



SADESIGN srl Società Benefit È TRA I FIRMATARI DEL MANIFESTO “IMPRESE PER LE PERSONE E LA SOCIETÀ”

19.06.2024 - SADESIGN è lieta di annunciare di aver firmato il Manifesto “Imprese per le Persone e la Società”, il testo rivolto alle aziende e redatto dall’UN Global Compact Network Italia, rete locale del Global Compact delle Nazioni Unite, la più grande iniziativa di sostenibilità d’impresa al mondo.

Con la firma al Manifesto, SADESIGN si impegna a rafforzare il ruolo della dimensione Sociale nelle sue strategie aziendali per generare valore a lungo termine anche nella catena di fornitura e nelle comunità in cui opera. Il Manifesto è disponibile [qui](#).

Paola De Feo, a nome di tutta la società, esprime l’importanza di questa adesione, perché rappresenta un impegno concreto per integrare la dimensione sociale nelle nostre strategie aziendali. Crediamo fermamente che il successo sostenibile sia possibile solo attraverso pratiche che rispettano e valorizzano le persone e le comunità. Con questo impegno, continueremo a promuovere valori di inclusività, equità e benessere in ogni aspetto della nostra attività. Siamo entusiasti di essere parte di questa iniziativa e di contribuire attivamente a un futuro migliore per tutti.

Il Global Compact delle Nazioni Unite è un’iniziativa speciale del Segretario Generale delle Nazioni Unite che ha il mandato di guidare e sostenere la comunità imprenditoriale globale nel promuovere gli obiettivi e i valori delle Nazioni Unite attraverso pratiche aziendali responsabili. Con più di 20.000 aziende e oltre 3.500 firmatari non profit con sede in 167 paesi e 62 reti locali, l’UN Global Compact è la più grande iniziativa di sostenibilità aziendale nel mondo.

Il Global Compact delle Nazioni Unite opera in Italia attraverso l’UN Global Compact Network Italia (UNGCN Italia), organizzazione costituitasi in Fondazione nel 2013 dopo dieci anni di attività come gruppo informale. Il Network italiano opera anzitutto per promuovere l’UN Global Compact ed i suoi Dieci Principi attraverso il dialogo istituzionale, la produzione di conoscenza e la diffusione di buone pratiche di sostenibilità. È, altresì, impegnato nell’avanzamento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) fissati dalle Nazioni Unite per il 2030. Oltre 600 imprese ed organizzazioni non profit italiane partecipano all’UN Global Compact.



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.