Scheda riassuntiva del bilancio sociale FIBA Cisl Lombardia realizzato in collaborazione con Adiconsum Lombardia

A partire da giugno 2009, la FIBA (Federazione Italiana Bancari) Lombardia ha intrapreso un percorso di studio ed analisi della propria struttura e del proprio operato che l'ha condotta a maggio 2011 alla redazione e presentazione del primo Bilancio Sociale della struttura lombarda.
Il documento è nato dalla collaborazione di un gruppo di lavoro composto da Operatori e Dirigenti FIBA e da due consulenti esterni in qualità di supporto scientifico. Adiconsum Lombardia ha partecipato con un proprio componente proprio in qualità di supporto scientifico, oltre che, inevitabilmente, nel ruolo più naturale di stakeholder.
Il Segretario Generale e i componenti della Segreteria Regionale hanno, non solo voluto questo documento, ma anche seguito, condiviso e partecipato passo passo alla sua costruzione. Nella raccolta dei dati e nella successiva elaborazione, fondamentale è stato il contributo delle realtà Territoriali che hanno svolto un ruolo attivo in ogni fase del processo: il bilancio infatti si concentra principalmente sulla struttura Regionale Lombarda della Federazione, ma non pochi approfondimenti e considerazioni riguardano anche le singole realtà territoriali.

Al momento della redazione del documento non esistevano linee guida per la redazione del bilancio sociale nelle Organizzazioni Sindacali. Si è dunque scelto di attenersi, soprattutto per la parte generale e laddove adeguate alla realtà sindacale, alle *Linee guida per la redazione del bilancio sociale delle organizzazioni non profit* (predisposte dall'Agenzia per le onlus nel 2009), in particolare per i seguenti aspetti: la stesura delle caratteristiche istituzionali ed organizzative; la definizione di missione, valori e strategie; mappa e coinvolgimento degli stakeholder.
Utile nella definizione della struttura del documento è stata anche la consultazione di altri bilanci sociali, sia profit che non profit, per conoscere l'esistente e valorizzare le buone pratiche già in atto.

Per il resto il criterio che ha guidato le scelte degli estensori è stato la libertà, non intesa come arbitrarietà, ma come autonomia di pensiero e azione. Ciò ha fatto sì che questo bilancio fosse in primo luogo un viaggio dentro sé stessi, utile a conoscersi meglio per poter meglio rispondere alle aspettative interne ed esterne.
All'interno del Bilancio Sociale inoltre sono stati riportati alcuni dati "di genere", vale a dire dati utili ad evidenziare la presenza e il ruolo delle donne nell'ambito dell'Organizzazione. Si è scelto di non dar vita ad un vero e proprio "Bilancio di Genere", all'interno del già corposo Bilancio Sociale. Ma la ragione è stata solo secondariamente legata allo spazio e molto più alla volontà di fare in modo che il discorso di genere permeasse l'intero documento senza essere relegato in uno spazio a sé stante che, per forza di cose, lo avrebbe isolato dal contesto. Il documento è strutturato in 5 sezioni:
1. L'identita'
2. I numeri
3. La relazione Sociale
4. La FIBA in Lombardia: i Territori
5. La parola agli stakeholder

***

Questo lavoro nasce dalla consapevolezza che la redazione del bilancio sociale può rappresentare per un'organizzazione, profit o non profit, tanto un punto di partenza quanto un punto di arrivo nell'implementazione del concetto di responsabilità sociale d'impresa, a seconda dell'ottica da cui la si guardi. Si tratta di un punto di partenza se redatto con l'umiltà di chi si pone di fronte ad uno specchio e cerca di riportare di sé l'immagine più fedele possibile, senza eccedere nell'esaltare i

pregi o nell'edulcorare i difetti; rappresenta un punto di arrivo, o comunque un documento "a consuntivo", nel momento in cui, compiuta quest'autoanalisi critica e recepite le istanze di miglioramento emerse, esse vengano effettivamente realizzate e rappresentino il risultato della sforzo fatto dall'organizzazione per riempire di significato il concetto - altrimenti pericolosamente astratto - di responsabilità sociale.
Lo scopo di questa prima edizione del bilancio sociale è stato dunque quello si segnare un punto di partenza per far luce su elementi importanti per l'Organizzazione, altrimenti difficilmente valorizzabili.
Per un'organizzazione sindacale peraltro la propria *missione* si presenta come un contratto sociale che, per compiersi, richiede l'accettazione dei quadri sindacali, degli iscritti e, di riflesso, della collettività; tale accettazione non può che avvenire attraverso il consenso sociale stimolato, ascoltato e raccolto. In sostanza si tratta di adempiere al "dovere" di informare tutti gli interessati su come si è adempiuto alla responsabilità nei loro riguardi.
Grazie ad uno sforzo condiviso da tutti i partecipanti al tavolo di lavoro, si è inoltre tentato di superare le principali trappole della reportistica sociale, a partire dall'autoreferenzialità, formale e sostanziale: è piuttosto ricorrente nei bilanci sociali l'impiego di un linguaggio estremamente tecnico, così come la sovrabbondanza di informazioni su temi poco rilevanti, a fronte dello scarso approfondimento di aspetti magari più centrali, ma critici. Il tentativo fatto con questo documento è stato dunque quello di riportarlo all'essenzialità della forma e della sostanza, eliminando tutto ciò che, dalle immagini ai colori, alla trattazione di temi marginali, potesse fuorviare l'attenzione del lettore dalle informazioni realmente utili a restituire un'immagine fedele e trasparente dell'organizzazione.

***

L'esperienza di Adiconsum sui temi della responsabilità sociale in generale e della reportistica sociale in particolare, risale ormai ad oltre 10 anni fa quando, grazie ad alcuni finanziamenti europei, l'associazione iniziò ad occuparsi nello specifico di tali argomenti. A partire dal consumo critico, per arrivare alla finanza etica e ai bilanci sociali, Adiconsum si è costruita una solida esperienza in materia, anche grazie alla partecipazione a tavoli tematici, gruppi di lavoro e commissioni tematiche.
Il lavoro svolto con il bilancio sociale della FIBA Lombardia rappresenta tuttavia per Adiconsum una prima esperienza nell'ambito della concreta elaborazione di questo tipo di documento. Il contributo che ha potuto fornire l'associazione è dunque stato la messa a frutto, da un lato di una conoscenza dell'analisi dei bilanci sociali delle imprese maturata negli anni, dall'altro delle sensibilità e competenze acquisite da personale esperto sul tema, dall'altro ancora del proprio ruolo di rappresentante di uno stakeholder comunque imprescindibile, come il consumatore.