ecologiche in seno all'azienda.

Esperto

È stato realizzato fino al 60% del fabbisogno di risanamento aggiornato.
Almeno l'80% dei nuovi investimenti genera un netto miglioramento delle conseguenze socio-ecologiche in seno all'azienda.

Avanzato

È stato realizzato fino al 30% del fabbisogno di risanamento aggiornato.
Almeno il 60% dei nuovi investimenti genera un netto miglioramento delle conseguenze socio-ecologiche in seno all'azienda.

Primi passi

Per le immobilizzazioni esistenti sono stati rilevati un fabbisogno di risanamento e potenziali di miglioramento raggiungibili grazie a investimenti per rinnovamento. Il fabbisogno d'investimento è stato valutato.

Base

L'impresa soddisfa interamente le disposizioni relative alla condotta riferite all'ambiente del settore, della sede o previste dall'autorizzazione di esercizio.

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Il fabbisogno di risanamento e i potenziali di miglioramento devono essere aggiornati continuamente. Subiscono modifiche in seguito a realizzazioni, nuovi investimenti con margine di miglioramento e nuove soluzioni ecologiche. Se l'impresa dispone di partecipazioni controllate, occorre considerare le abitudini di investimento in modo consolidato.

Questo aspetto può essere di rilevanza minima o non interessare affatto le imprese/ organizzazioni che hanno bisogno di poche immobilizzazioni o non ne hanno bisogno affatto. Spesso si utilizzano impianti noleggiati. L'influsso sui locatori rispetto alla relativa domanda è oggetto del punto A3.

Aspetto B3.2: Investimento orientato al bene comune

Un'impresa può partecipare al finanziamento solidale per un progetto socio-ecologico nella misura in cui è giuridicamente possibile farlo, ad es. sotto forma di prestito subordinato, mini-credito, progetto di crowdfunding, tramite una fondazione o sostegno diretto.

Se anziché investire direttamente in progetti si sceglie di investire in fondi per lo sviluppo sostenibile, occorrerà tenere conto dei criteri di esclusione previsti, dei criteri positivi concreti e delle forme di possibile compartecipazione nelle decisioni relative agli investimenti. In particolare dovranno passare assolutamente in secondo piano le aspettative di rendimento.

In caso di acquisto di immobilizzazioni finanziarie, ad esempio partecipazioni, ai fini della decisione occorre tenere conto di analoghe prove di efficacia e constatazioni del fabbisogno di risanamento.

Domande del rapporto

- In quale misura l'impresa partecipa a forme di finanziamento solidali di progetti socio-ecologici?
- Da dove si traggono le informazioni sugli effetti socio-ecologici attesi dei progetti o sui fondi offerti per progetti sostenibili?

Indicatori vincolanti

- Progetti finanziati (in migliaia di EUR; % rispetto all'investimento)
- Investimenti in fondi (in migliaia di EUR; % rispetto all'investimento) (*1)

Livelli di valutazione

Esemplare

Investimenti esclusivamente in progetti etico-sostenibili o socio-ecologici o in fondi per progetti di sostenibilità con chiari criteri di esclusione e criteri positivi concreti, rivendicazioni di rendimento ridotte e collaudata influenza orientata al bene comune.

Esperto

Investimenti esclusivamente in progetti etico-sostenibili o socio-ecologici o in fondi per progetti di sostenibilità con chiari criteri di esclusione e criteri positivi concreti.

Avanzato

Investimenti perlopiù in progetti etico-sostenibili o socio-ecologici o in fondi per progetti di sostenibilità con chiari criteri di esclusione e criteri positivi concreti.

Primi passi

Investimenti parziali in progetti etico-sostenibili o socio-ecologici o in fondi per progetti di sostenibilità con chiari criteri di esclusione e criteri positivi concreti.

Base

Tradizionale mix di investimenti senza prodotti finanziari speculativi.

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

La rilevanza di questo aspetto dipende dal volume dei possibili investimenti.

Aspetto negativo B3.3: Dipendenza da risorse a rischio in termini ecologici

Le conseguenze ecologiche dell'impiego di questo genere di risorse conduce ad azioni per la sostituzione di tali risorse e pertanto all'abbandono di settori industriali o di intere industrie. L'accordo di Parigi per la riduzione delle emissioni di CO₂ è accompagnato da drastici obiettivi di riduzione per gli stati industrializzati e dalla rinuncia totale a fonti di energia fossili (decarbonizzazione) entro il 2050. Se tali risorse sono essenziali per il modello aziendale, la negazione del necessario abbandono (disinvestimento) produce una valutazione negativa. Misure per la riduzione della dipendenza sono riconosciute in relazione alla loro efficacia.

Domande del rapporto

- Quali risorse a rischio in termini ecologici si impiegano per il modello aziendale?
- Quali misure per la riduzione della relativa dipendenza sono state pianificate o sono in fase di attuazione e quali effetti si ottengono?
- Che cosa comporta l'abbandono delle fonti di energia fossili per l'impresa?

Livelli di valutazione e punteggi

- 100 punti negativi: mancanza di informazioni sul necessario disinvestimento
- 200 punti negativi: negazione della rinuncia di ..., dell'abbandono di ...

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Le risorse a rischio in termini ecologici possono essere combustibili e carburanti, energia elettrica da nucleare, ingegneria genetica, semenze modificate, pesticidi, antibiotici nel mangime per gli animali, asbesto e altre sostanze contenute nel regolamento di divieto dei prodotti chimici.

L'autonomia futura da prodotti/ servizi/ settori non sostenibili in termini ecologici diventa un fattore importante del successo di un'azienda. Una dipendenza può risultare non solo dal proprio impiego di tali risorse, ma anche dall'impiego da parte dei clienti, ad esempio quando i prodotti/ servizi di un'impresa vengono acquistati in prima linea da imprese di settori critici.

Facendo un paragone con l'agricoltura, si tratterebbe dell'impiego di sementi geneticamente modificate o di pesticidi.

EBC Manuale per il Bilancio del Bene Comune 5.0.1 Aziende

Per le misure già adottate allo scopo di ridurre l'autonomia o il consumo, il numero di punti negativi può essere ridotto in relazione all'efficacia.

Se non è possibile dimostrare del tutto l'abbandono completo, i punti negativi rimangono invariati.

B4 Proprietà e condivisione delle decisioni

Un'impresa vive del senso comune che si attribuisce all'attività imprenditoriale, della visione futura che si sviluppa insieme e della buona comunicazione.

Tutto ciò si ottiene principalmente con processi decisionali condivisi, condividendo l'organizzazione e pertanto le responsabilità, ovvero, nel migliore dei casi, creando joint ventures. Tale obiettivo può essere coadiuvato da un'adeguata forma giuridica che semplifichi il rilevamento o la cessione di quote di proprietà ai sensi di una reale joint venture. La partecipazione di ulteriori stakeholders può rafforzare la comunità e rendere più solido l'ulteriore sviluppo dell'impresa.

Attualmente redattori e auditori stanno revisionando questo tema per integrare il pensiero seguente: nelle piccole aziende e imprese di persone si valuta e apprezza il fatto che gli imprenditori si assumano la responsabilità per i rischi dei proprietari. Un esempio di buona pratica in questo senso è rappresentato dall'azienda "Märkisches Landbrot" con il suo motto "Alla proprietà comune preferiamo una giusta collaborazione dei vari gruppi mantenendo ciascuno la propria identità."



Un'impresa EBC...

- consente la partecipazione alle decisioni con la massima trasparenza possibile in merito all'attività imprenditoriale e agli obiettivi programmati.
- prepara gli stakeholders interessati al rilevamento della comproprietà.
- in quanto organizzazione in continuo apprendimento promuove lo sviluppo di processi decisionali condivisi.



Domande iniziali

- Come possiamo descrivere la comunità vissuta in seno alla nostra impresa?
- Quale rilevanza ha la nostra forma giuridica per l'impegno dei collaboratori?
- Quale forma di joint venture si può immaginare per la nostra impresa?

Aspetto B4.1: Struttura di proprietà orientata al bene comune

La distribuzione delle quote di proprietà mira a fare in modo di garantire l'autonomia e l'autodeterminazione dell'impresa e aiuta a rimanere indipendenti dagli interessi individuali. L'interesse al mantenimento e all'ulteriore sviluppo dell'obiettivo imprenditoriale e del senso della società è il presupposto di base per partecipare alla proprietà. A lungo termine, i raggruppamenti interni dei collaboratori uniti dispongono sempre di una maggioranza garantita di voti.

Domande del rapporto

- Quali sono i proprietari, di quali quote dispongono, quali diritti, obblighi e responsabilità ne derivano?
- Quale forma di condivisione delle decisioni e partecipazione alla proprietà è stata trovata?
- Come si garantiscono basi decisionali trasparenti per tutti i proprietari e come si preparano i nuovi proprietari a questi compiti?
- Come si promuovono l'allargamento e l'ampliamento della struttura interna dei proprietari?
- Come si è sviluppata negli ultimi anni la struttura interna dei proprietari e come si garantisce il cambiamento?

Indicatori vincolanti (*1)

Distribuzione del capitale proprio: (struttura del capitale proprio in %, ovvero da 0 a 100%)

- Imprenditori
- Dirigenti
- Collaboratori
- Clienti
- Fornitori
- Altro contesto
- Investitori di capitali non attivi in azienda



Livelli di valutazione

Esemplare

Tutti i proprietari fanno parte di un gruppo attivo di stakeholders. I collaboratori dispongono però della maggioranza delle quote di partecipazione e dei diritti di voto. Al contempo, i diritti di voto di singoli individui e gruppi definiti sono contrattualmente delimitati in maniera tale da evitare che possano consentire, da soli, di controllare l'impresa. La struttura di proprietà in atto è garantita dalla presenza al tempo stesso di dinamicità e flessibilità.

Esperto

La forma giuridica prescelta è in atto da almeno tre anni. Si promuovono attivamente l'allargamento e l'ampliamento della proprietà con più persone, più quote, più gruppi di stakeholders. Si riconosce la tendenza ad accrescere la proprietà.
Tutti i proprietari sono stati ampiamente formati al loro ruolo.

Avanzato

Un primo ampliamento della proprietà ad (almeno tre) collaboratori è avvenuto sulla base di una forma giuridica che consente la semplice partecipazione degli stakeholders.
Tutti i partecipanti dispongono di basi esaustive per prendere le loro decisioni. Si eseguono formazioni comuni sui ruoli dirigenziali e dei proprietari.

Primi passi

Si elaborano concetti concreti relativi alla condivisione delle decisioni e alla possibile forma giuridica adeguata per il trasferimento della proprietà e il regolamento della responsabilità.

Base

Struttura di proprietà esistente fatta di fondatori e/o relativi successori.



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

I collaboratori sono imprenditori attivi in azienda, dirigenti e tutti gli altri collaboratori.

Aspetto negativo B4.2: Scalata ostile

L'imperativo della crescita nell'attuale sistema economico porta, in caso di crescita insufficiente con forze proprie, all'acquisto in blocco da parte di concorrenti, al mancato accesso ai mercati o alla carenza di tecnologie. Le imprese quotate in borsa sono particolarmente a rischio poiché le loro azioni vengono sottostimate. Per le imprese non quotate in borsa, una banca finanziatrice può mettere in atto una procedura analoga.

Le scalate ostili sono scalate contro la volontà del Consiglio d'amministrazione, della maggioranza dei collaboratori e di altri stakeholders fondamentali. Un legame consensuale non rappresenta invece alcun problema se è approvato sia dalla direzione aziendale sia dai dipendenti e sostanziali stakeholders di entrambe le imprese.



Domande del rapporto

- Quale motivo esiste per una scalata ostile già avvenuta o in programma?
- L'impresa come può essere protetta da scalate ostili?



Livelli di valutazione e punteggi

- Scalata ostile di un'impresa: -200 punti
- Preparazione di una scalata ostile: -100 punti



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Determinante è il consenso della direzione aziendale, del Consiglio d'amministrazione e della totalità dei collaboratori o di stakeholders fondamentali prima di una possibile scalata.

In particolare occorre considerare in che misura sono affluiti incentivi finanziari in favore di istanze decisionali di rilievo e se hanno possibilmente influenzato un consenso (vantaggi personali).

In caso di dubbio, l'impresa che ha effettuato la scalata deve dimostrare che non si è trattato di una scalata ostile.

C1 La dignità umana sul posto di lavoro

Un'impresa che viva attivamente la dignità umana lo riflette in una cultura imprenditoriale orientata ai lavoratori e basata sul rispetto, sulla stima e sulla fiducia. La varietà in seno al personale è considerata un'occasione e come tale viene sfruttata. Si crea un ambiente di lavoro che promuova la salute. L'uomo si trova al centro e non è considerato alla stregua di un fattore di produzione.



Un'impresa EBC...

- vive una cultura aziendale e una comunicazione rispettose e aperte.
- garantisce un impiego dei collaboratori in base ai loro punti di forza personali, crea margini d'azione per l'organizzazione autonoma e promuove lo sviluppo personale e professionale di tutti i collaboratori.
- vede la diversità come risorsa.



Domande iniziali

- Che cosa significa la dignità dell'uomo nella vita lavorativa per la nostra impresa?
- Come possiamo garantire maggiore umanità in azienda?

Aspetto C1.1: Cultura aziendale orientata ai collaboratori

Sul posto di lavoro si vive un clima di rispetto, stima e fiducia. Eventuali errori sono esaminati con spirito costruttivo. I conflitti sono considerati un'occasione e vengono risolti guardandosi negli occhi.

I collaboratori e i team esperiscono un elevato livello di auto-organizzazione e responsabilità individuale. L'impresa crea un contesto in cui i punti di forza e i talenti individuali possano svilupparsi. I collaboratori trovano un senso nel loro lavoro.



Domande del rapporto

- Quali misure e processi sono già stati avviati per una cultura aziendale orientata ai collaboratori?
- Come vengono trattati gli errori e i conflitti in azienda?
- Come si promuovono l'auto-organizzazione e la responsabilità personale?

Indicatori vincolanti

- Tasso di fluttuazione (*1)
- Appartenenza media all'azienda
- Numero di candidature (spontanee) (*1)
- Numero e regolarità di sondaggi della soddisfazione sul posto di lavoro o su come viene vissuta la cultura aziendale (*1)
- Offerta e possibilità di sviluppo sfruttate (a livello specialistico e personale) in ore per ogni collaboratore o in base al livello dirigenziale



Livelli di valutazione

Esemplare

Soluzioni innovative e/o comprensive per una cultura aziendale orientata ai collaboratori vengono attuate in maniera sostenibile e normale e vissute come tali dai collaboratori.

Esperto

L'effetto o i successi derivanti dalle misure di promozione e miglioramento di una cultura aziendale orientata ai collaboratori sono visibili e vengono analizzati. Le misure vengono ampiamente attuate.

Avanzato

Le prime misure di miglioramento o promozione di una cultura aziendale orientata ai collaboratori sono attuate.

Primi passi

L'azienda si occupa per la prima volta della propria cultura aziendale. Sono in programma misure concrete di miglioramento o promozione di una cultura aziendale orientata ai collaboratori.

Base

Cultura aziendale tradizionale.

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Una cultura aziendale orientata ai collaboratori si distingue ad esempio per:

- rispetto, stima, tolleranza in presenza di errori, approccio costruttivo ai conflitti:
 - Apprezzamento immateriale (ad es. incontri in cui si esprime la stima reciproca).
 - Si festeggiano i successi.
 - Si considerano gli errori come opportunità per imparare (atteggiamento neutro o positivo).
 - Si considerano i conflitti in modo positivo, come occasione per una soluzione migliore.
 - I collaboratori dispongono di competenze complete di risoluzione dei conflitti.
- sviluppo personale, impiego dei punti di forza, senso:
 - Si offrono ai collaboratori molteplici possibilità per svilupparsi ulteriormente a livello specialistico e personale.
 - I collaboratori vengono impiegati in base ai loro talenti e ai loro punti di forza e percepiscono che il loro lavoro ha un senso.
- chiara suddivisione dei compiti, strutture e auto-organizzazione:

- I collaboratori hanno chiari in mente i loro compiti e le loro responsabilità.
- Si vive un grado elevato di responsabilità individuale, ovvero i collaboratori possono decidere e operare in maniera quanto più autonoma possibile.

Sono importanti il quadro d'insieme e l'attuazione molto concreta nella vita quotidiana. I sondaggi sulla soddisfazione dei collaboratori possono essere d'aiuto.

Aspetto C1.2: Promozione della salute e protezione sul posto di lavoro

La promozione aziendale della salute e la protezione sul posto di lavoro sono ancorate in tutta l'azienda e sostengono buone condizioni di salute dei collaboratori.

Mediante misure preventive e altre offerte si promuovono il mantenimento o il miglioramento e il ripristino della salute dei collaboratori.

Domande del rapporto

- Quali misure sono state attuate per la promozione aziendale della salute e la protezione sul posto di lavoro; come vengono valutate?
- Quali sfide o danni di salute potrebbero interessare i collaboratori e quali misure di protezione vengono adottate?

Indicatori vincolanti

- Quota di collaboratori in salute/ collaboratori malati (in base alla distribuzione demografica); numero di giorni in cui i collaboratori sono venuti in azienda sebbene fossero malati
- Numero ed entità degli infortuni aziendali
- Offerte utilizzate dai collaboratori: contenuti + numero di ore per ogni collaboratore



Livelli di valutazione

Esemplare

Soluzioni innovative e/o complete per la promozione e il miglioramento della salute e la protezione sul posto di lavoro sono vissute in maniera totale, sostenibile e naturale.

Esperto

L'effetto e i successi delle misure già adottate per il miglioramento della salute e la protezione sul posto di lavoro sono visibili e vengono analizzati. Le misure vengono ampiamente attuate.

Avanzato

Sono già attuate le prime misure per il miglioramento della salute e della protezione sul posto di lavoro oltre il minimo previsto dalla legge.

Primi passi

Sono in programma prime misure per il miglioramento della salute aziendale e della protezione sul posto di lavoro oltre il minimo previsto dalla legge.

Base

Non si rileva alcuna offerta particolare nel quadro della promozione della salute aziendale e del rispetto delle norme di legge per la protezione sul posto di lavoro.



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Nella valutazione è rilevante l'attuazione concreta nella quotidianità in azienda:

- A) Misure di protezione sul posto di lavoro o per lo snellimento del lavoro, ovvero posti di lavoro ergonomici che favoriscono il mantenimento della salute (luce, mobili ergonomici, campi elettromagnetici, qualità dell'aria e agenti inquinanti dell'aria, protezione antinfortuni, rumore) e prevenzione degli infortuni sul lavoro
- B) Identificazione dei gruppi a rischio e misure per ridurre al minimo i rischi
- C) Profilassi sanitaria e prevenzione, formazione della coscienza e corsi: prevenzione alle dipendenze, alimentazione, offerte sportive e per il movimento, profilassi anti burnout/ stress/ depressione, reinserimento
- D) Coaching, accompagnamento, mediazione, gestione dei conflitti e delle situazioni di crisi
- E) Direzione e salute: sensibilizzazione dei dirigenti al tema della salute psichica e fisica sul posto di lavoro e alla protezione sul lavoro
- F) Relazioni e misure di sostegno per i collaboratori che non possono svolgere il loro lavoro come di consueto in seguito a infortunio, malattia, prestazioni di cura ecc.

Aspetto C1.3: Diversità e pari opportunità

La diversità nel personale è considerata una risorsa preziosa e le differenze sono intese come arricchimento. Tutti i collaboratori hanno a disposizione le stesse opportunità e possibilità in azienda.

Si mira a superare le strutture sociali che svantaggiano gruppi di persone in azienda.



Domande del rapporto

- Quale ruolo svolge la diversità all'assunzione e durante la relazione con i collaboratori e quali accordi aziendali o misure sono già presenti?
- In quali settori (potenziali) collaboratori potrebbero sentirsi svantaggiati e che cosa si fa per contrastare tale tendenza? (*1)
- Quali misure sono già state adottate per compensare le differenze (gerarchiche) e promuovere talenti speciali? (*1)



Indicatori vincolanti

- Distribuzione demografica dei collaboratori in azienda con riferimento alle dimensioni della diversità (ad es. età, sesso, etnia, limiti fisici/ psichici, orientamento sessuale, religione - nella misura in cui siano determinabili e rilevanti) nonché suddivisa per livelli dirigenziali (*1)
- Offerte utilizzate nell'ambito della salute/ diversità: contenuti e numero di ore per ogni collaboratore
- Diversità sociale del contesto (almeno in base alle dimensioni chiave della diversità) (*1)
- Numero di aspettative paterne/ materne al mese (*1)
- Numero di nuovi assunti/ fluttuazioni suddivisi in base alle dimensioni (*1)



Livelli di valutazione

Esemplare

Soluzioni innovative per promuovere e migliorare l'attenzione e la consapevolezza relative alla diversità e alle pari opportunità sono vissute in maniera integrale, sostenibile e naturale.

Esperto

Effetti e successi delle misure già adottate per migliorare l'attenzione e la consapevolezza relative alla diversità e alle pari opportunità sono visibili e vengono analizzati.

Avanzato

Le prime misure per migliorare l'attenzione e la consapevolezza relative alla diversità e alle pari opportunità sono attuate.

Primi passi

Si analizzano i punti deboli e i possibili pregiudizi relativi alla diversità nonché le relative ripercussioni sui dipendenti. Le prime misure per migliorare l'attenzione e la consapevolezza relative alla diversità e alle pari opportunità sono in programma.

Base

Rispetto delle condizioni quadro di legge, oltre a quelle non vi sono altre misure di rilievo.



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Possibili misure possono essere:

- ricerca del personale e posti offerti in misura mirata (si prediligono i gruppi sottorappresentati);
- nell'assegnazione di posizioni specialistiche e dirigenziali si tiene conto della diversità sociale del contesto situandosi a un livello superiore alla media del settore.

Aspetto negativo C1.4: Condizioni di lavoro disumane

Condizioni di lavoro disumane sono d'intralcio a un atteggiamento orientato ai collaboratori in azienda. Occorre promuovere la consapevolezza e sensibilizzazione nei confronti di un contesto di lavoro disumano.



Domande del rapporto

- In quali ambiti esistono (potenziali) condizioni di lavoro disumane che non soddisfano ancora lo standard prefissato o desiderato?
- Quali sono i feedback al riguardo nel consiglio aziendale o nella divisione del personale?
- Come si fa notare un possibile atteggiamento errato in azienda?

Indicatori vincolanti

- Statement del consiglio aziendale e/o della divisione del personale in merito a tali quesiti
- Processi/ Procedure giudiziarie relativamente alla violazione di norme del diritto del lavoro verificatesi nel periodo in rassegna
- Numero/ contenuto dei reclami da parte del consiglio aziendale, della camera dei lavoratori o del sindacato nel periodo in rassegna e reazione a tali reclami

Livelli di valutazione e punteggi

Per ogni aspetto parziale si possono detrarre fino a 50 punti (massimo 200 punti negativi).

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Se le informazioni sono contraddittorie, in caso di dubbio si valuta come determinante il punto di vista dei collaboratori. Naturalmente è fondamentale valutare la credibilità di quanto affermato.

C2 **Strutturazione dei contratti di lavoro**

I contratti di lavoro disciplinano la collaborazione tra l'organizzazione e i collaboratori. L'organizzazione e assegnazione di risorse quali il guadagno, l'orario, la sicurezza o l'equilibrio influiscono notevolmente sull'impegno, la sensazione di sicurezza e il benessere dei collaboratori. L'obiettivo dichiarato è una strutturazione individuale dei contratti di lavoro con contestuale e ampia autodeterminazione dei collaboratori.



Un'impresa EBC...

- migliora continuamente le condizioni di lavoro disciplinate contrattualmente. (*1)
- consente un elevato livello di individualità nella strutturazione del contratto.
- discute apertamente le basi delle condizioni di lavoro con tutti i collaboratori.
- concede ai collaboratori ampia autonomia decisionale, **in presenza di adeguato sostegno delle decisioni.** (*1)



Domande iniziali

- I nostri contratti di lavoro come possono essere adeguati alle esigenze personali e al tempo stesso essere strutturati in maniera equa e solidale?
- Quando un guadagno è equo/ conforme dietro relativa prestazione?
- Quante ore di lavoro occorrono (realmente)?
- Quale influsso positivo/ negativo sul benessere dei nostri collaboratori ha il rapporto di lavoro disciplinato contrattualmente?

Aspetto C2.1: Strutturazione del guadagno

Un guadagno equo dei collaboratori influenza notevolmente la cultura vissuta in azienda e lo sviluppo di un'organizzazione. Il guadagno deve basarsi nel modo quanto più trasparente possibile sulla prestazione, la responsabilità, il rischio, il fabbisogno e criteri di misura e strutture di incentivi definiti individualmente dall'organizzazione.



Domande del rapporto

- Come si indennizza la prestazione fornita nell'organizzazione e quanto sono trasparenti le relative condizioni?
- L'organizzazione come verifica che a tutti i collaboratori spetti un "guadagno dignitoso"

sufficiente per vivere" adeguato al costo della vita regionale?

- Quali possibilità ci sono all'interno dell'organizzazione per determinare il guadagno in maniera auto-organizzata?

Indicatori vincolanti

- Guadagno massimo e minimo (*forbice interna all'azienda*)
- Guadagno mediano
- "Guadagno dignitoso sufficiente per vivere" a seconda della sede (per tutte le sedi aziendali)

Livelli di valutazione

Esemplare

Si sviluppa una procedura per l'autodeterminazione del guadagno. Il guadagno viene stabilito in base al fabbisogno, adeguato individualmente e determinato anche dai collaboratori.

Esperto

La forbice tra il guadagno massimo e quello minimo in seno all'organizzazione è pari a un rapporto massimo di 1:5. In caso di legittimazione da parte di tutti i collaboratori, il rapporto può essere adattato alle esigenze dell'organizzazione. La legittimazione dev'essere all'occorrenza rilevata nuovamente.

Avanzato

Si adottano misure per garantire un "guadagno dignitoso sufficiente per vivere" adeguato al costo della vita regionale.

Primi passi

Analisi e tematizzazione regolari di una struttura equa di guadagno.

Base

Si rispettano i requisiti minimi di legge (ad es. salario minimo).

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Salvo indicazioni contrarie, per tutte le indicazioni di guadagno s'intende il guadagno mensile lordo. Nei paesi o nelle imprese in cui si indennizzano più di dodici mesi, l'aliquota del guadagno extra deve essere aggiunta al guadagno mensile.

Per guadagno s'intendono in particolare i flussi di denaro e beni che, al lordo delle tasse, comportano un deflusso definitivo nell'organizzazione e un afflusso nel potere discrezionale del collaboratore. In particolare si tiene conto di tutti gli elementi di guadagno:

- pagamenti fissi e variabili;
- indennità;
- bonus;
- distribuzioni degli utili;
- contributi sociali volontari.

La forbice di guadagno comprende tutti i collaboratori (vedi definizione).

“In caso di legittimazione da parte di tutti i collaboratori” significa che tutti i collaboratori possono adottare consensualmente o democraticamente anche un altro regolamento. La forbice massima non può comunque superare un rapporto di 1:20 (vedi Aspetto negativo C2.4).

Un “guadagno dignitoso sufficiente per vivere” (living wage) non è equiparabile al salario minimo. Deve essere determinato autonomamente per ogni sede dell'organizzazione. In questo modo è possibile tener conto del costo della vita nella regione.

Aspetto C2.2: Organizzazione dell'orario di lavoro

Il tempo di lavoro è tempo di vita. L'utilizzo efficiente ed efficace della forza lavoro messa a disposizione dai collaboratori è espressione diretta di una relazione rispettosa e di stima in seno all'organizzazione. La partecipazione alla vita lavorativa e la partecipazione alla vita sociale diventano conciliabili quando la riduzione e l'organizzazione individuale dell'orario di lavoro dei singoli collaboratori diventano obiettivo dichiarato dell'organizzazione.

Domande del rapporto

- Come si registrano gli orari di lavoro in seno all'organizzazione e come viene distribuito il carico di lavoro?
- Quale ruolo svolgono gli straordinari per il successo dell'organizzazione?
- Come si possono ampliare le possibilità di partecipazione dei collaboratori alla vita sociale?
- Quali possibilità esistono all'interno dell'organizzazione per determinare l'orario di lavoro in maniera auto-organizzata?

Indicatori vincolanti

- Orario di lavoro settimanale definito a livello aziendale (ad es. 38 ore)
- Straordinari effettivi

Livelli di valutazione

Esemplare

Si sviluppa una procedura per l'autodeterminazione dell'orario di lavoro settimanale. L'orario di lavoro settimanale è stabilito in base al fabbisogno, adeguato individualmente e determinato anche dai collaboratori.

Esperto

L'orario di lavoro settimanale definito all'interno dell'organizzazione è pari al massimo a 30 ore. In caso di legittimazione da parte di tutti i collaboratori, l'orario di lavoro settimanale può essere adattato alle esigenze dell'organizzazione. La legittimazione dev'essere all'occorrenza rilevata nuovamente.

Avanzato

Si promuovono misure mirate e formazione continua per stabilire una relazione consapevole dei collaboratori con l'orario di lavoro e la pratica degli straordinari.

Primi passi

Analisi e tematizzazione regolari di una ripartizione equa tra carico e orario di lavoro.

Base

Si rispettano i requisiti di legge minimi.

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

L'orario di lavoro settimanale definito (anche orario di lavoro normale) è riferito ai rapporti di lavoro a tempo pieno e funge da misura di riferimento per i rapporti di lavoro a tempo parziale.

Gli straordinari devono essere compensati sostanzialmente con tempo libero. Per ottimizzare i processi aziendali si possono utilizzare gli straordinari se non superano in maniera duratura il 10% dell'orario di lavoro settimanale. Se il rilevamento degli straordinari non è documentabile o non è possibile fare una stima realistica del lavoro extra, si indicheranno a livello forfettario quattro ore.

"In caso di legittimazione da parte di tutti i collaboratori" significa che tutti i collaboratori possono adottare consensualmente o democraticamente anche un altro regolamento concernente l'orario di lavoro settimanale.

Aspetto C2.3: Organizzazione del rapporto di lavoro e Work-Life-Balance

Il rapporto di lavoro disciplinato contrattualmente influenza notevolmente il benessere dei collaboratori. L'organizzazione individuale del rapporto di lavoro e la sicurezza del posto di lavoro regalano ai collaboratori la sicurezza della programmazione a lungo termine e promuovono direttamente la conciliabilità di campi d'attività professionali ed extraprofessionali dei collaboratori, ad esempio la cura dei figli, l'assistenza, le attività associative, le cariche politiche.

Domande del rapporto

- Quali modelli di lavoro sono offerti all'interno dell'organizzazione?
- Quali misure esistono in seno all'organizzazione per garantire una Work-Life-Balance?

Indicatori vincolanti

- Elencazione di tutti i possibili modelli di lavoro (*1)
- Numero dei dirigenti/ collaboratori con modelli di lavoro individuali (ad es. tempo parziale, *job sharing*) (*1)



Livelli di valutazione

Esemplare

Si sviluppa una procedura per l'autodeterminazione dei modelli di lavoro. I modelli di lavoro vengono stabiliti in base al fabbisogno, adeguati individualmente e determinati anche dai collaboratori.

Esperto

Sono possibili condizioni di lavoro adeguate alla situazione di vita individuale, che vengono utilizzate anche da numerosi dirigenti all'insegna del loro radicamento culturale nell'organizzazione.

Avanzato

I collaboratori hanno la possibilità di scegliere tra diversi modelli di lavoro flessibili.

Primi passi

Analisi e tematizzazione regolari dei modelli di lavoro disponibili.

Base

Si rispettano i requisiti di legge minimi. È possibile scegliere il tempo parziale.



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Si terrà in conto in particolare del ruolo di modello dei dirigenti e della direzione.

Definizioni:

- Modelli di lavoro flessibile: predeterminati dall'organizzazione; possono essere utilizzati dai collaboratori.
- Modelli di lavoro adattati individualmente: soluzioni su misura per singoli collaboratori.

Delimitare l'autodeterminazione è possibile in presenza di questioni aziendali di importanza esistenziale (d'intesa con il consiglio aziendale o con un organo altrettanto legittimato).

Aspetto negativo C2.4: Strutturazione ingiusta dei contratti di lavoro

Per i contratti di lavoro che mettono in pericolo la sopravvivenza dei collaboratori o aumentano unilateralmente il rischio a danno dei collaboratori, come accade spesso nel caso dei contratti orali, si partirà dal presupposto che vi sia sfruttamento di una situazione di emergenza. Si tratta in tal caso di sfruttamento da parte dell'organizzazione e autosfruttamento da parte dei collaboratori.



Domande del rapporto

- È possibile garantire per tutti i collaboratori un "guadagno dignitoso sufficiente per vivere" e, in caso contrario, quali sono le ragioni addotte?
- Quale ruolo svolge il tempo di lavoro "investito" nel raggiungimento delle fasi della carriera o nella valutazione dell'impegno dei collaboratori?
- Quale guadagno è giustificato per gli ausiliari e per i collaboratori in formazione (ad es. studenti,

ragazzi in formazione, stagisti, studenti lavoratori)?

- Quale rischio si assumono i lavoratori a cottimo (ad es. lavoratori stagionali) e quali condizioni possono compensare il rischio?
- Quali termini nei contratti di lavoro rappresentano gli interessi dell'organizzazione e dei collaboratori?

Indicatori vincolanti

- “Guadagno dignitoso sufficiente per vivere” dipende dalla sede (*1)
- Utili (*1)
- Numero di collaboratori
- Guadagno massimo e minimo
- Numero di contratti a forfait (*1)
- Numero di contratti a zero ore (*1)
- Durata contrattuale minima e massima dei lavoratori a cottimo (*1)
- Numero di dipendenti (incl. lavoratori a cottimo)
- Numero di lavoratori a cottimo
- Durata dei contratti di lavoro a tempo determinato (*1)
- Percentuale di contratti di lavoro a tempo determinato (*1)
- Pratica di proroga dei lavoro a tempo determinato (*1)



Livelli di valutazione e punteggi

- 1) “Guadagno NON dignitoso NÉ sufficiente per vivere” nonostante utili per l'organizzazione
 - 2) Forbice tra il guadagno massimo e il guadagno minimo all'interno dell'organizzazione superiore a 1:20
- Errori nei pagamenti con pagamento costantemente sospeso o regolarmente ritardato del salario
 - Differenze di guadagno per attività paragonabili a seconda di caratteristiche esterne (sesso, etnia, età) maggiori del 10%
 - Contratti forfettari e *all inclusive* per i quali si calcolano automaticamente gli “straordinari” da pagare rappresentano più del 10% dei contratti di lavoro
 - Contratti di lavoro a tempo determinato nella misura in cui superano una durata di due anni o entro tale durata vengono prorogati più di due volte
 - Lavoro a cottimo se supera una durata di sei mesi o riguarda più del 10% dei collaboratori
 - Contratti a zero ore



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Si affronta un quadro complessivo di comportamenti non etici. Ogni singola mancanza può ottenere fino a 50 punti negativi, tutte le misure nel complesso fino a 200 punti negativi.

La definizione di lavoro a cottimo comprende il lavoro interinale e il lavoro stagionale.

Se viene offerta, sotto forma di formazione o stage, una controprestazione quantificabile dell'organizzazione, tale spesa può essere a sua volta detratta dal guadagno se paragonabile ad altre organizzazioni.

L'attività svolta a titolo benefico deve essere valutata a parte poiché è sostanzialmente soggetta alla libera volontà dei collaboratori. Dal punto di vista dell'autosfruttamento, occorre prestare particolare attenzione ai corsi di formazione continua e al reporting, ad esempio presso grandi istituti di carità e nel caso del *volunteering* per grandi manifestazioni.

C3 Promozione del comportamento ecologico dei collaboratori

Le aziende pionieristiche sono moltiplicatori fondamentali per rafforzare la consapevolezza ecologica dei collaboratori. Per questo assume un ruolo centrale la funzione esemplare e la politica di incentivi delle imprese per promuovere la consapevolezza ecologica e i relativi comportamenti nella vita professionale quotidiana dei collaboratori.



Un'impresa EBC...

- sviluppa consapevolezza ecologica e promuove abitudini ecologiche dei collaboratori.
- crea condizioni quadro per l'attuazione di progetti che promuovono un comportamento sostenibile.
- contribuisce, con la sua cultura aziendale e adeguati processi interni, all'attuazione di misure in merito a fondamentali aspetti ecologici.



Domande iniziali

- Come possiamo influenzare l'alimentazione durante l'orario di lavoro?
- Come affrontiamo il tema della mobilità o dell'arrivo al posto di lavoro?
- Quali misure attuiamo per promuovere abitudini ecologicamente sostenibili dei collaboratori?

Aspetto C3.1: L'alimentazione durante l'orario di lavoro

Circa un terzo dell'impronta ecologica media è da ricondurre ai generi alimentari. Una svolta ecologica esige anche cambiamenti nella consapevolezza dei nessi ecologici e input per nuove abitudini alimentari.



Domande del rapporto

- Quale valore attribuisce l'azienda all'origine ecologico-regionale dei propri generi alimentari sul posto di lavoro e come si traduce questo nella prassi quotidiana?
- Quali offerte sono disponibili in mensa? Esiste una cucina/ possibilità di cucinare o un'offerta di fornitura (catering ad es. direttamente dal maso, cestino di frutta)? (*1)

Indicatori vincolanti

- Quota dei cibi di origine ecologica



Livelli di valutazione

Esemplare

Alimentazione prevalentemente (> 75 %) priva di carne.
Generi alimentari prevalentemente locali, stagionali, certificati biologici, possibilmente da agricoltura solidale.
Carne da allevamenti locali.

Esperto

Alimentazione perlopiù (> 50 %) priva di carne.
Alimenti prevalentemente locali, stagionali e certificati biologici.
Carne da allevamenti locali.

Avanzato

Chiara professione in azienda in favore di abitudini alimentari sostenibili (consumo notevolmente ridotto di prodotti animali nella mensa aziendale).

Primi passi

Primi approcci per promuovere un modello alimentare sostenibile, ad es. offerta di un'opzione vegetariana o sconti nei ristoranti biologici; cestino di frutta.

Base

L'impresa non attua alcuna misura per promuovere una sana alimentazione. Eventuali offerte alimentari fatte non contravvengono apertamente sani modelli alimentari.



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

- Le dimensioni dell'impresa sono determinanti per le offerte alimentari. Nelle piccole imprese non ci si può aspettare che ci sia una mensa. L'alimentazione può comunque essere organizzata, ad es. sotto forma di un cestino di frutta per i collaboratori.
- Anche se non c'è una cucina aziendale si possono impiegare fattori positivi di stimolo, ad esempio collaborazioni con locali bio-vegetariani o negozi di prodotti naturali locali ecc. Questo approccio si riflette positivamente sulla prevenzione della salute in azienda.

Aspetto C3.2: Mobilità sul posto di lavoro

Circa un quinto dell'impronta ecologica è da attribuire alla circolazione di persone, che per oltre il 90% ricade sul trasporto aereo e sull'automobile. La mobilità per raggiungere il posto di lavoro rappresenta un fattore d'influsso fondamentale per ridurre le emissioni che ne derivano.



Domande del rapporto

- Quali mezzi di trasporto utilizzano i collaboratori per raggiungere il loro posto di lavoro?

- Quali possibilità hanno i collaboratori per percorrere il tragitto che li porta al lavoro in maniera più rispettosa dell'ambiente?
- Quali sono gli incentivi dell'azienda in favore di abitudini di mobilità più consapevoli in termini ambientali, anche nel caso dei viaggi di servizio?

Indicatori vincolanti

- Quota dei viaggi in automobili o con i mezzi di trasporto pubblici, in bicicletta o a piedi



Livelli di valutazione

Esemplare

Grazie alla politica di promozione aziendale, quasi tutti i collaboratori utilizzano i mezzi di trasporto pubblici o la bicicletta, il car sharing o, a scelta, il telelavoro.

Esperto

Grazie alla politica di promozione aziendale, la maggior parte dei collaboratori utilizza i mezzi di trasporto pubblici o la bicicletta, il car sharing o, a scelta, il telelavoro. Sostegno fornito con ulteriori misure: i parcheggi per i collaboratori sono riservati esclusivamente al car sharing, la raggiungibilità è un criterio decisionale fondamentale nella selezione della sede, vengono messe a disposizione biciclette di servizio ecc.

Avanzato

Politica sistematica all'insegna della sostenibilità nella mobilità, ad es. se non è disponibile una rete di mezzi pubblici: offerta attiva di car sharing, partecipazione a iniziative esterne in bicicletta, politica stabilita per l'uso del veicolo di servizio (< 130 g CO2/km), training per risparmiare carburante alla guida, sistemi di incentivi finanziari per chi utilizza i mezzi di trasporto pubblici, posti aziendali riservati alle bici.

Primi passi

Si può constatare l'impostazione di una politica sostenibile per quanto riguarda la mobilità: assistenza all'utilizzo di mezzi di trasporto pubblici, analisi della politica di impiego dei veicoli di servizio, scelta di mezzi di trasporto per trasferte di servizio secondo criteri ecologici ecc. Vi sono posteggi dedicati alle bici.

Base

L'impresa non attua alcun incentivo non ambientale per superare le distanze di viaggio.



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

In base alle condizioni quadro (sede di produzione in periferia, uffici nei centri urbani, sede remota ecc.) vi sono svariate possibilità per stabilire dei fattori di incentivazione o per forzare la mobilità sostenibile:

- Biglietti per i mezzi di trasporto pubblici
- Riduzione dei chilometri percorsi tramite la tecnologia informatica e il telelavoro
- Traffico linea di servizio
- Agevolazioni di comunità di trasporto

- Messa a disposizione di biciclette di servizio e parcheggi riservati alle bici coperti e protetti
- Evitare veicoli di servizio ecc.

Aspetto C3.3: Cultura organizzativa, sensibilizzazione all'organizzazione ecologica dei processi

Per stabilire una condotta ecologica occorrono conoscenze, istruzioni e pratica. Un concetto aziendale è utile per sviluppare una cultura aziendale e modificare le abitudini di comportamento.

Domande del rapporto

- Come può essere descritta la cultura aziendale per quanto riguarda gli aspetti ecologici?
- Quale ruolo svolgono le tematiche ecologiche nelle offerte di perfezionamento professionale e nel reclutamento del personale?
- Quali misure di sensibilizzazione vengono attuate in tale cornice?
- Quale strategia segue l'impresa rispetto al comportamento ecologico dei collaboratori (questo anche in vista dell'applicazione nel privato), **sono previste offerte di formazione?**

Indicatori vincolanti

- Grado di notorietà della politica aziendale rispetto al comportamento ecologico in % (*1)
- Grado di accettazione **e di utilizzo** dell'offerta ecologica dell'impresa tra i collaboratori in %

Livelli di valutazione

Esemplare

Programmi di sensibilizzazione istituzionalizzati per tutti i collaboratori, ad es. rilevamento regolare e tematizzazione di un comportamento ecologico.
Approcci innovativi per lo sviluppo di una coscienza ecologica.

Esperto

Gli aspetti ecologici sono saldamente ancorati nei programmi di formazione professionale.
Il reclutamento del personale avviene tenuto conto della coscienza ecologica. I collaboratori vengono coinvolti regolarmente nei processi decisionali che riguardano aspetti ecologici.

Avanzato

Prime misure sistematiche per rilevare aspetti ecologici, per es. mediante programmi di formazione continua, eventuale coinvolgimento di collaboratori in questioni ecologiche, manifestazioni informative, cartelli informativi nei locali degli uffici, tematizzazione di aspetti ecologici mediante newsletter. La direzione funge da esempio in quanto a condotta ecologica ed evita ad esempio di guidare automobili di servizio prestigiose.

Primi passi

L'impresa raccomanda puntualmente il rispetto di abitudini ecologiche.

Base

Nella cultura dell'impresa non sono visibili contraddizioni rispetto a una buona condotta sostenibile in termini ecologici.

**Ausili per la valutazione / Interpretazioni**

L'attuazione può avvenire a svariati livelli e lascia grande spazio alla creatività e all'innovazione:

- Integrazione di aspetti ecologici tra le proposte aziendali e il perfezionamento professionale, workshop sull'impronta ecologica, workshop per la compilazione del bilancio di famiglia EBC
- Salvadanaio dei collaboratori per (proposte di) progetti ecologici esterni
- "Prestazioni sociali verdi" (ad es. sostegno finanziario ad attività private, isolamento termico, casa propria anziché veicolo di servizio)
- La politica di assunzione comprende una valutazione della coscienza ecologica dei futuri collaboratori.

Aspetto negativo C3.4: Guida allo spreco / Tolleranza di comportamenti non ecologici

Se in azienda si vede che è tollerato un comportamento nocivo per l'ambiente o addirittura viene favorito lo spreco di risorse, queste scelte risultano nocive per la comunità.

**Domande del rapporto**

- Quali degli aspetti negativi riportati di seguito sono presenti in azienda?

**Livelli di valutazione e punteggi**

I punti negativi vengono fatti valere come segue:

Punti negativi	per
-10	Ci sono veicoli commerciali di cosiddetta classe superiore (> 180g/km CO ₂).
-10 a seconda delle norme	Ci sono norme aziendali che incentivano scelte di valore ecologico peggiore sebbene vi siano opzioni migliori, ad es. volare anziché andare in treno perché costa meno.
-5 a seconda	Ci sono offerte dei consumatori con una quota di imballaggio eccessiva

dell'offerta	(capsule del caffè, confezioni di alimenti in PET, offerte di bibite in confezione usa e getta ecc.) nonostante possibili alternative.
-10 a seconda del divieto	Ci sono divieti all'impiego di prodotti ecologicamente sostenibili, ad es. carta riciclata.
-10	In azienda si nota uno smaltimento impreciso dei rifiuti, ad es. non si effettua la raccolta differenziata (rifiuti domestici, rifiuti aziendali, rottami senza raccolta differenziata dei materiali ecc.).

Ogni caso viene valutato singolarmente, i punti vengono quindi sommati. Al massimo si possono detrarre 100 punti.

C4 **Condivisione delle decisioni e trasparenza in azienda**

L'impresa e l'organizzazione sono un luogo di partecipazione attiva e cooperazione per tutti i collaboratori. Tutti i collaboratori possono farvi confluire le loro idee, gli stimoli o gli input condividendo così delle responsabilità e contribuendo al benessere dell'impresa. L'identificazione con l'impresa o con l'organizzazione aumenta e si sfrutta la saggezza di molti.



Un'impresa EBC...

- rende trasparenti, facilmente visibili e comprensibili tutti i dati sostanziali e critici per i collaboratori.
- lascia che siano i collaboratori a legittimare e valutare i dirigenti.
- consente ai singoli team un grado elevato di responsabilità individuale e libertà decisionale.
- permette ai collaboratori di farsi sentire con i propri interessi, contributi o input e di condividere le decisioni.



Domande iniziali

- Come viviamo il valore della trasparenza e partecipazione in seno alla nostra organizzazione?
- Quali esperienze abbiamo raccolto finora?
- Quali sono i timori e le riserve rispetto a maggiore trasparenza e condivisione delle decisioni?
- Quali sono i vantaggi e i potenziali di maggiore trasparenza e condivisione delle decisioni?

Aspetto C4.1: Trasparenza in azienda

La trasparenza è un prerequisito fondamentale per la condivisione delle decisioni. Se i collaboratori hanno accesso a tutte le principali informazioni, possono farsi una loro idea e contribuire attivamente. In linea di massima tutti i dati dovrebbero essere liberamente disponibili e preparati in maniera tale che i collaboratori possano comprenderli facilmente.



Domande del rapporto

- Quali dati sono accessibili per i collaboratori e in quale forma? (*1)
- Con quanta facilità/ difficoltà i collaboratori possono accedere ai dati? Quali ostacoli fisici, intellettuali o di altro genere esistono? E perché?
- Quali dati critici o fondamentali non sono liberamente a disposizione dei collaboratori? Perché no? (*1)

- Che cosa si fa affinché anche i dati finanziari possano essere facilmente compresi da tutti i collaboratori?

Indicatori vincolanti

- Grado di trasparenza dei dati critici e fondamentali (stima in %).



Livelli di valutazione

Esemplare

Tutti i dati critici e fondamentali sono facilmente consultabili e comprensibili per tutti i collaboratori. Cultura vissuta della trasparenza.

Esperto

La maggior parte dei dati critici è trasparente, facilmente disponibile e comprensibile. Cultura pluriennale della trasparenza.

Avanzato

Alcuni dati critici sono trasparenti, facilmente disponibili e comprensibili. Da uno o due anni ci sono misure strutturate per maggiore trasparenza.

Primi passi

Ci si occupa del tema della trasparenza o ci sono piani concreti per ottenere maggiore trasparenza.

Base

Trasparenza nel quadro stabilito dalla legge.

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

- I dati critici sono ad esempio verbali degli organi direttivi, struttura salariale (resoconto sul reddito), contabilità interna, decisioni relative ad assunzioni e licenziamenti.
- Sono dati fondamentali tutti i dati necessari per determinate decisioni ovvero essenziali per la finalità dell'azienda.
- Il limite della trasparenza sono le disposizioni di legge sulla protezione dei dati, la confidenzialità trasparente per dati molti personali dei collaboratori e know-how dell'azienda da proteggere.

Aspetto C4.2: Legittimazione dei dirigenti

I collaboratori convivono con i loro dirigenti nella vita quotidiana dell'azienda. Sono quindi nella posizione ideale per stabilire in quale misura i dirigenti favoriscono l'attuazione della finalità dell'azienda. Maggiore è la condivisione delle decisioni e la possibilità di correzione da parte dei collaboratori, maggiore è l'effettiva autorità dei dirigenti e con essa la disponibilità dei collaboratori a impegnarsi.

Domande del rapporto

- Come vengono scelti i dirigenti e da chi? Vengono insediati dall'alto o selezionati dal basso?
- Quali possibilità di intervento hanno i membri del team? Perché o perché no? (*1)
- Quali misure derivano dal feedback dei collaboratori sui rispettivi dirigenti? (*1)

Indicatori vincolanti

- Quota di dirigenti legittimati tramite audizione/ colloquio/ condivisione dell'organizzazione/ condivisione delle decisioni da parte dei propri collaboratori.

Livelli di valutazione

Esemplare

Tutti i dirigenti – compresa la direzione – sono eletti e valutati periodicamente dai collaboratori. I collaboratori possono anche destituire tutti i dirigenti. Cultura vissuta della legittimazione dei dirigenti.

Esperto

I dirigenti diretti vengono periodicamente eletti e valutati dai collaboratori. Dalla valutazione derivano misure di sviluppo per i dirigenti. Una dirigenza diretta può anche essere destituita. Pratica pluriennale.

Avanzato

Audizione o partecipazione alla designazione dei dirigenti diretti. Valutazione dei dirigenti in consultazioni o colloqui regolari.

Primi passi

Ci si occupa del tema della legittimazione dei dirigenti. Pianificazione concreta per aumentare la condivisione delle decisioni.

Base

I dirigenti vengono nominati senza la partecipazione dei collaboratori.

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

- "Periodico" significa la rielezione a rotazione dei dirigenti.
- Nella procedura di elezione si prediligono e valutano con più punti le forme di decisione "consensuale" rispetto alle decisioni prese a maggioranza. "Consensuale" significa diverse procedure che si prefiggono un consenso quanto più elevato possibile delle parti coinvolte, ad esempio una "moderazione del consenso" propria della sociocrazia o il "consenso sistemico" (principio CS).
- La possibilità di destituzione è come un freno di emergenza sul treno. I collaboratori devono avere la possibilità di utilizzare questa opzione durante il periodo in cui un dirigente è in carica.

- Nella valutazione dei dirigenti occorre garantire, da un lato un anonimato quanto più elevato possibile (protezione dei lavoratori), e dall'altro una densità di informazioni quanto maggiore possibile affinché i dirigenti possano imparare anche dai feedback.

Aspetto C 4.3: Condivisione delle decisioni da parte dei collaboratori

In linea di massima, i collaboratori hanno competenza sia specialistica sia pratica nel loro rispettivo contesto lavorativo. A livello diretto del team, i collaboratori prendono le loro decisioni in maniera quanto più autonoma e responsabile, decentrata e ampia. A tutti gli altri livelli vi è una possibilità di condivisione delle decisioni mediante il principio "bottom up". Condividere le decisioni significa condividere anche le responsabilità. Il diritto alla condivisione delle decisioni si basa sulla disponibilità dei collaboratori a informarsi attivamente e a essere in grado di prendere decisioni. L'impresa crea i relativi presupposti e assiste i collaboratori in questo senso.

Domande del rapporto

- Quali sono le decisioni per le quali i collaboratori possono intervenire? In che modo possono farlo (con maggioranza o consenso)?
- Quali esperienze di trasparenza e partecipazione dei collaboratori sono state fatte in passato?
- Che cosa si fa in azienda affinché più collaboratori possano assumersi maggiori responsabilità e prendere delle decisioni?

Indicatori vincolanti

- Percentuale di decisioni prese mediante audizione/ partecipazione/ condivisione delle decisioni (in %).

Livelli di valutazione

Esemplare

Tutte le decisioni fondamentali vengono prese possibilmente con il consenso di tutti i collaboratori.
Cultura vissuta della partecipazione dei collaboratori.

Esperto

Alcune decisioni vengono prese possibilmente con il consenso di tutti i collaboratori. Pratica pluriennale.

Avanzato

Audizione o partecipazione dei collaboratori per le tematiche e decisioni fondamentali.

Primi passi

Ci si occupa del tema della partecipazione. Pianificazione concreta per aumentare la condivisione delle decisioni.

Base

I diritti legali di partecipazione dei collaboratori sono rispettati.



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

- Sono fondamentali le decisioni relative per esempio a budget, assunzioni e licenziamenti, decisioni di principio di rilievo sul lungo termine o decisioni che riguardano sostanzialmente gran parte dei collaboratori o la quotidianità dei collaboratori.
- NON si tratta di garantire, secondo il principio della democrazia di base, che tutte le decisioni vengano prese da tutti i collaboratori, ma di cercare sempre un buon equilibrio tra la condivisione delle decisioni e l'efficienza o il pragmatismo.
- L'importante è che la condivisione delle decisioni comprenda tutti i livelli dell'organizzazione. Si potrebbero ad esempio eleggere i delegati ai livelli superiori (un esempio del principio bottom up) oppure potrebbero esserci possibilità decisionali ispirate alla democrazia diretta (a partire da un quorum del 10% si potrebbero correggere le decisioni passate o introdurre nuove decisioni).
- In merito alle forme consensuali di decisione si veda C4.2

Aspetto negativo C4.4: Impedimento del consiglio aziendale

In molti paesi europei, il consiglio aziendale o consiglio del personale sono organi pensati per i lavoratori e ne tutelano gli interessi in azienda. In una situazione ideale, il consiglio aziendale e la dirigenza si ispirano a vicenda e lavorano alla pari.



Domande del rapporto

- Esiste un consiglio aziendale? Se no, perché no? (*1)
- **L'azienda può confermare che non è stato impedito un consiglio aziendale?**
- Quali misure alternative attua l'impresa al posto di un consiglio aziendale? (*1)
- Quali misure di sostegno esistono per un consiglio aziendale? I collaboratori come vengono incoraggiati a crearne uno? (*1)



Indicatori vincolanti

- Consiglio aziendale: presente/ non presente; da quando?



Livelli di valutazione e punteggi

A seconda della gravità del disincentivo e delle dimensioni dell'azienda si possono sottrarre fino a 200 punti.



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

- 1) Consiglio aziendale assente: se non c'è un consiglio aziendale occorre verificare se i lavoratori possono esercitare almeno pari diritti di partecipazione anche in assenza di un consiglio. Tutto ciò che si situa al di sotto di questi possibili diritti di partecipazione può essere interpretato come impedimento.
- 2) Impedimento del consiglio aziendale: si è in presenza di impedimento del consiglio aziendale quando i lavoratori contrastano con diverse misure la costituzione o elezione di un consiglio aziendale. Un sondaggio anonimo tra i collaboratori, feedback di collaboratori che hanno dato disdetta o informazioni della Camera del lavoro/ dei sindacati possono essere d'aiuto. L'onere della prova può essere invertito, ovvero può essere l'impresa a dover dimostrare che non ci sono stati impedimenti ovvero che vi sono state misure credibili a sostegno e in direzione dell'istituzione di un consiglio aziendale.

D1 Relazioni etiche con la clientela

Centrali sono i clienti in quanto individui con le loro esigenze e i loro desideri, non il loro potenziale come fonte di fatturato. L'obiettivo è soddisfare in modo ottimale il reale vantaggio per il cliente. Ciò significa sviluppare prodotti orientati alla clientela, favorire una comunicazione trasparente alla pari ma anche eliminare le barriere a tutti i punti di contatto con la clientela. Le relazioni etiche con i clienti comprendono anche la rinuncia a un fatturato o a un guadagno qualora ciò vada nell'interesse dei clienti.

Un'impresa EBC...

- cura una relazione alla pari con i clienti, trasparenza e onestà al fine di consentire il benessere e la soddisfazione delle esigenze del cliente con spirito di partenariato.
- organizza consapevolmente i prodotti, i servizi e la comunicazione eliminando le barriere, dalla godibilità alla facilità d'uso del prodotto o servizio attraverso l'accesso a informazioni fino al luogo della vendita.
- rinuncia alla pubblicità sleale che genera vantaggi di mercato illegittimi tramite dissimulazione, occultamento e pressione a effettuare acquisti.

Domande iniziali

- Quali sono i nostri valori e principi rispetto ai clienti e come li attuiamo in azienda, dallo sviluppo del prodotto passando per l'acquisizione di clienti fino alla cura della clientela?
- Quali ostacoli e barriere all'accesso devono attraversare i nostri clienti nel processo di acquisto e utilizzo?

Aspetto D1.1: Comunicazione dignitosa con i clienti

Informazioni su imprese e prodotti sono orientate alle esigenze della clientela, sono autentiche, complete e sincere. I reclami vengono trattati in modo pragmatico e orientato a una soluzione, i feedback confluiscono nell'intento di migliorare i prodotti, servizi e le procedure interne all'azienda.

Un contatto con la clientela all'insegna della stima e della discrezione, abbinato a un'elevata qualità dei prodotti e dei servizi, garantiscono che i clienti ci raccomandino ad altri clienti.

Domande del rapporto

- Come si acquisiscono nuovi clienti e come si assistono i clienti fissi?

- L'impresa come garantisce che il vantaggio dei clienti sia prioritario rispetto alle proprie aspirazioni di guadagno?
- In quale forma si tiene conto degli aspetti etici nella pubblicità e nel processo di vendita? (*1)
- Come si affrontano i desideri e reclami della clientela? È garantita una procedura pragmatica?

Indicatori vincolanti

- Panoramica del budget destinato a marketing, vendita e pubblicità: spese per misure o campagne
- Tipo di pagamento dei collaboratori addetti alla vendita: elementi fissi e componenti variabili in base al fatturato in %
- Direttive interne di fatturato da parte dell'impresa: sì/no



Livelli di valutazione

Esemplare

Relazioni alla pari con i clienti fanno parte del posizionamento sul mercato. Soluzioni innovative per organizzare una comunicazione dignitosa con i clienti sono attuate a lungo termine.

Esperto

Oltre a direttive etiche nelle vendite, si verificano e migliorano regolarmente alla pari tutti i punti di contatto con la clientela circa l'adempimento delle esigenze dei clienti e l'organizzazione.

Avanzato

Linee etiche concrete per l'acquisizione e la gestione dei clienti nonché promozione del passaparola sono attuati in modo obbligatorio.

Primi passi

Ci si occupa attivamente delle reali esigenze dei clienti rispetto all'offerta di prestazioni, all'acquisizione e gestione della clientela.

Base

L'impresa si attiene alle norme della concorrenza leale, cura una comunicazione onesta con i clienti e rinuncia alla pubblicità comparativa.

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

La valutazione dei livelli avviene sulla base dei tre aspetti parziali:

- Misure pubblicitarie:
 - Homepage informativa.
 - Propaganda tramite il passaparola sulla base di esperienze positive dei clienti.
 - Misure pubblicitarie esemplari sono informative, illuminanti, autentiche e accurate. L'iniziativa parte dai clienti, ovvero è consentita solo la pubblicità desiderata (Permission Marketing).
- Processo di vendita:

- Il vantaggio del cliente è prioritario rispetto al vantaggio dell'azienda, ovvero vengono offerti solo prodotti e servizi che corrispondono al vantaggio del cliente. Eventuali raccomandazioni di offerte della concorrenza se le proprie offerte non soddisfano le richieste.
- Remunerazione dei collaboratori indipendentemente dal successo delle vendite. I collaboratori sono esenti da direttive interne e pressione sulle vendite.
- Utilizzo attento dei dati dei clienti, ovvero solo per uso interno, non si trasmettono i dati ad altre organizzazioni qualora ciò non sia necessario per la fornitura delle prestazioni.
- Servizio clienti:
 - Buona reperibilità del servizio clienti.
 - Soluzioni pragmatiche per i clienti, per es. facile sostituzione con rimborso del prezzo d'acquisto.
 - Libertà di principio dei clienti senza vincoli.
 - I clienti fissi hanno gli stessi vantaggi dei nuovi clienti.

Caso speciale start-up: forme pubblicitarie "più attive" sono valutate neutralmente nel caso delle start-up a condizione che siano adeguate, informative e neutrali.

Aspetto D1.2: Assenza di barriere

L'assenza di barriere riguarda la godibilità e facilità d'uso del prodotto o servizio, l'accesso alle informazioni e il luogo e la procedura di acquisto.

Ostacoli fisici, visivi, tecnici, linguistico-culturali, intellettuali e finanziari devono essere eliminati quanto più possibile.

Domande del rapporto

- Quali ostacoli riguardano l'acquisto e l'utilizzo dei prodotti e servizi?
- Quali gruppi di clienti svantaggiati sono considerati gruppo target?
- Come si facilita l'accesso e l'utilizzo dei prodotti/ servizi per i clienti svantaggiati?
- Esclusivamente per B2B: come si garantisce che le imprese più piccole e impegnate in favore del bene comune ricevano almeno le stesse condizioni e gli stessi servizi dei grandi compratori all'ingrosso? (*1)

Indicatori vincolanti

Quota di fatturato in % del portafoglio di prodotti acquistato dai gruppi di clienti svantaggiati.

Livelli di valutazione

Esemplare

I prodotti e servizi vengono adeguati specificamente per i requisiti di singoli gruppi di clienti svantaggiati.
Esistono prodotti/ servizi speciali per gruppi di clienti svantaggiati.

Esperto

Esistono soluzioni per superare i principali ostacoli dei gruppi di clienti svantaggiati, sono rilevanti ai fini della strategia aziendale e vengono impiegate ampiamente in azienda, ad esempio una tariffazione sociale differenziata o adeguate agevolazioni per l'accesso.

Avanzato

Il settore vendite offre soluzioni per i gruppi di clienti svantaggiati di rilievo e vengono messe a disposizione risorse adeguate per la loro assistenza.

Primi passi

I gruppi di clienti svantaggiati di rilievo sono identificati; si ha un buon accesso alle informazioni.

Base

Rispetto delle disposizioni di legge nell'approccio con i gruppi di clienti svantaggiati.

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

I gruppi di clienti svantaggiati sono ad es. economie domestiche a basso reddito, persone con difficoltà di apprendimento, persone con minorazioni fisiche, persone anziane, persone di madre lingua diversa, persone poco istruite, persone non avvezze alla tecnica.

E anche: ONG, enti no profit, progetti e iniziative della società civile, istituzioni non commerciali dei settori dell'educazione, della salute e della società, microimprese.

B2B: imprese piccole e medio-grandi oltre che regionali che si impegnano particolarmente a favore del bene comune godono di condizioni e servizi equivalenti alle imprese grandi di commercio all'ingrosso.

Aspetto negativo D1.3: Misure pubblicitarie non etiche

L'elenco di singole misure pubblicitarie riportato di seguito descrive pratiche difficilmente armonizzabili con una relazione etica con la clientela.

Domande del rapporto

- Quali misure pubblicitarie o di vendita concrete sono critiche o potrebbero essere non etiche? Perché? E quali sarebbero alternative etiche?
- Quali misure pubblicitarie superano una homepage informativa, informazioni neutrali dei prodotti, istruzioni per l'uso o trasmissione di know-how?

Indicatori vincolanti

- Quota di spese pubblicitarie per campagne etiche e non etiche



Livelli di valutazione e punteggi

Ogni singola misura può ottenere fino a 50 punti negativi, tutte le misure nel complesso fino a 200 punti negativi.

All'interno:

- bonus per determinate operazioni di vendita concluse;
- cifre di vendita, obiettivi di vendita annuali in crescita;
- la promozione di determinati prodotti, indipendentemente dal fabbisogno dei clienti o del mercato;
- "Guide linea e training psicologico per procacciatori di clienti", con screditamento della concorrenza e ricerca sistematica delle tendenze individuali dei potenziali clienti al fine di attuare strategie di allettamento manipolative;
- abuso o vendita di dati, trasmissione di dati dei clienti senza consenso esplicito, attuazione della protezione dei dati.

Verso l'esterno:

- affermazioni false, dissimulazioni, occultamento di informazioni, falsità;
- pubblicità sessista e stereotipata, ad es. ricorso a donne e uomini corrispondenti agli attuali ideali di bellezza ma senza reale riferimento al prodotto acquistato, utilizzo di immagini di ruoli e cliché, ad esempio una donna in cucina, che pulisce, che accudisce i bambini;
- stilizzazione dei prodotti della vita quotidiana in status symbol o collegandoli a valori soddisfatti solo a margine del consumo, ad esempio gli slogan "Perché noi ti vogliamo bene" per i mezzi di trasporto pubblici o "Il gusto della felicità" per i produttori di gelati;
- pubblicità di massa o pubblicità che, senza che sia richiesto, penetra nel mondo quotidiano della gente o cui non ci si può facilmente sottrarre (pubblicità push come manifesti, banner sulle homepage, spot radiotelevisivi);
- pubblicità rivolta a bambini e ragazzi per esercitare pressione sui genitori attraverso di loro;
- sistema delle vendita a catena o Multi-Level-Marketing (strategie di vendita basate sul tentativo di trasformare il contesto sociale in clienti);
- prezzo eccessivo o non adatto;
- offerte allettanti sottocosto;
- forzatura mirata di consumo eccessivo, ad es. "all you can eat", "3 per 1";
- pubblicità aggressiva, ad es. visite non richieste di rappresentanti o telefonate di massa o pubblicità per l'affiliazione a organizzazioni non profit per strada;
- code d'attesa nelle hotline più care di telefonate urbane o tecniche di attesa alla hotline per incassare tasse telefoniche.

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

La valutazione dipende dall'impressione generale delle misure pubblicitarie, dall'entità dell'uso che ne fa l'azienda e dagli svantaggi derivati per i clienti.

D2 Cooperazione e solidarietà con i concorrenti

La cooperazione e la solidarietà con i concorrenti si basano su un atteggiamento di fondo di stima e su un comportamento alla pari nei confronti degli altri imprenditori.

La concorrenza è considerata e vissuta in modo trasparente e rispettoso, come una sfida sportiva, e non con ostilità. **“Concorrere” infatti significa correre insieme, e quindi non contro. In questo senso i “concorrenti” si distinguono positivamente dai “controcorrenti”.**



Un'impresa EBC...

- considera i concorrenti diretti come completamento del mercato.
- lavora insieme ad altre imprese per trovare soluzioni e offerte che riconoscano e siano al servizio delle esigenze dei clienti.
- offre alle altre imprese assistenza disinteressata in situazioni di emergenza.



Domanda iniziale

- Che cosa distingue un atteggiamento cooperativo e solidale rispetto alla concorrenza?

Aspetto D2.1: Cooperazione con i concorrenti

La cooperazione con i concorrenti si dimostra in un atteggiamento di fondo amichevole e cooperativo alla pari nei confronti dei concorrenti dello stesso settore e di altri settori. Le imprese cooperanti si occupano di finalità e raggiungimento comune degli obiettivi al fine di promuovere una situazione di *win win* per tutte le parti coinvolte.

Le imprese lavorano insieme a soluzioni e offerte che individuino e siano al servizio delle esigenze dei clienti in maniera da garantire il successo di tutte le parti coinvolte.



Domande del rapporto

- Con quali imprese si coopera già e quali obiettivi si perseguono?
- Con quali imprese si mira in futuro a stabilire cooperazioni e in quali settori?
- In quali settori si condividono con la concorrenza il know-how e le informazioni?
- Quali misure di elevazione degli standard del settore sono/ sono state attuate o sono in programma?



Indicatori vincolanti

- A quanto ammontano il tempo e/o le risorse investiti per prodotti o servizi realizzati in cooperazione rispetto al tempo complessivo dedicato alla realizzazione dei prodotti e servizi dell'impresa? (in ore/ anno o quota %)
- Quale percentuale di tempo/ fatturato viene impiegata/ raggiunta tramite cooperazioni con le seguenti imprese:
 - Imprese che si rivolgono allo stesso gruppo target (anche regionale)
 - Imprese dello stesso settore che si rivolgono regionalmente a un altro gruppo target
 - Imprese dello stesso settore nella stessa regione, con gruppo target differente
- In quali dei seguenti settori s'impegna l'impresa? (Numero: x/3)
 - Cooperazione con iniziativa della società civile per elevare gli standard ecologici/ sociali/ qualitativi del settore
 - Contributo attivo per elevare gli standard di legge all'interno del settore (Responsible Lobbying)
 - Collaborazione con iniziative per elevare gli standard ecologici/ sociali/ qualitativi del settore



Livelli di valutazione

Esemplare

L'offerta avviene in linea di massima (laddove possibile) in cooperazione.
Know-how e informazioni vengono rese accessibili a tutti i concorrenti senza limiti.
Gli standard del settore sono già stati elevati (attuazione attiva).

Esperto

Prime cooperazioni con concorrenti dello stesso settore.
Know-how e informazioni vengono messe a disposizione dello stesso settore.
Collaborazione per elevare gli standard del settore.

Avanzato

Prime cooperazioni con concorrenti di altri settori o concorrenti regionalmente più distanti dello stesso settore.
Avvicinamento attivo alla concorrenza.
Know-how e informazioni vengono messe a disposizione dei concorrenti di altri settori.

Primi passi

Atteggiamento amichevole nei confronti dei concorrenti.
Vi è disponibilità alla cooperazione; cooperazioni su richiesta.
Know-how e informazioni vengono messe a disposizione su richiesta.

Base

L'azienda non agisce né contro né con altre imprese e non ne raggira altre ancora.

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Nella valutazione occorre considerare se si coopera con imprese che si rivolgono allo stesso gruppo target (regionale) o con imprese che sono lontane in termini regionali e di contenuti e che si rivolgono pertanto a un gruppo target differente.

Le cooperazioni possono nascere lungo la catena di creazione del valore in diversi settori: F&E, marketing cooperativo, mezzi di produzione, offerte comuni di prodotti e servizi ecc.

Know-how e informazioni possono essere trasmessi in diversi modi (a seconda dell'oggetto sociale): da una pubblicazione sulla homepage, in opuscoli o nella letteratura attraverso la trasmissione del know-how nell'ambito di workshop o colloqui fino alla protezione della proprietà intellettuale e alla certificazione dell'utilizzo.

Nella valutazione ci si deve concentrare sullo scopo cui si mira con una cooperazione: il miglioramento della qualità di prodotti e servizi rilevanti ai fini della sostenibilità.

Collaborazione per elevare gli standard del settore tramite...

- audit esterni
- certificazioni (marchi)
- controlli da parte di enti autonomi
- partecipazione a iniziative nel settore e/o nella regione (incontri regolari degli addetti ai lavori del settore) per migliorare le offerte orientate alla sostenibilità
- partecipazione a iniziative Collective-Action per ridurre al minimo il rischio di corruzione

Aspetto D2.2: La solidarietà con i concorrenti

La solidarietà con i concorrenti si dimostra nella coesione e nel sostegno reciproco disinteressato in situazioni complesse o di difficoltà. Questa coesione può essere vissuta trasmettendo forze lavoro, incarichi, mezzi finanziari e tecnologia. Non ci si attende in cambio alcuna prestazione. L'aiuto all'autoaiuto è prioritario senza ritirare troppo la responsabilità individuale.

Domande del rapporto

- In quali settori l'azienda si comporta in modo solidale nei confronti di altre imprese e le aiuta in maniera disinteressata?

Indicatori vincolanti

Quante forze lavoro o ore di lavoro dei collaboratori sono state trasmesse a imprese...

- di altri settori per assistere a breve termine i concorrenti?
- dello stesso settore per assistere a breve termine i concorrenti?

Quanti incarichi sono stati trasmessi a concorrenti...

- di altri settori per assistere a breve termine i concorrenti?

- dello stesso settore per assistere a breve termine i concorrenti?
(quota % in rapporto al numero totale di incarichi)

A quanto ammonta la somma di mezzi finanziari **ovvero incarichi** trasmessi a imprese...

- di altri settori per assistere a breve termine i concorrenti?
 - dello stesso settore per assistere a breve termine i concorrenti?
- (somma, quota % del fatturato/ utili)



Livelli di valutazione

Esemplare

Associazioni solidali con altre imprese sono praticate come parte del modello aziendale.
L'offerta di aiutare e condividere viene comunicata apertamente ed è accessibile a tutti senza limitazioni.

Esperto

Sono state fatte ampie esperienze di trasmissione di forze lavoro, incarichi, mezzi finanziari, tecnologia nelle situazioni di emergenza o per assistere concorrenti.
Aiuto e condivisione con i concorrenti dello stesso settore.

Avanzato

Sono state fatte le prime esperienze di trasmissione di forze lavoro, incarichi, mezzi finanziari, tecnologia nelle situazioni di emergenza o per assistere concorrenti.
Aiuto e condivisione con i concorrenti di altri settori.

Primi passi

Disponibilità all'azione solidale.
Solidarietà su richiesta: si reagisce a una richiesta e a preghiere di aiuto.

Base

L'azienda non aiuta per principio le altre imprese.



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Ausili di ogni genere possono essere diversi, a seconda dell'oggetto sociale e della situazione d'emergenza, da un'apertura della rete alla produzione di contatti, dall'offerta di soluzioni individuali fino a una trasmissione di incarichi nel caso in cui ciò possa aiutare l'impresa.

Aspetto negativo D2.3: Abuso del potere di mercato nei confronti dei concorrenti

Si persegue un atteggiamento di fondo che dimostri un comportamento lesivo nei confronti dei concorrenti. In particolare l'impresa intende presentare al meglio se stessa e danneggiare i concorrenti con svantaggi, blocchi e perdite. Gli obiettivi e i successi si escludono a vicenda. Il proprio successo è a spese di altre imprese o dei clienti (situazioni *win-lose*).

Domande del rapporto

- In quali settori l'impresa potrebbe disturbare, bloccare o danneggiare altre imprese?
- Quale ruolo svolge la conquista di quote di mercato? Come si tratta l'obiettivo di leadership del mercato?

Indicatori vincolanti

- Nella comunicazione si effettua una comparazione valorizzante (meglio/ peggio o nell'USP) rispetto alla prestazione e alle offerte dei concorrenti?
- Si persegue una strategia di prezzi da dumping almeno per un prodotto o un servizio?
- Si adottano accordi tariffali segreti/ coperti con altre imprese?
- La massimizzazione delle quote di mercato è radicata nella strategia aziendale a spese di concorrenti, clienti o produttori?
- Per le proprie idee di prodotti si ottengono numerosi brevetti che non vengono ulteriormente perseguiti o utilizzati ma in compenso potrebbero o sono destinati a bloccare altre imprese nell'ulteriore sviluppo/ ricerca/ innovazione?

Livelli di valutazione e punteggi

- Atteggiamento lesivo nei confronti dei concorrenti o forte evidenziazione dei vantaggi della propria impresa e confronti valorizzanti rispetto ai concorrenti. Ci si focalizza sul proprio vantaggio e non sul modo migliore per soddisfare le esigenze dei clienti.
- Esautorazione (subliminale) di concorrenti
- La massimizzazione delle quote di mercato a spese di altri o a carico dei consumatori o dei produttori è radicata sotto forma di obiettivi strategici aziendali. L'obiettivo è di scalzare altre imprese.
- Per le idee di prodotti si ottengono numerosi brevetti che non vengono ulteriormente perseguiti o utilizzati ma in compenso potrebbero o sono destinati a bloccare altre imprese nell'ulteriore sviluppo/ ricerca/ innovazione.
- Abuso di una posizione di leadership sul mercato a svantaggio dei clienti tramite prezzi da dumping o accordi tariffali e cartelli (segreti/coperti).

Per ogni aspetto parziale si possono detrarre fino a 50 punti, come somma al massimo 200 punti negativi.

D3 Conseguenze ecologiche dell'utilizzo e dello smaltimento di prodotti e servizi

Dall'utilizzo e smaltimento di prodotti e servizi derivano spesso conseguenze ecologiche negative che occorre ridurre il più possibile. In concreto si tratta delle conseguenze derivanti ai clienti e consumatori dall'utilizzo (consumo energetico, emissioni ecc.) al riciclaggio fino allo smaltimento definitivo.



Un'impresa EBC...

- rappresenta il ciclo di vita ecologico dei prodotti e servizi relativamente all'utilizzo e allo smaltimento.
- si adopera per conoscere con precisione e ridurre al minimo le conseguenze ecologiche dell'utilizzo e dello smaltimento.
- offre prodotti e servizi le cui conseguenze ecologiche derivanti da utilizzo e smaltimento sono inferiori alle alternative esistenti.
- si occupa delle condizioni di utilizzo e smaltimento da parte dei clienti e cerca di influenzarle all'insegna di un impiego moderato (sufficienza).



Domande iniziali

- I nostri clienti come utilizzano e smaltiscono i nostri prodotti e servizi (scopo, frequenza, durata, modo)?
- Quali conseguenze ecologiche causano l'utilizzo e lo smaltimento dei nostri prodotti e servizi?
- Quali alternative comparabili ai nostri prodotti e servizi esistono e come si possono rappresentare le relative conseguenze ecologiche?

Aspetto D3.1: Rapporto ecologico costi/ benefici di prodotti e servizi (efficienza e consistenza)

L'utilizzo dovrebbe essere quanto più sistematico ed efficiente possibile.

Sistematico significa che il prodotto s'inserisce in cicli naturali e il relativo utilizzo e smaltimento non generano (o quasi) conseguenze ecologiche. **Efficiente** significa, riferito alle conseguenze ecologiche, che il prodotto presenta un rapporto possibilmente buono di vantaggi e soddisfazione delle esigenze rispetto alle conseguenze ecologiche negative.

Domande del rapporto

- In quale misura l'impresa conosce le conseguenze ecologiche derivanti dall'utilizzo e dallo smaltimento dei prodotti e servizi? (*1)
- Quanto sono grandi le conseguenze ecologiche dei prodotti e servizi, in assoluto e in confronto alle alternative esistenti con analogo vantaggio?
- Con quali strategie e misure si riducono le conseguenze ecologiche derivanti dall'utilizzo e dallo smaltimento dei prodotti e servizi?
- Come si tiene conto, nel modello aziendale, della riduzione di conseguenze ecologiche rispetto all'utilizzo e allo smaltimento dei prodotti e servizi?



Livelli di valutazione

Esemplare

Sono presenti dati completi rispetto alle conseguenze ecologiche per tutti i prodotti e servizi.
Il modello aziendale e il portafoglio di prodotti sono ottimizzati rispetto alle conseguenze ecologiche.
Prodotti e servizi non presentano conseguenze ecologiche negative rispetto ad alternative paragonabili, oppure tali conseguenze sono significativamente inferiori. (Compensazione solo per conseguenze ecologiche definitivamente non evitabili.)
Massima quota di ritiro e smaltimento.

Esperto

Esiste una chiara strategia individuabile di adattamento e ottimizzazione a lungo termine del portafoglio di prodotti o del modello aziendale con riferimento alle conseguenze ecologiche.
Sono in atto ambiziose misure di riduzione (incl. compensazione) delle conseguenze ecologiche incl. programmi di ritiro e smaltimento.
Prodotti e servizi hanno conseguenze ecologiche chiaramente inferiori rispetto ad alternative paragonabili.

Avanzato

Vi sono dati completi sulle conseguenze ecologiche per la maggior parte del portafoglio.
Esistono una chiara strategia individuabile e misure riconoscibili per la riduzione delle conseguenze ecologiche dell'intero portafoglio.
Prodotti e servizi hanno conseguenze ecologiche per ogni unità d'uso perlopiù inferiori rispetto ad alternative paragonabili.

Primi passi

Sono stati fatti i primi calcoli e/o le prime stime rispetto alle conseguenze ecologiche.
Sono state adottate le prime misure per la riduzione delle conseguenze ecologiche o per la compensazione di conseguenze non evitabili.
Prodotti e servizi hanno conseguenze ecologiche per unità d'uso in parte inferiori rispetto ad alternative paragonabili.

Base

L'impresa non dispone di dati sulle conseguenze ecologiche di prodotti e servizi.
Non vi è alcuna strategia né vi sono misure per la riduzione delle conseguenze ecologiche di prodotti e servizi.
I prodotti e servizi corrispondono a tutte le disposizioni di legge rispetto alle conseguenze ecologiche.



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Le misure possono essere ad es. l'applicazione di criteri di ecodesign o simili nell'organizzazione e nello sviluppo di prodotti e servizi.

Le informazioni possono essere ad esempio valori assoluti o anche confronti relativi con prodotti e servizi paragonabili (ecobilanci, analisi del ciclo di vita ecc.) oppure, in base alla proporzionalità, anche stime o deduzione di studi scientifici.

Nota per le imprese di servizi: i servizi non hanno un ciclo di vita in senso stretto. A titolo informativo per comprendere quali conseguenze ecologiche devono essere riferite e valutate in D3 e quali in E3 si potrà ricorrere alla suddivisione in conseguenze ecologiche fisse e variabili. Le conseguenze variabili – ovvero quelle che intervengono solo se il cliente ricorre ai servizi – devono essere riferite in D3. Le conseguenze fisse, che derivano anche se nessuno ricorre a un servizio, devono essere riferite in E3. Ecco di seguito alcuni esempi:

- Per un'impresa di taxi, le conseguenze generate dalla centrale, le corse a vuoto ecc. dovrebbero essere riferite in E3, mentre le conseguenze derivanti dalle corse effettive in D3.
- Un massaggiatore rileverà il locale, i costi di riscaldamento ecc. in E3, l'olio per i massaggi e il tragitto per raggiungere i clienti in D3.
- Una consulente aziendale riferirebbe i propri uffici in E3, le conseguenze derivanti dagli spostamenti per gli appuntamenti di consulenza in D3.

Per servizi meno orientati materialmente, oltre alle conseguenze ecologiche direttamente legate ad essi intervengono anche le conseguenze indirette, e in particolare le conseguenze sui contenuti e gli effetti del servizio. Un architetto, ad esempio, potrebbe consigliare di impiegare materiali coibenti ecologici o una consulente aziendale potrebbe consigliare a un'impresa di passare a fonti di energia rinnovabile. Conseguenze di questo genere devono essere riferite in E1.

Aspetto D3.2: Utilizzo moderato di prodotti e servizi (sufficienza)

Accanto a un'organizzazione più efficiente di prodotti e servizi, occorre soprattutto un utilizzo complessivo moderato (sufficiente), poiché in ultima analisi è l'unico in grado di comportare una riduzione complessiva nella società di conseguenze ecologiche.

La riduzione dell'utilizzo complessivo richiede dalle imprese che cambino mentalità in maniera più radicale delle semplici condizioni di efficienza e sistematicità. Da una prospettiva economica contraddice la premessa di crescita attualmente prevalente e al tempo stesso dovrebbe essere concessa ai clienti e consumatori la "libertà responsabile" di decidere da soli quale percentuale delle conseguenze ecologiche loro spettanti in teoria desiderano investire ad es. in alimentazione, mobilità o abitazione.

I modelli aziendali, che attribuiscono maggiore valore a una riduzione del consumo di beni materiali e immateriali, favoriscono un vantaggio comune sufficiente.

Domande del rapporto

- In che misura la sufficienza ovvero un utilizzo moderato sono ancorati nel modello aziendale?
- In quale misura in azienda ci si occupa della sufficienza ovvero dell'utilizzo moderato di prodotti e servizi? (*1)
- Con quali strategie e misure si promuovono un consumo moderato o un utilizzo sufficiente dei prodotti e servizi?
- Quali prodotti e servizi mirano a un utilizzo moderato o lo favoriscono? (*1)
- In quale misura la comunicazione dell'impresa con clienti e consumatori punta a promuovere un utilizzo moderato?



Livelli di valutazione

Esemplare

La promozione di un consumo moderato è parte fondamentale del modello aziendale e delle relazioni con i clienti.
Il portafoglio di prodotti contiene esclusivamente prodotti e servizi che favoriscono uno stile di vita cosiddetto sufficiente.

Esperto

La strategia e le misure mirano a un adeguamento a lungo termine del portafoglio di prodotti in direzione di prodotti e servizi che promuovano la sufficienza.
La comunicazione aziendale mira a promuovere attivamente l'utilizzo moderato e mette a disposizione dei consumatori informazioni esplicite e complete sulle conseguenze ecologiche di prodotti e servizi.

Avanzato

Una strategia di promozione della sufficienza e dell'utilizzo moderato di prodotti e servizi è presente e si attuano le prime misure.
Per tutti i prodotti e servizi vengono messe regolarmente a disposizione dei clienti informazioni sulle conseguenze ecologiche e si promuove la formazione della coscienza in merito a un utilizzo moderato.

Primi passi

L'azienda si avvicina piano alla sufficienza e all'utilizzo moderato di prodotti e servizi.
Vengono messe a disposizione di clienti e consumatori le prime informazioni sulle conseguenze ecologiche dei prodotti e servizi allo scopo di favorire una formazione della coscienza in merito all'utilizzo moderato.

Base

L'azienda non si occupa del concetto di sufficienza, ma non accetta nemmeno consapevolmente conseguenze ecologiche sproporzionate.
Nella comunicazione con i clienti relativamente alle conseguenze ecologiche di prodotti e servizi, l'azienda rispetta le disposizioni di legge e non è ingannevole.

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Consumo moderato: con riferimento ai limiti di sopportazione planetaria, in teoria spetta a ogni individuo generare una determinata percentuale di queste conseguenze nella sua vita in maniera

EBC Manuale per il Bilancio del Bene Comune 5.0.1 Aziende

tale che l'insieme degli individui non superi con il proprio carico questi limiti. Quando ciò è garantito, il consumo o l'utilizzo nel complesso possono essere giudicati moderati.

Promozione di un consumo moderato tramite il sostegno di...

- possibilità di recupero e di riciclo
- garanzia di durata di vita e possibilità di riparazione
- speciali offerte di servizi

Possibili misure possono essere:

- prezzi vantaggiosi e sistemi di incentivi per la riparazione, il riciclo e l'utilizzo comunitario
- la garanzia prolungata, un servizio di riparazione vantaggioso in termini di costi
- sviluppo di prodotti e servizi che promuovano la sufficienza: car sharing, Cradle2Cradle, impiego di materiali facilmente separabili
- Indicazioni e stimoli per alternative migliori in termini ecologici (anche dei concorrenti), sconsigliare dall'effettuare acquisti, informazioni sulle conseguenze ecologiche di tutti i prodotti e servizi, informazioni sulla formazione della coscienza dei clienti in merito all'utilizzo moderato, appuntamenti telefonici ai posti di viaggi

Modelli aziendali che promuovono la sufficienza tengono conto, con riferimento all'utilizzo, anche di principi quali lo scambio, la condivisione, la riparazione, e in relazione allo smaltimento, di principi quali il riciclaggio, il recupero e il trattamento. Promuovono attivamente un utilizzo moderato ad es. con prezzo convenienti, sistemi di incentivi, un periodo di garanzia più lungo, offerte di riparazione vantaggiose. In alternativa si parla anche dei quattro principi della sufficienza: sgombero, decelerazione, decartellizzazione e de-commercializzazione. **I prodotti possono considerarsi promotori della sufficienza** se hanno una lunga durata di vita, possono essere riparati e sono resistenti ai tempi e alle mode e possono essere inseriti in un ciclo (ad es. Cradle2Cradle) o possono essere smaltiti (ad es. materiali facili da separare).

Una **comunicazione con la clientela che promuova la sufficienza** mira a fare in modo che i clienti, gli acquirenti e i consumatori siano sensibilizzati e motivati a un utilizzo moderato.

Note sulla comunicazione:

- Il concetto di "comunicazione non ingannevole", ad es. *green washing*, è illustrato meglio nell'aspetto negativo D1.3 "Misure pubblicitarie negative".
- Le prime informazioni sulle conseguenze ecologiche sono ad es. informazioni brevi su singoli argomenti (emissioni di CO₂, consumo d'acqua ecc.) con l'intento primario di sensibilizzare e informare i clienti.
- Un'informazione standard significa che ogni comunicazione con il cliente comprende sempre anche informazioni di rilievo su conseguenze ecologiche.
- In modo completo ed esplicito significa ad esempio con informazioni di fondo sui nessi delle conseguenze ecologiche, sulle idee e le indicazioni per un utilizzo moderato e l'eventuale rinuncia ecc.
- Una parte sostanziale delle relazioni con i clienti significa ad es. che l'impresa fa riferimento attivamente alle alternative ecologicamente migliori (anche della concorrenza) o sconsiglia di effettuare l'acquisto.
- Nella misura in cui si utilizzano le informazioni sulle conseguenze ecologiche solo come pubblicità per aumentare i consumi e incrementare così l'utilizzo complessivo, si tratterebbe di un aspetto negativo, poiché nel complesso contribuirebbe ad aumentare le conseguenze ecologiche. La comunicazione delle conseguenze ecologiche dovrebbe pertanto tenere sempre conto della sufficienza.

Aspetto negativo D3.3: Accettazione consapevole di conseguenze ecologiche spropositate

Si valutano le azioni che analogamente ai due aspetti positivi comportano conseguenze ecologiche sproporzionatamente elevate. Con riferimento al concetto dei limiti di sopportazione planetari, questo significa un rapido superamento di tali limiti.

Domande del rapporto

- In quali settori si promuove o si accetta consapevolmente un utilizzo eccessivo tramite tariffazione, sistemi di incentivi, obsolescenza programmata ecc.?
- Per quali prodotti e servizi si rischiano di superare i limiti di sopportazione planetaria con un utilizzo o meno utilizzi da parte di ciascun individuo o con un livello di utilizzo pari o maggiore? (*1)



Livelli di valutazione e punteggi

A seconda dell'entità delle conseguenze ecologiche (in base al settore, al prodotto e alle dimensioni dell'azienda) si possono detrarre complessivamente fino a 100 punti.

In linea di principio 50 punti negativi possono valere per:

- accettazione consapevole di un utilizzo esagerato ad es. tramite tariffazione, sistemi di incentivi, obsolescenza programmata
- prodotti o servizi nel portafoglio con i quali solo con un utilizzo o con pochi utilizzi da parte di tutti gli uomini si superano i limiti di sopportazione planetaria



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Sono spropositati i prodotti e servizi che contribuiscono, nell'attuale combinazione delle conseguenze ecologiche per utilizzo e nell'usuale quantità/ modalità di impiego, proiettata sull'intera umanità, al superamento di uno di questi limiti (elettricità basata sul carbone, viaggi in aereo ecc.).

Con riferimento alla sufficienza, è considerata accettazione consapevole di conseguenze ecologiche sproporzionate il fatto che un'azienda miri ad aumentare di continuo l'utilizzo complessivo di prodotti e servizi con elevate conseguenze ecologiche, ad es.

- mediante un'obsolescenza programmata (compresa l'obsolescenza tecnica, psicologica ecc.)
 - tendenze e mode che cambiano molto rapidamente
 - sviluppo di modelli che si susseguono molto rapidamente in combinazione con l'obsolescenza psicologica programmata degli smartphone
- "risvegliare" attivamente esigenze, ad es. di viaggi lontani con l'aereo da parte delle agenzie di viaggio
- comunicazione ingannevole ("green washing", per maggiori spiegazioni vedasi l'aspetto negativo D1.3).

D4 Partecipazione dei clienti e trasparenza dei prodotti

La partecipazione dei clienti può fornire indicazioni di miglioramenti eco-sociali sostenibili dei prodotti, di innovazioni di prodotti e servizi e di uno sviluppo futuro del mercato di distribuzione. I clienti possono comunicare direttamente le loro esperienze alle imprese o condividerle tra loro, aumentando così la loro influenza.

Informazioni trasparenti sulle sostanze e componenti dei prezzi rendono evidente il valore (superiore), consentono ai consumatori di fare decisioni di acquisto fondate e al pubblico interessato di farsi un'opinione.



Un'impresa EBC...

- promuove il contatto diretto con i propri clienti e li coinvolge nello sviluppo dei prodotti.
- sfrutta il dialogo con i clienti per rendere più sostenibili prodotti e servizi e sostenere un consumo sufficiente.
- crea una trasparenza completa dei prodotti e la rintracciabilità lungo la catena di fornitura.



Domande iniziali

- Quali possibilità di parola o diritti di condivisione delle decisioni diamo ai nostri clienti?
- Come coinvolgiamo i clienti nello sviluppo dei prodotti e nelle ricerche di mercato?
- Quanto sono trasparenti le sostanze normali e pericolose dei nostri prodotti e le componenti tariffarie?

Aspetto D4.1: Partecipazione dei clienti, sviluppo comune dei prodotti e ricerca di mercato

La partecipazione fornisce ai clienti una voce ed esige una comunicazione senza filtri fino alla direzione aziendale. Lo sviluppo comune dei prodotti e la ricerca di mercato raccolgono idee e desideri dei clienti per migliorare prodotti esistenti, sviluppare nuovi prodotti o consentirne la diffusione tra i clienti. Occorre tener conto in particolare dei prodotti che maggiormente corrispondono ai criteri di sostenibilità. La ricerca di mercato serve a ottimizzare le esigenze dei clienti e la capacità dei clienti di prendere decisioni nel loro interesse.

Domande del rapporto

- Quali possibilità concrete di parola e diritti di condivisione delle decisioni sono concessi ai clienti e come avviene la comunicazione in merito?
- **Vengono accolti eventuali suggerimenti dei clienti per migliorare i prodotti e servizi all'insegna di un impegno sociale ed ecologico?**
- I prodotti e servizi con maggiore effetto di sostenibilità vengono sviluppati insieme ai clienti? (*1)
- A quale scopo si fanno le ricerche di mercato? (*1)

Indicatori vincolanti

- Quota di innovazioni di prodotti e servizi sorte con **suggerimenti da parte dei** ~~la partecipazione dei~~ clienti. (*1)
- Numero di innovazioni di prodotti e servizi con miglioramento socio-ecologico sorte con la partecipazione dei clienti.



Livelli di valutazione

Esemplare

Esiste una consulta dei clienti o analoghe forme istituzionalizzate di dialogo e condivisione delle decisioni.
Si attua quasi sempre il feedback costruttivo.
Avviene uno sviluppo comune di prodotti sostenibili.

Esperto

È realizzata una forma istituzionalizzata, aperta e trasparente di partecipazione dei clienti.
Il feedback costruttivo è perlopiù attuato.
I clienti vengono ascoltati per i processi di innovazione. I miglioramenti orientati alla sostenibilità comprendono il dialogo con i clienti.

Avanzato

Il feedback dei clienti viene raccolto sistematicamente e spesso attuato.
Nuovi sviluppi tengono conto dei desideri dei clienti.

Primi passi

Occasionalmente si cerca il feedback dei clienti.
Si affrontano occasionalmente i clienti rispetto ai miglioramenti dei prodotti.

Base

Non vi sono possibilità di partecipazione, approccio reattivo con feedback dei clienti.



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Nella partecipazione dei clienti vi sono iter informativi chiaramente definiti e si ha accesso allo scambio con la direzione aziendale e con i collaboratori dirigenti.

Lo sviluppo complessivo dei prodotti raccoglie gli input dei clienti. I gruppi di clienti orientati alla sostenibilità possono essere consultati per migliorare e diffondere innovazioni di prodotti particolarmente sostenibili.

La ricerca di mercato è esemplare anche se si stanno sondando le occasioni per una migliore qualità eco-sociale dei prodotti e servizi, ad es. una maggiore durata di vita o la possibilità di riciclaggio.

Aspetto D4.2: Trasparenza dei prodotti

Con la trasparenza dei prodotti diventa evidente il valore eco-sociale (maggiore) dei prodotti e servizi e si può rintracciare la sostenibilità lungo la catena di creazione del valore. Questo serve a un'equa formazione dei prezzi e alla discussione con i partner della catena di fornitura, compresa l'opinione pubblica interessata.

Domande del rapporto

- Quanto pubbliche e trasparenti sono le informazioni sui prodotti? (*1)
- In quale misura si indicano tutte le sostanze e le informazioni di rilievo a livello ecologico?
- Quali informazioni sono indicate in merito alla formazione dei prezzi lungo la catena di fornitura?
- Che cosa si sa dell'entità dell'inquinamento socio-ecologico causato dai prodotti e servizi e non compreso nei prezzi (cosiddetta esternalizzazione)? (*1)

Indicatori vincolanti

- Quota dei prodotti con sostanze indicate (in % del fatturato).
- Quota dei prodotti e servizi con componenti del prezzo pubblicate (in % del fatturato).
- Entità dei conti esternalizzati di prodotti e servizi. (*1)

Livelli di valutazione

Esemplare

Indicazione completa dei prodotti e ripartizione percentuale di tutte le componenti del prezzo.
Prova trasparente dell'esternalizzazione dei costi.

Esperto

I clienti vengono informati ampiamente sulle sostanze e i rischi dei prodotti. Origine e componenti del prezzo sono perlopiù pubblicate per prodotti e processi.

Avanzato

I passaggi della catena di creazione del valore sono parzialmente accessibili al pubblico.
Le componenti del prezzo sono in parte pubblicate.

Primi passi

Una panoramica interna sulla catena di creazione del valore è in parte presente.
Esiste un concetto relativo alla pubblicazione delle componenti del prezzo.

Base

Ci si attiene agli obblighi di dichiarazione prescritti per legge.

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Una procedura esemplare sarebbe la pubblicazione di informazioni quantificate sul ciclo di vita di tutti i prodotti per quanto riguarda fornitori, sostanze e rischi socio-ecologici.

I costi esternalizzati sorgono al di fuori dell'azienda e gravano sulla collettività.

Aspetto negativo D4.3: Mancata indicazione di sostanze pericolose

I prodotti possono contenere sostanze che potrebbero generare danni di salute ai clienti o all'ambiente. Anche in caso di utilizzo dei prodotti conforme alle disposizioni si possono avere effetti collaterali dannosi. Queste sostanze e gli effetti collaterali relativi al consumo comportano rischi sui quali occorre essere informati.

Domande del rapporto

- I prodotti contengono sostanze nocive per i clienti o l'ambiente?
- Vi sono effetti collaterali nocivi in caso di impiego adeguato dei prodotti?

Indicatori vincolanti

Quota dei prodotti con sostanze nocive o rischi relativi al consumo che non vengono dichiarati in modo trasparente al pubblico (in % del fatturato).

Livelli di valutazione e punteggi

Al massimo -200 punti nei seguenti casi:

- le sostanze pericolose non vengono dichiarate (almeno 50 punti, aumentano con il grado di pericolo).
- Non si fanno presenti i possibili effetti collaterali dannosi (almeno 50 punti, aumentano con il grado di pericolo).

E1 Senso e impatto dei prodotti e servizi sulla società

Il senso e lo scopo di un'impresa orientata al bene comune è di produrre e offrire esclusivamente prodotti e servizi che forniscono un contributo attivo al bene comune. Ciò significa che sono necessari per una vita fisicamente e psichicamente sana e semplice (sufficiente) e che sono prodotti in maniera tollerabile a livello sociale e quanto più sostenibile possibile a livello ecologico. Inoltre, le imprese orientate al bene comune offrono soluzioni per le principali sfide dell'umanità, ad es. la lotta alla povertà, un'alimentazione ad alto valore nutritivo per tutti gli uomini, educazione, salute e la soluzione di malcostumi sociali.



Un'impresa EBC...

- fornisce con la propria offerta un contributo a una vita buona per tutti e copre il fabbisogno di base per quante più persone possibile – anche per gruppi sociali svantaggiati e inferiori.
- promuove con i suoi prodotti e servizi la salute o lo sviluppo personale degli individui e della collettività.
- rinuncia a prodotti e servizi con rischi sociali, ecologici e di salute negativi.



Domande iniziali

- In quale forma i nostri prodotti e servizi sono utili per il fabbisogno di base, la crescita personale delle persone, il rafforzamento della comunità o la rigenerazione della terra?
- Quali effetti e conseguenze sociali derivano dalla produzione e dall'utilizzo dei nostri prodotti e servizi?

Aspetto E1.1: Prodotti e servizi coprono il fabbisogno di base e sono utili a una buona vita

Molti prodotti e servizi nel mondo occidentale sono un lusso di breve durata e offrono perlopiù un vantaggio di base di poco conto per i clienti. Il puro orientamento ai consumi è in contraddizione alle risorse ecologiche sul nostro pianeta. Inoltre, questo livello di consumi in aumento unilateralmente mette a rischio la coesione sociale della comunità umana.



Domande del rapporto

- Quali delle nove esigenze di base (v. sotto) soddisfano i prodotti e servizi dell'impresa? (*1)

- Quali dei prodotti e servizi sono prodotti di lusso che servono perlopiù "solo" al proprio status sociale e che potrebbero essere sostituiti da prodotti e servizi più economici che consumano meno risorse di una vita semplice o buona?
- In quale forma i prodotti e servizi fungono alla crescita personale degli uomini o alla salute?
- Quali problemi sociali o ecologici (regionali o globali) vengono risolti o attenuati dai prodotti e servizi?

Indicatori vincolanti

Quota del tipo di beneficio in % del fatturato totale:

- Esigenze soddisfatte:
 - esigenze di base (... %)
 - status symbol o lusso (... %)
- Utile allo sviluppo...
 - degli uomini (... %)
 - della terra/ biosfera (... %)
- Risolve problemi sociali o ecologici conf. agli obiettivi di sviluppo dell'ONU (... %)
- Vantaggi dei prodotti/ servizi:
 - vantaggio multiplo o vantaggio semplice (... %)
 - vantaggio inibitorio o pseudovantaggio (... %)
 - vantaggio negativo (... %)



Livelli di valutazione

Esemplare

Gran parte dei prodotti/ servizi risolve problemi sociali essenziali ai sensi degli obiettivi di sviluppo dell'ONU. Soluzioni innovative visionarie per le principali sfide dell'umanità sono attuate.

Esperto

Tutti i prodotti/ servizi servono al fabbisogno di base o allo sviluppo personale degli individui o alla diversità della biosfera senza effetti negativi.
B2B: anche gran parte dei clienti soddisfa questi requisiti.

Avanzato

I prodotti/ servizi soddisfano perlopiù esigenze di base per una vita sana e buona. Gran parte dei prodotti/ servizi serve inoltre al sano sviluppo degli uomini. Nessuno dei prodotti o servizi soddisfa pseudovantaggi, vantaggi negativi o vantaggi inibitori.

Primi passi

I prodotti/ servizi soddisfano perlopiù esigenze di base per una vita sana e buona. Una minoranza dei prodotti/ servizi soddisfa pseudovantaggi, vantaggi negativi o vantaggi inibitori.

Base

Tutti i prodotti/ servizi servono più allo status che al fabbisogno di base o soddisfano pseudovantaggi, vantaggi negativi o vantaggi inibitori.

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Nella valutazione, i prodotti e servizi dell'impresa devono essere classificati in base a criteri di soddisfazione delle esigenze di base per una vita semplice e buona o di corrispondenza a lusso non indispensabile.

Secondo M. Max-Neef e M. Rosenberg, le seguenti nove esigenze sono da intendersi come **esigenze di base** dell'umanità:

1. Sostentamento/ salute/ benessere
2. Protezione/ sicurezza
3. Affetto/ amore
4. Comprensione/ empatia
5. Partecipazione/ sicurezza affettiva
6. Tempo libero/ relax
7. Attività creative
8. Identità/ senso
9. Libertà/ autonomia

Inoltre occorre valutare il **tipo di vantaggi** per i clienti (v. Max-Neef). Prodotti/ servizi con vantaggi multipli devono essere giudicati con più punti, seguiti da vantaggi semplici, vantaggi inibitori e pseudovantaggi. Per i vantaggi negativi vedasi l'aspetto negativo più in basso.

- Vantaggio multiplo: il prodotto o servizio soddisfa diversi vantaggi positivi, ad es. l'allattamento di un neonato soddisfa il fabbisogno nutritivo di base così come il fabbisogno di attenzioni.
- Vantaggio semplice: il prodotto o servizio soddisfa solo vantaggi semplici, ad es. una manifestazione sportiva soddisfa SOLO il vantaggio di organizzare il tempo libero.
- Vantaggio inibitorio: le trasmissioni televisive, ad esempio, soddisfano l'esigenza di organizzare il tempo libero, ma possono inibire la creatività e l'autonomia.
- Pseudovantaggi: nella medicina meccanicistica ad esempio ("Per ogni malattia c'è una pastiglia"), spesso non si risolve il problema in modo radicale, se ne combattono solo i sintomi. Nel peggiore dei casi, questo può portare a uno slittamento dei sintomi.
- Vantaggio negativo: prodotti e servizi che ostacolano perfino l'adempimento delle esigenze di base, ad esempio le centrali nucleari, le armi, le slot machine o i video violenti.

Sfide sociali v. obiettivi di sviluppo dell'ONU nelle informazioni online di approfondimento.

Aspetto E1.2: Impatto dei prodotti e servizi sulla società

Con la loro offerta e le loro attività, le imprese orientate al bene comune generano, oltre ai vantaggi per i clienti, una trasformazione socioculturale per risolvere le principali sfide dell'umanità, ad es. la lotta alla povertà, un'alimentazione ad alto valore nutritivo per tutti gli uomini, educazione, salute e la soluzione a malcostumi sociali. Qui si tratta soprattutto dell'effetto tra gli stakeholders, oltre i propri clienti.

Domande del rapporto

- In quale forma i prodotti e servizi aiutano a rafforzare la comunità nella vita privata e professionale? (*1)
- Quali gruppi di interesse vengono raggiunti dalle attività al di fuori dell'azienda? Con quali misure? (*1)
- Che cosa producono concretamente le misure **nella società**? Dal know-how all'atteggiamento diverso, da mutati motivi attitudinali a cambiamenti dello stile di vita?

Indicatori vincolanti

- Tipo e numero di attività/ misure all'anno (*1)
- Numero di persone raggiunte, ad es. lettori, visitatori (*1)

Livelli di valutazione

Esemplare

Le abitudini (di consumo) delle persone (anche non clienti) variano in seguito alle attività imprenditoriali, ad es. acquisti dal contadino anziché al supermercato.

Nuovi approcci con soluzioni reattive per cambiare le abitudini.
Comunicazione pluriennale integrata.

Esperto

Il know-how e le abitudini delle persone (anche di chi non è cliente) cambiano. Nasce consapevolezza in merito ai problemi sollevati dalle sfide sociali, ad es. la scelta di riparare anziché acquistare prodotti nuovi, di riciclare anziché buttarli via.

Avanzato

Le informazioni su nuove possibili soluzioni raggiungono le persone oltre i propri clienti, ad es. informazioni sui vantaggi dell'agricoltura ecologica per la creazione regionale di valore aggiunto e salute.

Primi passi

Occuparsi di problemi ecologici e sociali gravi nel settore, esecuzione di prime analisi e pianificazioni per trovare soluzioni ai problemi, ad es. analisi dell'obsolescenza pianificata degli elettrodomestici.

Base

L'azienda non si occupa né degli effetti e delle conseguenze sociali positive, né di quelli negativi.

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

L'impatto sulla società va oltre la pura sfera dei clienti. Si considera qui quale parte dell'umanità non direttamente appartenente all'impresa viene raggiunta, ad es. vicini, persone nella regione, comune, organizzazioni non governative nazionali e internazionali, comitati cittadini.

Per valutare l'impatto è importante che i temi e i contenuti della comunicazione vadano oltre la pura informazione dei prodotti, ad es. ...

- Informazioni supplementare sulla confezione
- Un supermercato bio offre workshop sul tema della cosiddetta "ecologia profonda"
- Un contadino biologico effettua visite guidate sul campo per trasmettere il know-how sui nessi ecologici

Sfide sociali v. obiettivi di sviluppo dell'ONU nelle informazioni online di approfondimento.

Aspetto negativo E1.3 Prodotti e servizi disumani

Definiamo "disumani" i prodotti e servizi quando hanno conseguenze negative...

- sulla vita
- sulla salute, sia fisica sia psichica, degli esseri viventi
- sulla libertà dell'individuo
- sulla natura

Domande del rapporto

- Quali conseguenze dirette e indirette hanno i prodotti e servizi sulla vita e la salute degli esseri viventi?
- Quali conseguenze hanno sulla libertà degli individui e sulla biosfera del nostro pianeta?

Indicatori vincolanti

- 1) Quota di fatturato dei prodotti e servizi non etici qui elencati
- 2) Quota dei clienti che producono o vendono a loro volta prodotti di questo genere

Livelli di valutazione e punteggi

Quota di fatturato dei prodotti/ servizi "non etici"	Punti in detrazione
fino al 2%	100 punti negativi
fino al 5 %	150 punti negativi
oltre il 5%	200 punti negativi

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

I seguenti prodotti e servizi sono a nostro parere disumani:

- Prodotti e servizi per scopi militari, soprattutto armi di distruzione di massa (produttori di armi messe al bando secondo la dichiarazione dell'ONU), armi CBRN (chimiche, biologiche, radiologiche e nucleari), munizioni a grappolo (bombe *cluster*), mine antiuomo – Eccezione: armi con più del 90% di impiego civile o poliziesco
- Costruzione ed esercizio di centrali nucleari, impianti di trattamento nucleare o siti di smaltimento nucleare, incenerimento di materiale radioattivo ed estrazione dell'uranio
- Emissione di organismi geneticamente modificati (animali e piante)
- Produzione di cloro, sostanze di base clororganiche e sostanze generate con l'ausilio del cloro, in particolare nell'ambito delle plastiche
- Produzione e vendita di prodotti chimici che distruggono lo strato di ozono
- Produzione di prodotti chimici per uso agricolo (pesticidi, fungicidi, erbicidi)
- Produzione e utilizzo di sementi e piante geneticamente modificate
- Violazioni eclatanti dei diritti dell'uomo
- Impiego di lavoro minorile
- Produzione di alcol, droghe, tabacco e prodotti da fumo (ad eccezione di vino, birra, alcolici per "bevitori occasionali" e droghe a scopo medico)
- Grande quantità di zucchero in pietanze e bevande sebbene ciò non sia necessario o sia occultato ("solo zucchero naturale", "senza aggiunta di zucchero" ecc.)
- Produzione e vendita di prodotti pornografici e di intrattenimento che esalta la violenza come giochi per computer non utili a scopi educativi
- Esercizio del trasporto aereo di passeggeri o merci se superiore al 10% dell'attività
- Prodotti basati su sperimentazione animale non prescritta per legge (ad es. cosmetici, detersivi)
- Gioco d'azzardo: produzione e commercio di gioco e apparecchi per gioco d'azzardo, scommesse in cui si può perdere del denaro
- Ricerca sugli embrioni
- *Media* il cui contenuto per oltre il 75% NON è utile alla formazione continua o a un intrattenimento culturalmente sostenibile/ non violento
- Produzione di materie prime dagli effetti ambientali dubbi/ controversi, ad es. gas di scisto e sabbie bituminose
- Produzione o esercizio di impianti con emissioni di sostanze tossiche o elettrosmog, ad es. pali e antenne per la telefonia mobile su abitazioni con inquinamento > 0,4 microtesla
- Produzione tradizionale e commercio di prodotti animali (eccezione: la salute e il benessere degli animali in base agli standard bio dell'UE)

E2 Contributo per la collettività

Ogni impresa e ogni organizzazione agiscono in un contesto sociale e all'interno di una comunità. La collettività (data da istituzioni dello Stato e della società civile) mette a disposizione strumenti importanti per le attività imprenditoriali. A sua volta, la società si attende anche un contributo adeguato di tutti per il mantenimento e l'ulteriore sviluppo di tali strutture. Oltre alle tasse e alle imposte prescritte dalla legge, vi è un'ampia gamma di prestazioni materiali o immateriali fornite dalle organizzazioni e che promuovono oppure danneggiano la collettività.



Un'impresa EBC...

- fornisce tramite le imposte e gli oneri sociali un contributo equo e adeguato alla collettività in misura proporzionale alla creazione di valore nella rispettiva regione.
- utilizza i finanziamenti della mano pubblica solo nella misura in cui questi servono allo sviluppo dell'impresa e aumentano pertanto a medio termine la creazione di valore nella rispettiva regione.
- impiega le sue capacità e risorse specifiche per rafforzare le iniziative della società civile in seno alla collettività al di là dei propri interessi.
- sfrutta i suoi contatti con l'amministrazione e i responsabili politici per favorire il bene comune e non principalmente i propri interessi. Non fa segreto di tali contatti e flussi finanziari.
- stabilisce misure strutturali per impedire la corruzione e l'evasione fiscale illecita internamente e presso i partner commerciali diretti.



Domande iniziali

- Come creiamo un giusto equilibrio tra ciò che facciamo per la collettività e ciò che ne ricaviamo?
- Quale forma di impegno sociale esercitiamo? Qual è l'obiettivo di queste attività?
- A quanto ammonta il nostro interesse personale in queste attività? Con il nostro impegno otteniamo un vantaggio ulteriore (consapevolmente programmato)?
- Quali sono le conseguenze delle nostre azioni? Quali effetti sociali otteniamo (a livello individuale, strutturale)?
- Come garantiamo che, con le nostre azioni, impediamo o perlomeno non favoriamo azioni illecite quali l'evasione fiscale o la corruzione?

Aspetto E2.1: Imposte e oneri sociali

Ogni organizzazione beneficia della collettività, a livello individuale, con sovvenzioni e finanziamenti, ma anche come membro della società, ad esempio grazie alle prestazioni delle istituzioni comunali e all'infrastruttura presente. Per finanziare queste prestazioni si prelevano le tasse e gli oneri sociali.

Domande del rapporto

- Quale contributo materiale diretto fornisce l'impresa in favore della collettività (ad es. sotto forma di imposte sul reddito, imposte sul monte retribuzioni e contributi sociali)?
- Quali sostegni materiali diretti riceve l'impresa dalla collettività (ad es. sovvenzioni e finanziamenti alle aziende)? (*1)
- Quale contributo materiale indiretto fornisce l'impresa tramite la creazione di posti di lavoro e le tasse e imposte ad essi legate (versando le imposte sul reddito e i contributi sociali dei collaboratori)? (*1)

Indicatori vincolanti

Fatturato

Quota al netto delle imposte – sono da calcolare:

- le imposte sul reddito effettivamente pagate (imposta sul reddito, imposta sulle società)
 - imposte in base al monte retribuzioni e contributi previdenziali dei datori di lavoro
 - differenza tra la somma lorda e netta dei salari (somma dell'imposta sul reddito e contributi previdenziali dei lavoratori subordinati, al netto di tutte le sovvenzioni e gli incentivi per le aziende
- Queste imposte nette sono riferite alla creazione di valore dimostrata (utile prima delle imposte più interessi per capitale di terzi più entrate da locazioni e affitti) e danno pertanto la quota al netto delle imposte.

Livelli di valutazione

Esemplare

L'impresa fornisce un contributo superiore alla media.
Si trovano soluzioni innovativi per fornire, oltre alla propria attività economica, un contributo superiore alla collettività.

Esperto

L'impresa fornisce tramite imposte e contributi previdenziali un contributo equiparabile al lavoratore subordinato.
La quota di imposte è un aspetto rilevante per la direzione aziendale.

Avanzato

L'impresa stabilisce misure concrete per fornire un contributo adeguato mediante imposte e oneri sociali.

Primi passi

Le imposte e gli oneri sociali sono noti nel dettaglio e indicati.

Base

Imposte e oneri vengono pagati correttamente.
Un'ottimizzazione fiscale avviene solo nel quadro legittimo.
A incentivi si ricorre solo in prospettiva a una possibilità successiva di rimborso (ad es. mediante future prestazioni fiscali), ma non per migliorare l'utile aziendale.

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

La **quota netta di imposte** può essere considerata come metro di misura per una prestazione contributiva adeguata. È riferita alla quota media di imposte di lavoratori autonomi nel rispettivo paese (tasse sul reddito e contributi previdenziali riferiti al reddito lordo = valore di riferimento). In quanto Corporate Citizens, le imprese dovrebbero raggiungere almeno una quota pari o superiore di imposte.

Aspetto E2.2: Contributi volontari per rafforzare la collettività

Oltre alle imposte prescritte per legge, molte organizzazioni prestano anche contributi volontari, o sotto forma di donazioni finanziarie o risorse materiali oppure fornendo lavoro e sfruttando reti e contatti per sostenere iniziative della società civile e a vantaggio della collettività ("lobbying positivo").

Domande del rapporto

- Quanto denaro, risorse e lavoro concreto viene speso per l'impegno sociale volontario dell'impresa? (compilazione di un elenco delle attività con indicazione del valore monetario)
- Com'è possibile valutare il vantaggio personale di queste misure in relazione al vantaggio sociale? (*1)
- Quali modifiche sostenibili operano le attività volontarie dell'impresa? O forse servono principalmente ad alleviare sintomi?
- Queste tematiche sono ben radicate? Quali esperienze ha già raccolto l'impresa in tal senso? Quanto è stabile l'impegno? (*1)
- Qual è la strategia complessiva o la visione dell'impegno volontario? (*1)

Indicatori vincolanti

Valori monetari, prestazioni volontarie per la collettività meno la quota di vantaggio personale di queste prestazioni (in percentuale del fatturato o dell'orario di lavoro annuale complessivo).



Livelli di valutazione

Esemplare

Le prestazioni volontarie raggiungono un livello molto elevato ed esistono effetti sostenibili positivi comprovati in molti settori. Esiste una gestione consolidata degli effetti e un'assunzione pluriennale delle responsabilità.

Esperto

Vaste prestazioni volontarie vengono fornite in diversi ambiti e su lunghi periodi. Gli effetti sono comprovati.

Avanzato

Le prestazioni volontarie avvengono in ampia misura e solo in contesti di efficacia plausibile. Vi sono prime forme di verifica dell'efficacia.

Primi passi

L'impresa è consapevole dei propri contributi a favore della collettività e li rende pubblici. Vi sono prestazioni volontarie minime puntuali senza verifica dell'efficacia.

Base

Non vi sono prestazioni volontarie a favore della collettività.



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Le **prestazioni volontarie** devono essere valutate in maniera tanto maggiore quanto più l'impresa impiega le proprie competenze centrali e i fattori produttivi individualmente disponibili (terreno, capitale, lavoro e know-how) e quanto minore è il vantaggio personale che ne trae.

Oltre alle prestazioni fornite dalle imprese occorre valutare soprattutto l'**efficacia** di queste misure (l'impronta "sociale"). Sono considerate efficaci reali modifiche per gruppi target specifici o per la società nel suo complesso. Gli effetti si mostrano in un maggiore know-how, in una maggiore capacità e in un'attitudine più positiva del rispettivo gruppo target, ma possono comprendere anche cambiamenti strutturali sostenibili nella collettività (ad es. consolidamento di istituzioni sociali, creazione di beni comuni o consolidamento della fiducia sociale).

Le prestazioni sono quantificabili come misure monetizzabili (% del fatturato annuo o dell'orario di lavoro annuo pagato o fatturabile impiegato per i contributi volontari a favore della collettività).

La valutazione si basa sull'efficienza dell'impresa. I contributi volontari possono tuttavia essere limitati per determinate forme organizzative (soprattutto nell'ambito non-profit). Di questo aspetto occorrerà tener conto nella valutazione.

Misure singole puntuali sono meno sostenibili di un impegno duraturo.

Occorre apprezzare in particolare l'assunzione della responsabilità per una misura. (Una pura attività di donazione avviene senza assunzione della responsabilità, mentre l'esercizio di un'istituzione formativa per i cittadini svantaggiati richiede un impegno decisamente maggiore).

Anche l'ampiezza (varietà) e profondità (rispetto alle cause dei problemi) delle misure sono rilevanti.

Aspetto negativo E2.3: Evasione fiscale illecita

L'evasione fiscale illecita indica tutte le pratiche legali e illegali che fanno sì che le imprese non versino oppure versino in misura insufficiente prestazioni (sotto forma di imposte e oneri sociali) per la collettività nei paesi in cui generano creazione di valore.

Soprattutto i grandi gruppi attivi a livello internazionale dispongono ormai di ampie possibilità di azione per sfruttare le differenze fiscali tra i diversi paesi al fine di ridurre al minimo il loro carico fiscale complessivo. La loro prestazione fiscale fattiva si situa pertanto ben al di sotto di quella delle piccole e medie imprese nei rispettivi paesi.

Questo aspetto negativo riguarda soprattutto le grandi aziende o imprese che interagiscono con altre in un gruppo internazionale. Occorrerà badare inoltre anche al commercio online internazionale e all'economia digitale, dove sussistono notevoli rischi.

Non sono qui considerate tutte le attività che comportano una riduzione legittima del carico fiscale di un'impresa (una consulenza fiscale corretta informa unicamente in merito a tali possibilità).

Domande del rapporto

- **Con quale misure l'azienda evita l'evasione fiscale illecita?**
- Quali rischi sussistono nell'azienda rispetto all'evasione fiscale illecita? Occorre considerare in particolare i seguenti aspetti: (*1)
 - Gli utili vengono spostati tra paesi diversi? Qual è la ragione per farlo?
 - I tassi d'interesse, le royalty o altre indennità per prestazioni immateriali all'impresa vengono pagate in altri paesi?
 - Ci sono partner commerciali in cosiddette oasi fiscali?
 - Esiste il rischio che nel corso delle transazioni finanziarie dei fondi confluiscono non documentati in canali privati o che venga riciclato denaro sporco?
 - I beneficiari economici di tutti i partner commerciali e finanziari sono apertamente dichiarati?
 - Le transazioni finanziarie internazionali sono trasparenti? Esiste un reporting specifico al paese?
 - Quali misure sono state adottate nell'azienda per combattere questi rischi?

Indicatori vincolanti

L'impresa è parte di un gruppo internazionale, agisce d'intesa con altri partner internazionali o partecipa all'economia digitale (transnazionale)? In tal caso devono essere divulgate tutte le succursali, le imprese legate o i partner commerciali all'estero verso i quali defluisce una parte rilevante del fatturato (a partire dal 10%). (*1)

Reporting specifico ai paesi: (*1)

- Fatturato
- Creazione di valore: utile prima delle imposte più interessi su capitali di terzi più entrate da locazioni e affitti

- Volume degli investimenti
- Numero di dipendenti, monte retribuzioni lordo, monte retribuzioni netto
- Prestazione fiscale e oneri sociali (suddivisi in base ai tipi di imposte: imposte sul reddito, imposta sul monte retribuzioni ecc.)
- Finanziamenti
- Pagamenti di interessi e pagamenti per prestazioni immateriali (soprattutto royalty) a succursali o partner esteri



Livelli di valutazione e punteggi

La valutazione dovrebbe basarsi sulla quota delle imposte effettivamente prestate in un paese in relazione alla prestazione fiscale teorica che risulterebbe dalla creazione di valore.

Poiché tali dati non sono tuttavia di pubblico accesso in caso di evasione fiscale illecita, occorre esaminare a livello critico tutte le attività di un'impresa che sembrano adatte a favorire l'evasione fiscale.

Per tutte le pratiche qui menzionate occorre detrarre 50 punti ciascuna (al massimo -200):

- È stato dimostrato un caso di falso in bilancio ai fini di evasione fiscale.
- Non si ha trasparenza in merito alla base delle transazioni finanziarie internazionali o in merito ai beneficiari economici delle aziende.
- Avviene un trasferimento non adeguato degli utili tra le succursali di un'impresa o tra le imprese partner in paesi con minori imposte sugli utili.
- L'investimento di fondi avviene in paesi con imposte sul capitale inferiori.
- Si è registrato uno spostamento delle centrali del gruppo o delle succursali, una collaborazione con partner o persino una fondazione di sedi societarie fittizie in piazze finanziarie ombra al fine di occultare degli utili o sfruttare un'imposizione inferiore sul reddito.



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

La valutazione deve basarsi sul potenziale a rischio della relativa impresa. Le piccole e medie imprese con attività commerciale prevalentemente regionale hanno *de facto* poco potenziale per compiere illeciti in termini di evasione fiscale. Quanto più è grande e internazionale il raggio d'azione di un'impresa, maggiore è il rischio.

Insieme al rischio aumentano pertanto anche i requisiti di trasparenza.

In presenza di un notevole potenziale di pratiche del genere, è compito dell'impresa dimostrare mediante la relativa trasparenza che non partecipa ad alcuna pratica illecita di evasione fiscale. In caso di dubbio, ai fini di una detrazione dei punti è sufficiente un'ipotesi non confutata.

Aspetto negativo E2.4: Mancata prevenzione della corruzione

La corruzione comprende tutte le pratiche che comportano un danneggiamento delle istituzioni della collettività a causa di interessi privati. Per corruzione qui non s'intende solo la corruzione attiva

(ovvero la frode) di pubblici ufficiali, ma anche un lobbying poco trasparente, nepotismo ("clientelismo"), appropriazione indebita del patrimonio comune (ad es. tramite assegnazione indebita di sovvenzioni, attribuzione di appalti eludendo l'obbligo di gara pubblica) o il finanziamento illecito di partiti e campagne elettorali.

La corruzione è perlopiù legata a vantaggi ingiustificati per pubblici ufficiali o mandatari. Possono essere di natura materiale o immateriale.

Le imprese sono invitate ad adottare misure nel loro ambito d'influenza per ostacolare la corruzione, portarla alla luce e poterla eliminare.

Domande del rapporto

- Quali rischi di corruzione vi sono nell'impresa, presso i fornitori e clienti?
- Quali misure sono state impiegate nell'ambito degli acquisti e delle vendite per ostacolare effettivamente la corruzione?
- Con quale attenzione si curano i contatti con i pubblici ufficiali e i responsabili politici? (*1)
- Quali attività di lobbying esercita l'impresa?
- Quali donazioni avvengono da parte dell'impresa ai partiti politici? (*1)
- Come si esercita la formazione della coscienza tra i collaboratori? (*1)
- Come si adottano provvedimenti contro la corruzione nei processi decisionali?
- Come si portano alla luce conflitti di interesse (interessi personali rispetto a interessi aziendali) e quali norme di condotta sono vigenti in materia? (*1)

Indicatori vincolanti

- Sono rese note le donazioni a partiti? (*1)
- Sono rese note tutte le attività di lobbying (registrazione nel registro di lobbying) e le spese di lobbying? (*1)
- Si esortano i collaboratori a denunciare la corruzione? Viene offerta loro la relativa protezione (l'anonimato)?
- Esistono una destinazione vincolata e un controllo del budget per scopi sociali (v. aspetto positivo: contributi volontari per rafforzare la collettività)? (*1)

Livelli di valutazione e punteggi

La valutazione punta a misure che sono adatte a impedire la corruzione o a trattarla in modo adeguato.

Per tutte le lacune qui menzionate occorre detrarre al massimo 50 punti ciascuna (al massimo -200):

- Mancanza di trasparenza: mancata pubblicazione di donazioni ai partiti, mancata registrazione nel registro di lobbying, mancata registrazione di conflitti di interesse

- Mancata formazione della coscienza e funzione di esempio del management rispetto ai rischi legati alla corruzione: mancanza di codice di condotta, mancata informazione o formazioni in ambiti critici, mancata consapevolezza per sanzioni in caso di comportamenti sbagliati
- Mancanza di misure strutturali per la prevenzione, la scoperta o l'eliminazione della corruzione: manca la possibilità di segnalare casi di corruzione, manca la protezione dei cosiddetti "whistleblower", manca la separazione delle funzioni, manca il principio del doppio controllo
- Mancanza di clausole contrattuali di difesa dalla corruzione (nei contratti di lavoro, con i fornitori o con i clienti).



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Ogni impresa dovrebbe individuare possibili rischi di corruzione. A seconda del rischio, le misure devono essere circoscritte in maniera più o meno ampia. Di conseguenza, la gamma di valutazioni negative può essere adeguata anche a ogni aspetto parziale.

Le norme di trasparenza si riferiscono sia alle attività aziendali sia ai dati riferiti alla persona:

- Accettare regali
- Accettare attività retribuita al termine del periodo di carica
- Indicare tutti gli interessi finanziari e gli attivi patrimoniali che possono portare a conflitti di interessi nell'esercizio di una funzione
- Attività secondarie

Tipiche misure strutturali di prevenzione della corruzione comprendono in ogni caso:

- Rotazione
- Principio del doppio controllo
- Principio della separazione dei compiti tra ordinatori e contabili
- Obbligo di notifica di istruzioni illecite
- Accesso trasparente a documenti critici
- Iscrizione nel registro dei rappresentanti di interessi (registro delle lobby)

E3 **Riduzione delle conseguenze ecologiche**

Le imprese possono fornire un contributo sostanziale per contrastare il superamento dei limiti planetari modificando i loro processi interni di produzione, elaborazione e lavoro e conseguire pertanto la riduzione delle conseguenze ecologiche ad essi legate. Nel ciclo di vita sono centrali i processi interni tra il rilevamento delle materie prime dai fornitori e la consegna dei prodotti ai clienti. Anche il design dei prodotti può contribuire alla riduzione di queste conseguenze.

Un'impresa EBC...

- raffigura il ciclo di vita dei propri prodotti e servizi in seno all'azienda e rileva e documenta le rispettive conseguenze ambientali.
- si occupa attivamente delle conseguenze ecologiche dell'attività imprenditoriale.
- riduce continuamente le conseguenze ecologiche negative e organizza le proprie procedure e i processi in maniera poco inquinante, efficiente in termine di risorse e in economia.
- comunica i risultati e progressi compiuti all'interno del settore e ad altri stakeholders interessati.

Domande iniziali

- Come individuiamo conseguenze ambientali potenzialmente dannose e come le evitiamo?
- Quali confronti rispetto alle conseguenze ecologiche causate dai processi di produzione si possono fare con imprese dello stesso settore o nella regione, e quali conseguenze traiamo da tale confronto?

Aspetto E3.1: Conseguenze assolute / Management & strategia

Ai sensi di un'economia sostenibile in termini ecologici, ogni impresa è invitata a limitare le proprie conseguenze ecologiche. L'obiettivo è la riduzione del consumo di risorse e delle emissioni e la limitazione dell'utilizzo di sostanze, tecnologie e processi pericolosi. Un sistema di gestione ambientale consolidato deve aiutare a definire strategie e responsabilità, a pianificare misure, ad attuarle e a verificarne l'efficacia.

Domande del rapporto

- Quali conseguenze ambientali negative hanno i processi aziendali di produzione e di lavoro? Occorrerà tenere conto in particolare delle seguenti categorie di effetti standard definite e delle relative cause scatenanti:
 - Emissioni con impatto sul clima (CO₂, N₂O, CH₄, ...)
 - Polveri sottili ed emissioni inorganiche
 - Emissioni di sostanze ai clorofluorocarburi (che riducono lo strato di ozono)
 - Emissioni che contribuiscono all'acidificazione (NO_x, SO_x, CO₂)
 - Emissioni che promuovono la formazione fotochimica dell'ozono (composti organici, NO_x, SO_x)
 - Radiazioni ionizzanti
 - Emissione o impiego di sostanze tossiche
 - Fertilizzazione nell'agricoltura (eutrofizzazione)
 - Consumo di terra
 - Consumo di acqua e minerali (esaurimento delle risorse)
- Quali dati relativi alle conseguenze ambientali di rilievo nella rispettiva impresa - emissioni, rumore, rifiuti, beni di consumo, consumo di energia, acqua e corrente (conti ambientali) - vengono rilevati e pubblicati?

Indicatori vincolanti

In base al campo di attività dell'impresa occorre riferire i conti ambientali di rilievo:

Conto ambientale	misurato in
Emissioni di gas che hanno un impatto sull'ambiente	kg
Trasporti (e relativo equivalente CO ₂)	km o kg
Consumo di benzina (e relativo equivalente CO ₂)	litri o kg
Consumo di corrente (e relativo equivalente CO ₂)	kWh o kg
Consumo di gas (e relativo equivalente CO ₂)	kWh o kg
Energia utilizzata per il riscaldamento (rispetto alla relativa temperatura media)	kWh/°C
Consumo di acqua potabile e acqua piovana	m ³

Consumo di sostanze chimiche (velenose, non velenose)	kg
Consumo di carta	kg
Impiego di altri materiali di consumo	kg
Utilizzo di luce artificiale	Lumen, kwh
Emissioni di inquinanti e altre conseguenze ambientali	pari alla rispettiva categoria di effetti standard

I rispettivi valori misurati dovrebbero essere trasposti in base a indicatori di rilievo per l'azienda (ad es. kg CO₂ per collaboratore o rispetto al fatturato). I riferimenti possono quindi essere utilizzati per verificare il raggiungimento dell'obiettivo di "riduzione".



Livelli di valutazione

Esemplare

L'impresa pubblica questi dati e si presenta con i risultati in collaborazione ad altre imprese del settore. Raggiunge al massimo quattro punti di valutazione (v. tabella sotto "Ausili per la valutazione / Interpretazioni").

Esperto

L'impresa rileva inoltre tutti i dati per le categorie di effetti standard, raggiunge al massimo 12 punti di valutazione (v. tabella sotto "Ausili per la valutazione / Interpretazioni") e presenta strategie di riduzione e sostituzione di successo a lungo termine.

Avanzato

L'impresa conosce il proprio impiego di risorse e le emissioni nonché l'impronta ecologica, rileva i rispettivi indicatori e dispone di strategie di ottimizzazione.

Primi passi

L'impresa intraprende i primi passi per l'individuazione delle principali conseguenze ecologiche con chiare responsabilità e un sistema di reporting.

Base

Le conseguenze ambientali sono note in azienda, ma non vi sono indicatori né vengono adottate delle misure.



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Per le imprese con conseguenze ambientali fondamentali nelle categorie di conseguenze standard, ai fini della valutazione dei più pericolosi elementi di inquinamento ambientale si assegnano punti di valutazione:

Categoria dell'effetto	Indicatore	Punti di valutazione (PV)
Cambiamento climatico: CO ₂ Equivalente dei gas espulsi	t per ogni collaboratore	Fino a 2t/coll.: 0 PV Per ogni t: ciascuno +1 PV
Polveri sottili ed emissioni inorganiche	µg/m ³	< 2 µg/m ³ : -1 PV < 10 µg/m ³ : -0,5 PV < 20 µg/m ³ : -0,1 PV < 20 µg/m ³ : 10 PV
Riducono lo strato d'ozono: emissioni di sostanze ai clorofluorocarburi	kg CFC-11-Equivalente	se disponibile: +1 PV
Emissioni che contribuiscono all'acidificazione	mol H ⁺ -Equivalente	se disponibile: +1 PV
Emissioni che promuovono la formazione fotochimica dell'ozono (composti organici, NO _x , SO _x)	kg NMVOC-Equivalente (composti organici volatili ad eccezione del metano)	se disponibile: +1 PV
Radiazioni ionizzanti	kg U 235 Equivalente	se disponibile: +1 PV
Tossicità: emissione di sostanze tossiche	CTU – comparative toxic unit	se disponibile: +1 PV
Eutrofizzazione: fertilizzazione nell'agricoltura	Terra (mol N-Equivalente) Acqua (kg P/N-Equivalente)	Agricoltura biologica: 0 PV Agricoltura non biologica: +1 PV altrimenti solo se disponibile: +1 PV
Sfruttamento del terreno	Incremento rispetto all'anno precedente in kg C	se > +10%: +1 PV
Esaurimento delle risorse: consumo di acqua e minerali	Acqua in 1000 m ³ /coll. minerale, fossile: Antimonio-Equivalente	+ 1PV / 1000m ³ se disponibile: +1 PV

Una conseguenza è sostanziale se fa parte delle tre principali conseguenze ambientali in azienda, oppure se raggiunge o supera il 50% dei valori limite citati. Il valore limite è il valore indicato di volta

in volta per il quale si assegnano 0 punti di valutazione (ovvero 0 se non è indicato esplicitamente un valore limite).

Si osservino le direttive UE per le emissioni industriali (2010/75/UE) e il registro delle sostanze nocive (Regolamento UE). Le imprese tenute a riferire qui non possono essere esemplari.

Aspetto E3.2: Conseguenze relative

Al fine di individuare potenziali di miglioramento per la riduzione delle conseguenze ambientali aziendali è possibile ricorrere a confronti settoriali o regionali. La base per la valutazione delle conseguenze ambientali relative è il rispettivo stato di avanzamento della tecnica o standard del settore.

Domande del rapporto

Quanto grandi sono le conseguenze ecologiche dei processi di produzione rispetto... (*1)

- allo standard del settore o allo stato di avanzamento tecnico?
- alle altre imprese nello stesso campo di attività o nella regione?

Indicatori vincolanti

- Valori di riferimento rilevanti in merito ai conti ambientali o agli indicatori dell'efficacia (v. E3.1) nel settore o nella regione. (*1)

Livelli di valutazione

Esemplare

L'impresa si situa ben al di sopra della media rispetto a sostanziali conseguenze ecologiche (guida a livello di innovazione o è leader del settore).

Esperto

L'impresa si situa al di sopra della media del settore rispetto a sostanziali conseguenze ecologiche con misure volte al miglioramento chiaramente individuabili.

Avanzato

L'impresa ha impostato misure chiaramente individuabili volte alla riduzione delle conseguenze ecologiche migliori rispetto a quelle usualmente attuate nel settore.

Primi passi

L'impresa conosce gli standard tecnici o del settore. Sono in programma misure di riduzione delle conseguenze ambientali.

Base

L'impresa non conosce gli standard tecnici e del settore o non ha ancora programmato misure di miglioramento.



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Per le piccole imprese senza processi di produzione sostanziali, il fabbisogno di informazioni è minore. Per una valutazione occorrerebbe prendere in considerazione almeno dati quantitativi relativi al consumo energetico (corrente, gas), al dispendio in termini di mobilità (km approssimativi, mezzi di trasporto) e al consumo di risorse.

Aspetto negativo E3.3: Violazioni dei requisiti ambientali e impatto inadeguato sull'ambiente

Se le attività imprenditoriali comportano interventi inadeguati sugli ecosistemi o violano i requisiti ambientali, ne deriva un danno sociale che nessun vantaggio adeguato è in grado di giustificare. Una tale situazione è da criticare soprattutto se la procedura risulterebbe illegale in altre sedi dell'azienda.



Domande del rapporto

- Quali approvazioni aziendali e relativi requisiti degli operatori vi sono? I requisiti sono rispettati? (*1)
- Come si sorveglia il rispetto delle leggi e ordinanze di rilievo? Sono rispettate o sono note delle violazioni giuridiche? (*1)
- Ci sono lamentele o controversie note con gli abitanti o rispetto all'impatto ambientale?
- Ci sono altre controversie note con altri stakeholders (iniziative della società civile, ONG ecc.)?
- Come si può valutare lo standard tecnico o di legge sul posto rispetto ad altre sedi dell'azienda? (*1)



Livelli di valutazione e punteggi

Per le seguenti violazioni si detraggono complessivamente al massimo 200 punti (in base al grado di gravità crescente, alla durata della violazione e all'entità del danno):

- Non è presente un elenco delle licenze di esercizio, delle leggi e dei regolamenti né delle sostanze nocive. (al massimo 10 punti da detrarre)
- Vi sono lamentele quantificabili sul posto. (10 punti da detrarre)
- Vi è una violazione di requisiti ambientali. In fase di elaborazione. (10 - 60 punti da detrarre)
- È nota una violazione dei requisiti ambientali. Sono state introdotte delle misure ma la durata dell'elaborazione non corrisponde al potenziale pericolo. (60 punti da detrarre)
- È nota una violazione dei requisiti ambientali, ma non sono state introdotte misure. (100 punti da detrarre)
- Sono già noti danni concreti sul posto. (30 - 60 punti da detrarre)
- Una violazione dei requisiti ambientali sul posto è legale, ma presso un'altra sede dell'azienda è illegale. (100 punti da detrarre)

EBC Manuale per il Bilancio del Bene Comune 5.0.1 Aziende

In caso di occultamento consapevole si detraggono in ogni caso 200 punti. Occorre inoltre tener conto del fatto che in questo modo la credibilità dei dati presenti negli aspetti positivi E3.1 e E3.2 non è più garantita.



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

La valutazione della violazione dei requisiti ambientali si calcola in base al rapporto tra i danni e il valore mensile della produzione dell'azienda. Per i danni più piccoli si detraggono da 10 punti in su. Maggiore è il danno, maggiore è il numero di punti detratti. I danni alle persone vengono sempre considerati danni ingenti.

Le lamentele sul posto sono rese pubbliche ad esempio da articoli di giornale o petizioni in comune.

E4 **Trasparenza e condivisione sociale** delle decisioni

La trasparenza e la condivisione sociale delle decisioni sono volte in prima linea a evitare danni alla collettività in seguito a decisioni basate su lacune in quanto a informazioni e fatti disponibili, a scambio di argomentazioni o possibilità di interazione degli interessati. Sono volte a promuovere una convivenza positiva in una società illuminata, democratica, aperta e pluralista.

Gli stakeholders interessati sono in questo caso: gli abitanti, gli enti locali, le organizzazioni non profit critiche, le generazioni future e la natura (= contesto; animali, piante, biodiversità, paesaggi).



Un'impresa EBC...

- crea trasparenza in merito all'azione dell'organizzazione e agli episodi di interesse legittimo per il pubblico.
- dà a ogni persona interessata il diritto e la possibilità di sollevare obiezioni, esigere informazioni e argomentazioni pubbliche sulle azioni dell'impresa e avviare un dialogo.
- conduce un dialogo attivo con gli stakeholders di rilievo così come con le NPO che rappresentano gli interessi di quegli stakeholders non in grado di sollevare essi stessi delle obiezioni (generazioni future, natura, animali, paesaggio).
- tiene conto dei legittimi interessi di questi gruppi nelle decisioni aziendali.
- sostiene i valori della trasparenza e condivisione delle decisioni come base per una società illuminata, democratica, aperta e pluralista.



Domande iniziali

- Quanto è trasparente, onesta, completa, inequivocabile e soprattutto basata sui fatti la nostra politica dell'informazione, in particolare nella valutazione dei rischi e delle potenziali conseguenze dannose per la società e l'ambiente circostante?
- Che cosa facciamo per comprendere meglio e rendere trasparenti gli effetti delle nostre azioni imprenditoriali?
- Come consentiamo la condivisione delle decisioni sulla base degli interessi legittimi degli abitanti, degli stakeholders della società, delle generazioni future e della natura?
- Come rendiamo visibile il nostro atteggiamento relativo alla trasparenza e alla condivisione delle decisioni?

Aspetto E4.1: Trasparenza

La trasparenza crea fiducia e consente partecipazione. Un'impresa trasparente fornisce agli stakeholders sociali di rilievo una visione completa della propria attività. L'azienda si adopera sistematicamente per garantire l'acquisizione di conoscenze, lo scambio di informazioni e argomentazioni.

Domande del rapporto

- Quali informazioni importanti o critiche vengono redatte per gli stakeholders della società?
- In quale forma si riferisce in merito (entità e profondità, tipo di pubblicazione)?
- Il rapporto viene esaminato con spirito critico da un organismo autonomo? (*1)
- Il rapporto è di facile accesso al pubblico?

Indicatori vincolanti

- Pubblicazione di un rapporto relativo al bene comune o di un resoconto sociale equivalente

Livelli di valutazione

Esemplare

Oltre al rapporto: rilevamento attivo e pubblicazione di tutti gli aspetti critici, accesso diretto e semplice al pubblico, pubblicazione di un resoconto dell'audit.

Esperto

Rapporto completo relativo al bene comune o resoconto sociale equivalente, oltre a un audit esterno indipendente.

Avanzato

Semplice resoconto della società online o in altre pubblicazioni facilmente disponibili; pubblicazione dei valori dell'azienda.

Primi passi

Sviluppo di un atteggiamento che vede l'apertura e la trasparenza come base per la fiducia, la comunicazione e la responsabilità comune; prime analisi e pianificazione concreta di un resoconto trasparente e sincero basato sui fatti.

Base

Nessun elemento di resoconti della società online o in altre pubblicazioni facilmente disponibili e nessuna attuazione prevista entro breve.

Ausili per la valutazione / Interpretazioni

- Per le imprese più piccole fino a 50 collaboratori si applica una *peer evaluation* o una forma analoga di verifica esterna, considerate equivalenti a un audit.
- La pubblicazione del rapporto di audit può comportare una valorizzazione di uno o due valori sulla scala di valutazione fino a "esemplare".
- La trasparenza sociale è particolarmente importante nei seguenti progetti:
 - Progetti edilizi
 - Introduzione di nuovi processi di produzione, soprattutto se collegati a sostanze a rischio o comportano danni notevoli per l'ambiente
 - Altri interventi nella natura
 - Trasferimenti di sedi, partecipazioni ad altre imprese

Aspetto E4.2: Condivisione sociale delle decisioni

Ogni persona interessata deve avere il diritto e la possibilità di sollevare obiezioni, esigere informazioni e argomentazioni pubbliche sulle azioni dell'azienda e avviare un dialogo.

Gli stakeholders della società vengono interpellati attivamente e coinvolti nel processo decisionale per gli argomenti di rilievo. Questa forma di condivisione delle decisioni garantisce un comportamento sociale responsabile dell'azienda e aiuta a evitare i conflitti e i costi che ne derivano.

Domande del rapporto

- I cittadini come possono avviare un dialogo e partecipare a uno scambio di argomentazioni aperto, non basato su giochi di potere o minacce di sanzioni?
- Gli stakeholders della società come possono rappresentare gli interessi legittimi nei confronti dell'azienda?
- Come si documentano i risultati del dialogo e come confluiscono nel processo decisionale?

Indicatori vincolanti

- Quota di condivisione delle decisioni degli stakeholders (in % delle decisioni rilevanti in base al grado di condivisione) (*1)
- È presente un'infrastruttura istituzionalizzata di dialogo (ad es. forum etico, comitato etico)? (*1)

Livelli di valutazione

Esemplare

Esiste un'infrastruttura istituzionalizzata di dialogo e scambio aperto di argomenti. Le decisioni vengono sostanzialmente prese in base agli argomenti migliori.

Esperto

Per tutti i progetti principali vengono coinvolti gli stakeholders di rilievo attivi e si scambiano argomenti.
Ampia documentazione di facile accesso.

Avanzato

Per alcuni progetti principali vengono coinvolti gli stakeholders di rilievo attivi e si scambiano argomenti.
Sufficiente documentazione di facile accesso.

Primi passi

I cittadini e le organizzazioni rappresentanti stakeholders di rilievo possono dialogare tra loro. I risultati sono documentati.

Base

Non vi è alcuna possibilità per i cittadini di avviare un dialogo con i responsabili delle decisioni dell'azienda.
Gli stakeholders della società non condividono le decisioni.



Ausili per la valutazione / Interpretazioni

Di rilievo per la valutazione sono:

- il grado di condivisione delle decisioni (ascolto, dialogo, partecipazione all'organizzazione, condivisione delle decisioni)
- la modalità e il volume della documentazione (decisione e tutte le contraddizioni o i voti contrari)
- la modalità con cui ci si rivolge agli stakeholders (in modo reattivo, attivo)
- il volume di stakeholders coinvolti (alcuni, i principali, tutti)

Aspetto negativo E4.3: Promozione di poca trasparenza e informazioni consapevolmente errate

Le imprese hanno una responsabilità di informazione nei confronti della società. Questo comprende, in senso positivo, una trasparenza totale dell'azienda verso l'esterno. Se un'organizzazione pubblica consapevolmente informazioni errate su di sé o sui fenomeni sociali, danneggia la collettività poiché rende impossibile un dialogo argomentativo razionale.

Il danno per la collettività deriva ad es. da...

- informazioni errate (mediante consapevole depistaggio o l'invenzione di "fatti")
- tentativo di alimentare paure irrazionali o minimizzare rischi di danni per la collettività, le generazioni future e la natura
- la negazione di scoperte scientifiche
- la promozione di stereotipi, risentimenti o pregiudizi



Domande del rapporto

- **L'azienda può confermare che non divulga informazioni errate sull'azienda o su fenomeni sociali?**
- Quali informazioni relative all'impresa non corrispondono alla realtà interna all'azienda? Dove vi sono differenze sostanziali e perché?
- In quale misura l'azienda influenza direttamente o indirettamente l'opinione pubblica con informazioni errate?
- In che cosa si contraddicono le pubblicazioni dell'impresa rispetto allo stato accertato della ricerca scientifica o della dichiarazione universale dei diritti dell'uomo?



Livelli di valutazione e punteggi

Vengono valutati negativamente (con un totale massimo di -200 punti):

- l'inerzia nell'osservare le tendenze sopra evidenziate in seno all'azienda
- la tolleranza della diffusione di informazioni non accertate o bugie come "fatti" a proprio vantaggio
- la diffusione attiva consapevole di informazioni non accertate ma presentate come fatti; informazioni errate; l'alimentazione di dubbi, incertezza e paura

EBC Manuale per il Bilancio del Bene Comune 5.0.1 Aziende

- l'omissione consapevole di informazioni per occultare rischi o conseguenze a proprio vantaggio.