

DOLCE INFANZIA

BILANCIO SOCIALE ANNO 2020



BILANCIO SOCIALE

Anno 2020

PREMESSA

Il Bilancio Sociale della cooperativa sociale “Dolce Infanzia” vuole essere, oltre che adempimento di legge, anche uno strumento per poter parlare delle persone che ogni giorno si impegnano per il raggiungimento degli scopi che ci prefiggiamo, nonché a quelle che vengono in ogni modo in contatto con la nostra struttura educativa: dipendenti, soci, bambini e famiglie, istituzioni, società civile, movimento cooperativo ecc...

Le strutture gestite dalla cooperativa - gli asili **Dolce infanzia**, **Iridella** e il centro ludico per la prima infanzia **Mini Club** - oltre che strumenti educativi, vogliono essere un mezzo di incontro per le famiglie e delle famiglie ed il territorio, allo scopo di garantire una migliore qualità di vita anche per i bambini che ogni giorno frequentano le strutture. Per questo ci impegniamo ogni giorno, cercando di migliorare la qualità e l’affidabilità dei servizi offerti alle persone. Crediamo nell’unicità di ciascun bambino e cerchiamo di incoraggiare i suoi punti di forza e di migliorare quelli di insicurezza.

Il bilancio sociale è uno strumento utile a mostrare il modo di operare di una organizzazione, evidenziandone i risultati raggiunti in relazione ai propri obiettivi. Dolce infanzia si propone di verificare il raggiungimento dei fini sociali per poter essere più trasparente rispetto a chi si trova a interloquire con noi, rendicontando di anno in anno i risultati ottenuti e raccontando quelli che si vogliono perseguire in futuro.

Con il bilancio sociale rendiamo conto agli stakeholder (portatori di interesse) di quanto fatto e di quanto dobbiamo ancora fare, degli obiettivi che ci si siamo prefissi e di come li abbiamo perseguiti, degli obiettivi che intendiamo porci per il futuro.

Sono stakeholder tutti i soggetti che hanno un interesse diretto ed esplicito collegato alla scuola, sia attuale che potenziale, e che possono dunque influenzarne le scelte, l’andamento ed il successo.

Con il bilancio sociale, vogliamo creare relazioni più stabili, frequenti e consapevoli con tutti gli stakeholder; aprendoci ai portatori di interesse, vogliamo avere gli elementi per migliorare continuamente e, in questo modo, generare benessere in primo luogo per i bambini e le famiglie, ed in secondo luogo per il territorio.

In questa accezione, gli stakeholder sono raggruppabili nelle seguenti categorie.

STAKEHOLDERS INTERNI

I SOCI LAVORATORI

I soci lavoratori sono, come da statuto, “le persone fisiche che possiedono i necessari requisiti tecnico-professionali e svolgono la loro attività lavorativa per il raggiungimento degli scopi sociali, mettendo a disposizione le proprie capacità professionali, in rapporto allo stato di attività ed al volume di lavoro disponibile”. Le risorse umane hanno nella vita dell’azienda uno dei maggiori e più complessi interessi, che può essere regolato solo da un efficiente sistema di responsabilità sociale condivisa.

STAGISTI, TIROCINANTI

La cooperativa accoglie all'interno dei diversi servizi della cooperativa studenti tirocinanti provenienti dall'Università degli studi di Foggia.

Il nostro impegno nei loro confronti è quello di:

- GARANTIRE un ambiente di lavoro motivante e sereno.
- ACCRESCERE il loro livello di responsabilità e professionalità.
- TUTELARE i loro diritti fondamentali.
- OFFRIRE migliori condizioni economiche e sociali.
- CONSENTIRE l'aggiornamento professionale.

UTENTI (famiglie e bambini)

Risultano clienti utenti dei servizi educativi della Cooperativa: famiglie dei bambini iscritti ai servizi educativi della Cooperativa.

Il nostro impegno nei loro confronti è quello di:

- RISPETTARE la loro originalità e le loro differenze;
- STIMOLARE e FACILITARE la loro autonomia;
- MIGLIORARE la qualità del loro tempo e quindi della loro vita;
- SEGUIRE il loro percorso di crescita;

STAKEHOLDERS ESTERNI

FORNITORI

Sono tutte quelle figure, ditte e società che intrattengono rapporti di fornitura di beni o servizi con la cooperativa, nello svolgimento dell'attività: la banca, i fornitori, i consulenti, i donatori ecc...

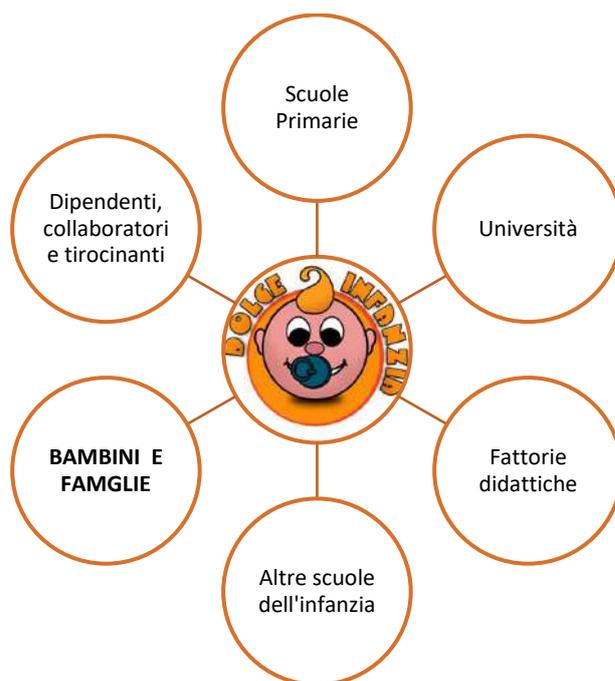
ENTI PUBBLICI

Regione Puglia, Ambito territoriale, Ministero della Pubblica Istruzione.

Il nostro impegno nei confronti dei fornitori esterni è quello di:

- COSTRUIRE rapporti di fiducia e trasparenza.
- LAVORARE in sinergia per lo sviluppo di collaborazioni.
- COLLABORARE alla costituzione di una rete sociale

In particolare, per quanto riguarda gli stakeholder esterni, organizziamo in collaborazione con le Scuole Primarie relazioni che facilitino il passaggio dei bambini che si diplomano nelle nostre Scuole dell'infanzia, accogliamo tirocinanti iscritti presso l'Università degli studi di Foggia, collaboriamo con fattorie didattiche per la realizzazione di progetti per i nostri iscritti, collaboriamo costantemente con altra Scuola dell'infanzia per un confronto continuo su tematiche didattiche e laboratoriali.



CHI SIAMO

La cooperativa sociale Dolci infanzia è nata nel 2017. La prima scuola avviata è stata la scuola Dolci infanzia che ha come utenza sia bambini di Scuola dell'infanzia che bambini di Sezione Primavera. Successivamente la Coop. decise di aprire un'altra Scuola dell'Infanzia denominata Iridella e infine ha aperto il Centro ludico per la prima infanzia.

Con i nostri servizi raggiungiamo 70 bambini dislocati nelle tre strutture. Alcune famiglie usufruiscono del finanziamento pubblico (Regione / Inps) e altre pagano la retta piena.

La cooperativa opera nell'ambito dei "servizi socio-sanitari ed educativi" di cui all'art. 1 lett. a) della Legge 381/1991 promuovendo iniziative educative in campo familiare e scolastico.

MISSIONE

Le nostre strutture e il nostro personale hanno come missione l'educazione e l'ottimale crescita individuale di tutti i bambini delle famiglie che ci scelgono ogni anno.

IL PROGETTO EDUCATIVO

L'offerta didattica è pianificata su base annua e soggetta a costanti valutazioni nonché ad opportuni aggiornamenti effettuati a cura dell'organo competente.

L'articolazione delle attività didattiche e ricreative nell'arco della giornata scolastica è condizionata dalle abilità dei bambini e dall'esigenza di evitare situazioni di affaticamento. Inoltre, essendo le sezioni eterogenee per età sono previste attività differenziate in base alle competenze dei singoli bambini.

L'articolazione settimanale si attiene al tempo scuola collegialmente attribuito alle varie aree di obiettivi specifici di apprendimento che si perseguono nei campi di esperienza.

Particolare attenzione viene posta all'attività ludica che viene intesa come parte integrante dell'attività didattica: attraverso il gioco e la guida del gioco da parte del personale il bambino scopre e apprende nuove nozioni.

STRATEGIE PEDAGOGICHE

La cooperativa Dolce Infanzia utilizza alcuni elementi della didattica Montessoriana ma prevalentemente di stampo classico.

EFFETTI DELLA PANDEMIA SUL PROGRAMMA DIDATTICO

Durante il periodo di pandemia, nella nostra struttura non si sono verificati casi di infezione da Covid-19, sia da parte degli operatori che da parte dei bambini frequentanti.

Tutto il corpo docente e non docente si è impegnato a sostenere tutti i bambini durante il periodo pandemico. Abbiamo mantenuto il legame forte tra Scuola e famiglie attraverso la preparazione di materiale didattico da utilizzare a casa con l'aiuto dei genitori, attraverso video chiamate singole e collettive, realizzando dei video racconti, dirette Facebook e laboratori creativi

Con bambini così piccoli è difficile mantenere livelli di attenzione vivi per un tempo prolungato a maggior ragione attraverso la mediazione di uno schermo. Sarà quindi possibili, in caso di future necessità, aumentare il numero di collegamenti diminuendo la durata del collegamento stesso.

SOCI E AMMINISTRAZIONE

La partecipazione democratica dei soci alla gestione e al governo della cooperativa si basa sul principio del voto unipersonale. I soci sono chiamati ad approvare, nelle assemblee, il Bilancio d'esercizio, lo statuto ed i regolamenti; hanno inoltre facoltà di candidarsi alla carica di consiglieri e l'obbligo di eleggere periodicamente i membri del consiglio di amministrazione e dell'organo di controllo. L'Assemblea dei Soci è dunque organo sovrano della Cooperativa.

Nel corso del 2020 si è svolta una assemblea dei soci andata deserta.

La cooperativa è attualmente amministrata da un consiglio di amministrazione in carica dal 2018 così composto:

- Michele Calabria: Presidente
- Anita Errichello: Vice Presidente
- Grazia Maria Assunta Di Mola: consigliere

Il CdA determina l'indirizzo strategico e politico della cooperativa, mentre al presidente è demandato il compito di sovrintendere alla gestione della cooperativa e all'attuazione delle decisioni del consiglio.

Nel corso del 2020 si sono svolte 6 riunioni del cda. In 3 di queste adunanze hanno partecipato tutti i consiglieri in carica.

Attribuiamo inoltre particolare importanza al coinvolgimento delle famiglie nelle scelte organizzative e di gestione. A tal fine vengono organizzati apposite assemblee di confronto e discussione.

DIPENDENTI

Il personale dipendente è composto da otto persone impiegate part-time:

- 3 insegnanti
- 4 educatori
- 1 assistente

Nessuno di essi appartiene a categorie svantaggiate. Nel corso del 2020 non vi sono state dimissioni o allontanamenti.

Nel corso del 2020 ci siamo avvalsi di 2 volontari e non vi sono stati tirocinanti.

Ci preme sottolineare che tutti i dipendenti vengono coinvolti nelle scelte organizzative e di gestione della cooperativa attraverso periodiche riunioni.

Tutto il personale segue appositi corsi di aggiornamenti organizzati sia da enti pubblici che privati. Particolarmente importante riveste per noi il ruolo di “autoformazione” organizzata direttamente dalla scuola in momenti pomeridiani rivolta a tutto il personale. Tale modalità è stata particolarmente utilizzata nel corso del 2020 per le limitazioni imposte dalla pandemia.

Abbiamo inoltre prestato particolare attenzione alla sicurezza sui luoghi di lavoro: abbiamo stretto una collaborazione con un centro che ci fornisce prodotti di alta qualità per la disinfezione degli ambienti, abbiamo inserito l’obbligo di indossare in maniera costante la mascherina a tutto il personale e l’obbligo di disinfezione delle mani a tutti i presenti quattro volte durante la mattinata (bambini e adulti) con gel specifico certificato.

Nel corso del 2020 non sono stati registrati infortuni sui lavoro.

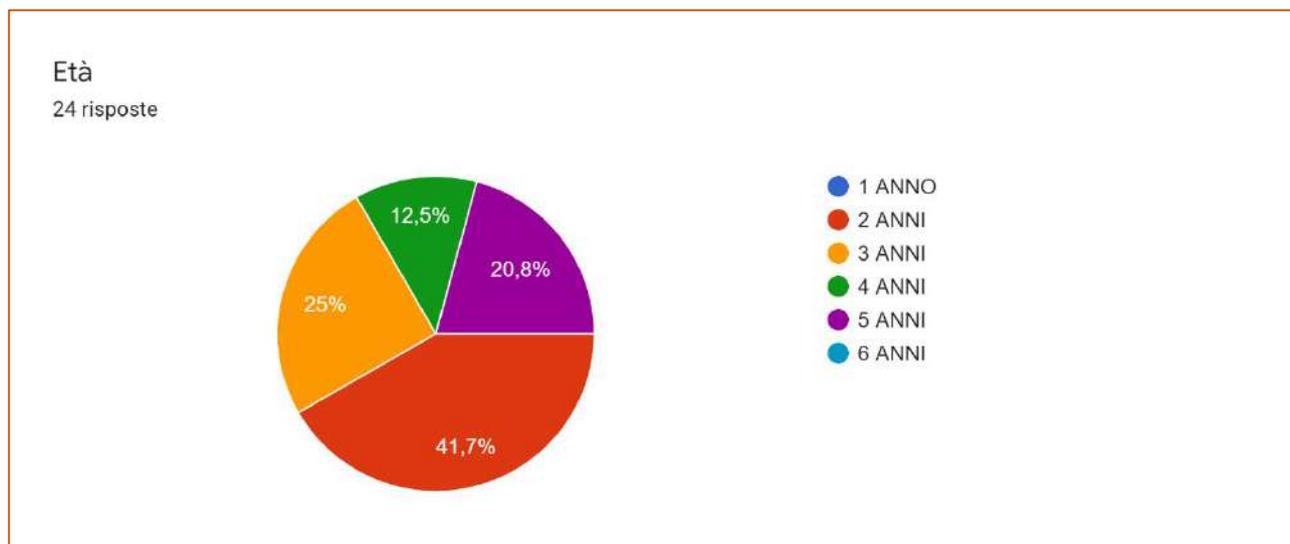
COSA VOGLIAMO FARE NEL 2021

Dall’inizio dell’anno scolastico 2020 e per tutto il 2021 la progettazione si è direzionata verso la riacquisizione da parte di tutto il nostro sistema scolastico della “normalità” quotidiana precovid 19. Tutte le energie del personale e del consiglio di amministrazione sono state profuse per mettere in atto tutte le iniziative possibili per riacquistare la serenità scolastica che ha sempre contraddistinto le nostre strutture.

RENDIAMO CONTO

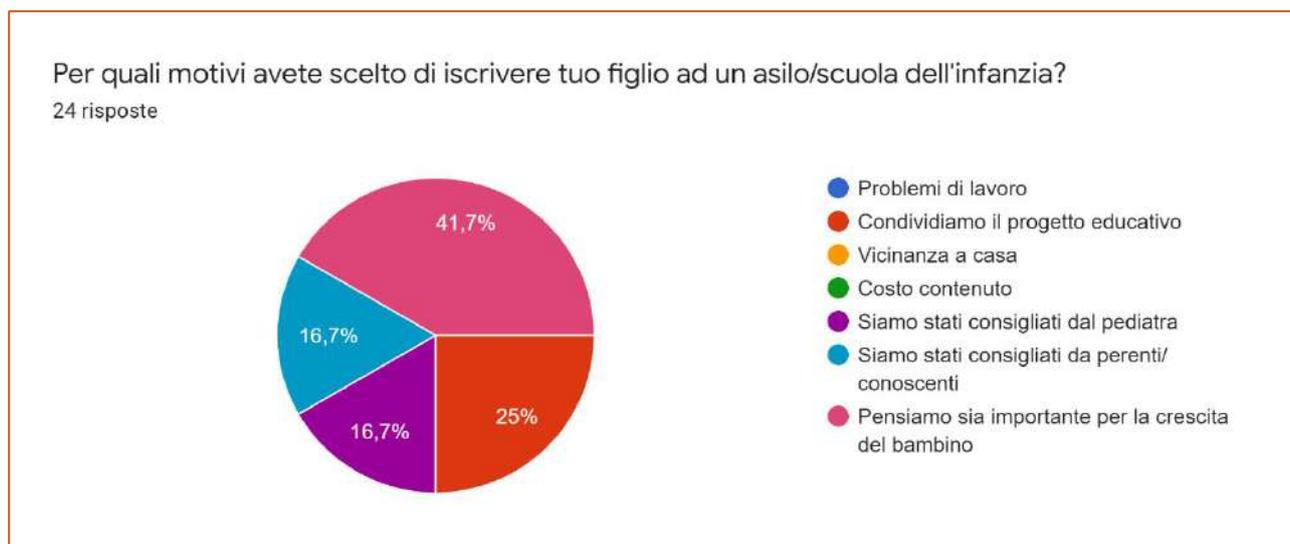
Nel corso del 2021 abbiamo proposto un questionario alle famiglie, con lo scopo di verificare la percezione della qualità del nostro lavoro, della nostra struttura e del nostro progetto educativo. Un totale di 24 famiglie ha risposto al questionario, su un numero complessivo di circa 70 bambini iscritti.

Su 24 risposte, 14 riguardano famiglie con figlie femmine e 10 famiglie con figli maschi. La distribuzione di età è evidenziata nel grafico seguente



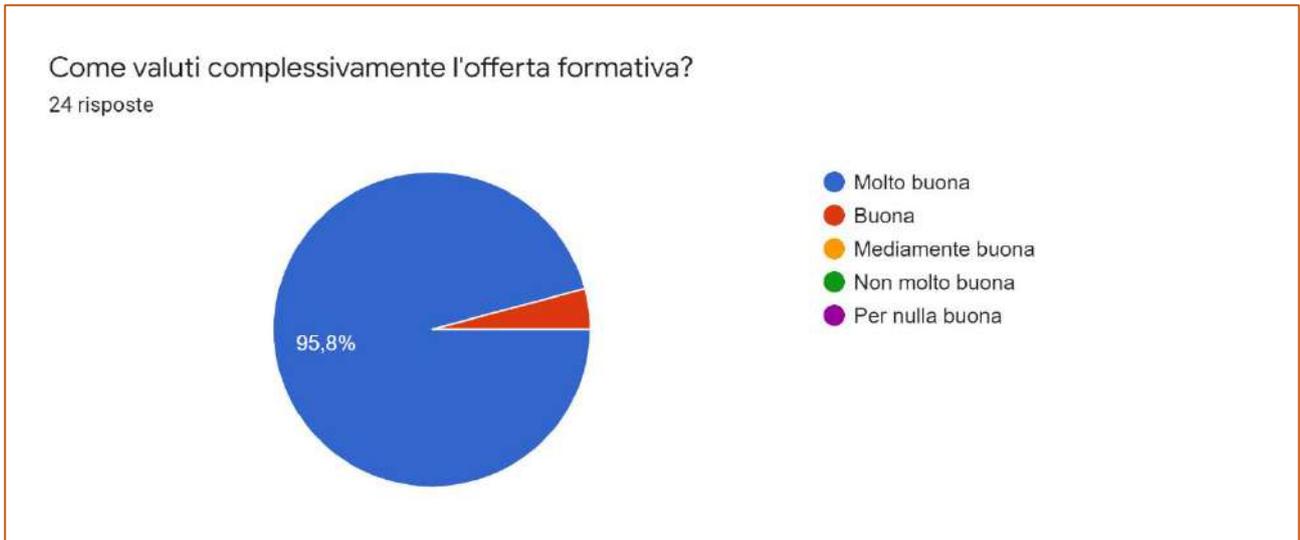
Il 62,5% delle famiglie ha acquisito informazioni prima di iscrivere i figli presso la nostra struttura: il 93,8% direttamente presso di noi, il rimanente 6,7% presso parenti o conoscenti.

Particolarmente interessanti sono le ragioni che hanno condotto i genitori a iscrivere i figli alla scuola dell'infanzia fra cui spicca il 41,75% che la ritiene un'occasione importante per la crescita del bambino, seguita (al 25%) dal fatto che condivide il progetto educativo.



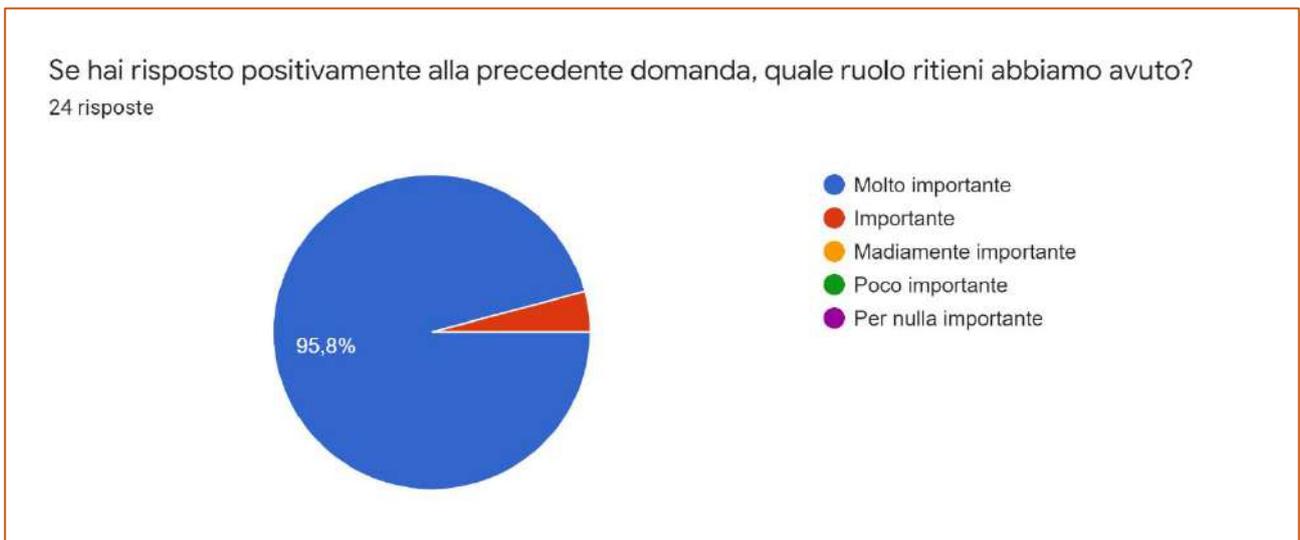
L'OFFERTA FORMATIVA DI DOLCE INFANZIA

Alla domanda “come valuti complessivamente l’offerta formativa?”, il 95,8% delle famiglie ha risposto Molto Buona, ed il 4,2% Buona.



Alla domanda “Nell’arco dell’ultimo anno, ritieni che tuo figlio sia cresciuto?”, il 100% delle risposte sono state positive

Anche alla successiva domanda, volta a comprendere se la crescita sia attribuibile al nostro lavoro, le risposte sono state molto positive:



Il 100% delle famiglie ritiene che il progetto educativo sia chiaro, 95,8% ha risposto che la qualità della vita della propria famiglia è migliorata da quando il proprio figlio frequenta le scuole gestita dalla cooperativa Dolce Infanzia (il restante 4,2% ritiene che sia migliorata Abbastanza).

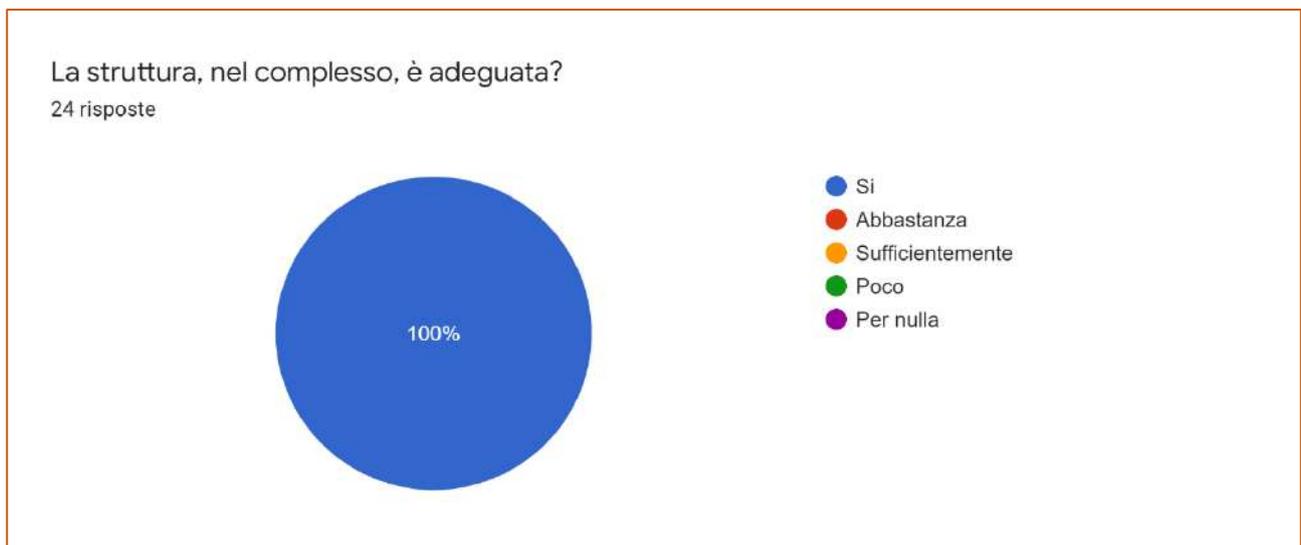
Questi dati ci spingono a continuare con entusiasmo nel nostro lavoro; confermano, a nostro avviso, la bontà dell'offerta formativa e che le aspettative delle famiglie, che hanno riposto in noi nel momento in cui iscrivevano i propri figli, sono state pienamente rispettate.

LA STRUTTURA

Le strutture che ospitano i servizi gestiti dalla cooperativa "Dolce Infanzia" dispongono di complessive 8 aule interne e di spazi esterni (presenti in due strutture su tre) attrezzati con giochi per bambini.

Vi sono inoltre spazi specifici dedicati all'attività laboratoriale/sperimentale e delle aree attrezzate con giochi per bambini tipo scivoli e vasche con palline di gomma.

Anche la struttura e gli spazi sono ritenute adeguate; il 100% delle risposte sono risultate positive per quanto riguarda la struttura nel complesso, il numero dei bambini per classe, i servizi igienici e le attrezzature (giochi, tavoli e sedie, lettini per la nanna ecc...).



IL PERSONALE

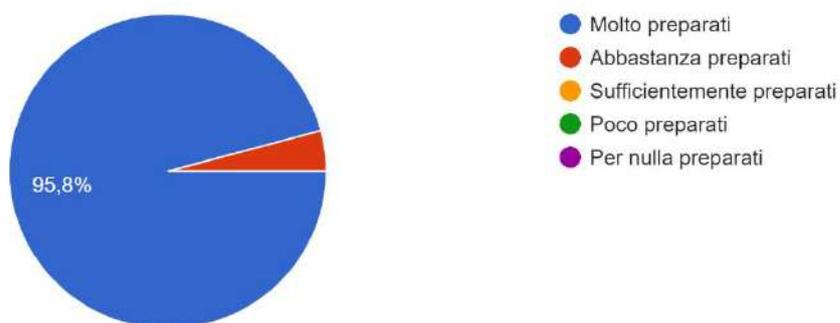
Come sopra accennato le risorse umane sono costituite da 8 persone dipendenti e da 2 volontari. La cooperativa pone particolare attenzione sia alla formazione sia alla sicurezza sui luoghi di lavoro

I risultati del questionario sono molto buoni anche per quanto riguarda il personale.

Cominciando l'analisi dagli educatori, essi sono risultati molto preparati nell' 95,8% dei casi e abbastanza preparati nelle risposte restanti.

Come valuti complessivamente la preparazione degli educatori?

24 risposte



E' risultato pari la 100% il dato riguardo alla disponibilità al dialogo con i bambini da parte degli educatori, così come l'accoglienza all'ingresso e l'adeguatezza delle informazioni fornite all'uscita (cosa ha mangiato il bambino, quanto ha dormito, fatti particolari accaduti ecc...).

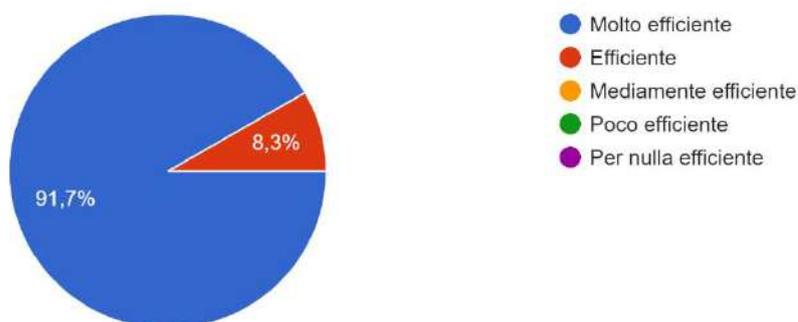
Oltre alla comunicazione verbale quotidiana organizziamo dei colloqui a cadenza mensile con i genitori per affrontare tutte le peculiarità dell'andamento scolastico dei bambini.

Positive al 100% anche le risposte alla domanda se gli educatori comprendono e affrontano i problemi e le difficoltà segnalate dalle famiglie.

Per quanto riguarda il personale di segreteria, anche in questo caso i risultati del test sono stati molto buoni:

Come valuti il servizio di segreteria?

24 risposte



PULIZIA E SICUREZZA

La percezione della pulizia e della sicurezza della struttura ha raggiunto il livello massimo.

Le domande poste alle famiglie sono state:

- Quando lasci tuo figlio nella nostra struttura, pensi di lasciarlo in mani sicure?
- Quanto sono puliti, nel complesso, gli spazi ?
- Quanto è pulita l'area mensa?
- Quanto sono puliti i servizi igienici?

In tutte le domande le risposte sono state positive al 100%.

LE ATTIVITA' CON LE FAMIGLIE

La cooperativa sociale Dolce Infanzia mette sempre al centro della propria attività il rapporto con le famiglie.

Il 100% ritiene che l'offerta dei servizi fuori orario (campus) sia complessivamente adeguata.

Alla domanda "Quali servizi vorreste che venissero organizzati o incrementati" sono emerse queste esigenze:



IL METODO DI MISURAZIONE PRESCELTO

Per questo primo anno di rilevamento dell'impatto sociale, abbiamo scelto di utilizzare il metodo di misurazione Social Statement, che il lettore può trovare in allegato, al quale si rimanda anche per informazioni più dettagliate.

SOCIAL STATEMENT

DOLCE INFANZIA

Anno 2020

Sommario

Premessa	4
Cos'è il Social statement.....	4
La scheda anagrafica dell'impresa.....	5
Il set di indicatori	5
Elenco degli indicatori	6
Perché il Social Statement.....	7
IL SOCIAL STATEMENT DI DOLCE INFANZIA.....	8
Scheda Anagrafica	8
Informazioni generali.....	8
Strumenti.....	8
CATEGORIA 1 RISORSE UMANE	9
Aspetto 1.1 Composizione del personale	9
Aspetto 1.5: orari di lavoro per categorie	12
Aspetto 1.6: Modalità retributive.....	12
Aspetto 1.7: Assenze	13
Aspetto 1.8: Agevolazioni per i dipendenti	13
Aspetto 1.9: Relazioni industriali.....	13
Aspetti 1.10: Comunicazione interna	13
Aspetti 1.11: Sicurezza e Salute sul luogo di lavoro	14
Aspetto 1.12: Soddisfazione del personale	14
Aspetti 1.13: Tutela dei diritti dei lavoratori	14
Aspetti 1.14: Provvedimenti disciplinari e contenziosi	15
CATEGORIA 2 SOCI/AZIONISTI E COMUNITA' FINANZIARIA.....	16
Aspetto 2.1 Composizione del capitale sociale	16
Aspetto 2.2: Remunerazione degli azionisti/soci (rapporti e indicatori azionari).....	16
CATEGORIA 3 CLIENTI	17
Aspetto 3.1 Caratteristiche della clientela	17
Aspetto 3.2 Sviluppo del Mercato	17
Aspetto 3.3 Customer satisfaction e customer loyalty	17
Aspetto 3.5. Prodotti/servizi a connotazione etico-ambientale (ad esempio, alta utilità sociale).....	18
Aspetto: 3.6. Politiche promozionali (ad esempio, rispetto codici di autodisciplina).....	18
CATEGORIA 4. FORNITORI	18
Aspetti: 4.1 Politiche di gestione dei fornitori.....	18
Aspetto 4.2. Condizioni Negoziali.....	18

CATEGORIA 5. PARTNER FINANZIARI.....	19
Aspetti: 5.1 Rapporti con le banche	19
Aspetti: 5.2 Rapporti con le compagnie assicurative	19
Aspetti: 5.3 Rapporti con società di servizi finanziari (ad esempio, società di leasing)	19
CATEGORIA 6. STATO, ENTI LOCALI E PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	20
Aspetto: 6.1 Imposte, tributi e tasse	20
Aspetto: 6.2 Rapporti con Enti Locali e Istituzioni.....	20
Aspetti: 6.3. Norme e codici etici per il rispetto della legge	20
Aspetti: 6.4 Contributi, agevolazioni o finanziamenti agevolati ricevuti	21
CATEGORIE 7. Comunità.....	21
Aspetti: 7.1 Corporate giving.....	21
Aspetti: 7.2 Apporti diretti nei diversi ambiti di intervento	21
Aspetti: 7.3 Comunicazione e coinvolgimento della comunità (stakeholder engagement)	22
Aspetti: 7.4 Relazioni con i mezzi di comunicazione	22
Aspetti: 7.5 Comunità virtuale.....	23
Aspetti: 7.6 Prevenzione della corruzione.....	23
CATEGORIA 8. Ambiente	23
Aspetti: 8.1 Consumi di energia, materiali ed emissioni	23
Aspetti: 8.2 Strategia ambientale e relazioni con la comunità.....	24

Premessa

Nell'ambito della riforma del terzo settore, ed in particolare delle imprese e cooperative sociali, il DL 112/2017 ha previsto l'obbligo del bilancio sociale che includa la valutazione dell'impatto generato utilizzando uno standard di valutazione esterno che abbia precise caratteristiche.

Il decreto subordina l'entrata in vigore della normativa alla predisposizione, da parte del Ministro del Lavoro e delle Politiche Sociali, delle Linee Guida per l'indicazione dei principi di redazione e del contenuto minimo del bilancio sociale. Le Linee Guida, approvate in data 9 agosto 2019, dispongono che *"i lettori devono essere messi nelle condizioni di valutare il grado di attenzione e considerazione che l'Organizzazione riserva nella propria gestione rispetto alle esigenze degli stakeholders"*.

Vengono pertanto richieste numerose informazioni che vanno dalla governance al personale, dall'ambito di operatività dell'ENTE agli obiettivi, dalla situazione finanziaria alle modalità di raccolta fondi ecc,

Il bilancio sociale deve essere:

- Esaminato dall'organo di controllo
- Approvato dall'organo competente
- Depositato unitamente al rendiconto o bilancio di esercizio e pubblicato sul sito dell'ente, se esistente, o su quello della rete associativa cui aderiscono

Dopo molti rinvii, l'obbligo di predisposizione del bilancio sociale è entrato in vigore con riferimento ai bilanci di esercizio 2020.

Abbiamo cercato di trovare lo strumento più efficiente che consentisse da un lato di assolvere pienamente al dettato normativo e che contemporaneamente, dall'altro, contemperasse una complessità adeguata alle dimensioni della nostra struttura.

La scelta è ricaduta sul social statement.

Prima di addentrarci nell'analisi e nel cuore della valutazione riteniamo opportuno innanzitutto illustrare, almeno per sommi capi, lo strumento utilizzato e in secondo luogo condividere le ragioni di tale scelta.

Cos'è il Social statement

Il **Social Statement (SS)** è uno strumento **volontario**, pensato in primo luogo per **guidare** le imprese nell'attività di rendicontazione delle proprie prestazioni sociali, standardizzando la modalità di rilevazione e presentazione delle informazioni e favorendo forme di confronto e valutazione dei risultati ottenuti.

Mediante la diffusione del Social Statement, il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali mira ad accrescere il grado di consapevolezza delle imprese sulle tematiche sociali, ambientali e di sostenibilità, promuovendo la diffusione di una **cultura della responsabilità**, per la verità connaturata al mondo cooperativo, all'interno del Sistema Paese. Il Social Statement vuole anche rispondere alle crescenti richieste informative che provengono da molteplici categorie di stakeholder sulle tematiche della Corporate Social Responsibility.

La definizione di uno strumento basato su un modello di rendicontazione chiaro e consolidato mira a garantire maggiore trasparenza nella comunicazione delle imprese, anche cooperative, a tutela dei consumatori e a vantaggio di tutti i cittadini. Il Social Statement vuole essere uno strumento **semplice**, **modulare** e **flessibile**, per consentire a tutte le imprese - indipendentemente dalla dimensione, dal settore di appartenenza, dalla natura giuridica, dall'esperienza nell'attività di *reporting*, ecc. - di aderire al sistema definito dal Governo.

In questo ambito, il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ha voluto dedicare un'attenzione particolare alle **piccole e medie imprese (PMI)**, che costituiscono, come è noto, una componente fondamentale del sistema industriale italiano. Si è, dunque, voluto predisporre uno strumento che non vincoli questa categoria di attori, ma parta dalle loro esigenze offrendo nuove interessanti opportunità in chiave gestionale e competitiva.

Il Social Statement si basa sulla definizione di CSR data dalla Commissione Europea nel Libro Verde, pubblicato nel luglio 2001. Secondo questo approccio, la Corporate Social Responsibility è “l’integrazione su base volontaria, da parte delle imprese, delle preoccupazioni sociali ed ecologiche nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate”, ossia, in base alla definizione contenuta nel documento originale “a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis”.

Sempre dalla definizione di CSR formulata nel Libro Verde si desume che essere socialmente responsabili implica **andare oltre il semplice rispetto della normativa** vigente, “investendo “di più” nel capitale umano, nell’ambiente e nei rapporti con le parti interessate”. Muovendo da questi presupposti e a seguito di un confronto con diverse categorie di stakeholder, il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ha messo a punto una proposta per orientare le imprese nella predisposizione del Social Statement.

La proposta si articola in due parti fondamentali:

- A. la **scheda anagrafica** dell’impresa;
- B. il **set indicatori**.

La scheda anagrafica dell’impresa

La **scheda anagrafica** ha l’obiettivo di mettere a fuoco le caratteristiche generali dell’impresa che decide di adottare il Social Statement.

Le principali informazioni richieste sono:

- nome;
- natura giuridica dell’organizzazione (SRL, SPA, Cooperativa ecc.);
- settore di attività (o settori in cui opera in prevalenza);
- fatturato;
- sede principale;
- sedi secondarie;
- principali mercati di riferimento;
- numero di dipendenti.

Nella scheda anagrafica, inoltre devono essere riportate informazioni più specifiche, dirette a rilevare l’impegno dell’azienda nell’ambito della Corporate Social Responsibility.

Si richiede, pertanto, alle imprese di segnalare l’adozione di strumenti quali Codici di Condotta, Sistemi di Gestione (ad esempio, sistemi di qualità, sistemi di gestione dell’ambiente e della sicurezza), certificazioni e report sociali, ambientali e di sostenibilità. Tali documenti potranno essere allegati al Social Statement per testimoniare l’impegno dell’impresa sulle iniziative intraprese.

Il set di indicatori

Il set di indicatori è il cuore del Social Statement.

Qualsiasi processo realizzato da un’organizzazione necessita di meccanismi e strumenti di misurazione efficaci ed efficienti. L’attività di misurazione serve per supportare i decisori nella definizione degli obiettivi strategici e tattici, permette di monitorare gli sforzi realizzati per raggiungere tali obiettivi, consente di valutare le performance ottenute e di confrontare tali prestazioni nel tempo e nello spazio.

Come è noto gli indicatori sono misure che, attraverso una semplificazione della realtà, hanno l’obiettivo di rilevare e/o di descrivere fenomeni complessi e di difficile rappresentazione bilanciando due esigenze divergenti: l’accuratezza scientifica e la capacità di sintesi.

Il set di indicatori ha la specifica finalità di monitorare l’impegno e le attività realizzate dall’impresa in tema di CSR, supportando i processi decisionali e attuativi. A tale scopo, attraverso una serie di confronti con le

parti interessate e dopo una fase di pilot testing sulle imprese si è giunti all'identificazione e alla selezione di una serie di indicatori.

Per ogni indicatore è stato condotto un esame puntuale. Sono stati analizzati e discussi elementi quali:

- ✓ la rilevanza rispetto alla nozione di CSR;
- ✓ la comprensibilità per le imprese;
- ✓ la producibilità delle informazioni funzionali alla determinazione dell'indicatore (ad esempio, eventuale materiale documentale);
- ✓ la modalità di rilevazione e misurazione;
- ✓ l'applicabilità rispetto alle diverse tipologie di imprese.

I singoli indicatori sono organizzati in un framework articolato su tre livelli in cui si è privilegiato un approccio orientato agli stakeholder.

Pertanto, il piano dei conti del Social Statement si divide in:

- ✓ categorie: gruppi di stakeholder cui sono rivolti specifiche famiglie (cluster) di indicatori;
- ✓ aspetti, aree tematiche monitorate da gruppi di performance indicatori nell'ambito di una determinata categoria di stakeholder;
- ✓ indicatori, ovvero misure qualitative e quantitative che forniscono informazioni relative a uno specifico aspetto. Possono essere utilizzati per controllare e dimostrare le performance di un'organizzazione.

Gli indicatori possono essere qualitativi (ad esempio, laddove si richieda la descrizione di un progetto o di un'iniziativa realizzata dall'azienda) e quantitativi (nei casi in cui l'informazione richiesta debba essere espressa sotto forma numerica – percentuale, ratio, quoziente, dati economici o finanziari, ecc.).

Il set di indicatori è stato suddiviso in due categorie principali:

- ✓ indicatori comuni (C), che devono essere utilizzati da tutte le imprese per la realizzazione del Social Statement (dalle PMI alle grandi aziende);
- ✓ indicatori addizionali (A), che si possono applicare alle imprese di maggiore dimensione (a partire da 50 dipendenti) in base a specifici criteri, affiancando e integrando gli indicatori comuni.

Il set di indicatori e il Social Statement vogliono essere un'opportunità per guidare le imprese verso obiettivi di eccellenza nelle modalità di rendicontazione di CSR, favorendo il miglioramento continuo delle prestazioni aziendali in questo campo. In questo senso, se alcuni degli indicatori addizionali indicati dovessero risultare non applicabili all'impresa per fattori legati alle sue caratteristiche strutturali e/o organizzative (dimensioni, settore di appartenenza, natura giuridica e assetto proprietario, complessità di rilevazione e/o misurazione delle informazioni richieste), le ragioni alla base dell'esclusione dovranno essere debitamente specificate e motivate dal management.

Elenco degli indicatori

Di seguito si riporta il set completo di indicatori individuati per il Progetto CSRSC.

Gli indicatori sono articolati in otto categorie, in base ai diversi gruppi di stakeholder:

1. Risorse Umane
2. Soci/Azionisti e Comunità Finanziaria
3. Clienti
4. Fornitori
5. Partner finanziari
6. Stato, Enti locali e Pubblica Amministrazione
7. Comunità
8. Ambiente

Perché il Social Statement

Come dicevamo in premessa abbiamo cercato di individuare uno standard di valutazione adeguato ai nostri obiettivi benefit così come formalmente sanciti dapprima nello Statuto sociale e poi nel nostro manifesto. Abbiamo escluso standard valutativi particolarmente complessi e articolati (da quello B- Corp al Social Roi utilizzato per valutare l'impatto delle startup a vocazione sociale) in quanto abbiamo ritenuto fossero eccessivamente onerosi: in fondo siamo una piccola realtà e si tratta del nostro primo anno di rendicontazione,

Non abbiamo altresì ritenuto adeguate al nostro caso metriche principalmente basate su criteri finanziari (per esempio i criteri IRIS elaborati dal Global Impact Investing Network), in quanto non rappresentativi di una realtà cooperativa quale la nostra.

La scelta, dunque, alla fine è ricaduta sull'utilizzo dello social statement in quanto, pur nella sua semplicità consente sia di assolvere pienamente alle aspettative del dettato normativo sia perché ben si adatta al modello cooperativo.

Nelle pagine seguenti riportiamo il risultato dell'applicazione del set di indicatori. Iniziando, come previsto dall'anagrafica.

IL SOCIAL STATEMENT DI DOLCE INFANZIA

Scheda Anagrafica

Informazioni generali

Nome	DOLCE INFANZIA
Tipo (srl, spa ecc.)	SRL COOPERATIVA SOCIALE E IMPRESA SOCIALE
Settore di attività <i>descrizione e codice Istat</i>	85.10.10 Istruzione di grado preparatorio: scuole dell'infanzia, scuole speciali collegate a quelle primarie. La cooperativa si propone di perseguire l'interesse generale della comunità attraverso attività educative dell'infanzia e, in particolare, la gestione di asili nido, scuole dell'infanzia e relative sezioni primavera e attività di ludoteca.
Fatturato	Classe euro 150.000-200.000
Sede principale	Via Don Damiano Ciano 5 – Carapelle (FG)
Composizione societaria <i>specificare semplicemente l'assetto proprietario: proprietario unico, azionariato diffuso, se partecipata, se partecipante in altre aziende, ecc.)</i>	La compagine societaria è composta da 7 soci persone fisiche
Principali mercati di riferimento <i>descrivere, specificando se i prodotti/servizi sono destinati al consumatore finale e in che misura i prodotti sono destinati all'esportazione</i>	MERCATO ITALIA I servizi sono destinati al consumatore finale
Numero dipendenti	Al 31/12/2020 erano presenti 8 dipendenti, cui 5 soci lavoratori e 3 dipendenti. Nell'attività della società collaborano anche 2 soci volontari

Strumenti

La società ha una mission esplicita	Si. Come riportata nell'oggetto sociale
La società è dotata di sistemi di Gestione della qualità Gestione ambientale Gestione della sicurezza Gestione sociale Protezione delle informazioni	NO NO NO NO SI
La società pubblica Report sociali, ambientali e/o di sostenibilità (specificare) ?	Si. Relazione di Impatto annuale ai sensi del DL 112/2017

CATEGORIA 1 RISORSE UMANE

Aspetto 1.1 Composizione del personale

Categorie	1. Risorse Umane
Aspetti	1.1. Composizione del personale
Indicatore	1.1.1. Categorie 1.1.2. Et� 1.1.3. Anzianit� 1.1.4. Provenienza territoriale 1.1.5. Nazionalit� 1.1.6. Tipologia contrattuale 1.1.7. Titolo di studio

Indicatore 1.1.1: Categorie

Indicatore	1.1.1. Categorie		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi S�	Quantitativi
	L'indicatore mira ad ottenere un quadro numerico che descriva la realt� aziendale e permetta di inquadrarla nella situazione locale.		
Modalit� di misurazione dell'indicatore	Al 31/12/2020 il personale era cos� composto: Insegnanti: 3 Educatori: 4 Assistente: 1 La composizione per sesso era la seguente Donne: 7 Uomini: 1 Alla data suddetta tutti i dipendenti sono part-time		
Documentazione di supporto	Copia del CCNL applicato Visura		

Indicatore 1.2.1: Politiche occupazionali

Indicatore	1.2.1. Politiche occupazionali		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi
	L'indicatore mira a conoscere le politiche occupazionali adottate dall'impresa		
Modalità di misurazione dell'indicatore	In considerazione del ristretto numero di dipendenti, la cooperativa non adotta particolari politiche occupazionali Si ricorda che, stante la propria natura, nella cooperativa i requisiti e le procedure di ammissione a socio sono dettagliatamente definite e disciplinate oltre che dallo statuto, anche da uno specifico regolamento; un complesso articolato di norme interne in grado di garantire al processo trasparenza e trattamenti equanimi.		
Documentazione di supporto	Libro unico del Lavoro (LUL)		

Indicatore 1.2.2: Dipendenti e non dipendenti

Indicatore	1.2.2. Dipendenti e non dipendenti		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi	Quantitativi Sì
	L'indicatore mira a quantificare la percentuale di personale non dipendente operante per l'azienda.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	In considerazione della propria natura, la cooperativa si avvale prevalentemente, nello svolgimento della propria attività, della prestazione lavorativa dei soci In particolare, nella propria attività collaborano 8 dipendenti e 2 soci volontari		
Documentazione di supporto	Note esplicative allegate al bilancio		

Indicatore 1.2.3: Cessazioni

Indicatore	1.2.3. Cessazioni (per tipologia)		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi	Quantitativi Sì
	Lo scopo dell'indicatore è identificare le modalità più frequenti di cessazione del rapporto di lavoro		
Modalità di misurazione dell'indicatore	La modalità più presente di cessazione del rapporto di lavoro è la dimissione volontaria da parte del lavoratore.		
Documentazione di supporto	Libro Unico del Lavoro (LUL)		

Indicatore 1.3.1: Personale maschile e femminile

Indicatore	1.3.1. Personale maschile e femminile		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi	Quantitativi Sì
	L'indicatore mira a determinare il livello di applicazione all'interno dell'azienda di una politica di pari opportunità tra uomini e donne		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Si specifica la percentuale della personale dipendente in forza al 31/12/2020 Percentuale di lavoratrici donne: 88% Percentuale di lavoratrici uomini: 12%		
Documentazione di supporto	Libro Unico del Lavoro (LUL)		

Indicatore 1.3.3: Politica verso le persone con disabilità e le minoranze di genere

Al 31/12/2020 non erano impiegate persone con disabilità o rappresentative di minoranza di genere. Tale circostanza non è dovuta a scelte discriminatorie da parte della cooperativa.

Indicatore 1.4.1: Progetti di formazione

Indicatore	1.4.1. progetti di formazione		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi
	L'indicatore punta a delineare gli interventi formativi (escluso la formazione obbligatoria per legge e per contratto) dell'azienda volti allo sviluppo delle professionalità individuali del personale e alla crescita dell'azienda stessa, senza discriminazione di genere (categoria, sesso, ecc.).		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Nel 2020 tutto il personale tutto il personale ha seguito corsi di aggiornamento organizzati da enti pubblici e privati oltre all'autoformazione organizzata dalla Scuola in momenti pomeridiani con tutto il personale		
Documentazione di supporto	N.D.		

Indicatore 1.4.2: Ore di formazione per categoria (al netto della formazione obbligatoria per legge o per contratto)

Si rimanda al commento dell'indicatore precedente

Indicatore 1.4.3: Stage

Indicatore	1.4.3. stage		
	Rilevanza A	Qualitativi	Quantitativi Sì
Commento esplicativo	L'indicatore punta a monitorare la disponibilità dell'Azienda ad ospitare personale in stage ed a valutare l'efficacia di questo strumento formativo		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Ospitiamo tirocinanti iscritti presso l'Università degli studi di Foggia, collaboriamo con fattorie didattiche per la realizzazione di progetti per i nostri iscritti. Nel 2020 non abbiamo accolto tirocinanti.		
Documentazione di supporto	Progetti di tirocini in accordo università ed istituti di formazione.		

Aspetto 1.5: orari di lavoro per categorie

N/A - motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto

Aspetto 1.6: Modalità retributive

Indicatore 1.6.1: Retribuzione medie lorde

Indicatore	1.6.1. Retribuzioni medie lorde		
	Rilevanza A	Qualitativi	Quantitativi Sì
Commento esplicativo	L'indicatore mira a determinare i livelli retributivi applicati dall'Azienda		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Vengono applicati i contratti collettivi nazionali di categorie.		
Documentazione di supporto	Contratti di lavoro		

Aspetto 1.7: Assenze

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto. Si sottolinea che nessuna assenza si è verificata per causa della pandemia da Covid-19

Aspetto 1.8: Agevolazioni per i dipendenti

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto

Si sottolinea peraltro che, atteso lo scopo mutualistico della cooperativa, l'attività sociale è volta in primo luogo a generare reddito da lavoro dipendente per i soci.

È previsto peraltro il c.d. ristorno cooperativo che ha la funzione di prevedere una forma di retribuzione aggiuntiva/risparmio di spesa per il socio cooperatore, in considerazione della partecipazione allo scambio mutualistico con la Cooperativa.

La ripartizione del ristorno ai soci cooperatori deve avvenire in modo proporzionale alla quantità e qualità dello scambio mutualistico come previsto dallo Statuto Sociale.

Aspetto 1.9: Relazioni industriali

Indicatore 1.9.3: Altro (ore di sciopero, partecipazione dei lavoratori al governo aziendale, ecc.)

Indicatore	1.9.3. Altro (ore di sciopero, partecipazione dei lavoratori al governo aziendale, ecc.)		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
	L'indicatore mira a delineare il livello di interazione esistente tra Azienda e sindacati		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Nel corso del 2020 non sono avvenuti scioperi. La partecipazione dei lavoratori alla governance aziendale è garantita dalle regole di funzionamento della cooperativa		
Documentazione di supporto	Statuto sociale Libro del consiglio di amministrazione Libro assemblee		

Aspetti 1.10: Comunicazione interna

Indicatore	1.10. Comunicazione interna		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
	L'indicatore vuole delineare le forme di comunicazione interna messe in atto dall'azienda (giornalini aziendali, newsletter, intranet, strumenti di comunicazione informale messi a disposizione dei lavoratori per far pervenire propri commenti al vertice aziendale, ecc.)		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Nell'ambito della relazione scuola-famiglia le relazioni avvengono tramite gruppi whatsapp, avvisi in bacheca e il dialogo del personale. Per affrontare le peculiarità dell'andamento scolastico dei bambini organizziamo colloqui mensili con i genitori. La comunicazione con i dipendenti avviene mediante riunioni organizzative e gestionali		
Documentazione di supporto	Statuto sociale Libro del consiglio di amministrazione Libro assemblee		

Aspetti 1.11: Sicurezza e Salute sul luogo di lavoro

Indicatore 1.11.1: Infortuni e malattie

Indicatore	1.11.1. Infortuni e malattie		
Commento esplicativo	Rilevanza C	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
	L'indicatore punta a verificare l'impegno dell'azienda nel minimizzare il rischio per la Sicurezza e la Salute dei lavoratori		
Modalità di misurazione dell'indicatore	La cooperativa rispetta fedelmente tutte le normative in materia di sicurezza e salute dei lavoratori. Nel corso del 2020 non sono stati verificati infortuni sul lavoro. Non sono avvenuti nemmeno casi di contagio da Covid-19.		
Documentazione di supporto	Libro Unico del Lavoro (LUL)		

Indicatore 1.11.2: Progetti

Nel corso del 2020 sono stati attuati dei corsi di aggiornamento allo scopo di minimizzare il rischio per la sicurezza e la salute dei lavoratori come riferito al punto 1.4.1

Indicatore	1.11.2. Comunicazione interna		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi
	L'indicatore punta a descrivere l'impegno dell'azienda nel minimizzare il rischio per la Sicurezza e la Salute dei lavoratori		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Nel corso del 2020 sono stati attuati dei corsi di aggiornamento allo scopo di minimizzare il rischio per la sicurezza e la salute dei lavoratori come riferito al punto 1.4.1		
Documentazione di supporto	<i>Richiamare eventuali certificazioni allegate (si veda Scheda Anagrafica)</i>		

Aspetto 1.12: Soddisfazione del personale

Indicatore 1.12.1. Ricerche di customer satisfaction rivolte all'interno

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

Aspetti 1.13: Tutela dei diritti dei lavoratori

Obiettivo dell'indicatore è fornire un quadro della struttura aziendale a livello internazionale per garantire il rispetto delle convenzioni ILO

La cooperativa opera solo in Italia

Indicatore 1.13.1: Lavoro minorile

La cooperativa opera solo in Italia, quindi soggiace alla normativa in merito

Indicatore 1.13.2: Lavoro forzato

La cooperativa opera solo in Italia, quindi soggiace alla normativa in merito

Aspetti 1.14: Provvedimenti disciplinari e contenziosi

Indicatore	1.14. Provvedimenti disciplinari e contenziosi		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi	Quantitativi Sì
	L'indicatore mira ad analizzare l'incidenza di provvedimenti disciplinari all'interno dell'azienda		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Non sono stati attuati provvedimenti disciplinari		
Documentazione di supporto	Codice disciplinare		

CATEGORIA 2 SOCI/AZIONISTI E COMUNITA' FINANZIARIA

Aspetto 2.1 Composizione del capitale sociale

Indicatore 2.1.1 Soci e quote

Indicatore	2.1.1. Soci e quote		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi	Quantitativi Si
	L'indicatore punta alla conoscenza e al monitoraggio dell'evoluzione nel tempo della proprietà dell'azienda.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Al 31 dicembre 2020 la compagine sociale era la seguente: 7 soci		
Documentazione di supporto	Libro soci		

Indicatore 2.1.2 Segmentazione dei soci

Indicatore	2.1.2. Segmentazione dei soci		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi	Quantitativi Si
	L'indicatore vuole mettere in risalto la partecipazione al capitale sociale da parte di imprese e persone fisiche		
Modalità di misurazione dell'indicatore	I titolari dell'impresa sono al 100% persone fisiche		
Documentazione di supporto	Codice disciplinare		

Aspetto 2.2: Remunerazione degli azionisti/soci (rapporti e indicatori azionari)

Indicatore 2.2.2 Dividendi

Indicatore	2.2.2. Segmentazione dei soci		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Si	Quantitativi Si
	Si tratta di un indicatore ampio, che dovrebbe ricomprendere tutte le modalità di remunerazione dei soci attuate dalla società		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Nel corso del 2020 la cooperativa non ha distribuito dividendi		
Documentazione di supporto	Verbale di assemblea		

CATEGORIA 3 CLIENTI

Aspetto 3.1 Caratteristiche della clientela

Indicatore 3.1.1 – ripartizione dei clienti per categorie

Indicatore	3.1.1. Ripartizione dei client per categorie		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
	L'obiettivo di tale indicatore è quello di fornire un quadro più dettagliato sulla clientela dell'azienda, in modo tale da renderne più efficace ed efficiente la gestione ed individuare meglio le necessità e priorità. L'indicatore, pertanto, richiede un'analisi della clientela ed una suddivisione per categoria di appartenenza.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	La clientela della cooperativa è rappresentata dalle famiglie che hanno iscritto i figli alle nostre strutture.		
Documentazione di supporto	Bilancio sociale		

Aspetto 3.2 Sviluppo del Mercato

Indicatore 3.2.1 Sviluppo nuovi servizi

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

Aspetto 3.3 Customer satisfaction e customer loyalty

Indicatore 3.3.1 Iniziative di customer satisfaction (ricerche, iniziative di misura e utilizzo, call center e gestione dei reclami)

Indicatore	3.1.1. Ripartizione dei client per categorie		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
	L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nella "lettura ed ascolto" delle esigenze dei clienti e del mercato e nella traduzione di tali necessità/aspettative in pianificazione e sviluppo di nuovo prodotti/servizi. Inoltre, l'indicatore ha come obiettivo quello di monitorare il processo di miglioramento/rinnovo/evoluzione del contesto economico		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Nella nostra attività è prevista la presenza del pediatra gratuitamente a disposizione della famiglia e dei bambini		
Documentazione di supporto	Bilancio sociale		

Aspetto 3.5. Prodotti/servizi a connotazione etico-ambientale (ad esempio, alta utilità sociale)

Indicatore	3.5. Prodotti/servizi a connotazione etico-ambientale (ad esempio, alta utilità sociale)		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
	L'indicatore richiede una particolare attenzione rivolta ad offerta di servizi/ prodotti con evidente e dimostrabile valenza etico-ambientale		
Modalità di misurazione dell'indicatore	La Cooperativa svolge il servizio di gestione di 2 scuole dell'infanzia, di un asilo nido e di un centro ludico i 3 strutture separate. La cooperativa ha lo scopo dell'educazione e l'ottimale crescita individuale di tutti i bambini delle famiglie che ci scelgono ogni anno.		
Documentazione di supporto	Bilancio sociale Bilancio di esercizio		

Aspetto: 3.6. Politiche promozionali (ad esempio, rispetto codici di autodisciplina)

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

CATEGORIA 4. FORNITORI

Aspetti: 4.1 Politiche di gestione dei fornitori

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

Indicatore: 4.1.1 Ripartizione dei fornitori per categoria

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

Indicatore: 4.1.2 Selezione dei fornitori

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

Indicatore 4.1.3. Comunicazione, sensibilizzazione ed informazione

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

Aspetto 4.2. Condizioni Negoziali

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

CATEGORIA 5. PARTNER FINANZIARI

Aspetti: 5.1 Rapporti con le banche

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

Aspetti: 5.2 Rapporti con le compagnie assicurative

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

Aspetti: 5.3 Rapporti con società di servizi finanziari (ad esempio, società di leasing)

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

CATEGORIA 6. STATO, ENTI LOCALI E PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Aspetto: 6.1 Imposte, tributi e tasse

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

Aspetto: 6.2 Rapporti con Enti Locali e Istituzioni

Indicatore	6.2. Rapporti con Enti Locali e Istituzioni		
Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	Sì
	L'indicatore punta ad analizzare i rapporti esistenti tra l'impresa e le Istituzioni Pubbliche, evidenziando forme di coinvolgimento e/o partnership. Ad esempio, adesione ad accordi volontari o accordi di Programma su specifiche iniziative aventi valenza economica (sviluppo del territorio), ambientale o sociale.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Organizziamo in collaborazione con Scuole Primarie relazioni che facilitino il passaggio dei bambini che si diplomano nelle nostre Scuole dell'infanzia, accogliamo tirocinanti iscritti presso l'Università degli studi di Foggia, collaboriamo con fattorie didattiche per la realizzazione di progetti per i nostri iscritti, collaboriamo costantemente con altra Scuola dell'infanzia per un confronto continuo su tematiche didattiche e laboratoriali		
Documentazione di supporto	Bilancio sociale Bilancio di esercizio		

Aspetti: 6.3. Norme e codici etici per il rispetto della legge

Indicatore: 6.3.1 Norme e codici per il rispetto della legge e sistemi di auditing interno

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

Indicatore: 6.3.2 Verifiche di conformità e controlli ispettivi

Indicatore	6.3.2. Verifiche di conformità e controlli ispettivi		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
	L'obiettivo è rilevare il grado di compliance dell'impresa rispetto alle normative vigenti, in modo da verificare la coerenza tra comportamenti dichiarati (codici di condotta, codici etici, politiche adottate, ecc) e quanto attuato.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Abbiamo ricevuto visite ispettive da parte di ASL e del Comune di Foggia per la verifica degli standard qualitativi nelle nostre strutture		
Documentazione di supporto	Notifiche e rapporti delle Autorità Pubbliche		

Aspetti: 6.4 Contributi, agevolazioni o finanziamenti agevolati ricevuti

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

CATEGORIE 7. Comunità

Aspetti: 7.1 Corporate giving

Non sono state effettuate donazioni od altre liberalità

Aspetti: 7.2 Apporti diretti nei diversi ambiti di intervento

Indicatore: 7.2.1 Istruzione e formazione

Indicatore	7.2.1. Istruzione e formazione		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
	L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nel sociale attraverso investimenti in termini di impegno orario ed altre attività svolte direttamente nel campo dell'istruzione, dell'informazione della conoscenza.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	L'istruzione e la formazione costituiscono lo scopo sociale della cooperativa. Vengono inoltre previste attività formative a favore degli educatori; nel 2020 tali attività sono già state riferite all'indicatore 1.4.1		
Documentazione di supporto	Statuto Bilancio di esercizio Bilancio sociale		

Indicatore 7.2.2 Cultura

L'istruzione costituisce lo scopo sociale della cooperativa

Indicatore 7.2.3 Sport

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

Indicatore: 7.2.4 Ricerca e innovazione

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

Indicatore: 7.2.5 Solidarietà sociale (anche internazionale)

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

Indicatore: 7.2.6 Altro (ad esempio, volontariato, posti asilo per la comunità)

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

Aspetti: 7.3 Comunicazione e coinvolgimento della comunità (stakeholder engagement)

Indicatore	7.3. Comunicazione e coinvolgimento della comunità (stakeholder engagement)		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
	L'indicatore valuta le azioni di comunicazione e di coinvolgimento degli stakeholder, in particolare dei soggetti presenti nella comunità (cittadini, ONG, media, ecc.). Esempi in questo senso possono essere iniziative come Fabbriche e Impianti Aperti, l'organizzazione di momenti di presentazione dei bilanci sociali o di sostenibilità, processi strutturati di confronto con gli stakeholder per l'individuazione di indicatori per la misurazione delle performance aziendali, ecc.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Le informazioni inerenti il coinvolgimento degli stakeholder sono illustrate nel bilancio sociale		
Documentazione di supporto	Bilancio sociale		

Aspetti: 7.4 Relazioni con i mezzi di comunicazione

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

Aspetti: 7.5 Comunità virtuale

Indicatori: 7.5.1 Contatti (caratteristiche ed analisi)

Indicatore	7.5.1. Contatti (caratteristiche ed analisi)		
Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A	Sì	Sì
	Alla luce dell'importanza assunta da Internet e dalle tecnologie digitali, l'indicatore si propone di esaminare numero, profilo e caratteristiche dei soggetti che contattano l'azienda attraverso l'utilizzo della rete..		
Modalità di misurazione dell'indicatore	La cooperativa è presente sui social network.		
Documentazione di supporto	Social Network		

Indicatori: 7.5.2 Security

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

Indicatori: 7.5.3 Strumenti di gestione delle relazioni

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

Aspetti: 7.6 Prevenzione della corruzione

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

CATEGORIA 8. Ambiente

Aspetti: 8.1 Consumi di energia, materiali ed emissioni

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

Indicatore: 8.1.1 Energia

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

Indicatore: 8.1.2 Acqua

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

Indicatore: 8.1.3 Materie prime, materiali ausiliari e imballaggi

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

Indicatore: 8.1.4 Emissioni in atmosfera

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

Indicatore: 8.1.5 Scarichi idrici

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

Indicatore: 8.1.6 Rifiuti

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

Aspetti: 8.2 Strategia ambientale e relazioni con la comunità

N/A – motivazione: non si ritiene significativo tale aspetto.

Il presente bilancio sociale è stato redatto in collaborazione con TCC Italia SRL, soggetto indipendente ed esperto nella predisposizione della rendicontazione non finanziaria.



The CSR Company SRL | TCC Italia Via Serviliano Lattuada, 27 – 20135 Milano

mail: contatti@tccitalia.it - tel: +39 02 8717 8663 - web: www.tccitalia.it