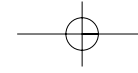


1993
2003

Il bilancio sociale di **Edit Coop** | I dieci anni di una cooperativa di giornalisti



EDIT
COOP



A CURA DI
Stefano Iucci e Giovanni Rispoli

PROGETTO GRAFICO
Orecchio acerbo

TIPOGRAFIA
Ograro

Chiuso in tipografia l'11 marzo 2004

Il Bilancio sociale di Edit. Coop. è stato realizzato
con la consulenza di SENECA


seneca@senecanet.it

Indice

- 5 Presentazione del Presidente
- 6 Il Bilancio sociale: percorso e contenuti

10 L'identità di Edit. Coop.

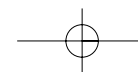
- 11 La storia
- 14 La mission
- 15 L'assetto istituzionale
- 17 La struttura organizzativa
- 19 La mappa degli stakeholder

22 La relazione sociale

- 23 Il personale
- 39 I clienti
- 41 L'attività editoriale
- 62 L'attività editoriale su committenza
- 67 L'attività di comunicazione aziendale e pubblicitaria
- 72 I fornitori

88 Il valore aggiunto

- 89 La richiesta creata
- 90 Il calcolo del valore aggiunto
- 92 La distribuzione del valore aggiunto



Dieci anni di vita. Li abbiamo compiuti qualche mese fa e abbiamo deciso di raccontarli con il Bilancio sociale, un documento di rendicontazione che ci permette di guardare al di là dei risultati economici per chiarire le ragioni, i modi, gli effetti della nostra attività.

A noi oggi interessa interrogarci di nuovo, dopo un decennio di cambiamenti che hanno riguardato la grande storia ma anche la nostra piccola vicenda professionale e politica, sul senso della nostra presenza nel mondo dell'editoria e dell'informazione, sul nostro rapporto con il sindacato e la Cgil, sul sistema di relazioni che abbiamo creato e nel quale ci siamo inseriti. Vogliamo parlare con le Istituzioni, con il mondo del giornalismo e dell'editoria, con la realtà del mondo cooperativo e associativo oltre che, ancora una volta ma alla luce di un filo unitario, con i nostri lettori, con i fornitori e i clienti, tutti i soggetti insomma che hanno interesse, influenzandola ed essendone più o meno direttamente influenzati, per la nostra attività.

La ricerca e l'elaborazione dei dati ci hanno impegnati per un anno, la parte più difficile del lavoro è stata quella di mettere insieme tutte le informazioni che avevamo accumulato nei nostri cassetti e nella nostra memoria; ma il momento più importante dell'esperienza è stato il confronto che si è aperto nell'Edit. Coop., che ci ha permesso di verificare il livello di consapevolezza e la coerenza del nostro operato.

Questo Bilancio sociale non serve solo per il passato. Ci aiuta per le scelte future. E soprattutto per l'atto più importante che sentiamo di dover compiere: un nuovo patto associativo che rinnovi le ragioni del nostro essere cooperativa.

Il Presidente
Tarcisio Tarquini

Il bilancio sociale: percorso e contenuti

Nel 2003 Edit. Coop. ha compiuto i dieci anni di attività. Per quest'occasione la cooperativa ha voluto "fare un bilancio" dei principali risultati raggiunti e ha individuato nel bilancio sociale lo strumento più adeguato a tal fine.

Il bilancio sociale, infatti, rende conto, in una forma comprensibile a tutti gli interlocutori interni ed esterni, della *mission* e delle strategie della cooperativa, delle attività svolte, dei risultati ottenuti e degli effetti prodotti, tenendo conto del punto di vista dei diversi portatori di interessi (*stakeholder*) e considerando congiuntamente le dimensioni sociale ed economica.

Edit. Coop. ha pertanto deciso di avviare nel febbraio 2003 la redazione del suo primo bilancio sociale, esteso all'intero decennio 1993-2003, per:

- incentivare la formalizzazione e la condivisione della *mission* e degli obiettivi strategici e la capacità di valutarne il grado di raggiungimento;
- favorire la raccolta sistematica di dati significativi e di varia natura, che rappresentino in modo chiaro e sintetico l'attività e i risultati conseguiti dalla cooperativa;
- supportare la verifica di coerenza tra valori e obiettivi dichiarati, scelte strategiche e decisioni operative, risultati ed effetti prodotti;
- rafforzare la motivazione e il senso di appartenenza dei soci e del personale, migliorando la comunicazione interna e il coordinamento organizzativo;
- consolidare il rapporto di fiducia con gli *stakeholder* attivando una comunicazione trasparente che poggi su una base informativa completa, "ordinata" e condivisa.

Per impostare e gestire il processo di elaborazione del documento, la cooperativa ha deciso di avvalersi della consulenza di SENECA, società specializzata in rendicontazione sociale per enti pubblici e organizzazioni non profit.

L'intero processo, accompagnato da momenti di formazione, ha comportato:

- 1) la costituzione di un gruppo di plenaria, che ha coordinato il progetto, composto dai soci e coordinato dal presidente Tarcisio Tarquini;
- 2) l'individuazione degli *stakeholder* rispetto ai quali rendicontare;
- 3) l'analisi delle attività svolte dalla cooperativa, e la costituzione dei gruppi di lavoro specifici per ciascuno dei portatori di interessi identificati; i gruppi hanno visto il coinvolgimento dei soci, dei dipendenti e dei collaboratori interni ed esterni. I gruppi di lavoro individuati sono stati i seguenti:
Stakeholder personale:
Renato D'Agostini, Patrizia Ferrante, Enrico Galantini, Tarcisio Tarquini (soci), Alfonso Di Frischia (collaboratore); coordinatore Tarcisio Tarquini.
Stakeholder clienti:
a) prodotti editoriali: Renato D'Agostini, Enrico Galantini, Carlo Gnetti, Guido Iocca, Giovanni Rispoli, Marina Iacovelli (soci), Barbara Fabi, Mayda Guerzoni, Franco Mancini, Pierluigi Pinna, Maria Rosaria Trecca, Massimo Sculli, Marco Togna (dipendenti), Elisa Galantini, Martina Toti (collaboratori), coordinatore Guido Iocca sostituito a settembre 2003 da Giovanni Rispoli; dal gruppo è uscita nel settembre 2003 Martina Toti per fine collaborazione.
b) service: Luigi Bonessio, Gianfranco Casale, Patrizia Ferrante,

Stefano Iucci, Cristina Izzo, Ilaria Longo, Davide Orecchio, Giovanni Rispoli; coordinatore Patrizia Ferrante; non ha partecipato ai lavori del gruppo Luigi Bonessio per malattia;

- c) comunicazione aziendale: Michele Assael, Alfonso Di Frischia (collaboratori), Giulia Cerretti, Franco Mancini (dipendenti), Anna Avitabile, Anna Fanello, Carlo Gnetti, Roberto Greco (soci); coordinatore Carlo Gnetti; dal gruppo è uscita nel luglio 2003 Anna Fanello per interruzione del rapporto di lavoro.

Stakeholder fornitori (tipografie):
Gianfranco Casale, Cristina Izzo, Ilaria Longo (soci), Barbara Fabi (dipendente), Manuela Pancaldi (collaboratrice), Mario Marturano (consulente); coordinatore Cristina Izzo

Sono stati effettuati complessivamente dieci incontri.

Durante l'analisi:

- è stata effettuata per la prima volta un'indagine di soddisfazione del personale della cooperativa, tramite la predisposizione e somministrazione di un questionario;
 - è stata elaborata la prima formulazione della *mission*;
 - sono stati formalizzati gli obiettivi strategici sia consuntivi che programmatici;
- 4) l'elaborazione di un modello per l'individuazione e la raccolta, all'interno di Edit. Coop. e all'esterno, delle informazioni e dei dati necessari alla rendicontazione sociale;
 - 5) la riclassificazione del bilancio d'esercizio e il calcolo del valore aggiunto;
 - 6) la redazione del documento e la validazione da parte del gruppo di lavoro;
 - 7) la comunicazione interna ed esterna del bilancio sociale.

Il documento così elaborato si articola in tre sezioni:

• l'identità della cooperativa.

Presenta *mission*, storia, assetto istituzionale, struttura organizzativa, mappa degli *stakeholder*;

• **la relazione sociale.** È articolata sui 3 *stakeholder* individuati nel corso dell'analisi (personale, fornitori e clienti). Il capitolo dedicato ai clienti analizza in dettaglio le 3 aree di attività della cooperativa: editoria in proprio, attività di pubblicità e attività di *service*;

• **il valore aggiunto.** Presenta il calcolo e la distribuzione della ricchezza prodotta dalla cooperativa tra i soggetti che hanno partecipato a generarla.

Il processo di rendicontazione così avviato si pone una serie di obiettivi di miglioramento per le prossime edizioni:

- approfondire la rendicontazione sugli *stakeholder* già presi in considerazione, allargare la rendicontazione a tutte le tipologie di fornitori, approfondire ed estendere l'analisi della relazione con CGIL, esaminare la relazione con istituzioni, enti locali, movimento cooperativo;
- ampliare la rendicontazione agli altri portatori di interessi e coinvolgerli in fase di elaborazione del documento;
- allineare *ex ante* la programmazione strategica e la rendicontazione tramite la stesura del piano strategico triennale, che integrerà gli obiettivi individuati con eventuali ulteriori obiettivi che emergeranno durante il processo di coinvolgimento dei portatori di interessi;
- affinare il processo di raccolta dati e gli indicatori, in particolare quelli di risultato e di effetto, anche tramite l'introduzione di dati di confronto con altre realtà cooperative.

¹ I dati presentati nel bilancio sociale si riferiscono all'arco temporale 1993-2003, ad esclusione di quelli economico-finanziari, che si riferiscono al periodo 1993-2002.



Un'assemblea di Edit. Coop.