

SOCIAL STATEMENT

SORRISO DEL SOLE

Sommario

Premessa	4
Cos'è il Social statement.....	4
La scheda anagrafica dell'impresa.....	5
Il set di indicatori	6
Elenco degli indicatori	7
Perché il Social Statement	7
IL SOCIAL STATEMENT DI SORRISO DEL SOLE.....	8
Scheda Anagrafica	8
Informazioni generali.....	8
Strumenti.....	8
CATEGORIA 1 RISORSE UMANE	Errore. Il segnalibro non è definito.
CATEGORIA 2 SOCI/AZIONISTI E COMUNITA' FINANZIARIA.....	20
Aspetto 2.1 Composizione del capitale sociale	20
Indicatore 2.1.1 Soci e quote.....	20
Aspetto 2.1.2 Segmentazione dei soci	20
Aspetto 2.2 Composizione del capitale sociale	20
CATEGORIA 3 CLIENTI.....	21
Aspetto 3.1 Caratteristiche della clientela	21
Aspetto 3.2 Sviluppo del Mercato	21
Indicatore 3.2.1 Sviluppo nuovi servizi.....	21
Aspetto: 3.3 Customer satisfaction e customer loyalty	21
Indicatore: 3.3.1 Iniziative di customer satisfaction (ricerche, iniziative di misura e utilizzo, callcenter e gestione dei reclami)	Errore. Il segnalibro non è definito.
Aspetto 3.5. Prodotti/servizi a connotazione etico-ambientale (ad esempio, alta utilità sociale).....	22
Aspetto: 3.6. Politiche promozionali (ad esempio, rispetto codici di autodisciplina).....	22
CATEGORIA 4. FORNITORI	23
Aspetti: 4.1 Politiche di gestione dei fornitori.....	23
Indicatore: 4.1.1 Ripartizione dei fornitori per categoria.....	23
Indicatore: 4.1.2 Selezione dei fornitori.....	23
Indicatore 4.1.3. Comunicazione, sensibilizzazione ed informazione.....	23
Aspetto 4.2. Condizioni Negoziali.....	23
CATEGORIA 5. PARTNER FINANZIARI.....	24
Aspetti: 5.1 Rapporti con le banche	24
Aspetti: 5.2 Rapporti con le compagnie assicurative	24

Aspetti: 5.3 Rapporti con società di servizi finanziari (ad esempio, società di leasing)	24
CATEGORIA 6. STATO, ENTI LOCALI E PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	25
Aspetto: 6.1 Imposte, tributi e tasse	25
Aspetto: 6.2 Rapporti con Enti Locali e Istituzioni.....	25
Aspetti: 6.3. Norme e codici etici per il rispetto della legge	25
Indicatore: 6.3.1 Norme e codici per il rispetto della legge e sistemi di auditing interno	25
Indicatore: 6.3.2 Verifiche di conformità e controlli ispettivi	25
Aspetti: 6.4 Contributi, agevolazioni o finanziamenti agevolati ricevuti	25
Aspetti: 7.1 Corporate giving.....	26
Aspetti: 7.2 Apporti diretti nei diversi ambiti di intervento.....	26
Indicatore: 7.2.1 Istruzione e formazione	26
Indicatore 7.2.2 Cultura.....	26
Indicatore 7.2.3 Sport.....	26
Indicatore: 7.2.4 Ricerca e innovazione.....	26
Indicatore: 7.2.5 Solidarietà sociale (anche internazionale)	26
Indicatore: 7.2.6 Altro (ad esempio, volontariato, posti asilo per la comunità)	26
Aspetti: 7.3 Comunicazione e coinvolgimento della comunità (stakeholder engagement)	26
Aspetti: 7.4 Relazioni con i mezzi di comunicazione	27
Aspetti: 7.5 Comunità virtuale.....	27
Indicatori: 7.5.1 Contatti (caratteristiche ed analisi).....	27
Indicatori: 7.5.2 Security.....	27
Indicatori: 7.5.3 Strumenti di gestione delle relazioni	27
Aspetti: 7.6 Prevenzione della corruzione.....	27
CATEGORIA 8. Ambiente	29
Aspetti: 8.1 Consumi di energia, materiali ed emissioni	29
Indicatore: 8.1.1 Energia	29
Indicatore: 8.1.2 Acqua.....	29
Indicatore: 8.1.3 Materie prime, materiali ausiliari e imballaggi	29
Indicatore: 8.1.4 Emissioni in atmosfera	29
Indicatore: 8.1.5 Scarichi idrici	29
Indicatore: 8.1.6 Rifiuti	29
Aspetti: 8.2 Strategia ambientale e relazioni con la comunità.....	29

Premessa

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

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

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

Il bilancio sociale deve essere:

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

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

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

La scelta è ricaduta sul social statement.

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

Cos'è il Social statement

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

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

La definizione di uno strumento basato su un modello di rendicontazione chiaro e consolidato mira a garantire maggiore trasparenza nella comunicazione delle imprese, anche cooperative, a tutela dei consumatori e a vantaggio di tutti i cittadini. Il Social Statement vuole essere uno strumento **semplice**, **modulare** e **flessibile**, per consentire a tutte le imprese - indipendentemente dalla dimensione, dal

settore di appartenenza, dalla natura giuridica, dall'esperienza nell'attività di *reporting*, ecc. – di aderire al sistema definito dal Governo.

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

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

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

La proposta si articola in due parti fondamentali:

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

La scheda anagrafica dell'impresa

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

Le principali informazioni richieste sono:

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

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

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

Il set di indicatori

Il set di indicatori è il cuore del Social Statement.

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

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

Il set di indicatori ha la specifica finalità di monitorare l'impegno e le attività realizzate dall'impresa in tema di CSR, supportando i processi decisionali e attuativi. A tale scopo, attraverso una serie di confronti con le parti interessate e dopo una fase di pilot testing sulle imprese si è giunti all'identificazione e alla selezione di una serie di indicatori.

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

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

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

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

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

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

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

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

Il set di indicatori e il Social Statement vogliono essere un'opportunità per guidare le imprese verso obiettivi di eccellenza nelle modalità di rendicontazione di CSR, favorendo il miglioramento continuo delle prestazioni aziendali in questo campo. In questo senso, se alcuni degli indicatori addizionali indicati dovessero risultare non applicabili all'impresa per fattori legati alle sue caratteristiche strutturali

e/o organizzative (dimensioni, settore di appartenenza, natura giuridica e assetto proprietario, complessità di rilevazione e/o misurazione delle informazioni richieste), le ragioni alla base dell'esclusione dovranno essere debitamente specificate e motivate dal management.

Elenco degli indicatori

Di seguito si riporta il set completo di indicatori individuati per il Progetto CSRSC. Gli indicatori sono articolati in otto categorie, in base ai diversi gruppi di stakeholder:

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

Perché il Social Statement

Come dicevamo in premessa abbiamo cercato di individuare uno standard di valutazione adeguato ai nostri obiettivi benefit così come formalmente sanciti dapprima nello Statuto sociale e poi nel nostro manifesto.

Abbiamo escluso standard valutativi particolarmente complessi e articolati (da quello B- Corp al Social Roi utilizzato per valutare l'impatto delle startup a vocazione sociale) in quanto abbiamo ritenuto fossero eccessivamente onerosi: in fondo siamo una piccola realtà e si tratta del nostro primo anno di rendicontazione,

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

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

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

IL SOCIAL STATEMENT DI SORRISO DEL SOLE

Scheda Anagrafica

Informazioni generali

NOME	SORRISO DEL SOLE
Tipo (srl, spa ecc.)	SRL COOPERATIVA SOCIALE ONLUS
Settore di attività <i>descrizione e codice Istat</i>	88.91 Servizi degli asili nido; assistenza diurna per minori disabili La cooperativa si propone l'interesse generale della comunità fornendo servizi educativi attraverso la gestione di asili nido e scuole dell'infanzia
Fatturato	Classe euro 400.000-500.000
Sede principale	VIA Alberto Amorico 19 – Foggia (FG)
Composizione societaria <i>specificare semplicemente l'assetto proprietario: proprietario unico, azionariato diffuso, se partecipata, se partecipante in altre aziende, ecc.)</i>	4 SOCI.
Principali mercati di riferimento <i>descrivere, specificando se i prodotti/servizi sono destinati al consumatore finale e in che misura i prodotti sono destinati all'esportazione</i>	MERCATO ITALIA BtC
Numero dipendenti	Al 31/12/2020 erano presenti 20 dipendenti.

Strumenti

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

CATEGORIA 2 SOCI/AZIONISTI E COMUNITA' FINANZIARIA

Aspetto 2.1 Composizione del personale

Indicatore 1.1.1 Soci e quote

Categorie	1. Risorse Umane
Aspetti	1.1. Composizione del personale
Indicatore	1.1.1. Categorie 1.1.2. Età 1.1.3. Anzianità 1.1.4. Provenienza territoriale 1.1.5. Nazionalità 1.1.6. Tipologia contrattuale 1.1.7. Titolo di studio

Commento esplicativo	Rilevanza	Qualitativi	Quantitativi
	A		Si
	L'indicatore mira ad ottenere un quadro numerico che descriva la realtà aziendale e permetta di inquadrarla nella situazione locale.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Al 31/12/2020 il personale era così composta: Coordinatrice: 1 Educatrici: 6 Altri dipendenti 12 La composizione per sesso era la seguente Donne: 17 Uomini 2 Alla data suddetta: <ul style="list-style-type: none"> I dipendenti risultano tutti assunti 		
Documentazione di supporto	Copia del CCNL applicato Visura		

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

Documentazione di supporto	Libro unico del Lavoro (LUL)
-----------------------------------	------------------------------

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

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

Indicatore	1.3.1. Personale maschile e femminile (a livello di Quadri e Dirigenti)		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi	Quantitativi Sì
	L'indicatore mira a determinare il livello di applicazione all'interno dell'azienda di una politica di pari opportunità tra uomini e donne		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Percentuale di lavoratrici donne: 90% Percentuale di lavoratori uomini: 10%		
Documentazione di supporto	Libro Unico del Lavoro (LUL)		

Indicatore	1.3.2. Relazione tra salario maschile e femminile (per categoria e anzianità)		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi	Quantitativi Sì
	L'indicatore mira a chiarire la corretta applicazione della politica delle pari opportunità, mettendo in relazione retribuzioni medie del personale femminile e maschile.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Non vi sono differenze di salario, a parità di occupazione e mansioni, tra il personale maschile e femminile.		
Documentazione di supporto	CCNL UTILIZZATO		

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

Al 31/12/2020 risulta impiegata una persona con disabilità del 65%. La cooperativa non adotta nessuna scelta discriminatoria verso persone svantaggiate.

Indicatore	1.4.1. Progetti di formazione (tipologia)		
	Rilevanza A	Qualitativi Si	Quantitativi
Commento esplicativo	L'indicatore punta a delineare gli interventi formativi (escluso la formazione obbligatoria per legge e per contratto) dell'azienda volti allo sviluppo delle professionalità individuali del personale e alla crescita dell'azienda stessa, senza discriminazione di genere (categoria, sesso, ecc.).		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Nonostante la pandemia da Covid-19 dei conseguenti ripetuti lock-down, nel 2020 sono stati attuati regolarmente eventi formativi a favore dei dipendenti.		
Documentazione di supporto	N.D.		

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

Si rimanda la commento dell'indicatore precedente

Indicatore	1.4.3. Stage		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi	Quantitativi Si
	L'indicatore punta a monitorare la disponibilità dell'Azienda ad ospitare personale in stage ed a valutare l'efficacia di questo strumento formativo		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Nessun soggetto in stage ospitato nel Corso del 2020 causa Covid -19		
Documentazione di supporto	N.D.		

Aspetti	1.5. Orari di lavoro per categoria
---------	------------------------------------

Aspetto 1.5: orari di lavoro per categorie

La cooperativa in tutte le sue strutture adotta un unico orario di lavoro.
Dal lunedì al sabato dalle ore 8:00 alle ore 14:00

Aspetto 1.6: Modalità retributive

Non si ritiene di fornire tale indicazioni

Indicatore 1.6.2: percorsi di carriera

Non si ritiene di fornire tale indicazione

Indicatore 1.6.3: sistemi di incentivazione

Non si ritiene di fornire tale indicazione

Aspetto 1.7: Assenze

Indicatore 1.7.1 Giornate di assenza

Indicatore 1.7.2: Causale

Non si ritiene di fornire tale indicazione.

Si sottolinea che si è verificata una assenza s per causa della pandemia da Covid-19.

Aspetto 1.8: Agevolazioni per i dipendenti

Non si ritiene di fornire tale indicazione.

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

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

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

Nel 2020 non è stato deliberato alcun ristoro cooperativo.

Aspetto 1.9: Relazioni industriali

Indicatore 1.9.1: Rispetto dei diritti di associazione e contrattazione collettiva

L'indicatore si propone di identificare le azioni poste in essere dall'Azienda, relativamente alle proprie strutture all'estero.

La cooperativa agisce solo in Italia.

Indicatore 1.9.2. Percentuale di dipendenti iscritti al sindacato

Non si ritiene di fornire tale indicazione.

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

Aspetti 1.10: Comunicazione interna

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

Indicatore 1.11.2: Progetti

Nel corso del 2020 non sono stati attuati progetti specifici allo scopo di minimizzare il rischio per la sicurezza ed la salute dei lavoratori

Aspetto 1.12: Soddisfazione del personale

Indicatore 1.12.1. Ricerche di customer satisfaction rivolte all'interno

Non si ritiene di fornire tale indicazione.

Indicatore 1.12.2: Progetti

Non si ritiene di fornire tale indicazione.

Aspetti 1.13: Tutela dei diritti dei lavoratori

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

La cooperativa opera solo in Italia

Indicatore 1.13.1: Lavoro minorile

La cooperativa opera solo in Italia

Indicatore 1.13.2: Lavoro forzato

- **La cooperativa opera solo in Italia**

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

CATEGORIA 2 SOCI/AZIONISTI E COMUNITA' FINANZIARIA

Aspetto 2.1 Composizione del capitale sociale

Indicatore 2.1.1 Soci e quote

Indicatore	2.1.1 Numero Azionisti per tipologia di azioni (quote)		
	Rilevanza A	Qualitativi Si	Quantitativi Si
Commento esplicativo	L'indicatore punta alla conoscenza e al monitoraggio dell'evoluzione nel tempo della proprietà dell'azienda.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Al 31 dicembre 2020 la compagine sociale era la seguente: 4 soci Consiglio di Amministrazione così composto: Presidente Daniele Fabio Massimo Vice Presidente Daniele Maria Maddalena Consigliera Giampaolo Gelsomina		
Documentazione di supporto	Visura Camerale		

Aspetto 2.1.2 Segmentazione dei soci

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

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

Indicatore	2.2. Altro Composizione del Capitale Sociale		
	Rilevanza A	Qualitativi Si	Quantitativi Si
Commento esplicativo	Si tratta di un indicatore ampio, che dovrebbe ricomprendere tutte le modalità di remunerazione dei soci attuate dalla società		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Nel corso del 2020 la cooperativa non ha distribuito utili.		
Documentazione di supporto	Verbale di assemblea ordinaria Visura Camerale		

CATEGORIA 3 CLIENTI

Aspetto 3.1 Caratteristiche della clientela

Indicatore 3.1.1 – ripartizione dei clienti per categorie

Indicatore	3.1.1. Ripartizione dei clienti per categorie		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
	L'obiettivo di tale indicatore è quello di fornire un quadro più dettagliato sulla clientela della cooperativa, in modo tale da renderne più efficace ed efficiente la gestione ed individuare meglio le necessità e priorità. L'indicatore, pertanto, richiede un'analisi della clientela ed una suddivisione per categoria di appartenenza.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	La clientele della cooperativa è rappresentata dalle famiglie che hanno iscritto i figli all'asilo nido o alla scuola dell'infanzia. La suddivisione dei bambini per fasce di età è indicata nel Bilancio Sociale.		
Documentazioni e di supporto	Bilancio sociale		

Aspetto 3.2 Sviluppo del Mercato

Indicatore 3.2.1 Sviluppo nuovi servizi

Non si intende condividere questa informazione.

Aspetto: 3.3 Customer satisfaction e customer loyalty

Indicatore	3.3.1 Indagini presso utenza		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Sì	Quantitativi Sì
	L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nella "lettura ed ascolto" delle esigenze dei clienti e del mercato e nella traduzione di tali necessità/aspettative in pianificazione e sviluppo di nuovi prodotti/servizi. Inoltre, l'indicatore ha come obiettivo quello di monitorare il processo di miglioramento/rinnovo/evoluzione del contesto economico		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Nel corso del 2021 la cooperativa ha svolto una indagine presso i propri clienti sulla soddisfazione della propria attività. I risultati sono dettagliatamente illustrati nel bilancio sociale.		
Documentazione di supporto	Bilancio sociale		

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

	Rilevanza A	Qualitativi Si	Quantitativi Si
Commento esplicativo	L'indicatore richiede una particolare attenzione rivolta ad offerta di servizi/ prodotti con evidente e dimostrabile valenza etico-ambientale		
Modalità di misurazione dell'indicatore	La Cooperativa svolge il servizio di gestione nel Comune di Foggia. Il servizio viene svolto attraverso un Asilo Nido, bambini da 3 a 18 mesi; una Sezione Primavera con bambini da 23 a 36 mesi e la Scuola di Infanzia con bambini da 3 a 5 anni per una ricettività complessiva di n. 128 bambini. Le linee operative che hanno caratterizzato tutta la gestione sono state improntate al conseguimento del miglioramento delle condizioni economiche di tutti i soci oltre che delle condizioni economico-sociali delle comunità locali.		
Documentazione di supporto	Bilancio di esercizio Bilancio sociale		

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

Non si ritiene di fornire tale informazione

CATEGORIA 4. FORNITORI

Aspetti: 4.1 Politiche di gestione dei fornitori

Non si ritiene di condividere questa informazione

Indicatore: 4.1.1 Ripartizione dei fornitori per categoria

Non si ritiene di condividere questa informazione

Indicatore: 4.1.2 Selezione dei fornitori

Non si ritiene di condividere questa informazione

Indicatore 4.1.3. Comunicazione, sensibilizzazione ed informazione

Non si ritiene di condividere questa informazione

Aspetto 4.2. Condizioni Negoziali

Non si ritiene di condividere questa informazione

CATEGORIA 5. PARTNER FINANZIARI

Aspetti: 5.1 Rapporti con le banche

Non si ritiene di condividere questa informazione

Aspetti: 5.2 Rapporti con le compagnie assicurative

Non si ritiene di condividere questa informazione

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

Non si ritiene di condividere questa informazione

CATEGORIA 6. STATO, ENTI LOCALI E PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Aspetto: 6.1 Imposte, tributi e tasse

Non si ritiene di condividere questa informazione

Aspetto: 6.2 Rapporti con Enti Locali e Istituzioni

	Rilevanza A	Qualitativi Si	Quantitativi
Commento esplicativo	L'indicatore punta ad analizzare i rapporti esistenti tra l'impresa e le Istituzioni Pubbliche, evidenziando forme di coinvolgimento e/o partnership. Ad esempio, adesione ad accordi volontari o accordi di Programma su specifiche iniziative aventi valenza economica (sviluppo del territorio), ambientale o sociale.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	La struttura è in funzione grazie a contratti in convenzione ? Comune Regione Puglia grazie ad un 201/20250 – Specificare le convenzioni In ossequio alle disposizioni previste dal Decreto Ministeriale 23/06/2004 la nostra Cooperativa è iscritta all'Albo delle cooperative a mutualità prevalente per legge art. 2512 ss, come cooperativa sociale di tipo A, n° di Iscrizione A188427 dal 22/01/2008. La Cooperativa è iscritta All'Albo Regione Puglia delle Cooperativa sociali con determina n.xx del xx/xx/xxx al n. xx		
Documentazione di supporto	Bilancio di esercizio Visura		

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

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

Non si ritiene di condividere questa informazione

Indicatore: 6.3.2 Verifiche di conformità e controlli ispettivi

Non si ritiene di condividere questa informazione

Aspetti: 6.4 Contributi, agevolazioni o finanziamenti agevolati ricevuti

Non si ritiene di condividere questa informazione

CATEGORIE 7. Comunità

Aspetti: 7.1 Corporate giving

Non sono state effettuate donazioni od altre liberalità

Aspetti: 7.2 Apporti diretti nei diversi ambiti di intervento

Indicatore: 7.2.1 Istruzione e formazione

Indicatore	7.2.1 istruzione e fomrazione			
	<table border="1"><thead><tr><th>Rilevanza C</th><th>Qualitativi Si</th><th>Quantitativi SI</th></tr></thead></table>	Rilevanza C	Qualitativi Si	Quantitativi SI
Rilevanza C	Qualitativi Si	Quantitativi SI		
Commento esplicativo	L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nel sociale attraverso investimenti in termini di impegno orario ed altre attività svolte direttamente nel campo dell'istruzione, dell'informazione della conoscenza			
Modalità di misurazione dell'indicatore	L'istruzione e la formazione costituiscono lo scopo sociale della cooperativa. Vengono inoltre previste attività formative a favore degli educatori; La cooperativa prevede almeno 30 ore annuali di formazione.			
Documentazione di supporto	Statuto Bilancio di esercizio Bilancio sociale			

Indicatore 7.2.2 Cultura

L'istruzione costituisce lo scopo sociale della cooperativa

Indicatore 7.2.3 Sport

Non si ritiene di condividere questa informazione

Indicatore: 7.2.4 Ricerca e innovazione

Non si ritiene di condividere questa informazione

Indicatore: 7.2.5 Solidarietà sociale (anche internazionale)

Non si ritiene di condividere questa informazione

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

Non si ritiene di condividere questa informazione

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

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

Aspetti: 7.4 Relazioni con i mezzi di comunicazione

Non si ritiene di condividere questa informazione

Aspetti: 7.5 Comunità virtuale

Non si ritiene di condividere questa informazione.

Indicatori: 7.5.1 Contatti (caratteristiche ed analisi)

	Rilevanza A	Qualitativi Si	Quantitativi Si
Commento esplicativo	Alla luce dell'importanza assunta da Internet e dalle tecnologie digitali, l'indicatore si propone di esaminare numero, profilo e caratteristiche dei soggetti che contattano l'azienda attraverso l'utilizzo della rete.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	La cooperativa è presente su internet e sui social network.		
Documentazione di supporto	Sito web		

Indicatori: 7.5.2 Security

Non si ritiene di condividere questa informazione.

Indicatori: 7.5.3 Strumenti di gestione delle relazioni

Non si ritiene di condividere questa informazione.

Aspetti: 7.6 Prevenzione della corruzione

Non si ritiene di condividere questa informazione.

CATEGORIA 8. Ambiente

Aspetti: 8.1 Consumi di energia, materiali ed emissioni

Non si ritiene di condividere questa informazione.

Indicatore: 8.1.1 Energia

Non si ritiene di condividere questa informazione.

Indicatore: 8.1.2 Acqua

Non si ritiene di condividere questa informazione.

Indicatore: 8.1.3 Materie prime, materiali ausiliari e imballaggi

Non si ritiene di condividere questa informazione.

Indicatore: 8.1.4 Emissioni in atmosfera

Non si ritiene di condividere questa informazione.

Indicatore: 8.1.5 Scarichi idrici

Non si ritiene di condividere questa informazione.

Indicatore: 8.1.6 Rifiuti

Non si ritiene di condividere questa informazione.

Aspetti: 8.2 Strategia ambientale e relazioni con la comunità

Non si ritiene di condividere questa informazione.