

An abstract graphic composed of various orange and brown shapes. In the center is a large white target with an orange arrow hitting the bullseye. Surrounding the target are icons of a mountain with a flag, several arrows pointing right, silhouettes of people, and interlocking gears.

Missione e Stakeholder governance (MSG)

Corpo di conoscenze (BoK) per il PSG
Argomento d'impatto



Intento

I requisiti legali delle B Corp sono un aspetto fondamentale della Certificazione B Corp e della Teoria del Cambiamento di B Lab. Al fine di soddisfare tali requisiti, le aziende aggiornano la loro struttura di governance legale per richiedere la valutazione degli stakeholder nel processo decisionale.

Tuttavia, questa modifica legale non è disponibile per le B Corp in tutte le giurisdizioni. Ecco perché questo Argomento d'impatto chiede a ogni azienda di agire secondo la logica e lo spirito di questo requisito legale, che sia disponibile o meno. Per raggiungere questo obiettivo, le aziende devono avere uno scopo pubblico chiaramente definito in modo da creare un impatto positivo significativo sulla società o sull'ambiente, o su entrambi, e creare strutture di governance che tengano conto degli impatti sugli stakeholder.

Questi requisiti impegnano ogni azienda a:

- stabilire e promuovere lo scopo dell'azienda attraverso la strategia aziendale
- creare strutture di governance per monitorare le prestazioni sociali e ambientali
- prendere in considerazione l'impatto sugli stakeholder nel processo decisionale
- stabilire comunicazioni responsabili e trasparenti sui propri progressi.

Risultato

Le aziende agiscono in base a uno scopo definito e incorporano la stakeholder governance nel processo decisionale. In questo modo, contribuiscono a un sistema economico inclusivo, equo e rigenerativo per tutte le persone e il pianeta.

Riepilogo dei requisiti

PSG1 L'azienda stabilisce uno scopo pubblico per avere un impatto positivo significativo.

PSG2 L'azienda considera i propri impatti sugli stakeholder nel processo decisionale.

PSG3 L'azienda dispone di procedure adeguate per affrontare le lamentele degli stakeholder.

PSG4 L'azienda si impegna in attività di marketing e relazioni pubbliche responsabili.

PSG5 L'impatto sociale e ambientale dell'azienda e le considerazioni degli stakeholder sono monitorati dal massimo organo decisionale e integrati in tutta l'azienda.

PSG6 L'azienda è trasparente sulle sue prestazioni sociali e ambientali.

Ambito di applicazione

Individui, comunità, organismi e aspetti dell'ambiente interessati dalle operazioni e dalla catena del valore dell'azienda.



Termini e definizioni

Agricoltura

Un'azienda che

- ricava oltre il 10% delle sue entrate da prodotti coltivati nella sua azienda agricola o nel suo impianto di trasformazione agroalimentare, dalla gestione dei terreni per la coltivazione e il raccolto, o dall'allevamento e dalla gestione del bestiame
- si procura la maggior parte delle materie prime direttamente dai coltivatori o dagli allevatori.

Le aziende del settore agricolo comprendono, ad esempio:

- aziende ortofrutticole
- piantagioni o torrefazioni di caffè
- aziende che piantano alberi
- allevamenti di bestiame o ranch.

Arbitro

Un soggetto privo di conflitti di interesse, responsabile della supervisione e della decisione dei processi e dei risultati della risoluzione formale dei reclami.

Requisiti legali delle B Corp

Componente dei requisiti della Fondazione B Corp, che richiede alle aziende di:

- promuovere uno scopo di ampia portata al fine di creare un impatto positivo concreto sulla società o sull'ambiente
- modificare gli obblighi degli amministratori nei documenti amministrativi per consentire la stakeholder governance.

Il requisito legale include uno scopo e una clausola degli amministratori. Per vedere la lingua delle varie giurisdizioni, consultare il Legal Requirement Tool [\[EN\]](#).

Organizzazione della società civile (OSC)

Entità volontarie non statali, senza scopo di lucro, formate da persone dello stesso ambito sociale e separate dallo Stato e dal mercato. Le OSC rappresentano un'ampia gamma di interessi e vincoli. Possono includere organizzazioni basate sulla comunità e organizzazioni non governative (ONG).

[\(UNGP Reporting Framework\)](#)

Azienda senza lavoratori

Un'azienda di proprietà e gestita da una sola persona. Un'azienda senza dipendenti può anche essere conosciuta come impresa individuale, ditta individuale, imprenditore individuale o titolare di un'impresa individuale.

Azienda

Entità legale (o gruppo di entità legali correlate) costituita per intraprendere e gestire un'attività (ovvero un'impresa commerciale o industriale). Un'azienda può essere organizzata in vari modi a seconda del diritto societario della sua giurisdizione.

Conflitto di interesse

Situazione in cui una parte coinvolta in un caso di reclamo mantiene una relazione professionale, finanziaria o personale che potrebbe condizionare, pregiudicare o influenzare in altro modo il suo giudizio (ad esempio, ha una relazione con le parti coinvolte nel reclamo, o con le loro filiali o il personale).

Doppia materialità

Approccio all'identificazione degli impatti materiali che tiene conto della:

- materialità dell'impatto (gli impatti dell'azienda sull'ambiente)
- materialità finanziaria (gli impatti sulle finanze dell'azienda).

Una questione di sostenibilità ha una doppia materialità se è rilevante da una delle due prospettive o da entrambe.

(Adattato da [European Sustainability Reporting Standards](#), 2023)

Dipendente

Persona che ha un rapporto di lavoro diretto con l'azienda. Sono compresi i dipendenti a tempo indeterminato, a tempo determinato, a tempo pieno, a tempo parziale, stagionali e occasionali. Ciò include il caso in cui, per motivi amministrativi, esiste un altro datore di lavoro, ma in pratica la persona lavora come dipendente e l'azienda è responsabile della sua assunzione, della valutazione delle prestazioni e dei provvedimenti disciplinari.

Anche i proprietari attivi possono essere considerati dipendenti, a seconda di determinate condizioni (vedi proprietario attivo).

Executive Team

Persone con l'autorità delegata dal più alto organo di governo per implementare strategie e politiche che soddisfino lo scopo dell'azienda.

(Adattato da PAS 808 - [Purpose-driven organizations](#), British Standards Institution)

Fornitore esterno

Fornitore esterno al gruppo aziendale.

Materialità finanziaria

Prospettiva finanziaria sull'importanza delle questioni di sostenibilità. Una questione di sostenibilità è finanziariamente rilevante se genera effetti finanziari rilevanti, effettivi o potenziali, sull'azienda.

(Adattato da [European Sustainability Reporting Standards](#), 2023)

Procedura di reclamo

Processo che l'azienda mette a disposizione degli stakeholder danneggiati dalle sue attività commerciali per effettuare una segnalazione. L'azienda utilizza la procedura di reclamo al fine di gestire e risolvere tali reclami formali in modo equo, indipendente e trasparente.

Le procedure di reclamo sono talvolta chiamate "meccanismi di reclamo", "riparazione" o "meccanismi di responsabilità".

Chi presenta il reclamo

Uno stakeholder che presenta un reclamo contro l'azienda.

Parte chiamata in causa nel reclamo

L'individuo, il dipartimento o l'azienda stessa contro cui uno stakeholder ha presentato un reclamo.

Reclamo

Segnalazione o reclamo riguardo questioni sociali, ambientali o di governance (effettive o potenziali) che uno stakeholder solleva nei confronti dell'azienda. Un reclamo viene spesso presentato attraverso la procedura di reclamo dell'azienda.

Struttura gerarchica

Struttura in cui i lavoratori dell'azienda sono classificati in base alla loro autorità o importanza, con il livello di potere più alto al vertice.

Le strutture gerarchiche sono comuni nelle aziende, il cui organigramma è composto da:

- CEO
- altri dirigenti
- quadri intermedi
- dipendenti.

(Adattato da [Boardmix](#))

Massimo organo decisionale

La persona o il gruppo di persone che hanno la responsabilità assoluta dell'intera azienda. Ogni entità organizzativa ha il proprio massimo organo decisionale, sebbene non venga stabilito esplicitamente.

Il massimo organo decisionale può essere stabilito esplicitamente in vari modi, come ad esempio:

- un consiglio di amministrazione
- un comitato di sorveglianza
- un amministratore unico
- amministratori in solido
- amministratori fiduciari.

Per le aziende più grandi, un sottocomitato del consiglio di amministrazione può essere considerato il massimo organo decisionale, purché l'intero consiglio di amministrazione venga regolarmente aggiornato sui progressi e sulle performance.

(Adattato da [Governance of organizations](#) - Guidance, ISO Standard)

Report d'impatto

Documento che illustra gli effetti e le influenze dell'azienda sull'economia, sull'ambiente e sulle persone (vedi materialità d'impatto).

Un "report integrato" combina i dati finanziari con le informazioni sulla sostenibilità per offrire una visione completa della performance complessiva dell'azienda. Un report d'impatto può essere parte di un report integrato, se include informazioni dettagliate sull'impatto della sostenibilità dell'azienda insieme alle sue prestazioni finanziarie.

Materialità d'impatto

Gli effetti più significativi dell'azienda sull'economia, sull'ambiente e sulle persone (compresi i diritti umani).

La materialità d'impatto comprende gli impatti direttamente collegati alle operazioni, ai prodotti, ai servizi e alla catena del valore dell'azienda, indipendentemente dal fatto che siano:

- effettivi o potenziali
- positivi o negativi
- abbiano luogo nel breve, medio o lungo periodo.

Impatto

Effetto che l'azienda ha o potrebbe avere su:

- economia
- ambiente
- persone, compresi i loro diritti umani.

Gli impatti possono essere effettivi o potenziali, negativi o positivi.

(Adattato da [GRI3](#), 2021, Global Reporting Initiative)

Libero professionista

Una persona che lavora in proprio o come freelance. È un "lavoratore" se lavora per più di 20 ore alla settimana a tempo indeterminato o per più di sei mesi, come nei seguenti casi:

- Un lavoratore edile autonomo che lavora a tempo pieno per una ditta in un'opera edilizia per un anno.
- Un fisioterapista freelance che lavora 25 ore a settimana in una clinica per due anni.

Popolazioni indigene

Gruppi di persone che rientrano in una delle seguenti definizioni:

- Popoli tribali che, nei Paesi indipendenti, si distinguono dalle altre componenti della comunità nazionale per le loro condizioni sociali, culturali ed economiche, e che vivono totalmente o parzialmente secondo le consuetudini o tradizioni loro proprie, o secondo leggi e norme speciali.
- Popoli che, nei Paesi indipendenti, sono considerati indigeni per il fatto di discendere dalle popolazioni che abitavano il Paese, o una regione geografica a cui il Paese appartiene, all'epoca della conquista, della colonizzazione o dell'istituzione delle attuali frontiere dello Stato, e che, qualunque ne sia il loro status giuridico, conservano in toto o in parte le proprie istituzioni sociali, economiche, culturali e politiche.

(Adattato dalla [Convenzione sui Popoli Indigeni e Tribali](#), 1989, Organizzazione Internazionale del Lavoro)

Manager

Persona dell'azienda responsabile delle prestazioni di altri o dei processi operativi.

Produzione

Un'azienda che ricava oltre il 10% del proprio fatturato dai prodotti che realizza, sia per la vendita diretta sia per la vendita da parte di un'altra azienda o marchio.

La produzione prevede la trasformazione dei materiali in ingresso in un nuovo prodotto. Il prodotto fabbricato può non essere il prodotto finito.

Le aziende del settore manifatturiero comprendono, ad esempio:

- produttori di alimenti e bevande
- catene di montaggio
- produttori di abbigliamento.

Valutazione della materialità

Valutazione che aiuta a identificare i temi economici, sociali e ambientali rilevanti per l'azienda. Una valutazione della materialità si avvale di un processo interfunzionale e coinvolge gli stakeholder e i loro rappresentanti.

Secondo il B Lab Standard, una valutazione della materialità include (a titolo esemplificativo) il processo eseguito dall'azienda per identificare le proprie questioni materiali in materia di diritti umani e ambiente [link a HR2.1, ESC1.7].

Vedi anche materialità d'impatto. La materialità d'impatto è una metà della "doppia materialità", insieme alla "materialità finanziaria".

Materiale

Vedi Argomento materiale.

Argomento materiale

Gli impatti più significativi dell'organizzazione sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, compresi gli impatti sui loro diritti umani. ([GRI 3: Argomenti materiali](#) 2021)

Vedi anche materialità d'impatto. La materialità d'impatto è una metà della "doppia materialità", insieme alla "materialità finanziaria".

Output

Il risultato diretto di un'attività. I risultati possono includere:

- materiali di formazione
- politiche
- rapporti
- programmi o progetti legati all'impatto.

Risultato

Cambiamento derivante dalle attività e dai risultati dell'azienda. Il risultato ha un legame diretto tra le attività e i risultati e il loro impatto sulle persone e sull'ambiente.

Persone in situazioni di vulnerabilità

Gruppi specifici con condizioni o caratteristiche (economiche, fisiche, politiche, sociali) che possono subire impatti negativi più gravi dalle attività dell'azienda rispetto alla popolazione generale.

Le persone in situazioni di vulnerabilità possono includere:

- bambini e giovani
- anziani
- ex combattenti
- famiglie affette da HIV/AIDS
- difensori dei diritti umani
- popolazioni indigene
- sfollati interni

-
- lavoratori migranti e loro famiglie
 - minoranze nazionali, etniche, religiose o linguistiche
 - comunità LGBTQ+
 - persone con disabilità
 - rifugiati o rifugiati di ritorno
 - donne.

(Adattato da [GRI 3](#), 2021, Global Reporting Initiative)

Missione

La ragione di esistere dell'azienda che contribuisce in modo ottimale e strategico al benessere a lungo termine di tutte le persone e dell'ambiente.

(Adattato da [PAS 808](#), British Standards Institution)

Bonifica

Qualsiasi sforzo per contrastare o annullare un impatto negativo.

Per bonifica si intende:

- il processo di elaborazione del rimedio
- i principali effetti che contrastano o annullano l'impatto negativo.

Gli effetti possono assumere la forma di:

- scuse
- restituzione
- riabilitazione
- risarcimento (finanziario o non finanziario)

- punizioni (penali o amministrative, come le multe).

Gli effetti possono anche includere la prevenzione del danno attraverso, ad esempio, ingiunzioni o garanzie che un impatto negativo non si ripeterà.

(Adattato da [UNGP Reporting Framework](#))

Risoluzione

La fase finale della procedura di reclamo di un'azienda, in cui le parti in causa convengono sulla soluzione che permette di risolvere il reclamo. La soluzione può prevedere attività di riparazione o di ripristino (o entrambe).

Marketing responsabile e relazioni pubbliche

Azioni che promuovono la trasparenza, l'onestà e la correttezza nelle comunicazioni e nella pubblicità.

Il marketing responsabile e le relazioni pubbliche prevedono di:

- fornire informazioni precise e chiare su prodotti e servizi, in modo che i consumatori possano fare scelte informate
- rispettare i diritti dei consumatori, evitare affermazioni fuorvianti e considerare l'impatto del marketing e delle relazioni pubbliche sui gruppi vulnerabili e sulla società
- garantire che le attività promozionali contribuiscano positivamente al benessere sociale.

(Adattato da [Guidance on social responsibility](#), ISO Standard)

Servizio con impronta ambientale significativa

Un'azienda che ricava almeno il 90% dei propri ricavi da servizi che comportano l'utilizzo di macchinari o attrezzature significative, o che richiedono una sede operativa specifica (spesso fondamentale per la fornitura del servizio).

I servizi con impronta ambientale significativa possono includere:

- hotel
- ristoranti

- aziende di giardinaggio
- università.

In precedenza, questa definizione era denominata "Servizi con impronta significativa". La definizione e la sua applicazione rimangono invariate.

Servizio con impronta ambientale minore

Un'azienda che ricava almeno il 90% delle sue entrate dai servizi senza vendere prodotti fisici o necessitare di una sede fisica per la consegna. Queste aziende non gestiscono strutture di vendita al dettaglio, all'ingrosso o di produzione.

I servizi con impronta ambientale minore includono:

- studi legali
- agenzie di marketing e comunicazione
- società di software.

Questo settore era precedentemente denominato "Servizi con impronta minore". La definizione e la sua applicazione rimangono invariate.

SMART

Acronimo usato per stabilire obiettivi chiari e raggiungibili.

Gli obiettivi SMART sono:

- Specific (specifici, semplici, sensati, significativi)
- Measurable (misurabili, significativi, motivanti)
- Achievable (raggiungibili, concordati, realizzabili)
- Relevant (rilevanti, ragionevoli, realistici, dotati di risorse, basati sui risultati)
- Time-bound (basati sul tempo, limitati nel tempo, limitati nel tempo/costi, tempestivi, sensibili al tempo).

(Adattato da [Mind Tools](#))

Stakeholder

Persona, gruppo o ente che può, positivamente o negativamente:

- influenzare l'azienda
- essere influenzato dalle attività dell'azienda
- avere un interesse che è influenzato dalle attività dell'azienda.

Gli stakeholder rilevanti possono essere, a titolo esemplificativo:

- partner commerciali
- organizzazioni della società civile
- consumatori
- clienti
- dipendenti e altri lavoratori
- governi
- comunità locali
- organizzazioni non governative
- shareholder e altri investitori
- fornitori
- sindacati
- gruppi vulnerabili (incluse le generazioni future)
- l'ambiente (incluse le specie).

(Adattato da [GRI 3: Material Topics](#), 2021)

Stakeholder governance



Un tipo di governance aziendale che garantisce il rispetto da parte dell'azienda degli interessi di tutti gli stakeholder (clienti, lavoratori, fornitori, comunità, investitori e l'ambiente) nel processo decisionale.

La stakeholder governance si contrappone alla tradizionale shareholder governance, che privilegia gli interessi degli azionisti rispetto a tutti gli altri stakeholder. ([B Lab](#))

Decisione strategica

Decisione che influenzerà la missione, gli obiettivi e le strategie a lungo termine di un'azienda.

Strategia

Tipo di piano che delinea i modi specifici in cui l'azienda si posizionerà e le azioni che intraprenderà per raggiungere gli obiettivi a breve e a lungo termine. Una strategia attinge ad altre importanti risorse aziendali, come lo scopo, la missione, la visione e i valori dell'azienda per stabilire una direzione e raggiungere gli obiettivi.

Secondo lo standard B Lab, l'azienda si avvale di strategie specifiche per pianificare azioni misurabili in un periodo di tempo determinato, in relazione a obiettivi sociali, ambientali o di governance concreti.

(Adattato dall'Università di York)

Fornitore

Entità a monte dell'azienda (nella sua catena di fornitura), che fornisce un prodotto o un servizio che l'azienda utilizza per sviluppare i propri prodotti o servizi (GRI 3: Material Topics 2021).

Catena di fornitura

La gamma di attività di aziende e organizzazioni "a monte" dell'azienda, che forniscono prodotti, materie prime e servizi da essa utilizzati nei propri prodotti o servizi.

([GRI 3](#), 2021, Global Reporting Initiative)

Obiettivo

I risultati che l'azienda intende ottenere in termini di performance aziendale.

I target possono essere:

- qualitativi (ad esempio, l'implementazione di un sistema di gestione entro una certa data)
- quantitativi (ad esempio, la riduzione delle emissioni di gas serra entro una data determinata).

(Adattato da [GRI3](#), 2021, Global Reporting Initiative)

Fornitore di primo livello

Fornitori esterni da cui l'azienda (o le sue controllate) acquista direttamente prodotti o servizi.

I fornitori di primo livello si contrappongono ai fornitori di secondo livello, i quali forniscono prodotti o servizi ai primi.

Sindacato

Organizzazione di lavoratori costituita per promuovere collettivamente gli interessi dei propri membri in relazione a:

- salari
- benefit
- condizioni di lavoro.

Il sindacato può anche essere chiamato "trade union", "associazione sindacale" o "rappresentanza dei lavoratori".

I sindacati sono regolamentati dalla normativa nazionale, pertanto hanno autorità legale, ad esempio per intraprendere la contrattazione collettiva e la rappresentanza dei lavoratori.

Catena del valore

L'intera gamma di attività svolte dall'azienda e dalle entità a monte e a valle, per portare un prodotto o servizio dalla sua concezione all'uso finale. La catena del valore include la catena di fornitura dell'azienda.

Le entità a monte dell'azienda (ad esempio, i fornitori) forniscono prodotti o servizi utilizzati per sviluppare i prodotti o i servizi dell'azienda stessa.

Le entità a valle dell'azienda (ad esempio, distributori e clienti) ricevono i prodotti o i servizi dall'azienda.

(Adattato da [G1 Foundation](#), 2021, Global Reporting Initiative)

Ingresso/Dettaglio

Azienda che ricava oltre il 10% delle proprie entrate dalla vendita di prodotti fisici, ma che non possiede o gestisce i processi di fabbricazione o gli impianti di produzione. Sono comprese le aziende che progettano i prodotti ma ne esternalizzano la produzione.

Le aziende di vendita all'ingrosso/al dettaglio comprendono, a titolo esemplificativo:

- negozi di alimentari
- rivenditori di e-commerce
- aziende di beni di consumo che non producono i propri prodotti
- grossisti di beni fisici.

Lavoratore

Persona che lavora per l'azienda in una delle seguenti modalità:

- dipendente
- appaltatore indipendente, se lavora per più di 20 ore alla settimana a tempo indeterminato o per un periodo superiore a sei mesi.
- lavoratore interinale, se lavora per più di 20 ore alla settimana a tempo indeterminato o per un periodo superiore a sei mesi.

Gli stagisti e gli apprendisti, come definiti nello Standard B Lab, non contano come lavoratori.

Comitato sindacale

Gruppo organizzato di lavoratori a livello aziendale, regolato dalla politica aziendale rispetto alla normativa nazionale.

Un comitato sindacale ha solitamente meno autorità di un sindacato.

Meccanismo di rappresentanza dei lavoratori

Organizzazione di lavoratori volta a proteggere e rappresentare gli interessi dei lavoratori all'interno dell'azienda.

I meccanismi formali di rappresentanza dei lavoratori possono includere:

- sindacati
- comitati aziendali
- comitati di lavoratori.

Comitato aziendale

Gruppo organizzato di lavoratori a livello aziendale, solitamente regolato sia dalla politica aziendale che dalla normativa nazionale.

I comitati aziendali di solito godono di maggiore autorità rispetto ai comitati sindacali, ma minore dei sindacati. A differenza dei comitati aziendali, i sindacati hanno spesso affiliazioni a livello settoriale, nazionale e internazionale.

Note

Nessuno

PSG1 L'azienda stabilisce uno scopo pubblico per avere un impatto positivo significativo.

PSG1.1 L'azienda stabilisce un intento pubblico per generare un impatto positivo significativo.

Fattori di traccia*:

Dimensione	Settore	Industria
XX Grande	All	All
X Grande	All	All
Grande	All	All
Medio	All	All
Piccolo	All	All
Micro	All	All
Azienda senza lavoratori	All	All

ID*:	Anno*	Sono ammissibili ai meccanismi di equità?	Testo del sottorequisito*:
PSG1.1	Anno 0 / Anno 3 / Anno 5	Company without workers / Micro / Small / Medium / Large / X Large / XX Large	L'azienda stabilisce un intento pubblico per generare un impatto positivo significativo.



Criteri di conformità:

1.1.1 L'azienda stabilisce una dichiarazione di intenti che:

- a) definisce lo specifico impatto positivo e significativo che l'azienda intende esercitare sulla società o sull'ambiente, o su entrambi
- b) ha rilevanza per l'azienda ed è integrato nella sua strategia
- c) è pubblicamente disponibile sulla pagina web dell'azienda
- d) è approvato dal più alto organo direttivo dell'azienda.

Intento:

Assicurare che l'azienda abbia una dichiarazione di intenti accessibile al pubblico che:

- si allinei con la clausola dello scopo del requisito legale B Corp
- comunichi chiaramente lo scopo dell'azienda ai suoi stakeholder.

Chiarire i criteri di conformità:

[1.1.1.a] La dichiarazione di intenti di un'azienda esprime l'intenzione di creare un impatto positivo significativo, sostenendo direttamente gli obiettivi strategici e il successo a lungo termine dell'azienda stessa.

[1.1.1.a] L'azienda può scegliere di trattare nel suo scopo sia gli impatti ambientali che quelli sociali, oppure uno dei due, a seconda del contesto in cui opera.

[1.1.1.b] Quando la dichiarazione di intenti di un'azienda non specifica la rilevanza commerciale e il modo in cui è integrata nella strategia aziendale, l'azienda dispone di una dichiarazione di supporto che illustra:

- la rilevanza commerciale della dichiarazione di intenti
- il modo in cui lo scopo è integrato nella strategia aziendale
- esempi di politiche, pratiche, comunicazioni ai principali stakeholder, KPI, obiettivi o altri parametri.

Applicazione dei criteri alle società controllate con certificazione indipendente:

- Lo scopo è incorporato, come minimo, al livello più alto dell'azienda. Se l'azienda fa riferimento a uno scopo riconducibile a una controllante fuori dal perimetro di applicazione, è tenuta a documentare le informazioni riguardo l'introduzione, l'applicazione e i meccanismi di responsabilità a sostegno dello scopo.
- I riferimenti al massimo organo decisionale o all'executive team alludono a quelli che rientrano nell'ambito di certificazione dell'azienda. Ciò significa che l'approvazione da parte di un gruppo controllante fuori dal perimetro di applicazione non soddisfa il sottorequisito, a meno che l'azienda non disponga di un'ulteriore approvazione da parte del massimo organo decisionale o dell'executive team nel proprio ambito di certificazione.

Ulteriori indicazioni:

- Lo scopo di un'azienda può riguardare specifiche questioni sociali o ambientali che minacciano o migliorano il benessere delle persone e del pianeta. Può inoltre concentrarsi su aree di benessere trascurate, in particolare nelle popolazioni che non dispongono di un supporto adeguato.

- Esempio di dichiarazione di intento pubblico appropriata: "*Esistiamo per potenziare le comunità urbane con soluzioni di piattaforma dati che migliorano la collaborazione tra città e operatori della mobilità per quartieri più vivibili e sostenibili*". In questo esempio, l'azienda fornisce un impatto sociale e ambientale positivo ai suoi stakeholder: gli operatori della mobilità (i loro clienti) e gli abitanti dei quartieri cittadini.
- Esempio di dichiarazione di intento pubblico appropriata: "*Ripristinare e proteggere gli ecosistemi naturali del pianeta, garantendo un ambiente sano e sostenibile per tutti gli esseri viventi*". In questo esempio, l'azienda comunica il proprio impegno per la salute a lungo termine del pianeta, sottolineando sia il ripristino che la protezione dell'ambiente.
- Esempio di dichiarazione di intento pubblico inappropriata: "*Il nostro scopo è offrire un'esperienza superiore ai nostri clienti*". Questo esempio è inappropriato perché non descrive il modo in cui "offrire un'esperienza superiore" possa avere un impatto significativo sulla società o sull'ambiente.

Raccomandazioni:

- Considerare i seguenti suggerimenti per redigere o aggiornare la dichiarazione di intenti o la dichiarazione di sostegno dell'azienda.
 - Collegare lo scopo alla storia dell'azienda.
 - Pensare al di là dei clienti e al modo in cui l'azienda possa avere un impatto positivo sulla società.
 - Rendere lo scopo intraprendente in modo da fare una differenza significativa, purché sia realisticamente attuabile.
- Una dichiarazione di intenti è generalmente diversa da una dichiarazione di missione. Mentre una dichiarazione di missione delinea ciò che l'azienda fa (e per chi), una dichiarazione di intenti spiega il perché dell'esistenza dell'azienda. Tuttavia, una dichiarazione di missione (o di visione) può fungere da dichiarazione di intenti qualora trasmetta in modo specifico la ragione d'essere dell'azienda.
- Allineare lo scopo con l'impatto dell'azienda fissando obiettivi di performance legati allo scopo che siano integrati nella strategia aziendale e incorporando lo scopo nella cultura, nei valori, nelle politiche e nelle operazioni quotidiane.

Risorse per l'implementazione:

Risorse per l'attuazione dei requisiti legali B Corp

- Requisito legale B Corp [\[EN\]](#)

Esempi di risorse per l'integrazione dello scopo nella strategia e nei valori aziendali

-
- PAS 808:2022: Imprese orientate allo scopo - Visione del mondo, principi e comportamenti per la sostenibilità - Guida (BSI) [\[EN\]](#)
 - Strategia di scopo sociale: Dare vita allo scopo aziendale, 2024 (Canadian Purpose Economy Project) [\[EN\]](#)
 - Linee guida sulla governance dello scopo per i consigli direttivi, 2024 (Canadian Purpose Economy Project) [\[EN\]](#)
 - Cos'è un'impresa sociale?, 2020 (United Way BC Social Purpose Institute) [\[EN\]](#)
 - Trovare uno scopo: una guida per le aziende per creare valore, migliorare le vite e salvaguardare la natura, 2024 (Junxion) [\[EN\]](#)
 - Scopo dell'attuazione, 2020 (Said Business School) [\[EN\]](#)
 - Future Fit: Intento positivo [\[EN\]](#)

Interoperabilità:

Allineamento Concettuale Punto Dati:

- GRI 2: Informazioni generali 2021-2-12 Ruolo del più alto organo direttivo nella supervisione della gestione degli impatti (a)
- GRI 2: Informazioni generali 2021-2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile

PSG2 L'azienda considera i propri impatti sugli stakeholder nel processo decisionale.

PSG2.1 L'azienda dispone di un meccanismo per prendere in considerazione o coinvolgere gli stakeholder e rappresentare i loro interessi nel processo decisionale.

Fattori di traccia*:

Dimensione	Settore	Industria
XX Grande	None	None
X Grande	None	None
Grande	None	None
Medio	All	All
Piccolo	All	All
Micro	All	All
Azienda senza lavoratori	All	All

ID*:	Anno*	Sono ammissibili ai meccanismi di equità?	Testo del sottorequisito*:
PSG2.1	Anno 0 / Anno 3 / Anno 5	Nessuno	L'azienda dispone di un meccanismo per prendere in considerazione o coinvolgere gli stakeholder e rappresentare i loro interessi nel processo decisionale.



Criteri di conformità:

2.1.1 L'azienda identifica e dà priorità ai propri stakeholder.

2.1.2 L'azienda si impegna con i suoi stakeholder e tiene conto dei loro interessi nel processo decisionale.

2.1.3 I seguenti stakeholder sono rappresentati con uno o più meccanismi di engagement.

a) Lavoratori della società o delle sue controllate

b) Fornitori

c) Clienti

d) Investitori

e) La comunità in cui sono ubicati gli uffici o le strutture della società, le sue controllate, i suoi fornitori o i suoi investimenti

f) L'ambiente locale o globale

Intento:

Garantire che l'azienda consideri l'impatto delle sue decisioni sugli stakeholder al fine di attuare il requisito legale B Corp.

Chiarire i criteri di conformità:

[2.1.1] L'identificazione e la prioritizzazione degli stakeholder da parte dell'azienda comprende una mappa completa degli stakeholder.

[2.1.2] L'azienda descrive il processo utilizzato per raccogliere e comprendere le opinioni e gli interessi degli stakeholder.

[2.1.3] L'azienda può avvalersi di meccanismi di engagement diretto o indiretto per considerare gli stakeholder e i loro interessi nel processo decisionale.

- Per engagement diretto si intende il coinvolgimento degli stakeholder e la considerazione dei loro interessi nei processi decisionali dell'azienda (ad esempio, mediante la nomina di un rappresentante degli stakeholder a membro del più alto organo direttivo dell'azienda).
- L'engagement indiretto implica l'utilizzo di vari meccanismi per coinvolgere gli stakeholder e considerare i loro interessi come input a fini decisionali.

[2.1.3] L'azienda può avvalersi di diversi meccanismi di engagement degli stakeholder in modo flessibile, purché siano contemplati tutti gli stakeholder previsti dai criteri di conformità.

[2.1.3a] Le aziende senza lavoratori non sono tenute a considerare i lavoratori in un meccanismo di stakeholder.

Applicazione dei criteri alle società controllate con certificazione indipendente:

- I riferimenti al più alto organo direttivo alludono a quelli che rientrano nell'ambito di certificazione dell'azienda. Ciò significa che la supervisione da parte di un gruppo controllante fuori dal perimetro di applicazione non soddisfa il sottorequisito, a meno che l'azienda non disponga di una supervisione aggiuntiva da parte del massimo organo decisionale nel suo ambito di certificazione.
- L'azione si svolge all'interno dell'azienda. Se l'azienda fa riferimento all'azione di un gruppo fuori dal perimetro di applicazione, è tenuta a documentare le informazioni riguardo:
 - l'attuazione, l'applicazione e i meccanismi di responsabilità
 - il modo in cui i risultati hanno un impatto sulle sue operazioni. Per i risultati che non hanno impatto, l'azienda crea le proprie azioni.

Ulteriori indicazioni:

- L'azienda potrebbe voler coinvolgere altri stakeholder esperti, quali:
 - Conoscenze locali e delle popolazioni indigene o conoscenze tradizionali

- Organizzazioni della società civile (OSC)
- Organizzazioni non governative (ONG)
- Poiché l'ambiente è uno stakeholder invisibile, l'azienda può basarsi sui seguenti elementi per prendere in considerazione i propri impatti sull'ambiente:
 - Dati ambientali precisi o scientifici
 - Parere di esperti
- L'azienda può scegliere come considerare gli stakeholder nel processo decisionale. Ciò può comportare la raccolta di prospettive e problematiche diverse attraverso:
 - metodi di coinvolgimento diretto, come le assemblee cittadine della comunità
 - approcci indiretti, come consultazioni con esperti e organizzazioni non profit.
- Riflettere sui seguenti esempi relativi alla considerazione degli stakeholder per una piccola azienda del settore dei servizi (ad esempio, una società di consulenza):
 - L'azienda valuta se un nuovo progetto o cliente è in linea con i suoi obiettivi sociali e ambientali [Link a ESC2.6, HR3.4].
 - L'azienda coinvolge i lavoratori nelle decisioni che hanno un impatto su di loro [Link a FW3.2].
- L'azienda può talvolta dover bilanciare gli interessi di uno stakeholder con quelli dell'altro. Ad esempio, la costruzione di una nuova fabbrica può avere un impatto su un ecosistema, ma allo stesso tempo fornire occupazione della popolazione locale.
- I possibili meccanismi per coinvolgere gli stakeholder sono i seguenti:
 - Discussioni formali periodiche con i rappresentanti degli stakeholder (ad esempio, mediante rappresentanza dei lavoratori, forum degli stakeholder, focus group, sondaggi o incontri con la comunità). Spetta al più alto organo direttivo il compito di supervisionare tali discussioni. L'azienda utilizza questi input per informare delle proprie strategie e dei propri obiettivi.
 - Creazione di una task force di più stakeholder o di un'altra forma di collaborazione continua per co-sviluppare e promuovere lo scopo dell'azienda o soluzioni sociali o ambientali.
 - Creazione di un comitato consultivo esterno (comprendente stakeholder o esperti) che fornisca consulenza al più alto organo direttivo.
 - Creazione di un comitato per la sostenibilità o di un comitato di stakeholder (con finalità aziendali o competenze sociali o ambientali) che includa un membro del più alto organo direttivo o che dipenda da quest'ultimo.

- Designazione di una persona responsabile degli interessi degli stakeholder (ad esempio, un Chief Stakeholder Governance). La persona designata fa parte del più alto organo direttivo o ne è strettamente legata.
- Inserimento di un membro del più alto organo direttivo che abbia competenze in materia di scopi, sociali o ambientali (almeno cinque anni di esperienza formativa e professionale).
- Coinvolgimento di uno stakeholder nel più alto organo direttivo, idealmente con incarico rotativo per consentire a ognuno di loro di essere rappresentati nel corso del tempo.
- Designazione di un amministratore indipendente che rappresenti gli stakeholder nel più alto organo direttivo.
- Passaggio a un modello di steward-ownership che si concentri sull'inclusione di tutte le voci degli stakeholder (vedere la sezione Risorse per l'attuazione).
- La partecipazione degli stakeholder con diversi meccanismi di coinvolgimento comporta, ad esempio, che l'azienda può avere un meccanismo di rappresentanza dei lavoratori al fine di considerare gli interessi dei suoi dipendenti e un comitato consultivo esterno per rappresentare i suoi clienti.

Raccomandazioni:

- Considerare la possibilità di avere un rappresentante degli stakeholder nel più alto organo direttivo (ad esempio, un posto per la sezione natura).
- Andare oltre la considerazione degli interessi degli stakeholder per collaborare attivamente con questi ultimi nell'identificazione e nella definizione delle priorità degli argomenti rilevanti.
- Dare priorità agli stakeholder che possono avere meno potere e voce in capitolo, o che sono meno visibili ai decisori, come ad esempio:
 - lavoratori e agricoltori della catena di fornitura
 - dipendenti degli appaltatori
 - comunità colpite da danni ambientali
 - comunità indigene
 - giovani o persone in situazioni di vulnerabilità.
- Coinvolgere gli stakeholder nella definizione degli argomenti di impatto rilevanti (argomenti materiali) che l'azienda deve affrontare.

- Nel dialogo con gli stakeholder, riconoscere e considerare il ruolo dell'equità, ad esempio:
 - offrendo un compenso
 - rispettando il tempo degli stakeholder
 - cercando di ottenere il contributo degli stakeholder sui risultati positivi che l'azienda dovrebbe conseguire

Risorse per l'implementazione:

Esempi di risorse per la governance e il coinvolgimento degli stakeholder

- PAS 808:2022: Imprese orientate allo scopo - Visione del mondo, principi e comportamenti per la sostenibilità - Guida (BSI) [\[EN\]](#)
- Standard di engagement degli stakeholder AA1000, 2015 (AccountAbility) [\[EN\]](#)
- Strumenti per l'approccio in cinque fasi al coinvolgimento degli stakeholder, 2019 (Business for Social Responsibility) [\[EN\]](#)
- Mapping degli stakeholder: Guida per le imprese orientate allo scopo, 2024 (Myghtybytes) [\[EN\]](#)
- Risorse per la governance degli stakeholder (Interdependence Coalition) [\[EN\]](#)
- Playbook sulla governance degli scopi e degli stakeholder: Guida per migliorare la supervisione del consiglio direttivo su obiettivi e stakeholder, 2023 (Coro Strandberg) [\[EN\]](#)
- Steward Ownership (Purpose Economy) [\[DE\]](#) [\[EN\]](#) [\[ES\]](#)
- Future Fit: Intento positivo [\[EN\]](#)
- Onboarding Nature (B Lab Benelux) [\[EN\]](#)

Esempi di risorse per la definizione degli argomenti materiali

- Guida all'attuazione della valutazione della materialità - 23 agosto 2023 (EFRAG) [\[EN\]](#)
- G3 (2021) Argomenti materiali (GRI) [\[AR\]](#) [\[DE\]](#) [\[EN\]](#) [\[ES\]](#) [\[FR\]](#) [\[IN\]](#) [\[IT\]](#) [\[PT\]](#) [[ZH tradizionale](#)] [[ZH semplificato](#)]
- Obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite [\[AR\]](#) [\[EN\]](#) [\[ES\]](#) [\[FR\]](#) [\[RU\]](#) [\[ZH\]](#)
- Concetto di Doughnut Economics (Doughnut Economics Action Lab) [\[EN\]](#)

-
- I nove confini planetari (Stockholm Resilience Centre) [\[EN\]](#)
 - Doughnut Design for Business (Doughnut Economics Action Lab) [\[EN\]](#)

Interoperabilità:

Allineamento Concettuale Punto Dati:

- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità 2 - 2023 - Requisito di informativa SBM-2 - Interessi e opinioni degli stakeholder 43, 45
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità 2 - 2023 - Requisito di informativa GOV-2 - Informazioni fornite e questioni di sostenibilità affrontate dagli organi di amministrazione, di gestione e di supervisione dell'impresa 24, 26
- GRI 2: Informazioni generali 2021 - 2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder (a)
- GRI 3: Argomenti materiali 2021 - 3-3 Gestione degli argomenti materiali (f)

PSG2.2 L'azienda dispone di una politica di stakeholder governance.

Fattori di traccia*:

Dimensione	Settore	Industria
XX Grande	All	All
X Grande	All	All
Grande	All	All
Medio	None	None
Piccolo	None	None
Micro	None	None
Azienda senza lavoratori	None	None

ID*:	Anno*	Sono ammissibili ai meccanismi di equità?	Testo del sottorequisito*:
PSG2.2	Anno 0 / Anno 3 / Anno 5	Large / X Large / XX Large	L'azienda dispone di una politica di stakeholder governance.

Criteri di conformità:

2.2.1 La politica di stakeholder governance dell'azienda descrive:

- a) cosa significa essere un'azienda con un modello di stakeholder governance
- b) i criteri per l'identificazione e la prioritizzazione degli stakeholder
- c) il modo in cui i decisori dell'azienda considerano gli stakeholder nel processo decisionale relativo ai (potenziali) impatti positivi e negativi
- d) il modo in cui l'azienda fornisce valore agli stakeholder tenendo conto dei loro interessi
- e) i meccanismi per incoraggiare un regolare coinvolgimento degli stakeholder.

2.2.2. I seguenti stakeholder sono rappresentati con uno o più meccanismi di engagement.

- a) Lavoratori della società o delle sue controllate
- b) Fornitori
- c) Clienti
- d) Investitori
- e) La comunità in cui sono ubicati gli uffici o le strutture della società, le sue controllate, i suoi fornitori o i suoi investimenti.
- f) L'ambiente locale o globale

2.2.3 La politica è approvata dal massimo organo direttivo.

2.2.4 La politica è comunicata ai lavoratori dell'azienda e disponibile per la consultazione.

Intento:

Garantire che l'azienda consideri l'impatto delle sue decisioni sugli stakeholder al fine di attuare il requisito legale B Corp.

Chiarire i criteri di conformità:

[2.2.1.b] I criteri per l'identificazione e la prioritizzazione degli stakeholder comprendono una mappa completa degli stakeholder dell'azienda.

[2.2.2] L'azienda può avvalersi in modo flessibile di diversi meccanismi di engagement degli stakeholder, purché siano contemplati tutti gli stakeholder previsti dai criteri di conformità.

[2.2.3] L'azienda può includere elementi della politica in diverse informative e procedure per i decisori (ovvero non in un unico documento di stakeholder governance), purché siano approvate dal più alto organo direttivo.

[2.2.4] L'azienda spiega come comunica la politica di stakeholder governance ai suoi lavoratori (ad esempio, mediante formazione).

Applicazione dei criteri alle società controllate con certificazione indipendente:

- I riferimenti al più alto organo direttivo alludono a quelli che rientrano nell'ambito di certificazione dell'azienda. Ciò significa che la supervisione da parte di un gruppo controllante fuori dal perimetro di applicazione non soddisfa il sottorequisito, a meno che l'azienda non disponga di una supervisione aggiuntiva da parte del massimo organo decisionale nel suo ambito di certificazione.
- La politica è incorporata, come minimo, al più alto livello di governance all'interno dell'azienda. Se l'azienda fa riferimento a una politica riguardante un gruppo controllante fuori dal perimetro di applicazione, è tenuta a documentare le informazioni riguardo l'attuazione, l'applicazione e i meccanismi di responsabilità a sostegno della politica.

Ulteriori indicazioni:

- La politica può riguardare i seguenti aspetti:
 - cosa si intende per stakeholder governance, in una definizione allineata ai requisiti legali B Corp
 - cosa significa avere un modello di stakeholder governance o essere una B Corp (con una panoramica dello standard B Lab).
 - indicazioni per coinvolgere e collaborare con gli stakeholder, come ad esempio:
 - sostenere l'accessibilità degli stakeholder (ad esempio, rendendo disponibili i materiali riguardanti l'engagement nelle lingue pertinenti)
 - garantire l'inclusione degli stakeholder (ad esempio, organizzare workshop per gli stakeholder potenzialmente analfabeti)
 - collaborare con gli stakeholder sulle finalità dell'azienda o sugli obiettivi sociali e ambientali

- modo in cui gli obiettivi sociali e ambientali dell'azienda creano valore o impatto positivo per gli stakeholder
- modo in cui l'azienda intende bilanciare gli interessi degli stakeholder nel processo decisionale strategico
- modo in cui l'azienda incoraggerà l'impegno regolare con gli stakeholder
- riferimento o link alle procedure di reclamo dell'azienda.
- L'azienda potrebbe voler coinvolgere altri stakeholder esperti, come ad esempio:
 - Conoscenze locali e delle popolazioni indigene o conoscenze tradizionali.
 - Organizzazioni della società civile (OSC)
 - Organizzazioni non governative (ONG)
- Poiché l'ambiente è uno stakeholder invisibile, l'azienda può basarsi sui seguenti elementi per considerare i propri impatti sull'ambiente:
 - Dati ambientali precisi o scientifici
 - Parere di esperti
- I possibili meccanismi di coinvolgimento degli stakeholder sono i seguenti:
 - Discussioni formali periodiche con i rappresentanti degli stakeholder (ad esempio, mediante rappresentanza dei lavoratori, forum degli stakeholder, focus group, sondaggi o incontri con la comunità). Spetta al più alto organo direttivo il compito di supervisionare tali discussioni. L'azienda utilizza questi input per informare delle proprie strategie e dei propri obiettivi.
 - Creazione di una task force di più stakeholder o di un'altra forma di collaborazione continua per co-sviluppare e promuovere lo scopo dell'azienda o soluzioni sociali o ambientali.
 - Creazione di un comitato consultivo esterno (comprendente stakeholder o esperti) che fornisca consulenza al più alto organo direttivo.
 - Creazione di un comitato per la sostenibilità o di un comitato di stakeholder (con finalità aziendali o competenze sociali o ambientali) che includa un membro del più alto organo direttivo o che dipenda da quest'ultimo.
 - Designazione di una persona responsabile degli interessi degli stakeholder (ad esempio, un Chief Stakeholder Governance). La persona designata fa parte del più alto organo direttivo o ne è strettamente legata.
 - Inserimento di un membro del più alto organo direttivo che abbia competenze in materia di scopi, sociali o ambientali (almeno cinque anni di esperienza formativa e professionale).

- Ricerca e collaborazione con aziende (fornitori e prestatori di servizi) che si impegnano a migliorare il proprio impatto sociale e ambientale (come le B Corps certificate).
- Coinvolgimento di uno stakeholder nel più alto organo direttivo, idealmente con incarico rotativo per consentire a ognuno di loro di essere rappresentati nel corso del tempo.
- Designazione di un amministratore indipendente che rappresenti gli stakeholder nel più alto organo direttivo.
- Passaggio a un modello di steward-ownership che si concentri sull'inclusione di tutte le voci degli stakeholder (vedere la sezione Risorse per l'attuazione).
- La partecipazione degli stakeholder con diversi meccanismi di coinvolgimento comporta, ad esempio, che l'azienda può avere un meccanismo di rappresentanza dei lavoratori al fine di considerare gli interessi dei suoi dipendenti e un comitato consultivo esterno per rappresentare i suoi clienti.

Raccomandazioni:

- Mettere la politica di governance degli stakeholder a disposizione di tutti gli stakeholder sulla pagina web dell'azienda.
- Considerare la possibilità di avere un rappresentante degli stakeholder nel più alto organo direttivo (ad esempio, un posto per il settore natura).
- Andare oltre la considerazione degli interessi degli stakeholder per collaborare attivamente con questi ultimi nell'identificazione e nella definizione delle priorità degli argomenti rilevanti.
- Dare priorità agli stakeholder che possono avere meno potere e voce in capitolo, o che sono meno visibili ai decisori, come ad esempio:
 - lavoratori e agricoltori della catena di fornitura
 - dipendenti degli appaltatori
 - comunità colpite da danni ambientali
 - comunità indigene
 - giovani o persone in situazioni di vulnerabilità.
- Coinvolgere gli stakeholder nella definizione degli argomenti di impatto rilevanti (argomenti materiali) che l'azienda deve affrontare.
- Nel dialogo con gli stakeholder, riconoscere e considerare il ruolo dell'equità, ad esempio:

- offrendo una compensazione
- rispettando il tempo degli stakeholder
- cercando di ottenere il contributo degli stakeholder sui risultati positivi che l'azienda dovrebbe ottenere e sulla mitigazione dei rischi.

Risorse per l'implementazione:

Esempi di risorse per la stakeholder governance

- Risorse per la stakeholder governance (Interdependence Coalition) [\[EN\]](#)
- Playbook sulla governance degli scopi e degli stakeholder: Guida per migliorare la supervisione del consiglio direttivo su obiettivi e stakeholder, 2023 (Coro Strandberg) [\[EN\]](#)

Interoperabilità:

Allineamento Concettuale Punto Dati:

- GRI 2: Informazioni generali 2021 - 2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder (a)

PSG2.3 L'azienda effettua valutazioni periodiche della materialità per valutare e identificare gli argomenti materiali.

Fattori di traccia*:

Dimensione	Settore	Industria
XX Grande	All	All
X Grande	All	All
Grande	All	All
Medio	None	None
Piccolo	None	None
Micro	None	None
Azienda senza lavoratori	None	None

ID*:	Anno*	Sono ammissibili ai meccanismi di equità?	Testo del sottorequisito*:
PSG2.3	Anno 0 / Anno 3 / Anno 5	Nessuno	L'azienda effettua valutazioni periodiche della materialità per valutare e identificare gli argomenti materiali.

Criteria di conformità:

2.3.1 L'azienda coinvolge i seguenti stakeholder o i loro rappresentanti in una valutazione di materialità.

- a) Lavoratori della società o delle sue controllate
- b) Fornitori
- c) Clienti
- d) Investitori
- e) La comunità in cui sono ubicati gli uffici o le strutture della società, le sue controllate, i suoi fornitori o i suoi investimenti.
- f) L'ambiente locale o globale

2.3.2. La valutazione della materialità:

- a) copre le questioni salienti relative ai diritti umani e alle questioni ambientali rilevanti previste dallo Standard B Lab
- b) comprende argomenti rilevanti per l'azienda e i suoi stakeholder, ma non previsti dallo Standard B Lab
- c) utilizza un approccio di doppia materialità o materialità d'impatto. Non può valutare solo la materialità finanziaria.

2.3.3 L'azienda valuta gli argomenti in base alla loro rilevanza e stabilisce una soglia per determinare gli argomenti materiali.

2.3.4 L'azienda effettua una valutazione completa della materialità almeno ogni tre anni. Tra una valutazione completa e l'altra, intraprende anche una revisione intermedia della materialità con una selezione degli stakeholder, per aggiornare gli argomenti materiali.

2.3.5 Il più alto organo direttivo ha il compito di supervisionare il processo di valutazione della materialità e di esaminare i risultati.

2.3.6 Il risultato finale e la metodologia utilizzata dall'azienda per la valutazione sono disponibili al pubblico nel report annuale di impatto o sulla pagina web dell'azienda. Il risultato può assumere la forma di una matrice di materialità o di un elenco di argomenti materiali identificati, oltre a una sintesi dei processi di engagement degli stakeholder.

Intento:

- Garantire che l'azienda pratici la stakeholder governance nell'identificazione dei suoi argomenti materiali, coinvolgendo gli stakeholder per comprendere i loro interessi e i potenziali impatti dell'azienda su di essi.



- Garantire che l'azienda identifichi tutti gli argomenti materiali, compresi quelli che potrebbero non essere direttamente coperti dagli Standard B Lab (ad esempio, salute o nutrizione).

Chiarire i criteri di conformità:

[2.3.1, 2.3.2] Le seguenti azioni non soddisfano il sottorequisito:

- Un processo di engagement degli stakeholder che non riesce a coinvolgere i principali stakeholder esterni o a considerare in modo significativo il loro feedback.
- Una valutazione della materialità che si concentra solo su argomenti relativi al funzionamento e alle prestazioni finanziarie dell'azienda (ad esempio, efficienza, produttività dei lavoratori o soddisfazione dei clienti).
- Un processo di valutazione della materialità che non riesce a identificare le questioni sociali o ambientali fondamentali per gli stakeholder dell'azienda (ad esempio, una società di servizi finanziari che non identifica l'impatto sociale e ambientale dei suoi investimenti).

Nessuno

[2.3.1, 2.3.2] Le seguenti azioni non soddisfano il sottorequisito:

- Un processo di engagement degli stakeholder che non riesce a coinvolgere i principali stakeholder esterni o a considerare in modo significativo il loro feedback.
- Una valutazione della materialità che si concentra solo su argomenti legati al funzionamento e alla performance finanziaria dell'azienda (ad esempio, efficienza, produttività dei lavoratori o soddisfazione dei clienti).
- Un processo di valutazione della materialità che non riesce a identificare le principali questioni sociali o ambientali che sono rilevanti per gli stakeholder dell'azienda (ad esempio, una società di servizi finanziari che non identifica l'impatto sociale e ambientale dei suoi investimenti).

[2.3.2] L'azienda può soddisfare questo sottorequisito conducendo una valutazione che soddisfi anche i requisiti ESC1.7 e HR2.1. In questo caso, la valutazione viene generalmente effettuata a un livello più alto per identificare gli argomenti materiali rilevanti al di là dell'ambito ambientale o dei diritti umani.

[2.3.2a] Se l'azienda effettua valutazioni separate, gli argomenti materiali identificati in base a questo sottorequisito sono allineati a quelli identificati in base a ESC1.7 e HR2.1.

[2.3.2b] Per garantire una valutazione completa, l'azienda identifica tutte le questioni rilevanti, che possono trascendere gli argomenti di impatto trattati nello Standard B Lab. Qualsiasi argomento materiale che trascenda gli argomenti di impatto previsti dallo Standard B Lab viene affrontato in PSG2.4.

[2.3.3] L'azienda valuta la significatività dei suoi impatti in base alla gravità e alla probabilità. La gravità deve prevalere sulla probabilità, in modo che gli impatti più gravi, anche se improbabili, siano comunque considerati prioritari.

- La probabilità considera la probabilità dell'impatto e la frequenza con cui potrebbe verificarsi.

[2.3.3] Per determinare gli argomenti materiali, l'azienda assegna una priorità agli impatti in base alla loro importanza. L'azienda definisce un valore soglia o un limite per determinare quali argomenti sono materiali. L'azienda assegna una priorità agli impatti negativi separatamente da quelli positivi.

[2.3.4] Oltre a condurre una valutazione completa della materialità almeno ogni tre anni, l'azienda dimostra una revisione intermedia o continua della materialità impegnandosi con gli stakeholder per aggiornare gli argomenti materiali. Esempi di valutazione intermedia o continua della materialità possono essere:

- l'esecuzione di sondaggi annuali tra gli stakeholder (ad esempio tra fornitori, clienti o dipendenti)
- l'analisi dei social media
- l'esame delle tendenze delle procedure di reclamo.

Applicazione dei criteri alle società controllate con certificazione indipendente:

- La valutazione riguarda l'azienda. Se l'azienda fa riferimento a una valutazione aziendale esterna all'ambito, deve dimostrare:
 - in che modo la valutazione ha preso in considerazione i suoi stakeholder e gli impatti operativi
 - il modo in cui il risultato della valutazione sia rilevante per il suo contesto.
- I riferimenti al più alto organo direttivo alludono a quelli che rientrano nell'ambito di certificazione dell'azienda. Ciò significa che la supervisione da parte di una società madre esterna all'ambito non soddisfa il sottorequisito, a meno che l'azienda non disponga di una supervisione aggiuntiva da parte del più alto organo direttivo nel suo ambito di certificazione.

Ulteriori indicazioni:

- L'azienda potrebbe voler coinvolgere altri stakeholder esperti, quali:
 - Conoscenze locali e delle popolazioni indigene o conoscenze tradizionali
 - Organizzazioni della società civile (OSC)

- Organizzazioni non governative (ONG)
- Gruppi sottorappresentati (ad esempio, persone in situazioni di vulnerabilità).
- Poiché l'ambiente è uno stakeholder invisibile, l'azienda può basarsi sui seguenti elementi per prendere in considerazione i propri impatti sull'ambiente:
 - Dati ambientali precisi o scientifici
 - Parere di esperti
- La materialità dell'impatto valuta gli impatti dell'azienda sugli stakeholder (i suoi impatti dall'interno verso l'esterno), piuttosto che il modo in cui le questioni sociali e ambientali possono influenzare la posizione finanziaria dell'azienda (impatti dall'esterno verso l'interno).
- Le fasi di una valutazione di materialità possono includere:
 - la comprensione del contesto dell'azienda (ad esempio, le sue attività commerciali, il suo settore, i suoi prodotti o servizi) e mappare gli stakeholder attraverso le sue attività
 - l'identificazione degli impatti reali e potenziali.
- Le fonti per la valutazione della materialità possono essere le seguenti:
 - valutazioni di terzi
 - audit finanziari
 - contabilità dell'impatto
 - ispezioni su salute e sicurezza sul lavoro
 - informazioni provenienti da procedure di reclamo
 - informazioni provenienti da fonti esterne, come ricerche scientifiche o agenzie di stampa
 - impegno diretto con gli stakeholder.
- La gravità si riferisce a uno o più dei seguenti elementi:
 - Scala: quanto sarebbe grave l'impatto? Un valore maggiore è più grave.
 - Portata: quante persone verrebbero colpite? Una portata maggiore è più grave.

- Facilità di rimedio: è facile correggere il potenziale impatto negativo? Una maggiore difficoltà di rimedio è più grave. Ad esempio, è più facile rimediare a un salario basso che a una malattia incurabile dovuta alle scarse condizioni di salute e sicurezza sul lavoro (tuttavia, ciò non significa che gli impatti sui diritti umani meno gravi possano essere trascurati).
- La probabilità può essere valutata utilizzando le seguenti categorie, a titolo di esempio:
 - Alta: si prevede che l'impatto si verifichi continuamente.
 - Media: si prevede che l'impatto si verifichi periodicamente (da diverse volte all'anno a diverse volte al mese).
 - Bassa: si prevede che l'impatto si verifichi solo occasionalmente (ad esempio, solo durante una fase specifica di un progetto).

Raccomandazioni:

- Dare priorità e coinvolgere gli stakeholder che possono avere meno potere e voce in capitolo, o che sono meno visibili ai decisori, come ad esempio:
 - lavoratori e agricoltori della catena di fornitura
 - dipendenti degli appaltatori
 - comunità colpite da danni ambientali
 - comunità indigene
 - giovani o persone in situazioni di vulnerabilità.
- L'azienda mette a disposizione degli stakeholder una procedura di reclamo trasparente come parte del suo processo di coinvolgimento degli stakeholder. Tale procedura fornisce un modo per porre rimedio a situazioni in cui l'azienda può aver causato o contribuito a un impatto negativo. Può anche fungere da sistema di allerta precoce per l'azienda e informare circa le sue azioni economiche, ambientali e sociali più ampie [Link a PSG3.3 e PSG3.4].
- Avvalersi di una terza parte autorevole per corroborare o verificare la valutazione della materialità, al fine di garantire l'indipendenza dell'analisi.
- Attuare il GRI 3: Argomenti materiali 2021 [\[EN\]](#) per la definizione dei temi materiali, che dà priorità ai temi in base alla loro importanza per gli stakeholder e all'impatto dell'azienda su di essi (piuttosto che all'impatto che tali temi hanno sull'azienda).
- Adottare un approccio oggettivo utilizzando dati convalidati in modo credibile, supportati dal coinvolgimento degli stakeholder e dal giudizio di esperti.

- Andare oltre la raccolta delle opinioni degli stakeholder per collaborare attivamente con loro sui temi materiali identificati.
- Fornire formazione ai massimi organi direttivi sulle valutazioni di materialità. Assicurarsi che i loro membri abbiano una comprensione completa dei principali stakeholder aziendali, dei metodi di coinvolgimento e dei processi associati.
- Considerare la possibilità di avere un rappresentante degli stakeholder nel più alto organo direttivo (ad esempio, un posto per la sezione natura).
- Quando ci si confronta con gli stakeholder, riconoscere e considerare il ruolo dell'equità:
 - offrendo un compenso
 - rispettando il tempo degli stakeholder
 - cercando di ottenere il contributo degli stakeholder sui risultati positivi che l'azienda dovrebbe ottenere e sulla mitigazione dei rischi.

Risorse per l'implementazione:

Esempi di risorse per la governance e il coinvolgimento degli stakeholder

- PAS 808:2022: Imprese orientate allo scopo - Visione del mondo, principi e comportamenti per la sostenibilità - Guida (BSI) [\[EN\]](#)
- AA1000 Stakeholder Engagement Standard, 2015 (AccountAbility) [\[EN\]](#)
- Strumenti per l'approccio in cinque fasi al coinvolgimento degli stakeholder, 2019 (Business for Social Responsibility) [\[EN\]](#)
- Mapping degli stakeholder: Guida per le imprese orientate allo scopo, 2024 (Myghtybytes) [\[EN\]](#)
- Risorse per la governance degli stakeholder (Interdependence Coalition) [\[EN\]](#)
- Playbook sulla governance degli scopi e degli stakeholder: Guida per migliorare la supervisione del consiglio direttivo su obiettivi e stakeholder, 2023 (Coro Strandberg) [\[EN\]](#)
- Steward Ownership (Purpose Economy) [\[DE\]](#) [\[EN\]](#) [\[ES\]](#)
- Future Fit: Intento positivo [\[EN\]](#)
- Onboarding Nature (B Lab Benelux) [\[EN\]](#)

Esempi di risorse per la definizione degli argomenti materiali

- Guida all'attuazione della valutazione della materialità - 23 agosto 2023 (EFRAG) [\[EN\]](#)
- Argomenti materiali G3 (2021) (GRI) [\[AR\]](#) [\[DE\]](#) [\[EN\]](#) [\[ES\]](#) [\[FR\]](#) [\[IN\]](#) [\[IT\]](#) [\[PT\]](#) [\[ZH tradizionale\]](#) [\[ZH semplificato\]](#)
- Obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite [\[AR\]](#) [\[EN\]](#) [\[ES\]](#) [\[FR\]](#) [\[RU\]](#) [\[ZH\]](#)
- Concetto di Doughnut Economics (Doughnut Economics Action Lab) [\[EN\]](#)
- I nove confini planetari (Stockholm Resilience Centre) [\[EN\]](#)
- Doughnut Design for Business (Doughnut Economics Action Lab) [\[EN\]](#)

Interoperabilità:

- Allineamento Concettuale Punto Dati:
 - GRI 3: Argomenti materiali 2021 - 3-1 Processo di determinazione degli argomenti materiali
 - GRI 3: Argomenti materiali 2021 - Informativa 3-2 Elenco degli argomenti materiali
 - European Sustainability Reporting Standards - G1 2023 - Requisito di informativa relativo a ESRS 2 IRO-1 - Descrizione dei processi di identificazione e valutazione degli impatti materiali, dei rischi e delle opportunità
 - Standard europei per il reporting sulla sostenibilità 2 - 2023 - Requisito di informativa GOV-1 - Il ruolo degli organi di amministrazione, direzione e supervisione 20 b
 - Standard europei per il reporting sulla sostenibilità 2 - 2023 - Requisito di informativa SBM-2 - Interessi e opinioni degli stakeholder 43, 45
 - Standard europei per il reporting sulla sostenibilità 2 - 2023 - Requisito di informativa SBM-3 - Impatti materiali, rischi e opportunità e loro interazione con la strategia e il modello di business 46, 48 a, c
 - Standard europei per il reporting sulla sostenibilità 2 -2023 - Requisito di informativa IRO-1 - Descrizione del processo di identificazione e valutazione degli impatti materiali, dei rischi e delle opportunità 51, 53
 - GRI 2: Informazioni generali 2021- 2-12 Ruolo del più alto organo direttivo nella supervisione della gestione degli impatti (a)
 - GRI 2: Informazioni generali 2021 - 2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder (a)



PSG2.4 L'azienda identifica gli argomenti materiali non trattati nello Standard B Lab, fissa gli obiettivi e riferisce annualmente i progressi compiuti.

Fattori di traccia*:

Dimensione	Settore	Industria
XX Grande	All	All
X Grande	All	All
Grande	All	All
Medio	None	None
Piccolo	None	None
Micro	None	None
Azienda senza lavoratori	None	None

ID*:	Anno*	Sono ammissibili ai meccanismi di equità?	Testo del sottorequisito*:
PSG2.4	Anno 0 / Anno 3 / Anno 5	Nessuno	L'azienda identifica gli argomenti materiali non trattati nello Standard B Lab, fissa gli obiettivi e riferisce annualmente i progressi compiuti.

Criteria di conformità:

2.4.1 L'azienda identifica tutti gli argomenti materiali della sua valutazione di materialità che non sono trattati nello Standard B Lab.

2.4.2 L'azienda fissa almeno un obiettivo per ogni argomento materiale identificato.

2.4.3 Gli obiettivi sono:

- a) specifico, misurabile, realizzabile, pertinente e limitato nel tempo (SMART)
- b) integrato nella strategia aziendale
- c) a disposizione del pubblico
- d) approvato dal più alto organo direttivo
- e) più ambiziosi dei minimi legali.

2.4.4 L'azienda assegna la responsabilità per il raggiungimento di ciascun obiettivo.

2.4.5 Negli anni successivi alla definizione degli obiettivi, l'azienda comunica pubblicamente i propri progressi nel report di impatto o sul sito web.

2.4.6 Una volta raggiunto un obiettivo per un argomento materiale, l'azienda fissa un nuovo obiettivo che soddisfi i presenti criteri di conformità.

Intento:

Per garantire che l'azienda:

- agisca su argomenti materiali che potrebbero non essere trattati nello Standard B Lab.
- sia responsabile nei confronti dei propri impegni e degli stakeholder, attraverso:
 - trasparenza (vale a dire, la condivisione pubblica degli obiettivi e dei progressi)
 - la supervisione del più alto organo direttivo.

Chiarire i criteri di conformità:

[2.4.1] L'azienda identifica i propri argomenti materiali nell'ambito del PSG2.3.

[2.4.1]. L'azienda utilizza una gap analysis per identificare gli argomenti materiali non trattati nello Standard B Lab. Ciò implica che l'azienda confronti gli argomenti materiali a cui ha dato priorità nella sua valutazione (PSG2.3) con lo Standard B Lab. Questo sottorequisito si applica a tutti gli argomenti materiali che l'azienda ha identificato e che non sono trattati nello Standard B Lab.

[2.4.1] Se tutti gli argomenti materiali dell'azienda sono trattati nei requisiti degli argomenti d'impatto B Lab, l'azienda soddisfa questo sottorequisito fissando almeno un obiettivo relativo a un argomento materiale che va oltre le azioni richieste dallo Standard B Lab. L'obiettivo soddisfa tutti i criteri di conformità di questo sottorequisito.

Applicazione dei criteri alle società controllate con certificazione indipendente:

- L'azione si svolge all'interno dell'azienda. Se l'azienda fa riferimento a un'azione di gruppo fuori dal perimetro di applicazione, è tenuta a documentare le informazioni riguardo:
 - l'attuazione, l'applicazione e i meccanismi di responsabilità
 - il modo in cui i risultati hanno un impatto sulle sue operazioni. Per i risultati che non hanno impatto, l'azienda crea le proprie azioni.
- I riferimenti al massimo organo decisionale o all'executive team alludono a quelli che rientrano nell'ambito di certificazione dell'azienda. Ciò significa che l'approvazione da parte di un gruppo controllante fuori dal perimetro di applicazione non soddisfa il sottorequisito, a meno che l'azienda non disponga di un'ulteriore approvazione da parte del massimo organo decisionale o dell'executive team nel proprio ambito di certificazione.

Ulteriori indicazioni:

- Gli obiettivi e i progressi compiuti dall'azienda saranno resi noti nel profilo pubblico B Corp una volta completata con successo la certificazione B Corp.
- Nella valutazione della materialità, l'azienda considera:
 - l'impatto positivo e negativo
 - l'impatto effettivo e potenziale.

- Tra i potenziali argomenti materiali non trattati nello Standard B Lab vi sono, a titolo esemplificativo:
 - uso responsabile dell'intelligenza artificiale
 - redistribuzione dei profitti
 - protezione dei consumatori
 - privacy dei dati
 - consumo sostenibile
 - impegno e investimenti delle comunità locali
 - accesso, prezzi e qualità di prodotti e servizi essenziali (ad esempio, acqua, cibo, alloggi, assistenza sanitaria, istruzione e servizi igienici).
- Alcuni esempi di obiettivi SMART per affrontare argomenti materiali al di fuori dello Standard B Lab possono includere:
 - Entro la fine del 2026, aumentare la frequenza degli audit etici interni da semestrali a trimestrali, garantendo il rispetto degli standard aziendali in almeno il 95% dei dipartimenti.
 - Raddoppiare le donazioni di beneficenza dell'azienda a progetti comunitari locali entro la fine del 2026 (rispetto al 2024).
 - Spostare l'80% del nostro portafoglio immobiliare verso progetti abitativi per le comunità meno servite nei prossimi tre anni, garantendo accessibilità e convenienza economica e mantenendo al contempo gli standard di qualità. Raggiungeremo questa transizione entro la fine del 2029.
 - Raggiungere il 100% di proprietà dei lavoratori entro il 2026, attuando un piano strutturato di partecipazione azionaria dei dipendenti, supportato da seminari trimestrali di educazione finanziaria per tutti i lavoratori.
 - Avviare un'iniziativa di sostegno alla salute mentale entro il secondo trimestre del 2026, con accesso ai servizi di consulenza per tutti i lavoratori. Entro la fine del 2026, raggiungere l'adesione al servizio da parte del 30% dei lavoratori.
 - Entro dicembre 2026, sviluppare e lanciare un programma di educazione dei clienti per promuovere scelte di prodotti sostenibili che raggiunga l'80% della nostra clientela.
 - Nei prossimi due anni, passare il 70% della nostra base di fornitori a fornitori locali, raggiungendo questo obiettivo entro la fine del 2028. Collaborando strettamente con i produttori regionali, miglioreremo l'impatto economico locale e ridurremo le emissioni di carbonio nella nostra catena di fornitura.

- Stabilire un programma completo di avanzamento della carriera entro dicembre 2026, fornendo a ogni dipendente un piano di sviluppo personalizzato. Il programma comprenderà 800 dollari per lo sviluppo professionale esterno di ogni dipendente. Puntiamo ad aumentare dell'80% la partecipazione dei dipendenti ai workshop di formazione (rispetto al 2023).
- La "strategia aziendale" può essere:
 - la strategia ambientale dell'azienda
 - la strategia aziendale per i diritti umani
 - un'altra strategia correlata che comprende i piani di gestione dell'impatto ambientale e sociale dell'azienda.

Raccomandazioni:

- Trovare un equilibrio tra l'ambizione degli obiettivi dell'azienda e il contesto in cui opera. Assicurare che gli obiettivi siano al tempo stesso ambiziosi e raggiungibili nei tempi stabiliti.
- Nel definire gli obiettivi, tenere conto delle seguenti indicazioni:
 - Creare obiettivi all'avanguardia nel settore, vale a dire che superano in modo significativo le prestazioni tipiche del settore sull'argomento in questione.
 - Allineare gli obiettivi ai confini del pianeta e alle convenzioni sociali internazionali, come ad esempio:
 - Obiettivi di sviluppo sostenibile (OSS)
 - L'Accordo di Parigi
 - I Principi guida delle Nazioni Unite su Imprese e Diritti umani.
 - Collegare gli obiettivi allo scopo dell'azienda.
- Iniziare con una chiara comprensione dell'attuale prestazione di base dell'azienda per stabilire obiettivi realistici e informati.
- Attuare processi chiari di raccolta e analisi dei dati per monitorare i progressi rispetto agli obiettivi.
- Stabilire e comunicare pubblicamente i progressi di ulteriori obiettivi per dimostrare l'ampiezza e l'ambizione della strategia di gestione dell'impatto dell'azienda.

Risorse per l'implementazione:

Esempi di risorse per la definizione di obiettivi sociali e ambientali ambiziosi:

- Rete Science Based Targets [\[EN\]](#)
- Obiettivi Future Fit [\[EN\]](#)
- SDG Action Manager [\[EN\]](#) [\[ES\]](#) [\[FR\]](#) [\[IT\]](#) [\[PT\]](#)

PSG2.5 L'azienda tiene conto dei suoi stakeholder quando prende decisioni su dividendi e riacquisto di azioni.

Fattori di traccia*:

Dimensione	Settore	Industria
XX Grande	All	All
X Grande	None	None
Grande	None	None
Medio	None	None
Piccolo	None	None
Micro	None	None
Azienda senza lavoratori	None	None

ID*:	Anno*	Sono ammissibili ai meccanismi di equità?	Testo del sottorequisito*:
PSG2.5	Anno 3 / Anno 5	Nessuno	L'azienda tiene conto dei suoi stakeholder quando prende decisioni su dividendi e riacquisto di azioni.

Criteri di conformità:

2.5.1 L'azienda registra le decisioni del più alto organo direttivo che riguardano i dividendi e il riacquisto di azioni e che dimostrano come l'azienda:

- a) ha considerato gli interessi dei suoi stakeholder (non solo degli azionisti)
- b) valutare gli interessi degli stakeholder o bilanciare gli interessi degli stakeholder in conflitto.

2.5.2 L'azienda considera gli impatti sui seguenti stakeholder in relazione alle decisioni sui dividendi e sul riacquisto di azioni.

- a) Lavoratori della società o delle sue controllate
- b) Fornitori
- c) Clienti
- d) Investitori
- e) La comunità in cui sono ubicati gli uffici o le strutture della società, le sue controllate, i suoi fornitori o i suoi investimenti.
- f) L'ambiente locale o globale

2.5.3 L'azienda è pubblicamente trasparente sul modo in cui le decisioni su dividendi e riacquisti di azioni sono bilanciate con i reinvestimenti nella performance sociale e ambientale dell'azienda.

Intento:

Garantire che l'azienda metta in pratica il requisito legale B Corp per la stakeholder governance:

- considerando l'impatto delle sue decisioni su dividendi e riacquisti di azioni su tutti gli stakeholder
- evitando pratiche che avvantaggiano in modo sproporzionato alcune parti a scapito di altre.

Chiarire i criteri di conformità:

[2.5.1, 2.5.2, 2.5.3] Il "dividendo" è la distribuzione degli utili di una società ai suoi azionisti ed è normalmente determinato dal consiglio di amministrazione della società. I dividendi possono essere pagati in contanti o sotto forma di reinvestimento in ulteriori azioni. (Investopedia [\[EN\]](#))

[2.5.1, 2.5.2, 2.5.3] Il "riacquisto di azioni" è noto anche come "stock buy-back" ed è l'operazione mediante la quale una società riacquista le proprie azioni, riducendo il numero totale di azioni in circolazione. (Bankrate [\[EN\]](#))

[2.5.1, 2.5.2, 2.5.3] Il "dividendo" è la distribuzione degli utili di una società ai suoi azionisti ed è normalmente determinato dal consiglio di amministrazione della società. I dividendi possono essere pagati in contanti o sotto forma di reinvestimento in ulteriori azioni. (Investopedia [\[EN\]](#))

[2.5.1, 2.5.2, 2.5.3] Il "riacquisto di azioni" è noto anche come "stock buy-back" ed è l'operazione mediante la quale una società riacquista le proprie azioni, riducendo il numero totale di azioni in circolazione. (Bankrate [\[EN\]](#))

[2.5.1, 2.5.2, 2.5.3] Il "dividendo" è la distribuzione degli utili di una società ai suoi azionisti ed è normalmente determinato dal consiglio di amministrazione della società. I dividendi possono essere pagati in contanti o sotto forma di reinvestimento in ulteriori azioni. (Investopedia [\[EN\]](#))

[2.5.1, 2.5.2, 2.5.3] Il "riacquisto di azioni" è noto anche come "stock buy-back" ed è l'operazione mediante la quale una società riacquista le proprie azioni, riducendo il numero totale di azioni in circolazione. (Bankrate [\[EN\]](#))

Applicazione dei criteri alle società controllate con certificazione indipendente:

- Questo sottorequisito si applica solo alle società che hanno il controllo finale sul pagamento dei dividendi e sulle decisioni di riacquisto delle azioni.
- I riferimenti al massimo organo decisionale alludono a quelli che rientrano nell'ambito della certificazione dell'azienda.

Ulteriori indicazioni:

Il bilanciamento degli interessi degli stakeholder può comportare:

- la valutazione dell'impatto a lungo termine dei riacquisti sulla capacità dell'azienda di gestire le proprie questioni sociali e ambientali rilevanti
- il conferimento della priorità a considerazioni etiche e morali che vanno oltre il valore per gli azionisti.

Raccomandazioni:

- L'azienda può dare prova di trasparenza pubblica:
 - sulla propria pagina web
 - nei documenti pubblici ufficiali dell'azienda, come la relazione annuale o le dichiarazioni di delega degli stakeholder.
- Ottenere il feedback dei diversi stakeholder prima di prendere decisioni su dividendi e riacquisto di azioni. Ciò può comportare la realizzazione di:
 - sondaggi
 - riunioni
 - gruppi consultivi che rappresentano interessi diversi.
- Comunicare chiaramente agli stakeholder le motivazioni alla base delle decisioni sui dividendi e sul riacquisto delle azioni. Mostrare come queste decisioni siano in linea con la strategia organizzativa dell'azienda e vadano a beneficio di tutti gli stakeholder.

Risorse per l'implementazione:

- Ruolo dei riacquisti di azioni per la sostenibilità sociale e ambientale delle imprese 2022. (Maurio Vaupel, David Bendig, Denise Fischer-Kreer & Malte Brettel) [\[EN\]](#)

Interoperabilità:

- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità 2 - Requisito di informativa SBM-2 - Interessi e punti di vista degli stakeholder 43, 45.

PSG3 L'azienda dispone di procedure adeguate per affrontare le lamentele degli stakeholder.

PSG3.1 L'azienda dispone di una procedura di reclamo accessibile al pubblico che consente agli stakeholder di sollevare in modo sicuro le proprie rimostranze e di cercare una soluzione.

Fattori di traccia*:

Dimensione	Settore	Industria
XX Grande	None	None
X Grande	None	None
Grande	None	None
Medio	All	All
Piccolo	All	All
Micro	All	All
Azienda senza lavoratori	All	All

ID*	Anno*	Sono ammissibili ai meccanismi di equità?	Testo del sottorequisito*:
PSG3.1	Anno 0 / Anno 3 / Anno 5	Nessuno	L'azienda dispone di una procedura di reclamo accessibile al pubblico che consente agli stakeholder di sollevare in modo sicuro le proprie rimostranze e di cercare una soluzione.

Criteria di conformità:

3.1.1 L'azienda pubblica un modulo di reclamo sulla propria pagina web o dispone di un altro modo facilmente accessibile per gli stakeholder per effettuare un reclamo.

3.1.2 La procedura di reclamo spiega:

- a) motivi per accettare un reclamo
- b) le fasi del processo di reclamo e le scadenze mirate per la gestione di un reclamo
- c) modo in cui viene facilitata la risoluzione

3.1.3 L'azienda descrive i processi e i controlli in atto per proteggere gli stakeholder che presentano reclami da qualsiasi forma di ritorsione.

3.1.4 L'azienda risponde ai reclami degli stakeholder mediante:

- a) comunicare regolarmente all'autore del reclamo ogni fase del processo di risoluzione e il relativo esito, confermando la risoluzione del reclamo stesso
- b) spiegazione del motivo per cui non ha accettato la questione come reclamo.

Intento:

Garantire agli stakeholder un modo chiaro e accessibile per effettuare segnalazioni e cercare di risolvere le questioni sociali, ambientali o di governance dell'azienda. In questo modo, l'azienda mette in pratica il requisito legale B Corp per la stakeholder governance.

Chiarire i criteri di conformità:

[3.1.1] L'appartenenza dell'azienda a un'area o a un settore che prevede una procedura di reclamo per i suoi membri può essere considerata valida, purché la procedura soddisfi i criteri di conformità.

[3.1.1] Se l'azienda non pubblica un modulo e una procedura di reclamo sul proprio sito web, rende trasparenti e facilmente accessibili altri metodi per presentare un reclamo, quali, a titolo informativo:

- un indirizzo e-mail generale per tutte le richieste
- una linea telefonica diretta per gli informatori o una linea etica
- clausole contrattuali business-to-business con disposizioni per la risoluzione delle controversie
- politiche di "porte aperte" o "speak up" per i lavoratori
- box per suggerimenti o feedback, o altri strumenti per i lavoratori
- coinvolgimento diretto degli stakeholder
- comitati di lavoratori
- dipartimento di servizio al cliente
- sindacati e processi di relazioni industriali
- meccanismi di reclamo dei consumatori
- requisiti del Codice di Condotta per i meccanismi dei fornitori
- la sensibilizzazione e l'impegno della comunità.

[3.1.3] Proteggere gli stakeholder da qualsiasi forma di ritorsione significa attuare misure per garantire la riservatezza e valutare i potenziali rischi in cui incorrono, quali, a titolo esemplificativo:

- consentire a chi presenta il reclamo o ad altri stakeholder interessati di chiedere che la loro identità rimanga riservata se prevedono ritorsioni a causa del reclamo
- informare chiaramente chi presenta il reclamo su chi dovrà essere coinvolto o informato fin dall'inizio

-
- chiedere il consenso prima di condividere le informazioni con altre parti
 - mantenere la riservatezza sull'esito del processo
 - migliorare la formazione di coloro che si occupano della procedura di reclamo
 - applicare misure disciplinari in caso di violazione della riservatezza
 - collaborare con terze parti indipendenti per valutare i rischi in cui incorrono gli stakeholder vulnerabili.

[3.1.4] "Comunicare regolarmente" in merito a un reclamo significa aggiornare lo stakeholder, se necessario, sul processo. Ciò può includere la fornitura di informazioni riguardo:

- il processo decisionale
- le tempistiche per la revisione del reclamo
- l'ambito dei reclami accettati dall'azienda
- l'approccio dell'azienda alla gestione della risoluzione
- la chiusura del reclamo
- qualsiasi altra informazione utile per lo stakeholder.

Applicazione dei criteri alle società controllate con certificazione indipendente:

La procedura di reclamo è incorporata, come minimo, al livello più alto dell'azienda. Se l'azienda fa riferimento a una procedura di reclamo appartenente a una controllante fuori dal perimetro di applicazione, è tenuta a documentare le informazioni riguardo l'introduzione, l'applicazione e i meccanismi di responsabilità a sostegno della procedura di reclamo.

Ulteriori indicazioni:

Le procedure di reclamo offrono agli stakeholder che possono subire un impatto negativo dalle attività dell'azienda la possibilità di effettuare segnalazioni o fornire un feedback. Esse non riguardano le questioni legate al servizio clienti (come il rimborso degli ordini o i ritardi nella spedizione), bensì affrontano problemi più ampi, tra cui gli impatti etici, ambientali e sociali. Questo approccio proattivo consente all'azienda di risolvere i problemi prima e in modo più diretto.

Raccomandazioni:

- Utilizzare i criteri di efficacia dei Principi guida delle Nazioni Unite su Imprese e Diritti umani per sviluppare e gestire la procedura di reclamo dell'azienda (vedere le risorse di attuazione).
- Creare una mappa dei principali stakeholder con la corrispondente procedura di reclamo per ciascun gruppo.
- Specificare quali prove sono necessarie all'azienda per sostenere l'ammissibilità di un reclamo. Ciò può includere, ad esempio, la richiesta di:
 - un riassunto chiaro e conciso dei fatti principali
 - una descrizione degli eventi collegati al reclamo.
- Creare un modulo di presentazione del reclamo che contenga, ad esempio:
 - il nome e i dati di contatto dello stakeholder che presenta il reclamo e, se agisce per conto di un altro stakeholder, la prova di tale facoltà
 - la possibilità per lo stakeholder di richiedere la riservatezza
 - i dettagli sul destinatario del reclamo
 - informazioni sull'eventualità che le questioni siano già state sollevate con l'azienda e in quale forma, e sulla risposta fornita
 - la risoluzione richiesta.
- Creare un diagramma di flusso che illustri le fasi della procedura o delle procedure di reclamo.
- Assumere un facilitatore indipendente per gestire il processo, o designare un responsabile per risolvere i reclami attraverso un confronto diretto con gli stakeholder interessati.
- Tenere presente che il fatto di non ricevere reclami non significa necessariamente che non ne esistano: potrebbe essere un segno che la procedura di reclamo è difficile da attuare o che gli stakeholder interessati non si fidano del processo di reclamo.

- Creare fiducia nel processo adottando una politica di non ritorsione o una politica di protezione degli informatori.

Risorse per l'implementazione:

Esempi di risorse per la procedura di reclamo e la due diligence

- Persone e pianeta nelle imprese: Semplice guida su come le piccole e micro imprese possono avviare o rafforzare la loro due diligence, 2023 (Fairtrade International, B Lab) [\[EN\]](#)
- Meccanismi di rimedio e reclamo (Business for Human Rights) [\[EN\]](#)
- [Principi guida delle Nazioni Unite su imprese e diritti umani](#) [\[DE\]](#) [\[EN\]](#) [\[ES\]](#) [\[FR\]](#)[\[JP\]](#) [\[PL\]](#)
- Progetto di responsabilità e rimedio dell'OHCHR: Soddisfare i criteri di efficacia dell'UNGP, 2021 [\[EN\]](#)
- Lista di tutti i punti di controllo contenuti nelle "Linee guida per l'accessibilità ai contenuti del Web" (Progetto A11Y) [\[EN\]](#)
- Politica delle porte aperte sul posto di lavoro: Guida definitiva all'attuazione, 2024 (Shiftbase) [\[EN\]](#)

Interoperabilità:

Corrispondenza concettuale:

- DIRETTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO concernente la Direttiva UE sulla due diligence in materia di sostenibilità aziendale e che modifica la direttiva (UE) 2019/1937 (proposta) - Articolo 9
- GRI 2: Informazioni generali 2021 - 2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder (a) (iii)
- GRI 2: Informazioni generali 2021 - 2-25 Processi per rimediare agli impatti negativi (d) (e)
- GRI 2: Informazioni generali 2021 - 2-26 Meccanismi per richiedere consulenza ed effettuare segnalazioni (a) (ii)
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S1-3 - Processi per rimediare agli impatti negativi e canali rivolti ai propri dipendenti per effettuare segnalazioni 30, 32
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S1-4 - Azioni per la gestione degli impatti rilevanti sulla propria forza lavoro e approcci per la gestione dei rischi rilevanti e il perseguimento delle opportunità relative alla propria forza lavoro, nonché efficacia di tali azioni 35

-
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S2-3 - Processi per rimediare agli impatti negativi e canali rivolti ai lavoratori della catena del valore per effettuare segnalazioni 25, 27
 - Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S2-4 - Azioni per la gestione degli impatti materiali sui lavoratori della catena del valore e approcci per la gestione dei rischi materiali e il perseguimento delle opportunità materiali relative ai lavoratori della catena del valore, nonché efficacia di tali azioni 30
 - Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S3-3 - Processi per rimediare agli impatti negativi e canali rivolte alle comunità interessate per effettuare segnalazioni 25, 27
 - Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S3-4 - Azioni per la gestione degli impatti materiali sulle comunità interessate, approcci per la gestione dei rischi materiali e per il perseguimento delle opportunità materiali relative alle comunità interessate ed efficacia di tali azioni 30
 - Fairtrade Trader Standard v2.2, 2024 (Fairtrade International) 3.2.2, 3.2.3

PSG3.2 L'azienda tiene traccia dei reclami e assegna la responsabilità della loro risoluzione.

Fattori di traccia*:

Dimensione	Settore	Industria
XX Grande	None	None
X Grande	None	None
Grande	None	None
Medio	All	All
Piccolo	All	All
Micro	All	All
Azienda senza lavoratori	None	None

ID*:	Anno*	Sono ammissibili ai meccanismi di equità?	Testo del sottorequisito*:
PSG3.2	Anno 0 / Anno 3 / Anno 5	Nessuno	L'azienda tiene traccia dei reclami e assegna la responsabilità della loro risoluzione.



Criteria di conformità:

3.2.1 L'azienda monitora e tiene traccia dei reclami e prepara una sintesi annuale dello stato e dell'oggetto dei reclami.

3.2.2 L'azienda dispone di un dipendente con responsabilità ben definite per la gestione dei reclami.

3.2.3 L'azienda dimostra l'efficacia della procedura di reclamo attraverso:

a) registrare le prove che un reclamo è stato risolto e chiuso

b) dimostrare di aver messo in atto l'apposita procedura di reclamo (compresa la tracciabilità), nel caso in cui l'azienda non abbia ricevuto reclami.

Intento:

Garantire che l'azienda risponda dei reclami sollevati dagli stakeholder in merito alle questioni sociali, ambientali o di governance dell'azienda, al fine di attuare il requisito legale B Corp per la stakeholder governance.

Chiarire i criteri di conformità:

[3.2.1] Il riepilogo aziendale dei reclami comprende:

- stato (in corso di revisione, attivo o chiuso)
- riferimento al caso di reclamo
- data di presentazione del reclamo
- persona che ha presentato il reclamo (a meno che non abbia richiesto la riservatezza)
- convenuto
- ubicazione del reclamo (se non è sensibile)
- natura del reclamo.

[3.2.2] La responsabilità della gestione dei reclami può rientrare nel ruolo più ampio di un dipendente o essere condivisa tra vari ruoli, purché l'azienda sia responsabile della procedura di reclamo nel suo complesso.

Applicazione dei criteri alle società controllate con certificazione indipendente:

- La procedura di reclamo è incorporata, come minimo, al livello più alto dell'azienda. Se l'azienda fa riferimento a una procedura di reclamo appartenente a una controllante fuori dal perimetro di applicazione, è tenuta a documentare le informazioni riguardo l'introduzione, l'applicazione e i meccanismi di responsabilità a sostegno della procedura di reclamo.
- I riferimenti a ruoli e responsabilità alludono a quelli che rientrano nell'ambito di certificazione dell'azienda. Ciò significa che i ruoli e le responsabilità di un gruppo controllante fuori dal perimetro di applicazione non soddisfano il sottorequisito, a meno che l'azienda non abbia ruoli e responsabilità aggiuntivi all'interno del proprio ambito di certificazione.

Raccomandazioni:

- Utilizzare i criteri di efficacia dei Principi guida delle Nazioni Unite su imprese e diritti umani per sviluppare e gestire la procedura di reclamo dell'azienda (vedere le risorse di attuazione).
- Identificare i reclami in corso o emergenti al fine di:

- considerare e affrontare meglio le preoccupazioni degli stakeholder
- identificare modelli e problemi
- migliorare le politiche e le pratiche
- migliorare la comunicazione
- creare fiducia e responsabilità.
- Tenere presente che il fatto di non ricevere reclami non significa necessariamente che non ne esistano: potrebbe essere un segno che la procedura di reclamo è difficile da utilizzare o che gli stakeholder interessati non confidano nel processo di reclamo.
- Creare fiducia nel processo adottando una politica di non ritorsione o una politica di protezione degli informatori.

Risorse per l'implementazione:

Esempi di risorse per la procedura di reclamo e della due diligence

- Persone e pianeta nelle imprese: Semplice guida su come le piccole e micro imprese possono avviare o rafforzare la loro due diligence, 2023 (Fairtrade International, B Lab) [\[EN\]](#)
- Meccanismi di rimedio e reclamo (Business for Human Rights) [\[EN\]](#)
- Principi guida delle Nazioni Unite su Imprese e Diritti umani [\[DE\]](#) [\[EN\]](#) [\[ES\]](#) [\[FR\]](#)[\[JP\]](#) [\[PL\]](#)
- Progetto di responsabilità e riparazione dell'OHCHR: Soddisfare i criteri di efficacia dell'UNGP, 2021 [\[EN\]](#)
- Lista di tutti i punti di controllo contenuti nelle "Linee guida per l'accessibilità ai contenuti del Web" (Progetto A11Y) [\[EN\]](#)
- Politica delle porte aperte sul posto di lavoro: La guida definitiva all'attuazione, 2024 (Shiftbase) [\[EN\]](#)

Interoperabilità:

Corrispondenza concettuale:

- DIRETTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO concernente la Direttiva UE sulla due diligence in materia di sostenibilità aziendale e che modifica la direttiva (UE) 2019/1937 (proposta) - Articolo 9

- GRI 2: Informazioni generali 2021 - 2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder (a) (iii)
- GRI 2: Informazioni generali 2021 - 2-25 Processi per rimediare agli impatti negativi (d) (e)
- GRI 2: Informazioni generali 2021 - 2-26 Meccanismi per richiedere consulenza ed effettuare segnalazioni (a) (ii)
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S1-3 - Processi per rimediare agli impatti negativi e canali rivolti ai propri dipendenti per effettuare segnalazioni 30, 32
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S1-4 - Azioni per la gestione degli impatti rilevanti sulla propria forza lavoro e approcci per la gestione dei rischi rilevanti e il perseguimento delle opportunità relative alla propria forza lavoro, nonché efficacia di tali azioni 35
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S2-3 - Processi per rimediare agli impatti negativi e canali rivolti ai lavoratori della catena del valore per effettuare segnalazioni 25, 27
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S2-4 - Azioni per la gestione degli impatti materiali sui lavoratori della catena del valore e approcci per la gestione dei rischi materiali e il perseguimento delle opportunità materiali relative ai lavoratori della catena del valore, nonché efficacia di tali azioni 30
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S3-3 - Processi per rimediare agli impatti negativi e canali rivolte alle comunità interessate per effettuare segnalazioni 25, 27
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S3-4 - Azioni per la gestione degli impatti materiali sulle comunità interessate, approcci per la gestione dei rischi materiali e per il perseguimento delle opportunità materiali relative alle comunità interessate ed efficacia di tali azioni 30
- Fairtrade Trader Standard v2.2, 2024 (Fairtrade International) 3.2.2, 3.2.3

PSG3.3 L'azienda dispone di una procedura di reclamo accessibile al pubblico che consente agli stakeholder di presentare in modo sicuro un reclamo e di cercare una soluzione.

Fattori di traccia*:

Dimensione	Settore	Industria
XX Grande	All	All
X Grande	All	All
Grande	All	All
Medio	None	None
Piccolo	None	None
Micro	None	None
Azienda senza lavoratori	None	None

ID*:	Anno*	Sono ammissibili ai meccanismi di equità?	Testo del sottorequisito*:
PSG3.3	Anno 0 / Anno 3 / Anno 5	Nessuno	L'azienda dispone di una procedura di reclamo accessibile al pubblico che consente agli stakeholder di presentare in modo sicuro un reclamo e di cercare una soluzione.

Criteria di conformità:

3.3.1 La procedura di reclamo dell'azienda è disponibile sulla propria pagina web nelle lingue o forme pertinenti per garantire l'accesso da parte degli stakeholder.

3.3.2 La procedura di reclamo spiega:

- a) motivi per accettare un reclamo
- b) le fasi del processo di reclamo e le scadenze mirate per la gestione di un reclamo
- c) modo in cui viene facilitata la risoluzione

3.3.3 La procedura di reclamo indica i processi e i controlli in atto per proteggere gli stakeholder che presentano reclami da qualsiasi forma di ritorsione.

3.3.4 L'azienda risponde ai reclami degli stakeholder mediante:

- a) comunicare regolarmente ogni fase del processo di risoluzione e il suo esito, e confermare il momento di risoluzione del reclamo
- b) spiegazione del motivo per cui non ha accettato la questione come reclamo.

3.3.5 L'azienda comunica a ciascuno dei suoi stakeholder principali le relative procedure di reclamo.

3.3.6 La procedura di reclamo spiega chiaramente il modo in cui il processo decisionale eviterà i conflitti di interesse.

Intento:

- Garantire agli stakeholder un modo chiaro e accessibile per effettuare segnalazioni e trovare una soluzione riguardo le questioni sociali, ambientali o di governance dell'azienda. In questo modo, l'azienda mette in pratica il requisito legale B Corp per la stakeholder governance.
- Garantire che l'azienda disponga di un processo solido e trasparente per la gestione dei reclami.

Chiarire i criteri di conformità:

[3.3.1] Oltre ad avere una procedura di reclamo pubblica sulla propria pagina web, l'azienda potrebbe dover creare procedure alternative per garantire che tutti gli stakeholder possano presentare reclami.

[3.3.3] "Proteggere gli stakeholder da qualsiasi forma di ritorsione" significa attuare misure tese a far rispettare la riservatezza e valutare i potenziali rischi per gli stakeholder, quali, a titolo esemplificativo:

- consentire a chi presenta il reclamo o ad altri stakeholder interessati di chiedere che la loro identità rimanga riservata se prevedono ritorsioni a causa del reclamo
- informare chiaramente chi presenta il reclamo su chi dovrà essere coinvolto o informato fin dall'inizio
- chiedere il consenso prima di condividere le informazioni con altre parti
- mantenere la riservatezza sull'esito del processo
- migliorare la formazione di coloro che si occupano della procedura di reclamo
- applicare misure disciplinari in caso di violazione della riservatezza
- collaborare con terze parti indipendenti per valutare i rischi per gli stakeholder vulnerabili.

Applicazione dei criteri alle società controllate con certificazione indipendente:

La procedura di reclamo è incorporata, come minimo, al livello più alto dell'azienda. Se l'azienda fa riferimento a una procedura di reclamo appartenente a una controllante fuori dal perimetro di applicazione, è tenuta a documentare le informazioni riguardo l'introduzione, l'applicazione e i meccanismi di responsabilità a sostegno della procedura di reclamo.

Ulteriori indicazioni:

- Le procedure di reclamo offrono agli stakeholder che possono subire un impatto negativo dalle attività dell'azienda la possibilità di effettuare segnalazioni o fornire feedback. Esse non riguardano questioni legate al servizio clienti (come il rimborso degli ordini o i ritardi nella spedizione) bensì affrontano problemi più ampi, tra cui gli impatti etici, ambientali e sociali. Questo approccio proattivo consente all'azienda di risolvere i problemi prima e in modo più diretto.

- L'azienda può collegare la mappa dei suoi principali stakeholder al suo meccanismo di coinvolgimento degli stakeholder.
- L'azienda può utilizzare i seguenti metodi per comunicare agli stakeholder le proprie procedure di reclamo, ad esempio:
 - Materiale di benvenuto
 - Aggiornamenti su pagine web o blog
 - Documenti aziendali
 - Coinvolgimento diretto degli stakeholder
 - Manifesti nei luoghi di lavoro
 - Workshop o formazione
- L'azienda può adottare le seguenti misure per garantire che i processi decisionali evitino i conflitti di interesse:
 - Definire in un documento aziendale formale il modo in cui le procedure di reclamo evitano i conflitti di interesse.
 - Assumere arbitri indipendenti (che non siano dipendenti o affiliati alla catena del valore dell'azienda) al fine di esaminare i reclami e fornire raccomandazioni per la risoluzione. Se l'azienda non può assumere arbitri esterni ai propri dipendenti, deve assicurarsi che quelli che gestiscono una procedura di reclamo appartengano a un dipartimento che non abbia conflitti di interesse con il caso oggetto del reclamo.
 - Coinvolgere terze parti indipendenti, come enti addetti al reclamo o di regolamentazione, che possano gestire i reclami per conto dell'azienda.
- "Comunicare regolarmente" in merito a un reclamo significa aggiornare lo stakeholder, se necessario, sulla procedura. Ciò può includere la fornitura di informazioni riguardo:
 - il processo decisionale
 - le tempistiche per l'esame del reclamo
 - l'ambito dei reclami accettati dall'azienda
 - l'approccio dell'azienda alla gestione della risoluzione
 - la chiusura del reclamo
 - qualsiasi altra informazione utile per lo stakeholder.

- Per garantire che i processi decisionali siano proporzionati al tipo e alla gravità dei reclami, l'azienda può utilizzare un approccio graduale alla risoluzione. Ad esempio, può utilizzare i seguenti tre livelli, dal meno grave al più grave:
 - Risoluzione interna
 - Risoluzione con mediazione
 - Risoluzione con arbitrato indipendente

Raccomandazioni:

- Utilizzare i criteri di efficacia dei Principi guida delle Nazioni Unite su Imprese e Diritti umani per sviluppare e gestire la procedura di reclamo dell'azienda (vedere risorse di attuazione).
- Creare un diagramma di flusso che delinei le fasi di ogni procedura di reclamo.
- Specificare quali prove sono necessarie all'azienda per sostenere l'ammissibilità di un reclamo. Ciò può includere, ad esempio, la richiesta di:
 - un riassunto chiaro e conciso dei fatti principali
 - una descrizione degli eventi collegati al reclamo.
- Creare un modulo di presentazione del reclamo che contenga, ad esempio:
 - il nome e i dati di contatto dello stakeholder che presenta il reclamo e, se agisce per conto di un altro stakeholder, la prova della sua facoltà
 - la possibilità per lo stakeholder di richiedere la riservatezza
 - i dettagli del destinatario del reclamo
 - informazioni sull'eventualità che le questioni siano già state sollevate con l'azienda e in quale forma, e sulla risposta da essa fornita
 - la risoluzione richiesta.
- Selezionare gli arbitri in base alle necessità per reclami specifici, oppure nominarli con un ruolo fisso. Gli arbitri possono utilizzare, ad esempio, una dichiarazione firmata per confermare l'assenza di conflitti di interesse legati al reclamo.
- Reclutare e nominare arbitri con competenze o esperienze rilevanti e stabilire termini di riferimento chiari per il loro coinvolgimento. Considerare la possibilità di avere un pool di potenziali arbitri disponibili a partecipare a una procedura di reclamo. Considerare la possibilità di compensare gli arbitri per il loro tempo con uno stipendio predefinito.

- Stabilire un dialogo continuo con gli stakeholder attraverso una politica di porte aperte, come modo per prevenire l'insorgere di reclami.
- Essere consapevoli che il fatto di non ricevere reclami non significa necessariamente che non ne esistano: potrebbe essere un segno che la procedura di reclamo è difficile da utilizzare o che gli stakeholder interessati non confidano nel processo di reclamo.
- Impegnarsi a rispettare una politica di non ritorsione per gli stakeholder che presentano un reclamo. Ciò protegge gli stakeholder che presentano un reclamo da qualsiasi forma di ritorsione diretta o indiretta o da conseguenze negative. Questo impegno può essere una politica a sé stante, parte della procedura formale di reclamo o in altri documenti aziendali (ad esempio, il manuale dei dipendenti, il Codice etico, il Codice di condotta, la pagina web aziendale).

Risorse per l'implementazione:

Esempi di risorse per la procedura di reclamo e della due diligence

- Persone e pianeta nelle imprese: Semplice guida su come le piccole e micro imprese possono avviare o rafforzare la loro due diligence, 2023 (Fairtrade International, B Lab) [\[EN\]](#)
- Meccanismi di rimedio e reclamo (Business for Human Rights) [\[EN\]](#)
- Principi guida delle Nazioni Unite su Imprese e Diritti umani [\[DE\]](#) [\[EN\]](#) [\[ES\]](#) [\[FR\]](#)[\[JP\]](#) [\[PL\]](#)
- Progetto di responsabilità e riparazione dell'OHCHR: Soddisfare i criteri di efficacia dell'UNGP, 2021 [\[EN\]](#)
- Lista di tutti i punti di controllo contenuti nelle "Linee guida per l'accessibilità ai contenuti del Web" (Progetto A11Y) [\[EN\]](#)
- Politica delle porte aperte sul posto di lavoro: La guida definitiva all'attuazione, 2024 (Shiftbase) [\[EN\]](#)

Interoperabilità:

Corrispondenza concettuale:

- DIRETTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO concernente la Direttiva UE sulla due diligence in materia di sostenibilità aziendale e che modifica la direttiva (UE) 2019/1937 (proposta) - Articolo 9
- GRI 2: Informazioni generali 2021 - 2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder (a) (iii)
- GRI 2: Informazioni generali 2021 - 2-25 Processi per rimediare agli impatti negativi (d) (e)

- GRI 2: Informazioni generali 2021 - 2-26 Meccanismi per richiedere consulenza ed effettuare segnalazioni (a) (ii)
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S1-3 - Processi per rimediare agli impatti negativi e canali rivolti ai propri dipendenti per effettuare segnalazioni 30, 32
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S1-4 - Azioni per la gestione degli impatti rilevanti sulla propria forza lavoro e approcci per la gestione dei rischi rilevanti e il perseguimento delle opportunità relative alla propria forza lavoro, nonché efficacia di tali azioni 35
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S2-3 - Processi per rimediare agli impatti negativi e canali rivolti ai lavoratori della catena del valore per effettuare segnalazioni 25, 27
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S2-4 - Azioni per la gestione degli impatti materiali sui lavoratori della catena del valore e approcci per la gestione dei rischi materiali e il perseguimento delle opportunità materiali relative ai lavoratori della catena del valore, nonché efficacia di tali azioni 30
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S3-3 - Processi per rimediare agli impatti negativi e canali rivolte alle comunità interessate per effettuare segnalazioni 25, 27
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S3-4 - Azioni per la gestione degli impatti materiali sulle comunità interessate, approcci per la gestione dei rischi materiali e per il perseguimento delle opportunità materiali relative alle comunità interessate ed efficacia di tali azioni 30
- Fairtrade Trader Standard v2.2, 2024 (Fairtrade International) 3.2.2, 3.2.3

PSG3.4 L'azienda tiene traccia dei reclami, assegna la responsabilità della loro risoluzione e riferisce internamente al più alto organo direttivo e pubblicamente agli stakeholder.

Fattori di traccia*:

Dimensione	Settore	Industria
XX Grande	All	All
X Grande	All	All
Grande	All	All
Medio	None	None
Piccolo	None	None
Micro	None	None
Azienda senza lavoratori	None	None

ID*:	Anno*	Sono ammissibili ai meccanismi di equità?	Testo del sottorequisito*:
PSG3.4	Anno 0 / Anno 3 / Anno 5	Nessuno	L'azienda tiene traccia dei reclami, assegna la responsabilità della loro risoluzione e riferisce internamente al più alto organo direttivo e pubblicamente agli stakeholder.

Criteria di conformità:

3.4.1 L'azienda effettua un'analisi annuale dei reclami e crea un report interno, il quale:

- a) ha informazioni dettagliate sui reclami presentati e accettati
- b) valuta l'efficacia delle procedure aziendali
- c) identifica le tendenze e i punti critici
- d) raccomanda miglioramenti per affrontare queste aree.

3.4.2 L'azienda ha un ruolo dirigenziale o esecutivo responsabile della supervisione della procedura di reclamo. Il responsabile presenta il report interno annuale sulla procedura di reclamo al più alto organo direttivo.

3.4.3 L'azienda dimostra l'efficacia della procedura di reclamo attraverso:

- a) registrare la prova che un reclamo è stato risolto e chiuso
- b) dimostrare di aver messo in atto l'appropriata procedura di reclamo (compresa la tracciabilità), nel caso in cui l'azienda non abbia ricevuto reclami.

3.4.4. L'azienda riporta pubblicamente gli esiti delle decisioni sui reclami in conformità dei seguenti dati dei criteri di efficacia dell'UNGP:

- a) il numero, il tipo e la natura dei reclami ricevuti
- b) il numero di richieste respinte e per quali motivi
- c) Il numero di casi conclusi, gli esiti, le eventuali attività di controllo e la durata media del processo
- d) Livelli di soddisfazione degli stakeholder
- e) Qualsiasi altro dato che aiuti il pubblico a comprendere le prestazioni della procedura

Intento:

- Garantire che l'azienda sia responsabile delle segnalazioni effettuate dagli stakeholder in merito alle questioni sociali, ambientali o di governance dell'azienda. In questo modo, l'azienda mette in pratica il requisito legale B Corp per la stakeholder governance.
- Assicurare che l'azienda disponga di un processo solido e trasparente per la gestione dei reclami.



- Garantire che l'azienda affronti le segnalazioni degli stakeholder, laddove giustificate, e condivida le proprie risposte con gli stakeholder in modo trasparente.

Chiarire i criteri di conformità:

[3.4.1.a] Il report interno dell'azienda contenente i reclami include i seguenti dettagli per ogni reclamo presentato e accettato:

- stato (in corso di revisione, attivo o chiuso)
- riferimento al caso di reclamo
- data di presentazione del reclamo
- persona che ha presentato il reclamo (a meno che non abbia richiesto la riservatezza)
- convenuto
- ubicazione del reclamo (se non è sensibile)
- natura del reclamo.

[3.4.1.d] L'azienda mostra come sta affrontando le problematiche degli stakeholder con raccomandazioni per migliorare le procedure di reclamo e trattare i punti critici.

[3.4.2] Il ruolo di gestione può essere parte di un ruolo più ampio, purché il dipendente sia responsabile di:

- supervisionare la procedura di reclamo
- riferire al massimo organo direttivo.

[3.4.2] Gli aggiornamenti del responsabile al più alto organo direttivo riguardano:

- la comunicazione pubblica degli esiti dei reclami
- qualsiasi argomento di reclamo emergente o in corso, in cui i reclami si verificano nella stessa area tematica/dipartimento/località geografica con una frequenza elevata
- le raccomandazioni per migliorare le procedure di reclamo e affrontare i punti critici.

[3.4.4] Il report pubblico è accessibile a tutti gli stakeholder (ad esempio, sulla pagina web dell'azienda, nel report annuale o nel report di impatto).

Nessuno

Applicazione dei criteri alle società controllate con certificazione indipendente:

- I riferimenti a ruoli e responsabilità alludono a quelli che rientrano nello scopo di certificazione dell'azienda. Ciò significa che i ruoli e le responsabilità di una società madre esterna all'ambito non soddisfano il sottorequisito, a meno che l'azienda non abbia ruoli e responsabilità aggiuntivi all'interno del proprio campo di applicazione della certificazione.
- I riferimenti al più alto organo direttivo alludono a quelli che rientrano nell'ambito di certificazione dell'azienda. Ciò significa che la supervisione da parte di una società madre esterna all'ambito non soddisfa il sottorequisito, a meno che l'azienda non disponga di una supervisione aggiuntiva da parte del più alto organo direttivo o del team esecutivo all'interno del proprio ambito di certificazione.
- L'ambito di rendicontazione riguarda l'azienda. Se l'azienda fa riferimento a un report di un gruppo aziendale che include entità fuori ambito, è necessario che:
 - la performance dell'azienda sia chiaramente identificabile all'interno del report di gruppo
 - l'azienda condivida pubblicamente il proprio report sulla pagina web.

Ulteriori indicazioni:

- I reclami "hotspot" si verificano quando più persone (ad esempio tre o più) hanno reclami riguardo argomenti, dipartimenti o località geografiche simili.
- Le azioni per ridurre il rischio di reclami di tendenza o hotspot possono includere:
 - perfezionare le politiche e le pratiche
 - investire nella formazione
 - promuovere una cultura della responsabilità
 - attuare misure preventive
 - migliorare la comunicazione
 - costruire la fiducia.
- I dati contenuti nel report pubblico possono essere aggregati e non devono riportare informazioni personali senza il relativo consenso.

Raccomandazioni:

- Utilizzare i criteri di efficacia dei Principi guida delle Nazioni Unite su Imprese e Diritti umani per sviluppare e gestire la procedura di reclamo dell'azienda (vedi risorse di attuazione).
- Stabilire un dialogo costante con gli stakeholder per prevenire l'insorgere di reclami, attuando, ad esempio, una politica della porta aperta.
- Tenere presente che il fatto di non ricevere reclami non significa necessariamente che non ne esistano: potrebbe essere un segno che la procedura di reclamo è difficile da utilizzare o che gli stakeholder interessati non confidano nel processo di reclamo.
- Identificare i reclami in corso o emergenti al fine di:
 - considerare e affrontare meglio le preoccupazioni degli stakeholder
 - identificare modelli e problemi
 - migliorare le politiche e le pratiche
 - migliorare la comunicazione

- creare fiducia e responsabilità.
- Avvalersi delle indagini sugli stakeholder per valutare la fiducia e l'efficacia delle procedure di reclamo dell'azienda e utilizzare i risultati per migliorare il processo.
- Incorporare la stakeholder governance assicurandosi che il più alto organo direttivo sia a conoscenza delle questioni di reclamo in corso. Incorporare le questioni relative ai reclami in corso come argomento rilevante nella valutazione della materialità dell'azienda [Link a PSG2.3].
- Andare oltre la segnalazione aggregata per condividere pubblicamente casi specifici di reclamo, risoluzioni e insegnamenti (nel rispetto della riservatezza e del consenso).

Risorse per l'implementazione:

Esempi di risorse sulla procedura di reclamo e sui diritti umani

- Principi guida delle Nazioni Unite su Imprese e Diritti umani [\[DE\]](#) [\[EN\]](#) [\[ES\]](#) [\[FR\]](#) [\[JP\]](#) [\[PL\]](#)
- Progetto di responsabilità e riparazione dell'OHCHR: Soddisfare i criteri di efficacia dell'UNGP [\[EN\]](#)
- Fare affari nel rispetto dei diritti umani: strumento di guida per le aziende, 2016 (SHIFT, Oxfam, Global Compact Network Netherlands) [\[\]](#)
- Politica delle porte aperte sul posto di lavoro: Guida definitiva all'attuazione (Shiftbase) [\[EN\]](#)

Interoperabilità:

Allineamento Concettuale Punto Dati:

- DIRETTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO concernente la Direttiva UE sulla due diligence in materia di sostenibilità aziendale e che modifica la direttiva (UE) 2019/1937 (proposta) - Articolo 9
- GRI 2: Informazioni generali 2021 - 2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder (a) (iii)
- GRI 2: Informazioni generali 2021 - 2-25 Processi per rimediare agli impatti negativi (d) (e)
- GRI 2: Informazioni generali 2021 - 2-26 Meccanismi per richiedere consulenza ed effettuare segnalazioni (a) (ii)
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S1-3 - Processi per rimediare agli impatti negativi e canali rivolti ai propri dipendenti per effettuare segnalazioni 30, 32

-
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S1-4 - Azioni per la gestione degli impatti rilevanti sulla propria forza lavoro e approcci per la gestione dei rischi rilevanti e il perseguimento delle opportunità relative alla propria forza lavoro, nonché efficacia di tali azioni 35
 - Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S2-3 - Processi per rimediare agli impatti negativi e canali rivolti ai lavoratori della catena del valore per effettuare segnalazioni 25, 27
 - Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S2-4 - Azioni per la gestione degli impatti materiali sui lavoratori della catena del valore e approcci per la gestione dei rischi materiali e il perseguimento delle opportunità materiali relative ai lavoratori della catena del valore, nonché efficacia di tali azioni 30
 - Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S3-3 - Processi per rimediare agli impatti negativi e canali rivolte alle comunità interessate per effettuare segnalazioni 25, 27
 - Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S3-4 - Azioni per la gestione degli impatti materiali sulle comunità interessate, approcci per la gestione dei rischi materiali e per il perseguimento delle opportunità materiali relative alle comunità interessate ed efficacia di tali azioni 30

PSG4 L'azienda si impegna in attività di marketing e relazioni pubbliche responsabili.

PSG4.1 L'azienda si basa su principi di marketing e di pubbliche relazioni responsabili.

Fattori di traccia*:

Dimensione	Settore	Industria
XX Grande	None	None
X Grande	None	None
Grande	None	None
Medio	None	None
Piccolo	All	All
Micro	All	All
Azienda senza lavoratori	None	None

ID*:	Anno*	Sono ammissibili ai meccanismi di equità?	Testo del sottorequisito*:
PSG4.1	Anno 0 / Anno 3 / Anno 5	Micro / Small	L'azienda si basa su principi di marketing e di pubbliche relazioni responsabili.

Criteria di conformità:

4.1.1 I principi includono i seguenti riferimenti specifici alle pratiche di marketing e di pubbliche relazioni dell'azienda per le dichiarazioni ambientali e sociali.

- a) Fa affermazioni precise, verificabili e fondate su dati esatti o scientifici.
- b) È sincera, trasparente e responsabile per quanto riguarda gli impatti sociali e ambientali delle operazioni dell'azienda, sia positivi che negativi.
- c) Segue linee guida etiche quando utilizza canali e pratiche sensibili di marketing e pubbliche relazioni.

4.1.2 I principi sono comunicati ai lavoratori dell'azienda e sono a loro disposizione.

Intento:

Garantire che l'azienda:

- conduca le proprie pratiche di marketing e relazioni pubbliche in modo responsabile
- consideri l'impatto delle sue pratiche di marketing e relazioni pubbliche sulla società e sull'ambiente.

Chiarire i criteri di conformità:

[4.1.1.a] Per "dati esatti" si intendono i dati basati su prove e replicabili, che comprendono le informazioni provenienti da ricerche di mercato indipendenti.

[4.1.1.a] Per "dati scientifici" si intendono i dati basati su ricerche di scienziati che sono state pubblicate in una rivista autorevole e sottoposta a peer-review.

[4.1.2] L'azienda spiega i processi utilizzati per comunicare la politica di marketing e relazioni pubbliche responsabili (ad esempio, attraverso l'inserimento, la formazione, la guida interna e i controlli di conformità).

Applicazione dei criteri alle società controllate con certificazione indipendente:

L'impegno è incorporato, come minimo, al livello più alto dell'azienda. Se l'azienda fa riferimento a un impegno appartenente a una controllante fuori dal perimetro di applicazione, è tenuta a documentare le informazioni riguardo l'attuazione, l'applicazione e i meccanismi di responsabilità a sostegno dell'impegno.

Ulteriori indicazioni:

- I principi possono essere inclusi come parte di un altro documento (non è necessario che esistano come testo a sé stante). Ad esempio, possono essere aggiunti a un Codice di condotta, purché l'impegno sia conforme ai criteri di conformità.
- L'ambito di applicazione dei principi può comprendere, tra le altre attività:
 - claim sulla performance sociale e ambientale dell'azienda.
 - claim pubblicitari e di pubbliche relazioni sui prodotti e i servizi dell'azienda
 - branding e tagline
 - dichiarazioni sullo scopo dell'azienda.
- Le affermazioni dell'azienda sono precise, verificabili e comprovate da dati precisi o scientifici. Per soddisfare questo criterio è necessario, ad esempio:
 - fornire fonti di dati insieme ai claim
 - evitare di presentare claim eccessive su una tecnologia non provata

- utilizzare metodi di calcolo e fonti di dati coerenti quando si confrontano due o più prodotti o servizi
- essere realistici per quanto riguarda le affermazioni che dipendono da condizioni specifiche: in altre parole, l'azienda valuta la probabilità che si verifichino determinate condizioni e presenta un claim solo se le condizioni sono ampiamente soddisfatte.
- L'azienda è sincera, trasparente e responsabile degli impatti sociali e ambientali delle sue attività, sia positivi che negativi. L'adempimento di questo sottorequisito può comportare, ad esempio, quanto segue:
 - garantire che le affermazioni sugli impatti sociali e ambientali dell'azienda siano pertinenti
 - essere sinceri e trasparenti sui progressi compiuti dall'azienda nell'ambito delle sue strategie sociali e ambientali
 - comunicare chiaramente gli impatti sociali e ambientali dei prodotti e dei servizi dell'azienda (ad esempio, i settori ad alta emissione di carbonio riconoscono gli aspetti meno positivi delle loro attività nelle pubblicità).
- L'azienda si è dotata di linee guida etiche che regolano l'uso di canali e pratiche sensibili di marketing e pubbliche relazioni. I canali di marketing sensibili sono quelli che richiedono un'attenta considerazione a causa del potenziale impatto su un pubblico vulnerabile o del rischio di dilemmi etici. L'adempimento di questo sottorequisito può comportare, ad esempio, quanto segue:
 - affrontare i rischi e gli impatti associati al consumo eccessivo di prodotti o servizi dell'azienda e promuovere un impegno sostenibile dei consumatori nei confronti di tali prodotti o servizi
 - identificare e ridurre i rischi che le pratiche di marketing e di pubbliche relazioni possono comportare per i soggetti vulnerabili (ad esempio, bambini o adolescenti)
 - incorporare caratteristiche di accessibilità (ad esempio, rendere accessibile la pagina web dell'azienda)
 - sviluppare e attuare una guida per creare claim inclusivi e contenuti etici nelle comunicazioni interne o esterne
 - valutare i potenziali impatti sociali e ambientali negativi della collaborazione con potenziali clienti o progetti
 - salvaguardare i dati dei consumatori (ad esempio, rispettando il consenso dei consumatori e praticando una raccolta sicura dei dati, il trattamento da parte di terzi e la conservazione dei dati)
 - stabilire un elenco di comportamenti manipolativi di marketing e pubbliche relazioni che siano ingannevoli o fuorvianti (ad esempio, messaggi a pagamento non dichiarati o promozione da parte di influencer, uso di account falsi o amplificazione guidata da bot)
 - stabilire un codice di condotta per gli inserzionisti terzi.

- L'azienda può soddisfare questo sottorequisito qualora segua un codice di marketing e pubbliche relazioni del settore che soddisfi i criteri di conformità, a condizione che possa dimostrare l'effettiva attuazione e diffusione.
- In caso di violazione dei suoi principi, l'azienda può intervenire attraverso la procedura di reclamo. Ciò può includere l'attuazione di quanto appreso o l'adozione di azioni richieste da enti terzi per garantire la conformità delle pratiche di marketing e relazioni pubbliche dell'azienda.

Raccomandazioni:

- Rendere pubblici i principi di marketing e relazioni pubbliche responsabili.
- L'azienda può utilizzare il processo di coinvolgimento degli stakeholder di cui al PSG2.1 per raccogliere input o feedback quando rende pubblici i suoi principi di marketing e relazioni pubbliche responsabili.

Risorse per l'implementazione:

Esempi di risorse per il marketing e la comunicazione responsabili

- Direttiva Green Claim, 2023 (Commissione europea) [\[EN\]](#)
- 2022 Codice rafforzato di buone pratiche sulla disinformazione (Commissione europea) [\[EN\]](#)
- L'ambiente: affermazioni ingannevoli e responsabilità sociale nella pubblicità: Guida alla comunicazione (non-broadcast and broadcast), 2023 (Commitato per la pubblicità) [\[EN\]](#)
- Controllo della temperatura delle emissioni pubblicizzate 2022 (Purpose Disruptors) [\[EN\]](#)
- Standard pubblicitari (Pubblicità responsabile e bambini) [\[EN\]](#)
- Indagine sulla pubblicità responsabile (Responsible 100) [\[EN\]](#)
- I 7 manifesti CAN (Conscious Advertising Network) [\[EN\]](#)
- Report Good Life 2030 (Good Life 2030) [\[EN\]](#)
- Quadro ICC per la comunicazione di marketing responsabile di alimenti e bevande, 2019 (Camera di Commercio Internazionale) [\[EN\]](#)

Esempi di risorse per la comunicazione allineata agli obiettivi

- Comunicazione esterna a scopo sociale, 2023 (United Way BC Social Purpose Institute) [\[EN\]](#)

- Ciclo di vita del cliente con finalità sociali, 2023 (United Way BC Social Purpose Institute) [\[EN\]](#)

Interoperabilità:

Allineamento Concettuale Punto Dati:

- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S4 - Consumatori e utenti finali 9, 30, 32.
- Quadro ICC per la comunicazione di marketing responsabile di alimenti e bevande (Camera di Commercio Internazionale) [\[EN\]](#)
- Codice britannico della pubblicità radiotelevisiva (Codice BCAP) (ASA) 03, 05, 06, 09. [\[EN\]](#)
- Linee guida di autoregolamentazione per la pubblicità per bambini (Better Business Bureau) 4a, 4b, 4c, 4j [\[EN\]](#)

PSG4.2 L'azienda ha una politica di marketing e relazioni pubbliche responsabile, supervisionata dall'executive team o dal massimo organo decisionale.

Fattori di traccia*:

Dimensione	Settore	Industria
XX Grande	All	All
X Grande	All	All
Grande	All	All
Medio	All	All
Piccolo	None	None
Micro	None	None
Azienda senza lavoratori	None	None

ID*:	Anno*	Sono ammissibili ai meccanismi di equità?	Testo del sottorequisito*:
PSG4.2	Anno 0 / Anno 3 / Anno 5	Medium / Large / X Large / XX Large	L'azienda ha una politica di marketing e relazioni pubbliche responsabile, supervisionata dall'executive team o dal massimo organo decisionale.

Criteria di conformità:

4.2.1 L'azienda sviluppa una politica di marketing e relazioni pubbliche responsabile. La politica:

- a) descrive il suo ambito di applicazione
- b) si applica a tutti i tipi di pubblico
- c) delinea i requisiti per chiunque prepari attività di marketing e di pubbliche relazioni per l'azienda
- d) è approvato dal comitato di direzione o dal più alto organo direttivo.

4.2.2 I requisiti della politica includono almeno i seguenti criteri per le dichiarazioni sociali e ambientali dell'azienda.

- a) Le affermazioni sono precise, verificabili e comprovate da dati esatti o scientifici.
- b) Le richieste sono proporzionali alle azioni dell'azienda.
- c) Le richieste riflettono accuratamente il loro ambito di applicazione e sono pertinenti all'impatto dell'azienda.
- d) Le comunicazioni sono veritiere, trasparenti e responsabili degli impatti sociali e ambientali delle attività dell'azienda, sia positivi che negativi.
- e) Le linee guida etiche regolano l'uso da parte dell'azienda di canali e pratiche sensibili di marketing e pubbliche relazioni.
- f) Il linguaggio è comprensibile e chiaro, corrisponde al livello di conoscenza generale dei consumatori ed è disponibile nelle lingue o forme prevalenti per gli stakeholder in cui l'azienda opera.

4.2.3. L'azienda assegna al comitato di direzione o al più alto organo direttivo la responsabilità di garantire che tutte le pratiche di marketing e relazioni pubbliche siano conformi alla politica di marketing e relazioni pubbliche responsabile.

4.2.4 La politica è comunicata ai lavoratori dell'azienda e disponibile per la consultazione.

Intento:

Garantire che l'azienda:

- conduca le sue pratiche di marketing e di pubbliche relazioni in modo responsabile
- rifletta accuratamente sul proprio impatto sociale e ambientale complessivo



- consideri gli effetti più ampi delle sue pratiche di marketing e relazioni pubbliche sulla società e sull'ambiente.

Chiarire i criteri di conformità:

[4.2.1.b] La politica si applica a qualsiasi pubblico. Per "pubblico" dell'azienda si intende il gruppo specifico di persone che intende raggiungere con i suoi prodotti o servizi di messaggistica.

[4.2.2.a] Per "dati esatti" si intendono i dati basati su prove e replicabili, che comprendono anche le informazioni provenienti da ricerche di mercato indipendenti.

[4.2.2.a] Per "dati scientifici" si intendono i dati basati su ricerche di scienziati che sono state pubblicate in una rivista autorevole e sottoposta a peer-review.

[4.2.3] Responsabilità significa che una persona del comitato di direzione o del più alto organo direttivo supervisiona le operazioni di marketing e le relazioni pubbliche responsabili all'interno dell'azienda. Questo ruolo non è necessariamente ricoperto da chi svolge quotidianamente attività di marketing e pubbliche relazioni. L'azienda può assegnare questa responsabilità a una persona che non fa parte del massimo organo direttivo, se ha un ruolo pertinente.

[4.2.4] L'azienda spiega i processi utilizzati per comunicare la politica di marketing e relazioni pubbliche responsabili (ad esempio, attraverso l'inserimento, la formazione, la guida interna e i controlli di conformità).

Applicazione dei criteri alle società controllate con certificazione indipendente:

- La politica è incorporata, come minimo, al più alto livello di governance all'interno dell'azienda. Se l'azienda fa riferimento a una politica appartenente a una controllante fuori dal perimetro di applicazione, è tenuta a documentare le informazioni riguardo l'introduzione, l'applicazione e i meccanismi di responsabilità a sostegno della politica.
- I riferimenti al massimo organo decisionale o all'executive team alludono a quelli che rientrano nell'ambito di certificazione dell'azienda. Ciò significa che l'approvazione da parte di un gruppo controllante fuori dal perimetro di applicazione non soddisfa il sottorequisito, a meno che l'azienda non disponga di un'ulteriore approvazione da parte del massimo organo decisionale o dell'executive team nel proprio ambito di certificazione.

Ulteriori indicazioni:

- L'ambito di applicazione della politica comprende le seguenti attività, attraverso vari tipi di media:
 - Claim sulle comunicazioni pubbliche relative all'azienda e ai suoi prodotti e servizi

- Branding e tagline
- Claim sullo scopo dell'azienda
- La politica può essere inclusa come parte di un altro documento o politica aziendale, non deve necessariamente esistere come testo a sé stante. Ad esempio, può essere aggiunta a un Codice di condotta aziendale responsabile o a un Codice etico.
- La politica include almeno i seguenti criteri:
 - Le dichiarazioni sono precise, verificabili e comprovate da dati esatti o scientifici. Il soddisfacimento di questo sottorequisito può comportare, a titolo esemplificativo, i seguenti aspetti:
 - fornire fonti di dati insieme ai claim
 - evitare di presentare claim eccessivi su una tecnologia non provata
 - utilizzare metodi di calcolo e fonti di dati coerenti quando si confrontano due o più prodotti o servizi
 - essere realistici per quanto riguarda le affermazioni che dipendono da condizioni specifiche: in altre parole, l'azienda valuta la probabilità che si verifichino determinate condizioni e presenta un claim solo se le condizioni sono ampiamente soddisfatte.
 - I claim sono proporzionali alle azioni dell'azienda. Il soddisfacimento di questo sottorequisito può comportare, a titolo esemplificativo:
 - presentare claim proporzionali alla spesa totale dell'azienda (ad esempio, la percentuale di pubblicità dell'azienda contenente green claim riflette la percentuale di investimenti in progetti green).
 - I claim riflettono accuratamente il loro ambito di applicazione e sono pertinenti all'impatto dell'azienda. L'adempimento di questo sottorequisito può comportare, a titolo esemplificativo:
 - riconoscere se un claim si applica a prodotti specifici, a determinati componenti, a un intero portafoglio, ecc.
 - adottare un approccio al ciclo di vita per i claim sull'ambiente, prendendo in considerazione l'intero ciclo di vita del prodotto pubblicizzato e illustrando chiaramente gli eventuali limiti della valutazione del ciclo di vita (vedere Risorse per l'attuazione).
 - Le comunicazioni sono veritiere, trasparenti e responsabili sugli impatti sociali e ambientali delle attività dell'azienda, sia positivi che negativi. L'adempimento di questo sottorequisito può comportare, a titolo esemplificativo:
 - garantire che i claim sull'impatto sociale e ambientale dell'azienda siano pertinenti e radicati nella valutazione della materialità [Link a PSG2.3, ESC1.7, HR2.1].

- essere sinceri e trasparenti sui progressi dell'azienda in merito alle sue strategie sociali e ambientali [Link a HR2.5, JEDI2, ESC4.7, CA2.1, CA2.3, CA3.3, CA3.4, PSG2.4, PSG6.1, PSG6.2].
- comunicare chiaramente gli impatti sociali e ambientali dei prodotti e dei servizi dell'azienda (ad esempio, i settori ad alta emissione di carbonio riconoscono gli aspetti meno positivi delle loro attività nelle pubblicità).
- L'azienda si è dotata di linee guida etiche che regolano l'uso di canali e pratiche sensibili di marketing e pubbliche relazioni. I canali di marketing sensibili sono quelli che richiedono un'attenta considerazione a causa del potenziale impatto su un pubblico vulnerabile o del rischio di dilemmi etici. L'adempimento di questo sottorequisito può comportare, a titolo esemplificativo:
 - affrontare i rischi e gli impatti associati al consumo eccessivo di prodotti o servizi dell'azienda e promuovere comportamenti di consumo sostenibili
 - identificare e mitigare i rischi per le parti interessate vulnerabili (ad esempio, bambini o adolescenti)
 - incorporare caratteristiche di accessibilità (ad esempio, rendere accessibile il sito web dell'azienda [Link a JEDI2.m])
 - sviluppare e attuare una guida per la creazione di comunicazioni inclusive e di contenuti etici nelle comunicazioni interne o esterne [Link a JEDI2.i JEDI2.p].
 - valutare i potenziali impatti sociali e ambientali negativi della collaborazione con potenziali clienti o progetti [Link a HR3.4 e ESC2.6].
 - salvaguardare i dati dei consumatori (ad esempio, rispettando il consenso dei consumatori e praticando una raccolta dati sicura, il trattamento da parte di terzi e la conservazione dei dati)
 - definire un elenco di comportamenti di marketing manipolativo che siano ingannevoli o fuorvianti (ad esempio, messaggi a pagamento non dichiarati o promozione da parte di influencer, uso di account falsi e amplificazione guidata da bot)
 - stabilire un codice di condotta per gli inserzionisti terzi.
- L'azienda può soddisfare questo sottorequisito qualora segua un codice di marketing e pubbliche relazioni del settore che soddisfi i criteri di conformità, a condizione che possa dimostrare l'effettiva attuazione e diffusione.
- In caso di violazione dei suoi principi, l'azienda può intervenire attraverso la procedura di reclamo. Ciò può includere l'attuazione di quanto appreso o l'adozione di azioni richieste da enti terzi per garantire la conformità delle pratiche di marketing e relazioni pubbliche dell'azienda [Link a PSG3.1].

Raccomandazioni:

- Rendere pubblica la politica di marketing e di relazioni pubbliche responsabili.
- Impegnarsi ad aggiornare continuamente le pratiche in base all'evoluzione dell'azienda e del settore.
- Coinvolgere e collaborare con gli stakeholder per creare e aggiornare la politica [Link a PSG2.2].
- Collegare lo scopo dell'azienda alla politica, assicurandosi che le pratiche di marketing e relazioni pubbliche dell'azienda incarnino il suo intento pubblico [Link a PSG1.1].
- Condurre regolari audit interni per garantire il rispetto dei processi e delle politiche stabilite.
- Accogliere gli audit esterni da parte di terzi indipendenti (ad esempio, enti pubblicitari dei consumatori o revisori esterni) come un utile strumento di apprendimento e condividere i risultati internamente con il massimo organo decisionale.

Risorse per l'implementazione:

Esempi di risorse per il marketing e la comunicazione responsabili

- Direttiva Green Claim, 2023 (Commissione europea) [\[EN\]](#)
- 2022 Codice rafforzato di buone pratiche sulla disinformazione (Commissione europea) [\[EN\]](#)
- L'ambiente: affermazioni ingannevoli e responsabilità sociale nella pubblicità: Guida alla comunicazione (non-broadcast and broadcast), 2023 (Commitato per la pubblicità) [\[EN\]](#)
- Controllo della temperatura delle emissioni pubblicizzate 2022 (Purpose Disruptors) [\[EN\]](#)
- Standard pubblicitari (Pubblicità responsabile e bambini) [\[EN\]](#)
- Indagine sulla pubblicità responsabile (Responsible 100) [\[EN\]](#)
- I 7 manifesti CAN (Conscious Advertising Network) [\[EN\]](#)
- Report Good Life 2030 (Good Life 2030) [\[EN\]](#)
- Quadro ICC per la comunicazione di marketing responsabile di alimenti e bevande, 2019 (Camera di Commercio Internazionale) [\[EN\]](#)

Esempi di risorse per la comunicazione allineata agli obiettivi

- Comunicazione esterna a scopo sociale, 2023 (United Way BC Social Purpose Institute) [\[EN\]](#)

- Ciclo di vita del cliente con finalità sociali, 2023 (United Way BC Social Purpose Institute) [\[EN\]](#)

Interoperabilità:

Allineamento Concettuale Punto Dati:

- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S4 - Consumatori e utenti finali 9, 30, 32.
- Quadro ICC per la comunicazione di marketing responsabile di alimenti e bevande (Camera di Commercio Internazionale) [\[EN\]](#)
- Codice britannico della pubblicità radiotelevisiva (Codice BCAP) (ASA) 03, 05, 06, 09. [\[EN\]](#)
- Linee guida di autoregolamentazione per la pubblicità per bambini (Better Business Bureau) 4a, 4b, 4c, 4j [\[EN\]](#)

PSG5 L'impatto sociale e ambientale dell'azienda e le considerazioni degli stakeholder sono monitorati dal massimo organo decisionale e integrati in tutta l'azienda.

PSG5.1 Il più alto organo direttivo controlla lo scopo dell'azienda, l'impatto sociale e ambientale e le considerazioni degli stakeholder.

Fattori di traccia*:

Dimensione	Settore	Industria
XX Grande	All	All
X Grande	All	All
Grande	All	All
Medio	All	All
Piccolo	All	All
Micro	All	All
Azienda senza lavoratori	None	None

ID*:	Anno*	Sono ammissibili ai meccanismi di equità?	Testo del sottorequisito*:
PSG5.1	Anno 0 / Anno 3 / Anno 5	Nessuno	Il più alto organo direttivo controlla lo scopo dell'azienda, l'impatto sociale e ambientale e le considerazioni degli stakeholder.



Criteri di conformità:

5.1.1. Almeno una volta all'anno, il più alto organo direttivo esamina:

- a) i progressi compiuti nel perseguire il proprio scopo pubblico, come definito in PSG1.1
- b) prestazioni sociali e ambientali
- c) attuazione della stakeholder governance.

Intento:

Garantire che il più alto organo direttivo sia responsabile del perseguimento dello scopo dell'azienda, del miglioramento della sua performance sociale e ambientale e della supervisione dell'attuazione della stakeholder governance. Creando questa responsabilità, l'azienda mette in pratica il requisito legale B Corp stakeholder governance.

Chiarire i criteri di conformità:

[5.1.1] L'azienda può utilizzare gli interessi degli stakeholder o le sue valutazioni di materialità per identificare gli argomenti sociali e ambientali che richiedono la supervisione del più alto organo direttivo.

[5.1.1] I seguenti sottorequisiti dello Standard B Lab richiedono, come minimo, un aggiornamento o un monitoraggio annuale da parte del più alto organo direttivo.

- Rendicontazione pubblica dell'attività di lobbying
- Considerazione degli stakeholder
- Segnalazione della procedura di reclamo
- Obiettivo sociale o ambientale a lungo termine
- Rendicontazione dell'impatto

Applicazione dei criteri alle società controllate con certificazione indipendente:

- I riferimenti al massimo organo decisionale alludono a quelli che rientrano nell'ambito di certificazione dell'azienda. Ciò significa che la supervisione da parte di un gruppo controllante fuori dal perimetro di applicazione all'ambito non soddisfa il sottorequisito, a meno che l'azienda non disponga di una supervisione aggiuntiva da parte del massimo organo decisionale all'interno del suo ambito di certificazione.

Ulteriori indicazioni:

- A seconda della struttura dell'azienda, il più alto organo direttivo può avere una visione più ampia degli obiettivi generali e delle prestazioni, mentre il management si concentra su operazioni più dettagliate. In questo caso, il massimo organo direttivo si assicura di disporre di un meccanismo adeguato per il monitoraggio delle prestazioni.
- Il massimo organo direttivo può proporre riunioni di revisione periodiche o altri meccanismi per monitorare i progressi dell'azienda. Ogni anno riceve aggiornamenti almeno sulle seguenti aree:
 - la dichiarazione dello scopo dell'azienda rivolta al pubblico, che può riguardare:
 - il modo in cui lo scopo è stato integrato nella strategia aziendale

- quali obiettivi legati allo scopo sono stati raggiunti
- il modo in cui lo scopo è stato incorporato nella cultura aziendale
- il modo in cui gli stakeholder sono coinvolti nel perseguimento dello scopo dell'azienda.
- Prestazioni sociali e ambientali, che possono riguardare:
 - aggiornamenti su obiettivi, traguardi e strategie inclusi nelle altre parti dello Standard B Lab (vedere Sottorequisiti correlati)
 - relazioni annuali sull'impatto
 - politiche e piani d'azione pertinenti.
- Attuazione della stakeholder governance, che può riguardare:
 - aggiornamenti su come vengono considerati gli interessi degli stakeholder nel processo decisionale
 - il valore creato per gli stakeholder
 - i risultati delle collaborazioni sociali e ambientali con gli stakeholder
 - i contributi degli stakeholder su dividendi o riacquisti
 - i risultati delle procedure di reclamo.

Raccomandazioni:

- Formare i membri del più alto organo direttivo sulle principali questioni sociali e ambientali per garantire un processo decisionale informato e migliorare la loro supervisione generale delle prestazioni dell'azienda.
- Creare un sottocomitato dedicato alle questioni ESG (ambientali, sociali e di governance) o alla sostenibilità all'interno del massimo organo direttivo.
- Stabilire processi interni per garantire l'accuratezza delle informazioni riportate al massimo organo direttivo. Considerare la possibilità di coinvolgere esperti interni o esterni all'azienda e di utilizzare prove scientifiche a sostegno dell'accuratezza.
- Fornire al massimo organo direttivo un'interazione diretta con gli stakeholder e un'esperienza diretta delle questioni rilevanti. A tal fine, si può considerare di:

- coinvolgere esperti esterni per condurre workshop interattivi su questioni sociali e ambientali chiave
- organizzare riunioni dell'organo direttivo e visite in loco presso le sedi degli stakeholder, come ad esempio i siti dei fornitori chiave.

Risorse per l'implementazione:

Esempi di risorse per l'integrazione dello scopo nella governance

- PAS 808:2022: Imprese orientate allo scopo - Visione del mondo, principi e comportamenti per la sostenibilità - Guida (BSI) [\[EN\]](#)
- Linee guida sulla governance dello scopo per i consigli di amministrazione, 2024 (Canadian Purpose Economy Project) [\[EN\]](#)
- Strategia di scopo sociale: dare vita allo scopo aziendale, 2024 (Canadian Purpose Economy Project) [\[EN\]](#)
- Playbook sulla governance degli scopi e degli stakeholder: guida per migliorare la supervisione del consiglio di amministrazione su scopi e stakeholder, 2023 (Coro Strandberg) [\[EN\]](#)
- Strumento di valutazione dello scopo sociale, 2025 (United Way BC) [\[EN\]](#)

Esempi di risorse per guidare i consigli di amministrazione sulle questioni ambientali, sociali e di governance

- Gestire il rischio: come i consigli di amministrazione delle aziende possono supervisionare le questioni ambientali, sociali e di governance (ESG) (CERES) [\[EN\]](#)
- Guida del consiglio di amministrazione a ESG e incentivi: identificare efficacemente le principali priorità ESG (Semler Insight) [\[EN\]](#)
- Una guida pratica per i consigli di amministrazione e i team dirigenziali sulla sostenibilità, 2021 (ECODA) [\[EN\]](#)

Interoperabilità:

Allineamento Concettuale Punto Dati:

- IFRS S1 Requisiti generali per l'informativa finanziaria relativa alla sostenibilità 2023 - Governance 27 a iii., v.
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità 2 - 2023 - Requisito di informativa GOV-1 - Il ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo 20 b
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità 2 - 2023 - Requisito di informativa GOV-1 - Il ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo 22 a, c, d

- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità 2 - 2023 - Requisito di informativa GOV-2 - Informazioni fornite agli organi di amministrazione, direzione e controllo dell'impresa e questioni di sostenibilità affrontate 24, 26
- GRI 2: Informazioni generali 2021- 2-12 Ruolo del più alto organo direttivo nella supervisione della gestione degli impatti (b) (i)
- Metodologia Nature Benchmark 2024 (World Benchmarking Alliance) - A. Governance - A03 Responsabilità per le performance di sostenibilità - a
- Raccomandazioni della Task Force on Nature-related Financial Disclosures, 2023 - Governance - A. Descrivere i processi dell'organizzazione per gestire dipendenze, impatti, rischi e opportunità legate alla natura.
- Questionario CDP 2024 - 4.1.1

PSG5.2 I requisiti per il monitoraggio delle finalità dell'azienda, dell'impatto sociale e ambientale e delle considerazioni degli stakeholder sono contenuti nei termini di riferimento del massimo organo decisionale.

Fattori di traccia*:

Dimensione	Settore	Industria
XX Grande	All	All
X Grande	All	All
Grande	All	All
Medio	None	None
Piccolo	None	None
Micro	None	None
Azienda senza lavoratori	None	None

ID*:	Anno*	Sono ammissibili ai meccanismi di equità?	Testo del sottorequisito*:
PSG5.2	Anno 0 / Anno 3 / Anno 5	Large / X Large / XX Large	I requisiti per il monitoraggio delle finalità dell'azienda, dell'impatto sociale e ambientale e delle considerazioni degli stakeholder sono contenuti nei termini di riferimento del massimo organo decisionale.



Criteri di conformità:

5.2.1. I termini di riferimento scritti del massimo organo direttivo specificano esplicitamente che quest'ultimo è responsabile della supervisione:

- a) la finalità pubblica dell'azienda, come definita in PSG1.1
- b) l'impatto sociale e ambientale della società
- c) la considerazione dell'azienda dell'impatto sugli stakeholder.

Intento:

Garantire che il più alto organo direttivo sia responsabile della promozione dello scopo dell'azienda, del miglioramento della sua performance sociale e ambientale e della supervisione dell'attuazione della stakeholder governance. Consentendo la supervisione del massimo organo decisionale su queste aree, l'azienda mette in pratica i requisiti legali B Corp.

Chiarire i criteri di conformità:

[5.2.1] Per "Termini di riferimento" si intende un documento che stabilisce lo scopo di un organo o di un comitato direttivo supremo e che descrive in dettaglio i ruoli e l'autorità specifica dell'organo o del comitato direttivo supremo al fine di supervisionare un'area di responsabilità delegata (adattato dal Financial Reporting Council [\[EN\]](#))

Applicazione dei criteri alle società controllate con certificazione indipendente:

- I termini di riferimento sono incorporati, come minimo, al livello più alto all'interno dell'azienda. Ciò significa che l'azienda può fare riferimento a termini relativi a una controllante fuori dal perimetro di applicazione o creare i propri termini di riferimento, purché si applichino al massimo organo decisionale nell'ambito della certificazione.

Ulteriori indicazioni:

- I termini di riferimento possono includere la supervisione dello scopo dell'azienda, e descrivere, ad esempio, come il più alto organo direttivo:
 - si assume la responsabilità ultima di supervisionare e promuovere lo scopo dell'azienda
 - adotta una prospettiva a lungo termine sugli sforzi dell'azienda per raggiungere il suo scopo
 - approva la strategia aziendale che promuove il suo scopo
 - monitora la collaborazione dell'azienda con gli stakeholder in merito al suo scopo
 - definisce e promuove chiaramente una cultura e dei valori aziendali in linea con lo scopo aziendale.
- I termini di riferimento possono includere la supervisione dell'impatto sociale e ambientale dell'azienda, e descrivere, ad esempio, come il massimo organo decisionale:
 - approva e supervisiona le prestazioni sociali e ambientali dell'azienda su temi rilevanti, compresi i KPI (indicatori chiave di prestazione) e gli obiettivi a breve, medio e lungo termine
 - supervisiona il reporting sull'impatto dell'azienda
 - esamina la struttura di governance dell'azienda per la supervisione e la gestione delle prestazioni sociali e ambientali
 - esamina e approva la strategia di gestione dell'impatto o di sostenibilità dell'azienda

- valuta e approva tutti i sistemi di incentivazione legati alla performance sociale e ambientale
- supervisiona le pratiche fiscali e di lobbying dell'azienda.
- I termini di riferimento possono includere la supervisione dell'impatto dell'azienda sugli stakeholder, e descrivere, ad esempio, come il massimo organo decisionale:
 - supervisiona i risultati dei processi di coinvolgimento degli stakeholder, come la valutazione della materialità dell'azienda e gli aggiornamenti sui temi rilevanti
 - gestisce le relazioni con gli stakeholder, guida la creazione di valore e promuove la collaborazione tra gli stakeholder
 - esamina i potenziali punti critici relativi agli impatti sociali e ambientali negativi identificati nelle procedure di reclamo, nonché da fonti esterne come audit o valutazioni indipendenti.

Raccomandazioni:

Aggiungere le aree dell'Argomento di impatto dello Standard B Lab ai termini di riferimento del massimo organo decisionale.

Risorse per l'implementazione:

Esempi di risorse per l'integrazione dello scopo nella governance

- Linee guida sulla governance dello scopo per i consigli di amministrazione, 2024 (Canadian Purpose Economy Project) [\[EN\]](#)
- Informativa sulle finalità: guida per i redattori e gli utilizzatori dell'informativa sulle finalità, 2024 (Canadian Purpose Economy Project) [\[EN\]](#)
- Playbook sulla governance degli scopi e degli stakeholder: guida per migliorare la supervisione del consiglio di amministrazione su scopi e stakeholder, 2023 (Coro Strandberg) [\[EN\]](#)
- Una guida pratica per i consigli di amministrazione e i team dirigenziali sulla sostenibilità, 2021 (ECODA) [\[EN\]](#)

Interoperabilità:

Allineamento Concettuale Punto Dati:

- IFRS S1 Requisiti generali per l'informativa finanziaria relativa alla sostenibilità 2023 - Governance 27 a i.



- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità 2 - 2023 - Requisito di informativa GOV-1 – Il ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo 22 b
- GRI 2: Informazioni generali 2021- 2-12 Ruolo del più alto organo direttivo nella supervisione della gestione degli impatti (b)

PSG5.3 Tutti i membri dell'executive team hanno almeno un obiettivo annuale legato alla performance sociale o ambientale dell'azienda.

Fattori di traccia*:

Dimensione	Settore	Industria
XX Grande	All	All
X Grande	All	All
Grande	All	All
Medio	None	None
Piccolo	None	None
Micro	None	None
Azienda senza lavoratori	None	None

ID*:	Anno*	Sono ammissibili ai meccanismi di equità?	Testo del sottorequisito*:
PSG5.3	Anno 3 / Anno 5	Nessuno	Tutti i membri dell'executive team hanno almeno un obiettivo annuale legato alla performance sociale o ambientale dell'azienda.



Criteri di conformità:

5.3.1 Tutti i membri del comitato di direzione dell'azienda hanno almeno un obiettivo annuale legato alla performance sociale o ambientale dell'azienda.

5.3.2 Gli obiettivi sono SMART (specifici, misurabili, raggiungibili, pertinenti e limitati nel tempo).

Intento:

Stabilire la responsabilità della leadership aziendale per migliorare le prestazioni sociali e ambientali dell'azienda al fine di mettere in pratica i requisiti legali B Corp.

Chiarire i criteri di conformità:

[5.3.1] In alcune aziende, il comitato di direzione è il più alto organo direttivo; in altre, attua la strategia stabilita dal più alto organo direttivo. I due gruppi possono o meno sovrapporsi. Questo sottorequisito si applica al comitato di direzione, se l'azienda non ha un organo direttivo superiore separato.

[5.3.2] Gli obiettivi sono SMART per garantire che possano essere verificati. Sono collegati alla strategia e agli argomenti materiali dell'azienda, sulla base della valutazione della materialità o dello standard B Corp, o di entrambi. L'azienda rivede gli obiettivi in base alle necessità per garantire che rimangano pertinenti ed efficaci.

Applicazione dei criteri alle società controllate con certificazione indipendente:

- I riferimenti all'executive team rientrano nell'ambito della certificazione dell'azienda. Ciò significa che l'azienda può fare riferimento agli obiettivi dell'executive team di una controllante fuori dal perimetro di applicazione o crearne di propri, purché si applichi anche all'executive team all'interno dell'ambito di applicazione della certificazione.

Ulteriori indicazioni:

- I membri dell'executive team possono avere obiettivi diversi, a seconda della loro area di responsabilità. Ad esempio, una persona potrebbe avere un obiettivo legato alla performance sociale dell'azienda (ad esempio, i diritti umani), mentre un'altra potrebbe avere un obiettivo legato alla performance ambientale (ad esempio, l'azione per il clima).
- Se l'azienda non ha una struttura gerarchica standard, il sottorequisito si applica al massimo organo decisionale o a un altro organo direttivo responsabile delle prestazioni sociali e ambientali dell'azienda. In questi casi, l'azienda deve fornire una spiegazione qualificata della sua struttura organizzativa per giustificare questa eccezione.

Raccomandazioni:

- Includere la promozione dello scopo dell'azienda negli obiettivi annuali del comitato di direzione, allineandoli alla strategia e agli obiettivi generali dell'azienda.
- Integrare gli obiettivi a tutti i livelli dell'azienda per attuarli nelle operazioni quotidiane e creare responsabilità a tutti i livelli per le prestazioni sociali e ambientali.
- Ottenere il consenso del management convalidando e comunicando gli obiettivi sociali e ambientali prima della loro attuazione.



- Nello sviluppo degli obiettivi, chiedere consiglio ai comitati direttivi coinvolti nella strategia aziendale, che possono consigliare come misurare e rendicontare le prestazioni sociali e ambientali.
- Tenere conto degli interessi degli stakeholder fissando obiettivi annuali che possano avere il massimo impatto.

Risorse per l'implementazione:

Esempi di risorse per gli obiettivi e target di sostenibilità

- Obiettivi Future Fit [\[EN\]](#)
- Future Fit: Scopo positivo [\[EN\]](#)
- World Benchmarking Alliance - Diversi benchmark [\[EN\]](#)
- SDG AM [\[EN\]](#) [\[ES\]](#) [\[FR\]](#) [\[IT\]](#) [\[PT\]](#)
- Patto Globale delle Nazioni Unite SDG Ambition Accelerator [\[Varie lingue\]](#) tra cui AR, EN, ES FR, IT, PT, RU, ZH]

Esempi di risorse per l'integrazione dello scopo nella governance

- PAS 808:2022: Imprese orientate allo scopo - Visione del mondo, principi e comportamenti per la sostenibilità - Guida (BSI) [\[EN\]](#)
- Linee guida sulla governance dello scopo per i consigli di amministrazione, 2024 (Canadian Purpose Economy Project) [\[EN\]](#)
- Strategia di scopo sociale: dare vita allo scopo aziendale, 2024 (Canadian Purpose Economy Project) [\[EN\]](#)
- Playbook sulla governance degli scopi e degli stakeholder: guida per migliorare la supervisione del consiglio di amministrazione su scopi e stakeholder, 2023 (Coro Strandberg) [\[EN\]](#)
- Strumento di valutazione dello scopo sociale, 2025 (United Way BC) [\[EN\]](#)

Esempi di risorse per guidare i consigli di amministrazione sulle questioni ambientali, sociali e di governance

- Gestire il rischio: come i consigli di amministrazione delle aziende possono supervisionare le questioni ambientali, sociali e di governance (ESG) (CERES) [\[EN\]](#)
- Guida del consiglio di amministrazione a ESG e incentivi: identificare efficacemente le principali priorità ESG (Semler Insight) [\[EN\]](#)

Una guida pratica per i consigli di amministrazione e i team dirigenziali sulla sostenibilità, 2021 (ECODA) [\[EN\]](#)

Interoperabilità:

Allineamento Concettuale Punto Dati:



- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità 2 - 2023 - Requisito di informativa GOV-1 - Il ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo 20 b
- Questionario CDP 2024 - 4.5

PSG5.4 Se l'azienda dispone di un sistema retributivo incentivante per l'executive team, questo integra obiettivi di performance sociale e ambientale.

Fattori di traccia*:

Dimensione	Settore	Industria
XX Grande	All	All
X Grande	All	All
Grande	All	All
Medio	None	None
Piccolo	None	None
Micro	None	None
Azienda senza lavoratori	None	None

ID*:	Anno*	Sono ammissibili ai meccanismi di equità?	Testo del sottorequisito*:
PSG5.4	Anno 3 / Anno 5	Large / X Large / XX Large	Se l'azienda dispone di un sistema retributivo incentivante per l'executive team, questo integra obiettivi di performance sociale e ambientale.

Criteria di conformità:

5.4.1 Il sistema di incentivi è determinato da una valutazione annuale delle prestazioni o durante la revisione fiscale annuale dell'azienda.

5.4.2 L'azienda registra annualmente i dati relativi al valore dei premi monetari corrisposti per le prestazioni sociali e ambientali come percentuale dello stipendio di ciascun dirigente.

5.4.3 Gli obiettivi legati al sistema di incentivi sono SMART (specifici, misurabili, raggiungibili, pertinenti e limitati nel tempo).

Intento:

- Assicurare che i dirigenti adottino obiettivi sociali e ambientali in tutta l'azienda.
- Segnalare che l'azienda sta dando priorità alle proprie prestazioni sociali e ambientali e definire il contributo di ciascuna funzione a queste aree.

Chiarire i criteri di conformità:

[5.4.1] In alcune aziende, il comitato di direzione è il più alto organo direttivo; in altre, attua la strategia stabilita dal più alto organo direttivo. I due gruppi possono o meno sovrapporsi. Questo sottorequisito si applica al comitato di direzione se l'azienda non ha un organo direttivo superiore separato.

[5.4.1] È ammesso uno dei seguenti sistemi di incentivazione:

- un sistema che premia diversi membri del comitato di direzione per il raggiungimento di obiettivi individuali
- un obiettivo di gruppo o aziendale con un unico schema applicato a tutti i dirigenti.

[5.4.3] Gli obiettivi legati al sistema di incentivi sono SMART per garantire che possano essere verificati. Sono collegati alla strategia e agli argomenti materiali dell'azienda, sulla base della valutazione della materialità o dello standard B Lab, o di entrambi. L'azienda rivede gli obiettivi in base alle necessità per garantire che rimangano pertinenti ed efficaci.

Applicazione dei criteri alle società controllate con certificazione indipendente:

- I riferimenti all'executive team rientrano nell'ambito della certificazione dell'azienda. Ciò significa che l'azienda può fare riferimento a un sistema di incentivi appartenente a una controllante fuori dal perimetro di applicazione o creare un proprio sistema di incentivi, purché si applichi all'executive team all'interno dell'ambito di certificazione.

Ulteriori indicazioni:

- La performance sociale e ambientale può essere integrata nel sistema retributivo incentivante come parametro a sé stante o come parte di una più ampia scorecard della strategia aziendale, oppure inclusa nella valutazione della performance individuale, a seconda del contesto e degli obiettivi aziendali. Può essere misurata utilizzando valutazioni qualitative o quantitative, o una combinazione di entrambe.
 - Le valutazioni qualitative si avvalgono di informazioni quali sondaggi interni, peer review e valutazioni di terzi.
 - Le valutazioni quantitative si avvalgono di misure e parametri oggettivi.
- Questo sottorequisito può essere collegato agli obiettivi o ai risultati delineati nel PSG5.3. I membri del massimo organo decisionale possono avere obiettivi diversi, a seconda della loro area di responsabilità. Ad esempio, una persona potrebbe avere un obiettivo legato alla performance sociale dell'azienda (ad esempio, i diritti umani), e un'altra un obiettivo legato alla performance ambientale (ad esempio, l'azione per il clima).

- Se l'azienda non ha una struttura gerarchica tradizionale, il sottorequisito si applica al massimo organo decisionale o a un altro organo direttivo responsabile delle prestazioni sociali e ambientali dell'azienda. In questi casi, l'azienda deve fornire una motivazione soddisfacente della propria struttura organizzativa per giustificare questa eccezione.
- Gli incentivi sono monetari sottoforma di, a titolo informativo:
 - bonus a breve o lungo termine (come cifra fissa o percentuale dello stipendio)
 - promozione
 - aumento di stipendio
 - azioni
 - partecipazione agli utili
 - piano pensionistico.

Raccomandazioni:

- Includere la promozione dello scopo dell'azienda nel piano di incentivi dell'executive team, allineandolo alla strategia e agli obiettivi generali dell'azienda.
- Incorporare le prestazioni sociali e ambientali nelle pratiche di sviluppo professionale e di promozione per dare priorità a queste aree in tutta l'azienda.
- Ottenere il consenso del management convalidando e comunicando i legami tra le prestazioni sociali e ambientali e i sistemi di incentivazione prima della loro attuazione.
- Per lo sviluppo degli obiettivi, chiedere consiglio ai comitati direttivi coinvolti nella strategia aziendale, che possono consigliare come misurare e rendicontare le prestazioni sociali e ambientali.
- Considerare gli interessi degli stakeholder, collegando gli incentivi agli obiettivi sociali e ambientali che possono avere il maggiore impatto.

Risorse per l'implementazione:

Esempi di risorse per gli incentivi ESG per i Consigli di amministrazione

- Guida del consiglio di amministrazione a ESG e incentivi: identificare efficacemente le priorità ESG (Semler Insight) [\[EN\]](#)
- Collegare la retribuzione dei dirigenti alla performance ESG (The Conference Board) [\[EN\]](#)

Esempi di risorse per obiettivi e target di sostenibilità

- Obiettivi Future Fit [\[EN\]](#)
- Future Fit: Scopo positivo [\[EN\]](#)
- World Benchmarking Alliance - Diversi benchmark [\[EN\]](#)
- SDG AM [\[EN\]](#) [\[ES\]](#) [\[FR\]](#) [\[IT\]](#) [\[PT\]](#)
- Patto Globale delle Nazioni Unite SDG Ambition Accelerator [\[Varie lingue\]](#) tra cui AR, EN, ES FR, IT, PT, RU, ZH]

Esempi di risorse per l'integrazione dello scopo nella governance

- PAS 808:2022: Imprese orientate allo scopo - Visione del mondo, principi e comportamenti per la sostenibilità - Guida (BSI) [\[EN\]](#)
- Linee guida sulla governance dello scopo per i consigli di amministrazione, 2024 (Canadian Purpose Economy Project) [\[EN\]](#)
- Strategia di scopo sociale: dare vita allo scopo aziendale, 2024 (Canadian Purpose Economy Project) [\[EN\]](#)
- Playbook sulla governance degli scopi e degli stakeholder: guida per migliorare la supervisione del consiglio di amministrazione su scopi e stakeholder, 2023 (Coro Strandberg) [\[EN\]](#)
- Strumento di valutazione dello scopo sociale, Governance e Leadership, 7. (United Way BC) [\[EN\]](#)

Interoperabilità:

Allineamento Concettuale Punto Dati:

- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità 2 - 2023 - Requisito di informativa GOV-3 – Integrazione delle prestazioni legate alla sostenibilità nei sistemi di incentivazione 27, 29
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità E1 2023 - Requisito di informativa relativo all'ESRS 2 GOV-3 Integrazione delle prestazioni legate alla sostenibilità nei sistemi di incentivazione 13.
- IFRS S2 Informativa sul clima 2023 - Parametri relativi al clima 29 g



- GRI 2: Informazioni generali 2021- 2-19 Politiche retributive (b)
- Metodologia Nature Benchmark 2024 (World Benchmarking Alliance) - A. Governance - A03 Responsabilità per le prestazioni di sostenibilità - C
- Questionario 2024 CDP - 4.5.1

PSG5.5 L'azienda include obiettivi di performance sociale o ambientale nelle valutazioni delle prestazioni dei dirigenti.

Fattori di traccia*:

Dimensione	Settore	Industria
XX Grande	All	All
X Grande	None	None
Grande	None	None
Medio	None	None
Piccolo	None	None
Micro	None	None
Azienda senza lavoratori	None	None

ID*:	Anno*	Sono ammissibili ai meccanismi di equità?	Testo del sottorequisito*:
PSG5.5	Anno 3 / Anno 5	XX Large	L'azienda include obiettivi di performance sociale o ambientale nelle valutazioni delle prestazioni dei dirigenti.

Criteri di conformità:

5.5.1 Tutti i responsabili hanno almeno un obiettivo di valutazione della performance legato alla performance sociale o ambientale dell'azienda, o a entrambe.

5.5.2 Tutti gli obiettivi sociali e ambientali dei responsabili sono registrati.

5.5.3 Gli obiettivi sono SMART (specifici, misurabili, raggiungibili, pertinenti e limitati nel tempo).

Intento:

- Assicurare che i dirigenti adottino gli obiettivi strategici sociali e ambientali stabiliti a livello esecutivo e li integrino in tutta l'azienda.
- Definire il modo in cui ogni funzione contribuisce alle prestazioni sociali e ambientali dell'azienda, sottolineando lo sforzo collettivo necessario a tutti i dipendenti per raggiungere questi obiettivi.

Chiarire i criteri di conformità:

[5.5.1] In questo sottorequisito, i "responsabili" coprono tutte le posizioni che:

- sono responsabili di persone o di budget
- hanno autorità decisionale.

[5.5.1] I responsabili possono essere esclusi da questo sottorequisito se ricoprono ruoli che non contribuiscono o non possono contribuire alle prestazioni sociali e ambientali dell'azienda. In questi casi, l'azienda deve fornire una giustificazione soddisfacente riguardo il motivo di esclusione del responsabile.

[5.5.3] Gli obiettivi legati alla performance sociale e ambientale sono SMART per garantire che possano essere verificati. Sono collegati alla strategia e agli argomenti materiali dell'azienda, sulla base della valutazione della materialità o dello standard B Lab, o di entrambi. L'azienda rivede gli obiettivi in base alle necessità per garantire che rimangano pertinenti ed efficaci.

Applicazione dei criteri alle società controllate con certificazione indipendente:

L'azione si svolge all'interno dell'azienda. Se l'azienda fa riferimento a un'azione di gruppo fuori dal perimetro di applicazione, è tenuta a documentare le informazioni riguardo:

- l'attuazione, l'applicazione e i meccanismi di responsabilità
- il modo in cui i risultati hanno un impatto sulle sue operazioni. Per i risultati che non hanno impatto, l'azienda crea le proprie azioni.

Ulteriori indicazioni:

- La performance sociale e ambientale può essere integrata nelle valutazioni delle prestazioni come parametri a sé stante o come parte di una più ampia scorecard della strategia aziendale, oppure inclusa nelle valutazioni delle prestazioni individuali, a seconda del contesto e degli obiettivi aziendali. Può essere misurata utilizzando valutazioni qualitative o quantitative, o una combinazione di entrambe.
 - Le valutazioni qualitative utilizzano informazioni come sondaggi interni, peer review e valutazioni di terzi.
 - Le valutazioni quantitative utilizzano misure e parametri oggettivi.

- I manager possono avere obiettivi diversi, a seconda della loro area di responsabilità. Ad esempio, una persona potrebbe avere un obiettivo legato alla performance sociale dell'azienda (ad esempio, i diritti umani), e un'altra potrebbe avere un obiettivo legato alla performance (ad esempio, l'azione per il clima). Gli obiettivi possono essere parte degli obiettivi aziendali o specifici di un singolo manager.

Raccomandazioni:

- Includere la promozione dello scopo dell'azienda negli obiettivi di valutazione delle prestazioni dei manager, allineandoli alla strategia e agli obiettivi generali dell'azienda.
- Adottare misure per evitare che parti diverse dell'azienda si contendano le risorse per raggiungere gli stessi obiettivi. Ad esempio:
 - assegnare la responsabilità dell'attuazione a team e individui specifici
 - chiarire in che modo i dipendenti possono influire sulle prestazioni sociali e ambientali
 - promuovere la collaborazione interdipartimentale.
- Incorporare le prestazioni sociali e ambientali nelle pratiche di sviluppo professionale e di promozione per dare priorità a queste aree in tutta l'azienda.
- Ottenere il consenso dei manager convalidando e comunicando i legami tra gli obiettivi sociali e ambientali e le valutazioni delle prestazioni prima della loro attuazione.
- Nello sviluppo degli obiettivi, chiedere consiglio ai comitati direttivi coinvolti nella strategia aziendale, che possono consigliare come misurare e rendicontare le prestazioni sociali e ambientali.
- Considerare gli interessi degli stakeholder collegando gli obiettivi agli scopi di performance sociale o ambientale dell'azienda che possono avere il maggiore impatto.

Risorse per l'implementazione:

Esempi di risorse per obiettivi e target di sostenibilità

- Obiettivi Future Fit [\[EN\]](#)
- Future Fit: scopo positivo [\[EN\]](#)
- World Benchmarking Alliance - Diversi benchmark [\[EN\]](#)

- SDG AM [\[EN\]](#) [\[ES\]](#) [\[FR\]](#) [\[IT\]](#) [\[PT\]](#)
- Patto Globale delle Nazioni Unite SDG Ambition Accelerator [\[Varie lingue\]](#) tra cui AR, EN, ES FR, IT, PT, RU, ZH]

Esempi di risorse per l'integrazione dello scopo nella governance

- PAS 808:2022: Imprese orientate allo scopo - Visione del mondo, principi e comportamenti per la sostenibilità - Guida (BSI) [\[EN\]](#)
- Linee guida sulla governance dello scopo per i consigli di amministrazione, 2024 (Canadian Purpose Economy Project) [\[EN\]](#)
- Strategia di scopo sociale: dare vita allo scopo aziendale, 2024 (Canadian Purpose Economy Project) [\[EN\]](#)
- Playbook sulla governance degli scopi e degli stakeholder: guida per migliorare la supervisione del consiglio di amministrazione su scopi e stakeholder, 2023 (Coro Strandberg) [\[EN\]](#)
- Strumento di valutazione dello scopo sociale, Governance e Leadership, 7. (United Way BC) [\[EN\]](#)

Interoperabilità:

Allineamento Concettuale Punto Dati:

- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità 2 - 2023 - Requisito di informativa GOV-3 – Integrazione delle prestazioni legate alla sostenibilità nei sistemi di incentivazione 27, 29
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità E1 2023 - Requisito di informativa relativo all'ESRS 2 GOV-3 Integrazione delle prestazioni legate alla sostenibilità nei sistemi di incentivazione 13.
- IFRS S2 Informativa sul clima 2023 - Parametri relativi al clima 29 g
- GRI 2: Informazioni generali 2021- 2-19 Politiche retributive (b)

PSG6 L'azienda è trasparente sulle sue prestazioni sociali e ambientali.

PSG6.1 L'azienda rende conto annualmente e pubblicamente delle proprie prestazioni sociali e ambientali, con l'approvazione del massimo organo decisionale.

Fattori di traccia*:

Dimensione	Settore	Industria
XX Grande	None	None
X Grande	All	All
Grande	All	All
Medio	None	None
Piccolo	None	None
Micro	None	None
Azienda senza lavoratori	None	None

ID*	Anno*	Sono ammissibili ai meccanismi di equità?	Testo del sottorequisito*:
PSG6.1	Anno 3 / Anno 5	Large / X Large	L'azienda rende conto annualmente e pubblicamente delle proprie prestazioni sociali e ambientali, con l'approvazione del massimo organo decisionale.

Criteri di conformità:

6.1.1 Il report sull'impatto sociale e ambientale dell'azienda:

- a) comprende i progressi compiuti rispetto a tutte le misure rilevanti della performance sociale e ambientale dell'azienda e una sintesi dei processi di engagement degli stakeholder
- b) è approvato dal più alto organo direttivo
- c) è pubblicato sulla pagina web dell'azienda e reso accessibile a tutti gli stakeholder.

6.1.2. Se l'azienda non genera report annuali, può pubblicare un report completo almeno ogni due anni, fornendo al contempo aggiornamenti intermedi più sintetici sulla pagina web o attraverso report specifici per argomento.

Intento:

Comunicare in modo trasparente le prestazioni sociali e ambientali dell'azienda al fine di:

- dimostrare la propria responsabilità
- condividere i progressi verso i propri obiettivi
- mantenere l'impegno nei confronti degli stakeholder
- fornire informazioni sul proprio impatto e sulle strategie di miglioramento.

Chiarire i criteri di conformità:

[6.1.1.a] Il report è esaustivo e affronta:

- le principali questioni sociali e ambientali e le azioni intraprese
- i parametri della performance sociale e ambientale
- i progressi verso gli obiettivi
- la considerazione degli interessi degli stakeholder.

[6.1.1.a] In questo sottorequisito, il termine "engagement degli stakeholder" si riferisce alla raccolta di input da parte degli stakeholder per contribuire alla definizione degli argomenti materiali [Link a PSG2.3].

[6.1.1.c] "Accessibile a tutti gli stakeholder" significa che gli stakeholder possono accedere facilmente al report dalla homepage dell'azienda.

Applicazione dei criteri alle società controllate con certificazione indipendente:

- L'ambito di rendicontazione comprende l'azienda. Se l'azienda fa riferimento a un report di impatto del gruppo aziendale che include entità esterne all'ambito, è necessario che:
 - la performance dell'azienda sia chiaramente identificabile all'interno del report di impatto del gruppo
 - l'azienda condivida pubblicamente il report di impatto sulla propria pagina web.
- I riferimenti al massimo organo decisionale alludono a quelli che rientrano nell'ambito di certificazione dell'azienda. Ciò significa che l'approvazione da parte di una controllante fuori dal perimetro di applicazione non soddisfa il sottorequisito, a meno che l'azienda non disponga di un'ulteriore approvazione da parte del massimo organo decisionale o dell'executive team all'interno del proprio ambito di certificazione.

Ulteriori indicazioni:

- L'azienda può utilizzare il B Impact Assessment come quadro di riferimento per il reporting, a condizione che sia completa (ovvero che il report comprenda tutti gli aspetti della performance sociale e ambientale dell'azienda, compresi i requisiti di trasparenza dello Standard B Lab). Se l'azienda utilizza il B Impact Assessment, aggiorna il report almeno ogni due anni. Se l'azienda ha identificato ulteriori argomenti materiali non compresi dal B Impact Assessment, li condivide pubblicamente in un report supplementare. L'azienda è trasparente nei confronti degli stakeholder riguardo ai report, distinguendo chiaramente tra le informazioni del B Impact Assessment che sono state verificate in modo indipendente e quelle che non lo sono state.
- La partecipazione a un'iniziativa di reporting di terzi, come il CDP o il Dow Jones Sustainability Index (DJSI), non soddisfa questo sottorequisito. Sebbene queste iniziative siano valide, non sono focalizzate su un'ampia trasparenza pubblica per tutti gli stakeholder.
- I report sull'impatto sociale e ambientale possono assumere diversi formati, come ad esempio:
 - un report integrato
 - un report di sostenibilità a sé stante
 - un report di impatto a sé stante.

Raccomandazioni:

- Seguire gli standard di rendicontazione di terze parti come la Global Reporting Initiative (GRI), integrando i requisiti dello Standard B Corp. L'utilizzo di uno standard di terze parti aumenta la credibilità e garantisce un impegno coerente e trasparente con gli stakeholder.
- Fornire un aggiornamento sui progressi compiuti dall'azienda nel perseguire il proprio scopo nel report di impatto annuale.

Risorse per l'implementazione:

Esempi di risorse per la rendicontazione pubblica delle questioni di sostenibilità

- Standard di rendicontazione GRI (GRI) [\[EN\]](#)
- Quadro di rendicontazione dei Principi Guida delle Nazioni Unite - Guida all'assurance - Guida al reporting sui diritti umani, 2017 (Shift, Mazars) [\[EN\]](#)
- PAS 808:2022: Imprese orientate agli scopi - Visione del mondo, principi e comportamenti per la sostenibilità - Guida, 7.1.2.2.7 Valutare, misurare e comunicare gli obiettivi (BSI) [\[EN\]](#)

- Informativa sulle finalità: guida per i redattori e gli utilizzatori dell'informativa sulle finalità, 2024 (Canadian Purpose Economy Project [\[EN\]](#))

Interoperabilità:

Allineamento Concettuale Punto Dati:

- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità 2 - 2023 - Requisito minimo di informativa - Azioni MDR-A - Azioni e risorse in relazione alle questioni di sostenibilità materiale 66, 68
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità 2 - 2023 - Requisito minimo di informativa - Parametri MDR-M - Parametri in relazione alle questioni di sostenibilità materiale
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità 2 - 2023 - Requisito minimo di informativa - Obiettivi MDR-T - Tracciamento dell'efficacia delle politiche e delle azioni attraverso obiettivi
- DIRETTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO sull'obbligo di due diligence in materia di sostenibilità delle imprese e che modifica la direttiva (UE) 2019/1937 (proposta) - Articolo 11

PSG6.2 L'azienda comunica annualmente e pubblicamente le proprie prestazioni sociali e ambientali utilizzando uno standard di terzi.

Fattori di traccia*:

Dimensione	Settore	Industria
XX Grande	All	All
X Grande	None	None
Grande	None	None
Medio	None	None
Piccolo	None	None
Micro	None	None
Azienda senza lavoratori	None	None

ID*:	Anno*	Sono ammissibili ai meccanismi di equità?	Testo del sottorequisito*:
PSG6.2	Anno 3 / Anno 5	Nessuno	L'azienda comunica annualmente e pubblicamente le proprie prestazioni sociali e ambientali utilizzando uno standard di terzi.

Criteri di conformità:

6.2.1 Il report sull'impatto sociale e ambientale dell'azienda

- a) utilizza uno standard di terzi
- b) è approvato dal più alto organo direttivo
- c) è pubblicato sulla pagina web dell'azienda e reso accessibile a tutti gli stakeholder
- d) è preparato e pubblicato almeno annualmente
- e) segue una struttura coerente per mostrare i progressi compiuti nel corso degli anni.

6.2.2 Il report sull'impatto sociale e ambientale dell'azienda comprende:

- a) i progressi rispetto a tutte le misure rilevanti della performance sociale e ambientale dell'azienda e una sintesi dei processi di engagement degli stakeholder
- b) quali azioni concrete ha intrapreso l'azienda
- c) le strategie di gestione utilizzate dall'azienda per raggiungere i propri obiettivi sociali e ambientali e i progressi compiuti in tal senso.

Intento:

Comunicare in modo trasparente le prestazioni sociali e ambientali dell'azienda al fine di:

- dimostrare la propria responsabilità
- condividere i progressi verso i propri obiettivi
- mantenere l' suo impegno nei confronti degli stakeholder
- fornire informazioni sul proprio impatto e sulle strategie di miglioramento.

Chiarire i criteri di conformità:

[6.2.1.a] La Global Reporting Initiative (GRI) è lo standard più diffuso per la rendicontazione degli impatti. L'uso del GRI non è obbligatorio; tuttavia, se l'azienda si avvale di un altro standard di terze parti, deve essere esaminato dal team di gestione degli Standard B Lab. La revisione garantirà che lo standard di terze parti:

- sia credibile
- sia coerente
- fornisca una copertura completa.

[6.2.1.a] Anche un report di impatto conforme agli Standard europei per il reporting sulla sostenibilità (ESRS - European Sustainability Reporting Standards) soddisfa questo criterio.

[6.2.1.c] Per "Accessibile a tutti gli stakeholder" si intende che gli stakeholder possono accedere facilmente al report dalla homepage dell'azienda.

[6.2.2.a] Il report è esaustivo e comprende:

- le principali questioni sociali e ambientali dell'azienda, e le azioni intraprese
- i parametri di performance sociale e ambientale
- i progressi verso gli obiettivi
- la considerazione degli interessi degli stakeholder.

[[6.2.2.a] In questo sottorequisito, il termine "engagement degli stakeholder" si riferisce alla raccolta di input da parte degli stakeholder per contribuire alla definizione degli argomenti materiali [Link a PSG2.3].

Applicazione dei criteri alle società controllate con certificazione indipendente:

- L'ambito di rendicontazione comprende l'azienda. Se l'azienda fa riferimento a un report di impatto del gruppo aziendale che include entità fuori dal perimetro di applicazione, è necessario che:
 - la performance dell'azienda sia chiaramente identificabile all'interno del report di impatto del gruppo
 - l'azienda condivida pubblicamente il report di impatto sulla propria pagina web.

- I riferimenti al massimo organo decisionale o all'executive team alludono a quelli che rientrano nell'ambito di certificazione dell'azienda. Ciò significa che l'approvazione da parte di un gruppo controllante fuori dal perimetro di applicazione non soddisfa il sottorequisito, a meno che l'azienda non disponga di un'ulteriore approvazione da parte del massimo organo decisionale o dell'executive team nel proprio ambito di certificazione.

Ulteriori indicazioni:

- Gli obiettivi di questo sottorequisito si riferiscono al PSG2.4 e a qualsiasi altro obiettivo stabilito dall'azienda.
- L'azienda può utilizzare il B Impact Assessment come quadro di riferimento per il reporting, a condizione che sia completa (ovvero che il report comprenda tutti gli aspetti della performance sociale e ambientale dell'azienda, compresi i requisiti di trasparenza dello Standard B Lab). Se l'azienda utilizza il B Impact Assessment, aggiorna il report almeno ogni due anni. Se l'azienda ha identificato ulteriori argomenti materiali non compresi dal B Impact Assessment, li condivide pubblicamente in un report supplementare. L'azienda è trasparente nei confronti degli stakeholder riguardo ai report, distinguendo chiaramente tra le informazioni del B Impact Assessment che sono state verificate in modo indipendente e quelle che non lo sono state.
- Le seguenti azioni non soddisfano il sottorequisito:
 - La produzione di un report non finanziario con parametri di sostenibilità creati dall'azienda o l'utilizzo di una terza parte (come una società di revisione contabile) per verificare le informazioni non soddisfano il requisito dello standard di terza parte. Sebbene questo tipo di audit confermi l'accuratezza delle informazioni, non può determinare se tali informazioni siano conformi a standard comparabili come il GRI.
 - La partecipazione a un'iniziativa di reporting di terzi, come il CDP o il Dow Jones Sustainability Index, non soddisfa questo sottorequisito. Sebbene queste iniziative siano valide, non sono focalizzate su un'ampia trasparenza pubblica per tutti gli stakeholder.
- I report sull'impatto sociale e ambientale possono assumere diversi formati, come ad esempio:
 - un report annuale integrato
 - un report di sostenibilità a sé stante
 - un report di impatto a sé stante.

Raccomandazioni:

Fornire un aggiornamento sui progressi compiuti dall'azienda nel perseguire il proprio scopo nel report di impatto annuale.

Risorse per l'implementazione:

Esempi di risorse per la rendicontazione pubblica delle questioni di sostenibilità

- Standard di rendicontazione GRI (GRI) [\[EN\]](#)
- Quadro di rendicontazione dei Principi Guida delle Nazioni Unite - Guida all'assurance - Guida al reporting sui diritti umani, 2017 (Shift, Mazars) [\[EN\]](#)
- PAS 808:2022: Imprese orientate agli scopi - Visione del mondo, principi e comportamenti per la sostenibilità - Guida, 7.1.2.2.7 Valutare, misurare e comunicare gli obiettivi (BSI) [\[EN\]](#)
- Informativa sulle finalità: guida per i redattori e gli utilizzatori dell'informativa sulle finalità, 2024 (Canadian Purpose Economy Project [\[EN\]](#))

Interoperabilità:

Allineamento Concettuale Punto Dati:

- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità 2 - 2023 - Requisito minimo di informativa - Azioni MDR-A - Azioni e risorse in relazione alle questioni di sostenibilità materiale 66, 68
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità 2 - 2023 - Requisito minimo di informativa - Parametri MDR-M - Parametri in relazione alle questioni di sostenibilità materiale
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità 2 - 2023 - Requisito minimo di informativa - Obiettivi MDR-T - Tracciamento dell'efficacia delle politiche e delle azioni attraverso obiettivi
- DIRETTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO sull'obbligo di due diligence in materia di sostenibilità delle imprese e che modifica la direttiva (UE) 2019/1937 (proposta) - Articolo 11

PSG6.3 L'azienda valuta la capacità dei lavoratori di attuare la propria strategia sociale e ambientale.

Fattori di traccia*:

Dimensione	Settore	Industria
XX Grande	All	All
X Grande	All	All
Grande	All	All
Medio	None	None
Piccolo	None	None
Micro	None	None
Azienda senza lavoratori	None	None

ID*:	Anno*	Sono ammissibili ai meccanismi di equità?	Testo del sottorequisito*:
PSG6.3	Anno 3 / Anno 5	Large / X Large / XX Large	L'azienda valuta la capacità dei lavoratori di attuare la propria strategia sociale e ambientale.

Criteri di conformità:

6.3.1 La valutazione riguarda i seguenti temi.

- a) Comprensione da parte dei lavoratori dell'impatto sociale e ambientale dell'azienda e della sua strategia
- b) La disponibilità dei lavoratori ad attuare la strategia sociale e ambientale dell'azienda
- c) La percezione dei lavoratori su come l'azienda ha attuato la sua strategia sociale e ambientale

6.3.2 L'azienda raccoglie queste informazioni almeno ogni due anni.

6.3.3 L'azienda chiarisce ai lavoratori che la partecipazione è facoltativa.

6.3.4 L'azienda registra un'analisi del feedback e una panoramica delle azioni intraprese.

Intento:

- Valutare la capacità dei lavoratori di attuare la strategia sociale e ambientale dell'azienda.
- Utilizzare il loro feedback per identificare i punti di forza e le sfide.

Chiarire i criteri di conformità:

[6.3.1] L'azienda può soddisfare questo sottorequisito nello stesso momento in cui soddisfa FW4.1, combinando le due misure dei lavoratori.

[6.3.4] L'azienda può raccogliere informazioni sia quantitative che qualitative. Nell'analisi e nella panoramica, l'azienda registra:

- una sintesi dei risultati principali
- eventuali piani d'azione a seguito dei risultati ottenuti
- i relativi passi successivi.

Applicazione dei criteri alle società controllate con certificazione indipendente:

La valutazione riguarda l'azienda. Se l'azienda fa riferimento a una valutazione aziendale fuori dal perimetro di applicazione, deve dimostrare:

- il modo in cui la valutazione ha preso in considerazione i suoi stakeholder e gli impatti operativi
- il modo in cui il risultato della valutazione sia rilevante per il suo contesto.

Ulteriori indicazioni:

- Per misurare la "comprensione dell'impatto sociale e ambientale e della strategia aziendale" dei lavoratori si può valutare se:
 - sono in grado di tradurre gli obiettivi sociali e ambientali nel loro lavoro quotidiano
 - hanno obiettivi chiari e misurabili
- Misurare la "disponibilità dei lavoratori a mettere in atto la strategia sociale e ambientale dell'azienda" significa assicurarsi che abbiano le competenze, le conoscenze e la guida necessarie per comprendere:
 - la rilevanza della strategia ai fini del loro ruolo
 - le risorse a loro disposizione
 - come possono contribuire efficacemente.

- Misurare la "percezione dei lavoratori su come l'azienda ha attuato la sua strategia sociale e ambientale" può comportare la raccolta di feedback su:
 - trasparenza e comunicazione da parte dell'organo direttivo
 - la convinzione e la fiducia dei lavoratori nelle finalità dell'azienda
 - la chiarezza dei report sull'impatto sociale e ambientale.
- L'azienda può raccogliere informazioni quantitative utilizzando, per esempio:
 - sondaggi e questionari con scale numeriche
 - sondaggi
 - parametri di engagement.
- L'azienda può raccogliere informazioni qualitative utilizzando, ad esempio:
 - focus group, workshop e dibattiti di gruppo
 - eventi organizzativi e sale municipali
 - interviste ai lavoratori e valutazioni delle prestazioni
 - procedure di feedback e reclamo
 - programmi di difesa dei lavoratori
 - campi testo nei sondaggi
 - bacheche e canali di comunicazione interna.

Raccomandazioni:

- Estendere la misurazione per includere la percezione dei lavoratori dello scopo dell'azienda e delle azioni intraprese per promuoverlo.
- Includere la valutazione come parte del sondaggio annuale sull'engagement dei lavoratori.
- Raccogliere feedback dopo la formazione, l'inserimento o i workshop per valutarne l'efficacia.

- Considerare la possibilità di utilizzare il benchmarking di settore per:
 - confrontare i feedback dei lavoratori
 - identificare le aree di miglioramento
 - garantire l'allineamento con le migliori prassi.

Risorse per l'implementazione:

Esempi di risorse per la percezione dello scopo da parte dei dipendenti

- Percezione dello scopo - indagine, 2023 (Canadian Purpose Economy Project) [\[EN\]](#)

Workplace ESF: come i fattori ambientali, sociali e di governance influenzano l'esperienza dei dipendenti, 2023 (Great Place to work) [\[EN\]](#)

Interoperabilità:

Allineamento Concettuale Punto Dati

- GRI 2: Informazioni generali 2021 - 2-29 Approccio all'engagement degli stakeholder (a) (iii)
- Standard europei per il reporting sulla sostenibilità G1 2023 - Requisito di informativa S1-5 Azioni sugli impatti materiali sulla propria forza lavoro e sull'efficacia di tali azioni 78, 80.