



SUSTAINABLE LEATHER®

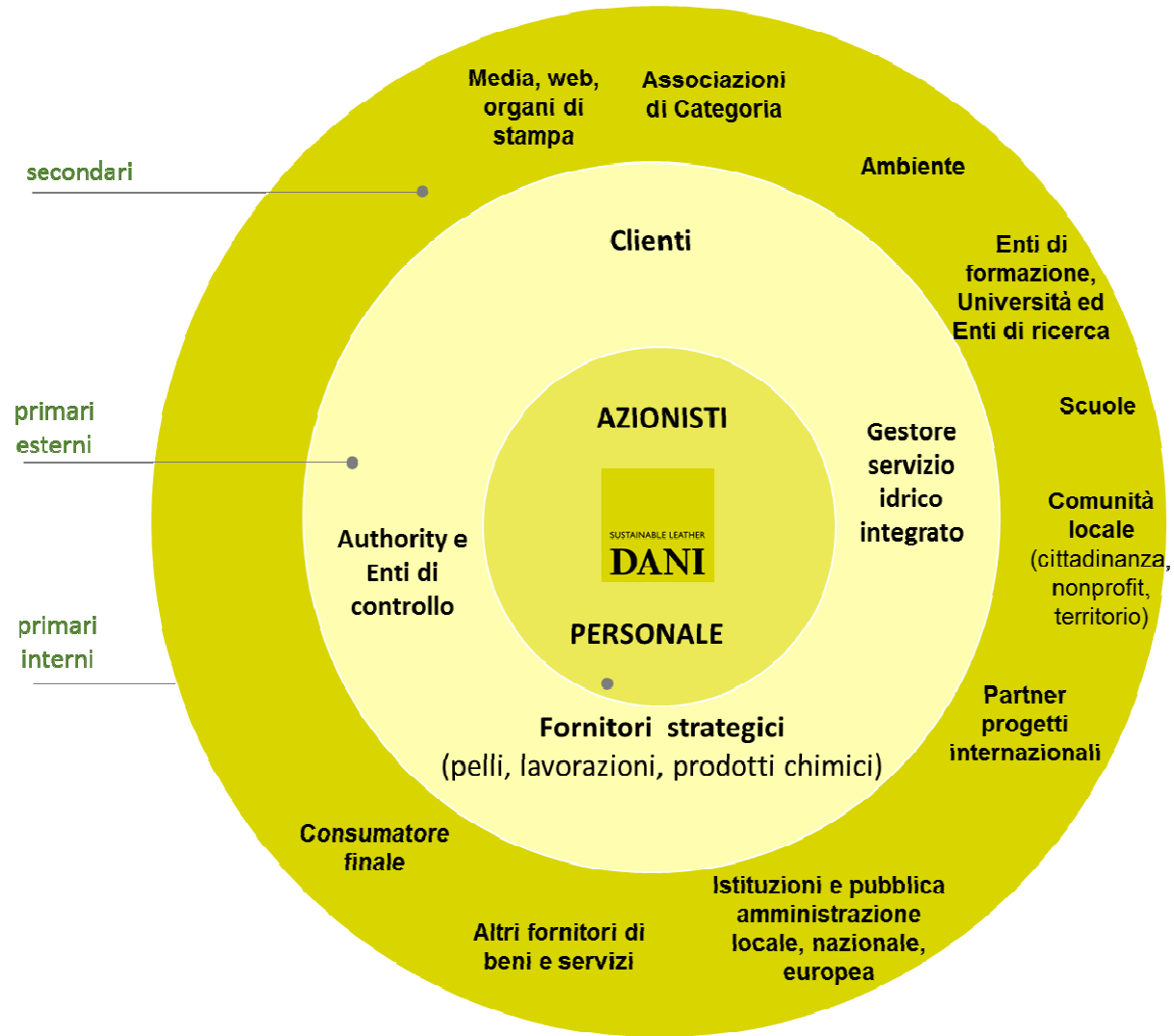
DANI

STAKEHOLDER ENGAGEMENT DANI SPA

Arzignano, 14 marzo 2017

- Attività di S.E. già realizzate
- Attività di S.E. in corso
- Attività di S.E. future previste

Prima mappatura stakeholder



Stakeholder engagement.....già in corso!



Intensità del coinvolgimento – Canali utilizzati

Stakeholder	Informazione	Ascolto	Coinvolgimento attivo
Clienti	<ul style="list-style-type: none"> Visite guidate in conceria Materiali commerciali Eventi territoriali Fiere di settore Sito internet 	<ul style="list-style-type: none"> Customer care e Customer satisfaction Visite guidate in conceria Ricerche di mercato Audit da parte dei clienti protocolli di monitoraggio dei Clienti 	<ul style="list-style-type: none"> Formazione congiunta Co-progettazione nuovi articoli Consulenza e assistenza post vendita Coinvolgimento in progetti di innovazione e R&S Gestione dei reclami Piani di miglioramento a seguito analisi soddisfazione clienti
Personale	<ul style="list-style-type: none"> Formazione Bacheche e cartellonistica Giornalino aziendale (Dani News) 	<ul style="list-style-type: none"> Momenti informali di dialogo con il management aziendale Analisi dei fabbisogni formativi per lo sviluppo professionale Indagine soddisfazione personale 	<ul style="list-style-type: none"> Eventi interni (es.5S e kaizen..) Proposte di miglioramento dal personale Team building Organizzazione feste aperte anche alle famiglie Riunioni ad hoc
Partner economici	<ul style="list-style-type: none"> Brochure Bilancio di esercizio 	<ul style="list-style-type: none"> Incontri conoscitivi Presentazioni progettuali o di iniziative 	<ul style="list-style-type: none"> Partecipazione a incontri Sviluppo rete e partnership Contratti di fornitura e collaborazione Attività di controllo (audit) sui fornitori
Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> Comunicazione interna Comunicati per la stampa o interviste 	<ul style="list-style-type: none"> Audit ambientali Attività legate alla sostenibilità 	<ul style="list-style-type: none"> Formazione interna Cooperazione in attività realizzate da clienti in favore dell'ambiente Ricerca ambientale
Collettività e comunità territoriali	<ul style="list-style-type: none"> Sito internet Visite guidate in conceria Testimonianze in aula 	<ul style="list-style-type: none"> Incontri e progetti per le scuole Fabbriche aperte (questionari) 	<ul style="list-style-type: none"> Supporto a progetti (anche ricerche) delle Università e tesi di laurea Stage di studenti università e scuole superiori supporto diretto progetti realizzati ad hoc per la solidarietà, lo sport, la cultura ecc. Fabbriche Aperte
Istituzioni	<ul style="list-style-type: none"> comunicazione istituzionale bilancio di esercizio sito internet 	<ul style="list-style-type: none"> Inviti occasionali alle principali autorità e cariche istituzionali a visitare l'azienda premi e riconoscimenti istituzionali per il buon operato dell'azienda risposta a richieste, moduli e adempimenti amministrativi partecipazione a survey o questionari 	<ul style="list-style-type: none"> partecipazione a tavoli tematici, indagini e progetti promossi dal Distretto della Concia e Associazioni di Categoria

Esempi di ascolto: 1) la Soddisfazione del personale



QUESTIONARIO DI SODDISFAZIONE DEL PERSONALE

ANNO 2017

Il questionario è uno strumento di "ascolto" che ci consente di raccogliere informazioni sulla tua esperienza in azienda. Chiediamo la tua collaborazione nella compilazione di questo questionario per poter crescere e migliorare insieme: ti chiediamo di rispondere a tutte le domande indicando la risposta che descrive meglio, dal tuo punto di vista, la tua esperienza in azienda. Il questionario è anonimo.

Una volta compilato, ti chiediamo di restituire il presente questionario entro il 24.03.2017 inserendolo nelle apposite scatole presenti nei centralini e/o presso i timbratori di presenza.

Grazie per la collaborazione.
Ufficio Risorse Umane Dani S.p.A.

Indica qui il tuo reparto:

<input type="radio"/> CALCE CONCIA AUTOMOTIVE	<input type="radio"/> PRETINTURA-TINTURA-ASCUSAGGIO AUTOMOTIVE	<input type="radio"/> RIFINIZIONE AUTOMOTIVE
<input type="radio"/> CALCE CONCIA V# STRADA	<input type="radio"/> PRETINTURA V# STRADA	<input type="radio"/> RIFINIZIONE ARREDO
<input type="radio"/> CALCE CONCIA HSF	<input type="radio"/> PRETINTURA HSF	<input type="radio"/> RIFINIZIONE CALZATURA
<input type="radio"/> FOLLONAGGIO	<input type="radio"/> TINTURA HSF	<input type="radio"/> FINTURA CALZATURA
<input type="radio"/> MAGAZZINO AUTOMOTIVE	<input type="radio"/> ASCUSAGGIO FD	<input type="radio"/> TAGLIO
<input type="radio"/> MAGAZZINO HSF	<input type="radio"/> MANUTENZIONE	

Nome del tuo responsabile: _____

La tua età: meno di 30 anni tra 31 e 40 tra 41 e 50 tra 51 e 60 più di 60 anni

Da quanti anni lavori in Dani: meno di 1 anno da 1 a 3 anni da 4 a 10 anni più di 10 anni

AMBIENTE DI LAVORO E SICUREZZA	1 Per nulla d'accordo	2 Poco d'accordo	3 d'accordo	4 Completamente d'accordo
1 - Lavoro in un reparto ordinato e pulito				
2 - I bagni sono puliti e curati.				
3 - Gli spogliatoi sono puliti e sufficientemente spaziosi.				
4 - Le sale mensa sono pulite e accoglienti.				
5 - Nel mio reparto, si lavora in buone condizioni di sicurezza.				
6 - Nel mio reparto, l'illuminazione è buona.				
7 - Nel mio reparto, c'è una buona ventilazione.				
8 - L'azienda mi mette a disposizione tutti i DPI, Dispositivi di Protezione Individuale (scarpe, guanti, tappi...), per lavorare in sicurezza.				

CONSAPEVOLEZZA	1 Per nulla d'accordo	2 Poco d'accordo	3 d'accordo	4 Completamente d'accordo
1 - Mi è chiaro il modo in cui il mio lavoro contribuisce a soddisfare le richieste dei clienti.				
2 - So a cosa servono i moduli a bordo macchina.				
3 - Conosco bene le istruzioni operative a bordo macchina.				
4 - Faccio qualche proposta al mio responsabile per migliorare il mio lavoro e quello dei colleghi.				
5 - Il mio lavoro valorizza le mie qualità professionali.				
6 - Conosco i criteri con cui vengo valutato dal mio responsabile.				
7 - Il mio responsabile mi informa su come mi ha valutato.				
8 - Quando svolgo bene il mio lavoro, il mio responsabile me lo dice.				

9 - Nel mio reparto, ogni persona conosce bene i suoi compiti.				
--	--	--	--	--

FORMAZIONE E INFORMAZIONE	Per favore gira e continua il questionario...			
	1 Per nulla d'accordo	2 Poco d'accordo	3 d'accordo	4 Completamente d'accordo
1 - In Dani, ho ricevuto una formazione efficace per svolgere bene il mio lavoro.				
2 - In Dani, ho ricevuto una formazione efficace sui concetti di sicurezza sul lavoro.				
3 - Applico abitualmente gli strumenti 5S e Miglioramento Continuo.				
4 - Le bacheche del mio reparto sono chiare e comprensibili.				
5 - Il Dani News è interessante e utile.				
6 - La comunicazione tra persone è semplice e immediata.				
7 - Quando ho un problema, so sempre da chi andare.				

SODDISFAZIONE	1 Per nulla d'accordo	2 Poco d'accordo	3 d'accordo	4 Completamente d'accordo
1 - Le valutazioni del mio responsabile sono corrette.				
2 - La mia retribuzione è in linea con le retribuzioni delle aziende del settore.				
3 - Lavoro bene con i miei colleghi.				
4 - Lavoro bene con il mio responsabile.				

LA TUA OPINIONE SU ARGOMENTI IMPORTANTI	
Indica con una X i 3 argomenti che ritieni più importanti.	
1 - È importante che la DANI diffonda informazioni sui suoi progetti futuri.	
2 - È importante che la DANI dia sostegno alla comunità locale.	
3 - È importante che la DANI dia opportunità di crescita professionale, senza alcun tipo di discriminazione.	
4 - È importante che in Dani ci sia un clima sereno e collaborativo.	
5 - È importante che la DANI organizzi momenti di comunicazione tra il personale e il management aziendale.	
6 - È importante che la DANI garantisca e promuova la salute e sicurezza sul luogo di lavoro.	
7 - È importante che la DANI fornisca una formazione adeguata del personale.	
8 - È importante che la DANI fornisca servizi a supporto delle famiglie.	

NOTE (indica qui le tue proposte di miglioramento):

Esempi di ascolto: 2) Soddisfazione dei clienti e.....sostenibilità



Informazioni sull'Azienda

	Classi in Milioni di euro (ME)	< 5	5 - 10	11 - 50	51 a 100	101 - 250	251 - 500	> 500
Fatturato 2014		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Classi del numero dipendenti	1 - 10	11 - 20	21 - 50	51 - 100	101 - 250	251 - 500	> 500
Numero dipendenti 2014		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

SOSTENIBILITA'

Con riferimento alla sua azienda risponda alle domande di seguito.

1. Nelle vostre scelte strategiche quanto sono importanti gli aspetti legati alla sostenibilità?

	Nessuna importanza	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Elevata importanza
Oggi		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Tra 2-3 anni		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

2. Quali iniziative / progetti aziendali avete realizzato in tema di sostenibilità negli ultimi 2-3 anni?

1.

2.

3.

3. Quali sono i principali vantaggi che avete ottenuto (selezionatene 3 dall'elenco che segue):

aumentare la quota di mercato / del fatturato

soddisfare le esigenze dei clienti

migliorare la reputazione del marchio

ridurre i rischi ambientali e sociali

migliorare le relazioni con gli altri stakeholder (azionisti, lavoratori, comunità locali, lavoratori, pubblica amministrazione, ...)

ottenere un vantaggio competitivo rispetto ai concorrenti

nessun vantaggio rilevante

Altro:

4. Quali iniziative / progetti aziendali prevedete di realizzare nei prossimi 2-3 anni?

1.

2.

3.

5. Quali sono i principali vantaggi che prevede di ottenere (selezionatene 3 dall'elenco che segue):

Esempi di ascolto: 3) La comunità locale



Fabbriche aperte 2014

Fabbriche aperte è l'occasione per conoscere la vostra opinione su tre importanti tematiche che riguardano le concerie: ambiente, salute e sicurezza e partecipazione alla vita della comunità locale.

Indica nella prima tabella l'impegno che a tuo avviso le **concerie in generale** pongono a questi aspetti, nella seconda tabella il tuo giudizio sulla **conceria Dani**.

Lavori in conceria?
Sì No

Dove abiti? _____

Quanti anni hai? _____

Le concerie:					
	per nulla d'accordo	poco d'accordo	Non so	Abbastanza d'accordo	Molto d'accordo
si impegnano per ridurre il loro impatto ambientale:					
hanno ambienti di lavoro sicuri e puliti:					
partecipano alla vita della comunità locale					

La conceria Dani:					
	per nulla d'accordo	poco d'accordo	Non so	Abbastanza d'accordo	Molto d'accordo
si impegna per ridurre il suo impatto ambientale:					
ha ambienti di lavoro sicuri e puliti:					
partecipa alla vita della comunità locale					

Osservazioni: _____

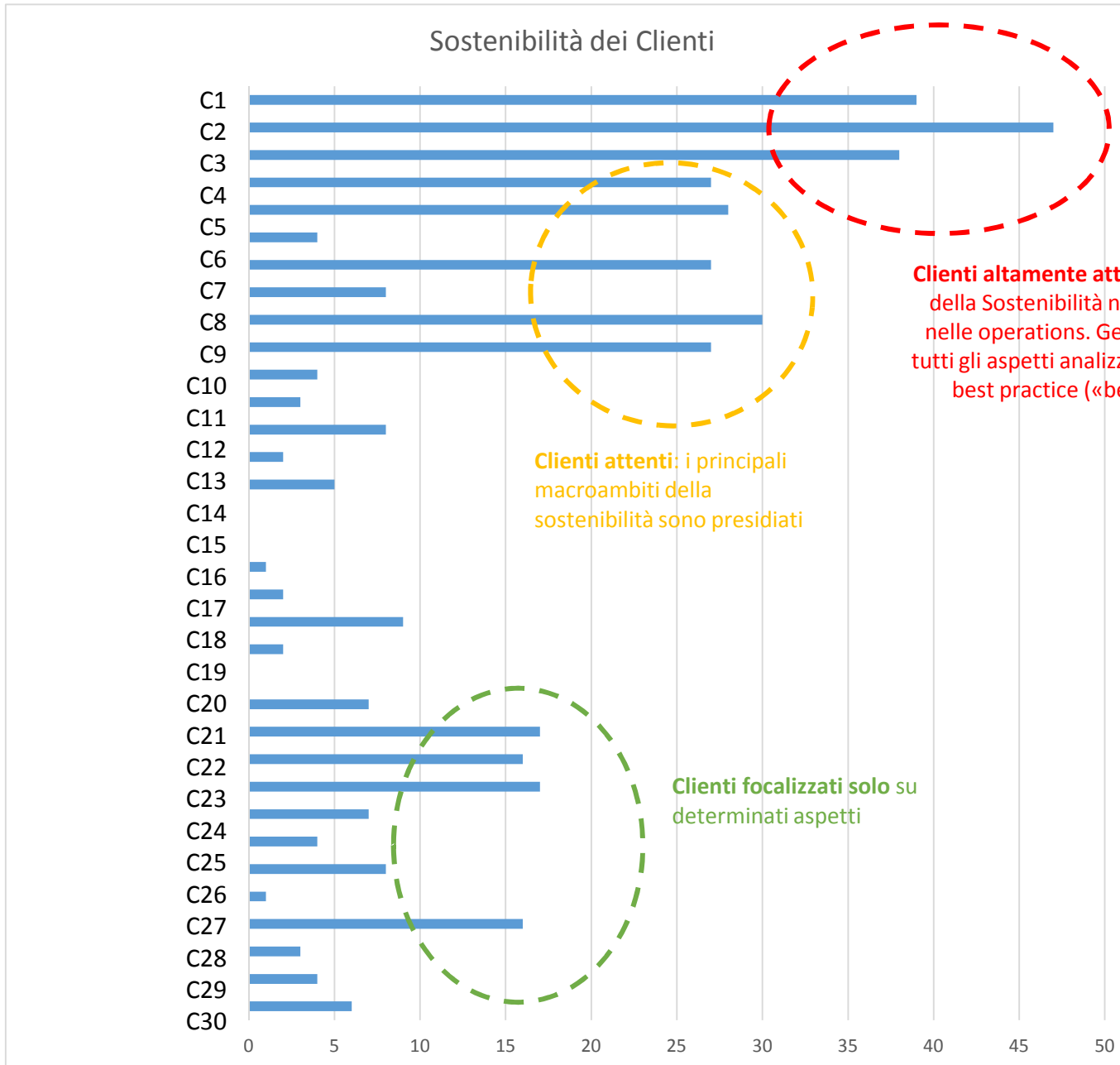
Primo progetto pilota di analisi di materialità in Dani:

I CLIENTI

1. Il punto di vista effettivo dei clienti analizzando i loro siti internet
2. Questioni rilevanti per i clienti secondo gli Area Manager Dani
3. Matrice di materialità: importanza per Dani vs importanza per i clienti

Analisi dei siti dei clienti

SUSTAINABLE LEATHER®
DANI



Analisi dei siti dei clienti

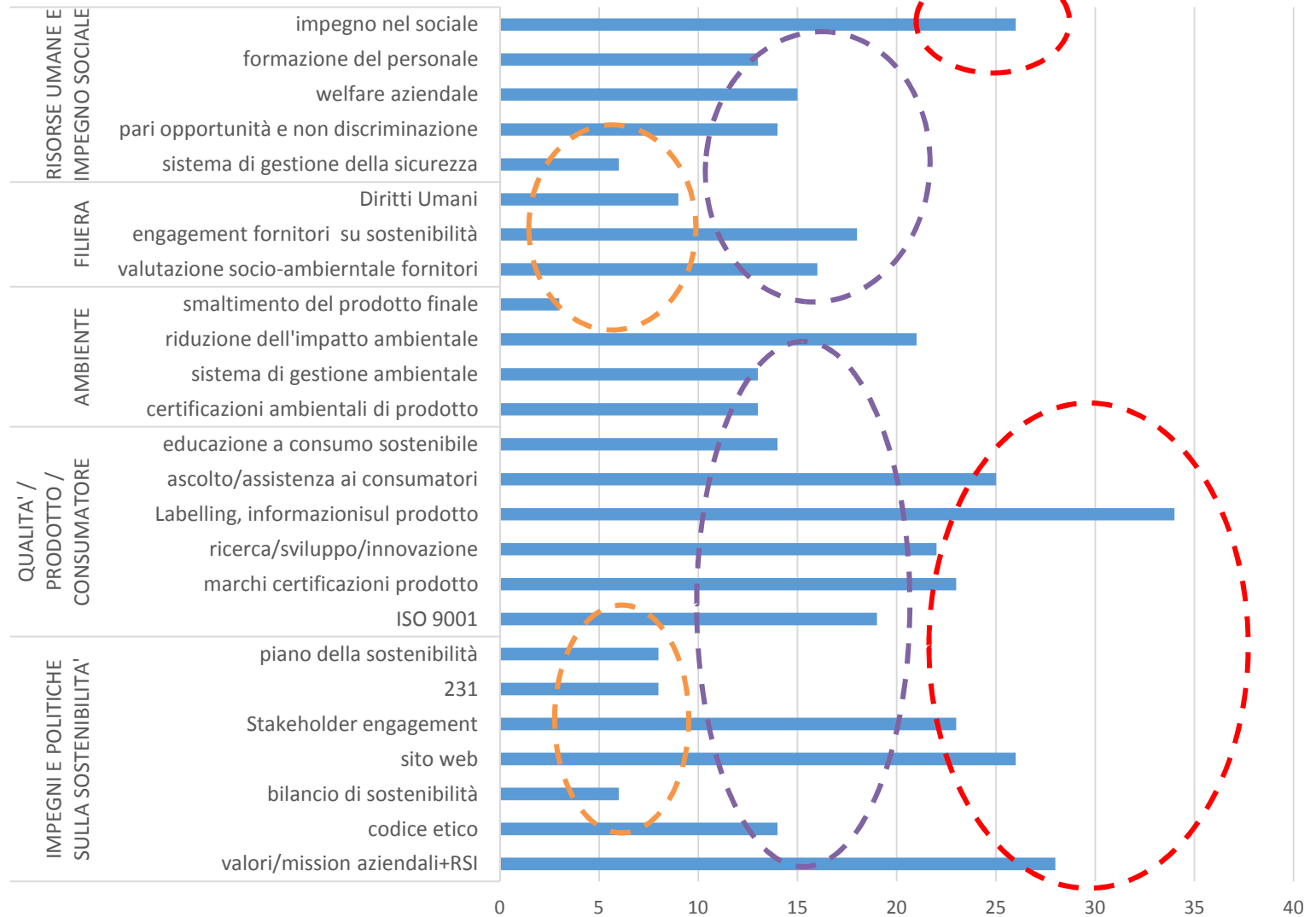


Tematiche di sostenibilità

Gestione sistemica e/o diffusa tra i Clienti

Gestione eterogenea e differenziata

Gestione poco diffusa o solo in certi Clienti



"Sentiment" degli area manager



Legenda estesa

Questioni strategiche

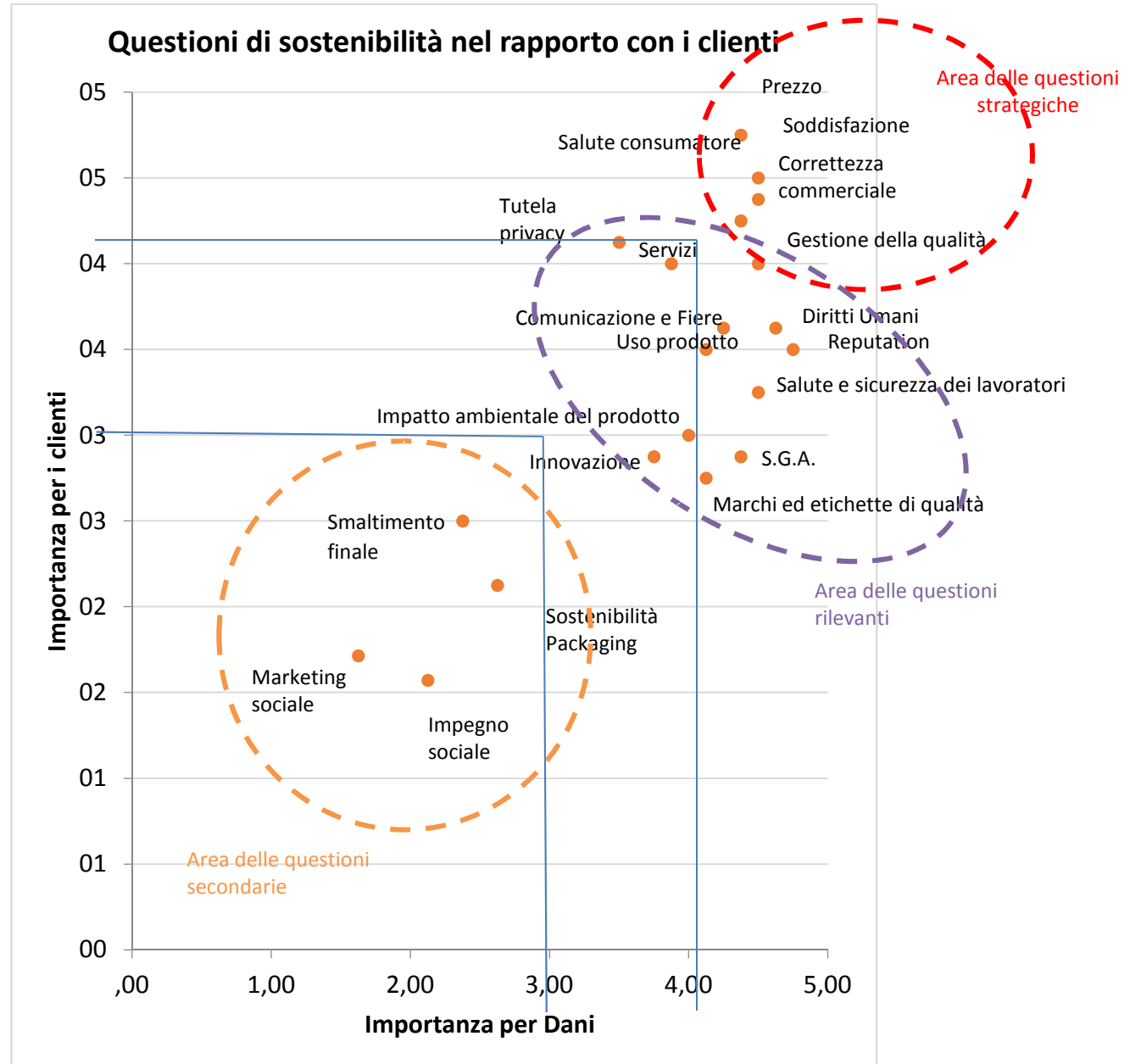
- Prezzo
- Soddisfazione e fidelizzazione
- Contrattualistica trasparente, correttezza commerciale
- Tutela della salute per il Cliente e l'utilizzatore finale

Questioni rilevanti

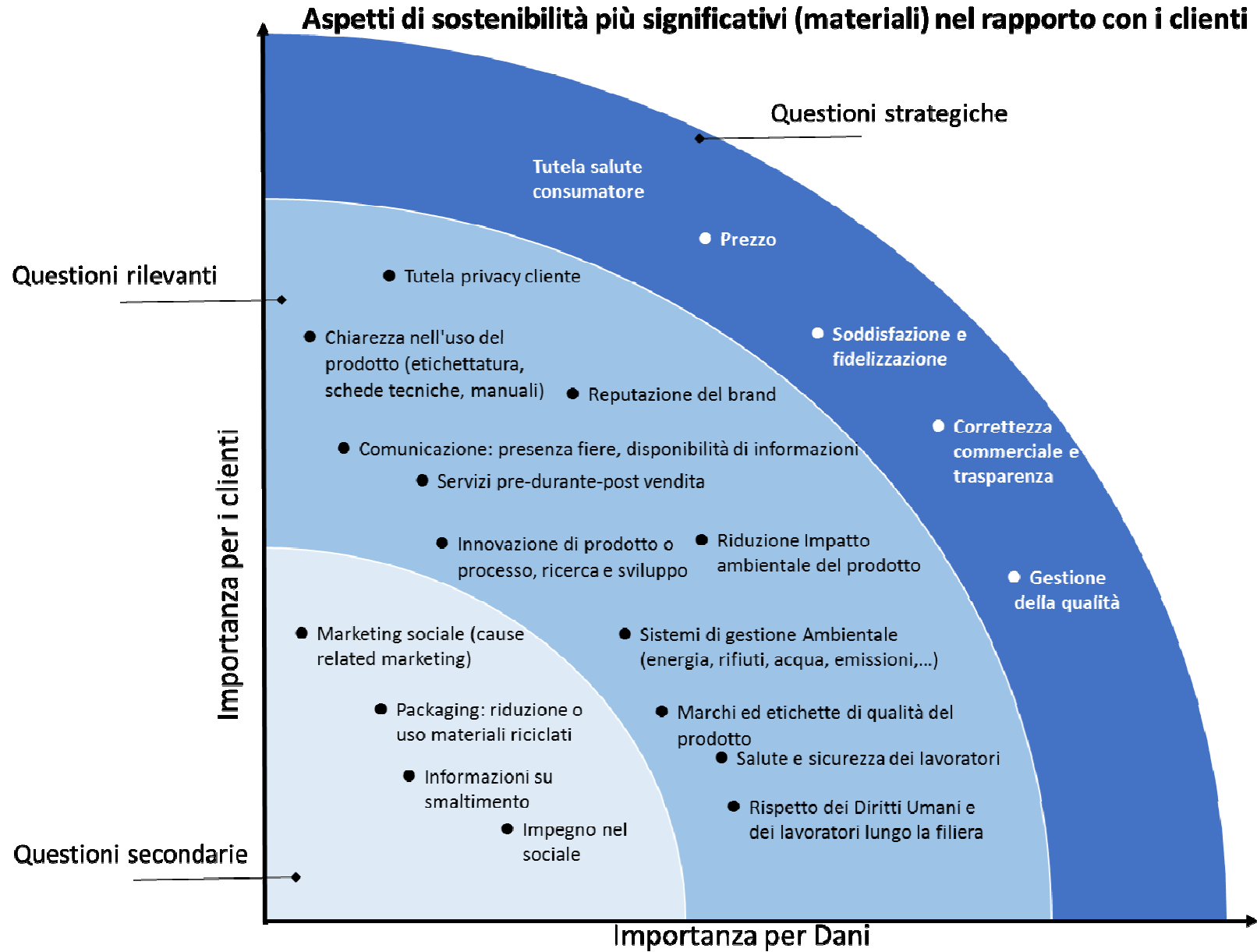
- Gestione della qualità
- Impatto ambientale del prodotto
- Sistemi di gestione Ambientale, energia, rifiuti, acqua, emissioni
- Marchi ed etichette di qualità del prodotto
- Salute e sicurezza dei lavoratori (anche terzisti)
- Rispetto dei Diritti Umani e dei lavoratori lungo la filiera (es. Codice Etico)
- Reputazione del brand DANI
- Servizi pre-durante-post vendita
- Chiarezza nell'uso del prodotto (etichettatura, schede tecniche, manuali)
- Innovazione di prodotto o processo, ricerca e sviluppo
- Comunicazione: presenza fiere, disponibilità di informazioni
- Tutela della Privacy del Cliente

Questioni secondarie

- Packaging: riduzione o uso materiali riciclati
- Informazioni su smaltimento prodotto finale (per i consumatori)
- Impegno nel sociale (sponsorizzazioni, liberalità, donazioni)
- Cause related marketing (marketing legato a buone cause)



Matrice di materialità



1 - Identificazione stakeholder.....dopo 3 anni



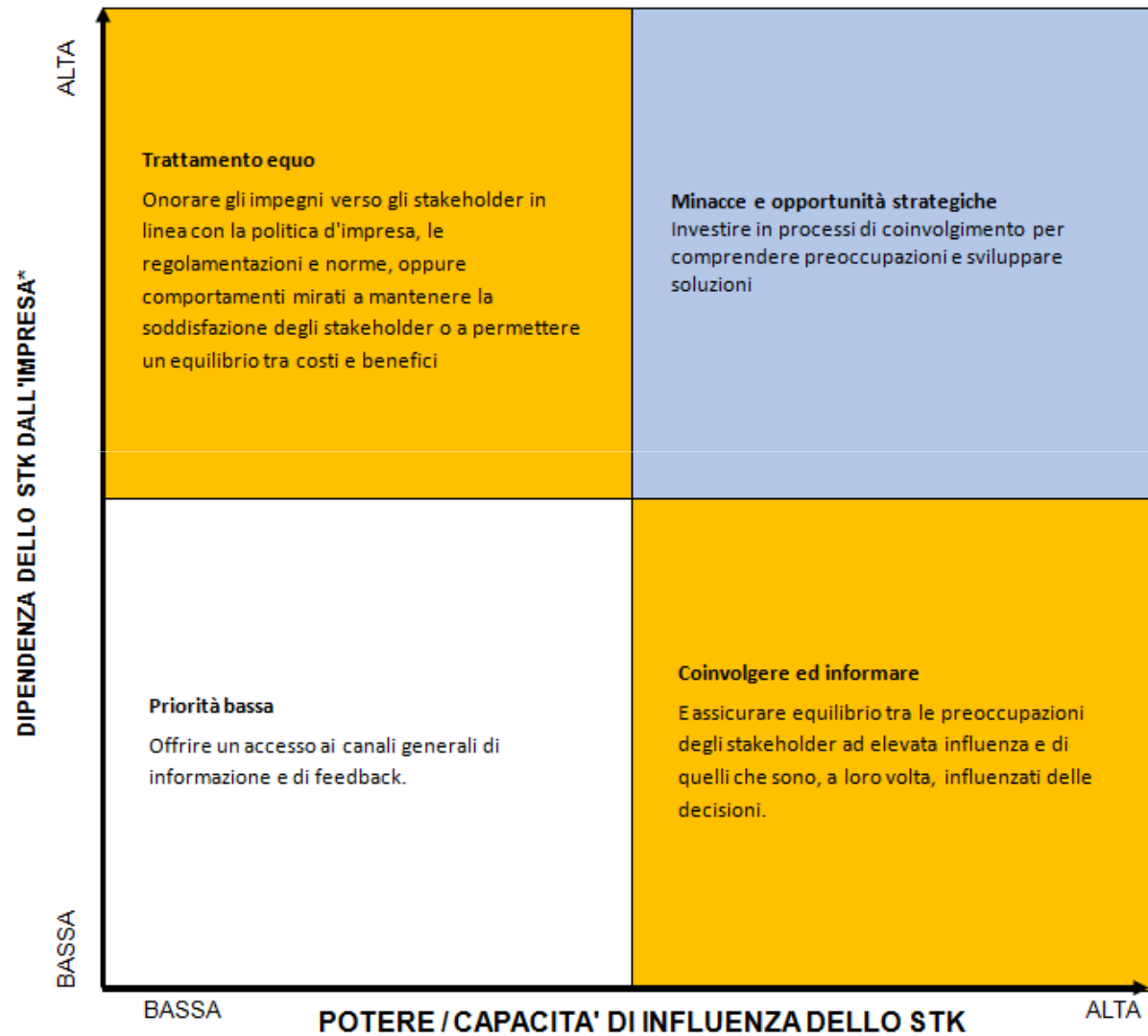
Categoria	Sottogruppi	Gruppi	Sottogruppi
CLIENTI	Automotive – OEM	RISORSE UMANE	Dipendenti
	Automotive - First tier		Giovani / talenti
	Brand / Multinazionali HS&F	AMBIENTE / SICUREZZA	Enti autorizzativi / di controllo (Arpav, Provincia, Comune, Spisal, ..)
	PMI HS&F		Associazioni ambientaliste / animaliste e comitati locali
	Information Technology	MERCATO	Agenti
Decisori – architetti_designer_stilisti	Concorrenti		
FORNITORI	Pelli grezze	ISTITUZIONI	Istituzioni internazionali (UE, ONU, ...)
	Prodotti chimici		Università e comunità scientifica
	C/to lavorazione		Enti pubblici (Agenzia Entrate, Regione, Provincia, Comune..)
	Servizio di depurazione - (Acque del Chiampo)		Associazioni (Confindustria, Sindacati, Distretto della pelle, ...)
INVESTITORI	Banche	MEDIA	Media off-line (quotidiani, riviste,...)
			Media on-line / Social Media
COMUNITA' LOCALI	Scuola		
	Cittadini		
	Associazioni di varia natura (culturale, sociale, sportiva, ...)		

2 – Matrice influenza/dipendenza

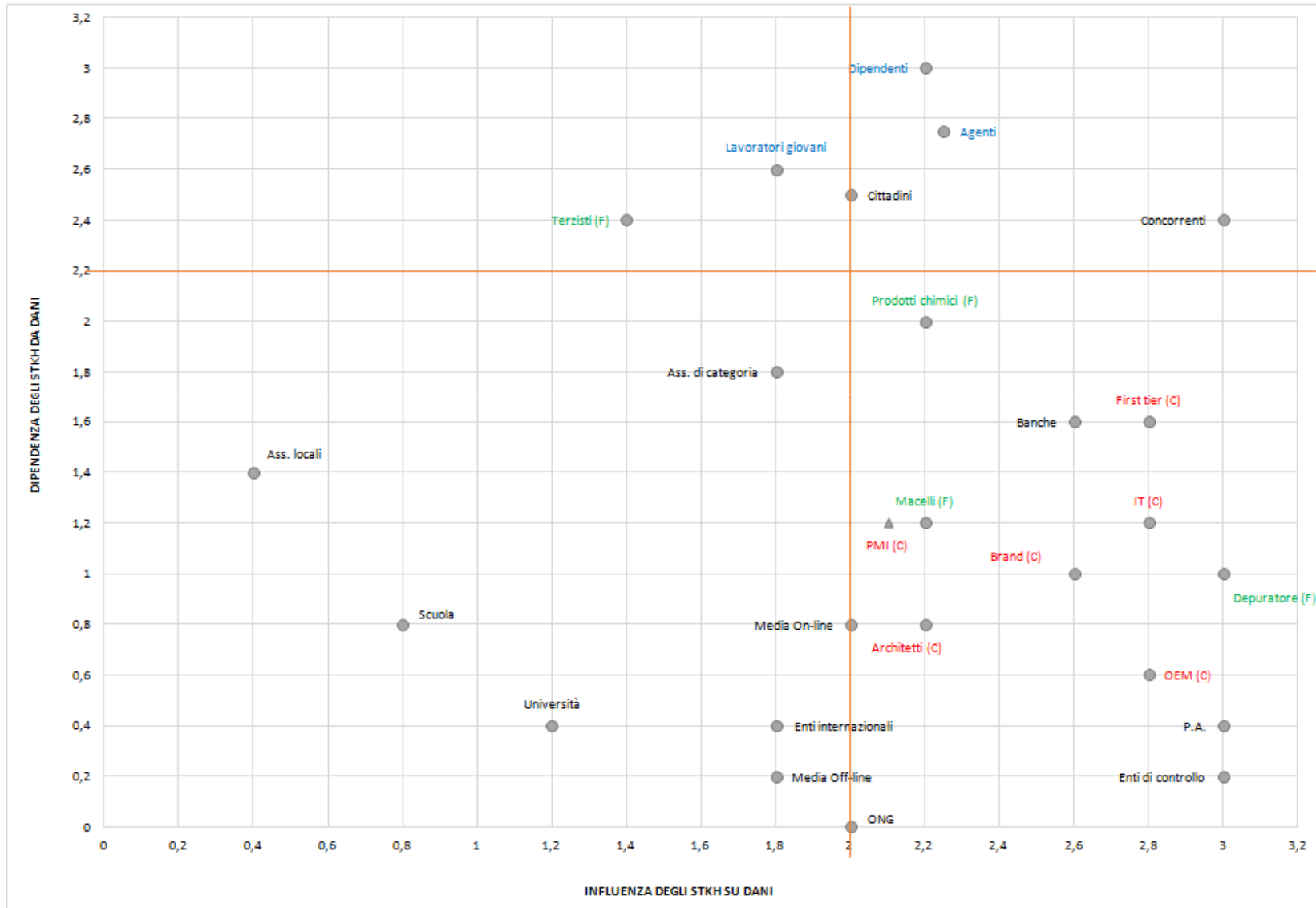


		zilli	bissoli	bazzoni	mazzasette	A.Dani	Caputo	media	
1	GRUPPI	INFLUENZA STK in grado di influenzare la capacità della Dani di raggiungere i propri obiettivi	DIPENDENZA STK che dipende dalle decisioni / azioni Dani	INFLUENZA STK in grado di influenzare la capacità della Dani di raggiungere i propri obiettivi	DIPENDENZA STK che dipende dalle decisioni / azioni Dani	INFLUENZA STK in grado di influenzare la capacità della Dani di raggiungere i propri obiettivi	DIPENDENZA STK che dipende dalle decisioni / azioni Dani	INFLUENZA STK in grado di influenzare la capacità della Dani di raggiungere i propri obiettivi	DIPENDENZA STK che dipende dalle decisioni / azioni Dani
2	SOTTOGRUPPI								
3	CLIENTI (attuali e prospect?)	Automotive - DEM							
4		Automotive - First tier							
5		Brand / Multinazionali settore moda							
6		Arredamento							
7		Calzature & Pelletteria							
8		Information Technology							
9		Decisioni - architetti_designer_stilisti							
10	FORNITORI	Pelli grezze - macelli/intermediari							
11		Prodotti chimici							
12		C/fo lavorazione							
13		Servizio di depurazione - (Acque del Chiampo)							
14	INVESTITORI	Azionisti / Proprietà							
15		Banche							
16	RISORSE UMANE	Consiglio di Amministrazione / Comitato esecutivo / management							
17		Dipendenti - operations / staff - comunitari/extracomunitari							
18		Giovani / talenti							
19	AMBIENTE/SICUREZZA	Enti autorizzativi / di controllo (Arpav, Provincia, Comune, ASL, Spisal, Ufficio Veterinario...)							
20		Associazioni ambientaliste e animaliste e comitati locali							
21	MERCATO	Agenti							
22		Concorrenti (attuali/potenziali/produttori di beni sostitutivi)							
23	COMUNITA' LOCALI	Scuola							
24		residenti e collettività							
25		Associazioni di varia natura (culturale, sociale, sportiva, ...)							
26	AZIONI	Istituzioni internazionali (ONU,UE, Cotance,...)							
27		Università e comunità scientifica							

3 - Stakeholder: criteri di classificazione e strategie di relazione



4 - Mappatura stakeholder Dani secondo il criterio influenza / dipendenza



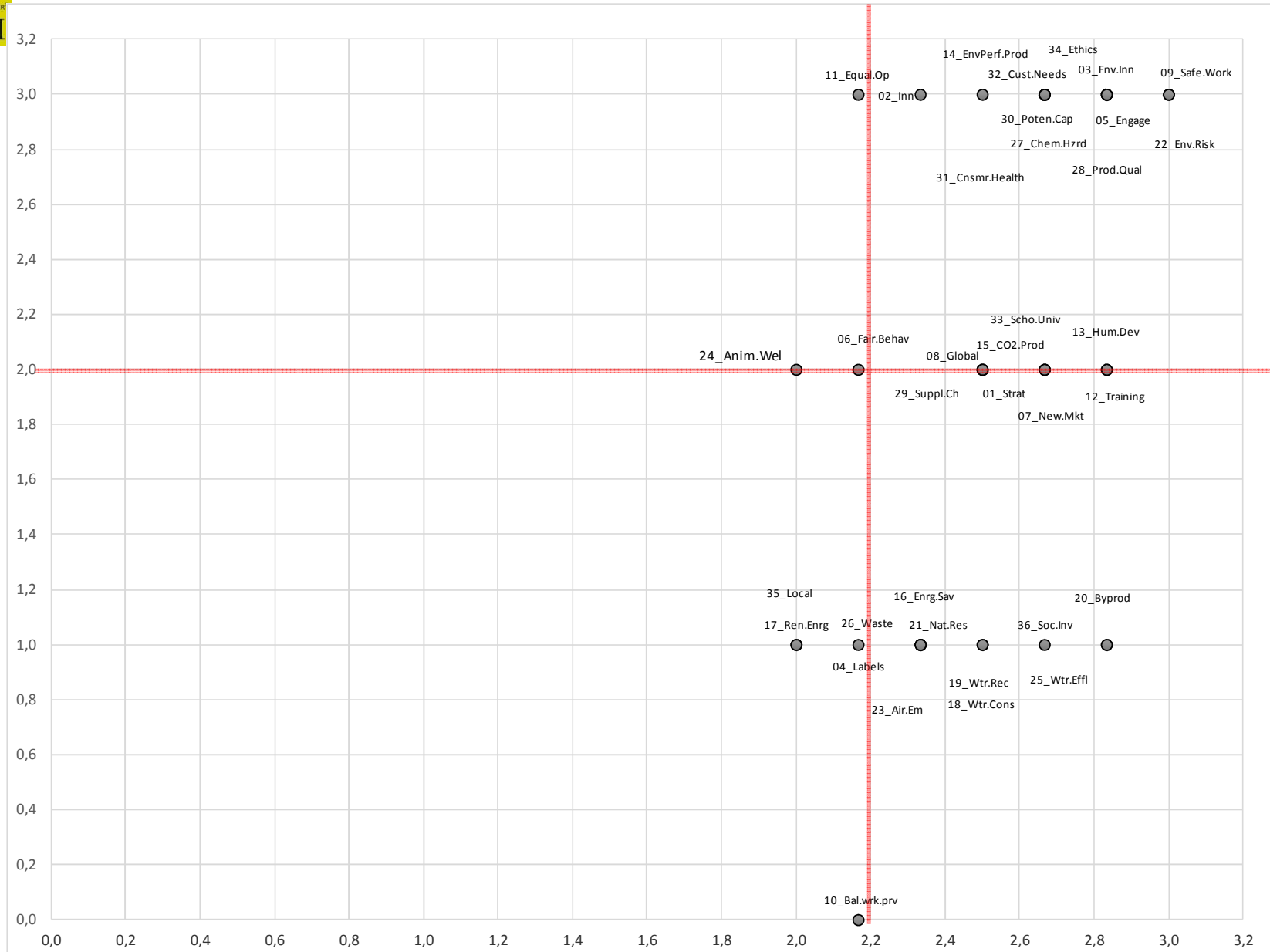
5 - Gli interessi degli stakeholder: le tematiche oggetto di analisi

Tematiche	Tematiche - Esteso
01_Strat	Integrazione della sostenibilità nelle strategie e nelle operations
02_Inn	Ricerca e innovazione di prodotto e processo
03_Env.Inn	Ricerca e innovazione di prodotto e processo in campo ambientale
04_Labels	Certificazioni ambientali e sociali (di prodotto e di sistema)
05_Engage	Comunicazione trasparente e coinvolgimento degli stakeholder (interni ed esterni)
06_Fair.Behav	Lotta alla corruzione e concorrenza leale
07_New.Mkt	Sviluppo nuovi clienti / segmenti di mercato / aree geografiche (riduzione rischio)
08_Global	Presenza globale
09_Safe.Lab	Elevati standard in tema di salute e sicurezza sul lavoro (informazione, gestione, prevenzione)
10_Bal.wrk.prv	Conciliazione vita privata / lavoro
11_Equal.Op	Pari opportunità, non discriminazione e valorizzazione delle diversità (sesso / età / etnia / religione / ..)
12_Training	Formazione del personale: approfondire / ampliare le competenze tecniche e trasversali
13_Hum.Dev	Valutazione del personale, crescita professionale e sviluppo dei talenti
14_EnvPerf.Prod	Progettare e realizzare prodotti ad elevate "prestazioni ambientali"
15_CO2.Prod	Processi / Prodotti con una "bassa impronta climatica" (progettazione / realizzazione)
16_Enrg.Sav	Processi a basso consumo di energie (progettazione / realizzazione)
17_Ren.Enrg	Impiego energie rinnovabili
18_Wtr.Cons	Processi a basso consumo di acqua (progettazione / realizzazione)
19_Wtr.Rec	Recupero / riutilizzo delle acque reflue di processo
20_Byprod	Valorizzazione sottoprodotti conciarci in settori ad alto valore aggiunto
21_Nat.Res	Recupero / Riutilizzo di risorse naturali all'interno del processo produttivo
22_Env.Risk	Gestione dei rischi ambientali
23_Air.Em	Emissioni nell'aria (SOV, polveri, ...)
24_Anim.Wel	Benessere animale
25_Wtr.Effl	Scarichi idrici e qualità dell'acqua
26_Waste	Riduzione rifiuti / Gestione rifiuti
27_Chem.Hzrd	Impiego prodotti chimici sempre meno pericolosi
28_Prod.Qual	Costanza qualitativa del prodotto e delle consegne
29_Suppl.Ch	Riduzione dei rischi sociali e ambientali lungo la catena di fornitura
30_Poten.Cap	Capacità e flessibilità produttiva della Dani
31_Cnsmr.Health	Protezione della salute e sicurezza dei consumatori
32_Cust.Needs	Soddisfare le richieste e aspettative dei clienti relative ad aspetti sociali e ambientali
33_Scho.Univ	Rapporto con le scuole (primarie / secondarie / superiori) e università
34_Ethics	Comportarsi "secondo i più alti valori etici e morali" (Codice etico)
35_Local	Rapporto con gli enti locali e/o con Associazioni di Categoria (Es. Distretto) per lo sviluppo locale
36_Soc.Inv	Investimento sociale

6 - L'analisi di materialità – OEM



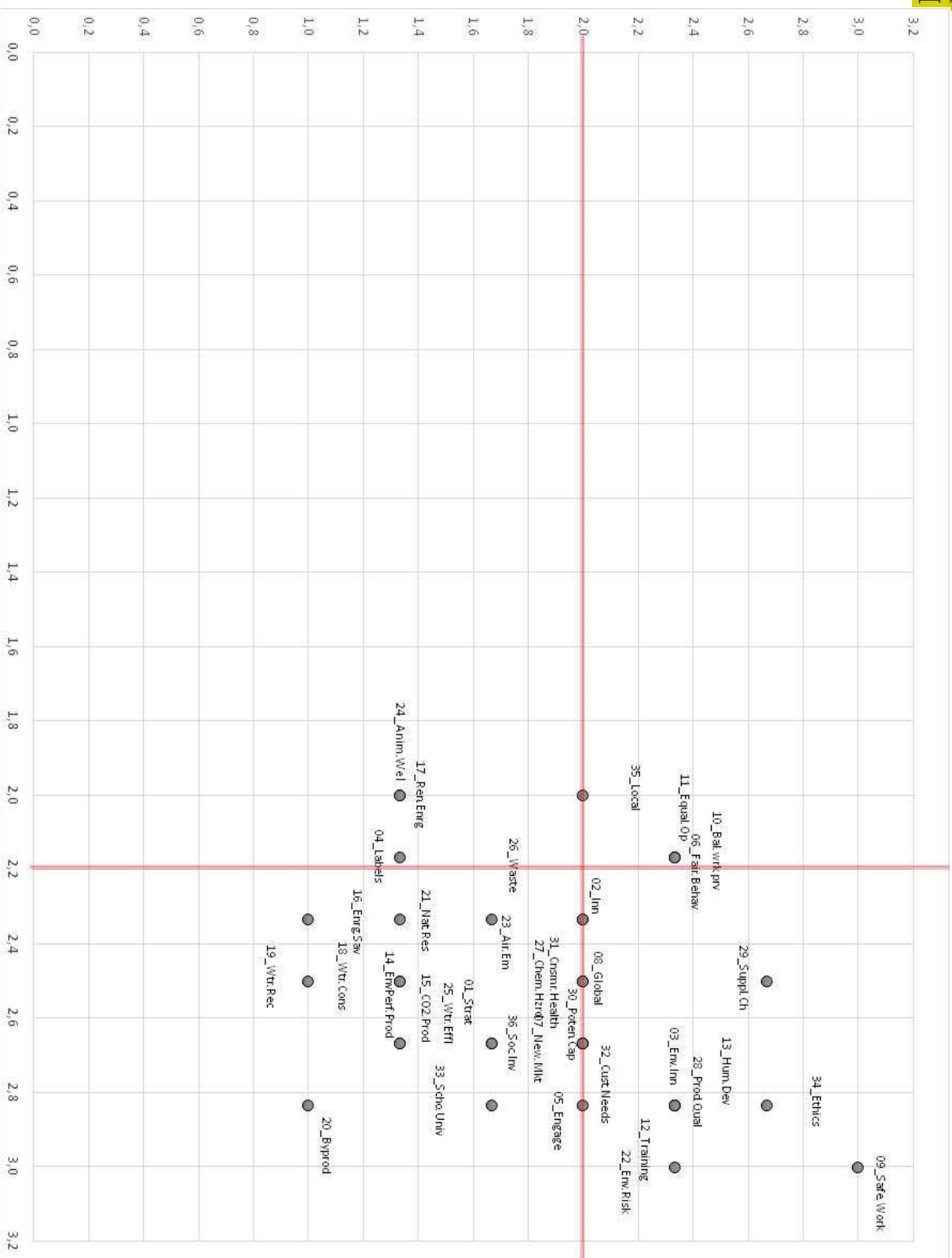
Rilevanza del tema per gli OEM



Rilevanza del tema per la Dani

7 - Matrice di "materialità" – dipendenti

Rilevanza del tema per i dipendenti



Rilevanza del tema per la Dani

Come proseguire – le attività future



1. Integrare il lavoro dell'area "Comunicazione e marketing" sui canali di ascolto / comunicazione / coinvolgimento
2. Valutare l'opportunità di una verifica di coerenza tra tematiche "percepiti" come rilevanti dalla Dani e canali di ascolto / comunicazione / coinvolgimento
3. Predisporre il Piano di Stakeholder Engagement

Stakeholder	Obiettivi engagement	Strumento/Iniziativa	Responsabile	Tempi	Costi (ipotesi)
...					
....					
.....					

Grazie per l'attenzione

Guido Zilli

Tommaso Bissoli

Dani Spa