IMPRESE PER LE PERSONE E LA SOCIETÀ

UN GLOBAL COMPACT
Network Italia

LEGENDA*

- **Lavoratori/Perimetro aziendale**
- **Consumatori**
- **Comunità**

Diffondere l'ambizione di un impegno crescente nella dimensione Sociale della sostenibilità in azienda, lungo le catene di fornitura e nelle comunità, aspirando al coinvolgimento della catena del valore, e andando, ove possibile, oltre gli obblighi di legge, al fine di assicurare un futuro equo e sostenibile alle generazioni a venire, non lasciando nessuno indietro.

1. Integrare la dimensione Sociale nelle strategie aziendali e potenziare la creazione di valore sociale da parte delle imprese

Adottare un approccio integrato alla sostenibilità che valorizzi la dimensione Sociale lungo l'intera catena del valore, attribuendole pari rilevanza rispetto all'Ambiente e alla Governance, valutando la trasversalità dei rischi e, al contempo, l'opportunità dei benefici che interventi sociali possono comportare sulle altre dimensioni, nell'ottica di una "transizione giusta e inclusiva", contribuendo alla generazione di progresso e impatto sociale positivo.

2. Rispettare i Diritti Umani e i Diritti del Lavoro

Rispettare i Principi da 1 a 6 dell'UN Global Compact e ispirarsi agli *UN Guiding Principles on Business and Human Rights*, garantendo ai propri lavoratori e in tutti gli ambiti dell'azienda standard lavorativi adeguati andando, ove possibile, oltre la cogenza normativa, richiedendo alle proprie catene di fornitura il rifiuto del lavoro forzato o minorile ed impegnandosi ad attuare processi di *due diligence* e monitoraggio, includendo in tale processo i propri fornitori con l'ambizione di raggiungere l'intera catena del valore.

3. Sviluppare una cultura dell'inclusione, del rispetto delle diversità e dell'equità

Rispettare e promuovere la DEI all'interno dell'azienda, lungo le proprie catene di fornitura e nelle comunità nelle quali l'azienda opera, contrastando ogni forma di discriminazione, riconoscendo e comunicando il valore della diversità e dell'equità e il potenziale dell'inclusione, adottando *policy* specifiche e implementando progetti a tutela delle persone a rischio di discriminazione, utilizzando un linguaggio inclusivo in tutte le comunicazioni interne ed esterne.

4. Impegnarsi per il benessere dei lavoratori

Creare condizioni e spazi di lavoro che promuovano la salute e il benessere delle persone, offrendo benefici di *welfare* aziendale e adottando pratiche di conciliazione vita e lavoro con particolare attenzione ai *target* vulnerabili, andando oltre gli obblighi di legge, dotandosi di obiettivi volti al miglioramento e misurando periodicamente la soddisfazione dei lavoratori e il clima interno.

5. Investire in formazione e sensibilizzazione interna ed esterna

Formare e coinvolgere i propri dipendenti, *stakeholder* e fornitori sui temi dello sviluppo sostenibile condividendo sfide, strumenti e *best practice* che includano la dimensione Sociale e che siano generative di soluzioni innovative, allargando il proprio intervento di sensibilizzazione anche alla cittadinanza e ai consumatori e massimizzando il potenziale dell'impresa di creare cultura.

6. Identificare azioni e sinergie di *corporate finance* a favore della dimensione Sociale

Investire in iniziative di finanza a impatto, proprie o di terzi, dedicando, ove previsto nelle strategie di *corporate finance*, risorse finanziarie a *Social Bond*, *Sustainable Linked Bond*, fondi o altri strumenti finanziari che abbiano un obiettivo di impatto sociale positivo, collaborando con altri partner a iniziative *multistakeholder*.

7. Promuovere pratiche che rafforzino l'equità e riducano le disuguaglianze

Adottare pratiche commerciali che tutelino i consumatori e riducano le disuguaglianze, con particolare attenzione ai *target* vulnerabili, prevedendo un sistema di soluzioni innovative, trasparente e che contrasti i fenomeni corruttivi, con l'obiettivo ultimo di garantire l'accesso a beni e servizi per la più ampia base di cittadini.

8. Supportare azioni collettive per il benessere delle comunità

Partecipare ad alleanze, *partnership* e iniziative insieme ad altre imprese, Governi, istituzioni, organizzazioni non business e associazioni del territorio per attività di co-progettazione, *campaigning* e *advocacy* normativa, facendo rete e favorendo l'innovazione, al fine di garantire maggior benessere alle comunità.

9. Misurare e rendicontare in maniera trasparente il proprio impatto sociale

Tracciare in maniera *accountable* quali sono i propri impatti sugli *stakeholder* e sulla società, coinvolgendoli nel processo, utilizzando *Key Performance Indicators* e analisi di *trend* che oggettivizzino il percorso svolto nel tempo.

10. Comunicare ed essere *Ambassador*

Comunicare i propri sforzi, progressi o difficoltà all'esterno in maniera trasparente, con la finalità di coinvolgere nuovi AD e Presidenti in uno sforzo comune e di aumentare l'attenzione degli *stakeholder* sulla dimensione Sociale della responsabilità di impresa.

*Obiettivi e attività socialmente sostenibili secondo la classificazione derivante dalla Tassonomia sociale.

Nome e Cognome NAZARENO VENTOLA

Funzione, Azienda AD e DG AEROPORTO G. MARCONI DI BOLOGNA SpA

Firma