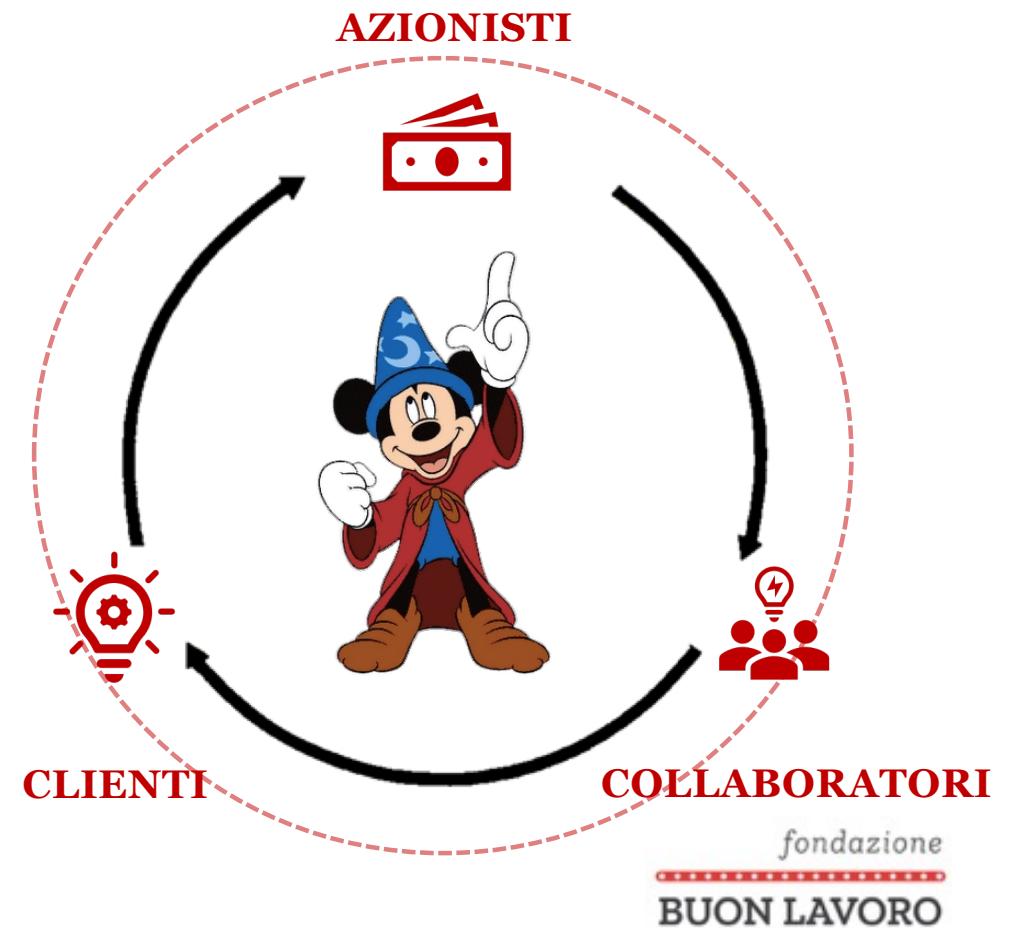
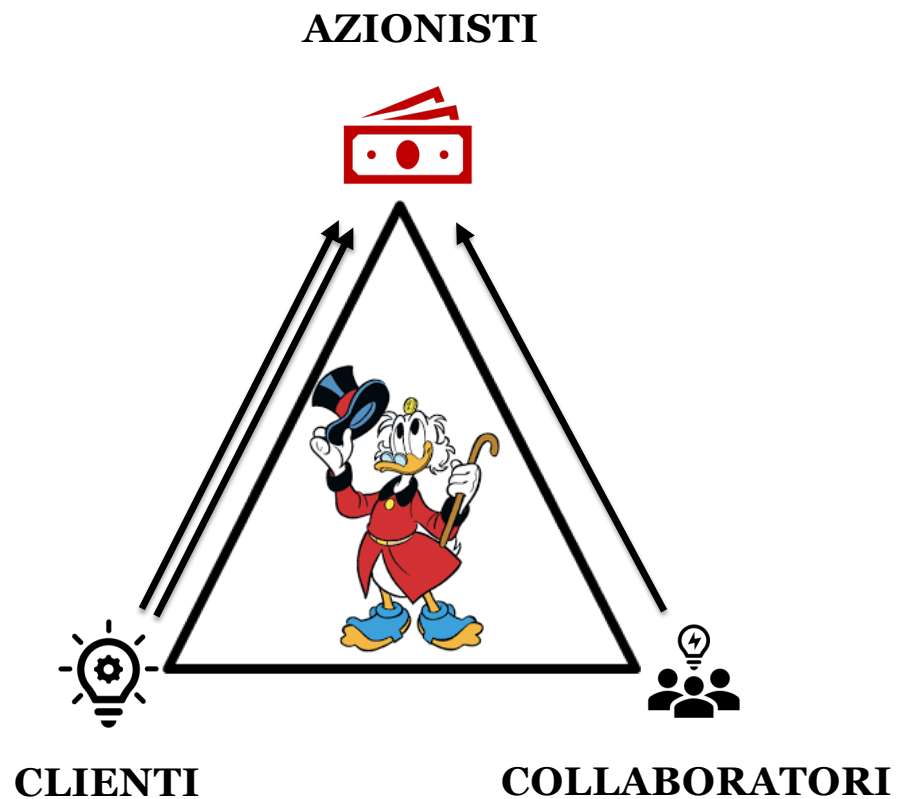




la
buona
impresa

Quale visione dell'impresa?



A cosa serve SABI (e a cosa no)

Guida all'Autovalutazione



- osservarsi nelle dimensioni chiave della creazione di valore sistemico
- monitorare i risultati rispetto a criteri standard definiti dal modello (personalizzabili)
- valutarsi e darsi obiettivi di miglioramento

• Non è un rating, è uno strumento strategico

Framework di Reporting



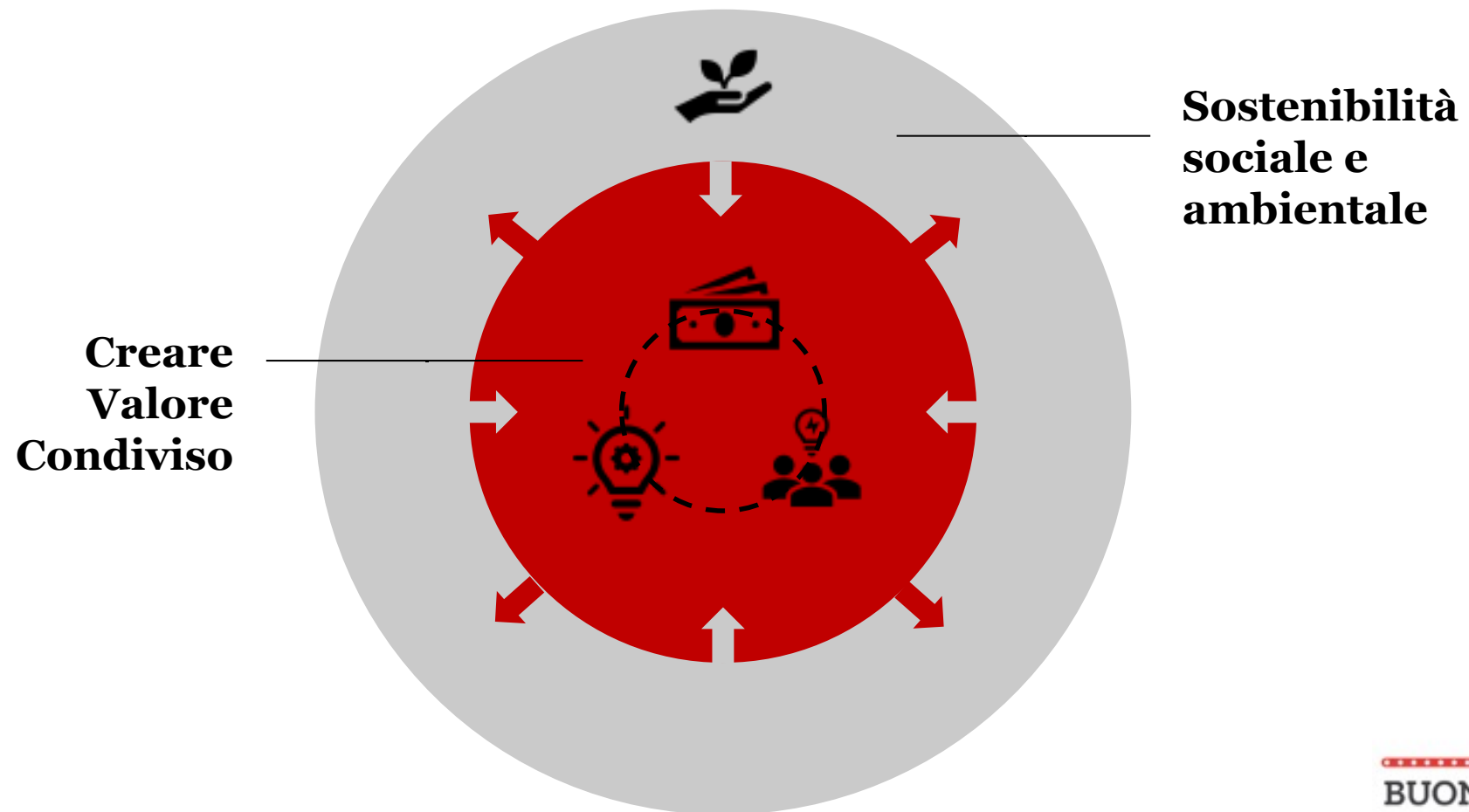
- traccia per la rendicontazione del valore sociale prodotto dall'impresa, in particolare per le Società Benefit (ma non solo)
- Linee Guida per la rendicontazione
- Tabella di riconciliazione con le metriche del GRI
- Riconciliazione automatica con SDGs

• Non «misura» l'impatto, ma aiuta a leggerlo

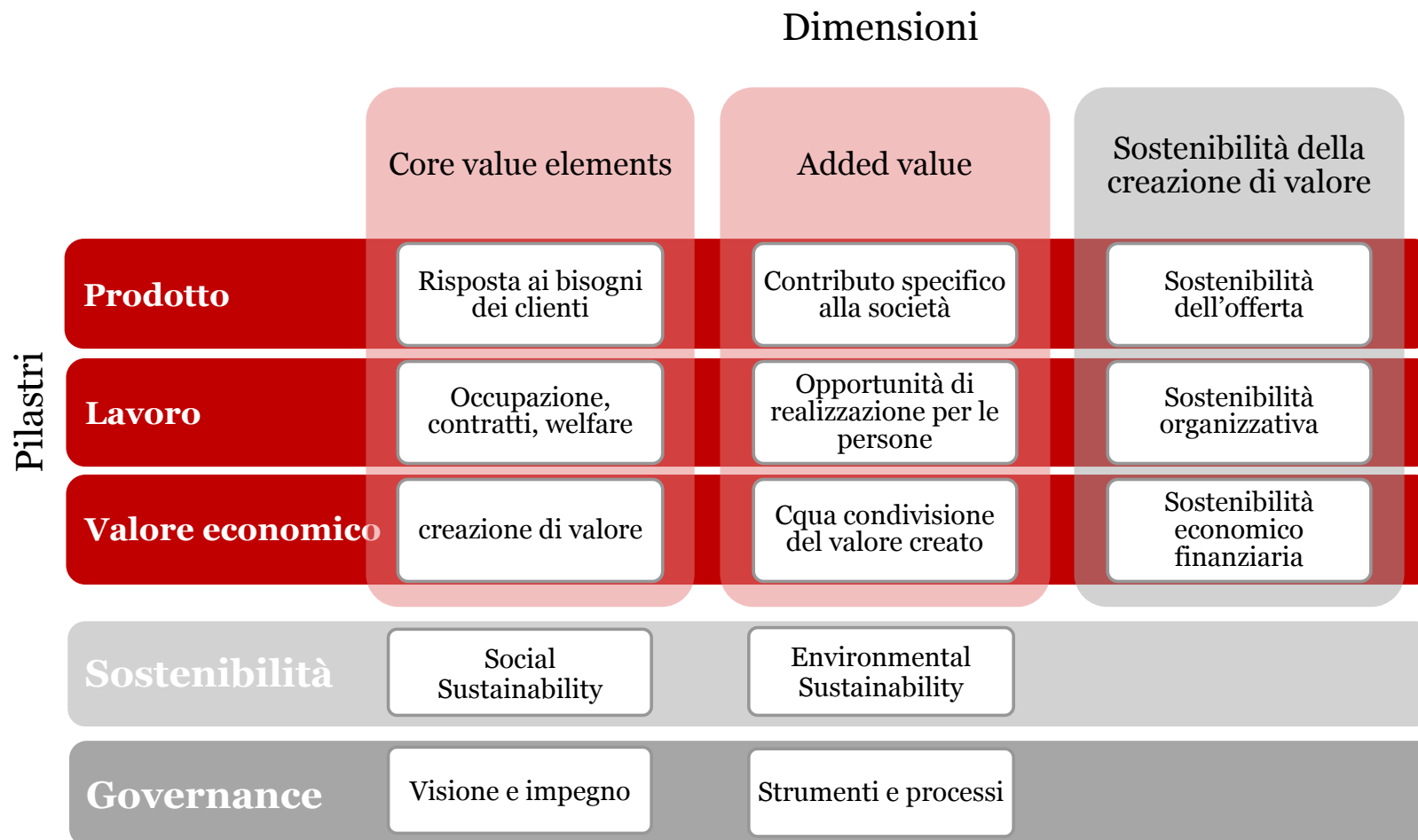
• Non definisce metriche, quindi va integrato con KPI

ne
BUON LAVORO

1. Il focus dell'osservazione




2. La struttura dell'analisi



3. La materialità

**BUONA
IMPRESA**



FONDA
m.maccio@fondavision.com

Istruzioni >

Apri nuova Valutazione >

Materialità v

Stakeholder >

Autovalutazione >

Risultati >

Conclusioni >

Archivio >

Prodotto

La Buona Impresa crea valore portando sul mercato un buon prodotto o servizio, che risponde ai bisogni della società spingendola in una direzione positiva.

	Molto rilevante	Abbastanz a rilevante	Poco rilevante	Non applicabile
Qualità del prodotto Offrire un prodotto/servizio che risponda ai bisogni del cliente e soddisfi le finalità per le quali è stato acquistato.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Qualità della relazione con i clienti Prendersi cura del cliente affiancando alla qualità del prodotto/servizio anche una relazione caratterizzata da cordialità, disponibilità, fiducia reciproca.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rapporto qualità/prezzo Proporre un prezzo congruo rispetto alla qualità e al valore per il cliente del prodotto/servizio e al mercato di riferimento.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sicurezza e tutela del cliente Garantire al cliente i migliori standard di sicurezza per tutte le fasi di vita del prodotto o del servizio.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Contributo al benessere Realizzare in modo strutturale, attraverso l'offerta di beni e servizi, un impatto positivo nel breve e nel lungo periodo, sulla qualità della vita del cliente (o, indirettamente, sul benessere della società).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Innovazione di prodotto Puntare sull'innovazione continua nell'ottica del miglioramento del servizio alle persone e	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Esci

ndazione

AVORO

4. Il coinvolgimento degli stakeholder



Qualità del prodotto

Offrire un prodotto/servizio che risponda ai bisogni del cliente e soddisfi le finalità per le quali è stato acquistato.

Dal tuo punto di vista, nella tua relazione con la azienda, questo elemento è?

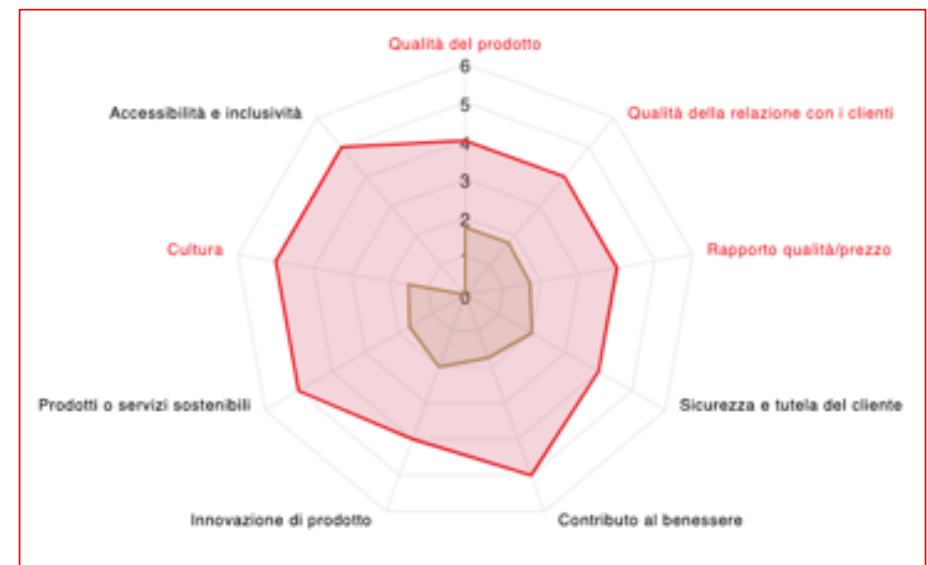
- ☐ Molto rilevante
- ☐ Abbastanza rilevante
- ☐ Poco rilevante
- ☐ Non applicabile

Il prodotto o servizio acquistato ha soddisfatto le tue aspettative?

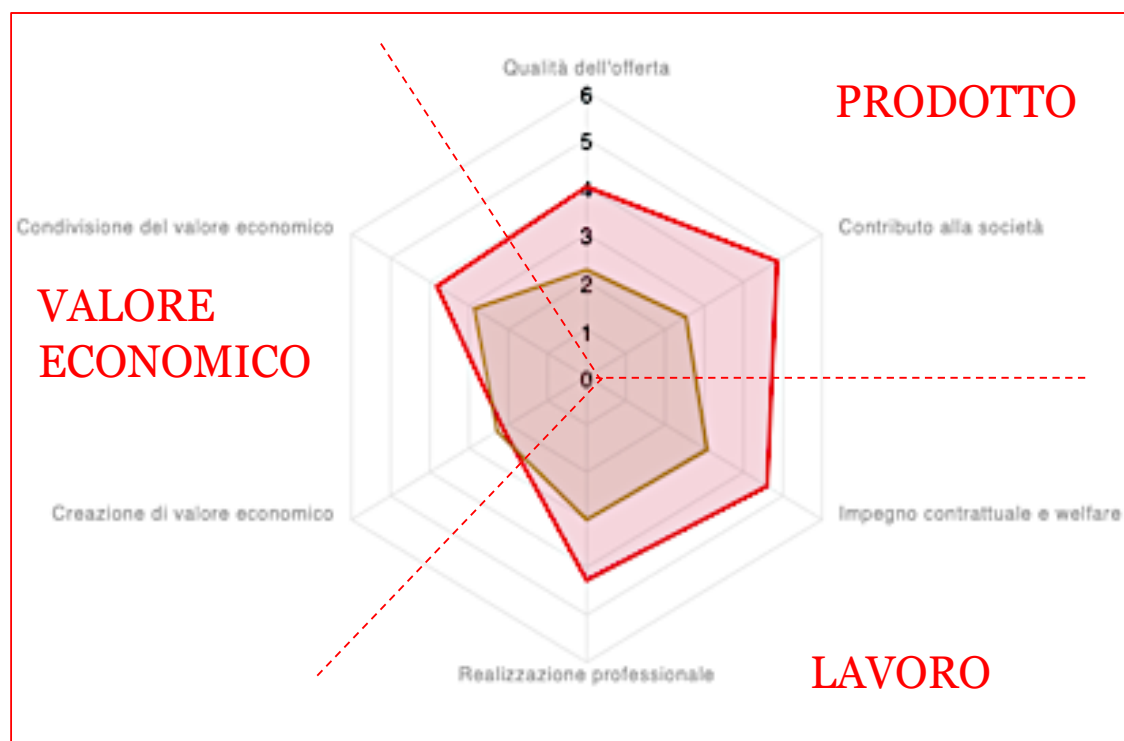
- ☐ Per niente
- ☐ Poco
- ☐ Abbastanza
- ☐ Sì
- ☐ Sì, molto
- ☐ Sì, in maniera superiore alle mie aspettative

Indietro

Avanti



5. Valutazione sistemica e impatto sugli SDGs



Take aways

L'**impresa** al centro
dell'osservazione

Per **tutte le imprese**
(anche le piccole,
anche non SB)

Valutazione a fini
strategici, non come
«giudizio»

Valutazione anche
qualitativa e
soggettiva (che non è
un minus)

De-soggettivazione
tramite
coinvolgimento
stakeholder

Solidità di reporting
attraverso la
riconciliazione con
GRI e SDGs



www.labuonaimpresa.it

Grazie.