



SET di INDICATORI



**per la gestione e la comunicazione
delle performance di governance, sociali e ambientali
nelle imprese orafe**

INDICE

PRESENTAZIONE	3
IL SETTORE ORAFO ITALIANO: IL QUADRO GENERALE DI RIFERIMENTO	3
I FATTORI GUIDA DELLA SOSTENIBILITÀ NEL SETTORE ORAFO	5
SCOPO DI UN SET DI INDICATORI DI SOSTENIBILITÀ: GESTIRE E COMUNICARE LE PERFORMANCE NON FINANZIARIE	12
LA FILIERA ORAFA E LA SOSTENIBILTA'	14
LA FILIERA ORAFA: CARATTERISTICHE PRINCIPALI	14
I RISCHI ETICI, SOCIALI E AMBIENTALI NELLA FILIERA ORAFA	18
I BENEFICI E I VANTAGGI COMPETITIVI DAL CONTROLLO ETICO DELLA CATENA DI FORNITURA	22
LE CARATTERISTICHE PRODUTTIVE DELLE IMPRESE ORAFE ITALIANE	23
IL SET DI INDICATORI	24
LE CARATTERISTICHE PECULIARI E LE POTENZIALITÀ	24
LA METODOLOGIA DI SVILUPPO DEL SET DI INDICATORI	26
LE RELAZIONI CON I PRINCIPI CONTENUTI NELLE LINEE GUIDA OCSE	29
I KPI PER RENDICONTARE LA SOSTENIBILITÀ DI FILIERA	31
GLOSSARIO	59
BIBLIOGRAFIA	60
SITOGRAFIA	62

PRESENTAZIONE

Il settore orafa italiano: il quadro generale di riferimento

Il settore orafa, per originalità e qualità delle sue produzioni, è uno tra i settori del “Made in Italy” che più ha contribuito all’immagine dell’Italia nel mondo e che presenta caratteristiche distintive, se si considera che il settore è polverizzato in 11.000 unità produttive, con una dimensione media pari a circa 4,5 dipendenti per unità¹.

Tali imprese hanno trovato la loro peculiare spinta competitiva sviluppandosi in distretti produttivi territoriali, caratterizzati da:

- un rapporto particolare con il mercato che riconosce le caratterizzazioni stilistiche nelle lavorazioni del territorio del distretto e che gioca un ruolo decisivo;
- la presenza, sia di meccanismi di cooperazione, che di concorrenza, controllati ed equilibrati dalle istituzioni locali, in funzione di una crescente innovazione;
- costanti meccanismi innovativi “dal basso” e flessibilità di una tecnologia produttiva che consente un efficace adattamento alla realtà industriale;
- l’ampia mobilità orizzontale e verticale del lavoro;
- il particolare clima che si vive nei distretti e tra gli imprenditori, caratterizzato da una costante emulazione dei colleghi;
- *economie di agglomerazione*, cioè la presenza, concentrata in un unico territorio, di una massa di attività specializzate che incentivano la formazione di un mercato del lavoro, la creazione di infrastrutture dedicate e lo sviluppo di servizi ausiliari (es. trasporti, installazione e riparazione di macchinari, scuole professionali, associazioni di categoria);
- la sedimentazione di elementi intangibili, quali know-how, procedure codificate, relazioni professionali e personali, immagine;
- fattori di “psicologia sociale”, come il grado di pressione competitiva tra le imprese, la fiducia e il capitale sociale², l’appartenenza alla comunità e il senso di identificazione con essa da parte delle persone.

La concatenazione di questi fattori ha portato il settore orafa italiano a distinguersi per qualità e originalità delle produzioni in tutto il mondo. Il mercato europeo rappresenta il principale sbocco per i prodotti orafa-argentieri italiani. Nel 2007 gli altri 26 Paesi dell’U.E. hanno acquistato dall’Italia oggetti in metalli preziosi per un valore complessivo di circa 1.310 milioni di euro, pari al 27,9% del totale mondiale (4690,6 milioni di euro). L’export delle imprese orafa-argentiere italiane verso gli USA, sempre nel 2007, è stato di 702,4 milioni di euro³.

Inoltre il 75% della gioielleria Made in Italy viene esportata (2/3 della produzione orafa) e il comparto è al quinto posto, su un totale di ben 4.436 linee tariffarie, tra i prodotti industriali italiani più commercializzati negli altri Paesi UE e nei Paesi terzi, precedendo tutti gli altri settori della moda⁴.

¹ Fonte: Confindustria Federorafi.

² Il capitale sociale consiste nell’insieme delle relazioni interpersonali formali ed informali, essenziali anche per il funzionamento di società complesse ed altamente organizzate. Esistono relazioni ben definite fra capitale umano, capitale sociale e sviluppo economico di una comunità, sia essa una territorio, una regione o una nazione.

³ Claudio Tomassini, Responsabile Area Legislativa, Normazione Tecnica e Tutela della Proprietà Intellettuale ASSICOR – atti del convegno “il controllo e la marchiatura degli oggetti in metalli preziosi nell’Unione Europea”, Vicenza 20 maggio 2008.

⁴ Dati da Confindustria-Federorafi.

Tuttavia dall'inizio degli anni 2000 il settore è entrato in una fase di grande sofferenza e rallentamento, con la compromissione della propria leadership mondiale, anche a causa del fenomeno della globalizzazione, che ha causato l'unificazione dei mercati mondiali e l'intensificazione della concorrenza di nuovi Paesi emergenti est asiatici.

Di seguito alcuni dati per indicare la portata di tale crisi:

- nel 2009 le esportazioni del settore orafa italiano hanno registrato ancora una contrazione significativa rispetto all'anno precedente (-23,1% in valore e -7,0% in quantità), subendo il peggioramento del quadro economico mondiale. In termini di fatturato si è registrato un calo di oltre il -16% in soli 12 mesi;
- perdita di potere di export: in Usa, il principale Paese di sbocco in cui venivano esportati i preziosi orafi, le esportazioni sono diminuite del -75% in valore;
- aumento di quote di mercato nazionali dei nostri principali competitor come India, Cina, Thailandia, Turchia: le esportazioni di tali Paesi, anche sui nostri mercati nazionali, hanno raggiunto un valore pari al 30% delle nostre esportazioni;
- Il consumo di gioielli in oro in Italia si è ridotto di oltre la metà in dieci anni arrivando alle 41 t del 2009⁵;
- secondo i dati di Unioncamere, le unità locali attive sono passate dalle 12.876 del 2004 alle 11.421 del 2008 con un calo di ben 1.455 unità in soli 5 anni (-11,3%).

⁵ Dati: *Club degli Orafi – Centro Studi Banca Intesa e GFMS.*

I fattori guida della sostenibilità nel settore orafa

La crisi finanziaria globale ha chiaramente aumentato in modo esponenziale le difficoltà del comparto.

Di fronte ad uno scenario così preoccupante è **necessario elaborare nuovi piani strategici di sviluppo** che, puntando sul concetto di sostenibilità e di Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI), possano rilanciare un settore così rilevante per il Made in Italy. L'esigenza di attuare piani e programmi sostenibili e responsabili da parte delle imprese del settore orafa è infatti sollecitata da diversi fattori connessi tra di loro, riassunti nel grafico seguente:



Figura 1 – I fattori guida della sostenibilità nel settore orafa.

Globalizzazione e trasformazioni del mercato:

Il fenomeno della globalizzazione ha modificato sostanzialmente i processi produttivi, di vendita e di approvvigionamento esistenti, offrendo alle imprese la possibilità di:

- incrementare gli scambi di merci e servizi;
- internazionalizzare i propri prodotti e processi, superando le barriere e gli ostacoli della distanza fisica. La catena di fornitura di un prodotto, se precedentemente era concentrata “vicino” all’impresa che lo assemblava e commercializzava (all’interno del territorio regionale o nazionale), ora invece è “dispersa”. In questo senso il prodotto che un’organizzazione commercializza è costituito da differenti parti e componenti che provengono da territori internazionali, molto distanti dall’impresa stessa;

- esternalizzare una serie di attività *labour intensive* in Paesi in via di Sviluppo in cui i bassi costi della manodopera portano le imprese ad acquisire un vantaggio competitivo in termini di minori costi.

Nuove sensibilità del consumatore

Il consumatore oggi ha sviluppato nuovi criteri di scelta dei prodotti basati non solo sulla qualità dei processi di lavorazione, ma anche sulle **modalità** con cui vengono creati i prodotti.

I dati ricavati ed elaborati da recenti indagini di mercato mostrano come l'80% dei consumatori europei si dichiara propenso a favorire lo sviluppo di imprese impegnate, in qualche modo e in qualche misura, nel sociale. Il 72% dei consumatori italiani inoltre ha dichiarato, in specifiche interviste, che sarebbe disposto a pagare un prezzo più elevato per i beni acquistati se avesse garanzie e certezze che le imprese target adottassero uno standard sociale (es. la Social Accountability, SA 8000) oppure si impegnassero in iniziative socialmente rilevanti. L'assunzione di responsabilità sociale da parte di una impresa, quindi, è un modo attraverso il quale differenziare il prodotto rispetto a quello dei concorrenti. Ciò significa che se un'azienda agisce secondo i principi di responsabilità sociale e li comunica opportunamente, ha buone possibilità di essere premiata dai consumatori. Il mercato odierno, infatti, è popolato da consumatori sempre più informati e selettivi⁶.

Il cittadino-consumatore odierno, quindi, si documenta prima di fare un acquisto, ricercando il valore al di là del prodotto o del servizio acquistato. Il consumo fine a se stesso non è più accettabile. Oggi, il mercato non premia un prodotto che ignora il bene dell'individuo e i diritti umani e lavorativi. I consumatori, inoltre, sono più esigenti non solo per quanto riguarda la qualità di ciò che comprano, ma anche per ciò che concerne il *modus operandi* dell'azienda, per esempio, nella tutela dell'ambiente, nelle politiche di assunzione e nei rapporti con le parti sociali.

La tavola n. 1 mostra l'impatto dell'evoluzione del consumatore sul business dell'impresa. Come si può notare, il consumatore ricopre, nell'era del nuovo millennio globalizzato, importanti ruoli di creazione del valore per l'impresa e costituisce il principale soggetto di riferimento ed un indiscusso parametro sul quale rapportare il successo delle organizzazioni.

⁶ A questo riguardo il Prof. Lorenzo Sacconi afferma che il consumatore di oggi è dotato di una nuova razionalità economica di scelta e di consumo dei prodotti. Egli afferma che: *La razionalità economica può essere estesa a comprendere preferenze definite non sulle conseguenze, cui è associato un vantaggio materiale, bensì sul grado di conformità attesa delle azioni a ideali accettati razionalmente. In altri termini le preferenze del consumatore di oggi possono incorporare, unitamente al desiderio delle conseguenze migliori per sé o per chiunque altro, anche il desiderio che le azioni attese delle aziende si conformino a principi o ideali, se tali ideali sono condivisi e accettati da entrambe le parti della relazione.*

	Albori del consumo	Anni sessanta e novanta	Nuovo millennio
Soggetto di riferimento	Azienda	Concorrenza	Consumatore-Cliente
Modello di business	Produttività	Quote di mercato o differenziazione	Valore esperienziale
Mercato	DI MASSA	DI GRUPPO	INDIVIDUALE
Ruolo del consumatore	Consumatore	Cliente	Partner
Luogo di creazione del valore	Engineering e produzione	Engineering produzione e servizi	Intera azienda col consumatore che diventa co-creatore di valore
Driver di redditività	Costo e funzionalità	Volume, caratteristiche e servizi di qualità	Esperienze che coinvolgono e circondano il prodotto e l'azienda
Parametri di successo	Quantità dei clienti	Quantità e soddisfazione clienti/consumatori	Fedeltà dei clienti-consumatori

Tavola 1 - L'evoluzione nel tempo del ruolo del consumatore – fonte rielaborata: “Priceless” D.Lasalle, T.A. Britton.

Essere responsabile, mai come oggi, rappresenta un modo per creare un vantaggio distintivo per l'impresa, rispetto a quello dei concorrenti. Se è vero che il consumatore odierno è dotato di criteri di scelta e di acquisto più critici, riguardo al comportamento etico dell'azienda nello sviluppo, produzione e commercializzazione dei suoi prodotti e servizi, è altresì vero che un'impresa potrebbe accrescere la propria quota di mercato e fidelizzare la clientela.

Più nello specifico, il settore orafa dovrebbe cogliere le sfide che la crisi finanziaria e globale sta imponendo alle imprese, se vuole sopravvivere. Anche l'industria dei gioielli deve quindi cogliere l'opportunità di ripensare le sue pratiche di business. Comprendere in che modo la crisi finanziaria sta cambiando le preferenze dei consumatori è importante per permettere alle imprese di elaborare modelli di sviluppo in linea con le preferenze del mercato e, quindi, di reagire e di essere dotati di una solidità necessaria alla crescita, quando la crisi sarà passata.

Le nuove preferenze del mercato indicano come la consapevolezza della provenienza dei prodotti orafi e del modo in cui essi sono stati prodotti diventa tanto importante per il consumatore quanto il prodotto stesso. In base a questa nuova linea di tendenza, le aziende orafe e del lusso hanno la possibilità di rifondare il proprio modello di business su basi maggiormente sostenibili ed integrate nello loro filosofia aziendale (monitoraggio e controllo degli aspetti etici, sociali e ambientali nella loro produzione e nella filiera di approvvigionamento) e allo stesso tempo rispondere in modo adeguato alle richieste di consumatori maggiormente informati, sensibili e responsabili.

La Responsabilità d'Impresa dovrebbe perciò diventare una parte invisibile, ma essenziale delle attività di business giornaliere. Nel lungo periodo questo modo di agire a livello strategico ed operativo porterà ad uno scenario in cui le aziende migliori, più ammirate, più influenti e con i migliori profitti non sfrutteranno più la popolazione e il pianeta, bensì le opportunità per migliorare entrambi questi aspetti.

Queste considerazioni implicano che il gioiello incorpora in sé una serie di valori in base ai quali il consumatore sceglie se acquistare o non acquistare il prodotto. Tali valori possono essere distinti in due categorie, specificate nella figura n. 2:



Figura 2 – I valori alla base della scelta di acquisto di un prodotto orafa.

Comprendere quindi le modalità con cui la crisi finanziaria sta variando le preferenze dei consumatori è importante per permettere alle imprese di reagire e di essere più forti, quando la crisi sarà passata. Come si evince dalla figura n. 2, il valore di un gioiello percepito da un consumatore non deriva solamente da fattori materiali, associati per esempio alla qualità delle pietre preziose (es. taglio e lucidatura) oppure dalla purezza dell'oro (es. carati), ma anche da fattori immateriali che ricomprendono per esempio:

- la provenienza dei prodotti;
- il modo in cui sono stati prodotti.

Tali fattori diventano tanto importanti quanto quelli materiali.

Già molte aziende del lusso hanno risposto alle richieste dei consumatori che sono più sensibili verso le questioni ambientali, sociali ed etiche⁷. La crisi economica ha infatti costretto (o permesso) a queste realtà aziendali di valutare il peso dei comportamenti responsabili per sviluppare utili. Con i profitti messi sotto pressione, i marchi del lusso possono sopravvivere solo se sono socialmente responsabili, e questo è un dato di fatto⁸. Solamente le imprese che penseranno alla responsabilità sociale come parte integrante della loro filosofia aziendale (controllare l'intera supply chain e la gamma totale dei prodotti dal punto di vista etico, attraverso alti standard di integrità) e non come una semplice (e controproducente nel medio-lungo periodo) azione di marketing, potranno:

- ottenere benefici dal comportamento di acquisto dei consumatori;
- consolidare il rapporto dei clienti con il proprio marchio.

⁷ E' il caso, per esempio, dell'azienda Bulgari, oppure del Gruppo Gucci.

⁸ Fonte: Responsible luxury – a report on the new opportunities for business to make a difference, Jonathan Kendall, CIBKO.

Esiste una relazione direttamente proporzionale, infatti, tra fiducia nel marchio da parte di un consumatore, (fiducia che deriva dal fatto che il consumatore trova rispecchiati nel marchio una serie di valori fondanti il proprio stile di vita⁹) e capacità del consumatore stesso di essere un “ambasciatore” fedele del marchio stesso. La fiducia porta in sé tre ordini di benefici essenziali:

- è un importante elemento di differenziazione di mercato;
- è una fonte di buona reputazione;
- è una fonte di valore finanziario.

Maggiormente una impresa osserverà ritorni positivi (es. economici, di immagine e reputazione) da processi responsabili, maggiormente sarà in grado di consolidare la propria reputazione e il proprio brand e sarà spronata ad investire in progetti ed azioni per la sostenibilità del suo business.

Attività nazionali ed internazionali in tema di sostenibilità della filiera dei preziosi

La tematica della sostenibilità lungo tutta la filiera dell’oro è alquanto sentita come urgente e rilevante dalle Istituzioni e da diverse Organizzazioni della società civile, sia a livello internazionale che a livello nazionale, ripresa e concretizzata con azioni specifiche, come indicato nella tavola seguente:

ATTIVITÀ INTERNAZIONALI E NAZIONALI IN TEMA DI SOSTENIBILITÀ DELLA FILIERA DEI METALLI PREZIOSI	
Azioni e programmi intrapresi	Breve descrizione e tematiche toccate
Internazionali	
RJC System	<p>Sviluppato dal Responsabile Jewellery Council, <u>a cui aderisce anche l’Associazione Federorafi italiana</u>¹⁰, mediante una larga consultazione multi-stakeholder con i partecipanti e le parti interessate nella catena di approvvigionamento del gioiello. La missione del RJC mira a “promuovere pratiche responsabili, etiche, sociali ed ambientali, che rispettino i diritti umani, in tutta la filiera del diamante, dell’oro e dei gioielli, dalla miniera al dettaglio”.</p> <p>La certificazione, proposta da RJC, dimostra che le organizzazioni aderenti e operanti nel settore orafa, sviluppano le loro attività in modo responsabile, sono attente a non ledere i diritti umani e sociali dei lavoratori coinvolti nella filiera dell’oro (estrazione, trasporto, trasformazione e lavorazione) e a valorizzare le prestazioni ambientali. In merito, Bulgari, membro di Federorafi, si è dimostrata molto interessata e convinta ad aderire a tale standard¹¹.</p>

⁹ Una indagine realizzata negli USA evidenzia come il 91% dei consumatori acquista da imprese in cui ripone fiducia a fronte di un 71% che, invece, si rifiuta di comprare da compagnie di cui non si fida. Inoltre il 55% dei consumatori pagherebbe un sovrapprezzo per acquistare un prodotto da una impresa di cui si fida. Fonte: Edelman Trust Barometer 2009-2010.

¹⁰ In merito Michael Rae, Chief Executive Officer dell’Associazione, ha dichiarato che “con le sue 800 aziende manifatturiere italiane, Confindustria Federorafi è una organizzazione perfetta per aiutarci a raggiungere i piccoli e grandi costruttori che intendono dimostrare pratiche di business responsabile e solidale”.

Anche Antonio Zucchi, Presidente di Confindustria Federorafi, ha affermato che “il Responsible Jewellery Council può svolgere un ruolo centrale nel nostro Paese”.

¹¹ Fonte Federorafi, news del 18/05/2010.

Due diligence in the mining and minerals sector	Progetto pilota dell'OCSE per la promozione dell'investimento responsabile attraverso una migliore due diligence nell'industria estrattiva. Il progetto risponde alle richieste avanzate all'OCSE dalla comunità internazionale
Cyanide Management Code	Programma volontario dell'industria che promuove la gestione responsabile di cianuro utilizzato nelle miniere d'oro, migliorando la protezione della salute umana e ridurre il potenziale di impatto ambientale.
Principi per uno sviluppo sostenibile nel settore dell'attività estrattiva mineraria	Promossi dal Consiglio Internazionale sull'attività Mineraria e Metalli (ICMM) che ha sviluppato anche un'interessante analisi degli standard correnti nel settore dell'attività estrattiva, ponendoli in correlazione con le linee guida internazionali, tra cui le Linee Guida dell'OCSE.
Nazionali	
Primo tavolo tecnico multistakeholder relativo al settore orafa e metalli preziosi	Realizzato nel novembre 2009, presso il Ministero dello Sviluppo Economico, vi hanno partecipato i rappresentanti delle istituzioni, degli enti di controllo e delle associazioni. Diversi sono stati i temi affrontati ma in particolare tre rimandano agli aspetti della sostenibilità nel settore: <ol style="list-style-type: none"> 1) Il possibile adeguamento alla convenzione di Vienna, grazie alla quale verrebbe favorita maggiormente la libera circolazione dei manufatti in oro e metalli preziosi nell'ambito UE, con i seguenti vantaggi: <ol style="list-style-type: none"> a. maggiore trasparenza per la notevole riduzione del mercato nero; b. maggiore competizione per l'assenza di barriere artificiali e protezionistiche; c. maggiori concorrenti veri per la libertà di accesso al mercato. 2) la valorizzazione della filiera produttiva dell'oro, attraverso la necessità per le imprese del settore di entrare in relazione sinergica, aggregandosi, sfruttando il cosiddetto contratto di rete, un nuovo istituto che ha visto impegnato in prima linea la DG Politiche Industriali e che, semplificando alcune procedure di aggregazione, accresce la capacità innovativa e la competitività sul mercato di quelle imprese che hanno intenzione di esercitare una o più attività in comune.
Memorandum d'Intesa sulla Responsabilità Sociale d'Impresa	Il Ministero dello Sviluppo Economico, Confindustria Federorafi e il Responsible Jewellery Council (RJC) hanno sottoscritto nel maggio del 2012 un Memorandum d'Intesa al fine di cooperare nello sviluppo di progetti congiunti finalizzati a migliorare le pratiche sociali, ambientali e lavorative nel settore gioielliero italiano.

Tavola 2 – Attività internazionali e nazionali in tema di sostenibilità della filiera dei metalli preziosi.

Interesse ai temi dello sfruttamento del lavoro nelle miniere di estrazione di pietre e metalli preziosi da parte della stampa e dei media

I media (es. giornali, quotidiani, riviste di settore¹², televisione, cinema) hanno amplificato, mediante differenti strumenti comunicativi, le informazioni relative al tema dell'etica e della tutela dei diritti umani e dei lavoratori nel settore orafo, sviscerando situazioni decisamente critiche, specialmente in quei Paesi in via di sviluppo in cui le materie prime preziose vengono estratte, come ad esempio:

- il mancato rispetto dei diritti dell'uomo e dei lavoratori;
- la scarsa o la mancata sicurezza delle persone sul luogo di lavoro;
- l'inquinamento dei fiumi e delle risorse idriche delle popolazioni limitrofe alle zone di estrazione e prima lavorazione delle materie prime¹³.

Si pensi, per esempio, alla produzione cinematografica "Blood Diamond". Il film mostra, attraverso uno sguardo disincantato, una fotografia purtroppo realistica degli aspetti critici dal punto di vista etico e sociale che riguardano i processi di estrazione e commercializzazione dei diamanti in Sierra Leone (Africa), in cui l'assenza di un controllo istituzionale e il mancato rispetto di principi etici sono associati anche a fenomeni quali corruzione e finanziamento di azioni terroristiche.

Anche i nuovi canali on line (es. Youtube) hanno contribuito a diffondere il tema dello stato estremamente critico dal punto di vista etico e ambientale in cui versa la filiera dell'oro, diffondendo sulla rete diversi video che hanno contribuito a sensibilizzare i cittadini, i governi, le istituzioni e le diverse organizzazioni della società civile, sul tema¹⁴.

¹² In merito si leggano molteplici articoli apparsi su Vioro Magazine (la rivista ufficiale della Fiera di Vicenza con una distribuzione mondiale di 60.000 copie all'anno) reperibili anche online.

¹³ Queste tematiche verranno trattate in modo più completo e approfondito nei capitoli successivi.

¹⁴ A titolo di esempio, si visualizzi "il Business dell'Oro", inchiesta realizzata da Current, network televisivo internazionale di informazione indipendente, che documenta le condizioni di vita dei minatori in tutto il mondo ed in particolare nelle miniere del Ghana (Africa) e poi in Sardegna, regione italiana tra le protagoniste nella lavorazione dell'oro: <http://www.youtube.com/watch?v=XX40H0zJMe0> (Sito visitato nel gennaio 2012). Nel giro di poco più di un anno il video è stato visualizzato da circa 4000 utenti.

Scopo di un set di indicatori di sostenibilità: gestire e comunicare le performance non finanziarie

Parlare di “sostenibilità” nel settore orafa significa, in linea con le sopracitate considerazioni, **monitorare, misurare e gestire** le performance aziendali in relazione a tre tematiche essenziali¹⁵:

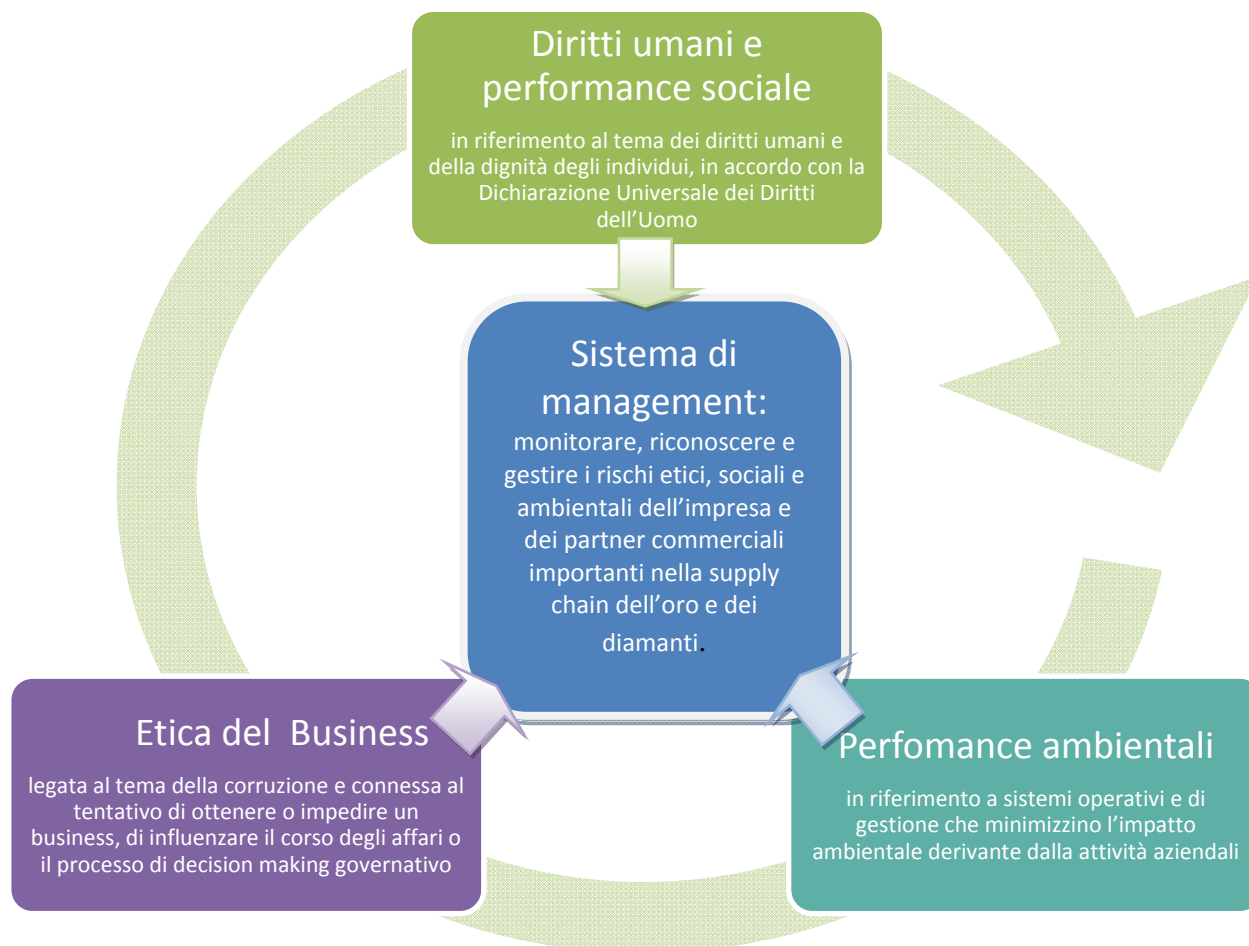


Figura 3 – I driver essenziali della sostenibilità nel settore orafa.

Le tre dimensioni sopra esposte e collegate in modo sistemico, sono connesse ad una quarta dimensione centrale, che costituisce il mezzo per gestirle: il sistema di management. Esso si concretizza nella definizione di chiare procedure e pratiche aziendali che mirano a monitorare e quindi a gestire gli aspetti etici legati non solo al perimetro aziendale, ma all'intera filiera orafa, a monte (fornitori¹⁶) e a valle (clienti, consumatori e in genere partner commerciali). Nel capitolo successivo verrà illustrata la struttura della filiera delle pietre e dei metalli preziosi e approfondite le criticità connesse alle dimensioni aziendali specificate.

Sulla base di queste premesse, il set di indicatori proposti ha lo scopo di essere da un lato, un ausilio all'impostazione di un sistema di monitoraggio e controllo dei *non financial risk* connessi a tutti gli anelli che compongono la filiera orafa (dalla fase di estrazione e reperimento delle materie

¹⁵ Tali temi verranno approfonditi nei paragrafi seguenti.

¹⁶ Secondo una indagine condotta da Eurisko nel 2011, su 183 imprese rappresentative del mercato italiano, oltre un terzo considera molto importante la sostenibilità di filiera. Inoltre, su 500 consumatori intervistati, il 76% ritiene molto importante che un'impresa garantisca la sostenibilità della propria filiera.

prime, alla commercializzazione dei prodotti orafi finiti), dall'altro uno strumento di accountability¹⁷ in grado di migliorare la comunicazione degli impatti sociali e ambientali delle imprese nel settore gioielliero italiano a tutti i propri stakeholder¹⁸.

Studi condotti a livello europeo dimostrano, come a livello economico le imprese abbiano conseguito, anche grazie a regole chiare e definite, progressi importanti nella rendicontazione degli aspetti economici della propria attività. Tuttavia, dal punto di vista del monitoraggio degli impatti non finanziari, il monitoraggio risulta ridotto per quanto riguarda la dimensione ambientale e sociale¹⁹. Inoltre sempre secondo tale studio sarebbe proprio la mancanza di metrica e di strumenti l'ostacolo principale per una efficace implementazione di politiche di acquisto sostenibile.

Anche in ragione di questo dato, l'organizzazione, che opera all'interno della filiera orafa, potrà utilizzare opportuni KPI per colmare questo deficit, con un duplice scopo:

Gestire le performance non finanziarie

- Un sistema di KPI consente all'impresa di migliorare la gestione delle proprie attività e degli impatti sociali ed ambientali, mappando i punti di forza e di debolezza derivanti dal sistema di relazioni con i portatori di interesse.

In quest'ottica un set di indicatori di sostenibilità consente di:

- misurare il livello di sostenibilità delle imprese nel settore orafa;
- supportare la capacità di pianificazione e controllo delle attività aziendali;
- migliorare il sistema informativo per assumere decisioni;
- verificare il perseguimento degli obiettivi;
- gestire le priorità e le aspettative dei portatori di interesse dell'impresa (es. clienti, fornitori, istituzioni, partner, comunità, risorse umane, ONG, Associazioni);
- gestire i processi critici della attività aziendali, mediante l'attivazione di tempestive ed adeguate misure correttive.

¹⁷ Con tale termine si fa riferimento alla capacità dell'impresa di fornire ai portatori di interesse informazioni chiare e trasparenti, affidabili e complete, allineate alle attese degli stakeholder.

¹⁸ Il set di indicatori costituisce infine uno strumento innovativo a disposizione delle aziende orafe per migliorare il proprio approccio manageriale alla gestione dell'impresa. Infatti, è opinione diffusa che la competitività del sistema italiano delle piccole e medie imprese orafe potrà essere rafforzata non solo puntando sulle competenze tecniche degli imprenditori (il sapere fare bene il proprio mestiere, producendo qualità), ma anche quelle manageriali per gestire in modo ottimale l'organizzazione all'interno dei mercati.

¹⁹ F. Szekey, and M. Knirsch, Center for Responsible leadership Sustainable Future, *Leadership and corporate responsibility*.

Comunicare le performance non finanziarie

- Un sistema di KPI (inserito per esempio all'interno di un report di sostenibilità) consente di **comunicare efficacemente i risultati e gli effetti prodotti dall'impresa**, perché permette agli stakeholder di reperire informazioni utili, chiare ed attendibili riguardo all'operato dell'organizzazione.

In quest'ottica, un set di indicatori di sostenibilità consente di:

- migliorare la portata informativa delle attività dell'organizzazione;
- impostare una comunicazione trasparente delle performance economiche, sociali ed ambientali delle imprese nel settore;
- promuovere relazioni fiduciarie con la clientela, le istituzioni, le risorse umane, il territorio e la comunità in generale, essenziali per ottenere un vantaggio competitivo;
- consolidare il rapporto di fidelizzazione con i clienti, raggiungere nuovi segmenti di clientela e nicchie di mercato.

LA FILIERA ORAFA E LA SOSTENIBILITÀ

La filiera orafa: caratteristiche principali

La filiera orafa, lungo la quale si snoda la domanda e l'offerta delle industrie e delle imprese che operano nel settore dei gioielli, risulta molto complessa e frammentata.

La complessità deriva dal fatto che i materiali grezzi possono:

- provenire da differenti tipologie di miniere e da diversi Paesi;
- possono subire diverse fasi di vendita, prima di arrivare al consumatore finale;
- possono essere mischiati e convertiti in nuovi prodotti, prima di giungere al mercato di sbocco.

Per meglio comprendere la natura e le caratteristiche essenziali della supply-chain della filiera orafa, di seguito si presentano due tavole esplicative. La filiera dell'oro (in rappresentanza dei "metalli preziosi") e dei diamanti (in rappresentanza delle pietre preziose) in cui sono coinvolte le principali organizzazioni.

ORO						
Estrazione su larga scala	Raffinazione		Manifattura del prodotto	Com- mercio	Vendita all'ingrosso	Vendita al dettaglio
Estrazione su scala ridotta	Fusione					
	Riciclaggio					
1° step	2° step		3° step	4° step		

Tavola 3 – La supply-chain dell'oro.

DIAMANTI							
Estrazione su larga scala	Commercio di materiale grezzo		Commercio di pietre lucidate	Manifattura del prodotto	Commercio	Vendita all'ingrosso	Vendita al dettaglio
Estrazione su scala ridotta		Taglio e lucidatura					
Diamanti sviluppati in laboratorio							
1° step	2° step		3° step	4° step			

Tavola 4 – La supply- chain dei diamanti.

Ogni step della filiera orafa contribuisce a sviluppare il valore finale del prodotto orafa che sarà venduto al consumatore finale.

Appare quindi chiaro che ogni anello della filiera orafa è coinvolto e responsabile nella generazione di parte del valore finale del gioiello.

Il valore del gioiello, come già espresso, non deriva solamente dalla qualità dei differenti processi degli operatori nelle differenti fasi della catena del valore, ma incorpora anche un **aspetto etico**, ovvero le modalità con cui tali processi sono gestiti rispetto all'impatto sociale ed ambientale che essi possono produrre. Sotto questo aspetto, la responsabilità delle organizzazioni coinvolte all'interno della filiera è quella di incoraggiare pratiche aziendali responsabili, che vengano messe in atto dal maggior numero possibile di imprese operanti all'interno del comparto dei gioielli²⁰.

²⁰ Questo obiettivo, ad esempio, è quello dell'Associazione RJC la quale ha promosso una specifica certificazione, per le organizzazioni aderenti e operanti nel settore orafa, che sviluppano le loro attività in modo responsabile, attente a rispettare i principi etici e sociali (es. non ledere i diritti umani e sociali dei lavoratori coinvolti nella filiera dell'oro) e a valorizzare le prestazioni ambientali (minimizzare l'impatto delle lavorazioni sull'ecosistema).

Di seguito si riportano le informazioni principali, le caratteristiche e i processi svolti, per ogni anello della filiera orafa²¹:

ORO

Estrazione su larga scala	L'Estrazione su larga scala generalmente è intrapresa da grandi imprese che si avvalgono di numerose risorse umane e di ingente forza lavoro. L'impresa estrae in grandi siti e continua le operazioni fino a quando i minerali o i metalli non sono completamente estratti.
Estrazione su scala ridotta	L'estrazione su scala ridotta è praticata da gruppi relativamente piccolo di soggetti erranti, che viaggiano insieme ed identificano siti che si pensa possano contenere oro o altri metalli o minerali di valore. Spesso le miniere su scala ridotta sono quelle artigianali ²² in cui il rischio di mancato rispetto dei diritti umani e dei lavoratori e della scarsa sicurezza delle persone e dei processi estrattivi, è spesso maggiore rispetto a quello esistente presso le miniere su larga scala, gestite da gruppi minerari internazionali
Rifinitura	Purificazione e separazione dell'oro dal metallo impuro, attraverso utilizzo di sostanze alchemiche potenzialmente nocive (es. cianuro, mercurio).
Fusione	Prevede l'estrazione di metallo dal minerale grezzo, attraverso il calore e un agente chimico riducente che decompone il minerale grezzo per lasciare il metallo.
Riciclaggio	Processo tramite il quale l'oro viene sottoposto a fasi di lavorazione che ne consentono il riutilizzo.
Manifattura del prodotto	Processo di produzione del gioiello o del manufatto in oro.
Commercio	Compravendita e scambio di prodotti (in oro).
Vendita all'ingrosso	Acquisto di merci in nome e per conto proprio e rivendita delle stesse ad altri commercianti all'ingrosso o al dettaglio, o a utilizzatori professionali e a grandi consumatori.
Vendita al dettaglio	Vendita del prodotto, munito di imballo (packaging), al cliente finale.

²¹ Fonte rielaborata: RJC Certification Handbook, p. 5.

²² Recenti studi stimano che le piccole miniere nel mondo (Communities and Small-Scale Mining - CASM) sono comprese tra i 10 e i 30 milioni. 100 milioni di persone sono direttamente o indirettamente dipendenti da miniere su piccola scala. Solamente in Ghana (il principale Paese africano dal quale viene esportato l'oro in l'Italia), i lavoratori in miniere artigianali sono stimati tra i 150.000 e 250.000. Fonte: rivista Longitude, Marzo 2012.

DIAMANTI

Estrazione su larga scala	L'Estrazione su larga scala è intrapresa da grandi imprese che si avvalgono di numerose risorse umane e di ingente forza lavoro. L'impresa estrae in grandi siti e continua le operazioni fino a che i minerali non sono completamente estratti.
Estrazione su scala ridotta	L'estrazione su scala ridotta è praticata da gruppi relativamente piccoli di soggetti erranti, che viaggiano insieme ed identificano siti che, si pensa, possano contenere minerali di valore.
Diamanti sviluppati in laboratorio	Diamanti prodotti in laboratorio, attraverso un processo tecnologico, al contrario dei diamanti naturali, che derivano da un processo di natura geologica.
Commercio di materiale grezzo	Compravendita di diamanti allo stato grezzo, antecedente alle fasi di lavorazione che includono il taglio e la levigatura.
Taglio e lucidatura	A seconda delle caratteristiche della pietra si sceglie un taglio che ne esalti determinate qualità, che possono essere il colore o la dispersione cromatica. Successivamente si procede alla lucidatura, al fine di esaltare le caratteristiche della pietra.
Commercio di pietre lucidate	Compravendita di pietre sottoposte al trattamento di lucidatura, che esalta il colore, la venatura e le caratteristiche intrinseche delle stesse.
Manifattura del prodotto	Processo di produzione del gioiello o del manufatto in diamanti.
Commercio	Compravendita e scambio di prodotti (in diamanti).
Vendita all'ingrosso	Acquisto di merci in nome e per conto proprio e rivendita delle stesse ad altri commercianti all'ingrosso o al dettaglio, o a utilizzatori professionali e a grandi consumatori.
Vendita al dettaglio	Vendita del prodotto, munito di imballo (packaging), al cliente finale.

I rischi etici, sociali e ambientali nella filiera orafa

La globalizzazione ha causato un aumento del numero di attori e intermediari che operano all'interno delle catene di fornitura, diffondendo le informazioni, il valore aggiunto e i rischi in tutto il mondo.

Di seguito, si presenta un quadro sintetico della tipologia dei rischi etico-sociali potenzialmente presenti nella filiera orafa dei metalli (oro) e delle pietre preziose (diamanti). Tali rischi sono stati analizzati secondo:

- una dimensione endogena: rischi presenti all'interno di ogni singolo anello della filiera dell'oro e dei diamanti;
- una dimensione esogena: rischi derivanti dall'interazione della filiera orafa con i portatori di interesse esterni al settore, ma sensibili alle sue attività e/o influenzati (es. comunità, clienti, Istituzioni, ONG, Associazioni di settore).

Principali anelli della catena del valore (filiera) dell'oro	Principali rischi etico-sociali e ambientali endogeni
Estrazione su larga scala, estrazione su scala ridotta	<p>Rischi etico-sociali</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mancato rispetto dei diritti umani • Condizioni di lavoro non eque • Scarsa gestione e tutela della salute e della sicurezza dei minatori • Pratiche di estrazione non legali • Impatti negativi sulle comunità e popolazioni indigene • Mancato coinvolgimento dei minatori che lavorano su scala ridotta o in modo artigianale nelle vicinanze • Impatti negativi derivanti da chiusura delle miniere • Business nelle aree di conflitto • Corruzione legata a commercio illegale • Spopolamento di ampie zone e migrazioni interne disordinate e critiche (impoverimento di intere zone) <p>Rischi ambientali</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contaminazione dell'acqua e del suolo • Mancata protezione delle biodiversità • Emissione di gas serra • Gestione inefficace degli scarti di miniera • Impoverimento e avvelenamento del terreno e mancate possibilità di utilizzo futuro (agricoltura, riforestazione)
Raffinazione, fusione, riciclaggio	<p>Rischi etico-sociali</p> <ul style="list-style-type: none"> • Scarsa gestione e tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori (in particolare per raffinazione e fusione) • Assenza di tracciabilità del materiale prezioso • Pericolosi mix di materiale prezioso tracciato e non tracciato (di particolare rilievo per fasi di fusione e riciclaggio) <p>Rischi ambientali</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elevato consumo di acqua e di energia (es. fase di levigazione) • Elevata produzione di scarti

	<ul style="list-style-type: none"> • Emissioni acustiche insostenibili • Utilizzo di solventi e prodotti chimici altamente inquinanti per l'ambiente e pericolosi per la salute umana²³ • Emissione di gas nocivi per l'ambiente e per le persone (es. vapori di mercurio) • Impoverimento e avvelenamento del terreno e mancate possibilità di utilizzo futuro (agricoltura, riforestazione)
Manifattura del prodotto	<p>Rischi etico-sociali</p> <ul style="list-style-type: none"> • Scarsa gestione e tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori • Assenza di tracciabilità del materiale prezioso • Pericolosi mix di materiale prezioso tracciato e non tracciato (di particolare rilievo per fasi di fusione e riciclaggio) <p>Rischi ambientali</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emissioni inquinanti dannose • Utilizzo elevato di materie prime ed energetiche (acqua, elettricità, metano, combustibili) • Utilizzo di solventi e prodotti chimici altamente inquinanti per l'ambiente e pericolosi per la salute umana
Commercio, vendita all'ingrosso, vendita al dettaglio	<p>Rischi etico-sociali</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mancate certificazioni di provenienza • Scarsa trasparenza su questioni etico-sociali e ambientali comunicate al consumatore • Scarsa comunicazione mediante materiale informativo (es. brochure, packaging adeguato del prodotto, smart card, report ad hoc) sulla provenienza del materiale prezioso e sulle modalità di estrazione, lavorazione, commercio

Tavola 5 – I rischi etico-sociali e ambientali endogeni alla filiera dell'oro.

²³ Tali sostanze sono principalmente: cianuro alcalino (utilizzato nella fase di cianurazione) che porta alla formazione di sali complessi; mercurio utilizzato nella fase di amalgamazione e miscelato con l'oro, creando un'amalgama che viene successivamente distillata; acido solforico, acido nitrico e cloro che vengono utilizzati per separare l'oro puro da altri residui.

Principali anelli della catena del valore (filiera) dei diamanti/pietre preziose	Principali rischi etico-sociali e ambientali endogeni
<p>Estrazione su larga scala Estrazione su scala ridotta</p>	<p>Rischi etico-sociali</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mancato rispetto dei diritti umani • Condizioni di lavoro non eque • Pratiche di estrazione non legali • Scarsa gestione e tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori • Impatti negativi sulle comunità e popolazioni indigene • Impatti negativi derivanti da chiusura delle miniere • Scarso coinvolgimento dei minatori che lavorano su scala ridotta o in modo artigianale nelle vicinanze • Business nelle aree di conflitto • Corruzione legata a commercio illegale • Spopolamento di ampie zone e migrazioni interne disordinate e critiche (impoverimento di intere zone) <p>Rischi ambientali</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contaminazione dell'acqua e del suolo • Scarsa protezione delle biodiversità • Emissioni nocive di gas serra • Gestione inefficace degli scarti di miniera
<p>Commercio di materiale grezzo Taglio e lucidatura Commercio di pietre lucidate</p>	<p>Rischi etico-sociali</p> <ul style="list-style-type: none"> • Scarsa gestione e tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori (in particolare per fase di taglio e lucidatura) • Assenza di tracciabilità delle pietre preziose • Mix pericolosi di pietre preziose tracciate e non tracciate (di particolare rilievo per fasi di commercio materiale grezzo o di pietre lucidate) • Corruzione legata a commercio illegale • Criticità legate al business dei diamanti in zone di conflitto <p>Rischi ambientali</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elevato consumo di acqua e di energia (es. fase di levigazione) • Elevata produzione di scarti • Emissioni acustiche insostenibili • Utilizzo di solventi e prodotti chimici inquinanti per l'ambiente e pericolosi per la salute umana
<p>Manifattura del prodotto</p>	<p>Rischi etico-sociali</p> <ul style="list-style-type: none"> • Scarsa gestione e tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori • Assenza di tracciabilità delle pietre preziose • Mix pericolosi di pietre preziose tracciate e non tracciate (di particolare rilievo per fasi di fusione e riciclaggio) <p>Rischi ambientali</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emissioni inquinanti • Utilizzo elevato di materie prime ed energetiche (acqua, elettricità, metano, combustibili) • Utilizzo di solventi e prodotti chimici altamente inquinanti per l'ambiente e pericolosi per la salute umana

Commercio, vendita all'ingrosso, vendita al dettaglio	Rischi etico-sociali <ul style="list-style-type: none"> • Mancate certificazioni di provenienza • Scarsa trasparenza su questioni etico-sociali e ambientali comunicate al consumatore • Scarsa comunicazione mediante materiale informativo (brochure, packaging adeguato del prodotto) sulla provenienza del materiale prezioso e sulle modalità di estrazione, lavorazione, commercio
---	--

Tavola 6 – I rischi etico-sociali e ambientali endogeni alla filiera dei diamanti.

Principali rischi etico-sociali e ambientali esogeni legati all'interazione con l'ambiente esterno	
Rischio di boicottaggio	<ul style="list-style-type: none"> • Calo delle vendite • Contrazione del fatturato • Perdita di valore del titolo (se l'impresa è quotata) • Riduzione del portafoglio clienti • Deterioramento del rapporto di fidelizzazione con i clienti
Asimmetria informativa	<ul style="list-style-type: none"> • Valutazione non corretta del reale valore dell'impresa • Definizione di un grado di rischiosità superiore a quello reale • Diminuzione delle probabilità di investimenti nell'impresa • Diminuzione del valore del titolo (se l'impresa è quotata)
Brand awareness negativa Rischio reputazionale	<ul style="list-style-type: none"> • Diminuzione di profitti • Perdita di fatturato • Diminuzione del portafoglio clienti • Deterioramento dei rapporti e delle relazioni con i partner • Vulnerabilità legate alla perdita di clienti e partner • Deterioramento della reputazione • Perdita del valore del titolo (se l'impresa è quotata)

Tavola 7 – I rischi etico-sociali e ambientali esogeni alla filiera dei gioielli.

I rischi potenzialmente presenti all'interno dei singoli settori, evidenziati nelle tavole n. 5 e 6, generano quindi, a loro volta, una serie di criticità legate all'interazione della filiera con l'ambiente esterno (tavola n. 7).

E' importante notare che i rischi etico sociali e ambientali presenti anche solo all'interno di un singolo anello della catena possono potenzialmente generare rischi esogeni dannosi non solo a quel singolo anello, ma all'intera filiera orafa. Risulta perciò fondamentale che le imprese orafe, specialmente quelle italiane, per migliorare la propria competitività internazionale, considerino, individuino, misurino e gestiscano questi rischi nei loro processi di approvvigionamento, lavorazione, commercializzazione dei metalli, pietre preziose e gioielli.

Un sistema efficace di KPI permette di:

- individuare, gestire ed eliminare i rischi etico-sociali e ambientali a cui è potenzialmente soggetta un'organizzazione che opera all'interno della filiera orafa;
- "liberare" il valore incorporato al manufatto che giunge al cliente finale.

I benefici e i vantaggi competitivi dal controllo etico della catena di fornitura

Se, da un lato, il mancato monitoraggio dei rischi legati ai fattori non finanziari può generare criticità capaci di erodere il valore dell'impresa, dall'altro, un controllo di tali impatti può contribuire all'ottenimento di una serie di vantaggi, esplicitati nella tavola seguente:

Dimensione	Principali comportamenti ed azioni responsabili	Benefici interni da comportamenti ed azioni responsabili	Benefici legati all'interazione con ambiente e stakeholder esterni
Sociale	<ul style="list-style-type: none"> • Rispetto dei diritti umani • Condizioni di lavoro eque • Gestione e tutela della salute e della sicurezza dei minatori • Monitoraggio e gestione responsabile degli impatti sulle comunità e popolazioni indigene • Coinvolgimento dei minatori che lavorano su scala ridotta o in modo artigianale nelle vicinanze delle grandi miniere 	<ul style="list-style-type: none"> • Minore conflittualità e scioperi • Aumento della produttività • Buoni rapporti con i sindacati e le comunità locali • Diminuzione della possibilità di danni economici derivanti da conflittualità con sindacati, scioperi e tensioni coi lavoratori²⁴ • Diminuzione della possibilità di incorrere in multe o ammende 	<ul style="list-style-type: none"> • Corretta valutazione del reale valore dell'impresa • Definizione di un grado di rischio minore da parte degli investitori ed analisti finanziari • Aumento delle probabilità di investimenti nell'impresa • Aumento del valore del titolo (se l'impresa è quotata) • Incremento dei profitti • Aumento del fatturato • Incremento del portafoglio clienti • Diminuzione del rischio di boicottaggio da parte dei consumatori • Rafforzamento dei rapporti e delle relazioni con i partner • Consolidamento del rapporto di fidelizzazione con i clienti • Diminuzione delle vulnerabilità legate alla perdita di clienti e partner • Rafforzamento della reputazione
Etica del business (governance)	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema di controllo dei rischi non finanziari (risk assessment) • Gestione responsabile dei business nelle aree di conflitto • Lotta alla corruzione legata al commercio illegale 	<ul style="list-style-type: none"> • Benessere organizzativo elevato • Minori controlli da parte delle istituzioni • Migliore rapporto con ONG e stampa internazionale e nazionale 	
Ambientale	<ul style="list-style-type: none"> • Tutela delle falde acquifere e del suolo • Conservazione della fertilità e della salubrità del terreno limitrofo alle zone di estrazione • Protezione delle biodiversità • Minimizzazione emissioni di gas serra • Gestione efficace e diminuzione degli scarti di miniera 	<ul style="list-style-type: none"> • Minori costi per efficace controllo delle risorse energetiche • Diminuzione delle tensioni e conflittualità con le comunità e istituzioni locali • Aumento della fiducia nell'operato dell'azienda 	

Tavola 8 – Benefici e vantaggi competitivi dal controllo etico della catena di fornitura.

²⁴ Un esempio di danno economico derivante da un mancato coinvolgimento e gestione responsabile delle risorse umane è quello inerente alla situazione registrata in Sudafrica nel 2011. Il blocco dell'estrazione di materie prime aurifere da parte dei minatori del Sudafrica aveva comportato per alcune compagnie estrattive una perdita pari a 25 milioni di dollari al giorno. (fonte: <http://blog.panorama.it/ultimora>).

Le caratteristiche produttive delle imprese orafe italiane

Analizzate le caratteristiche principali della filiera orafa (oro e diamanti) e le principali aree di criticità etico, sociali e ambientali, è necessario comprendere, a livello nazionale, quali e quante sono le organizzazioni impegnate nelle attività di ogni anello della catena del valore.

Come già sottolineato in precedenza il settore dell'Oreficeria, Argenteria e Affini (AAO) nazionale è caratterizzato principalmente dalla prevalenza di piccole e piccolissime aziende (dimensione media: 4,5 dipendenti per azienda²⁵).

Esse si possono dividere in due distinti filoni:

- **aziende produttive:** che svolgono attività di manifattura e lavorazione dei metalli e preziosi e dei gioielli e che si posizionano all'interno del terzo step della catena di fornitura. Grazie alle abilità e al "saper fare" (tipico del Made in Italy) delle persone che lavorano nelle imprese, vengono creati prodotti di oreficeria unici al mondo.

In questo filone rientrano le imprese che svolgono:

- produzione di metalli preziosi e semilavorati
- fabbricazione di orologi
- coniazione di monete e medaglie
- fabbricazione di oggetti di gioielleria e articoli annessi N.C.A.
- fabbricazione di oggetti di gioielleria ed oreficeria di metalli preziosi o rivestiti di metalli preziosi
- lavorazione pietre preziose e semipreziose per gioielleria e uso industriale²⁶

- **aziende distributive:** che svolgono attività di vendita all'ingrosso e al dettaglio e che si posizionano all'interno del quarto step della catena di fornitura.

Tra queste rientrano le imprese che svolgono:

- commercio all'ingrosso di orologi e gioielleria
- commercio al dettaglio di orologi, articoli di gioielleria e argenteria
- riparazione di orologi e gioielli

In riferimento a questa classificazione, di seguito si indicano alcuni dati²⁷ che dimostrano come le imprese italiane sono caratterizzate dalla presenza di aziende produttive artigianali e aziende distributive al dettaglio:

Tipologia attività	Dimensioni	Numero
Aziende produttrici	Artigiane	8.500
	Industriali	1.500
Aziende distributive	Grossisti	500
	Dettaglianti	25.500

Tavola 9 – Le imprese italiane del settore orafa in Italia: alcuni dati.

²⁵ Fonte: Confindustria FederOrafi.

²⁶ Assicor, Associazione Intercamerale di Coordinamento per lo Sviluppo produttivo dell'Oreficeria, Argenteria e Affini, "Le caratteristiche Strutturali del Settore dell'Oreficeria, Argenteria e Affini", 2007.

²⁷ Patto Di Sviluppo Distretto Orafo Argentiero Di Vicenza 2009-2012.

IL SET DI INDICATORI

Le caratteristiche peculiari e le potenzialità

In relazione alle considerazioni maturate nel paragrafo precedente, il set di indicatori proposto deve quindi essere modulabile e tarato sulle esigenze di differenti tipologie di imprese. Tale suddivisione avviene in base alla:

- dimensione: piccole, medie e grandi imprese
- posizionamento all'interno della filiera orafa: tipologia di attività svolta.

Inoltre, le imprese orafe italiane hanno trovato, a partire dal secondo dopoguerra, la forza competitiva, che, prima della recente crisi economica e finanziaria mondiale, ha portato il settore ad eccellere in tutto il mondo sia per qualità dei prodotti, sia per volume di vendite, attraverso processi aggregativi territoriali, più comunemente conosciuti come distretti industriali²⁸ produttivi orafi. In essi l'ottimale mix di competitività e cooperazione tra le imprese artigiane ha contribuito a rendere il distretto innovativo (mediante una contaminazione, diffusione e sedimentazione nei processi aziendali di competenza e know-how differenti) e in grado di eccellere sui mercati nazionali ed internazionali.

In questo senso la globalizzazione, generando un allargamento della filiera produttiva, ha variato la dimensione delle relazioni territoriali. Se nel passato la vicinanza e la condivisione di un "territorio comune", costituivano per le imprese l'elemento fondamentale per generare un impulso competitivo, oggi l'intensità delle relazioni che legano le organizzazioni orafe lungo tutto l'arco della filiera produttiva e commerciale non è più solamente correlata alla vicinanza fisica delle imprese. Le tecnologie globali e l'informatizzazione delle telecomunicazioni, infatti hanno permesso ad imprese distanti anche milioni di chilometri di potersi relazionare giornalmente e in tempo reale. Sulla base di tali considerazioni, si è assistito, negli anni della globalizzazione, alla **dispersione della filiera produttiva**, caratterizzata da nuovi legami e relazioni tra le imprese solidi, benchè non caratterizzati da una vicinanza territoriale. Sotto l'impulso di queste nuove forme di supply-chain globali e di cooperazione tra organizzazioni, anche il Ministero dello Sviluppo Economico ha attivato, per sostenere in particolare modo le Piccole e Medie Imprese (PMI), strumenti come il "Contratto di Rete"²⁹, che fossero in grado di supportare e validare, a livello normativo, la forza competitiva che deriva da queste nuove forme di cooperazione allargate di filiera.

In tale ottica, un set di indicatori comuni per gestire e monitorare la sostenibilità della filiera orafa potrebbe costituire uno strumento per **incentivare azioni di rete** tra imprese e artigiani orafi,

²⁸ Il termine *distretto industriale* venne coniato dall'economista inglese Alfred Marshall, nella seconda metà del XIX sec., in riferimento alle zone tessili di Lancashire e Sheffield. La definizione che Marshall diede, in seguito, fu la seguente: «Quando si parla di distretto industriale si fa riferimento ad un'entità socioeconomica costituita da un insieme di imprese, facenti generalmente parte di uno stesso settore produttivo, localizzato in un'area circoscritta, tra le quali vi è collaborazione ma anche concorrenza.»

²⁹ Il contratto di rete è un nuovo istituto che ha visto impegnato in prima linea la DG Politiche Industriali e che, semplificando alcune procedure di aggregazione, accresce la capacità innovativa e la competitività sul mercato di quelle imprese che hanno intenzione di esercitare una o più attività in comune. Esso è stato introdotto in Italia con il "Decreto Incentivi" convertito nella legge 33, 9 aprile 2009. Le PMI che scelgono di partecipare ad una "rete" possono dar vita a collaborazioni tecnologiche e commerciali con aziende della stessa filiera produttiva, acquisendo maggiore forza contrattuale, agevolazioni amministrative, finanziarie e per ricerca e sviluppo.

attraverso il confronto e il dialogo sul tema comune della gestione e comunicazione della propria sostenibilità.

In questo senso, i distretti orafi produttivi italiani, attraverso strumenti e pratiche di gestione e comunicazione della propria responsabilità sociale, potrebbero gestire e rinforzare i legami fiduciari con tutti gli stakeholder d'impresa, specialmente con gli attori a monte e a valle della filiera, relazionandosi per esempio con:

- i propri fornitori, utilizzando il loro potere di acquisto per incentivarli alla gestione responsabile delle attività. Questo concetto si esplicita principalmente attraverso:
 - azioni **di monitoraggio e di selezione**, inserendo criteri di acquisto etico-sociali e ambientali come *conditio sine qua non* affinché l'impresa sia disposta ad approvvigionarsi da un particolare fornitore;
 - azioni **formative e di sensibilizzazione** allo scopo di condividere la responsabilità e orientare il comportamento del fornitore verso azioni organizzative sostenibili, sulla base delle quali l'impresa è disposta ad approvvigionarsi.
- i propri clienti, attraverso chiare e trasparenti politiche comunicative e di sensibilizzazione che mirano in primo luogo a informarli dei rischi etico-sociali all'interno della filiera e in secondo luogo a spingerli verso l'acquisto dei propri prodotti rispettosi di una serie di criteri etico sociali.

La figura seguente riassume questa riflessione:

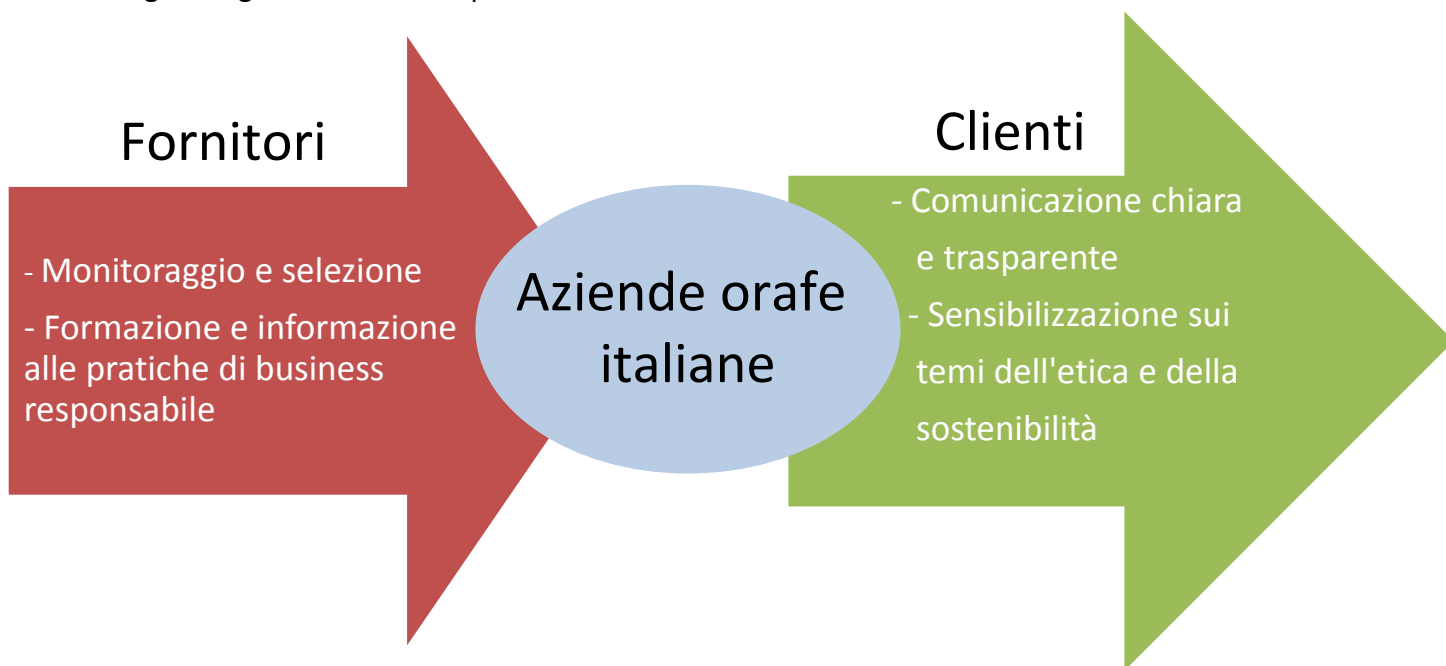


Figura 4 – Pratiche per diffondere la cultura della sostenibilità e per rinforzare i legami fiduciari con gli stakeholder a monte e a valle del business dell'impresa.

Comunicare e gestire le performance sociali ed ambientali a livello di distretto, e non solo di singola azienda, permetterebbe inoltre ai sistemi produttivi orafi locali di fare sistema e di comunicare la creazione di valore complessivo territoriale, fondamentale oggi per competere sui mercati internazionali. Alcune ricerche³⁰ infatti dimostrano come i territori più competitivi siano quelli che, come cuore del modello economico hanno tipologie di competizione responsabile,

³⁰ Accountability, 2007 *The State of Responsible Competitiveness*.

basate sulla misurazione, gestione e comunicazione di un valore prodotto in chiave globale, non solamente economico, ma anche sociale e ambientale.

La metodologia di sviluppo del set di indicatori

Riferimenti e linee guida utilizzati

Considerata l'importanza che gli indicatori non finanziari stanno assumendo nel contesto internazionale per favorire una maggiore trasparenza³¹ delle attività delle imprese e lo sviluppo sostenibile, il set di indicatori proposto prende come riferimento, rielaborandoli, differenti KPI sviluppati da molteplici standard di riferimento nazionali ed internazionali³².

Tuttavia, valutata la specificità e le caratteristiche peculiari delle organizzazioni operanti all'interno della filiera orafa, il set di indicatori è stato arricchito con **ulteriori KPI personalizzati in funzione della filiera di riferimento**, ripresi ed elaborati dalle indicazioni di diversi documenti quali:

- Due diligence in the mining and minerals sector: progetto sviluppato dall'OCSE per favorire una migliore gestione dei rischi non finanziari nell'industria estrattiva;
- RJC Certification System: certificazione, proposta dal Responsible Jewellery Council che attesta come le organizzazioni aderenti e operanti nel settore orafa, sviluppino le loro attività in modo responsabile;
- Cyanide Management Code: programma volontario dell'industria che promuove la gestione responsabile di cianuro utilizzato nelle miniere d'oro, migliorando la protezione della salute umana e ridurre il potenziale di impatto ambientale.
- Principi per uno sviluppo sostenibile nel settore dell'attività estrattiva mineraria: promossi dal Consiglio Internazionale sull'attività Mineraria e Metalli (ICMM)
- Standard GRI-G3: con particolare riferimento al supplemento di settore relativo all'attività estrattiva e mineraria.

Più flessibilità per una migliore fruibilità

Al fine di favorire la massima fruibilità ed utilizzo degli indicatori da parte delle diverse tipologie di imprese (micro, piccole, medie e grandi³³) che operano all'interno della filiera dell'oro e per rispondere a finalità di completezza e analiticità, i KPI sono stati sviluppati:

- Organizzandoli in **diversi campi riferiti alle principali dimensioni non finanziarie dell'impresa (dimensioni ESG³⁴)**:

³¹ Pratiche e politiche trasparenti sono considerate dall'83% dei consumatori il principale elemento in base al quale assegnare fiducia all'impresa. Fonte: Edelman Trust Barometer 2009-2010.

³² Gli standard presi a modello di riferimento sono principalmente:

- Linee Guida dell'OCSE destinate alle imprese multinazionali, versione 2011.
- Linee Guida GRI-G3: gli indicatori sviluppati dalle Linee guida GRI-G3 costituiscono ad oggi il più importante standard di riferimento per la rendicontazione non finanziaria delle organizzazioni di tutto il mondo.
- GBS: Standard di base e documenti di ricerca - (indicatori di performance per la relazione sociale), 2005

³³ Distinzione sviluppata in accordo con la classificazione contenuta nella raccomandazione UE del 6 maggio 2003.

- Governance
- Sociale
- Ambientale

In riferimento al campo “sociale” gli indicatori sono stati suddivisi in base ai principali stakeholder “sociali”, ovvero che appartengono alla Società in cui opera l’organizzazione³⁵:

- Risorse umane
 - Fornitori/appaltatori e catena di approvvigionamento
 - Comunità/collettività
 - Clienti
 - Istituzioni, governi e pubblica amministrazione
- **Suddividendoli in indicatori primari (P) e indicatori volontari (V):**
 - gli indicatori primari rappresentano il contenuto minimo che l’organizzazione deve fornire nella comunicazione delle proprie attività;
 - gli indicatori volontari rappresentano quelle informazioni che apportano un maggior grado di approfondimento della disclosure aziendale e che l’organizzazione può decidere se fornire, qualora disponga di un adeguato sistema di raccolta e rilevamento dati.
 - **Agganciandoli al livello dimensionale dell’organizzazione, indicando quali indicatori risultino primari oppure volontari in riferimento alla dimensione dell’impresa:**
 - micro impresa;
 - piccola-medio impresa;
 - grande impresa.
 - **Catalogandoli in schede generali e schede distintive:**
 - le schede generali si applicano indistintamente a tutte le tipologie di organizzazioni che operano all’interno della filiera dell’oro;
 - le schede distintive, invece, riportano i KPI in base al **livello della filiera** (o anello di filiera) in cui operano le imprese:
 - estrazione metalli e pietre preziose;
 - lavorazione metalli e pietre preziose;
 - commercializzazione e vendita metalli, pietre preziose, gioielli.
 - **Ripartendoli in tre diverse tipologie:**
 - **Qualitativi (QL):** mirano a rendere immediatamente comprensibile al lettore le attività poste in essere dall’organizzazione, descrivendole con termini chiari, precisi e comprensibili.
 - **Quantitativi (QN):** mirano a rendere chiara la portata dell’azione/attività, in termini numerici.

³⁴ ESG è l’acronimo sviluppato per indicare brevemente le tre dimensioni non finanziarie che costituiscono campi prioritari sui quali l’organizzazione deve misurare e gestire i propri impatti: Environmental, Social, Governance.

³⁵ Tale distinzione è stata realizzata prendendo come riferimento quella attuata dal GBS nella sezione “indicatori di performance per la relazione sociale” del documento “Standard di base e documenti di ricerca”.

- o Economico-finanziari (E): mirano a comunicare trasparentemente le azioni e i programmi attuati dall'impresa ponendo l'accento sulle risorse finanziarie impiegate per realizzarli³⁶.

Al fine di organizzare le informazioni sulla base dei parametri precedentemente indicati, è stata sviluppata la seguente griglia:

Governance					
Tipologia/nome indicatore	Descrizione essenziale	Tipologia indicatore*	Livello di applicazione organizzativa P= primario V= volontario		
			Micro	Piccola-media	Grande
Obiettivi di sviluppo di medio e lungo periodo		QL	P	P	P
Strategie di gestione della Responsabilità Sociale		QL	V	P	P
Incentivi per i manager legati al raggiungimento di obiettivi di RSI		QL	V	V	P
Utilizzo di specifici standard nel campo della sostenibilità		QL	V	P	P
Adesione a specifici protocolli e procedure anticorruptive		QL	P	P	P

Tavola 10 – La griglia di indicatori utilizzata: esempio.

³⁶ Le informazioni economico-finanziarie risultano estremamente importanti e da contestualizzare all'interno di una comunicazione delle informazioni non finanziarie nella misura in cui queste rendicontino il valore finanziario di azioni e programmi dedicati alla sostenibilità e alla creazione di valore condiviso con gli stakeholder (Porter, Kramer, 2011). Sulla base di tale necessità a livello nazionale ed internazionale è scaturita l'esigenza di ampliare la portata della disclosure aziendale, integrando le informazioni finanziarie e quelle non finanziarie in un unico report aziendale: il Report Integrato.

Le relazioni con i principi contenuti nelle Linee Guida OCSE

Lo sviluppo del set di indicatori è stato realizzato tenendo in considerazione i principi e criteri contenuti nelle Linee guida OCSE³⁷ in quanto presentano una profonda attinenza con gli aspetti etici e sostenibili legati alla filiera del settore orafa. Nella tabella seguente si evidenzia per macropunti tale connessione:

Processo della catena del valore del prodotto orafa	Campo tematico delle Linee Guida OCSE toccato	Principali criteri etici a rischio, oggetto di controllo
Processi estrattivi della materia prima preziosa e trasporto (piccole miniere³⁸, grandi miniere)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diritti umani, occupazione e relazioni industriali 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diritti umani ▪ Diritti del lavoro ▪ Abolizione lavoro minorile e forzato ▪ Diritto di associazione ▪ Sviluppo di efficaci contrattazioni collettive ▪ Informazioni ai dipendenti sull'attività ed i risultati dell'impresa e su possibili licenziamenti collettivi ▪ Misure necessarie alla salute e alla sicurezza nell'ambiente lavorativo ▪ Formazione al personale ▪ In aree di conflitto: controllo di fatto di gruppi armati non statali o forze di sicurezza che: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Usino lavoro forzato o obbligatorio ▪ Impieghino lavoro minorile ▪ Commettano azioni di tortura, comportamento crudele, inumano o degradante ▪ Commettano violenza sessuale ▪ Commettano violazioni gravi delle leggi umanitarie internazionali³⁹
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ambiente 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Valutazione preventiva degli effetti delle attività sull'ambiente, sulla salute e sulla sicurezza ▪ Piani di emergenza per attenuare o evitare danni gravi all'ambiente ▪ miglioramento continuo delle prestazioni ambientali d'impresa ▪ formazione ai dipendenti sulle tematiche ambientali
Trasporto materiale	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lotta alla corruzione, all'istigazione alla corruzione e alla concussione 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ In zone di conflitto: <ul style="list-style-type: none"> ▪ rischio che tasse e/o contributi siano pagati a gruppi armati non statali ▪ rischio che gruppi armati non statali o forze di sicurezza usino illegalmente o praticino estorsioni sugli intermediari/esportatori; vendano

³⁷ Linee Guida dell'OCSE nella versione aggiornata al 2011.

³⁸ Tra le piccole miniere rientrano anche le miniere artigianali.

³⁹ Informazioni riprese e rielaborate dal documento: OECD Due Diligence Guidance for Responsible Supply Chains of Minerals from Conflict-Affected and High-Risk Areas.

		<p>materiale agli intermediari/esportatori; trasportino materiale per gli intermediari/esportatori.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dichiarazioni fraudolente sull'origine dei minerali
Processi produttivi di raffinazione e lavorazione materiali e pietre preziosi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diritti umani, occupazione e relazioni industriali 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vedi punto precedente
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ambiente 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Utilizzo sostenibile di materiali nocivi e altamente inquinanti per l'ambiente ▪ Smaltimento corretto di tali sostanze ▪ Informazione degli effetti delle attività dirette sull'ambiente ▪ Valutazione preventiva degli effetti delle attività sull'ambiente, sulla salute e sulla sicurezza ▪ Piani di emergenza per attenuare o evitare danni gravi all'ambiente ▪ miglioramento continuo delle prestazioni ambientali d'impresa ▪ formazione ai dipendenti sulle tematiche ambientali
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lotta alla corruzione, all'istigazione alla corruzione e alla concussione 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dichiarazioni fraudolente sull'origine dei minerali
Processi di commercializzazione	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Internazionalizzazione delle imprese (Linee Guida OCSE nella loro globalità) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Modalità globali e sostenibili con cui le imprese entrano nei mercati esteri
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tutela del consumatore 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Commercializzazione di prodotti sicuri e affidabili che, in via primaria, tutelino la salute del consumatore ▪ Pratiche eque nello svolgimento dell'attività commerciale, di vendita e di pubblicità ▪ Rispetto delle norme di sicurezza e salute del consumatore ▪ Informazioni esatte sulla provenienza e sulla natura dei beni e servizi (anche etica) ▪ Procedure efficaci per i reclami ▪ Astensione da qualsiasi pratica ingannevole, fraudolenta o sleale ▪ Diritto del consumatore alla Privacy ▪ Cooperazione con l'autorità pubblica in modo trasparente per la prevenzione o la rimozione di rischi seri per la salute del consumatore

Tavola 11 – I principi delle Linee Guida OCSE applicati alla catena di fornitura orafa.

I KPI per rendicontare la sostenibilità di filiera

Indicatori Comuni

Governance					
Tipologia/nome indicatore	Descrizione essenziale	Tipologia indicatore*	Livello di applicazione organizzativa P= Primario V= Volontario		
			Micro	Piccola-media	Grande
Obiettivi di sviluppo di medio e lungo periodo	Indicare: <ul style="list-style-type: none"> - le principali strategie di sviluppo dell'impresa dei prossimi 3-5 anni - le linee e le tendenze economiche generali che possono influenzare l'approccio alla sostenibilità dell'organizzazione 	QL	P	P	P
Strategie di gestione della Responsabilità Sociale	Indicare: <ul style="list-style-type: none"> - le priorità strategiche in materia di sostenibilità dell'impresa e gli obiettivi che si intendono realizzare - l'approccio utilizzato per definire le priorità strategiche e per affrontarle - i principali rischi/opportunità connessi al tema della sostenibilità 	QL	P	P	P
Incentivi per i manager, legati al raggiungimento di obiettivi di RSI	Indicare: <ul style="list-style-type: none"> - se l'impresa ha definito una serie di incentivi per indirizzare i manager a considerare prioritarie le strategie di sostenibilità - la natura degli incentivi (economici, motivazionali) e la quantità (€) 	QL E	V	V	P
Utilizzo di specifici standard nel campo della sostenibilità	<ul style="list-style-type: none"> - Indicare se l'impresa utilizza specifici standard per formalizzare, strutturare e rendere maggiormente concreto il proprio approccio alla sostenibilità, in relazione al business di riferimento - Descrivere le caratteristiche essenziali degli standard utilizzati 	QL	P	P	P

Organi di controllo e gestione delle pratiche di RSI	Indicare: - la presenza di organi dedicati - la composizione degli organi e le modalità di nomina - la descrizione delle funzioni	QL	V	V	P
Presenza e utilizzo di un codice etico aziendale	Indicare: - se l'impresa ha realizzato un codice etico - il grado di diffusione organizzativa - la presenza di un comitato etico di vigilanza dei principi del codice, dotato di poteri di controllo e sanzionatori - la periodicità di revisione/aggiornamento	QL QN	P	P	P
	Indicare: - il numero di infrazioni ai principi del codice etico riscontrate suddivisa per dislocazione geografica delle sedi - la tipologia di provvedimenti disciplinari attuati per sanzionare le infrazioni	QL QN	V	V	P

* QL= Qualitativo QN= Quantitativo E= Economico-finanziario

Risorse Umane					
Tipologia/nome indicatore	Descrizione essenziale	Tipologia indicatore*	Livello di applicazione organizzativa P= Primario V= Volontario		
Composizione ed elementi distintivi			Micro	Piccola-media	Grande
Suddivisione per tipologia contrattuale	Tempo indeterminato, tempo determinato, contratto a progetto, contratti interinali, stage ⁴⁰	QN	P	P	P
Suddivisione per età anagrafica ed aziendale	Effettuare la suddivisione in base a differenti fasce di età	QN	V	P	P
Suddivisione per genere	Suddividere la popolazione lavorativa in maschi e femmine	QN	P	P	P
Suddivisione per provenienza territoriale	Suddividere la popolazione lavorativa in base alla dislocazione geografica degli stabilimenti o della struttura dell'azienda	QN	V	V	P
Suddivisione per titolo di studio	Suddividere la popolazione lavorativa in base alle principali qualifiche scolastiche del Paese (es. Licenza media, Diploma, Laurea, Master, Dottorato)	QN	V	V	P
Dinamica e variazioni del personale					
Politiche occupazionali	<ul style="list-style-type: none"> - Descrivere le metodologie di reclutamento e selezione del personale - Indicare se l'azienda favorisce l'assunzione di personale nelle comunità in cui sorgono l'azienda e i suoi stabilimenti 	QL	V	P	P
Posti di lavoro creati e cessati nel periodo di riferimento (turn over)	<ul style="list-style-type: none"> - Indicare il numero delle persone entrate ed uscite dall'organizzazione nel periodo in esame, suddivise per sesso e qualifica - Indicare la motivazione dell'uscita (es. licenziamento, pensionamento) 	QL QN	P	P	P

⁴⁰ Indicare in relazione ad ogni tipologia contrattuale anche il numero delle persone a tempo pieno e part-time.

Diritti umani e dei lavoratori					
Politiche e procedure aziendali per rispettare gli standard internazionali ⁴¹	<ul style="list-style-type: none"> - Indicare se: - sono stati identificati i rischi mediante mappatura delle attività e dei settori organizzativi in cui è possibile una lesione dei diritti umani e dei lavoratori, dei diritti di libertà di associazione e di contrattazione collettiva - è stata predisposta e realizzata formazione del personale sulla materia - sono state date informazioni sul possesso o ottenimento da parte dell'impresa di uno standard di gestione etico o di RSI (es. ISO 26000, SA 8000) 	QL	P	P	P
Risultati di rilevazioni e monitoraggi	Indicare il numero di episodi legati a pratiche discriminatorie ed azioni correttive intraprese	QL QN	P	P	P
Analisi di clima e di benessere organizzativo interni					
Risultati delle rilevazioni	Indicare i principali risultati delle ricerche svolte sul clima organizzativo, soddisfazione dei lavoratori, % di assenteismo	QL QN	V	V	V
Politiche di gender balance, gestione delle diversità e pari opportunità					
Gender balance e pari opportunità	Descrivere le politiche e i programmi sviluppati per assicurare pari opportunità di assunzione e di carriera tra uomini e donne	QL	V	P	P
	Indicare: <ul style="list-style-type: none"> - % donne presenti sul totale delle figure dirigenziali e di comando aziendali (es. CdA, Comitato di Direzione) - % donne inserite in programmi di formazione - relazione tra salari uomo/donna 	QN	V	V	P

⁴¹ Si fa riferimento agli standard internazionali dell'ILO sui temi del lavoro collettivo, della libertà di associazione sindacale e di contrattazione collettiva, del lavoro infantile e forzato.

Gestione delle diversità (Diversity Management)	Descrivere le politiche e i programmi sviluppati per gestire in modo positivo e proficuo l'integrazione in azienda di lavoratori disabili, immigrati	QL	V	V	P
	Indicare: - % lavoratori svantaggiati sull'organico totale - % minoranze presenti sul totale delle figure dirigenziali e di comando aziendali (es. CdA, Comitato di Direzione) - spese per programmi di valorizzazione ed integrazione delle minoranze	QN E	V	P	P
Relazioni industriali					
Politiche e programmi relativi alla contrattazione collettiva	Indicare le principali caratteristiche ed elementi distintivi delle politiche	QL	P	P	P
	Indicare la % di dipendenti coperta da accordi collettivi di contrattazione	QN	P	P	P
	Indicare il periodo minimo di preavviso dato ai lavoratori su cambiamenti organizzativi	QN QL	V	P	P
Rappresentanza sindacale	Indicare le principali caratteristiche ed elementi distintivi delle politiche di rappresentanza sindacale	QL	P	P	P
	Indicare: - % iscritti a sindacati - ore perse per scioperi - numero provvedimenti disciplinari	QN	V	P	P
Organizzazione del lavoro	Indicare le principali caratteristiche e gli elementi distintivi delle politiche realizzate per organizzare il lavoro	QL	P	P	P
Gestione di eventuali ristrutturazioni aziendali	Indicare le principali caratteristiche e gli elementi distintivi delle azioni intraprese per gestire eventuali ristrutturazioni organizzative e aziendali	QL	V	P	P
Azionariato dipendenti	Indicare le principali caratteristiche e gli elementi distintivi	QL	V	P	P
Dialogo sociale e partecipazione	Indicare le iniziative sostenute dall'impresa per favorire il dialogo con le risorse umane e la partecipazione alla vita dell'impresa in termini di: - informazione - consultazione - comitati misti	QL	P	P	P
		QN			

Salari e remunerazione					
Struttura retributiva	Descrizione della struttura retributiva dell'organizzazione	QL	P	P	P
Confronto con i minimi contrattuali	Indicare il salario dell'organizzazione in rapporto ai salari minimi contrattuali, suddiviso per qualifica	E	V	P	P
Politiche di formazione, istruzione, aggiornamento					
Programmi formativi per la valorizzazione, l'istruzione e l'aggiornamento	Descrizione delle politiche e dei programmi formativi/di aggiornamento attivati dall'organizzazione e tipologia attività	QL	P	P	P
	Indicare: - Numero di ore erogate suddivise per categoria e procapite - % delle persone coinvolte in programmi formativi in totale, suddiviso per categoria ed area territoriale	QN	V	P	P
	Indicare gli investimenti in formazione effettuati nel periodo di riferimento	E	P	P	P
Salute e sicurezza sul luogo di lavoro					
Gestione ed approccio strategico	Descrizione dell'approccio strategico aziendale per la rilevazione e gestione dei rischi, la prevenzione incidenti e la tutela dei lavoratori sui temi della salute e della sicurezza ⁴²	QL	P	P	P
	Accordi formali col sindacato sui temi della salute e sicurezza	QL QN	V	P	P
	% lavoratori rappresentanti nel comitato per la salute e sicurezza dell'organizzazione	QN	V	V	P
Rivelazioni e risultati sulla gestione della salute e sicurezza	Indicare il numero infortuni sul lavoro suddivisi per tipologia di gravità e in relazione alla dislocazione geografica delle sedi e stabilimenti aziendali	QN	P	P	P
	Definire l'indice di frequenza infortuni	QN	V	P	P
	Indicare il numero di giornate di lavoro perse	QN	P	P	P
	Indicare il numero di giornate di assenze per malattie	QN	P	P	P

⁴² Anche in riferimento alla politica sociale e alla Dichiarazione Tripartita dell'OIL (Organizzazione Internazionale del Lavoro) e dei principi delle Linee Guida OCSE.

Benefit					
Benefici e incentivi	Descrivere le politiche e i programmi incentivanti: es. benefici integrativi sui piani pensionistici e sanitari, incentivi sui risultati, iniziative di work-life balance	QL	V	V	P
Costo dei benefici integrativi	Indicare le risorse spese per tipologia di beneficio	E	V	V	P
Privacy personale e confidenzialità					
Politiche, programmi attivati e risultati	Indicare le politiche e i programmi per tutelare la privacy delle persone che lavorano nell'organizzazione	QL	P	P	P
	Indicare il numero (eventuale) delle controversie e l'esito	QN	V	V	P

* QL= Qualitativo QN= Quantitativo E= Economico-finanziario

Fornitori/appaltatori e catena di approvvigionamento					
Tipologia/nome indicatore	Descrizione essenziale	Tipologia indicatore*	Livello di applicazione organizzativa P= Primario V= Volontario		
			Micro	Piccola-media	Grande
Elementi distintivi e composizione					
Strategia di gestione dei fornitori	Indicare i tratti principali della strategia di acquisto dell'azienda	QL	P	P	P
Tipologia di acquisti	Indicare la tipologia degli acquisti realizzata suddividendola per volume e impegno di spesa (in euro e in %)	QL QN E	P	P	P
Caratteristiche fornitori	Indicare il numero totale dei fornitori suddivisi per settore e territorio	QN	V	P	P
	Indicare la % di acquisto da fornitori locali	QN	V	P	P
Caratteristiche dei processi di approvvigionamento					
Politiche di selezione dei fornitori	Descrivere gli elementi distintivi che caratterizzano la politica di approvvigionamento dell'azienda specialmente in termini di criteri di selezione dei fornitori	QL	P	P	P
Condizioni negoziali	Descrivere le condizioni negoziali che regolano i contratti di fornitura	QL	V	P	P
	Indicare la % di contratti pagati in tempo e il ritardo medio	QN	V	P	P
Clausole di sostenibilità	Indicare la % dei contratti con fornitori che includano clausole di sostenibilità sul totale dei contratti	QN	V	P	P
Indagini di soddisfazione dei fornitori	Indicare i risultati della rilevazione	QL QN	V	V	P
Qualificazione dei fornitori					
Valorizzazione dei fornitori	Descrivere i programmi, le politiche e i progetti per la valorizzazione dei fornitori (es. formazione su nuove tematiche core per l'impresa)	QL	P	P	P
	Indicare se l'impresa estende il proprio codice etico e/o di condotta anche ai fornitori	QL	V	P	P
	Indicare il numero e la % di fornitori aderenti ad uno standard di qualità (es. ISO9001), ambientale (es. ISO 140001, Emas), etico (es. SA8000, ISO 26000)	QN	V	P	P

Formazione ai fornitori sulle tematiche legate alla RSI e alla sostenibilità	Descrivere i temi della formazione legata alla gestione dei rischi non finanziari	QL	V	V	P
	Indicare il numero e la % di fornitori formati e le ore totali di formazione	QN	V	V	P
Co-partnership e coinvolgimento per la ricerca e lo sviluppo di prodotti/processi sostenibili	Descrivere i risultati dei progetti di ricerca e sviluppo attuati in collaborazione coi fornitori	QL	V	V	V
Controllo dei diritti umani lungo la catena di fornitura					
Politiche e programmi specifici per la selezione dei fornitori	Indicare il grado di considerazione attribuito alla tutela dei diritti umani nelle pratiche di selezione dei fornitori	QL	P	P	P
Sistema organizzativo di verifica della catena di fornitura e tracciabilità dei fornitori	Descrivere gli elementi distintivi e le fasi del processo di verifica (audit) e di tracciabilità dei fornitori	QL	V	P	P
	Indicare il numero dei fornitori in possesso di un sistema di gestione etica ISO 26000 o SA8000	QN	P	P	P
	Indicare la % dei fornitori e/o appaltatori che sono inclusi in programmi di verifica (audit) del rispetto dei diritti umani	QN	V	P	V
	Indicare il numero di controversie nate con i fornitori e di eventuali azioni intraprese/esclusioni per mancato rispetto dei diritti umani	QN	V	V	P

* QL= Qualitativo QN= Quantitativo E= Economico-finanziario

Comunità/Collettività					
Tipologia/nome indicatore	Descrizione essenziale	Tipologia indicatore*	Livello di applicazione organizzativa P= Primario V= Volontario		
Natura e intensità delle relazioni			Micro	Piccola-media	Grande
Rapporti e relazioni con la comunità locale	Indicare la natura dei rapporti e delle relazioni dell'impresa con la comunità locale	QL	P	P	P
Impatti generati sulla comunità di riferimento	Indicare gli impatti sulla comunità in termini di (es.): - occupazione generata - livello di educazione	QL QN	V	V	P
Organizzazione/struttura preposta	- Indicare se esiste una fondazione d'impresa (oppure una sezione specifica interna all'impresa – es. relazioni esterne, community affairs) impegnata a valorizzare la presenza dell'azienda sul territorio - Esprimere le linee guida di azione della struttura	QL	V	V	P
Dialogo e coinvolgimento con la comunità	Indicare i canali di dialogo e coinvolgimento attivati dall'impresa e le tematiche sulle quali si fonda il dialogo	QL	P	P	P
Contributi alla comunità					
Aree di intervento	Indicare verso quali aree sociali sono indirizzati i contributi (es. istruzione/formazione, ricerca scientifica e medica, sanità, sport), distinguendo tra sponsorizzazioni, elargizioni liberali, partnership commerciali	QL	P	P	P
Ammontare dei contributi	Indicare l'ammontare dei contributi stanziati in relazione a ciascuna area di intervento	E	P	P	P
Partnership con ONG e organizzazioni territoriali	Indicare le iniziative a favore della comunità, attivate in partnership con ONG territoriali o con altre organizzazioni locali (es. Cause Related Marketing) e per ciascuna iniziativa le risorse dedicate, i risultati e gli effetti riscontrati	QL QN E	V	P	P
Effetti generati dai contributi	Se quantificabili, descrivere gli effetti (outcome ⁴³) delle elargizioni dell'impresa in termini di effetti positivi generati per la collettività	QL QN	V	P	P

* QL= Qualitativo QN= Quantitativo E= Economico-finanziario

⁴³ La rendicontazione degli effetti dovrebbe sempre basarsi su un approccio prudentiale, indicando l'effetto realizzato dall'attività o programma dell'impresa se e solo se è possibile determinare con certezza che non si sia verificato il concorso di altri eventi esogeni a determinarlo.

Clienti					
Tipologia/nome indicatore	Descrizione essenziale	Tipologia indicatore*	Livello di applicazione organizzativa P= Primario V= Volontario		
Composizione ed elementi distintivi			Micro	Piccola-media	Grande
Elementi distintivi clientela	Descrivere i mercati serviti in termini di tipologia e servizi offerti	QL	P	P	P
	Suddividere la clientela per tipologia (es. privati, PA)	QN	V	P	P
	Indicare la % di nuovi clienti e di prodotti sul fatturato	QN	V	V	P
Prodotti					
Salute e sicurezza prodotti/servizi	Descrivere il sistema di gestione della sicurezza dei prodotti e del rischio incidenti (es. politiche, programmi)	QL	P	P	P
	Indicare il numero degli incidenti avvenuti e il livello di gravità	QN	P	P	P
	Riportate il numero di casi di mancata conformità a leggi o regolamenti inerenti alla sicurezza dei prodotti	QN	P	P	P
Qualità dei prodotti/servizi	Descrivere i programmi e le attività realizzate, finalizzati alla qualità dei prodotti/servizi (es. certificazioni, controlli)	QL	P	P	P
	Indicare il numero degli stabilimenti in possesso di una certificazione di qualità (es. ISO 9001, VISION)	QN	V	V	P
Customer satisfaction					
Soddisfazione dei clienti	Descrivere le attività poste in essere per relazionarsi con i clienti (es. customer relationship e management, attività di ascolto e coinvolgimento, programmi specifici per la fidelizzazione, gestione dei reclami)	QL	P	P	P
	Indicare il numero dei reclami arrivati e riportate i risultati dalla loro gestione	QN QL	V	P	P
	Indicare i risultati ottenuti dalle indagini e le rilevazioni sui clienti	QN	V	V	P
Etichettatura e pubblicità dei prodotti/servizi					
Informazioni relative ai prodotti e servizi	Descrivere la tipologia di informazioni relative ai prodotti/servizi in termini di trasparenza e completezza	QL	P	P	P

	Descrivere le azioni di etichettatura volontaria riguardante informazioni di carattere socio-ambientale	QL	P	P	P
	Indicare la % dei prodotti dotati di forme di etichettatura volontaria	QN	V	P	P
	Indicare il numero totale di casi di non conformità riguardanti codici, regolamenti e standard volontari sull'etichettatura dei prodotti	QN	P	P	P
	Indicare le modalità di gestione delle controversie	QL	V	P	P
Pubblicità e marketing	Descrivere i programmi di pubblicità/marketing relativi ai prodotti/servizi, con focus particolare sulla trasparenza delle informazioni comunicate	QL	V	V	P
	Indicare il numero totale di casi di non conformità riguardanti codici, regolamenti e standard volontari riferiti all'attività di marketing e pubblicità dei prodotti/servizi	QN	V	V	P
Rispetto e tutela della Privacy					
Politiche di gestione delle privacy	Descrivere le politiche e i programmi realizzati dall'impresa sul tema	QL	V	P	P
Reclami e controversie	Indicare il numero di reclami relativi alla violazione della privacy e perdita di dati dei consumatori	QN	V	V	P
	Descrivere la gestione delle controversie derivanti da reclami e indicare i risultati	QL	V	V	P
Condizioni negoziali					
Termini applicati	Descrivere i termini applicati ai rapporti contrattuali con i clienti, sviluppando un focus particolare sull'equità delle clausole negoziali	QL	P	P	P
Reclami e controversie	Indicare il numero di controversie sollevate dai consumatori in relazione alle condizioni negoziali	QN	P	P	P
	Descrivere la gestione delle controversie derivanti da reclami sulle condizioni negoziali e specificare i risultati	QL	V	V	P

* QL= Qualitativo QN= Quantitativo E= Economico-finanziario

Ambiente e generazioni future					
Tipologia/nome indicatore	Descrizione essenziale	Tipologia indicatore*	Livello di applicazione organizzativa P= Primario V= Volontario		
			Micro	Piccola-media	Grande
Approccio ambientale					
Gestione delle attività dal punto di vista di impatto sull'ambiente	Descrivere l'approccio strategico dell'impresa nella sua globalità per minimizzare il proprio impatto sull'ambiente e ridurre l'impronta ecologica delle sue attività	QL	P	P	P
Materie prime					
Materiali e materie prime utilizzati	Descrivere le politiche e i programmi attuati per: - ridurre i consumi di materie prime - riciclare i materiali e riutilizzarli	QL	P	P	P
	Indicare la % di materiale riutilizzato	QN	V	P	P
Energia					
Gestione energetica	Descrivere le politiche e i programmi attuati per: - incrementare l'efficienza energetica - approvvigionarsi da fonti di energia rinnovabile - razionalizzare/ridurre i consumi energetici dei prodotti lungo tutto l'arco di vita	QL	V	P	P
Consumi	Indicare il consumo diretto ed indiretto di energia suddiviso per fonte primaria ⁴⁴	QN	P	P	P
	Indicare la percentuale di risparmio energetico derivante da programmi ed iniziative	QN	V	V	P
	Indicare la percentuale di energia derivante da fonti rinnovabili	QN			

⁴⁴ Si definisce:

- **Energia diretta:** forme di energia che rientrano nel perimetro operativo dell'organizzazione. Tale energia può essere consumata sia all'interno dell'organizzazione sia ceduta ad altri utenti. L'energia diretta può assumere la forma di energia primaria (ad esempio, il gas naturale per riscaldamento) o di energia intermedia (ad esempio, l'elettricità per l'illuminazione). Può inoltre essere acquistata, estratta (ad esempio, il carbone, il gas naturale, il petrolio), raccolta (ad esempio, l'energia da biomasse), accumulata (ad esempio, l'energia solare ed eolica) o introdotta nell'organizzazione in altri modi.
- **Energia indiretta:** energia prodotta all'esterno del perimetro operativo dell'organizzazione e utilizzata per far fronte al fabbisogno di energia intermedia dell'organizzazione (ad esempio, elettricità, riscaldamento e raffreddamento). L'esempio più comune è rappresentato dal carburante consumato all'esterno del perimetro operativo dell'organizzazione per generare l'elettricità utilizzata all'interno del perimetro.

Per approfondimenti consultare il protocollo di indicatori ambientali del GRI, scaricabile al sito: www.globalreporting.org.

Acqua					
Risorse idriche	Descrivere le politiche e i programmi attuati per: - ridurre i consumi di acqua - riutilizzare le risorse idriche	QL	P	P	P
	Utilizzo totale di acqua prelevata suddiviso per fonte	QN	P	P	P
	Percentuale di acqua riutilizzata	QN	V	V	P
Emissioni, scarichi e rifiuti					
Politiche gestionali	Descrivere le politiche e i programmi attuati per ridurre le emissioni atmosferiche, gli scarichi idrici e la produzione di rifiuti	QL	P	P	P
	Indicare le emissioni totali generate (dirette ed indirette ⁴⁵) di gas ad effetto serra ⁴⁶	QN	V	V	P
	Indicare l'acqua totale scaricata per qualità (es. in termini di volumi totali degli effluenti, utilizzando parametri standard come la Domanda Biochimica di Ossigeno, Solidi Sospesi Totali), e destinazione (es. acque sotterranee, di superficie, fogne)	QL QN	V	V	P
	Indicare i rifiuti totali smaltiti per peso e tipologia suddividendoli anche in "pericolosi" e "non pericolosi"	QN QL	P	P	P

⁴⁵ Si definiscono:

- **Emissioni dirette:** emissioni da fonti di proprietà o controllate dall'organizzazione. Ad esempio, le emissioni dirette derivanti dal processo di combustione finalizzato alla produzione di energia all'interno del perimetro operativo dell'organizzazione.
- **Emissioni indirette:** emissioni risultanti dalle attività dell'organizzazione ma generate da fonti di proprietà o controllate da altre organizzazioni. Le emissioni indirette si riferiscono ad esempio alle emissioni di gas a effetto serra per la produzione di elettricità, riscaldamento o vapore, acquistati e consumati dall'organizzazione.

Per approfondimenti consultare il protocollo di indicatori ambientali del GRI, scaricabile al sito: www.globalreporting.org.

⁴⁶ Questo indicatore solitamente viene espresso in tonnellate di CO2 equivalente. La CO2 (anidride carbonica) equivalente è il parametro usato per confrontare le emissioni dei vari gas a effetto serra in base al loro potenziale di riscaldamento globale (GWP). Il valore di CO2 equivalente di un gas si ottiene moltiplicando il peso complessivo di gas per il relativo GWP. Per approfondimenti consultare il protocollo di indicatori ambientali del GRI, scaricabile al sito: www.globalreporting.org.

	Descrivere i metodi di smaltimento dei rifiuti (es. discarica, incenerimento, riciclaggio o riuso, compostaggio) con particolare focus ai metodi di smaltimento dei rifiuti classificati come pericolosi	QL	V	P	P
Tutela delle biodiversità e dell'ambiente					
Minimizzazione degli impatti	Indicare l'approccio aziendale attraverso il quale le imprese di estrazione: - identificano le aree chiave per la biodiversità - implementano misure per mitigare gli impatti - forniscano benefici per la biodiversità tangibili e commensurati alla tipologia di biodiversità	QL	V	P	P
	Indicare la posizione e la dimensione dei terreni posseduti o gestiti, appartenenti (o limitrofi) ad aree protette o ad elevata biodiversità	QL QN	V	V	P
	Descrivere gli impatti delle attività aziendali su aree protette o ad elevata biodiversità	QL	V	V	P
Prodotti e servizi	Riportare i programmi e le iniziative intraprese per minimizzare l'impatto ambientale dei prodotti e dei servizi ⁴⁷ dell'impresa	QL	V	V	P
	Indicare la percentuale dei prodotti riciclati o riutilizzati alla fine del ciclo di vita, compreso il relativo materiale di imballaggio	QN	V	V	P
Coinvolgimento fornitori su temi ambientali	Indicare la percentuale di fornitori coinvolti in iniziative finalizzate alla sensibilizzazione ed educazione ambientale	QN	V	V	P
	Descrivere le procedure per la selezione dei fornitori basate su criteri ambientali	QL	V	P	P
	Indicare la percentuale di fornitori selezionati su parametri e criteri ambientali (es. possesso di certificazione ambientale ISO 14001 o EMAS)	QN	V	V	P

⁴⁷ Tali iniziative da un lato sono finalizzate a minimizzare gli impatti ambientali negativi, mentre dall'altro a valorizzare gli impatti positivi legati alla progettazione e distribuzione di prodotti e servizi, anche riferiti al minore impatto ambientale derivante dall'utilizzo finale.

Trasporti	Descrivere le politiche e i programmi attuati per ridurre l'impatto della logistica e dei mezzi di trasporto sull'ambiente	QL	V	V	P
	Indicare gli impatti ambientali derivanti dalle attività di logistica e mobilità dell'organizzazione in termini di: - energia utilizzata: es. elettricità, benzina, gasolio, kerosene - emissioni: gas ad effetto serra e altre sostanze nocive all'ambiente ⁴⁸	QN	V	V	P
Investimenti e costi ambientali	Indicare le spese sostenute per la gestione degli impatti ambientali e per la protezione dell'ambiente	E	V	P	P
Rispetto della normativa	indicare le eventuali multe ricevute per mancato rispetto di normative e regolamenti in materia ambientale, in termini di valore monetario	E	P	P	P

* QL= Qualitativo QN= Quantitativo E= Economico-finanziario

⁴⁸ E' importante indicare il metodo o il criterio utilizzato per calcolare gli impatti dei mezzi di trasporto e logistica.

Istituzioni, governi e pubblica amministrazione

Tipologia/nome indicatore	Descrizione essenziale	Tipologia indicatore*	Livello di applicazione organizzativa P= Primario V= Volontario		
			Micro	Piccola-media	Grande
Rapporti con la Pubblica Amministrazione					
Relazioni contrattuali	Indicare la tipologia dei rapporti contrattuali in essere con la PA	QL	P	P	P
Contributi dalla Pubblica Amministrazione	Indicare la tipologia e l'ammontare di eventuali contributi ricevuti	QL E	V	P	P
Fisco					
Pagamento imposte	Indicare l'ammontare di imposte versate per tipologia	QL E	P	P	P
Lotta alla corruzione e concussione					
Modalità di gestione e minimizzazione del rischio di corruzione	Indicare le azioni messe in atto dall'impresa per minimizzare le possibilità di incorrere in rischi legati alla corruzione di funzionari pubblici da parte di persone operanti nell'azienda	QL	V	P	P
Politiche di prevenzione (in riferimento al Modello Organizzativo 231/2001)	Indicare se l'impresa attua strumenti per la prevenzione dei reati corruttivi (principalmente in riferimento al Modello Organizzativo 231/2001) e descrivere gli elementi essenziali delle politiche messe in atto	QL	V	V	P

* QL= Qualitativo QN= Quantitativo E= Economico-finanziario

Indicatori Specifici

Compagnie di estrazione mineraria di metalli e pietre preziosi		
Nome indicatore	Descrizione essenziale	Tipologia indicatore*
Governance		
Gestione dei rischi connessi a miniere artigianali e di piccola scala	<ul style="list-style-type: none"> - Indicare il numero e la % dei siti operativi dove esistono miniere artigianali e di piccola scala o sono adiacenti al sito - Riportare il rischio associato e le azioni intraprese per mitigare tali rischi 	<p>QL QN</p>
Adesione a specifici protocolli e procedure anticorruptive	Indicare se l'impresa ha aderito a procedure e protocolli anticorruzione del settore specificandone il tempo di adesione, le motivazioni e le finalità	QL
Politiche di sicurezza aziendali	<ul style="list-style-type: none"> - Indicare il sistema messo in atto dall'azienda per valutare la necessità di personale di sicurezza armato - Indicare se tale personale venga usato solo dove non esistono alternative accettabili per gestire il rischio o per assicurare la sicurezza degli impiegati, degli appaltatori e dei visitatori 	QL
	<ul style="list-style-type: none"> - Indicare il numero di persone armate in forza all'impresa e descrivere gli effetti delle situazioni in cui si sono trovati ad intervenire - Indicare la % di personale di sicurezza formato nelle politiche e procedure dell'organizzazione che concernono aspetti sui diritti umani 	<p>QN QL</p>
	Fondi stanziati per remunerare le forze di sicurezza per i loro servizi	E
Risorse umane		
Relazioni industriali e rapporti con il personale	Indicare il numero di scioperi di durata maggiore di una settimana suddivisi per Paese	QN
Lavoro equo e dignitoso	Indicare se l'impresa adotta un sistema per prevenire l'assunzione di bambini (di età inferiore ai 15 anni, o ai 14 anni dove la legge del paese lo permette)	QL
	Indicare se l'impresa adotta sistemi per prevenire il lavoro forzato (incluso lo sfruttamento del lavoro per debito, servitù debitoria o lavoro forzato) e il restringimento della libertà di movimento dei dipendenti	QL

	<p>Indicare se l'impresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - trattiene documenti originali che appartengono ai dipendenti (come i passaporti o altre prove di identità ufficiali) durante il periodo del loro impiego, a parte i documenti specifici richiesti per legge, - richiede forme di deposito, tassa per l'assunzione o anticipi per l'equipaggiamento da parte dei dipendenti direttamente o attraverso agenzie di collocamento. 	QL
Sicurezza sul luogo di lavoro	Indicare il numero di sostanze chimiche, inclusi i prodotti per la pulizia (es. utilizzo di solventi di pulitura - CFC), identificati e adeguatamente etichettati e riposti	QN
	Indicare le procedure utilizzate dall'impresa per proteggere i dipendenti dall'esposizione a particelle volatili e a fumi chimici	QL
Benefit al personale	Indicare se l'impresa fornisce ai dipendenti la possibilità di alloggiare in loco, in locali mantenuti con uno standard adeguato di sicurezza e igiene, forniti di sufficienti e propri servizi sanitari, acqua potabile e con accesso a forniture energetiche adeguate	QL
	Indicare il numero di locali adibiti ad alloggio dipendenti	QN
Remunerazione	Indicare il numero dei dipendenti pagato con uno stipendio basato sulla paga minima applicabile per legge o all'interno di un range rispetto ai prevalenti standard industriali	QN
Coinvolgimento e informazione	Procedure per coinvolgere i lavoratori in relazione ad ogni impianto per quanto riguarda la chiusura della miniera	QL
Partner commerciali		
Sistemi di gestione dei rischi non finanziari di filiera	Descrivere il sistema di gestione dei rischi relativi all'etica del business, ai diritti umani, alle pratiche sociali e ambientali dei partner di business importanti nella supply chain dell'oro e dei diamanti	QL
	Indicare il numero delle verifiche realizzate per comprendere i rischi associati a questi importanti partner del business	QN
Comunità/Collettività		
Gestione dei rapporti	Indicare l'approccio gestionale dell'azienda per rispettare i diritti dei popoli indigeni (come definiti nella legge applicabile) e gli interessi sociali, culturali, ambientali ed economici, incluse le connessioni con le terre e le acque dei popoli	QL

Incidenza attività estrattive	Indicare il numero totale di operazioni realizzate nei territori delle popolazioni autoctone o in territori limitrofi	QN
	Indicare il numero e la percentuale di operazioni o siti in cui sono presenti accordi formali con le popolazioni autoctone	QN
Rapporti con la comunità locale	Descrivere la natura ed il numero dei conflitti significativi relativi all'uso della terra, ai diritti abitudinali delle comunità locali e dei popoli indigeni	QL QN
	Indicare il numero totale di attività ed operazioni estrattive che verranno chiuse	QN
Sistema di reclamo	Descrivere la misura in cui il sistema dei reclami viene utilizzato per gestire e risolvere i conflitti relativi: - all'uso della terra - alle abitudini delle popolazioni indigene e delle comunità del luogo	QL
	Riportare i risultati ottenuti dalla gestione dei reclami	QL
Reinsediamento	Indicare i siti in cui sono avvenuti nuovi insediamenti di nuclei familiari	QL QN
	Riportare il numero di nuclei familiari ristabiliti	QN
	Indicare in che modo le dinamiche di reinsediamento influenzano il sostentamento dei nuclei familiari	QL
	Descrivere le azioni a supporto dell'Iniziativa sulla Trasparenza per le Industrie Estrattive (EITI).	QL
Coinvolgimento della comunità	Indicare le azioni realizzate dall'azienda per ottenere un consenso ampio e documentato formalmente dai popoli indigeni interessati per le operazioni estrattive	QL
	Indicare se nell'impresa estrattiva sono stati sviluppati e mantenuti piani di risposta alle emergenze, in collaborazione con le comunità che potenzialmente potrebbero essere coinvolte, con i lavoratori e i loro rappresentanti, e con le agenzie rilevanti	QL
	Descrivere le procedure per coinvolgere gli stakeholder della comunità (es. popoli indigeni, comunità, ASM, lavoratori e regolatori) in relazione ad ogni impianto per quanto riguarda la chiusura della miniera	QL

Clienti		
Innovazione e gestione dei materiali	Descrizione dei programmi e dei processi collegati alla gestione dei materiali ⁴⁹ (es. Life-Cycle Assesment, programmi di valutazione dell'eco-efficienza, programmi di ricerca sui materiali e supporto ad attività di ricerca scientifica, report sui risultati ottenuti dai processi messi in atto)	QL
Ambiente e generazioni future		
Tutela delle biodiversità	Indicare il numero delle specie elencate nella lista rossa IUCN e nelle liste nazionali delle specie protette che trovano il proprio habitat nelle aree di operatività dell'organizzazione, suddivise per livello di rischio di estinzione	QL QN
	Indicare la quantità di terra (sia posseduta, sia data in cessione, ma comunque gestita per attività estrattive) dedicata all'attività estrattiva	QN
	Indicare il numero e la percentuale dei siti nei quali: - sono stati pianificati piani di gestione delle biodiversità - sono stati già realizzati piani di gestione delle biodiversità	QN
	- Descrivere l'approccio alla gestione di sostanze chimiche o pericolose (se utilizzate), soggette a divieti locali o internazionali, a causa della loro alta tossicità per gli organismi viventi, per l'ambiente, per un potenziale bio accumulo, o per un potenziale depauperamento dello strato di ozono - Indicare se, dove è tecnicamente ed economicamente fattibile, l'azienda sostituisce le sostanze pericolose usate nella produzione con alternative meno pericolose - Indicare il numero di sostanze pericolose sostituite sul totale	QL QN
	Indicare il numero di siti certificati osservanti l'International Cyanide Management Code ⁵⁰	QN
	Riportare una descrizione essenziale delle procedure di gestione per la chiusura delle miniere (good practice con l'obiettivo di fondare un ecosistema nativo sostenibile)	QL

⁴⁹ L'industria mineraria è caratterizzata da una catena di produzione complessa che impiega un elevato numero di materiali. Questo aspetto offre l'opportunità di migliorare l'efficienza e la sostenibilità dei processi di approvvigionamento, produzione e smaltimento. (tratto da "Mining and Metal Sector Supplement- GRI).

⁵⁰ Indicatore da utilizzare per impianti estrattivi che usano cianuro nel processo di reperimento dell'oro.

	Indicare le procedure di consultazione degli stakeholder chiave del territorio per definire l'approccio più idoneo alla riqualificazione del suolo dopo la chiusura della miniera	QL
Gestione dei rifiuti, degli scarichi, e delle emissioni	Indicare i rifiuti totali smaltiti per peso con particolare riferimento a oli esausti, imballaggi, gesso per microfusione, liquidi di sbianca, acidi, fanghi, rocce, burattatura, suddividendoli in "pericolosi" e "non pericolosi" ⁵¹	QL QN
	Descrivere le modalità di gestione e smaltimento degli scarti tossici (se e dove esistenti)	QL
	Descrivere le perdite di materie nocive e/o inquinanti utilizzate per l'attività estrattiva (es. olio, carburante, sostanze chimiche) che possono danneggiare seriamente l'ambiente	QL
	Descrivere le modalità di azione (gestione) delle azioni adottate per ridurre il numero e la gravità delle perdite	QL
Istituzioni, governi e pubblica amministrazione		
Lotta alla corruzione	Indicare la tipologia di collaborazioni e progetti con i Governi locali per la lotta alla corruzione e i relativi risultati	QL
Supporto allo sviluppo del sistema locale	Descrivere il supporto ai governi dei Paesi ospiti (in termini di risorse umane, economiche, di tempo) per la professionalizzazione e la formazione del settore minerario estrattivo artigianale	QL QN E

* QL= Qualitativo QN= Quantitativo E= Economico-finanziario

⁵¹ Con il termine "materiale di scarto" si intende la materia non preziosa che racchiude il minerale o la pietra preziosa. Nell'attività mineraria si produce una quantità notevole di questo materiale che deve essere lavorato con processi fisici e chimici per ottenere la materia preziosa in esso contenuto priva di impurità. Il materiale di scarto (solitamente, rocce e fanghi), viene smaltito dall'impresa estrattive in diversi modi: nel sottosuolo e in pozzi, tramite strutture dedicate, all'interno del sito estrattivo o fuori sede.

Lavorazione dei minerali e pietre preziosi (compresi taglio e lucidatura)

Nome indicatore	Descrizione essenziale	Tipologia indicatore*
Governance		
Prassi e procedure gestionali inerenti al Kymberly process	Indicare se l'impresa utilizza procedure o sistemi per prevenire l'acquisto o la vendita di diamanti grezzi da parte di dipendenti e agenti, senza una appropriata documentazione inerente al Kimberley Process ⁵²	QL
	Indicare il numero di casi di acquisto di pietre preziose da Paesi non aderenti al Kimberley Process	QN
Misure di prevenzione e lotta alla corruzione	<ul style="list-style-type: none"> - Indicare l'approccio dell'impresa al tema della lotta alla corruzione - Indicare se l'impresa ha individuato le transazioni a rischio di corruzione ed ha implementato i relativi controlli 	QL
Risorse umane		
Formazione specifica	<ul style="list-style-type: none"> - Indicare se esistono procedure di formazione per istruire i dipendenti coinvolti nella vendita e nell'acquisto di diamanti sui temi dell'etica e della Responsabilità Sociale d'Impresa, in particolare: <ul style="list-style-type: none"> - sullo Scema di Certificazione del Kimberley Process e sulle restrizioni governative - sul commercio dei diamanti insanguinati - sul WDC (World Diamond Congress) System of Warranties⁵³ 	QL
	Indicare il: <ul style="list-style-type: none"> - numero di ore totali di formazione specifica su tali temi - numero di dipendenti coinvolti sul totale 	QN
Salute e sicurezza	Indicare se i dipendenti ricevono una formazione specifica su: <ul style="list-style-type: none"> - gestione adeguata di sostanze pericolose - uso di Material Safety Data Sheets - pericoli specifici legati al lavoro, rischi e misure precauzionali per evitare questi rischi 	QL

⁵² Le procedure e i sistemi devono essere conformi al Kimberley Process e ad altre normative internazionali rilevanti. Ciò include la prevenzione dell'acquisto dei cosiddetti "diamanti insanguinati" da parte di Nazioni o Regioni che non hanno implementato il Kimberley Process o che sono soggette ad una politica di esportazione da tali Regioni che non sia conforme al Kimberley Process.

⁵³ Si tratta di un sistema di garanzie per evitare che i diamanti insanguinati entrano nel commercio legale dei diamanti, approvato dai partecipanti al World Diamond Congress, nell'ottobre del 2002.

	- numero ore di formazione specifica totali - numero di dipendenti coinvolti sul totale	QN
	Numero di sostanze chimiche, inclusi i prodotti per la pulizia identificati e adeguatamente etichettati e riposti	QN
	Indicare le procedure utilizzate dall'impresa per proteggere i dipendenti dall'esposizione a particelle volatili e a fumi chimici legati alle attività di lavorazione dei metalli e pietre preziosi.	QL
	Indicare se, nel processo di taglio e lucidatura dei diamanti, vengono usati attrezzi impregnati con cobalto.	QL
		QN
	Indicare se l'azienda utilizza sostanze alternative all'impiego dell'alcool metilico	QL
Fornitori/appaltatori e catena di approvvigionamento		
Controllo dei fornitori e sistemi di verifica della Chain of Custody	Descrivere il sistema organizzativo di verifica della catena di fornitura e tracciabilità dei fornitori in coerenza con gli standard di settore (es. RJC Certification System)	QL
	Indicare se esistono sistemi efficaci supportati da procedure, pratiche e accordi scritti con gli appaltatori che prevengano l'impiego di bambini nei luoghi di lavoro ⁵⁴	QL
Gestione della catena di fornitura nelle aree di conflitto	Determinare se esiste un processo di audit rigoroso per ricontrollare i certificati del commercio dei diamanti grezzi, per esempio i Certificati del Kimberley Process (in e out)	QL
	Indicare il numero e la periodicità delle verifiche da parte di auditor indipendenti ⁵⁵	QN
	Riportare i provvedimenti presi per assicurarsi che gli intermediari a monte dichiarino pubblicamente i pagamenti fatti a forze di sicurezza non autorizzate per provvedere alla loro sicurezza	QL
Coinvolgimento e collaborazione con i fornitori	Indicare il supporto ai fornitori per costruire la loro capacità di condurre analisi investigative sulla loro supply chain relativa a minerali provenienti da zone di conflitto a ad alto rischio etico	QL
Clienti		
Sicurezza e protezione dei prodotti	Descrivere le misure attuate per la sicurezza del prodotto contro il furto, il danno o la sostituzione, mentre i prodotti sono in loco o durante la spedizione	QL

⁵⁴ Tali meccanismi dovrebbero prevedere efficaci procedure per:

- verificare l'età prima dell'assunzione;
- verificare il mantenimento di copie delle prove documentali su file;
- investigare le potenziali discrepanze.

⁵⁵ Informazione rielaborata dal RJC_Assessment_Workbook.

Comunicazione dei prodotti/materie prime	Indicare l'approccio aziendale alla comunicazione di prodotto, anche sugli aspetti etici che riguardano il processo di approvvigionamento e di creazione del prodotto ⁵⁶	QL
	Indicare e descrivere i sistemi per assicurare che i diamanti e i gioielli venduti ai clienti siano conformi con i regolamenti applicabili sulla salute e la sicurezza dei prodotti	QL
	Modalità utilizzate per comunicare informazioni etiche e ambientali sul prodotto (es. brochure, smart card all'interno delle confezioni, certificati, packaging specifici)	QL
	Numero di prodotti e percentuale sul totale della gamma dei prodotti/materiali venduti) per i quali vengono comunicate anche informazioni di natura etico-ambientale	QN
Istituzioni, governi, collettività		
Collaborazioni e supporto allo sviluppo del sistema locale nei Paesi in via di sviluppo	Azioni svolte per allertare le autorità governative circa pratiche abusive o di sfruttamento che avvengono lungo la supply chain	QL
	Supporto ai governi per la fondazione di cooperative, associazioni ed altre strutture	QL E
	Misure adottate per supportare la formalizzazione di accordi per la sicurezza fra le miniere artigianali, i governi locali e le forze di sicurezza pubbliche/private ⁵⁷	QL
	Descrivere le azioni a supporto dell'Iniziativa sulla Trasparenza per le Industrie Estrattive (EITI)	QL

QL= Qualitativo QN= Quantitativo E= Economico-finanziario

⁵⁶ Tali informazioni sono da considerarsi complementari e importanti al pari di quelle relative alla qualità del prodotto in termini di:

- Massa/peso
- Taglio
- Colore
- Chiarezza/finezza

⁵⁷ Tali accordi hanno la finalità di assicurarsi che tutti i pagamenti vengano emessi liberamente e siano chiare le regole di ingaggio, secondo i principi dei diritti umani, il codice di condotta ONU per gli ufficiali di pubblica sicurezza e i principi base dell'ONU sull'uso della forza e delle armi da fuoco da parte degli ufficiali addetti alla sicurezza.

Commercializzazione di metalli, pietre preziose e gioielli⁵⁸

Nome indicatore	Descrizione essenziale	Tipologia indicatore*
Governance		
Etica del business	<ul style="list-style-type: none"> - Indicare l'approccio dell'impresa al tema della lotta alla corruzione - Indicare se l'impresa ha individuato le transazioni a rischio di corruzione ed ha implementato i relativi controlli - Indicare il numero di tentativi di corruzione avvenuti all'interno dell'organizzazione e le relative sanzioni applicate 	<p>QL</p> <p>QN</p>
Risorse umane		
Formazione specifica	<ul style="list-style-type: none"> - Indicare se esistono procedure di formazione per istruire i dipendenti (es. venditori, agenti, responsabili di negozi al dettaglio) coinvolti nella vendita di diamanti, pietre, metalli preziosi e gioielli sui temi dell'etica e della Responsabilità Sociale d'Impresa - Indicare le caratteristiche delle procedure di formazione su questi temi e l'approccio attuato dall'impresa 	<p>QL</p>
	<p>Indicare il:</p> <ul style="list-style-type: none"> - numero di ore totali di formazione specifica su tali temi - numero di dipendenti/agenti di vendita/collaboratori coinvolti sul totale 	<p>QN</p>
Fornitori/appaltatori e catena di approvvigionamento		
Tracciabilità di prodotto	<p>Descrivere il sistema organizzativo di verifica della catena di fornitura e tracciabilità dei fornitori e in particolar modo del prodotto in coerenza</p> <p>Indicare se l'impresa utilizza certificazioni di prodotto specifiche (es. Chain of Custody Standard⁵⁹)</p>	<p>QL</p>

⁵⁸ Con tale espressione si fa riferimento sia ad imprese ed esercizi commerciali di vendita all'ingrosso (Business to Business), sia ad esercizi commerciali di vendita al consumatore finale (Business to Consumer).

⁵⁹ Il Chain of Custody Standard è stato sviluppato dall'Organizzazione Responsible Jewellery Council con l'obiettivo di certificare la tracciabilità del prodotto (l'origine e la lavorazione) al fine di consentire una garanzia rigorosa per filiere responsabili e fornire un sostegno credibile sul prodotto per i consumatori e le parti interessate.

Trasparenza chain of custody e filiera	Indicare le misure intraprese per rendere trasparente la catena di fornitura e natura della Chain of Custody dei minerali e metalli preziosi	QL
Comunità/Collettività		
Collaborazioni e supporto allo sviluppo del sistema locale nei Paesi in via di sviluppo	Descrivere, se attuate, le azioni a supporto dell’Iniziativa sulla Trasparenza per le Industrie Estrattive (EITI)	QL
	Supporto ai governi dei Paesi in via di Sviluppo in cui sono presenti miniere e strutture estrattive artigianali, per la fondazione di cooperative, associazioni ed altre strutture capaci di garantire sostegno, formazione e aiuti adeguati	QL E
Clienti		
Trasparenza informativa sul prodotto	Descrivere l’approccio gestionale alla comunicazione di prodotto da parte dell’impresa, anche in riferimento agli aspetti etici che riguardano il processo di approvvigionamento e di creazione del gioiello ⁶⁰	QL
	Indicare le modalità utilizzate per comunicare informazioni etiche e ambientali sul prodotto (es. brochure, smart card all’interno delle confezioni, certificati, packaging specifici dei prodotti, sito internet aziendale) al cliente	QL
	Riportare il numero di prodotti e percentuale sul totale della gamma dei prodotti/materiali venduti) per i quali vengono comunicate anche informazioni di natura etico-ambientale (es. certificazione di custodia dell’intera catena di fornitura)	QN
	Indicare la tipologia di informazioni legate ai processi responsabili di approvvigionamento e alle politiche di RSI dell’azienda integrate nel packaging del prodotto	QL
	Indicare la percentuale di prodotti in cui è riportata chiaramente la natura del diamante: “sintetici”, “naturali” o “estratti”	QN

⁶⁰ Tali informazioni sono da considerarsi complementari e importanti, al pari di quelle relative alla qualità del prodotto in termini di massa/peso; taglio; colore; chiarezza/finezza.

Sicurezza dei prodotti	Indicare e descrivere i sistemi per assicurare che i diamanti e i gioielli venduti ai clienti siano conformi con i regolamenti applicabili sulla salute e la sicurezza dei prodotti	QL
Coinvolgimento clienti	Indicare le iniziative di sensibilizzazione dei clienti e dei consumatori sul tema dell'eticità del gioiello e dell'intero processo di filiera (es. newsletter, eventi tematici)	QL
	Indicare il numero delle iniziative di coinvolgimento, il numero dei partecipanti e le caratteristiche salienti	QN QL
Formazione e sensibilizzazione clienti (per distributori all'ingrosso e/o Business to Business)	Descrivere le iniziative di sensibilizzazione, indicandone anche la numerosità per area geografica, svolte dai grandi distributori presso gli esercizi commerciali che vendono al consumatore finale (es. gioiellerie, esercizi in franchising ⁶¹) sull'approccio al tema dell'etica e della Responsabilità Sociale da parte del distributore all'ingrosso lungo la catena di fornitura dei gioielli	QL QN

* QL= Qualitativo QN= Quantitativo E= Economico-finanziario

⁶¹ Un esempio di franchising nel settore della gioielleria è rappresentato dall'azienda Bluespirit.

GLOSSARIO

Key performance Indicator (KPI): indicatori specifici preposti a misurare e rilevare i dati qualitativi che svizzerano i risultati della gestione economica-sociale-ambientale dell'impresa.

Linee Guida dell'OCSE destinate alle imprese multinazionali: raccomandazioni rivolte dai Governi alle imprese multinazionali. Esse enunciano principi e norme volontari per il comportamento responsabile delle imprese nell'adempimento delle leggi applicabili. Alla base dell'elaborazione delle linee guida OCSE vi è la profonda convinzione da parte dei Paesi Membri, che hanno sottoscritto tali Linee Guida, che le imprese multinazionali possono, attraverso una corretta gestione delle loro attività, contribuire in modo decisivo allo sviluppo economico, sociale ed ambientale della società e dell'economia mondiale.

Responsible Jewellery Council: organizzazione non-profit che ha come missione promuovere norme e prassi responsabili, etiche, sociali ed ambientali nel rispetto dei diritti umani in tutta la filiera del comparto dei diamanti, dell'oreficeria e dei platinoidi, dall'estrazione alla vendita.

RJC Certification System: standard, sviluppato dal Responsible Jewellery Council, che attesta come le organizzazioni aderenti e operanti nel settore orafa, sviluppino le loro attività in modo responsabile.

RJC Chain of Custody Certification: standard sviluppato dall'Organizzazione Responsible Jewellery Council con l'obiettivo di certificare la tracciabilità del prodotto (l'origine e la lavorazione) al fine di consentire una garanzia rigorosa per filiere responsabili e fornire un sostegno credibile sul prodotto per i consumatori e le parti interessate.

Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI): non esiste una definizione univoca per esplicitare tale locuzione. In generale con tale termine si esplicita la convinzione, sempre più diffusa, che le aziende debbano prestare la giusta attenzione ad un ampio ventaglio di portatori di interessi (stakeholder) quali lavoratori, consumatori, ambiente, comunità, poiché il loro benessere dipende, direttamente o indirettamente, dall'attività caratteristica dell'impresa.

Il "Libro Verde" Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese, pubblicato dalla Commissione Europea il 18 luglio 2001, definisce la Responsabilità sociale delle imprese come la "decisione volontaria di contribuire al progresso della società e alla tutela dell'ambiente, integrando preoccupazioni sociali e ecologiche nelle operazioni aziendali e nelle interazioni con gli stakeholder".

Standard GBS: elaborato dal "Gruppo di Studio per la statuizione dei principi di redazione del Bilancio Sociale" che definisce una serie di principi da osservare nella predisposizione del Bilancio Sociale.

Standard GRI (Global Reporting Initiative): standard di contenuto multi-stakeholder (elaborato dall'organizzazione internazionale Global Reporting Initiative), per lo sviluppo e la divulgazione globale di Linee Guida per i Report di Sostenibilità. Le Linee Guida sono destinate all'uso volontario da parte di organizzazioni per la divulgazione relativa alle dimensioni economiche, ambientali e sociali delle loro attività, dei loro prodotti e dei loro servizi ed il loro obiettivo è quello di assistere le organizzazioni ed i loro stakeholder nell'articolare e comprendere il contributo delle stesse organizzazioni allo sviluppo sostenibile.

Supplementi di settore GRI: linee guida specifiche per diversi settori economici elaborati dal GRI con lo scopo di fornire indicatori più specifici e mirati alle esigenze di rendicontazione e di trasparenza delle imprese che operano in differenti settori produttivi e commerciali. In quest’ottica il GRI ha sviluppato anche un supplemento di settore per l’industria estrattiva.

BIBLIOGRAFIA

Accountability, 2007, *The State of Responsible Competitiveness*

Assicor, Associazione Intercamerale di Coordinamento per lo Sviluppo produttivo dell'Oreficeria, Argenteria e Affini, 2007, *Le caratteristiche Strutturali del Settore dell’Oreficeria, Argenteria e Affini*

Corriere della Sera, settembre 2011, “Oreficeria, il tesoro da riscoprire”.

Current, “Il Business dell’Oro”, reperibile al link: www.youtube.com/watch?v=XX40H0zJMe0. Data accesso febbraio 2012.

Distretto Orafo Argentiero di Vicenza, Patto Di Sviluppo Distretto 2009-2012.

Due diligence in the mining and minerals sector: progetto sviluppato dall’OCSE per favorire una migliore gestione dei rischi non finanziari nell’industria estrattiva.

Ernst&Young, *Business risks facing mining and metals 2011-2012*, Executive Summary.

F. Szekey, and M. Knirsch, Center for Responsible leadership Sustainable Future, *Leadership and corporate responsibility*.

Global Reporting Initiative, 2006, Linee Guida per la rendicontazione di sostenibilità - versione G3.

Global Reporting Initiative, Mining and Metals Sector Supplement (MMSS).

Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale, 2005, *Standard di base e documenti di ricerca - indicatori di performance per la relazione sociale*.

International Labour Organization, 2007, Dichiarazione tripartita di principi sulle imprese multinazionali e la politica sociale.

Jonathan Kendall, CIBKO, *Responsible luxury – a report on the new opportunities for business to make a difference*.

Laboratorio PMI e GfK Eurisko, 2011, *Per una Filiera Sostenibile: il punto di vista di imprese e consumatori*.

Longitude, rivista mensile sugli affari nel mondo, marzo 2012.

Michael Porter e Mark Kramer, 2011, *Creating Shared Value. How to reinvent capitalism – and unleash a wave of innovation and growth*, *Harvard Business Review Italia*, gennaio/febbraio 2011 n. 1/2.

OCSE, *Linee Guida OCSE destinate alle imprese multinazionali*, aggiornamento 2011.

On Values, 2011, *Responsible investment in commodities*.

Perrini F., Vurro C., 2009, *Misurare per Gestire e Creare Valore per gli Stakeholder: Lo Stato dell'Arte e le Prospettive Future nella Valutazione della Responsabilità Sociale d'Impresa*, progetto di ricerca nel Quadro delle "Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali".

Principi per uno sviluppo sostenibile nel settore dell'attività estrattiva mineraria: promossi dal Consiglio Internazionale sull'attività Mineraria e Metalli (ICMM).

RJC, *Chain-of-Custody (CoC) Standard*, marzo 2012.

RJC *Certification Handbook*, dicembre 2009.

RJC *Standard Guidance*, dicembre 2009.

RJC *Assesment Manual*, dicembre 2009.

RJC *Assesment Work Book*, dicembre 2009.

RJC, *Roundtables on Chain of Custody Certification initiative*, Vicenza, Gennaio-Febbraio 2011.

United Nations Environmental Program (UNEP) and the then- International Council on Metals and the Environment (ICME), 2002, *International Cyanide Management Code For The Manufacture, Transport and Use of Cyanide In The Production of Gold*.

Viro Magazine, rivista ufficiale della Fiera di Vicenza.

SITOGRAFIA

www.sviluppoeconomico.gov.it

pcnitalia.sviluppoeconomico.gov.it

www.oecd.org

www.ilo.org

www.responsiblejewellery.com

www.federorafafi.it

www.clubdegliorafafi.org

eiti.org

www.cyanidecode.org

www.bilanciarsi.it

www.globalreporting.org

www.panorama.it/ultimora