

Bilancio sociale sempre più al centro della comunicazione del non profit



Pubbligate in Gazzetta Ufficiale lo scorso 9 agosto, le linee guida sono uno strumento che segna la strada a tutto il mondo non profit per rendere conto delle proprie attività e del modo in cui si svolgono. In linea con le esigenze di pubblicità e trasparenza richieste dalla riforma del terzo settore

Gli enti del terzo settore che intendono predisporre e redigere un [bilancio sociale](#), da oggi, possono contare su nuove linee guida. È stato infatti pubblicato il decreto del 4 luglio 2019 "[Adozione delle Linee Guida per la redazione del bilancio sociale degli enti del Terzo Settore](#)" (in Gazzetta Ufficiale il 9 agosto), così come previsto dal Codice del terzo settore e dal decreto di revisione della disciplina dell'impresa sociale.

La terminologia 'sociale' va considerata in senso ampio: il bilancio sociale è infatti definito nella norma come

“strumento di rendicontazione delle responsabilità, dei comportamenti e dei risultati sociali, ambientali ed economici delle attività svolte da una organizzazione”. Nel documento possono quindi essere rappresentate le diverse dimensioni della sostenibilità dell’ente. E per farlo in molti stanno già utilizzando i target degli obiettivi di sviluppo sostenibile dell’Agenda 2030 Onu, come riferimento utile a evidenziare in che modo l’organizzazione contribuisca al loro raggiungimento. Il bilancio sociale è un importante strumento informativo, un documento pubblico annuale redatto a seguito del processo di rendicontazione. La normativa indica i soggetti obbligati a redigerlo ma le linee guida sono soprattutto un invito a tutto il mondo non profit a integrare tale documento tra gli strumenti di trasparenza.

Il testo pone l’accento sui **destinatari** potenziali del documento, sottolineandone così il carattere comunicativo, ed elenca i **principi** che dovranno guidare l’approccio metodologico, gli strumenti di cui dotarsi, la selezione e la rappresentazione dei dati.

Il bilancio sociale può inoltre contenere gli esiti della valutazione dell’[impatto sociale](#). Sul tema, però, si attendono ancora le specifiche linee guida. Di impatto sociale si parlerà in un’apposita sezione della [XIX Conferenza annuale di CSVnet](#) che si terrà a Trento dal 3 al 6 ottobre 2019 dedicata alle esperienze dei centri di servizio per il volontariato sul tema.

Il bilancio sociale diventa grande: dalle prime indicazioni alle linee guida ministeriali

Quanto pubblicato con questo decreto non è certamente il primo documento che affronta il tema della rendicontazione sociale per il settore non profit, né il primo riferimento normativo a riguardo. Il [decreto che dette origine alla qualifica di impresa sociale](#), nel 2006, introdusse infatti l’obbligo di

redazione del bilancio sociale, ritenendo che il bilancio di esercizio non fosse uno strumento informativo sufficiente. Nel 2007 il Consiglio nazionale dei dottori commercialisti diffuse, nel Codice unico delle aziende non profit, una raccomandazione su principi generali e linee guida per il bilancio sociale. L'Agenzia per le Onlus, nel 2008, nelle linee guida sui bilanci di esercizio degli enti non profit, inserì indicazioni per la redazione della relazione di missione. In quello stesso anno [CSVnet](#), [Iref](#) e Fivol pubblicarono delle linee guida per la redazione del bilancio di missione e il bilancio sociale delle organizzazioni di volontariato. È sempre del 2008 il decreto ministeriale dove si pubblicarono le linee guida di riferimento per l'impresa sociale. Nel 2011 l'Agenzia per il terzo settore pubblicò un corposo lavoro che ha fatto scuola fino ad oggi, le linee guida e schemi per la redazione del bilancio sociale delle organizzazioni non profit.

Tra i vari standard occorre inoltre ricordare il [documento di ricerca del Gruppo bilancio sociale](#) del 2009 che rimane un importante testo di supporto, e gli standard del Global Report Initiative i cui indicatori possono essere integrati nella redazione, in particolare il [Gri Ngo Sector](#).

Struttura e contenuto

L'armonizzazione che ha cercato di portare la riforma del terzo settore ha quindi riguardato anche questo importante strumento di pubblicità e trasparenza. Le linee guida sono infatti uniche per tutti gli Ets ai sensi del decreto 117/2017, comprese le imprese sociali ai sensi del decreto 112/2017.

Quanto indicato al punto 6 "la **struttura** e il **contenuto** del bilancio sociale" si appresta ad essere un sommario di riferimento per la suddivisione dei contenuti del bilancio sociale, permettendo così la comparabilità temporale (dello stesso ente nel tempo) e spaziale (tra enti simili), a beneficio dei diversi destinatari. Per ognuna delle sezioni

proposte, le linee guida indicano le informazioni da descrivere: 1) Metodologia adottata per la redazione; 2) Informazioni generali sull'ente; 3) Struttura, governo e amministrazione; 4) Persone che operano per l'ente, 5) Obiettivi e attività; 6) Situazione economico-finanziaria; 7) Altre informazioni; 8) Monitoraggio svolto dall'organo di controllo.

Data l'eterogeneità dei diversi enti di terzo settore, il legislatore ha lasciato comunque un ampio margine di personalizzazione del bilancio sociale che possa tenere conto, tra gli altri elementi, della natura dell'attività esercitata e delle dimensioni dell'ente o dell'impresa sociale. Per contro ha indicato di inserire in un punto specifico le informazioni di tipo ambientale, qualora siano rilevanti. Le linee guida si prestano così ad essere un quadro di riferimento per la creazione di modelli di bilancio sociale per i diversi settori delle attività di interesse generale o per le diverse categorie di Ets.

Con la pubblicazione delle linee guida diventa effettivo l'obbligo previsto dall'art. 9 del decreto legislativo 112/2017 e dagli artt. 14 e 61 del codice del terzo settore (dl 117/2017).

Per i dettagli sui soggetti obbligati e sui tempi di decorrenza di tale obbligo si può visitare la [scheda informativa sul sito Cantiere terzo settore](#).

Tra i soggetti obbligati vi sono anche i centri di servizio per il volontariato, per i quali sono disponibili le 'Linee guida per la redazione del bilancio sociale degli Ets accreditati come Csv', predisposte da CSVnet e già conformi alla norma.

IKEA SI FA GREEN E LANCIA LA CAMPAGNA DI MOBILI SECOND HAND



Un Mondo Migliore Inizia a Casa, si intitola così l'ultima **campagna internazionale di Ikea**, lanciata per ispirare le buone abitudini in fatto di ecologia a partire dalle mura delle nostre abitazioni. Il tema della **sostenibilità ambientale** sta diventando sempre più centrale nelle vite dei cittadini e un ulteriore aiuto potrebbe arrivare da prodotti e servizi messi a disposizione dal colosso svedese.

Proprio i gesti quotidiani sono alla base di questa nuova iniziativa, di cui sono un esempio i **prodotti Ikea** sviluppati per conservare, risparmiare e gestire al meglio oggetti, risorse e alimenti all'interno delle case, come le bottiglie in vetro per consumare l'acqua del rubinetto, i contenitori

per conservare gli alimenti o i miscelatori per ridurre il consumo di energia ed acqua calda.

In quest'occasione, nell'ottica dell'economia circolare, è stata lanciata anche l'iniziativa **Dai una seconda vita ai tuoi mobili usati Ikea**, con la volontà di promuovere le attività dedicate al tema del *second hand*. Il progetto permette ai clienti di riconsegnare un mobile in buono stato in cambio di un buono acquisto da spendere all'interno dei **negozi Ikea**.

In occasione di questa campagna, Ikea organizzerà alcuni seminari dedicati alla sostenibilità e metterà a disposizione un green team, o ambasciatori della sostenibilità, in grado di fornire consigli utili e di progettare nuovi spazi nel pieno rispetto dell'ambiente.

“In Ikea siamo convinti che sia dalle piccole azioni all'interno delle nostre case che può iniziare un mondo migliore” dichiara Alessandro Aquilio, Country Communication and Sustainability Manager Ikea Italia. “E proprio su queste piccole azioni si basa la nostra campagna che avrà una durata triennale e la finalità di ricordare quali sono le piccole cose che possiamo fare ogni giorno per segnare un cambiamento positivo e rispettare l'ambiente: ridurre le emissioni, risparmiare risorse preziose come acqua e gas, usare materie prime provenienti da sorgenti sostenibili, sfruttare fonti di energia rinnovabile, diminuire la produzione di rifiuti e smaltirli nel modo corretto e dare nuova vita agli oggetti che ci circondano”.

Inoltre, è stata anche avviata una collaborazione con il brand Wölmann per rendere disponibile l'acquisto di pannelli fotovoltaici in alcuni negozi Ikea e sullo store online.

www.ikea.com/it

CDA e la sostenibilità in Giappone al G20!



Un progetto per il recupero dei fondi di caffè che risponde a due esigenze: trovare soluzioni innovative per lo smaltimento di uno dei più voluminosi rifiuti prodotti e contemporaneamente destinare ad altro fine una matrice organica che possiede diverse qualità riconosciute da numerosi studi.

Il progetto è stato realizzato da CDA (società che gestisce distributori automatici nel Veneto orientale e in Friuli) e prevede il recupero e il riutilizzo dei fondi di caffè trasformati in pellet come fonte energetica nelle stufe pirolitiche. Premiato in Italia con il Good Energy Award, nei mesi scorsi il progetto è stato scelto dal Ministero dello Sviluppo Economico tra le best practice italiane per l'Inventory of Business examples for sustainable and inclusive growth (esempi di crescita economica sostenibile ed inclusiva) ed è arrivato sul tavolo dei Ministri Economici l'8 ed il 9 giugno a Tsukuba durante il G20 del Giappone.

Il progetto è stato anche pubblicato sul sito del METI, il

Ministero dell'Economia del Commercio e dell'Industria giapponese, come iniziativa innovativa e come esempio concreto di economia circolare.

Cosa c'è di nuovo

L'iniziativa – scelta per l'impatto sociale, economico, ambientale – risponde allo spirito del modello giapponese Sanpo-Yoshi che prevede benefici per tutti i soggetti coinvolti. In questo caso il produttore, il consumatore e la comunità.

Un esempio che conferma che non solo le grandi multinazionali ma anche le imprese di dimensioni più piccole possono ottenere riconoscimenti significativi...

**Stop ai minerali
insanguinati' da Paesi in
guerra, l'Ue lancia un
portale per le imprese**



Stop ai 'minerali insanguinati' da Paesi in guerra, l'Ue lancia un portale per le imprese

a vendita di metalli e minerali è spesso utilizzata per **finanziare conflitti in diverse parti del mondo**. Per questo, per tentare di evitare che le imprese europee finanzino la guerra la Commissione europea ha lanciato il portale [Due Diligence Ready!](#) per fornire orientamenti alle aziende sui controlli da effettuare per verificare la provenienza dei metalli e dei minerali che entrano nelle loro catene di approvvigionamento, ossia per esercitare il cosiddetto “dovere di diligenza”.

Rispetto dei diritti umani

Il portale contribuirà a far sì che l'utilizzo di materie prime da parte delle imprese avvenga nel rispetto dei diritti umani, migliorando nel contempo la trasparenza e la loro responsabilità nelle rispettive catene del valore. “Oggi la domanda da parte del mercato di un approvvigionamento responsabile delle materie prime è in aumento. Tali materie prime sono essenziali per i nuovi settori economici e per le tecnologie pulite, come le batterie ad alta potenza, e le

imprese dovrebbero assicurarsi che ogni fase della catena del valore sia improntata **alla trasparenza, alla responsabilità e alla sostenibilità**", ha dichiarato **Elżbieta Bieńkowska**, commissaria responsabile per il Mercato interno e l'industria.

I conflitti dimenticati

Il portale servirà a facilitare il rispetto delle prescrizioni del [regolamento dell'UE sull'approvvigionamento responsabile di minerali](#) (il cosiddetto "regolamento sui minerali originari di zone di conflitto") fornendo **orientamenti sull'approvvigionamento responsabile di metalli e minerali**, in particolare stagno, tantalio, tungsteno e oro, metalli e minerali sono utilizzati per fabbricare prodotti di uso quotidiano, quali cellulari, automobili e gioielli ma che sono tra i principali finanziatori dei conflitti spesso dimenticati come quelli nella Repubblica democratica del Congo e nella regione dei Grandi Laghi in Africa.

Disabilità e moda: quando l'abbigliamento è adaptive ed accessibile



E' primavera e molti stanno facendo il cambio dell'armadio senza rinunciare allo shopping per avere un guardaroba da urlo con un occhio ai trend e ai canoni estetici dettati dal fashion system.

Spesso però i modelli che sfilano in passerella non rispecchiano le esigenze delle persone comuni, tantomeno quelle delle persone disabili.

Nella società in cui viviamo qualcosa si sta muovendo in questo senso: c'è più attenzione alla **disabilità** e all'**imperfezione** e anche la moda si è accorta che può essere un importante **veicolo di integrazione**.

Tra gli stilisti sensibili a questa tematica c'è Tommy Hilfiger, pioniere nell'**abbigliamento adaptive** che nel 2017 ha ideato una linea dedicata a chi vive con difficoltà motorie.

La collezione è stata concepita per offrire abiti che garantiscano **praticità senza rinunciare all'aspetto cool**, tipico della moda: cerniere facili da aprire e chiudere, ganci, magneti e velcro nascosti che consentono di vestirsi anche con una mano sola.

Oltre a questo, navigando nella [sezione sostenibilità del sito](#) di Hilfiger ho scoperto altri importanti progetti che

l'azienda porta avanti per le pari opportunità ed il rispetto dell'ambiente. Tutto ciò rientra a pieno titolo nella **Corporate Social Responsibility** e le scelte etiche piacciono ai consumatori che apprezzano i prodotti realizzati da imprese sostenibili tanto che io stessa, colpita da quanto ho letto, sono andata a sbirciare gli abiti del brand.

I capi d'abbigliamento di Tommy Hilfiger sono disponibili su vari marketplace, [in particolare Stileo](#), che oltre a questo marchio presenta anche altre linee di brand come Calvin Klein e Arrow. Si possono trovare vestiti e scarpe sia per uomo che per donna, ideali per ogni stagione, che arricchiscono il guardaroba e donano outfit casual ma con stile.

In particolare ho fatto un giro nella [sezione dedicata alle donne](#) e mi sono piaciuti i sandali con zeppa, disponibili in diverse versioni, sempre molto chic e comodi. Si tratta di un passepartout per ogni occasione, perfetti in primavera ed in estate.



Inoltre ci sono camice alla coreana, trench trendy, jeans, felpe e sneakers a volontà per un look informale. Nella foto un esempio di outfit semplice e raffinato.



Tornando al discorso di prima, fa piacere che un marchio del genere si impegni per la disabilità e ci auguriamo che altri brand ne seguano l'esempio perché è giunto il momento che la moda lasci il mondo patinato per **vestire la gente comune**, nessuno escluso.

Tutti hanno il diritto di indossare un abito che valorizza la sua persona, indipendentemente dalla taglia, dalla carrozzina e dalla protesi.

Ultimamente la moda sembra finalmente **premiare l'unicità** e, a dispetto del modello unico, si fa strada una nuova tendenza che lancia **messaggi positivi sull'accettazione del proprio corpo e sulla bellezza autentica**, concetti che prescindono dalle forme perfette.

Infatti sono molto richieste **modelle curvy** come **Ashley Graham** o affette da **vitiligine** come **Winnie Harlow** che dimostrano come la diversità possa essere un punto di forza. La Graham e la Harlow sono due testimonial di una rivoluzione che è in atto e chiede che i prodotti di moda e di lusso siano accessibili a tutti: la moda deve essere democratica ed inclusiva.