

# Social Footprint

## Product Social Identity

### Regolamento per la certificazione



Titolo documento	Regolamento per la certificazione di prodotto di parte terza della Social Footprint - Product Social Identity
Emissione	Social Footprint Group
Verifica	Social Footprint Group
Approvazione	Social Footprint Group
Contatti	info@socialfootprint.it
Edizione	maggio 2021 – Rev. 4

#### Copyright

2021 Social Footprint - Product Social Identity. Tutti i diritti riservati.

#### Divieto di riproduzione

Nessuna parte di questo documento tutelato da copyright può essere riprodotto o copiato in alcuna forma (grafica, elettronica o meccanica, incluse le fotocopie, la registrazione) senza il permesso dell'Autore.

# SOMMARIO

---

<b>1. SCOPO E CAMPO DI APPLICAZIONE .....</b>	<b>4</b>
<b>2. GENERALITÀ .....</b>	<b>4</b>
<b>3. TERMINI, DEFINIZIONI .....</b>	<b>5</b>
<b>4. REQUISITI PER LA CERTIFICAZIONE .....</b>	<b>6</b>
4.1 REQUISITI SOCIALI E LEGALI .....	6
4.2 DEFINIZIONE E CONTROLLO DELLA FILIERA.....	6
4.2.1 <i>Campo di applicazione del certificato</i> .....	6
4.2.2 <i>Controllo e gestione dei fornitori</i> .....	6
4.2.3 <i>Diagramma di flusso</i> .....	7
4.3 REQUISITI ORGANIZZATIVI.....	7
4.3.1 <i>Responsabile per la certificazione</i> .....	7
4.3.2 <i>Risorse umane</i> .....	7
4.3.3 <i>Documentazione</i> .....	7
4.3.3.1 <i>Gestione della documentazione</i> .....	7
4.3.3.2 <i>Elenco della documentazione</i> .....	7
4.3.3.3 <i>Registro dei prodotti etichettati</i> .....	8
4.3.4 <i>Prova di rintracciabilità</i> .....	8
4.3.5 <i>analisi degli indicatori</i> .....	8
4.3.6 <i>Audit interni</i> .....	8
4.3.7 <i>Riesame periodico da parte della direzione</i> .....	8
<b>5. ITER DI CERTIFICAZIONE.....</b>	<b>10</b>
5.1 GENERALITÀ .....	10
5.2 CERTIFICAZIONE INIZIALE.....	10
5.3 VERIFICHE DI MANTENIMENTO DELLA CERTIFICAZIONE .....	11
5.4 MODIFICHE DELLA CERTIFICAZIONE .....	11
5.5 ESTENSIONE, RIDUZIONE E RINNOVO DEL CERTIFICATO .....	11
5.6 SOSPENSIONE E REVOCA DEL CERTIFICATO .....	11
5.7 COMUNICAZIONE ESTERNA .....	12
5.8 TRASFERIMENTO DEL CERTIFICATO .....	12
5.9 INDICATORI AGGIUNTIVI .....	12
<b>APPENDICE N.1: INDICATORI SOCIALI - SOCIAL FOOT PRINT – PRODUCT SOCIAL IDENTITY</b> .....	<b>13</b>
<b>APPENDICE N.2: REGOLE PER LA COMUNICAZIONE ESTERNA.....</b>	<b>18</b>
<b>TITOLARITÀ, DENOMINAZIONE, MARCHIO .....</b>	<b>18</b>
ETICHETTA SOCIAL FOOTPRINT .....	18

<b>PAGINA WEB SOCIAL FOOTPRINT – PRODUCT SOCIAL IDENTITY .....</b>	<b>19</b>
<b>REGOLE GRAFICHE.....</b>	<b>19</b>
COLORI E FONT.....	19
DIMENSIONI MARCHIO .....	20
DIMENSIONI ETICHETTA .....	20
DIMENSIONI PAGINA WEB.....	20
<b>USO DEL MARCHIO SOCIAL FOOTPRINT PRODUCT SOCIAL IDENTITY.....</b>	<b>20</b>
<b>DICHIARAZIONI PROMOZIONALI .....</b>	<b>21</b>
<b>USO DEL MARCHIO NON AUTORIZZATO .....</b>	<b>21</b>

## 1. SCOPO E CAMPO DI APPLICAZIONE

---

Il presente documento contiene i requisiti che un'Organizzazione deve rispettare per richiedere, ottenere e mantenere la certificazione Social Footprint – Product Social Identity (SFP). Quest'ultima consente all'Organizzazione di contrassegnare prodotti e servizi, inclusi nel perimetro della certificazione, con un'etichetta che identifica l'"impronta sociale" associata alla filiera di produzione di un prodotto e/o servizio.

Il presente documento precisa inoltre l'iter attraverso cui la certificazione può essere rilasciata all'Organizzazione richiedente.

## 2. GENERALITÀ

---

La finalità ultima della certificazione SFP è quella di coinvolgere il consumatore in scelte di acquisto più consapevoli da un punto di vista sociale e di supportare le Organizzazioni nelle comunicazioni trasparenti al mercato.

A questo scopo, l'Organizzazione che si certifica si impegna, da un lato a stimolare il miglioramento delle condizioni etico sociali dei diversi anelli della sua filiera di produzione e, dall'altro, a rendere trasparente al consumatore la filiera da cui un prodotto proviene, la localizzazione dei fornitori e degli attori coinvolti nel processo di realizzazione finale del prodotto e le relative informazioni. Così facendo l'Organizzazione può comunicare al mercato l'"impronta sociale" di un suo prodotto, sia apponendo sullo stesso un'etichetta informativa, sia rendendo note, tramite vari mezzi (tra cui il sito web), specifiche informazioni a riguardo.

L'"impronta sociale" è misurata attraverso l'uso di appositi indicatori (vedi Appendice 1 del presente Regolamento), i quali sono sottoposti al parere del Comitato di Stakeholder dello schema SFP. Tale Comitato è rappresentativo delle parti interessate alle tematiche proprie dello schema.

A seconda del numero, del tipo e del dettaglio degli indicatori, l'etichettatura SFP prevede due livelli:

- Livello base: rappresentato dalle lettere 'A';
- Livello approfondito: rappresentato dalle lettere 'AAA'.

La responsabilità per la correttezza delle informazioni fornite al mercato, sia attraverso le etichette di prodotto, sia attraverso informazioni aggiuntive sul sito web, è in capo all'Organizzazione che si certifica, così come ogni altro obbligo di legge connesso al prodotto e al suo sistema di gestione della certificazione SFP. Spetta invece all'Organismo di Certificazione verificare che l'Organizzazione disponga di un sistema che sia in grado di raccogliere, elaborare, controllare e comunicare i dati del prodotto certificato SFP, assicurandone la correttezza e veridicità nel rispetto del presente Regolamento.

L'Organizzazione certificata è libera di individuare i prodotti da etichettare SFP all'interno delle categorie per le quali nello schema SFP siano state definite apposite Indicazioni di Profondità ed Estensione (IPE). Tali indicazioni hanno lo scopo di garantire omogeneità fra le comunicazioni di Organizzazioni diverse.

Gli Organismi di Certificazione che rilasciano la certificazione SFP sono membri, con licenza esclusiva, del Social Footprint Group. Essi rispondono nel loro operato ai requisiti di imparzialità e di terzietà definiti nella norma ISO/IEC 17065.

### 3. TERMINI, DEFINIZIONI

---

Si applicano le definizioni contenute nella ISO 9000, ISO 19011, ISO/IEC 17065 (vale l'ultima edizione della pubblicazione).

In particolare:

**Audit:** processo sistematico, indipendente e documentato per ottenere le evidenze dell'audit e valutarle con obiettività, al fine di stabilire in quale misura i criteri dell'audit sono stati soddisfatti.

**Organizzazione:** insieme di persone e di mezzi, con definite responsabilità, autorità ed interrelazioni. Ai fini di questo Regolamento, l'Organizzazione è il soggetto che richiede la certificazione SFP di un prodotto per il quale ha la diretta responsabilità di immissione sul mercato.

**Auditor:** valutatore qualificato che ha la competenza per le attività di audit in relazione alla certificazione SFP.

**Non Conformità:** mancata o parziale soddisfazione di un requisito specificato in questo Regolamento. Le Non Conformità possono essere di differenti livelli. Non Conformità maggiori bloccano l'iter di certificazione fino alla loro risoluzione.

Valgono, inoltre, le seguenti definizioni:

**Fornitore:** soggetto che rifornisce l'Organizzazione di beni e/o servizi necessari per la realizzazione del prodotto.

**Catena di fornitura:** sequenza delle fasi e delle operazioni svolte da soggetti economici definiti (fornitori), che riguardano la realizzazione e la distribuzione di un prodotto, dalla produzione delle materie prime fino alla vendita al consumatore finale.

**Prodotto:** bene o servizio oggetto della certificazione SFP.

- Il prodotto può essere un materiale, un semilavorato, un prodotto finito o un servizio, di cui siano rese note le informazioni richieste dal Regolamento;
- Il prodotto può essere unico o comprendere più serie o famiglie di prodotti simili, se questi hanno in comune la destinazione d'uso e sono omogenei per le caratteristiche oggetto della certificazione; quindi se la loro filiera di produzione è la medesima, ovvero se sono formati dagli stessi componenti e materiali, e se questi provengono dai medesimi fornitori).

**Indicazioni di Profondità ed estensione (IPE):** indicazioni che definiscono la profondità e l'estensione minima della filiera da considerare ai fini della certificazione SFP. Tali indicazioni, che hanno lo scopo di rendere confrontabile l'impronta sociale di prodotti simili, vengono stabilite dal Social Footprint Group e sono comunicate al soggetto richiedente.

**Campo di applicazione:** insieme delle diverse categorie di prodotti per le quali l'Organizzazione abbia richiesto la certificazione in coerenza con le IPE.

**Profondità:** insieme delle fasi necessarie per la realizzazione ed immissione sul mercato del prodotto oggetto della certificazione SFP, coerentemente con quanto definito nelle specifiche IPE.

**Estensione:** insieme delle componenti del prodotto oggetto della certificazione SFP, coerentemente con quanto definito nelle specifiche IPE.

**Rintracciabilità:** capacità di ricostruire il percorso di materiali, semilavorati e prodotti all'interno della filiera di produzione.

**Valutazione del rischio sociale:** processo funzionale all'identificazione dei rischi di natura sociale - ovvero inerenti salute, sicurezza e rapporti di lavoro - che interessano la catena di fornitura di un'Organizzazione. Tale processo, determina l'assegnazione di un livello di rischio sociale per ciascun fornitore che contribuisce alla realizzazione del prodotto oggetto della certificazione SFP.

**Organismo di Certificazione (OdC):** Organismo, membro del Social Footprint Group, che rilascia la certificazione SFP.

## **4. REQUISITI PER LA CERTIFICAZIONE**

---

### **4.1 REQUISITI SOCIALI E LEGALI**

L'Organizzazione che intende certificare i propri prodotti secondo lo schema SFP, si impegna a rispettare e a far rispettare nella propria catena di fornitura:

- le Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali;
- i principi stabiliti nelle convenzioni internazionali relative ai diritti umani e dei lavoratori (Dichiarazione Universale dei Diritti Umani, Convenzione delle Nazioni Unite sui Diritti del Bambino);
- le norme di legge del Paese in cui opera, a meno che non siano peggiorative rispetto a quanto previsto dalle convenzioni ILO;
- i requisiti cogenti relativi ai prodotti rientranti nel campo di applicazione del certificato SFP.

### **4.2 DEFINIZIONE E CONTROLLO DELLA FILIERA**

#### **4.2.1 CAMPO DI APPLICAZIONE DEL CERTIFICATO**

L'Organizzazione che intende ottenere la certificazione SFP per un proprio prodotto deve univocamente identificare:

- il prodotto da etichettare con i codici, nomi, marchi, tipo di confezione etc. con cui esso è immesso sul mercato;
- la catena di fornitura, con una profondità ed estensione definite dall'Organizzazione in funzione di quanto specificato nelle IPE;
- i siti produttivi dell'Organizzazione coinvolti e il loro contributo specifico alla realizzazione del prodotto all'interno dei confini della filiera così definita.

La decisione di escludere eventuali elementi dalla catena di fornitura non presenti all'interno delle IPE deve basarsi sull'analisi dei rischi e sulla rilevanza di tutti gli elementi da considerare, nel rispetto dei requisiti minimi di estensione e profondità stabiliti per ogni categoria di prodotto dallo schema SFP.

#### **4.2.2 CONTROLLO E GESTIONE DEI FORNITORI**

Ai fini del presente Regolamento, l'Organizzazione deve:

- a) definire i criteri di qualifica dei propri fornitori alla luce dei requisiti etico-sociali richiamati al § 4.1, sulla base dell'impegno richiesto e dovuto dal fornitore per il loro rispetto;
- b) applicare tali criteri per la valutazione iniziale e per la rivalutazione periodica del fornitore;
- c) definire e attuare specifiche modalità di controllo dei fornitori, inclusa l'eventuale effettuazione di audit in campo, in funzione dell'influenza e del livello di rischio degli stessi;
- d) prevedere clausole contrattuali adeguate, che consentano il controllo del fornitore da parte dell'Organizzazione nonché il divieto di subappaltare l'attività ad altro fornitore senza accordo scritto con l'Organizzazione richiedente la certificazione.

L'Organizzazione richiedente è tenuta a definire e mantenere aggiornato l'elenco dei fornitori diretti e dei materiali/servizi da questi forniti e utilizzati nella realizzazione del prodotto. L'elenco deve contenere le seguenti informazioni:

- il nome del fornitore,

- indirizzo della sede e dello/degli stabilimento/i di produzione relativi al prodotto/semilavorato/materiale/servizio fornito;
- la tipologia di prodotto/servizio fornito;
- il nome e il ruolo del responsabile della raccolta e gestione delle informazioni;
- l'eventuale presenza di certificazione SFP, indicandone il campo di applicazione.

### 4.2.3 DIAGRAMMA DI FLUSSO

Per i prodotti che decide di etichettare, l'Organizzazione deve predisporre una scheda prodotto secondo le indicazioni stabilite nella IPE. Tale scheda deve contenere un diagramma di flusso della filiera contenente ogni fornitore di materia prima e di processo produttivo. Devono inoltre essere indicati i nominativi e la localizzazione dei fornitori diretti e indiretti (subfornitori).

## 4.3 REQUISITI ORGANIZZATIVI

### 4.3.1 RESPONSABILE PER LA CERTIFICAZIONE

L'Organizzazione deve nominare un responsabile che abbia il compito di gestire quanto richiesto dalla certificazione SFP rispetto a:

- a) la propria Organizzazione;
- b) gli obblighi verso i fornitori della filiera;
- c) le informazioni comunicate al pubblico tramite le etichette ed il sito web;
- d) i rapporti con l'Organismo di Certificazione.

### 4.3.2 RISORSE UMANE

Il personale coinvolto a qualsiasi titolo nel rispetto del presente Regolamento deve essere competente e consapevole del proprio ruolo. A questo scopo l'Organizzazione è tenuta a verificare periodicamente le necessità di formazione e di addestramento e a garantire che tale attività siano efficaci nei confronti degli obiettivi previsti.

### 4.3.3 DOCUMENTAZIONE

#### 4.3.3.1 GESTIONE DELLA DOCUMENTAZIONE

L'Organizzazione deve predisporre le necessarie istruzioni, procedure operative e altra documentazione, anche di tipo informatico, atte a garantire l'efficace attuazione dei requisiti del presente Regolamento. La documentazione deve essere tenuta sotto controllo ed aggiornata periodicamente. Deve essere conservata almeno per tutto il periodo di presenza sul mercato del prodotto e per un ragionevole periodo successivo, tenendo conto della vita utile del prodotto e comunque per un minimo di 5 anni.

#### 4.3.3.2 ELENCO DELLA DOCUMENTAZIONE

La documentazione relativa alla certificazione SFP deve comprendere almeno:

- a) un organigramma che identifichi ruoli e responsabilità dei soggetti coinvolti nella certificazione, con relativo mansionario;
- b) una procedura per la qualifica del fornitore di prodotti relativi alla certificazione SFP;
- c) una procedura per la verifica e rintracciabilità della filiera di produzione del prodotto;
- d) una procedura che specifichi criteri, responsabilità e autorità per la raccolta, elaborazione, controllo ed emissione dei dati utilizzati per la comunicazione esterna (etichetta e sito web). Tale procedura deve specificare chiaramente il livello di applicazione dell'etichettatura indicato al punto 2;
- e) il registro dei prodotti etichettati;
- f) una scheda prodotto per ogni prodotto rientrante nella certificazione.

#### 4.3.3.3 REGISTRO DEI PRODOTTI ETICHETTATI

L'Organizzazione deve predisporre un sistema di registrazione per ogni prodotto etichettato che permetta di tenere sotto controllo le dichiarazioni comunicate all'esterno relative all'Organizzazione e alla filiera di produzione.

Il registro deve contenere i seguenti elementi:

- a) le schede di prodotto e i documenti relativi alle informazioni raccolte dall'Organizzazione per il prodotto etichettato, comprese quelle relative alla filiera di produzione;
- b) le date di revisione;
- c) le indicazioni di eventuali modifiche apportate al prodotto oppure alla filiera di produzione;
- d) il livello di approfondimento dell'etichetta applicato ('A' – 'AAA') e le eventuali relative variazioni nel tempo.

#### 4.3.4 PROVA DI RINTRACCIABILITÀ

Per garantire la coerenza e veridicità delle informazioni sulla filiera produttiva coinvolta nella realizzazione del prodotto etichettato, l'Organizzazione deve pianificare ed attuare almeno annualmente una prova di rintracciabilità, che deve basarsi sull'analisi dei rischi e sulla rilevanza di tutti gli elementi della catena di fornitura.

Tale prova deve considerare i requisiti previsti dai punti 4.2.2, 4.2.3 allo scopo di assicurare la corretta applicazione del presente Regolamento.

In caso di criticità nella pianificazione o attuazione della prova di rintracciabilità, l'Organizzazione deve rivedere i criteri sulla base dei quali è stata predisposta e, quindi, prevedere opportune azioni di miglioramento.

Le organizzazioni che commercializzano un prodotto già certificato SFP da parte di un'altra organizzazione, possono avvalersi della prova di rintracciabilità già effettuata dall'azienda certificata. Tale prova di rintracciabilità deve essere integrata da una ulteriore prova riferita all'ultimo passaggio del prodotto tra le due Organizzazioni;

#### 4.3.5 ANALISI DEGLI INDICATORI

L'Organizzazione deve provvedere a monitorare gli indicatori sociali Social Footprint – Product Social Identity identificati all'interno del presente Regolamento (vedi Appendice 1), sia per quanto riguarda la propria Organizzazione, sia per quanto concerne i propri fornitori.

In funzione del livello di dettaglio con cui l'Organizzazione ha scelto di monitorare tali indicatori, per lo specifico prodotto, l'etichetta SFP che potrà utilizzare sarà di "livello base - A" oppure di "livello approfondito - AAA".

#### 4.3.6 AUDIT INTERNI

L'Organizzazione deve definire un programma che preveda l'effettuazione di audit interni, a cadenza almeno annuale, volti ad assicurare il corretto rispetto dei requisiti di questo Regolamento.

Il piano di audit deve considerare tutti i punti applicabili del presente Regolamento e deve comprendere il monitoraggio dei fornitori della filiera di produzione coinvolti nella certificazione.

Il programma e il piano di audit devono essere sviluppati tenendo conto dello stato e dell'importanza dei processi, nonché dei risultati degli audit precedenti.

La selezione degli auditor deve garantire competenza sul prodotto e sulle tematiche relative alla certificazione SFP. La conduzione degli audit deve assicurare obiettività e imparzialità del processo di audit.

Le registrazioni dei risultati dell'audit, comprese le eventuali azioni correttive che derivino da rilievi emersi durante l'audit, devono essere mantenute e riportate alla Direzione, oltre che rese note alle funzioni interessate dal rilievo.

#### 4.3.7 RIESAME PERIODICO DA PARTE DELLA DIREZIONE

L'Organizzazione deve sottoporre a riesame periodico il sistema organizzativo che gestisce la conformità al Regolamento. Il riesame deve essere svolto con frequenza almeno annuale e comunque ogni volta che intercorressero modifiche significative alla filiera di produzione del prodotto etichettato. In base al riesame, devono essere adottate le azioni di correzione o di miglioramento necessarie.

Il riesame deve include almeno:



- a) le modifiche intervenute nell'Organizzazione, nei requisiti legali, nella filiera di produzione e nella rintracciabilità del prodotto etichettato;
- b) i risultati delle prove di rintracciabilità;
- c) i risultati degli audit interni e di quelli esterni (ad es. dell'Organismo di Certificazione);
- d) le azioni conseguenti ai precedenti riesami periodici;
- e) le informazioni pubbliche relative al prodotto;
- f) le eventuali informazioni di ritorno dai clienti, compresi i reclami e la loro gestione.

## 5. ITER DI CERTIFICAZIONE

---

### 5.1 GENERALITÀ

La certificazione SFP è rilasciata da un Organismo di Certificazione, membro del Social Footprint Group, cui spetta di concordare con il richiedente le condizioni contrattuali. Tali condizioni sono le medesime per tutti gli Organismi appartenenti al Social Footprint Group sia per quanto riguarda i requisiti di certificazione, che per quelli relativi allo svolgimento dell'iter di certificazione, entrambi descritti in questo Regolamento.

Restano da definire con il richiedente gli aspetti economici ed altri aspetti di tipo organizzativo, quali ad esempio la pianificazione delle attività.

La certificazione SFP ha durata triennale, decorrente dalla data di emissione del certificato. La sua validità è condizionata al superamento con esito positivo dell'attività di sorveglianza svolta dall'OdC sia mediante l'eventuale controllo sul mercato, sia mediante un audit effettuato con cadenza annuale presso l'Organizzazione.

La certificazione assicura che il sistema attuato dall'Organizzazione per rispondere ai requisiti del presente Regolamento sia in grado di raccogliere, elaborare, controllare e comunicare al mercato i dati richiesti rispetto al/ai prodotto/i inclusi nello scopo di certificazione, in coerenza al livello di approfondimento scelto e verificato in sede di audit.

NOTA 1: L'Organizzazione non può essere certificata per il medesimo campo di applicazione con due OdC diversi.

NOTA 2: L'Organizzazione richiedente si impegna a comunicare all'OdC in ogni momento dell'iter di certificazione ogni eventuale procedimento legale in cui sia coinvolta in relazione a SFP.

### 5.2 CERTIFICAZIONE INIZIALE

Può fare richiesta di certificazione SFP qualsiasi Organizzazione che sia direttamente responsabile dell'immissione sul mercato di uno o più prodotti che intenda etichettare SFP.

Le attività finalizzate al rilascio della certificazione, comuni ad ogni OdC, prevedono le seguenti fasi:

- a) formalizzazione delle condizioni contrattuali tra l'OdC ed il richiedente, definite sulla base delle informazioni iniziali fornite dal richiedente stesso, con particolare riguardo alle categorie di prodotti rientranti nel campo di applicazione della certificazione;
- b) nomina da parte dell'OdC del gruppo di verifica;
- c) audit presso il richiedente, il cui obiettivo è quello di verificare, tramite l'analisi delle evidenze oggettive, la conformità ai requisiti della certificazione quali, ad esempio, la verifica delle procedure, delle schede prodotto, degli indicatori SFP e dei requisiti organizzativi del richiedente;
- d) formalizzazione da parte del richiedente di un piano di azioni correttive per gestire eventuali situazioni non conformi rilevate dal gruppo di verifica;
- e) verifica da parte del OdC della corretta ed efficace attuazione delle azioni correttive definite dal richiedente, prima di rilasciare la certificazione;
- f) decisione da parte dell'OdC, in presenza di tutte le condizioni richieste, di rilasciare la certificazione, insieme a eventuali disposizioni particolari;
- g) emissione del certificato e il suo invio al richiedente.

La concessione del certificato garantisce all'Organizzazione la licenza di uso dell'etichetta SFP e il diritto di utilizzare i riferimenti alla certificazione nelle comunicazioni al mercato, nel rispetto di quanto previsto nell'Appendice n. 2 del presente Regolamento.

Il certificato rilasciato all'Organizzazione riporterà:

- l'identificazione del richiedente;
- l'identificazione del campo di applicazione, con l'inclusione delle categorie di prodotto/i;
- il riferimento al presente Regolamento;
- il nome e il logo dell'Organismo di Certificazione;
- il codice di certificazione SFP dell'organizzazione;
- la data di emissione, scadenza e revisione del certificato.

### **5.3 VERIFICHE DI MANTENIMENTO DELLA CERTIFICAZIONE**

L'audit di sorveglianza ha lo scopo di verificare la conformità del sistema dell'Organizzazione ai requisiti del presente Regolamento e di effettuare la verifica sulla congruità delle informazioni comunicate all'esterno prendendo in considerazione un campione significativo di comunicazioni SFP.

Situazioni non conformi segnalate in fase di sorveglianza richiedono, come nella certificazione iniziale, un piano di azioni correttive. Violazioni gravi dei requisiti di certificazione possono determinare la richiesta di una sospensione immediata della certificazione e la sospensione dell'utilizzo dell'etichetta SFP e dei riferimenti presenti nel sito web afferenti la certificazione SFP.

### **5.4 MODIFICHE DELLA CERTIFICAZIONE**

Ogni modifica relativa all'Organizzazione e/o alle informazioni associate alle categorie di prodotto incluse nel certificato, devono essere comunicate tempestivamente all'OdC.

Spetta all'OdC decidere sulla rilevanza di queste modifiche e se effettuare un audit straordinario per valutare il mantenimento della conformità.

### **5.5 ESTENSIONE, RIDUZIONE E RINNOVO DEL CERTIFICATO**

L'Organizzazione può richiedere, nel corso del triennio di validità della certificazione, una variazione del campo di applicazione (estensione o riduzione). Tali modifiche devono essere verificate ed approvate dall'OdC eventualmente tramite audit aggiuntivi.

Il rinnovo di un certificato prevede sempre l'effettuazione con esito positivo di un audit in campo da effettuarsi prima della scadenza del certificato.

### **5.6 SOSPENSIONE E REVOCA DEL CERTIFICATO**

La validità di un certificato può essere sospesa dall'OdC emittente al verificarsi di almeno una delle seguenti condizioni:

- a) se l'audit di sorveglianza rileva non conformità che pregiudichino gravemente ed immediatamente la credibilità delle informazioni fornite in merito alla certificazione rilasciata;
- b) se a fronte di non conformità riscontrate in fase di sorveglianza, l'Organizzazione non attui le azioni correttive richieste entro il tempo prestabilito;
- c) in caso di reclami, azioni legali o per la mancata segnalazione, come previsto dal presente Regolamento, di provvedimenti amministrativi o giudiziari a carico del richiedente;
- d) qualora l'Organizzazione non permetta di effettuare le verifiche periodiche o quelle straordinarie richieste dall'OdC, nei tempi previsti;
- e) ritardi di carattere contrattuale/amministrativo (ad esempio mancati pagamenti etc.);
- f) qualora l'Organizzazione non comunichi in tempo utile all'OdC le modifiche significative alle informazioni contenute nel certificato;
- g) qualora l'Organizzazione faccia un uso scorretto o ingannevole della certificazione rilasciata;
- h) qualora l'Organizzazione effettui comunicazioni al mercato in merito alla certificazione SFP in modo difforme rispetto a quanto previsto dal presente Regolamento (rif. Appendice n.2);
- i) qualora l'Organizzazione richieda formalmente la sospensione.

Se il certificato è sospeso, l'Organizzazione non può, per tutta la durata della sospensione e a partire dal giorno in cui la sospensione è comunicata, effettuare nuove comunicazioni al mercato in merito

alla certificazione. In tal senso sarà necessario sospendere le comunicazioni sul sito web e l'immissione nel mercato dei prodotti etichettati.

La sospensione ha la durata massima di 180 giorni.

Nel caso in cui, in questo periodo, non siano rimosse le cause che hanno condotto alla sospensione, il certificato è revocato dall'OdC e in questo caso è anche revocata, con effetto immediato dalla data di comunicazione della revoca, la licenza d'uso della certificazione e di ogni comunicazione relativa a SFP comprese le etichette. Disposizioni particolari possono richiedere la distruzione delle eventuali etichette già prodotte e interventi specifici di chiarimento al mercato.

## **5.7 COMUNICAZIONE ESTERNA**

La comunicazione esterna relativa ai prodotti certificati SFP è disciplinata dall'Appendice 2, allegata al presente Regolamento. Tutti i prodotti certificati devono obbligatoriamente riportare l'etichetta prevista in Appendice 2. L'azienda deve predisporre nel proprio sito internet una pagina dedicata ai prodotti certificati SFP, contenente le informazioni previste in Appendice 2.

## **5.8 TRASFERIMENTO DEL CERTIFICATO**

Il trasferimento del certificato da un Organismo ad un altro, anch'esso parte del Social Footprint Group, è possibile solo a fronte di un certificato valido.

L'Organizzazione deve trasmettere all'OdC:

- copia dell'ultimo rapporto;
- eventuale elenco delle non conformità rilasciate.

Le non conformità devono essere verificate ed efficacemente chiuse prima di poter procedere con l'emissione di un nuovo certificato.

Il certificato viene emesso seguendo la scadenza del certificato precedente.

## **5.9 INDICATORI AGGIUNTIVI**

È facoltà dell'Organizzazione richiedere l'aggiunta di altri indicatori alla propria certificazione Social Footprint oltre a quelli previsti nell'Appendice n.1. In questo caso l'Organizzazione è tenuta a:

- a) sottoporre all'OdC le proposte di indicatori ulteriori, motivandone ragioni e obiettivi;
- b) attendere dall'OdC la loro approvazione, stabilita anche attraverso una valutazione sull'applicabilità degli indicatori ad altri comparti merceologici;
- c) fornire quindi la documentazione specifica che l'OdC può richiedere e attenderne la verifica.

Gli OdC del Social Footprint Group sono tenuti a condividere tali richieste al fine di poter procedere ad un'eventuale revisione degli indicatori definiti.

Anche le informazioni aggiuntive dovranno rispettare i formati previsti ed essere preventivamente approvate dal Social Footprint Group.

## APPENDICE N.1: INDICATORI SOCIALI - SOCIAL FOOTPRINT – PRODUCT SOCIAL IDENTITY

### ORGANIZZAZIONE

Indicatore	Descrizione	Evidenza documentale	Livello approfondito (AAA)		Livello base (A)		
			Requisiti obbligatori	Presenza sul sito WEB	Requisiti obbligatori	Presenza sul sito WEB	
1	<b>Nome dell'Organizzazione</b>	Indicare la ragione sociale completa dell'Organizzazione che immette il prodotto sul mercato	- Visura camerale (Registro delle imprese della Camera di Commercio della provincia cui l'azienda fa riferimento)				
2	<b>Sede legale: Città, Provincia, Regione, Paese</b>	Indicare i riferimenti geografici della sede legale dell'Organizzazione oggetto di certificazione	- Visura camerale (Registro delle imprese della Camera di Commercio della provincia cui l'azienda fa riferimento)				
3	<b>ORGANIZZAZIONE: DATI GENERALI</b>	Indicare i riferimenti geografici dello stabilimento in cui è realizzata l'ultima lavorazione significativa del prodotto oggetto di certificazione	- Visura camerale (Registro delle imprese della Camera di Commercio della provincia cui l'azienda fa riferimento)				
4	<b>Siti secondari</b>	Struttura aziendale (es. numero siti, processi produttivi, numero di addetti per sito)	- Visura camerale (Registro delle imprese della Camera di Commercio della provincia cui l'azienda fa riferimento)				
5	<b>Responsabile per Social Footprint - Product Social Identity</b>	Indicare nome e cognome del Responsabile per la certificazione SFP designato a compilare la Scheda di raccolta dei dati. Il Responsabile della SFP sarà l'interfaccia per eventuali chiarimenti o comunicazioni relativi al processo di certificazione SFP (nel sito internet indicare solo la funzione con mail e numero di telefono per eventuali contatti)	- Atto di nomina				

Indicatore	Descrizione	Evidenza documentale	Livello approfondito (AAA)		Livello base (A)	
			Requisiti obbligatori	Presenza sul sito WEB	Requisiti obbligatori	Presenza sul sito WEB
6	<b>Contatti (E-mail e numero di telefono)</b>	Indicare l'indirizzo e-mail e il numero di telefono per eventuali contatti e richieste di informazioni				
7	<b>Sito internet</b>	Indicare l'indirizzo della pagina web dell'Organizzazione				
8	<b>Fatturato</b>	Fatturato azienda ultimi tre anni				
9	<b>Dimensione dell'Organizzazione</b>	Indicare la dimensione dell'Organizzazione secondo la classificazione UE (micro, piccola, media, grande)	Classificazione UE per numero di dipendenti			
10	<b>Nome commerciale prodotto (se presente)</b>	Indicare il nome commerciale del prodotto, così come indicato nei cataloghi e in fattura	Cataloghi			
11	<b>Codice identificativo del prodotto (se presente)</b>	Indicare il codice identificativo del prodotto se indicato nei cataloghi e in fattura	ID interno			
12	<b>Descrizione del prodotto</b>	Inserire una breve descrizione del prodotto	Descrizione commerciale			
13	<b>Processo produttivo e di approvvigionamento Flusso di massa</b>	Descrizione dettagliata del processo produttivo e sua localizzazione; descrizione del processo di approvvigionamento materie prime/semilavorati	Analisi composizione del prodotto; descrizione dettagliata del processo produttivo con dati di produzione, planning, fatturazione; approvvigionamento materiali, componenti, servizi.			
14	<b>Numerosità e localizzazione mappatura ciclo di produzione</b>	Numero di fornitori e suddivisione % territoriale dei fornitori come identificati dalle IPE di prodotto. e per tipologia (materie prime, processo produttivo e servizio)	Ordini di fornitura			
15	<b>Valutazione rischi catena fornitura</b>	Valutazione del rischio sociale relativa a classi/categorie di fornitori	Documento di valutazione del rischio; descrizione degli indicatori adottati per la valutazione del rischio; livello di rischio sociale assegnato a ciascun fornitore che contribuisce alla realizzazione del prodotto oggetto della certificazione SFP; azioni intraprese per			

Indicatore	Descrizione	Evidenza documentale	Livello approfondito (AAA)		Livello base (A)	
			Requisiti obbligatori	Presenza sul sito WEB	Requisiti obbligatori	Presenza sul sito WEB
		la mitigazione dei rischi rilevati.				
16	<b>Certificazioni sociali</b>	Indicare le eventuali certificazioni a carattere sociale ottenute dall'Organizzazione. Elencare quali sono valide: SA 8000, OHSAS 18001, ...				
17	<b>Verifiche di Social Compliance</b>	Indicare le eventuali verifiche a carattere sociale ricevute dall'azienda negli ultimi due anni				
18	<b>Numerosità</b>	Numero lavoratori dell'Organizzazione (incluse tutte le tipologie contrattuali)				
19	<b>Lavoratori genere</b>	Suddivisione dei lavoratori per genere (uomini e donne)				
20	<b>Cambiamenti organizzativi</b>	Cambi di ragione sociale negli ultimi tre anni				
21	<b>Bambini e minori</b>	Impegno dell'azienda verso tutta la filiera per il rispetto del lavoro infantile/ minorile con rif. ILO e legislazioni nazionali di riferimento				
22	<b>Contratto e stabilità</b>	% di lavoratori con contratto a tempo indeterminato rispetto al totale dei lavoratori				
23	<b>Orario di lavoro</b>	Indicazioni relative all'orario di lavoro applicato nel proprio contesto. Tipo contratto e ore settimanali previste.				
24	<b>Straordinari</b>	Totale ore straordinarie e numero di persone coinvolte a livello annuale, % di retribuzione dell'orario straordinario				
25	<b>Paga base</b>	Salario minimo presente in azienda e paragone				

Indicatore	Descrizione	Evidenza documentale	Livello approfondito (AAA)		Livello base (A)	
			Requisiti obbligatori	Presenza sul sito WEB	Requisiti obbligatori	Presenza sul sito WEB
	rispetto a minimi contrattuale	evidenza aziendale				
26	<b>Licenziamenti e ristrutturazioni</b>	Licenziamenti o ristrutturazioni avvenute negli ultimi tre anni				
27	<b>Infortuni e malattie professionali</b>	Numero di infortuni e malattie gravi e numero di infortuni e malattie non gravi/anno				
28	<b>Formazione H&amp;S</b>	Ore di formazione pro-capite annuali sui temi salute e sicurezza				
29	<b>Aspetti legali di prodotto</b>	Verifica della dichiarazione fatta dall'azienda sugli aspetti legali del prodotto con particolare attenzione alla protezione del consumatore				
30	<b>Procedura gestione reclami e ritiri</b>	Descrizione della procedura per la gestione dei reclami + contatto per reclami sul sito internet (e-mail, telefono o format) e informazioni relativamente a ritiri e richiami				
31	<b>Altri aspetti dell'Organizzazione</b>	Spazi liberi finalizzati alla comunicazione dell'azienda sugli aspetti generali dell'Organizzazione (storia, territorio, artigianalità, ecc.)				
32	<b>Fornitori del processo produttivo, materie prime, componenti, che lavorano per oltre il 50% per l'azienda in relazione al prodotto certificato SFP</b>	1) numero di fornitori 2) localizzazione 3) numero di addetti totali (*) 4) suddivisione per genere  (* Si intende il totale dei lavoratori dei fornitori di processo il cui fatturato ottenuto dal prodotto SFP deve essere superiore al 50% del suo fatturato totale. Come informazione minima, considerare solo i fornitori limitrofi cioè intra-nazionali				
33	<b>Impegno fornitori filiera</b>	Indicazione che tutti i fornitori abbiano siglato				



Indicatore	Descrizione	Evidenza documentale	Livello approfondito (AAA)		Livello base (A)	
			Requisiti obbligatori	Presenza sul sito WEB	Requisiti obbligatori	Presenza sul sito WEB
	<b>prodotto rispetto principi SFP</b>	l'impegno rispetto ai principi SFP (frase su etichetta) secondo indicazioni IPE				
34	<b>Monitoraggio fornitori filiera prodotto rispetto principi SFP</b>	Indicare la percentuale dei fornitori ad alto rischio monitorati dall'Organizzazione in campo	modalità equivalenti	Report di monitoraggio		
35	<b>Monitoraggio fornitori filiera prodotto rispetto principi SFP</b>	Indicare la percentuale dei fornitori monitorati dall'Organizzazione (sia in campo o con evidenze documentali).	Report di monitoraggio			

## APPENDICE N.2: REGOLE PER LA COMUNICAZIONE ESTERNA

### TITOLARITÀ, DENOMINAZIONE, MARCHIO

---

Il Social Footprint Group è concessionario per l'utilizzo del marchio con denominazione "Social Footprint – Product Social Identity", del segno grafico del Marchio e dell'etichetta associata, come descritti nel presente Regolamento.

Il Marchio consiste in un elemento figurativo con elementi verbali come riportato di seguito in figura 1. Se utilizzata la denominazione "Social Footprint – Product Social Identity" questa deve essere accompagnata dal simbolo di marchio registrato "®".

Social Footprint – Product Social Identity è un marchio registrato e per il suo utilizzo, l'Organizzazione deve essere in possesso di un certificato "Social Footprint – Product Social Identity" valido.

Figura 1: Marchio "Social Footprint – Product Social Identity"



### ETICHETTA SOCIAL FOOTPRINT

L'etichetta Social Footprint – Product Social Identity può deve contenere:

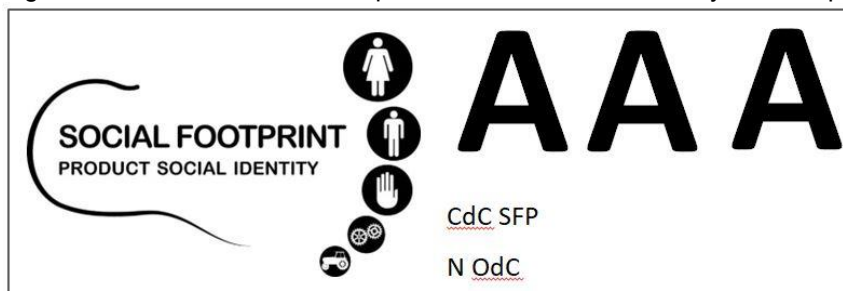
L'etichetta “:

- marchio Social Footprint – Product Social Identity
- Codice di Certificazione SFP dell'Organizzazione (CdC SFP)
- Nome Organismo di Certificazione (N OdC)
- livello di approfondimento scelto.

Figura 2 : Etichetta "Social Footprint – Product Social Identity" livello base "A"



Figura 3 : Etichetta “Social Footprint – Product Social Identity” livello approfondito “AAA”



## PAGINA WEB SOCIAL FOOTPRINT – PRODUCT SOCIAL IDENTITY

---

Nella pagina web dell'organizzazione, dedicata alla certificazione Social Footprint – Product Social Identity, deve essere sempre presente il marchio ed il link al sito [www.socialfootprint.it](http://www.socialfootprint.it).

La pagina web comunicherà al consumatore la filiera di produzione da cui il prodotto proviene, la localizzazione dei fornitori e degli attori coinvolti nel processo di realizzazione finale del prodotto, le informazioni sociali relative alle organizzazioni coinvolte mediante l'uso di specifici indicatori (vedi appendice 1), ed è caratterizzata dall'assegnazione di una classe relativa al livello di approfondimento scelto (A per il livello base e AAA per il livello approfondito).

La pagina web deve contenere:

- il marchio Social Footprint – Product Social Identity
- tutte le informazioni obbligatorie come indicato dal livello di appartenenza come certificazione livello base “A”, o livello approfondito “AAA”
- eventuali altre informazioni relative all'organizzazione ed inerenti al SFP a seguito di approvazione da parte dell'OdC.:

## REGOLE GRAFICHE

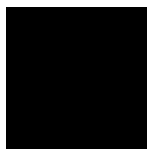
---

### COLORI E FONT

Il colore utilizzato per etichetta e logo Social Footprint – Product Social Identity è:

Nero

C = 0%  
M = 0%  
Y = 0%  
K = 0%



Il font utilizzato per il logo Social Footprint – Product Social Identity è:

Arial Rounded MT Bold

Il font utilizzato per l'etichetta è:

Arial

Il font utilizzato per il sito è:  
Arial

## **DIMENSIONI MARCHIO**

Le dimensioni del logo SFP possono variare in funzione delle esigenze dell'azienda, purché venga mantenuta la proporzione tra altezza e larghezza e la scritta Social Footprint – Product Social Identity risulti sempre leggibile.

## **DIMENSIONI ETICHETTA**

Le dimensioni dell'etichetta possono variare in funzione delle esigenze dell'azienda, purché:

- venga mantenuta la proporzione tra altezza e larghezza;
- le scritte, i dati e i loghi presenti risultino leggibili;
- posizione e proporzione degli elementi presenti (scritte, classe di appartenenza, marchio) non vengano alterate.

## **DIMENSIONI PAGINA WEB**

Le dimensioni del sito possono variare in funzione delle esigenze dell'azienda, purché:

- venga mantenuta la proporzione tra altezza e larghezza;
- le scritte, i dati e i loghi presenti risultino leggibili;
- posizione e proporzione degli elementi presenti (scritte, classe di appartenenza, marchio) non vengano alterate.

## **USO DEL MARCHIO SOCIAL FOOTPRINT PRODUCT SOCIAL IDENTITY**

---

Il Marchio deve essere utilizzato in modo chiaro ed inequivocabile e soltanto per l'oggetto della certificazione Social Footprint Product Social Identity, per il quale è stato rilasciato.

Il Marchio deve essere apposto in modo che sia ben visibile e che non possa:

- a) essere confuso con elementi grafici addizionali, sottolineature, ornamenti o aggiunte di testo che ne rendano difficile la lettura;
- b) essere apposto in modo da snaturare le caratteristiche originarie o il suo significato o in maniera tale da creare confusione, errata interpretazione o perdita di credibilità per lo schema di certificazione "Social Footprint Product Social Identity" o in maniera tale da suggerire che "Social Footprint Product Social Identity" riconosca, partecipi o sia responsabile per le attività realizzate dall'organizzazione, al di fuori dello scopo di certificazione;
- c) essere apposto in modo tale che si confonda o che venga associato con le altre scritte o denominazioni di altri marchi o loghi;
- d) essere utilizzato nelle iniziative promozionali intraprese dal soggetto, purché venga rispettato strettamente quanto previsto dal presente Regolamento, esclusivamente per i servizi oggetto del rilascio;
- e) essere utilizzato per attività che sono in contrasto con le finalità della certificazione Social Footprint Product Social Identity o per altre finalità che non rispettino i principi di carattere etico, sociale, ambientale ed economico;
- f) essere utilizzato quale nome commerciale del prodotto.

Inoltre non è consentito:

- g) far sì che il Marchio o l'etichetta sembrino essere parte integrante di altre informazioni quali ad esempio dichiarazioni etico-sociali o ambientali non rilevanti ai fini della certificazione Social Footprint Product Social Identity;
- h) utilizzare colori diversi da quelli previsti dal Regolamento del Marchio;

- i) modificarne la forma del bordo o lo sfondo;
- j) ruotare il Marchio;
- k) violare lo spazio libero dedicato alle informazioni dell'Organizzazione;
- l) combinare il Marchio Social Footprint Product Social Identity con altri marchi.

Il Marchio deve essere sempre presente nell'etichetta.

È fatto assoluto divieto di utilizzo dell'etichetta senza il Marchio.

## **DICHIARAZIONI PROMOZIONALI**

---

Le organizzazioni certificate che intendono promuovere il proprio status di organizzazione certificata "Social Footprint Product Social Identity", in associazione ai prodotti oggetto di certificazione, possono farlo anche tramite dichiarazioni aggiuntive, nel rispetto di quanto stabilito dal presente documento e delle modalità di utilizzo del marchio.

## **USO DEL MARCHIO NON AUTORIZZATO**

---

L'uso del Marchio e dell'etichetta Social Footprint Product Social Identity da parte di qualsiasi soggetto non autorizzato sarà perseguito dal Social Footprint Group secondo quanto previsto dalle norme nazionali ed internazionali per la tutela della proprietà intellettuale e dei Marchi. Social Footprint Product Social Identity è un marchio registrato.

Le organizzazioni che hanno ottenuto la certificazione "Social Footprint Product Social Identity" hanno l'obbligo di inviare al Social Footprint Group:

- l'etichetta in formato elettronico
- l'indirizzo web della pagina del proprio sito internet predisposta per la certificazione.

Sarà cura del Social Footprint Group effettuare controlli a campione sulla veridicità dei dati e delle informazioni dichiarate dall'Organizzazione