

VERBALE RIUNIONE ASSOCIATI

Ai termini dell'art. 20 dell'atto costitutivo dell'Associazione Professionale, gli associati riuniti in data odierna hanno determinato e stabilito all'unanimità il seguente regolamento con il fine di formalizzare le buone pratiche già in atto e promuoverne di ulteriori.

REGOLAMENTO

1. Lo Studio Associato De Micheli Lanciani Motta definisce che un business genera valore quando crea profitto, genera valore ed è sostenibile per le persone, l'organizzazione, la comunità e l'ambiente.
2. Lo studio pone come propria missione "far fare la differenza" alle persone, valorizzandone il potenziale e l'unicità, per la realizzazione di business che generino profitto e valore e siano al tempo stesso sostenibili per tutti gli stakeholder.
3. Per questi motivi i soci dello studio s'impegnano a orientare le proprie scelte strategiche e di governance ai seguenti standard (documenti estesi in allegato):
 1. International Labour Standards;
 2. UN Universal Declaration of Human Rights;
 3. Rio Declaration on Environment and Development;
 4. B Corporation Impact Assessment.
4. **Politiche economiche di responsabilità sociale dello studio.** Si decide di integrare sistematicamente le politiche di Corporate Social Responsibility all'interno del Business Model come segue:



4.1 Business Model generale

- a. Il 50% dell'imponibile di ogni singolo progetto è destinato al professionista o ai professionisti che erogano il servizio;
- b. Il 10% viene riconosciuto a chi abbia creato il contatto con il cliente a prescindere da un coinvolgimento diretto nel progetto specifico;
- c. Il 15% è riconosciuto a chi gestisce la fase di elaborazione della domanda e di progettazione dello specifico intervento;
- d. Il 25% rimane come margine per lo studio.
- e. I soci dello studio possono agire in logica B to B e prestare i loro servizi professionali ad altre società di consulenza; in tal caso il compenso percepito va inteso come il netto della prestazione di cui al punto a. di questo elenco; quindi questo tipo di rapporto professionale non prevede la generazione di marginalità per lo studio o gli aspetti commerciali a essa legati.
- f. Lo studio non richiede l'esclusiva ai propri consulenti.

Nota: le prestazioni di partner non psicologi vengono intese come costi vivi e addebitate, senza margini per lo studio, direttamente al cliente.

4.2 Quattro azioni integrate di CSR

Impegno formale a svolgere attività pro bono

- a. I soci s'impegnano formalmente a prestare un minimo del 5%, equivalente a 92 ore, della propria attività professionale (46 settimane x 40 ore) pro bono.
- b. S'intendono attività eleggibili in tal senso quelle prestazioni professionali che siano rivolte a categorie svantaggiate o a beneficio e sostegno della ricerca o a beneficio di studenti e giovani colleghi.
- c. Non rientrano in tale impegno prestazioni offerte a titolo gratuito a realtà profit o attività di volontariato non legate esplicitamente alla professione di psicologo del lavoro.
- d. Il presente impegno non si estende formalmente ai consulenti che collaborano con lo studio, i quali tuttavia sono invitati a sposare questa politica a loro volta.
- e. In una riunione dedicata annualmente al monitoraggio delle attività di CSR ogni socio presenterà il consuntivo della propria attività pro bono agli altri soci.



Accantonamento sistematico

- c. Lo studio rinuncia al 10% dell'imponibile derivato dalla prestazione di soci e consulenti psicologi del lavoro, ridestinandolo di default a sostegno di un'associazione no profit.
- d. Per garantire l'effettiva implementazione di questa misura, lo studio si impegna formalmente, inserendo un'apposita clausola nell'offerta in tal senso con il cliente in fase di contratto.
- e. Questa misura non si applica a progetti B to B, poiché non generano margine per lo studio.

Nota: le prestazioni di partner non psicologi vengono intese come costi vivi e addebitate, senza margini per lo studio, direttamente al cliente.

Politiche di sconto vincolate

- a. Coerentemente con la propria missione, lo studio ritiene prioritario sostenere le organizzazioni no profit anche sul piano della formazione interna. A questo scopo decide di definire una politica commerciale che favorisca tale obiettivo come segue:
- b. In fase commerciale, lo studio propone al cliente uno sconto del 15% sulla prestazione di soci e consulenti psicologi del lavoro, a condizione di una donazione documentata di pari valore a favore di un ente no profit a scelta del cliente stesso.
- c. Tale donazione dovrà essere vincolata all'impegno da parte dell'ente beneficiario a investire sulla propria formazione interna. Tale attività dovrà essere poi rendicontata.
- d. L'ente beneficiario potrà scegliere liberamente a chi affidare tale intervento.
- e. Qualora l'ente scelga il nostro studio come fornitore, DLM si impegna a fornire il servizio a prezzo di costo e rinunciando al 50% del compenso netto che a quel punto viene svincolato e reso disponibile per l'organizzazione stessa.
- f. Questa misura non si applica a progetti B to B, poiché non generano margine per lo studio.

Nota: le prestazioni di partner non psicologi vengono intese come costi vivi e addebitate, senza margini per lo studio, direttamente al cliente.



Partnership formalizzate

- a. Lo studio intende, inoltre, sviluppare partnership strategiche con alcune realtà no profit nello specifico; in questi casi saranno definiti accordi ad hoc con i vari partner.
- b. Lo studio s’impegna comunque a garantire, anche nel caso di partnership formalizzate, gli standard minimi sopra descritti.

5. Politiche di sostenibilità ambientale. Lo studio s’impegna a praticare e promuovere presso i propri consulenti e clienti una politica improntata alla sostenibilità ambientale:

- a. Sul sito viene pubblicato un elenco di buone pratiche.
- b. Sul sito viene pubblicato un format per l’invio di feedback e suggerimenti per ridurre l’impatto dello studio.

6. Si definiscono **relazioni di collaborazione con i propri consulenti** come segue:

- a. I consulenti psicologi che prestano servizi professionali per conto dello studio ricevono e accettano il presente regolamento.
- b. Sono quindi informati esplicitamente delle politiche di governance, di CSR ed economiche dello studio.
- c. Sono incoraggiati a contribuire attivamente allo sviluppo dello studio, non solo in termini di profittabilità ma anche di sostenibilità.

7. In coerenza con la propria visione e missione lo studio associato s’impegna a individuare e privilegiare **fornitori che rispettino criteri di sostenibilità ed equità:**

- a. In particolare, a parità di qualità del servizio o prodotto offerto, saranno scelte aziende con certificazione B-Corp.
- b. Verranno privilegiati fornitori che favoriscano esplicitamente l’impiego di personale socialmente svantaggiato.
- c. Non potendosi avvalere di certificazioni commissionate ad hoc, lo studio privilegerà quei fornitori che possano, attraverso certificazioni specifiche relative a sostenibilità ed equità, dimostrare un esplicito impegno in tal senso.
- d. In ogni caso, lo studio non intende avvalersi di fornitori che si rendano responsabili di azioni in contrasto con i valori dello studio stesso.



- e. A tal fine, sul sito dello studio verrà pubblicato un elenco fornitori potenzialmente eleggibile e verrà offerta la possibilità pubblica di fornire feedback allo studio o di indicare ulteriori fornitori da inserire nell'elenco.

8. Politiche a tutela dei clienti dello studio

- a. A garanzia dei nostri clienti e in ottemperanza alle norme vigenti, orientiamo la nostra pratica professionale rigorosamente al codice deontologico della professione di psicologo. Il codice è reso disponibile sul sito dello studio.
- b. I soci s'impegnano a una formazione e a un aggiornamento continuo nelle materie inerenti alla psicologia del lavoro.
- c. Per gli specifici servizi offerti e le specifiche metodologie utilizzate, i soci e consulenti dello studio si orientano agli standard definiti dalle rispettive società scientifiche o eventuali enti certificatori.
- d. A garanzia del cliente, sul sito viene reso disponibile il business model dello studio.
- e. Per favorire processi di miglioramento continuo del servizio, lo studio chiede ai propri clienti di fornire feedback.

I Soci

Caterina De Micheli

Paolo Lanciani

Davide Motta

