



HUMANA

PEOPLE TO PEOPLE ITALIA



www.humanaitalia.org
<http://raccoltaviestiti.humanaitalia.org/>



Creare e misurare valore condiviso

*ALTIS – Alta Scuola Impresa e Società
Università Cattolica del Sacro Cuore*

Milano, 25 maggio 2016

Chi siamo?

HUMANA People to People Italia ONLUS è un'organizzazione umanitaria indipendente e laica, membro della **Federazione Internazionale HUMANA People to People**.



- 1,5 milioni/€ nel 2015 (Italia)
- 18 milioni/\$ nel 2015 (Federazione)

Per cosa chi lavoriamo?



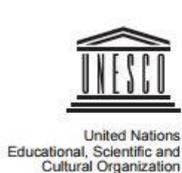
ISTRUZIONE

INFANZIA

SALUTE

AGRICOLTURA
SOSTENIBILE

PROGETTI in
ITALIA



HUMANA
PEOPLE TO PEOPLE ITALIA



Come lavoriamo?

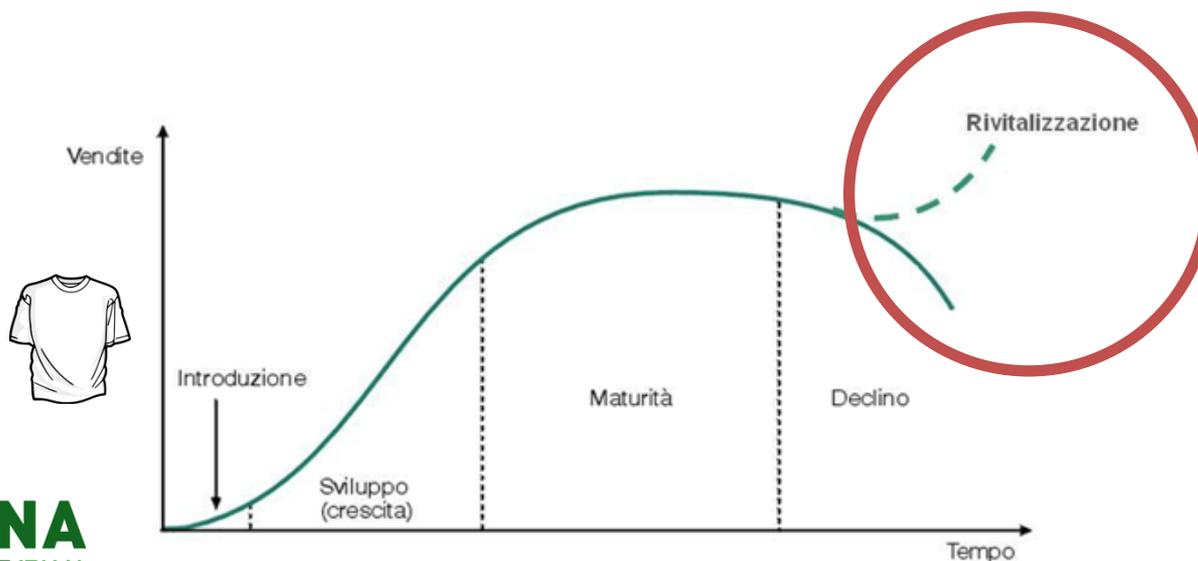
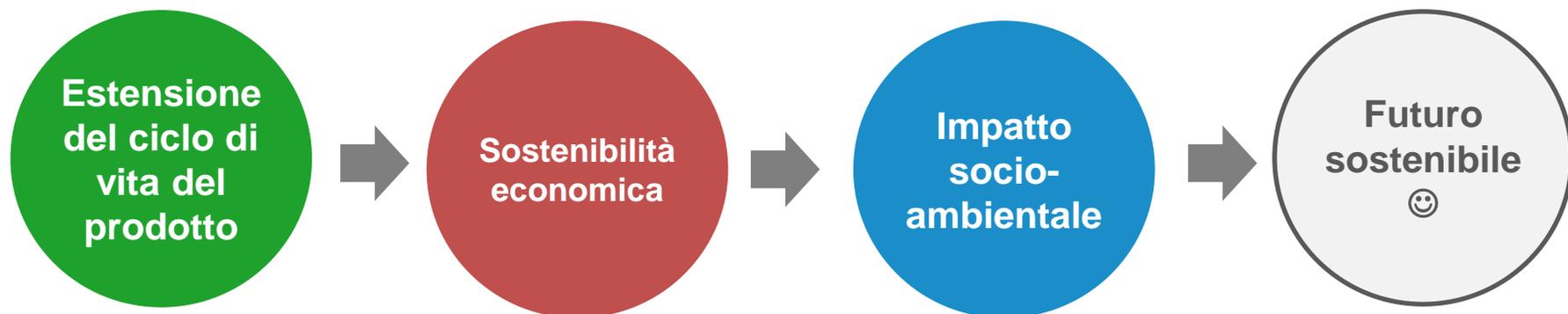


[Reverse Value chain]

Creare Ridare Valore

Alla fine degli anni '70...

... un modello di **economia circolare** ante litteram.



HUMANA
PEOPLE TO PEOPLE ITALIA

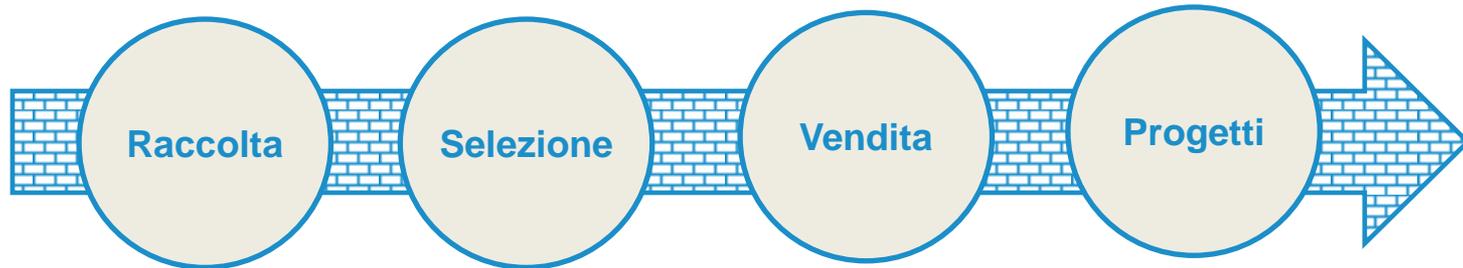


Perché CSR?

Abbiamo capito che il nostro **business model** è più complesso di quanto sembri e che non è sempre compreso in modo chiaro dai nostri **stakeholders**.



Pluralità degli stakeholders



Donatori di vestiti

Enti locali

Utilities

Aziende moda / GDO

Clienti negozi

Clienti ingrosso

Risorse umane / volontari

Federazione

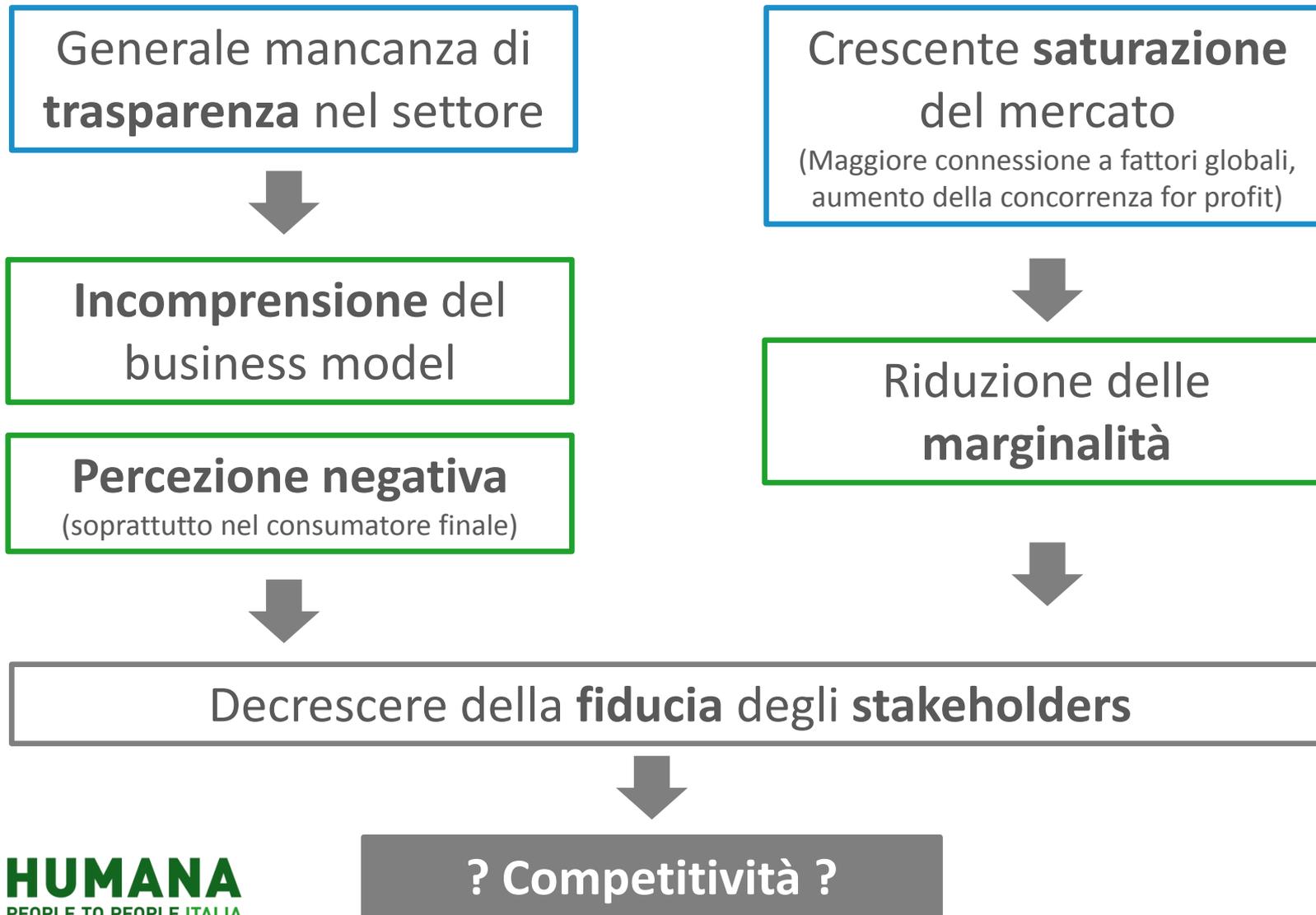
Altri STKH



HUMANA
PEOPLE TO PEOPLE ITALIA



Elementi di complessità



Da cosa siamo partiti?

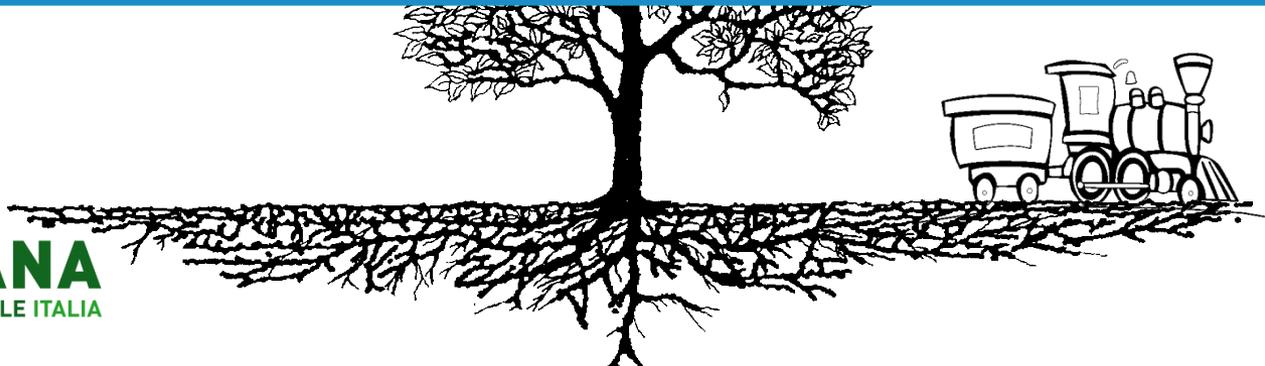
Percorso di **formazione** interna sui temi della CSR
(Formazione inclusiva: 35% dello staff in organico coinvolto)



Rinunciare all'autoreferenzialità: necessità di accrescere l'**orientamento** della nostra organizzazione ai suoi **stakeholders**



La CSR si è radicata nella **cultura interna** della nostra organizzazione.



CSR in concreto



UNI EN ISO
9001:2015

UNI EN ISO
14001:2015

Modello ex
D.lgs.
231/2001

OHSAS
18001:2008

Rating di
legalità

DIGITAL
environment
& CRM

Bilancio di
sostenibilità
(GRI-4)

Misurazione
di impatto

Sustainable
Procurement

Responsible
supply /
customer
chain

Standard di
settore



Regione Lombardia



Nel 2016 HUMANA è stata inserita nel
**Repertorio Regionale delle Buone
Prassi Aziendali per la Responsabilità
Sociale D'Impresa**

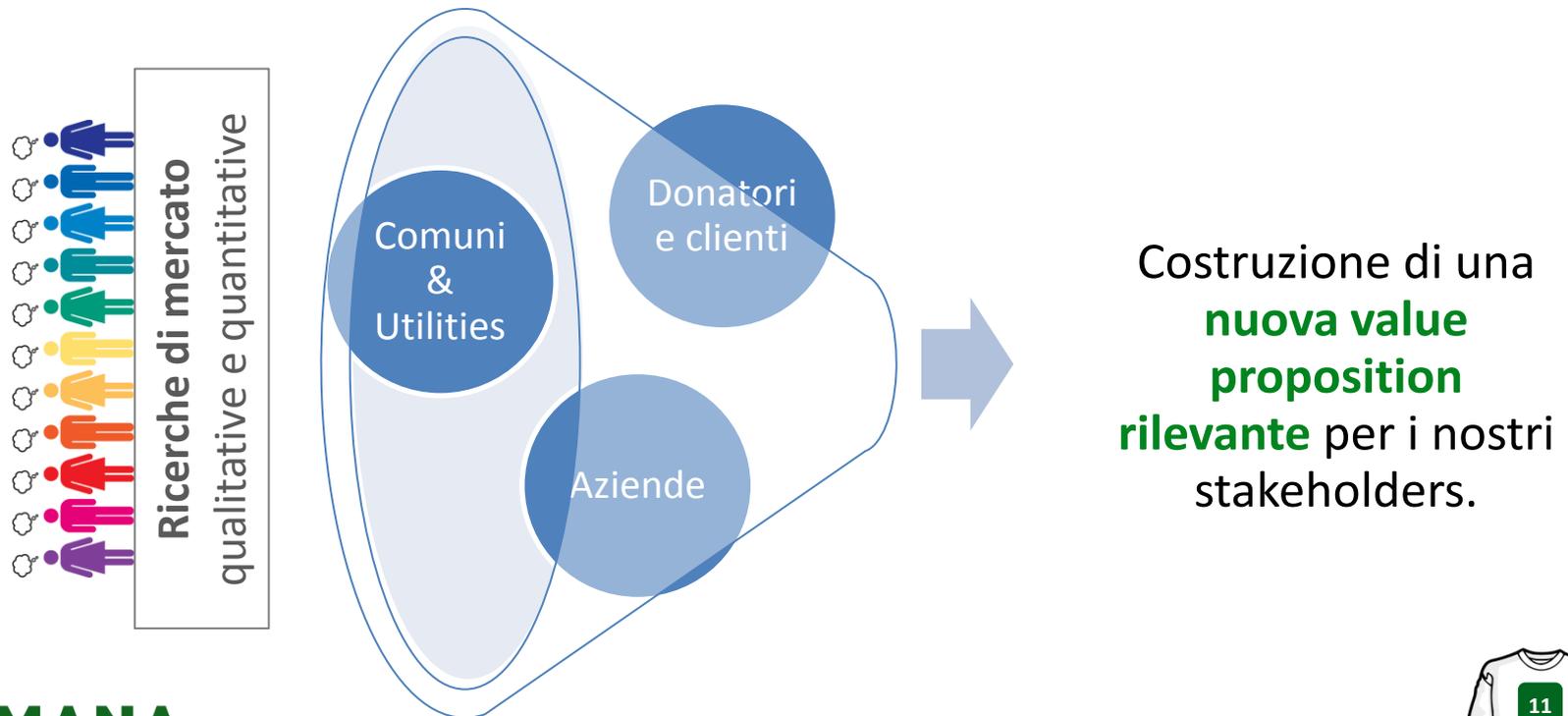


HUMANA
PEOPLE TO PEOPLE ITALIA



CSR: contaminazioni positive

Anche in ambito **Marketing** abbiamo avviato, nel 2016, un **percorso di ascolto** dei nostri **stakeholders** con l'obiettivo di ri-definire il **posizionamento del nostro brand** nel nostro mercato di riferimento.

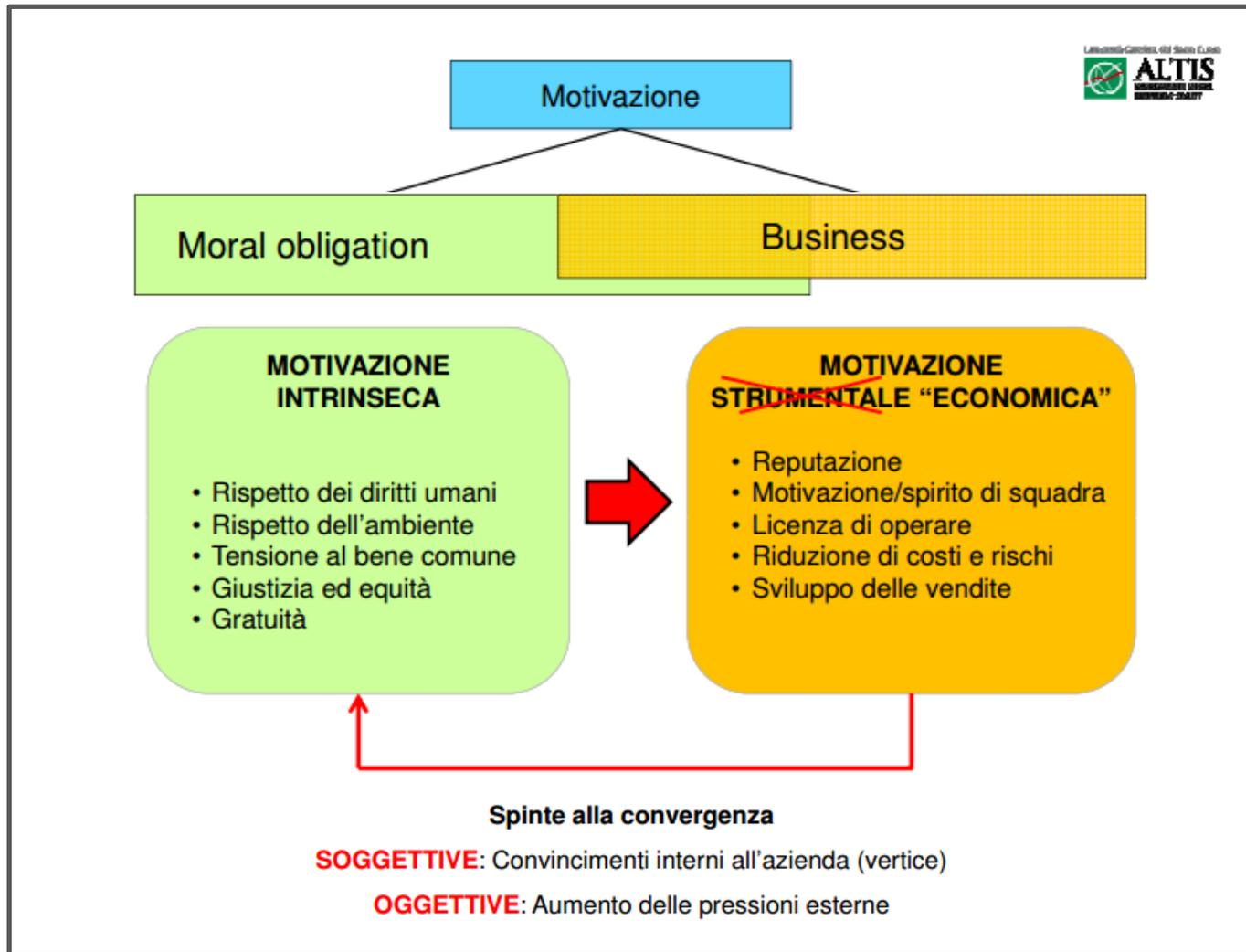


Convergenze strategiche



Stakeholders' engagement
Fondamentale nella definizione delle strategie di crescita anche per un'organizzazione come HUMANA

Perché CSR?





www.humanaitalia.org
<http://raccoltaviestiti.humanaitalia.org/>



Grazie



HUMANA
PEOPLE TO PEOPLE ITALIA

Milano, 25 maggio 2016