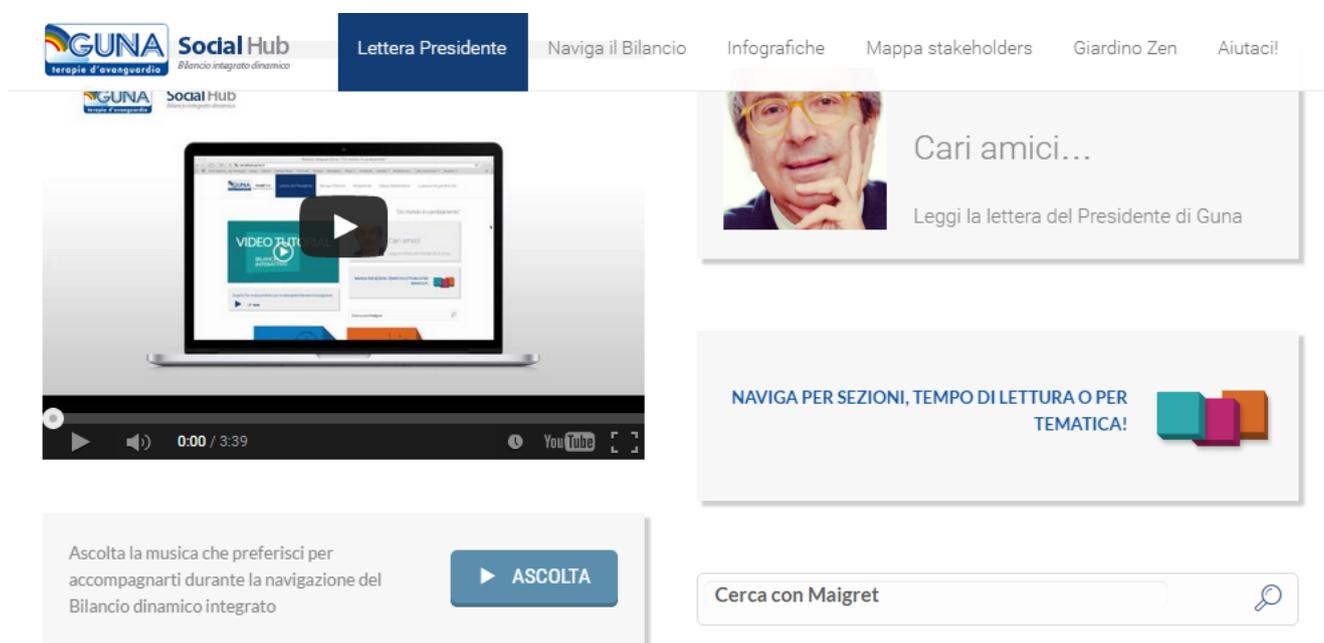


Alla GUNA il bilancio diventa Social



The screenshot shows the GUNA Social Hub website. The navigation bar includes 'Lettera Presidente' (selected), 'Naviga il Bilancio', 'Infografiche', 'Mappa stakeholders', 'Giardino Zen', and 'Aiutaci!'. A video player displays a laptop with a 'VIDEO TUTTO' video. A search bar contains 'Cerca con Maigret'. A music player suggests listening to music during navigation.

Lo scrivono clienti e dipendenti

La società milanese inaugura una piattaforma all'insegna della trasparenza. Su progetti, fatturato, assunzioni e licenziamenti. Spiega il fondatore: «Sarà un hub aperto e così potremo individuare le inefficienze»

Un bilancio aziendale trasparente, redatto dai dipendenti, costantemente aggiornato e pubblicato su un sito web. Si chiama Social Hub ed è la nuova e insolita sfida di Guna, società milanese che produce e vende farmaci omeopatici e di medicina biologica. Totalmente italiana e quarta al mondo nel suo settore con un fatturato che nel 2013 ha superato i 57 milioni di Euro (incremento dell'11,3% rispetto a un anno prima), questa realtà ha già fatto parlare di sé per iniziative particolari e un po' fuori dagli schemi. Prima fra tutte il progetto «No patent», con il quale alcuni anni fa Guna ha reso noto che dall'intera gamma di farmaci di propria produzione erano state eliminate tutte le procedure di protezione

brevettuale. Dunque da allora immette ogni nuovo prodotto sul mercato in modalità «copyleft», cioè consultabile e «copiabile» da chiunque. Strategia molto rara, per non dire unica, nel settore farmaceutico.

Obiettivo: partecipazione via web

Se «No patent» ha l'obiettivo di incoraggiare l'innovazione e la ricerca continua, la nuova piattaforma di bilancio integrato punta a migliorare nel medio termine la responsabilità aziendale di ognuno: «Grazie alla piattaforma verranno facilmente individuate sacche di inefficienza – spiega il fondatore di Guna Alessandro Pizzoccaro – da trattare non in ottica punitiva ma migliorativa. L'obiettivo è che il nuovo Social Hub entri nel quotidiano».

La piattaforma, che verrà lanciata ufficialmente domani, si basa sul concetto di partecipazione. Saranno i dipendenti stessi a compilarne periodicamente (e obbligatoriamente) moduli e tabelle, per rendere pubblico lo stato del loro settore e dei progetti che stanno portando avanti. Tutto sulla linea della trasparenza, valore aziendale imprescindibile. Dalla produzione, al fatturato, alle assunzioni, ai licenziamenti, fino all'impatto ambientale tutto sarà reso pubblico. Un sistema di «educazione» e condivisione interna che porta anche i dipendenti ad «autodenunciare» le loro carenze o mancanze: «In un'area, per esempio – prosegue il titolare – c'è un progetto fermo da due anni perchè le risorse sono impegnate in altro e non riescono a portarlo avanti. L'hanno comunicato loro stessi»

Le onlus sono coinvolte

Nell'aggiornamento della piattaforma saranno coinvolti anche gli stakeholder dell'azienda, dai clienti alle onlus delle quali Guna finanzia progetti, a cui verranno chiesti dei report periodici. Il nuovo sistema mira anche a far conoscere la società all'esterno. Per questo motivo il sito permette percorsi guidati in base agli interessi professionali o in base al tempo a disposizione per navigarlo. Non solo: l'azienda ha creato «Decidi Tu» un progetto per coinvolgere maggiormente gli utenti nella conoscenza del mondo Guna. Per

tre mesi, chi navigando individuerà almeno dieci «tracce» disseminate nel testo del bilancio avrà diritto a indicare uno dei progetti illustrati sul Social Hub al quale destinare un budget stanziato dall'azienda. Oppure proporre una nuova causa sociale alla quale destinare un nuovo budget per l'anno successivo.