

## IL BILANCIO SOCIALE: perchè

Per Bilancio Sociale si intende uno strumento in grado di evidenziare l'impatto sociale che un'organizzazione produce sulla società e su tutti i gruppi sociali che hanno relazioni con quell'organizzazione. Nei paesi anglosassoni il rendiconto sociale è applicato a tutti i tipi d'impresa: dalla proprietà privata alle cooperative, dagli enti no-profit alle imprese di proprietà pubblica. E' in ogni caso evidente come, per un'impresa, che non abbia come fine prioritario la produzione di profitto per gli azionisti, la tradizionale rendicontazione economica non sia sufficiente a dar conto delle strategie e dei risultati raggiunti nel corso della propria attività.

Un'impresa pubblica, come l'Azienda Municipalizzata Farmacie, ha una serie articolata d'obiettivi da perseguire, e non è immediatamente chiaro quale sia l'obiettivo principale di riferimento.

L'AMF è un'Azienda Speciale di proprietà del Comune di Cinisello Balsamo; eroga un servizio di valenza pubblica agli utenti; ha un rapporto con l'intera cittadinanza per la delicatezza dell'attività che svolge; ha un delicato rapporto con i propri dipendenti che svolgono un'attività così complessa anche dal punto professionale e per il rapporto con il pubblico; opera in un mercato in cui sono presenti operatori che spesso mettono al centro della loro azione la semplice produzione di profitti.

Come conciliare tutti questi diversi interessi? L'AMF deve produrre soltanto utili per il Comune che ne è proprietario? Deve garantire sicurezza e buoni stipendi ai propri dipendenti o deve ridurre i costi per essere competitiva sul mercato?

E' molto probabile che la strategia dell'AMF sia costituita da un mix di tutte queste cose; il problema è come rendere, dentro e fuori dell'azienda, il grado di coerenza tra le scelte fatte e la gestione quotidiana. Il Conto Economico non sarà mai in grado di mettere in luce gli aspetti di miglioramento del servizio, della conservazione del patrimonio, del contenimento dei costi, che pure costituiscono i punti di riferimento centrali di un'azienda pubblica come l'AMF. L'obiettivo del Bilancio Sociale è proprio quello di mettere in evidenza tutti gli aspetti dell'attività dell'azienda in modo da render conto del proprio operato ai vari pubblici di riferimento. Com'è evidente, il Bilancio Sociale, è uno strumento innovativo di rendiconto sulle quantità e sulle qualità di relazione tra l'impresa e gli stakeholders rappresentativi dell'intera collettività, che mira a delineare un quadro omogeneo, puntuale, completo e trasparente della complessa interdipendenza tra fattori economici e socio-politici connaturati e conseguenti alle scelte dell'impresa. Con tale bilancio l'Azienda può meglio mettere in evidenza il valore sociale della sua gestione, indicando come e quanto è stata capace di raggiungere gli obiettivi statutari, gli indirizzi del Comune con criteri di Efficienza, Efficacia ed Economicità.

Il Bilancio Sociale che l'azienda per la prima volta si accinge a costruire si compone di tre documenti distinti:

**RAPPORTO SOCIALE**

**CONTABILITA' SOCIALE**

**DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO.**

**RAPPORTO SOCIALE**

Negli anni 1998, 1999, 2000 l'Azienda ha perseguito una politica di sviluppo delle risorse umane, sono state percorse strade innovative mirate alla crescita professionale e allo sviluppo del coinvolgimento e della motivazione dei propri dipendenti.

Sono stati sviluppati gli organici compatibilmente con le proprie risorse; il sistema premiante attualmente in vigore, seppure perfettibile, in questi anni ha distribuito risorse ai propri dipendenti in funzione di risultati raggiunti in base a parametri di bilancio e ad obiettivi predefiniti in sede di bilancio di previsione.

## CONTABILITA' SOCIALE

Intesa come documentazione qualitativa e quantitativa delle spese sociali e dei ricavi dell'impresa, suddivisa tra i principali stakeholders che esprimono il contesto sociale in cui opera l'azienda in termini di:

### 1 - Impresa e collaboratori

Tra i vantaggi dei dipendenti si rivelano:

la possibilità di acquistare prodotti parafarmaceutici a prezzi scontati;  
la possibilità di usufruire del servizio mensa a prezzi convenienti (£ 4.000 a pasto).

### 2 - Impresa e comunità locale

E' da rilevare che l'Azienda oltre ad avere una buona gestione economica, gestisce con fini esclusivamente sociali alcune farmacie fisiologicamente in perdita: quali la Farmacia Comunale n. 8 di V.le Romagna, e la Farmacia Comunale n. 2 di Largo Milano.

Negli anni 1998, 1999 e 2000, l'azienda ha lavorato per migliorare i servizi offerti ai cittadini; in particolare sono stati promossi e attivati i seguenti servizi:

Apertura di una farmacia notturna che svolge il servizio a battenti aperti dalle ore 21 alle ore 8,30 per tutti i giorni dell'anno compreso i festivi.

La consegna dei farmaci a domicilio gestito fino all'autunno scorso dai servizi sociali del Comune.

L'attivazione in quattro farmacie dell'azienda di altrettanti sportelli CUP (Centro Unico di Prenotazione) di prenotazione esami diagnostici e di visite specialistiche presso tutte le strutture dell'Azienda Sanitaria Locale, prendendosi carico, da Giugno del 2000, degli effetti causati dalla chiusura dello sportello CUP di Via Terenghi gestito sino a quel momento da personale dell'ASL.

L'attivazione in tutte le farmacie dell'angolo della salute dove è possibile ricevere consigli e reperire informazioni più dettagliati sulla gestione della propria salute.

L'attivazione in tutte le farmacie di un servizio di farmaco-vigilanza sugli effetti indesiderati riferiti all'uso dei farmaci.

L'attivazione di un servizio di consulenza per il controllo del peso corporeo con test di controllo e consigli pratici di comportamento per il benessere fisico.

L'attivazione di un progetto di cooperazione internazionale, che prevede, la costruzione in Chiapas (Messico) di due presidi farmaceutici che impegnano le risorse aziendali nell'arco di un triennio per un importo di £ 50 Milioni.

### 3- Impresa e pubblico in genere

Realizzazione di un sondaggio presso gli utenti per verificare il grado di soddisfazione per il servizio prestato.

Realizzazione di un convegno a carattere nazionale per dibattere le problematiche delle farmacie pubbliche e il lancio di un'idea di Farmacia Solidale.

Numerose conferenze stampa per informare i cittadini sulle varie iniziative intraprese.

Numerosi incontri con i rappresentanti di circoscrizione, enti ed associazioni di volontariato.

La realizzazione di in sito Internet aziendale.

La realizzazione una ricerca sul consumo di Benzodiazepine (tranquillanti, sonniferi ed altro) nella nostra città.

Prosecuzione del riammodernamento delle farmacie con l'acquisizione di nuovi locali, spostamento di sedi in nuovi locali, ampliamento e ristrutturazione degli spazi di farmacia, onde rendere sempre più gradevole l'accesso nelle nostre strutture di vendita.

L'approntamento, la stesura e la presentazione della Carta dei Servizi in collaborazione con l'Associazione degli Utenti onde rendere più controllabile l'azione e la qualità del servizio offerto.

### 4- Impresa e fornitori/clienti

E' stato attivato in questi anni un processo di riorganizzazione aziendale che sta portando ad una nuova definizione dei processi, delle funzioni e delle procedure aziendali che consentiranno al più presto l'avvio della certificazione di qualità.

E' stata stipulata una convenzione con il CRAL dei dipendenti del Comune di Cinisello Balsamo. In Farmacia vengono raccolti in appositi contenitori i medicinali scaduti consegnati dal cliente, tali prodotti vengono poi ritirati da apposita ditta che li invia alla termodistruzione.

#### DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

E' da intendere come indicatore delle risorse economiche prodotte e distribuite dall'impresa al suo contesto di riferimento. Individua i soggetti verso cui si articolano i flussi distributivi.

#### 1-Conto sintetico del valore aggiunto e della sua distribuzione:

2000 1999 1998

- a) Spese per i dipendenti (2.333) (2.249) (2.145)  
Costo del lavoro (2.333) (2.249) (2.145)
  
- b) Finanziatori a titolo di capitale proprio e di credito (54) (118) (30)  
Saldo interessi 52 28 43  
Utile d'esercizio a fondi di riserva (106) (146) (73)
  
- c) Sistema Stato/Comune (294) (342) (216)  
Imposte (269) (301) (216)  
Utili al Comune (25) (41) =
  
- d) Sistema impresa (321) (249) (222)  
Ammortamenti e accantonamenti (321) (249) (222)
  
- e) Costi e Ricavi non classificabili (1.246) (1.123) (1.109)  
Acquisto materiali (29) (18) (18)  
Manutenzioni e riparazioni (117) (90) (100)  
Servizi (926) (884) (860)  
Rimborsi e proventi 28 41 30  
Spese generali (196) (170) (155)  
Plusvalenze 1 2 =  
Sopravvenienze attive/passive (7) (4) (6)
  
- f) Valore aggiunto lordo 4.247 4.081 3.722  
Ricavi vendite 15.584 14.248 13.252  
Costi consumi (11.336) (10.167) (9.530)

#### 2-Fatturati dell'Azienda

2000 1999 1998

Vendite contanti 6.648 6.363 6.048

Vendite al S.S.N. 9.398 8.291 7.559

Sconto ex Legge 412/91 su SSN (462) (406) (355)

TOTALE VENDITE AZIENDA 15.584 14.248 13.252