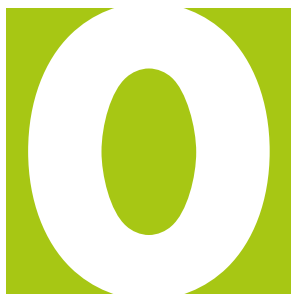


RELAZIONE D'IMPATTO 2021



INDICE

0. Lettera del Presidente		
1. Introduzione	4	26
1.1 La nostra storia	6	
1.2 La nostra mission e vision	8	
1.3 Codice Etico e valori di Gi Group	10	
1.4 I nostri Stakeholders	11	
1.5 Materiality Matrix	12	
1.6 Gi Group per il Lavoro Sostenibile	15	
2. Nota metodologica	16	
3. Gi Group SpA Società Benefit	20	
3.1 L'acquisizione dello status legale di Società Benefit	20	
3.2 La modifica statutaria e le finalità di beneficio comune	22	
3.3 L'organismo Responsabile d'Impatto	24	
3.4 Obblighi di rendicontazione	25	
4. Specifiche Finalità di Beneficio Comune		
4.1 Le macro aree di Beneficio Comune		26
4.2 Il Business Model d'Impatto		28
4.2.1 Orientamento e formazione		30
4.2.2 Vulnerabilità		34
4.2.3 Emancipazione economica		36
4.3 Finalità di beneficio nei confronti dei lavoratori (dipendenti e somministrati)		38
4.4 Le finalità di beneficio nei confronti della comunità		44
4.5 Le finalità di beneficio nei confronti delle istituzioni		51
4.6 Le finalità di beneficio nei confronti dei territori		54
5. Valutazione di Impatto complessiva - BIA		56
6. Obiettivi di sviluppo per il 2022		60



Lettera del Presidente

A nome del comitato responsabile di impatto ho il piacere di introdurre **la nostra prima Relazione d'Impatto**, il documento principale attraverso il quale una Società Benefit rendiconta il valore creato per la società e la biosfera nell'anno precedente e pianifica le azioni d'impatto per il nuovo anno.

Gi Group Spa ha ufficialmente adottato il modello di **Società Benefit** integrando il proprio oggetto sociale **in data 22 luglio 2021** e, dunque, la presente relazione riguarda l'esercizio **2021**.

Dal gennaio 2016 l'Italia ha introdotto (prima nazione dopo gli USA) la Società Benefit come modello per consentire a imprenditori, manager, azionisti e investitori di proteggere la missione dell'azienda e distinguersi sul mercato rispetto a tutte le altre forme societarie attraverso una **forma giuridica virtuosa e innovativa**. Le Società Benefit rappresentano una vera e propria **evoluzione di paradigma** rispetto al tradizionale modello di società di capitali: esse, infatti, hanno un duplice scopo, ovvero creare valore sia per gli azionisti che per gli altri portatori di interessi. Il management ha quindi il mandato, sancito nello statuto aziendale, di perseguire gli interessi di entrambi. Le implicazioni sono profonde in termini di governance, strategia per la creazione di valore, trasparenza e gestione aziendale.

La trasformazione di Gi Group S.p.A in questa nuova forma giuridica è una **naturale conseguenza** di una **cultura del lavoro** e di una **Mission** che, sin dalla costituzione della società, hanno caratterizzato la nostra storia. Fin dalla sua nascita, infatti, Gi Group ha perseguito i propri obiettivi di business facendosi guidare da un unico e chiaro scopo, che ha mantenuto nella sua crescita a livello globale, e che è oggi così declinato all'interno dell'oggetto sociale:

<<...La Società, attraverso i propri servizi, vuole contribuire all'evoluzione del mercato del lavoro e all'educazione al valore personale e sociale del lavoro, impegnandosi a creare condizioni di vita e di lavoro che supportino le persone nel rimanere a lungo attive, promuovendo e sostenendo quei fattori che favoriscono l'incremento delle possibilità di impiego e facilitano l'entrata e la permanenza nel mondo del lavoro...>>

I contenuti espressi nella nostra Mission rappresentano il modo in cui Gi Group svolge il proprio ruolo pubblico di Società Benefit nell'operatività quotidiana. Possiamo quindi affermare che **Gi Group nasce ponendo al centro del suo pro-**

getto il perseguimento della **creazione di valore** per la società tutta e, con l'adozione della forma giuridica di società Benefit, consolida questa scelta, che incorpora anche l'esperienza di tanti anni di **iniziative in ambito CSR e il più recente impegno sul tema del lavoro sostenibile**.

Il desiderio di dare risposta al bisogno di lavoro delle persone e ciò che questo bisogno porta con sé: autonomia economica, inclusione sociale e lavorativa, sviluppo personale e professionale e realizzazione della propria vocazione si è trasformato in tantissime attività e servizi che coprono tutti i principali bisogni di sviluppo dei processi di gestione delle risorse umane. Dunque non solo lavoro ma anche: analisi delle competenze, orientamento, formazione, sviluppo della produttività, capacità di gestione delle transizioni, ecc.

I benefici di impatto che Gi Group vuole perseguire con questa scelta sono rivolti ai nostri principali Stakeholders:

- **Le persone: candidati, lavoratori e i nostri stessi dipendenti**
- **La comunità**
- **Le istituzioni**
- **L'ambiente e il territorio**

Tali benefici non sono mere dichiarazioni di intento, ma sono impegni concreti e importante stimolo per le nostre persone a prendere maggiore coscienza del significato del proprio lavoro quotidiano. Per questo, intendiamo perseguirli con la massima coerenza, sia con attività ad hoc, sia in maniera integrata con le regolari attività di business per raggiungere gli specifici obiettivi che via via definiremo nel nostro percorso.

Con completezza e trasparenza, comunicheremo annualmente gli obiettivi raggiunti e le sfide che ancora abbiamo di fronte, al di là dei risultati finanziari che, per quanto fondamentali, sempre più devono essere integrati per qualificare il ruolo e lo scopo di un'azienda nella società.

Non **inizia quindi un percorso, ma prosegue**, allo scopo di ricercare modalità e modelli ancora più evoluti che in continuità con il passato, ci proiettino in **un nuovo ruolo per il futuro**.

Buona lettura,

Francesco Baroni
Presidente e Amministratore Delegato
di Gi Group SpA
Country Manager Italia





Introduzione

1.1 La nostra storia

Gi Group è una delle primissime Agenzie per il Lavoro e nasce nel 1998 a Milano dalla chiara consapevolezza del fondatore che, un mercato del lavoro più dinamico, trasparente e competitivo contribuisce in modo determinante alla competitività dell'economia. L'obiettivo era, ed è tutt'oggi, quello di promuovere una cultura del lavoro capace di integrare gli interessi di aziende, individui e società attraverso la creazione di soluzioni vincenti per tutte le parti in causa.

Il lavoro rappresenta, in questa relazione, l'opportunità per la persona di ritrovare il senso profondo di contribuire alla creazione di un bene per se e per gli altri, riconoscendo e alimentando il proprio valore individuale e professionale.

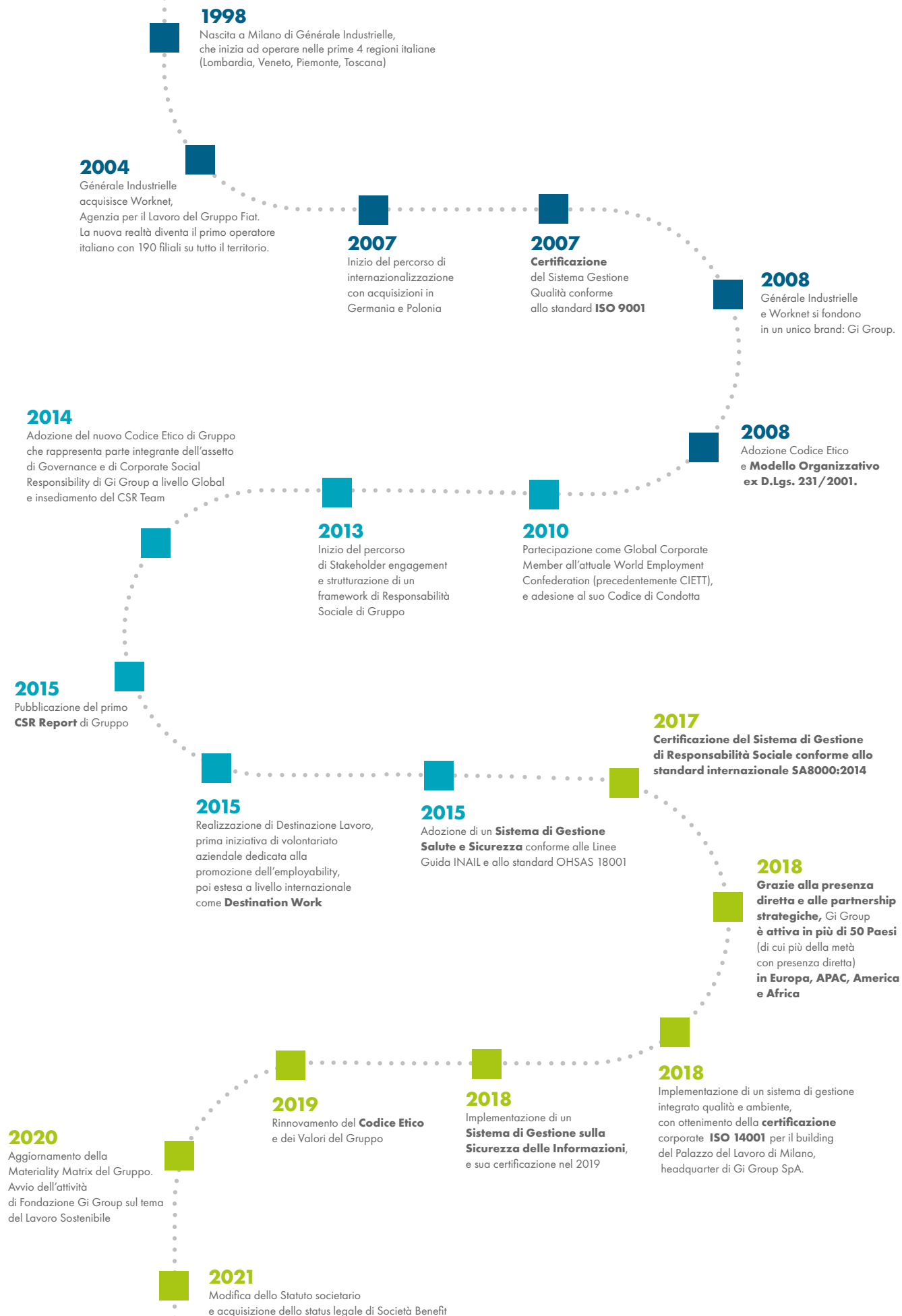
Il sogno che guida Gi Group, e le sue persone, è quello di “cambiare in meglio il mondo del lavoro” generando valore nel breve, medio e lungo periodo, attraverso la capacità di individuare e soddisfare bisogni sempre più complessi di candidati e aziende.

Nella nostra evoluzione abbiamo continuato ad integrare diversi aspetti del mondo del lavoro e differenti identità aziendali, equilibrando il nostro percorso di Responsabilità Sociale tra la forte attenzione alla centralità della persona, e le esigenze sempre più complesse di aziende piccole e grandi che devono far fronte alla crescente complessità del mercato globale.

Il desiderio di internazionalizzarci e di ampliare i nostri confini ha sollecitato l'esigenza di rafforzare un terreno comune di valori ed obiettivi – a partire dalla concezione stessa dell'impresa di cui facciamo parte – che aiutasse a consolidare la nostra identità aziendale e ad intraprendere con sempre più determinazione il cammino di sviluppo per le persone e per la Comunità con cui operiamo.

A livello di specifica organizzazione aziendale, la tensione al miglioramento continuo si è concretizzata, invece, nell'adozione progressiva – e ancora in fase di incremento – di sistemi di gestione, che hanno fatto confluire la rigorosa compliance e l'innovazione del servizio in metodi e condizioni di lavoro efficaci e capaci di soddisfare i requisiti di tutti gli Stakeholder.

La filosofia del miglioramento continuo fa parte del nostro DNA, e per questo siamo convinti di poter ancora progredire ed evolvere, e vogliamo farlo, con il coinvolgimento di tutte le parti interessate.



1.2 La nostra Mission e Vision



Mission

<<Attraverso i nostri servizi vogliamo contribuire da protagonisti e a livello globale, all'evoluzione del mercato del lavoro e all'educazione al valore personale e sociale del lavoro>>

La nostra Mission descrive il modo in cui Gi Group vuole erogare i propri servizi ed è da sempre orientata verso lo sviluppo di un terreno comune di Valori ed obiettivi che aiutino a consolidare l'identità aziendale e ad intraprendere con sempre più determinazione il cammino di sviluppo per le persone e per la Comunità con cui opera.

Vision

<<Vogliamo essere riconosciuti come un player internazionale impegnato a creare un mercato del lavoro globale sostenibile, flessibile e attrattivo per candidati e aziende, in grado di riflettere le esigenze del mondo del lavoro>>

La nostra Vision descrive il nostro sogno, l'obiettivo finale che vogliamo raggiungere attraverso l'erogazione dei nostri servizi. Vogliamo evidenziare come i nostri sforzi siano mirati alla creazione di un Lavoro che sia non solo flessibile ma anche Sostenibile.

n



1.3 Codice etico e valori di Gi Group

Punto di riferimento per il Gruppo dal 2014, il Codice Etico esprime l'insieme dei Valori e dei Principi che Gi Group ha deciso di adottare nello svolgimento della propria attività e nel rapporto con tutti i propri interlocutori (Stakeholders) e rappresenta parte integrante dell'assetto di Corporate Governance di Gi Group.

L'operato di ogni singola azienda del Gruppo si fonda sull'adozione del medesimo Codice Etico e sull'applicazione di un insieme di Valori che uniformano l'approccio di Gi Group al mercato del lavoro e alla società civile in cui opera.

Nel nostro percorso di costante evoluzione e riflessione sul nostro

ruolo nella società, il nostro impianto valoriale è stato via via aggiornato, e il concetto di sostenibilità ha assunto maggior rilievo e forza nell'orientare le nostre azioni.

Abbiamo da sempre inteso la Responsabilità Sociale d'Impresa come approccio profondamente integrato alla nostra governance aziendale e all'erogazione dei nostri servizi. Il focus sul tema della **sostenibilità** è stata una naturale evoluzione anche per il mercato del lavoro, che, come per gli altri contesti, ha finalmente sviluppato una maggior attenzione alla preservazione delle risorse e la costruzione di prospettive anche per le generazioni future.



ATTENZIONE

Mettiamo la massima cura e orgoglio in ciò che facciamo e crediamo che il nostro lavoro debba sempre essere portato avanti al meglio delle nostre capacità, per creare valore per le persone, le aziende e noi stessi, fornendo soluzioni immediate e soddisfacenti.



PASSIONE

Siamo appassionati del lavoro che facciamo e ognuno di noi mette tutto il proprio impegno per garantire che i bisogni, le aspirazioni e gli obiettivi dei nostri Colleghi, Candidati e Clienti siano soddisfatti.



APPRENDIMENTO CONTINUO E INNOVAZIONE

In un mondo in rapida evoluzione, siamo spinti dalla curiosità e da un sincero desiderio di imparare, condividendo le nostre conoscenze professionali e personali, per supportare la crescita e l'evoluzione della nostra organizzazione e di tutti gli Stakeholders.



COLLABORAZIONE

Riteniamo che lavorare come una squadra, promuovendo una cultura di collaborazione indipendentemente dai ruoli, sia il modo per raggiungere i nostri ambiziosi obiettivi e sentirci soddisfatti del nostro lavoro.



SOSTENIBILITÀ

Cresciamo facendo in modo di valorizzare sempre le nostre risorse umane, finanziarie e ambientali, e avendo in mente il futuro delle prossime generazioni.



RESPONSABILITÀ

Promuoviamo il rispetto dei diritti umani e della diversità ed inclusione; sosteniamo tutta la legislazione che fornisce la maggiore protezione e la massima tutela ai lavoratori, e svolgiamo un ruolo attivo nell'eliminazione della corruzione e di qualsiasi forma di abuso o comportamento illecito.

1.4 I nostri Stakeholders

Abbiamo impostato il nostro percorso di crescita avendo sempre presente che lo sviluppo debba coniugarsi con la responsabilità aziendale e con la sostenibilità, avendo come priorità la soddisfazione delle esigenze di tutti gli Stakeholders.

Periodicamente procediamo alla rilevazione e analisi di fabbisogni e aspettative dei nostri Stakeholders, attraverso l'ingaggio diretto delle parti, nonché con il supporto di studi e ricerche condotte sia internamente che dalle Associazioni di settore di riferimento per il nostro contesto.

Sono considerati Stakeholders gli individui, i gruppi o le istituzioni che impattano in maniera significativa nel raggiungimento della Mission di Gi Group e che quindi hanno un interesse legittimo nei confronti del Gruppo.

All'interno del contesto del Mercato del Lavoro e partendo dalla nostra Mission, i principali Stakeholders che prendiamo come riferimento nella nostra strategia di governance, di business e di CSR sono pertanto:

LE PERSONE

DIPENDENTI – Le organizzazioni funzionano meglio quando mettono al centro del loro lavoro l'impegno, il potenziale, la creatività e le capacità dei propri Dipendenti. Ogni azienda – e a maggior ragione un'azienda di servizi – deve avere strategie e politiche in grado di presidiare ogni aspetto delle condizioni di lavoro nell'ottica del miglioramento continuo, sviluppando un ambiente di lavoro in grado di evolvere nel tempo per soddisfare i mutevoli bisogni dei propri collaboratori. Il più recente contesto non ha fatto che rafforzare la centralità del tema della cura delle persone, in tutte le sue dimensioni, per noi e per tutto il mercato.

LAVORATORI E CANDIDATI – Attraverso l'erogazione dei propri servizi, Gi Group intende offrire opportunità occupazionali, coerenti ed adeguate alle aspettative di ogni persona, ed è consapevole del fatto che prendersi cura della qualità dell'attività professionale dei propri Lavoratori significa migliorare la qualità della loro vita.

Allo stesso modo, l'attenzione di Gi Group si sviluppa sempre più marcatamente anche verso lo stakeholder Candidato – attraverso servizi dedicati come l'orientamento e la formazione –, con la consapevolezza di come uno dei temi prioritari sia sempre più l'abbattimento delle barriere all'entrata nel mondo del lavoro e il supporto alla persona per l'allineamento delle competenze possedute a quelle richieste da una realtà in costante evoluzione.

LE ISTITUZIONI E LA SOCIETÀ

Gi Group è conscia del proprio ruolo pubblico e sociale, e intende configurarsi come un interlocutore primario per le Istituzioni, le Associazioni di categoria e le Parti Sociali, per partecipare attivamente alla definizione di regole nuove e migliori per lo sviluppo del mercato e delle Comunità Locali, importando ed esportando le best practice globali.

Gi Group si rivolge alla Comunità in cui opera anche attraverso la collaborazione con organizzazioni no profit, ONG, nonché con le persone che vivono e lavorano all'interno del territorio.

LE ORGANIZZAZIONI

AZIENDE CLIENTI – Gi Group si propone come interlocutore privilegiato nella gestione di un tema divenuto sempre più cruciale per ogni organizzazione: la selezione, gestione e sviluppo dei lavoratori. Nel raggiungimento di questo obiettivo, intende erogare servizi sempre più qualificati e coinvolgere anche le proprie aziende clienti in uno sviluppo del mercato sano e competitivo.

FORNITORI – Gi Group intende collaborare con aziende e professionisti che non solo condividano gli stessi valori di rispetto per il lavoro e le leggi che ne normano lo svolgimento, ma che siano interessanti nello sviluppo congiunto di valore lungo tutta la filiera di fornitura, come diffusione virale della Responsabilità Sociale d'impresa

L'AMBIENTE

Gi Group intende giocare il proprio ruolo anche nella tutela dell'ambiente, attraverso iniziative che preservino e difendano le risorse naturali, pur consapevoli che l'impatto ambientale dell'azienda risulta secondario rispetto all'impatto sociale delle nostre attività.

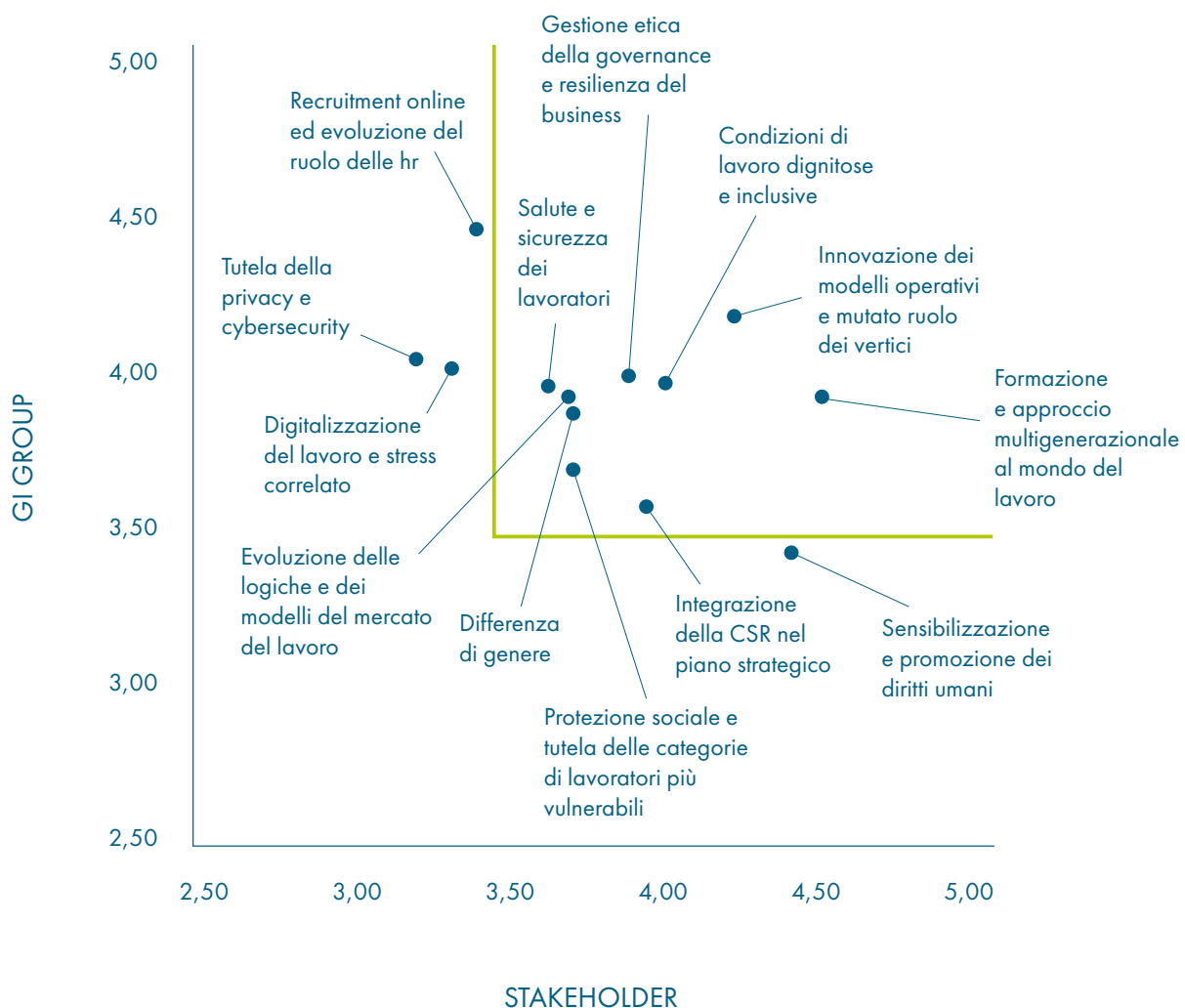
1.5 Materiality Matrix

L'aggiornamento della Materiality Matrix di Gi Group, la cui prima pubblicazione risale al 2015, ha coinciso con lo straordinario momento storico che affrontiamo da febbraio 2020.

Questo ci ha permesso di registrare tempestivamente gli effetti del forte impatto della pandemia da SARS-CoV-2 sul contesto e l'ambiente in cui lavoriamo, andando a registrare più puntualmente le nuove esigenze e aspettative dei nostri Stakeholders.

Attraverso il Materiality Assessment, abbiamo identificato l'elenco di temi che hanno maggiore rilevanza nel nostro contesto specifico (il mercato del lavoro) valutandoli secondo due dimensioni:

- l'impatto sulle strategie economiche, ambientali e sociali dell'organizzazione,
- la loro influenza sostanziale sulle condizioni di vita e di lavoro degli Stakeholders.



La **Materiality Matrix** rappresenta uno strumento utile all'azienda per:

- **riconoscere i tratti distintivi** del proprio contesto;
- comprendere le **aspettative dei propri Stakeholder** riguardo al ruolo che l'azienda dovrebbe svolgere in tale contesto;
- **identificare le priorità** legate ai fattori ESG (Environmental, Social e Governance), su cui focalizzare le proprie strategie e azioni;
- accrescere la capacità di **creare valore** duraturo nel tempo, per l'azienda stessa e per i suoi principali Stakeholder.

Si configura come una **matrice che rappresenta graficamente** le priorità condivise dall'azienda e dai suoi Stakeholder.

La Materiality Matrix di Gi Group è stata pubblicata per la prima volta nel **CSR Report 2015**, (vedi Matrice di Materialità) e nel 2019 è stato lanciato il progetto di rinnovamento a livello globale.

Una volta individuati i temi emergenti dall'analisi documentale si è proceduto ad assegnare a ciascuno un diverso grado di priorità attraverso il coinvolgimento e l'ascolto diretto dei nostri Stakeholders.

Per ogni categoria di Stakeholders - interni ed esterni all'azienda - è stato campionato un panel di rappresentanti più o meno ampio, a cui è stata somministrata una survey online, attraverso la quale ogni partecipante ha avuto modo non solo di assegnare un punteggio per ogni topic emerso, ma anche di veicolare proposte di iniziative o soluzioni partecipate, per un futuro sviluppo di networking virtuoso.

Il risultato di tale processo di analisi del contesto e di Stakeholder engagement diretto porta alla costruzione della Materiality Matrix, sotto forma di grafico cartesiano in cui ogni argomento rilevante viene posizionato nella matrice in base alla sua priorità per gli Stakeholders e per l'Azienda (ciascuno per il proprio asse di riferimento).

L'analisi condotta a livello globale, con focus di approfondimento per le Country più rilevanti del gruppo, ha messo in evidenza come la matrice italiana sia allineata a quella globale e non presenti differenze riguardo i temi materiali più importanti, in particolare per il peso che la nostra Country ha nel gruppo, evidenziato dalla numerosità delle risposte raccolte a livello nazionale (circa il 40% del totale).

Coerentemente con le linee guida dello standard internazionale GRI - Global Reporting Iniziative, l'analisi di materialità non solo individua le tematiche di sostenibilità più rilevanti per il nostro settore e i nostri portatori di interesse, ma sottende anche di conseguenza i contenuti della rendicontazione sociale della nostra organizzazione.

La soglia di rilevanza, oltre la quale un tema è considerato materiale, è stata fissata a 3,5 punti sia per la valutazione degli Stakeholders sia per la valutazione dell'Azienda.

Secondo questa valutazione, 9 dei 13 temi individuati dall'analisi documentale risultano essere materiali per Gi Group, con una spiccata rilevanza per i primi tre temi, che risultano intrinsecamente connessi con la nostra strategia di CSR.

Tema materiale	Descrizione	Dove si verificano gli impatti	Coinvolgimento del gruppo
Formazione e approccio multigenerazionale al mondo del lavoro	Attivazione di percorsi di orientamento, upskilling e reskilling per l'accesso a nuove mansioni e contrasto ai gap tra generazioni e con il mercato, con acquisizione di competenze tecniche legate all'utilizzo di nuovi strumenti.	Gi Group, Lavoratori, Somministrati, Candidati, Aziende Clienti	Causato dal Gruppo direttamente collegato attraverso una relazione di business
Innovazione dei modelli operativi e mutato ruolo dei vertici	Necessità nuove dotazioni tecnologiche e approcci organizzativi con potenziamento della comunicazione interna, ascolto dei bisogni dei lavoratori e coinvolgimento per individuare soluzioni condivise.	Gi Group, Lavoratori, Somministrati	Causato dal Gruppo
Condizioni di lavoro dignitose e inclusive	Presidio delle tutele definite dalla contrattazione collettiva e delle condizioni lavorative volte a salvaguardare l'integrità fisica e mentale dei lavoratori.	Gi Group, Lavoratori, Somministrati, Candidati, Aziende Clienti	Causato dal Gruppo direttamente collegato attraverso una relazione di business
Gestione etica della governance e resilienza del business	Stakeholder engagement e sviluppo di processi e meccanismi che possano accogliere le aspettative e mitigare conflitti, con focus sulla company reputation e supporto alla supply chain dei settori particolarmente colpiti dalla pandemia.	Gi Group, Aziende Clienti	Causato dal Gruppo direttamente collegato attraverso una relazione di business
Integrazione della CSR nel piano strategico	Perseguimento e integrazione degli SDGs nelle strategie, operations e governance aziendale, con obiettivo di supportare l'evoluzione del mondo del lavoro in ottica di sostenibilità.	Gi Group, Aziende Clienti	Causato dal Gruppo direttamente collegato attraverso una relazione di business
Protezione sociale e tutela delle categorie di lavoratori più vulnerabili	Politiche e programmi volti a ridurre e prevenire la povertà e lo stato di vulnerabilità dei lavoratori durante tutto il ciclo di vita, specialmente per le categorie più fragili (i.e. anziani, disabili, migranti).	Gi Group, Lavoratori, Somministrati, Candidati,	Causato dal Gruppo
Evoluzione delle logiche e dei modelli del mercato del lavoro	Contributo per creare il giusto assetto operativo tramite soluzioni di flessibilità tutelata che garantiscano la adattabilità delle imprese alla fluttuazione del mercato, favorendo la permanenza delle persone "nel lavoro" e meglio conciliare vita lavorativa e privata.	Gi Group, Lavoratori, Somministrati, Candidati, Aziende Clienti	Causato dal Gruppo direttamente collegato attraverso una relazione di business
Salute e sicurezza dei lavoratori	Compliance normativa e legislativa sul tema H&S per tutelare e proteggere il personale aziendale riguardo il proprio benessere psico-fisico.	Gi Group, Lavoratori, Somministrati, Aziende Clienti	Causato dal Gruppo direttamente collegato attraverso una relazione di business
Differenze di genere nel mondo del lavoro	Specifiche soluzioni per contrastare il gender gap, allargatosi per via della recente crisi economica-sociale dovuta alla pandemia, che ha ulteriormente messo in luce la disparità tra uomo e donna	Gi Group, Lavoratori, Somministrati, Candidati, Aziende Clienti	Causato dal Gruppo direttamente collegato attraverso una relazione di business

1.6 Gi Group per il lavoro sostenibile

Nel suo agire Gi Group ha fatto proprio il concetto di **sviluppo sostenibile** espresso da Brundtland nel suo Report del WCED (World Commission on Environment and Development) dal titolo "Our Common Future" (1987). Questa convinzione ha portato l'azienda, in occasione del suo ventesimo compleanno, a ripensare alla propria storia, analizzare il contesto e le sue trasformazioni per prepararsi ad affrontare il futuro, maturando una crescente consapevolezza sull'importanza di estendere il tema della sostenibilità al mondo del lavoro.

In virtù di ciò, si è dato pieno sviluppo alla riflessione sul futuro del lavoro iniziata nel 2018 e, partendo dalle tematiche emerse durante gli eventi del ciclo Next20, si è implementato un percorso di costruzione di un framework del Lavoro Sostenibile, che possa concretamente guidare l'impatto che vogliamo avere nel nostro contesto.

Coinvolgendo personalità del mondo accademico, istituzionale e aziendale, abbiamo avviato un **percorso sul Lavoro Sostenibile**

per sviluppare una riflessione sul tema, identificando possibili azioni che diventino **modelli replicabili** per promuovere il Lavoro Sostenibile e stimolare la conoscenza e dibattito attorno al tema per le **Persone**, le **Imprese** e la **Società**.

Attraverso il contributo dell'**Osservatorio sul Lavoro Sostenibile**, che ha visto impegnato anche il **Comitato Scientifico** della Fondazione Gi Group, abbiamo potuto definire una prospettiva di pensiero, punto di partenza su cui è stato avviato un confronto con i nostri Stakeholder, che porterà alla costruzione di modelli concreti, replicabili e misurabili, che guideranno il percorso verso la realizzazione del concetto di Lavoro Sostenibile.

Questo percorso di costruzione di un **framework**, che guidi l'impatto che vogliamo avere nel nostro contesto, si è **sviluppato in Italia dal 2020**, e da questo punto di partenza si sta irradiando con sempre maggior chiarezza per mantenere allineato il Gruppo in tutte le countries in cui è presente.

FRAMEWORK DEL LAVORO SOSTENIBILE



PERSONA

- Lavoro dignitoso, senso e valore, consapevolezza, soddisfazione
- Benessere psico-fisico, equilibrio vita-lavoro
- Sviluppo competenze
- Relazioni professionali positive



ORGANIZZAZIONE

- Agilità, cambiamento
- Innovazione
- Diritti umani, lavoro dignitoso, inclusione "fragili"
- Formazione, valorizzazione, inclusione, meritocrazia, equità
- Valorizzazione donne, giovani alta seniority, equità meritocrazia, soluzioni diversificate
- Ridurre sprechi e impatto ambientale, CSR



ISTITUZIONI-SOCIETÀ

- Politiche industriali
- Combattere lavoro nero ed evasione
- Politiche attive del lavoro e collaborazione pubblico-privato nei servizi al lavoro
- Flessibilità "sostenibile"
- Ridurre disallineamento formativo





Nota metodologica

Attraverso questo documento, che rappresenta l'anno zero dell'evoluzione di Gi Group Spa in Società Benefit, vogliamo condividere con i nostri Stakeholder indicatori, attività e iniziative afferenti all'anno 2021, dando nello stesso tempo evidenza della **continuità** con il percorso che abbiamo fino a qui tracciato.

La nostra Relazione d'Impatto – redatta in conformità con la Legge 28 dicembre 2015, n. 208 – si integra per questo con gli ulteriori strumenti di disclosure aziendale quali l'Annual Report, il CSR Report e il Bilancio SA8000, pubblicati sui siti internet societari.

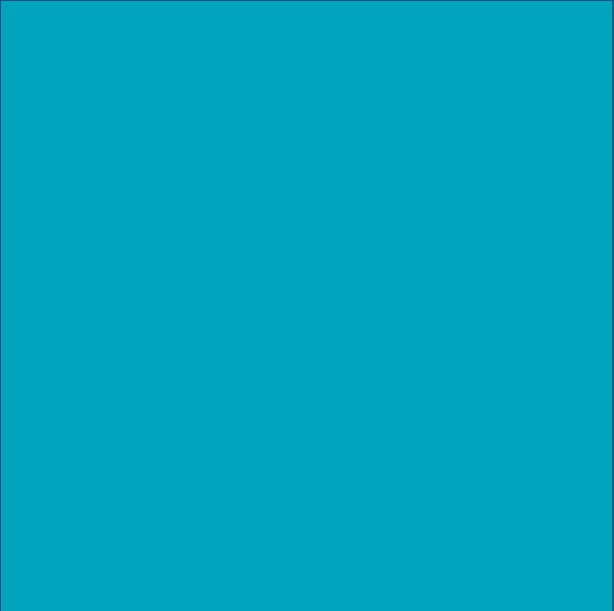
Per coerenza con questi documenti, nonostante la modifica dello Statuto sia avvenuta in data 22 luglio 2021, il Report presenta una visione di insieme completa sui 12 mesi del 2021, funzionale anche alla parametrizzazione di risultati e obiettivi per i prossimi periodi di rendicontazione.

In virtù della presenza di sistemi di gestione certificati e di una strategia di CSR e sostenibilità a livello di Gruppo, tutti i principali indicatori utili alla valutazione dell'impatto sono infatti disponibili anche in trend e reperibili nelle edizioni del Bilancio SA8000 di Gi Group Spa e del global CSR Report del Gruppo.

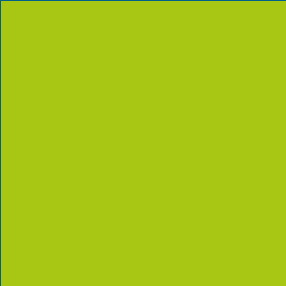
Entrando nello specifico della Relazione d'Impatto, la focalizzazione sulla rendicontazione dei benefici di impatto rappresenta per noi un fortissimo stimolo che si coniuga con la tematica del Lavoro Sostenibile e ci induce ad alzare lo sguardo, per spingerlo sempre più lontano, spostando il baricentro dell'analisi dagli output a breve termine agli outcome e agli impatti a lungo termine della nostra attività.

Per adempiere alla disposizione di legge¹ sulle Società Benefit è stato utilizzato lo strumento del **Benefit Impact Assessment** (d'ora in avanti, sinteticamente BIA), un indicatore extra-finanziario (il cui scoring varia da 0 a 200 punti) sviluppato nel contesto del movimento delle Benefit Corporation (B Corp) da parte della no-profit B Lab. Lo scoring riflette l'impatto sociale e ambientale dell'azienda valutato tramite un questionario che indaga cinque diverse aree di impatto: governance, lavoratori (dipendenti), comunità, ambiente e clienti (oltre al "questionario sulla trasparenza" che integra la valutazione ma non contribuisce allo scoring finale).

¹La legge richiede che la valutazione dell'impatto sociale generato sia condotta attraverso l'uso di standard esterni di valutazione che rispondano a precisi requisiti e che abbiano per oggetto le specifiche aree di valutazione indicate dalla stessa legge (v. infra - paragrafo 3.4 OBBLIGHI DI RENDICONTAZIONE)



Più nello specifico, all'interno del percorso del BIA, l'impatto generato viene analizzato come segue:

- **Governance:** grado di trasparenza e responsabilità della società nel perseguimento delle finalità di beneficio comune, con particolare attenzione allo scopo della società, al livello di coinvolgimento dei portatori d'interesse, e al grado di trasparenza delle politiche e delle pratiche adottate dalla società.
 - **Dipendenti:** relazioni con i dipendenti e i collaboratori in termini di retribuzioni e benefit, formazione e opportunità di crescita personale, qualità dell'ambiente di lavoro, comunicazione interna, flessibilità e sicurezza del lavoro.
 - **Comunità:** relazioni della società con i propri fornitori, con il territorio e le comunità locali in cui opera, azioni di volontariato, donazioni, attività culturali e sociali, e ogni azione di supporto allo sviluppo locale e della propria catena di fornitura.
 - **Ambiente:** impatti della società, con una prospettiva di ciclo di vita dei prodotti e dei servizi, in termini di utilizzo di risorse, energia, materie prime, processi produttivi, processi logistici e di distribuzione, uso e consumo e fine vita.
 - **Clienti:** identificazione di prodotti o servizi dell'azienda, pensati per fornire un impatto positivo specifico significativo per i propri clienti, in maniera aggiuntiva, rispetto al valore che viene normalmente fornito sia rispetto al perimetro B2B che rispetto al perimetro B2C.
- 

I dati raccolti nel processo di scoring sono analizzati secondo un'integrazione di più standard di misurazione riconosciuti a livello internazionale e nazionale. Tra i più importanti il Global Reporting Initiative (GRI) e l'Impact Reporting and Investment Standard (IRIS). Gli standard GRI hanno una struttura modulare e interconnessa e sviluppata dal Global Reporting Initiative. L'IRIS è un'iniziativa dell'organizzazione no-profit Global Impact Investing Network (GIIN), il cui obiettivo è promuovere gli investimenti che generano un impatto sociale e ambientale positivo insieme a un ritorno finanziario.

Infine, la scelta di riportare i dati di self-assessment tramite il BIA è motivata non solo dal raccordo che tale strumento rappresenta tra il modello B Corp e gli standard GRI ad esso sottesi ma anche per il collegamento con gli obiettivi compresi all'interno del panel dei 17 SDGs – Sustainable Development Goals delle Nazioni Unite.

Nel caso di Gi Group il perimetro di valutazione scelto per il BIA è stato quello delimitato a Gi Group SpA. La piattaforma è stata quindi settata per un'azienda di servizi (più nello specifico "inserimento lavorativo e risorse umane") operante in Italia ("mercato sviluppato") con più di 1000 dipendenti a tempo pieno. I punteggi ottenuti avranno quindi come benchmark aziende appartenenti a questi cluster.

Nel capitolo dedicato alla valutazione d'impatto complessiva, è stato riportato il posizionamento restituito dal BIA, con il dettaglio dello **scoring attuale di 106,7 punti** (superiore rispetto agli 80 punti necessari per poter accedere al percorso di riconoscimento come B Corp certificata), mentre, nei capitoli dedicati ai singoli benefici di impatto inseriti nello Statuto aziendale, sono inclusi KPI più specifici riferiti a iniziative o servizi/prodotti dedicati ai diversi Stakeholders, secondo il business model d'impatto evidenziato attraverso il BIA stesso.

La sezione dedicata al beneficio d'impatto complessivo – così come valutato tramite BIA – e la sezione dedicata agli specifici benefici di impatto definiti a Statuto, vanno chiaramente lette in maniera integrata, come specificato anche nel capitolo a seguire, dove risulta chiara la stretta relazione tra le aree di impatto misurate dal Benefit Impact Assessment e gli stakeholder primari identificati da Gi Group.





Gi Group SpA

Società Benefit

3.1 L'acquisizione dello status legale di società benefit

Con il termine "SOCIETÀ BENEFIT" si intende un tipo di forma giuridica legalmente riconosciuta che un'azienda a scopo di lucro può assumere (in Italia e secondo altre legislazioni nazionali), allo scopo di dichiarare pubblicamente il proprio impegno a perseguire la creazione di valore condiviso nel lungo termine, oltre agli obiettivi di profitto.

Come richiesto dalla Legge n. 208 del 28/12/2015 - Legge di Stabilità 2016, la dichiarazione di impegno è stata perseguita modificando formalmente lo Statuto e inserendo nell'oggetto sociale le finalità di beneficio comune che si intendono perseguire, in maniera parallela e coerentemente con gli obiettivi di business.

Le finalità di beneficio comune inserite all'interno dell'oggetto sociale non sono mere dichiarazioni di intento, ma sono impegni concreti che si decide di assumere rispetto ai portatori di interesse.

Attraverso questa scelta è possibile governare in maniera più efficace ed organica i rischi e le opportunità associati ai fattori ESG, per l'azienda e per i partner commerciali, impegnando il management e tutti i dipendenti dell'organizzazione a standard più elevati di scopo, responsabilità e trasparenza.



Scopo

In quanto Società Benefit, ci impegniamo a creare un impatto positivo sulla società e la biosfera, oltre a generare profitto (secondo il modello della Triple Bottom Line: People, Planet, Profit). La sostenibilità – che per Gi Group si ribadisce intesa come focus sul Lavoro Sostenibile – è parte integrante del nostro business model e guida per creare condizioni favorevoli alla prosperità sociale e ambientale, oggi e nel futuro.

Responsabilità

In quanto Società Benefit, ci impegniamo a considerare l'impatto dell'impresa sulla società e l'ambiente, al fine di creare valore sostenibile nel lungo periodo per tutti gli stakeholder – declinando queste responsabilità all'interno del framework del Lavoro Sostenibile, in modo che la responsabilità di ciascuno risulti sinergica con quella delle altre parti interessate.



Trasparenza

In quanto Società Benefit, ci impegniamo a comunicare annualmente e riportare secondo standard indipendenti riconosciuti a livello internazionale i risultati conseguiti, i progressi e gli impegni futuri – sia verso gli azionisti che verso il grande pubblico – rispetto al raggiungimento delle finalità di beneficio comune che abbiamo declinato nello Statuto sociale.

3.2 La modifica statutaria e le finalità di beneficio comune

Lo Statuto di Gi Group spa è stato integrato in data 22 luglio 2021, evidenziando gli specifici benefici di impatto sui quali la società intende impegnarsi.

Si riportano di seguito integralmente l'Articolo 3 dello Statuto e, nei capitoli successivi, una selezione di iniziative, attività e KPI indicativi dell'impegno di Gi Group in questo 2021 che ha segnato la formalizzazione del passaggio al modello di Società Benefit.

"Art. 3

3.1 La Società assume la qualifica di società benefit, il cui scopo è quello di perseguire, oltre agli obiettivi di lucro, finalità di beneficio comune operando in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse.

La Società, attraverso i propri servizi, vuole contribuire all'evoluzione del mercato del lavoro e all'educazione al valore personale e sociale del lavoro, impegnandosi a creare condizioni di vita e di lavoro che supportino le persone nel rimanere a lungo attive, promuovendo e sostenendo quei fattori che favoriscono l'incremento delle possibilità di impiego e facilitano l'entrata e la permanenza nel mondo del lavoro.

3.3. La Società persegue, inoltre, le seguenti finalità di beneficio comune a vantaggio di lavoratori, comunità, istituzioni e territori:

a) nei confronti dei **candidati** e dei **lavoratori**:

la promozione e lo svolgimento di iniziative ed attività di supporto

- i) all'accesso al mondo del lavoro, creando e aggiornando le competenze coerenti con le richieste del mercato, al fine di massimizzare i livelli di occupazione;
- ii) alla crescita personale e professionale e alla gestione delle transizioni lavorative in funzione della permanenza nel mondo del lavoro;
- iii) al corretto equilibrio tra vita professionale ed extra professionale;

b) nei confronti della **comunità:**

- i) lo sviluppo di iniziative e strumenti che favoriscano l'incontro fra domanda e offerta di lavoro;
- ii) lo sviluppo di iniziative e strumenti che favoriscano l'evoluzione del mondo del lavoro in senso sempre più inclusivo, non discriminatorio, sicuro e in cui sia garantita equità e meritocrazia;
- iii) la promozione di studi e ricerche, lo svolgimento di iniziative, anche culturali, direttamente o indirettamente con il sostegno di enti, fondazioni, istituti scolastici, universitari ed enti non profit attivi ed impegnati nello sviluppo e nell'attuazione di modelli economici replicabili nel mercato del lavoro, compresa la diffusione di una cultura del "lavoro sostenibile" per le persone, le organizzazioni e la società;
- iv) la collaborazione con enti no profit, associazioni ed altre istituzioni attive nella promozione di progetti o servizi coerenti con le finalità di beneficio della Società;

c) nei confronti delle **istituzioni:**

- i) la formulazione e la promozione di proposte che aiutino l'evoluzione normativa del lavoro, coniugando le esigenze di flessibilità del mercato e della continuità lavorativa delle persone;
- ii) in logica di sussidiarietà, la promozione della collaborazione pubblico/privato a sostegno dell'inserimento lavorativo anche delle persone svantaggiate;

d) nei confronti dei **territori** in cui la Società e le sue partecipate operano:

attenzione all'impatto sociale e ambientale, mediante la riduzione degli sprechi, e la valorizzazione di asset e infrastrutture locali.

3.3 Organismo Responsabile di Impatto

L'adozione del modello di Società Benefit prevede la nomina del Responsabile d'Impatto della società, ai sensi del comma 380 della Legge n. 208 del 28/12/2015 - Legge di Stabilità 2016.

Il Responsabile d'Impatto è una figura a cui è attribuito il compito di coadiuvare gli amministratori nel perseguimento delle finalità di beneficio comune, nonché quello di supervisionare che le procedure aziendali siano coerenti ed idonee a garantire l'efficiente raggiungimento degli obiettivi sociali dell'impresa: tale organo può essere individuale o collegiale, lasciando la normativa ampia discrezionalità in merito.

Alla luce di ciò, Gi Group ha deciso di individuare il Responsabile di Impatto in un organismo collegiale composto dagli amministratori della società e dai responsabili delle funzioni Human Resources, Marketing, Compliance – CSR, comprendendo anche la partecipazione della Fondazione Gi Group, a sottolineare l'importante e costante contaminazione tra i poli del Gruppo.

La partecipazione diretta all'Organismo Responsabile d'Impatto da parte del Top Management garantisce una maggior efficacia di comunicazione e condivisione dei dati, un allineamento immediato tra le funzioni e gli obiettivi aziendali, una sinergia costante con le strategie aziendali sia in termini di business che di governance interna.

L'Organismo può sviluppare le proprie analisi e strategie a partire da un ampio set di indicatori e reportistica, che restituisce la visione complessiva dell'operato aziendale e si sviluppa anche in termini integrati rispetto ai sistemi di gestione certificati presenti in azienda.

Il processo di redazione della presente Relazione viene agevolato dalla struttura stessa dell'Organo collegiale Responsabile d'Impatto, che coinvolge i responsabili delle funzioni con più ampio presidio sui temi di impatto e comunicazione.

I membri dell'organo collegiale Responsabile di Impatto

FRANCESCO BARONI

Presidente e Amministratore
Delegato di Gi Group Spa
Country Manager Italia

ZOLTAN DAGHERO

Amministratore Delegato di
Gi Group Spa
Business Manager Gi Group
Temp & Perm

DAVIDE TOSO

Consigliere CDA
di Gi Group Spa
Global Corporate Affairs
and Compliance Senior Director

BARBARA COTTINI

HR Senior Director di
Gi Group Spa

ELENA SENSI

Marketing & Communication
Director di Gi Group Spa

SARA OSTI

Global CSR & Compliance
Project Manager
Responsabile Sistema di Gestione
SA8000 di Gi Group Spa

FONDAZIONE GI GROUP

<https://fondazione.gigroup.it/>

3.4 Obblighi di rendicontazione

La Relazione di Impatto che le Società Benefit – in conformità con la Legge 28 dicembre 2015, n. 208 – sono tenute a redigere ogni anno costituisce un allegato del bilancio d'esercizio e contribuisce ad aumentare la trasparenza aziendale completando le informazioni di natura finanziaria con una serie di importanti indicazioni di carattere non finanziario inerenti le finalità di Beneficio Comune incluse nello statuto e gli impatti che l'Azienda ha generato, durante l'anno, tramite la propria attività.

Allo scopo di garantire una valutazione dell'impatto generato trasparente, è richiesta l'adozione di uno **standard di valutazione** esterno. La Legge non identifica uno specifico standard ma descrive i requisiti che questo deve soddisfare:

- **Esauriente ed articolato** nel valutare l'impatto della società e delle sue azioni nel perseguire la finalità di beneficio comune nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse;
- **Sviluppato da ente terzo** non controllato dalla società benefit;
- **Credibile** poiché sviluppato da un ente con accesso a competenze specifiche per la valutazione dell'impatto sociale e ambientale;
- **Trasparente** poiché le informazioni che lo riguardano sono pubbliche.





Specifiche Finalità di Beneficio Comune

4.1 Le macro aree di beneficio comune

Come evidenziato nell'art.3 del nostro Statuto, abbiamo deciso di formulare i nostri benefici di impatto secondo **quattro macroaree** di stakeholders. È tuttavia importante sottolineare che i perimetri tra le aree possono risultare sfumati, con sovrapposizioni che noi consideriamo indicazione di maggior impatto.

Applichiamo la stessa filosofia che ci ha guidato nell'elaborazione del framework del Lavoro Sostenibile, che vuole sottolineare anche in maniera visiva, l'interazione costante tra gli stakeholder, che debbono influenzarsi e rafforzare reciprocamente le azioni e le leve per poter cambiare realmente il mercato del lavoro.

1. Il punto di partenza è rappresentato dalla **Persona** che – all'interno di un'azienda che si occupa di risorse umane – si declina in tre identità:

- i nostri **dipendenti di struttura**, che rappresentano anche il nostro stakeholder primario;
- i nostri **lavoratori in somministrazione** (sia assunti a tempo indeterminato che a tempo determinato) per i quali lavoriamo in ottica di sempre maggior continuità occupazionale e sviluppo professionale;
- i **candidati** che si rivolgono a noi per ottenere orientamento, formazione e incrementare la propria possibilità di entrare efficacemente nel mercato del lavoro.

Questa maggior ampiezza di sguardo ci è propria ed è stata negli anni rafforzata prima dall'adozione del sistema di gestione SA8000 di Gi Group spa – certificato nel 2017 – e poi dal percorso per assumere il modello di Società Benefit.



Anche in termini di benefici di impatto, infatti, vogliamo da un lato confermare il focus sul nostro principale stakeholder interno – dipendenti di struttura –, mantenendo l’impegno sulle stesse tematiche di valorizzazione e sviluppo del talento, rafforzamento dell’employability e attenzione al work life balance.

Dall’altro lato, invece, vogliamo incrementare l’impatto positivo che ci impegniamo ad avere sulle vite dei nostri candidati e lavoratori somministrati che, all’interno del **Business Model di Impatto** proposto dal BIA, rappresentano per noi i “**Clienti**” principali: corre l’obbligo comunque di ricordare che tutti i servizi dell’Agenzia per il Lavoro non prevedono alcuna fee a carico delle persone che si rivolgono all’Agenzia per la ricerca del lavoro, piuttosto che per iniziative di orientamento, formazione o transizione lavorativa.

2. La **Comunità** a cui noi ci rivolgiamo è ugualmente inquadrata dal punto di vista del tema core del lavoro, e la consideriamo pertanto costituita tanto da individui quanto da organizzazioni. Per entrambi i poli, vorremmo contribuire, da un lato, con azioni più contestualizzate rispetto al tema della ricerca occupazionale, e dall’altro con contributi di taglio culturale o più specificatamente di impatto sociale, anche in collaborazione con associazioni no profit del territorio.

3. Un cluster ulteriore è rappresentato dalle **Istituzioni**, a sottolineare il nostro desiderio di mettere competenze tecniche e visione al servizio del sistema Paese, per generare un effettivo cambiamento non solo culturale ma normativo e legislativo, lavorando contemporaneamente all’interno di quelle aree di collaborazione pubblico privato che abbiamo a disposizione.

4. Infine, vogliamo sottolineare il nostro approccio di sostenibilità a più ampio spettro, prendendo in considerazione non solo l’impatto che anche una società di servizi come la nostra può avere in termini ambientali, ma anche le possibilità di riqualificazione dei **Territori** che possiamo contribuire a sviluppare con le nostre attività e collaborazioni.

4.2 Il business model d'impatto

Partendo dall'assunto che il Lavoro risponde a una necessità imprescindibile per l'uomo sia in termini di realizzazione professionale e personale che in termini di accesso all'indipendenza economica, abbiamo la possibilità, con i nostri servizi, di influire positivamente sulla vita di centinaia di migliaia di persone ogni anno, che entrano in contatto con la nostra azienda attraverso le più di 200 filiali dislocate sul territorio italiano, o registrandosi e candidandosi attraverso i nostri canali digitali e accedendo ai nostri servizi.

All'interno di questo panel estremamente ampio, attraverso il B Impact Assessment, abbiamo indentificato le tre aree che attualmente riteniamo di maggior impatto.

Orientamento e formazione

Candidati e lavoratori che abbiano accesso a percorsi di orientamento e **formazione** finanziata, per favorire l'entrata nel mondo del lavoro o la riqualificazione e ricollocazione professionale in prospettiva di una efficace transizione lavorativa.

Vulnerabilità

Candidati e lavoratori afferenti a categorie di maggior **vulnerabilità** all'interno del mercato del lavoro, così come intesi in particolare all'interno delle categorie di svantaggio secondo le normative di riferimento, piuttosto che afferenti a più ampi cluster di popolazione (in particolare per età, genere o nazionalità).

Emancipazione economica

Candidati e lavoratori che tramite i nostri servizi possano raggiungere una maggior **autonomia economica**, a partire dallo sviluppo della loro continuità lavorativa all'interno del rapporto con Gi Group piuttosto che dalla creazione di condizioni favorevoli all'inserimento diretto nelle nostre aziende clienti.



4.2.1 Orientamento e formazione

DIPENDENTI

Il Continuous Learning fa parte dei nostri valori aziendali e in coerenza con questa spinta interna, così come in risposta ai continui cambiamenti del mercato, Gi Group è divenuta negli anni una *learning organization*.

Vettore di questa evoluzione costante è B*right – la University di Gi Group Holding – che ha inaugurato un diverso approccio alla formazione nel Gruppo, con modalità sempre nuove per valorizzare e accrescere il patrimonio di competenze interne e favorire la condivisione di un'identità comune.

L'opportunità di sistematizzare i contenuti di training disponibili, sempre più numerosi e vari, per consentire alle persone di orientarsi al meglio all'interno dell'offerta formativa di Gruppo, si evolve ogni anno di più con l'impegno ad essere sempre all'avanguardia in ambito formazione attraverso una ricerca ed una sperimentazione costante di nuovi contenuti, metodologie, strumenti formativi.

Un elemento che ha caratterizzato b*right sin dalla nascita è stata la forte attenzione al concetto di Social Learning, ovvero di apprendimento attraverso la condivisione e lo scambio tra colleghi oltre le barriere geografiche, di gerarchia e funzione. A questo scopo la University si avvale di un team di Ambassador, i b*righters, selezionati per candidatura spontanea e rappresentativi di diverse funzioni e società del gruppo, che supportano la diffusione delle iniziative presso i colleghi e contribuiscono ad alimentare le attività di social learning sulla intranet aziendale attraverso il proprio contributo attivo.

La Corporate University è strutturata su 4 Dipartimenti, ciascuno presidia una distinta tipologia di contenuti ed ha una propria specificità gestionale-organizzativa:

- B*AWARE, Compliance & Codes - presidia la formazione obbligatoria per legge, la compliance alle policy aziendali e gli approfondimenti su materie normate per garantire la rispondenza dei comportamenti personali ed organizzativi a criteri di etica e trasparenza nel lavoro.
- B*SKILLED, Technical Know-how - comprende i contenuti specialistici legati alle diverse famiglie professionali (competenze di mestiere, servizi, processi e linee guida, tool aziendali), per permettere alle persone di essere sempre aggiornate, allineate agli sviluppi del business ed operare efficacemente in azienda.
- B*BETTER, Development & Management - comprende tutta la formazione sulle competenze trasversali e manageriali, è il motore dell'innovazione, del miglioramento continuo e dello sviluppo professionale.
- B*ENGAGED, Culture & Values - è custode della cultura di Gi Group Holding, ne promuove la diffusione ed il consolidamento attraverso iniziative trasversali a tutto il Gruppo di stampo valoriale e identitario.

CANDIDATI E LAVORATORI

Attraverso i nostri percorsi di **ORIENTAMENTO** guidiamo i giovani ad affrontare le evoluzioni e le opportunità che offre il mercato del lavoro, aiutandoli a sviluppare la consapevolezza di sé e indirizzandoli nella scelta del loro percorso secondo le loro attitudini e inclinazioni.

Il nostro modello vuole altresì affiancare gli Istituti Scolastici nella costruzione ed erogazione di percorsi di sviluppo dei propri studenti e supportare le Aziende nella promozione delle opportunità di inserimento e sviluppo che offrono, per entrare in contatto con i giovani che parteciperanno alla crescita del business.

I contenuti si sono articolati nei classici pilastri dell'orientamento professionale – come scrivere un cv, come prepararsi ad un colloquio, come utilizzare i social network per la crescita del proprio percorso professionale, come leggere una busta paga – ma si sono poi evoluti per comprendere una visione più ampia, soprattutto in grado di andare a toccare tematiche legate alla motivazione e alla focalizzazione dell'obiettivo.

I percorsi sono erogati in forma totalmente gratuita, anche attraverso webinar, dirette instagram, video pillole e iniziative specifiche online. Tra queste **modalità innovative** citiamo:

- #gigroupwithyou@school: il format più classico, pensato per continuare ad affiancare gli studenti alla scoperta del mondo del lavoro, anche da casa, pur mantenendo sostanzialmente intatti i contenuti fondamentali della proposta formativa.
- #GIWORKOUT: progetto digitale sviluppato in collaborazione con i nostri partner sportivi, con lo scopo di aggiornare i partecipanti su quali siano le competenze chiave, in particolare in termini di soft skills, per orientarsi nel mondo del lavoro attraverso il parallelismo con il mondo dello sport.
- Gi On Track: digital tour in cui i giovani talenti della VR46 Riders Academy raccontano quali skill “mettono in moto” nella vita e nel lavoro per raggiungere i loro obiettivi.

Attraverso la sinergia con Gi Formazione, eroghiamo in Italia, ogni anno, migliaia di ore di **FORMAZIONE FINANZIATA** per candidati e per lavoratori somministrati che, gratuitamente, grazie al fondo Forma.Temp², possono accedere a percorsi di qualificazione e di riqualificazione professionale per migliorare la propria employability.

L'offerta formativa viene declinata a seconda dei beneficiari – studenti, candidati, lavoratori somministrati a tempo determinato o indeterminato, in disponibilità, afferenti alle categorie del diritto mirato – e all'interno delle aree della formazione base, professionale e on the job.

Le declinazioni della formazione base finanziabile afferiscono alla ricerca attiva del lavo-

²Forma.Temp è il Fondo per la formazione e il sostegno al reddito dei lavoratori in somministrazione, costituito sotto forma di libera associazione e senza fini di lucro. Sono soci del Fondo le due Associazioni di rappresentanza delle Agenzie per il lavoro - Apl, le Organizzazioni Sindacali dei lavoratori somministrati e le tre Confederazioni Sindacali. Le attività di Forma.Temp si svolgono sotto la vigilanza dell'Agenzia Nazionale per le Politiche Attive del Lavoro (ANPAL) e sono finanziate con il contributo pari al 4% delle retribuzioni lorde corrisposte ai lavoratori somministrati, a carico delle Agenzie per il Lavoro.

ro, alle competenze linguistiche e si concentrano principalmente sulla indispensabile formazione sulla salute e sicurezza.

La formazione professionalizzante permette di rispondere alle esigenze del mercato o di singole aziende clienti, attraverso percorsi di durata variabile tra le 16 e le 240 ore o più.

All'interno di queste macro aree, ogni APL ha la possibilità di impegnare il proprio budget con soluzioni differenziate, per ottenere il maggior impatto possibile in termini di orientamento e formazione.

Gi Group articola la propria **proposta formativa** secondo formule che vanno dalla formazione dedicata alla sicurezza secondo quanto previsto dall'Accordo Stato Regioni, a corsi di formazione professionalizzante a catalogo, fino alle più articolate **Academy**.

Le Academy sono dedicate in particolare ai giovani che hanno bisogno di supporto per sviluppare talento e competenze per potersi assicurare l'ingresso nel mondo del lavoro e sostenere la crescita professionale.

I continui cambiamenti del mercato richiedono nuove competenze necessarie per affrontare al meglio le sfide quotidiane. Le nostre Academy sono percorsi formativi gratuiti ad alta specializzazione grazie alle quali è possibile acquisire competenze specifiche di un determinato settore ed essere formati con la prospettiva di inserimento presso le aziende partner del progetto o presenti sul territorio di riferimento.

Le Academy vengono realizzate infatti in collaborazione con eccellenze del Made in Italy e con partner qualificati, capaci di fornire tutti gli strumenti necessari per consentire un apprendimento veloce, dinamico e divertente.

Un consulente Gi Group accompagna i partecipanti per tutta la durata del percorso, dalla fase di orientamento e selezione per l'inserimento in aula, fino al colloquio in azienda, in modo da farsi carico delle diverse esigenze di chi è alla ricerca del primo ingresso nel mondo del lavoro o di chi sta cercando di posizionarsi in un nuovo settore (ad esempio ICT, Mechanical, Telco, Engineering, Leathergoods, GDO).

La formazione rappresenta un pilastro fondamentale nella visione di Gi Group, a tal punto che è stato creato un luogo dedicato a rappresentare questo impegno: **il Training Hub**. Inaugurato nel dicembre 2021, sarà destinato ad evolversi e rafforzare il proprio ruolo operativo e culturale sempre più, a partire dall'anno in corso.

Tre macro-aree contraddistinguono il modello del Gi Group Training Hub:

- Orientamento: percorsi di orientamento per gli studenti e dedicati alla comprensione dell'employability per i candidati con anche consulenza e coaching nelle fasi di transition e mobility;
- Training: academy e addestramento professionale, istruzione e formazione tecnica superiore, ITS, patenti e certificazioni;
- Continuous Learning: coaching, formazione manageriale e professionale continua.

Allo scopo di offrire un ventaglio di servizi ampio ed efficace in particolare per i giovani che vogliono inserirsi nel mercato del lavoro, il Training Hub nasce per ospitare anche partner di rilievo, con i quali sviluppare progetti ad alto impatto, come ad esempio **ITS (Istituti Tecnici Superiori) e IFTS (Istruzione e Formazione Tecnica Superiore)** – percorsi di formazione post-diploma che hanno l'obiettivo di preparare giovani tecnici specializzati fornendo le hard skills essenziali per le aziende.



4.2.2 Vulnerabilità

Gi Group concepisce il lavoro come un mezzo per la realizzazione della Persona e dei suoi desideri ed è consapevole della grande importanza che il lavoro – o la sua ricerca – ha per ogni individuo.

Pur ponendo uguale attenzione e cura nello svolgere la propria attività quotidiana per tutti i propri clienti, siamo altresì consci del fatto che la nostra attività può giocare un ruolo decisivo nella vita di alcune persone che, a vario titolo, rientrano tra quelle più vulnerabili dal punto di vista dell'ingresso e della permanenza nel mercato del lavoro.

Per una definizione più chiara di queste categorie ci siamo affidati principalmente alla normativa e legislazione italiana che ha definito cluster specifici di portatori di **incentivi** in virtù del proprio svantaggio competitivo sul mercato, spesso definendo in parallelo anche misure di **Politiche Attive per il Lavoro** ad essi dedicati.

Per Politiche Attive si intendono Interventi finalizzati a inserire o reinserire le persone nel mercato del lavoro e che hanno lo scopo di aumentare i tassi di attività e di occupazione, con particolare attenzione a persone che intendono entrare (o rientrare) nel mercato del lavoro e sono in qualche misura svantaggiate, come ad esempio:

- giovani,
- donne,
- lavoratori anziani,
- immigrati,
- residenti di determinate Regioni,
- diversamente abili,
- disoccupati di lunga durata,
- occupati a rischio di perdita involontaria del proprio lavoro.



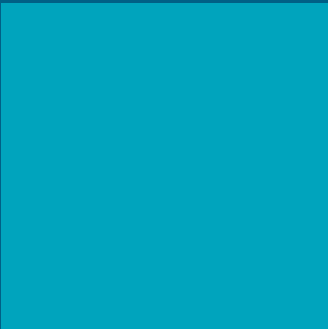


Per sviluppare efficacemente tale attività, Gi Group è attualmente accreditata per i **Servizi al Lavoro** con circa 115 filiali in 17 Regioni, in cui operano più di 270 nostri dipendenti accreditati, con prospettive di continuo sviluppo dell'attività.

A seguito dell'istituzione della nuova Agenzia Nazionale per le Politiche Attive del Lavoro (ANPAL) - Legge 10 dicembre 2014, n. 183 e successivi decreti attuativi –, Gi Group si è inoltre accreditata per i servizi al lavoro con 102 filiali a livello nazionale "ANPAL". Ha aderito alla misura dell'AdR (Assegno di Ricollocazione) e, per alcune tra queste, anche alla misura del RdC (Reddito di cittadinanza).

La nostra attività per l'erogazione delle Politiche Attive mira a insegnare ai beneficiari come valorizzare le proprie competenze tecniche e le caratteristiche personali, a proporsi nel modo più attrattivo verso le aziende, a sostenere colloqui in maniera efficace e a valutare le opportunità di tirocinio e/o di lavoro più idonee.

Tutto questo avviene attraverso attività di:

- **accoglienza e informazione** – fornendo tutte le informazioni sui progetti finanziati sul territorio e dando la possibilità di accedere a servizi in linea con le diverse esigenze come ad esempio:
 - orientamento base e specialistico
 - accompagnamento al lavoro
 - promozione tirocini
 - laboratori e seminari su temi del lavoro
 - **orientamento** specialistico e consulenza orientativa – supportando in una efficace definizione del profilo lavorativo e della sua spendibilità sul mercato, realizzando un CV efficace che evidenzi i punti di forza, sviluppando un percorso personalizzato che possa valorizzare le competenze e individuare gli ambiti lavorativi più idonei da raggiungere con i canali e gli strumenti appropriati
 - **accompagnamento al lavoro** – attraverso percorsi di inserimento o reinserimento lavorativo grazie anche al nostro network di aziende clienti, in particolare con strumenti di ricerca attiva del lavoro e preparazione al colloquio di lavoro.
- 

4.2.3 Emancipazione economica

Citando la Ricerca **“Il lavoro in somministrazione negli ultimi dieci anni**. Big data per l’analisi del lavoro in somministrazione in Italia^{3”}, recentemente messa a disposizione da Assolavoro e realizzata dall’Università di Roma Tre,

<<La somministrazione contribuisce sensibilmente all’impiego a tempo indeterminato. Negli ultimi dieci anni in media sono stati attivati ogni anno più di 11 mila contratti a tempo indeterminato attraverso la somministrazione. Il numero di contratti a tempo indeterminato nella somministrazione non è trascurabile ed il numero di attivazioni in tal senso (e di trasformazioni di contratti a termine o di apprendistato) è cresciuto nel tempo. Nel primo trimestre 2019, è stato raggiunto uno storico picco con quasi 18 mila contrattualizzazioni a tempo indeterminato. In termini percentuali la crescita è stata molto più forte di quella registratasi nel complesso del mercato del lavoro. Infatti, nell’intero 2019 le attivazioni a tempo indeterminato hanno raggiunto quota 50 mila, una crescita in termini percentuali superiore al 200%. Nel lavoro non somministrato, invece, la crescita di tali contratti è stata dell’8%.>>

<<La somministrazione contribuisce, più dell’occupazione diretta a termine, alla occupabilità dei lavoratori. La probabilità di rioccupazione entro 30 gg dei lavoratori in somministrazione è particolarmente elevata (il 55%) e quasi doppia rispetto a quella dei contratti a termine standard. Il dato complessivo medio indica una maggiore probabilità dei lavoratori in somministrazione di trovare un altro lavoro rispetto agli altri dipendenti diretti a termine. La distanza tra i due universi è particolarmente ampia se si considera il tasso di rioccupazione entro 30 giorni: il 55% dei lavoratori che terminano una missione in somministrazione sottoscrive un nuovo contratto entro un mese, contro il 29.4% dei lavoratori che terminano un contratto a termine direttamente subordinato. [...] Tra le varie classi di età la probabilità di rientro dopo un contratto in somministrazione è sempre superiore di circa 20 punti percentuali rispetto ai contratti direttamente subordinati. Il divario è ancora maggiore (26 punti percentuali) tra i più giovani (15-24 anni).>>

Pienamente allineati a questa prospettiva di accesso alla stabilizzazione e quindi all’emancipazione economica, il focus di Gi Group sul tema della **somministrazione di lavoro a tempo indeterminato** si è sviluppato in maniera sempre più ampia negli anni, strutturando un processo che ha permesso ai candidati e lavoratori di comprendere l’effettivo vantaggio di questa modalità di assunzione.

- La somministrazione di lavoro a tempo indeterminato è un contratto a tempo indeterminato tra l’agenzia per il lavoro e il lavoratore, che svolge le proprie mansioni all’interno di un’azienda terza. Questo garantisce al candidato **continuità lavorativa**, una **relazione duratura**, **formazione**, **crescita professionale** e **welfare**
- Valutiamo le competenze tecniche e trasversali, le abilità e l’esperienza del candidato e individuiamo quali sono le mansioni che meglio si addicono al suo profilo
- Selezioniamo tra le migliaia di nostre **aziende** clienti, multinazionali o eccellenze del territorio, quella che offre il miglior abbinamento tra la professionalità del candidato e la sua esigenza, e supportiamo il lavoratore nella fase di ingresso in azienda.

- **Al termine della missione presso l'azienda cliente** – periodo comunque durante il quale il lavoratore ha diritto a un'indennità ed hai i contributi pagati – **ci impegniamo a ricollocare nel più breve tempo possibile il lavoratore**, attraverso proposte allineate al percorso formativo e lavorativo e alle aspettative e continuando a puntare sull'accrescimento delle sue competenze.

All'interno dell'ambito dei contratti di somministrazione a tempo indeterminato, si inserisce anche il tema dell'apprendistato.

L'apprendistato è infatti un contratto di lavoro a tempo indeterminato finalizzato alla formazione e all'occupazione dei giovani di età compresa tra i 15 e i 29 anni, a seconda della tipologia. Esistono tre diverse tipologie di apprendistato:

- Apprendistato per la qualifica e il diploma professionale
- Apprendistato professionalizzante
- Apprendistato di alta formazione e ricerca

Il candidato viene assunto anche in questo caso da Gi Group – usufruendo quindi delle medesime tutele e agevolazioni già descritte – per poi lavorare presso una delle nostre aziende clienti con contratto di apprendistato, durante il quale riceverà la formazione necessaria per acquisire quelle competenze – che poi saranno anche certificate – che permettono di imparare una professione.

Il nostro impegno verso questa strada di accesso all'emancipazione economica sfocia non solo nella auspicata continuità occupazionale, ma vuol raggiungere un sempre maggior livello di inclusione lavorativa ed engagement delle persone, rendendo accessibili e investendo per loro anche in una serie di servizi quali

- bilanci di competenze, formazione, qualificazione e riqualificazione continua tramite Forma.Temp;
- servizi di sostegno al reddito tramite **Ebitemp**⁴ – fondo dedicato che permette di avere accesso a tutela sanitaria, rimborsi spese mediche e agevolazioni per la mobilità territoriale;
- gestione amministrativa del contratto (presenze, firma online, consultazione dei cedolini) più semplice tramite il nostro portale **myGiGroup**;
- **Gi4YOU**, la nostra piattaforma di welfare dedicata ai lavoratori assunti a tempo indeterminato che permette di avere dei vantaggi e condizioni agevolate sugli acquisti di prima necessità, spese mediche, mutui, libri, tempo libero: siamo l'unica agenzia per il lavoro in Italia che offre un doppio welfare ai propri lavoratori in somministrazione a tempo indeterminato, anche a termine di una missione.

³ Le informazioni per la realizzazione della ricerca sono state elaborate dall'Università degli Studi Roma Tre e da LabChain (Centro interuniversitario di studi avanzati su innovazione tecnologica, blockchain e politiche del lavoro) a partire dai big data di fonte amministrativa, forniti sulla base di una specifica convenzione con il Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali.

⁴ Ebitemp è l'ente bilaterale nazionale per il lavoro temporaneo, che assicura ai lavoratori in somministrazione un sistema di tutele durante le transizioni lavorative e un welfare che sostenga il lavoratore somministrato, tramite prestazioni fissate dalla contrattazione nazionale di settore. Come Forma.Temp, si finanzia tramite un contributo versato dalle Agenzie per il lavoro determinato in base alla retribuzione erogata ai singoli lavoratori, nella percentuale determinata dalle Parti sociali

4.3 Finalità di beneficio nei confronti dei candidati e dei lavoratori

I) PROMOZIONE E SVOLGIMENTO DI INIZIATIVE ED ATTIVITÀ DI SUPPORTO ALL'ACCESSO AL MONDO DEL LAVORO, CREANDO E AGGIORNANDO LE COMPETENZE COERENTI CON LE RICHIESTE DEL MERCATO, AL FINE DI MASSIMIZZARE I LIVELLI DI OCCUPAZIONE



OBIETTIVO SPECIFICO

Più facile ed efficace accesso al mondo del lavoro attraverso attività di orientamento, assessment, formazione, matching, onboarding

AZIONI / INIZIATIVE A SOSTEGNO DELL'OBIETTIVO SPECIFICO PERIMETRO 2021

PERCORSI ED INTERVENTI DI ORIENTAMENTO AL LAVORO DEDICATI AI GIOVANI

Per continuare ad essere **un punto di riferimento per i candidati** e sostenerli in un periodo in cui il mercato del lavoro è stato fortemente volubile e incerto, abbiamo sviluppato campagne, eventi e attività per aiutarli ad orientarsi e rafforzare la loro occupabilità. Su questa spinta e a causa delle restrizioni che hanno limitato lo svolgimento di eventi in presenza, le iniziative realizzate nel corso del 2021 sono state tenute in modalità prevalentemente online, con una forte attivazione dei touch point digitali.

I rapporti con le scuole sono stati confermati e anche incrementati, in particolare attraverso l'attività del **Candidate Management**, che ha fortemente sviluppato l'attività di orientamento scolastico attraverso la modalità on line, ma non solo. I percorsi di orientamento proposti hanno affrontato sia temi di orientamento professionale settoriale che trasversale, e sono riconducibili sotto le diverse modalità di #gigroupwithyou, #giontrack e #giworkout (anche con il coinvolgimento di sportivi di alto livello che hanno promosso contenuti relativi all'empowerment e alle soft skill).

Oltre alle attività specificatamente dedicate alle scuole superiori si contano anche interventi per gli studenti universitari e per i candidati junior (ovvero usciti recentemente dall'ambito scolastico), attraverso job fair, career day, collaborazione con clienti ed enti territoriali.

KPI

L'ordine di grandezza della crescita delle attività tra 2020 e 2021 si attesta su un + 42% per quanto riguarda il numero di eventi organizzati e + 52% rispetto ai giovani coinvolti.

AZIONI / INIZIATIVE A SOSTEGNO DELL'OBIETTIVO SPECIFICO PERIMETRO 2021

FORMAZIONE BASE DEI CANDIDATI PER L'ENTRATA NEL MONDO DEL LAVORO

L'ultimo biennio ha visto la necessità di ridurre il numero di percorsi in presenza, a favore di un rafforzamento della modalità FAD: questa spinta ha rappresentato altresì una grande opportunità di estendere la platea di beneficiari.

Complice anche la particolare attenzione all'area salute e sicurezza stimolata dal contesto pandemico, Gi Group ha deciso di rafforzare l'erogazione di percorsi finanziati (quindi del tutto gratuiti per i partecipanti) di formazione generale lavoratori secondo l'Accordo Stato Regioni, creando un ulteriore modulo specifico dedicato al contenimento dei rischi da Covid, attivato in particolare su richiesta delle aziende del territorio di riferimento.

Tanto nel caso della presenza del modulo Covid, quanto nella modalità di erogazione standard, l'obiettivo per noi è stato quello di fornire ai nostri candidati core un servizio dedicato, teso a favorire un più immediato inserimento lavorativo attraverso l'acquisizione di un **credito formativo permanente**, nel momento in cui, in fase di selezione, un candidato fosse risultato sprovvisto di idoneo attestato.

KPI

Attraverso diverse tipologie di corsi, il 58% dei corsisti ha ricevuto formazione sull'Accordo Stato Regioni. Di questi, il 58% è stato formato non su richiesta di clienti, ma per iniziativa diretta di Gi Group, con focus particolare sul 16% di studenti inseriti nel progetto scuole.

INSERIMENTO DI GIOVANI IN STAGE/TIROCINIO NELLA STRUTTURA DI GI GROUP

Storicamente Gi Group ha sempre puntato sull'inserimento lavorativo dei giovani, individuando il tirocinio come una possibilità educativa e formativa vincente, che consente all'azienda e alla persona di conoscersi, comprendersi e sviluppare un percorso insieme.

Nel corso degli anni, gli inserimenti in tirocinio hanno avuto ottime redemption dal punto di vista della conferma del rapporto di lavoro alla conclusione del periodo di stage normalmente della durata di sei mesi.

Attualmente il 35% dei giovani che hanno fatto un percorso di stage in Gi Group nel 2021 è stato confermato in organico, per il 2022, il 91% a tempo determinato.

II) PROMOZIONE E SVOLGIMENTO DI INIZIATIVE/ATTIVITÀ PER LA CRESCITA PERSONALE E PROFESSIONALE E ALLA GESTIONE DELLE TRANSIZIONI LAVORATIVE IN FUNZIONE DELLA PERMANENZA NEL MONDO DEL LAVORO



OBIETTIVO SPECIFICO

Più facile e soddisfacente permanenza nel mondo del lavoro, permettendo crescita personale e professionale e continuità lavorativa non limitata alla stabilizzazione presso l'Agenzia per il Lavoro

AZIONI / INIZIATIVE A SOSTEGNO DELL'OBIETTIVO SPECIFICO PERIMETRO 2021

PERCORSI DI STABILIZZAZIONE DI CANDIDATI E LAVORATORI SOMMINISTRATI

Gi Group ha incrementato anno dopo anno l'impegno nella stabilizzazione dei propri candidati e lavoratori, al fine di permettere il raggiungimento di una autonomia economica maggiore e uno sviluppo di carriera più articolato.

Tutto il processo di stabilizzazione si basa sull'accompagnamento della persona rispetto alla presa di coscienza delle proprie competenze, individuazione delle aree di miglioramento su cui lavorare, comprensione della relazione professionale e condizioni lavorative, con reciproci diritti, doveri, tutele e possibilità di crescita. Il percorso stesso di induction, onboarding e stabilizzazione è pensato per essere un momento di crescita delle risorse personali e di rafforzamento del vincolo lavorativo.

BILANCI DI COMPETENZE E RIQUALIFICAZIONE PROFESSIONALE DI LAVORATORI SOMMINISTRATI

Il contratto di assunzione a tempo indeterminato con l'Agenzia per il Lavoro può prevedere una alternanza tra missioni presso differenti aziende che, talvolta, registra periodi di disponibilità durante le quali le risorse sono retribuite ma non allocate presso clienti. Il prolungarsi dei periodi di disponibilità attiva l'accesso a servizi di bilancio di competenze e riqualificazione professionale, che definiscono per le risorse un percorso di crescita volto ad aumentarne la spendibilità sul mercato, da un lato, e a far recuperare consapevolezza del proprio valore e motivazione, dall'altro.

Grazie al finanziamento Forma.Temp, può essere previsto un percorso di bilanciamento di 8 ore affidato ad un professionista esterno, che conduce poi alla definizione di un piano formativo dedicato, erogato anche in questo caso in modalità finanziata e quindi completamente gratuita per il lavoratore.

KPI

Il numero di lavoratori somministrati a tempo indeterminato di Gi Group ha visto nel 2021 una crescita del 40%, con un peso sul totale dei lavoratori contrattualizzati da Gi Group nel 2021 che supera il 15% rispetto al precedente 13% del 2020.

Il 4% dei corsisti del 2021 è rappresentato da lavoratori somministrati a tempo indeterminato. Di questi, il 17% ha potuto usufruire anche di un percorso di bilancio di competenze. La percentuale di replacement per i corsi dedicati a personale assunto a tempo indeterminato in condizione di disponibilità è stata del 32%

AZIONI / INIZIATIVE A SOSTEGNO DELL'OBIETTIVO SPECIFICO PERIMETRO 2021

Academy 100% Employability

Le Academy 100% Employability hanno preso avvio nel 2021 come risposta concreta per creare le condizioni affinché le persone possano sviluppare la loro professionalità e aumentare la loro occupabilità.

Non sono dedicate a personale già in somministrazione a tempo indeterminato ma, anzi, si prefiggono l'obiettivo di garantire a candidati meritevoli e motivati l'inserimento in azienda offrendo loro un contratto di lavoro a tempo indeterminato.

Attraverso questi percorsi di formazione gratuiti, supportiamo coloro che vivono in un momento storico delicato e incerto, e che sono maggiormente penalizzati da un mercato del lavoro caratterizzato dallo skill mismatch, nell'arricchimento e nella riqualificazione delle loro competenze, rendendoli protagonisti del mondo del lavoro con un percorso e un progetto professionale a lungo termine.

KPI

Sono state svolte 4 Academy, per 42 partecipanti che hanno completato i percorsi formativi (della durata complessiva di più di 606 ore).



LA CORPORATE UNIVERSITY PER I DIPENDENTI DI GI GROUP

Le iniziative di knowledge sharing, durante il 2020, hanno risposto anche all'esigenza di mantenere un più forte engagement delle nostre persone, per combattere gli impatti nefasti della pandemia. Con la progressiva normalizzazione del contesto, nel 2021, si è pertanto registrata una live flessione del monte ore complessivo di attività, mentre si sono registrati picchi di partecipazione per iniziative di particolare innovatività, come B*right UpSkill.

■ B*RIGHT UPSKILL

B*right UpSkill è la linea di corsi sulle soft skills in modalità virtual classroom. Ciascun dipendente può consultare l'offerta formativa ed iscriversi ai corsi su base volontaria, nel rispetto di una Policy interna che regola modalità e criteri di accesso. I corsi, organizzati in 4 aree tematiche (Energy Management, Leading People, Communication Skills, Building Solutions) sono progettati e realizzati con un gruppo di partner qualificati e prevedono un massimo di 15 partecipanti per aula, così da consentire la miglior interazione tra docente e partecipanti, e parallelamente rafforzare la conoscenza e le relazioni tra colleghi del Gruppo. Dal 2021 al termine dei corsi è stato introdotto anche il rilascio di un Open Badge, un certificato digitale di competenze riconosciuto a livello internazionale ed esportabile sul profilo LinkedIn.

B*RIGHT UPSKILL

Avviata in pilota nel 2020, l'iniziativa ha visto un coinvolgimento del 145% in più di partecipanti. L'offerta interna si è ampliata nel 2021 di un + 120%, per un totale di 3356 ore di formazione ed un gradimento complessivo di 4,9 su 5

III) PROMOZIONE E SVOLGIMENTO DI INIZIATIVE ED ATTIVITÀ DI SUPPORTO AL CORRETTO EQUILIBRIO TRA VITA PROFESSIONALE ED EXTRA PROFESSIONALE



OBIETTIVO SPECIFICO

Favorire un maggior livello di work-life balance per i nostri dipendenti

AZIONI / INIZIATIVE A SOSTEGNO DELL'OBIETTIVO SPECIFICO PERIMETRO 2021

AMPLIAMENTO DELL'ACCESSO AL WELFARE AZIENDALE E PROPOSTA DI ASSICURAZIONE INTEGRATIVA PER I DIPENDENTI DI GI GROUP

All'inizio del 2021 sono state inoltre intraprese una serie di misure a sostegno del benessere dei dipendenti ed in favore dell'incremento del potere di spesa dei medesimi. In particolare, due azioni hanno impattato tutta la popolazione aziendale:

- Ticket restaurant: conferma del mantenimento dei ticket anche in regime di smartworking ed aumento dell'importo giornaliero per tutti i dipendenti a tempo determinato e indeterminato, inclusi i tirocinanti.
- Welfare aziendale: ampliamento degli eligible a tutta la popolazione aziendale, con ulteriore ampliamento anche dei servizi offerti.

A queste si aggiunge poi una azione dedicata ai dipendenti a livello quadro.

- Assicurazione sanitaria: attivazione della polizza integrativa QUAS per tutti i dipendenti con contratto di quadro, con l'obiettivo di aumentare la copertura delle spese sanitarie sostenute.

INIZIATIVE PER IL WELLBEING DEI DIPENDENTI DI GI GROUP

▪ B*RIGHT RECHARGE

La pandemia ha riportato l'attenzione di tutti sui concetti di salute e di benessere, e sulla scia di queste riflessioni nel 2021 la Corporate University ha deciso di creare b*right Recharge, una raccolta di iniziative aperte a tutti i dipendenti per creare maggiore consapevolezza e sensibilizzare verso una cultura del benessere e della cura di sé. Nel mese di giugno ha preso il via il progetto pilota delle YoGI Routines, una serie di appuntamenti settimanali online con un'insegnante di Yoga che trasferiva suggerimenti, esercizi e tecniche per allentare sia le tensioni muscolari dovute al lavoro da scrivania sia quelle emotive legate allo stress. I riscontri estremamente positivi hanno incoraggiato a proseguire in questa direzione, e nel mese di settembre è stata lanciata la EnerGI Week: per una settimana, ogni giorno un diverso professionista del benessere – dallo psicologo al personal trainer, dal nutrizionista all'esperto di mindfulness – ha offerto ai colleghi consigli e strumenti pratici per adottare uno stile di vita più sano e recuperare le energie in vista dell'ultima parte dell'anno.

KPI

Il 97% degli aventi diritto ha usufruito dei servizi compresi all'interno della piattaforma di welfare aziendale.

B*RIGHT RECHARGE

Nel complesso hanno aderito alle iniziative oltre 1000 dipendenti, con un gradimento di 4,8 su 5.



4.4 Finalità di beneficio nei confronti della comunità

I) SVILUPPO DI INIZIATIVE E STRUMENTI CHE FAVORISCANO INCONTRO DOMANDA E OFFERTA DI LAVORO



OBIETTIVO SPECIFICO

Più facile incontro domanda-offerta grazie a nuovi strumenti e format per il matching lavorativo

AZIONI / INIZIATIVE A SOSTEGNO DELL'OBIETTIVO SPECIFICO PERIMETRO 2021



Destination Work City è la città virtuale dove, attraverso webinar, approfondimenti e sessioni di orientamento, studenti, candidati e lavoratori hanno potuto trovare risposta alle loro domande sul mondo del lavoro e definire al meglio il loro percorso professionale nell'ottica del rafforzamento della propria employability. Nel mese di novembre 2021, è stata strutturata una intera settimana di orientamento digitale che, attraverso le strade di Destination Work City, ha permesso ai partecipanti all'iniziativa di accedere a numerosi webinar, iniziative e contenuti dedicati a supportarli a muoversi nel mondo del lavoro.

Tanti gli appuntamenti in programma, tutti disponibili gratuitamente, previa registrazione all'interno della piattaforma, suddivisa in aree:

- il Parco delle Specializzazioni è stato dedicato alle informazioni riguardo i settori che offrono opportunità lavorative nell'immediato e i trend che li caratterizzano;
- la Piazza delle Opportunità è stata dedicata al contatto con le filiali Gi Group sul territorio, per conoscere le offerte di lavoro disponibili nei mercati locali;
- il Viale dell'Orientamento è stato dedicato ad approfondire con video e webinar gli strumenti utili nella ricerca di un lavoro e le opportunità di ingresso sul mercato.

Infine, i dipendenti di Gi Group hanno potuto contribuire mettendo a disposizione il loro tempo sotto forma di slot (180 in totale) dedicati a colloqui di orientamento e sviluppo di carriera del tutto gratuiti e personalizzati per i candidati che desideravano prenotarsi.

KPI

La piattaforma ha visto la registrazione di oltre 1.000 persone, con più di 500 candidati iscritti ai webinar, 250 partecipanti e più di 50 colloqui personalizzati.

AZIONI / INIZIATIVE A SOSTEGNO DELL'OBIETTIVO SPECIFICO PERIMETRO 2021

CANDIDATE 4.0

Nel 2021 ha preso avvio un complesso progetto di ricerca e sviluppo denominato Candidate 4.0 che si propone come obiettivo generale la realizzazione di una piattaforma innovativa di servizi digitali per lo sviluppo del mercato del lavoro che consentano di:

- attrarre e intrattenere relazioni continuative con i candidati attraverso l'offerta di servizi online fortemente personalizzati;
- identificare e gestire ruoli, competenze ed esperienze dei candidati, attraverso l'utilizzo di motori di ricerca particolarmente complessi;
- ottimizzare il processo di ricerca e selezione identificando e offrendo opportunità di lavoro attraverso l'uso di tecnologie di intelligenza artificiale;
- migliorare la user experience dei sistemi attraverso applicazioni mobile e un approccio di gestione delle relazioni con i candidati di tipo multicanale.

Le attività previste porteranno ricadute nel settore dell'orientamento, formazione e inclusione sociale e lavorativa, attraverso l'erogazione di nuovi servizi online - anche tramite partnership - attrattivi e di valore per Candidati e Aziende Clienti.

Tali servizi si prefiggono da un lato di rendere più ampia, accessibile e conosciuta l'offerta di lavoro esistente e, dall'altro, intendono incidere sull'arricchimento della consapevolezza e delle competenze del Candidato attraverso strumenti come autovalutazione, test, intervista strutturata, bilancio delle competenze, continuous feedback.

KPI

Tra i diversi deliverable, nel 2021, è stata rilasciata la candidate APP per candidarsi agevolmente anche da smartphone; potenziato il percorso di orientamento digitale sul portale **My-GiGroup**, per avere visibilità più immediata ed efficace dei percorsi di formazione e delle vacancies allineate alle competenze e aspirazioni individuali; e migliorata la user experience e l'accessibilità di portale e sito (anche attraverso l'utilizzo di SPID e FEA)

II) SVILUPPO DI INIZIATIVE E STRUMENTI PER UN MONDO DEL LAVORO PIÙ INCLUSIVO, NON DISCRIMINATORIO, SICURO E CON EQUITÀ E MERITOCRAZIA



OBIETTIVO SPECIFICO

Più forte approccio Equality, Diversity & Inclusion al/del mercato del lavoro: abbattimento delle barriere all'entrata e per lo sviluppo professionale di categorie vulnerabili dal punto di vista lavorativo

AZIONI / INIZIATIVE A SOSTEGNO DELL'OBIETTIVO SPECIFICO PERIMETRO 2021



Women4 è il progetto di Gi Group che ha l'obiettivo di promuovere l'occupabilità delle donne in settori tipicamente considerati maschili. Lavorando sull'aggiornamento delle competenze, vogliamo dare nuove opportunità alle donne che vivono questo momento storico incerto e contribuire a superare i pregiudizi di genere legati al lavoro per promuovere un futuro sostenibile e inclusivo.

Lo scopo del nostro Gruppo è promuovere il concetto di lavoro sostenibile, ovvero creare e mantenere condizioni di lavoro dignitose e sicure, che guardino al benessere dei lavoratori e alla loro realizzazione personale e professionale.

Vogliamo creare nuovi percorsi con partner d'eccellenza che condividano i nostri valori e vogliano dare speranza e benessere ai futuri lavoratori.

KPI

L'apertura del sito dedicato all'iniziativa è avvenuta a dicembre 2021.

AZIONI / INIZIATIVE A SOSTEGNO DELL'OBIETTIVO SPECIFICO PERIMETRO 2021



The GIVE Project (Governance for Inclusive Vocational Excellence), co-finanziato dal programma Erasmus + dell'Unione Europea, vede coinvolta GI Group in prima linea, all'interno del partenariato composto da centri IFP, aziende e rappresentanti d'impresa, Università e decisori politici dall'Italia, Finlandia, Spagna, Malta, Romania e Belgio.

Il progetto ha come obiettivo la definizione e sviluppo di una Piattaforma Europea di Centri di Eccellenza dedicata all'innovazione del settore IFP (Istruzione e formazione professionale), per una maggiore inclusione sociale di individui appartenenti a gruppi svantaggiati, con particolare riferimento sarà dato ai discenti con:

- un background migratorio
- disabilità
- scarse competenze e qualifiche obsolete
- una storia di abbandono scolastico
- bisogni di apprendimento speciali
- provenienti da un contesto socio-economico difficile.

Partendo dall'insieme di metodologie e strumenti, riconosciuti come eccellenze a livello europeo e internazionale, il progetto, che ha una durata di 4 anni, contribuirà al raggiungimento dell'obiettivo implementando e promuovendo:

- modelli di governance imprenditoriale per lo sviluppo e la gestione di centri IFP;
- approcci e strumenti didattici mirati specificamente all'inclusione sociale (in termini di formazione, mobilità internazionale, occupazione) delle persone a rischio di esclusione;
- modelli per la progettazione e l'attuazione di efficaci attività per la transizione formazione-lavoro.

Oltre a dare il proprio contributo in termini di know how e deliverable per quanto riguarda il tema dell'inclusione lavorativa, dal punto di vista del mercato for profit, all'interno del progetto Gi Group è responsabile del Work Package dedicato alla creazione di business model e networking che permettano la sostenibilità del progetto sul mercato. L'obiettivo è permettere la diffusione e "sfruttamento" dei prodotti e servizi sviluppati dal partenariato (linee guida di formazione, corsi di formazione, pratiche di inclusione, ecc.) e di tutti gli elementi (come conoscenza, tecnologia, processi, reti) che hanno il potenziale per contribuire a ulteriori ricerche o innovazioni su questo tema, a favore di un mercato del lavoro maggiormente inclusivo.

KPI

Nel 2021 Gi Group ha sviluppato ed erogato la fase di engagement del mercato attraverso una survey dedicata al tema dell'inclusione lavorativa di soggetti vulnerabili, somministrata a un panel di organizzazioni definito dai partner aziendali del progetto, e che è stata completata da 171 aziende (80 delle quali direttamente ingaggiate da Gi Group)

III) PROMOZIONE DI STUDI E RICERCHE, INIZIATIVE ANCHE CULTURALI, CON ENTI, FONDAZIONI, ISTITUTI SCOLASTICI, ONLUS PER ATTUAZIONE DI MODELLI ECONOMICI REPLICABILI COME LA CULTURA DEL “LAVORO SOSTENIBILE”



OBIETTIVO SPECIFICO

Incremento del networking con terze parti per la diffusione e realizzazione del paradigma del Lavoro Sostenibile

AZIONI / INIZIATIVE A SOSTEGNO DELL'OBIETTIVO SPECIFICO PERIMETRO 2021

EVENTO “VIVERE IL LAVORO: UN IMPEGNO CONDIVISO PER IL LAVORO SOSTENIBILE” ORGANIZZATO INSIEME A FONDAZIONE GI GROUP

In un momento storico caratterizzato da transizioni demografiche, tecnologiche ed ecologiche, si deve sostenere e agevolare la cooperazione fra persone, organizzazioni, corpi intermedi, parti sociali, mondo della scuola e istituzioni per contribuire a realizzare uno sviluppo sostenibile.

L'evento “**Vivere il Lavoro**”, in live streaming, è stato l'occasione per condividere l'impegno di Fondazione e di Gi Group per definire un modello di Lavoro Sostenibile, che possa essere concreto, misurabile e replicabile, presentare l'Osservatorio e creare un primo momento di confronto e dibattito sul tema insieme ad alcuni membri del Comitato Scientifico.

I materiali e la registrazione dell'evento sono stati condivisi e restano a disposizione di tutti gli stakeholder interessati, anche a seguito dell'evento, sulle pagine istituzionali del Gruppo.

KPI

Evento realizzato in data 8 giugno 2021 che ha visto la partecipazione di più di 160 persone, in rappresentanza di quattro diversi stakeholder di Gi Group

CONTAGI D'ARTE

Il ciclo di webinar “**Contagi d'Arte**”, con respiro culturale, inizialmente dedicato ai dipendenti e poi aperto a familiari e clienti, ha avuto lo scopo di creare momenti di arricchimento culturale e benessere, attraverso scorci d'arte aperti nel panorama desolato del lockdown. Nel 2021 questo appuntamento si è aperto anche a tematiche come la cucina, la fotografia e l'attualità permettendo di creare sempre nuovi spazi di confronto e comunanza tra colleghi.

Profondamente convinti del valore educativo della bellezza, vogliamo contribuire a stimolare la conoscenza e il pensiero delle nostre persone per condividere orizzonti non solo strettamente lavorativi, ma che possano ispirarci anche nella nostra professione.

Nel 2021 sono stati realizzati 10 webinar, con altrettanti ospiti esterni, ai quali hanno partecipato 500 persone tra dipendenti, familiari, clienti.



IV) LA COLLABORAZIONE CON ENTI NO PROFIT, ASSOCIAZIONI ED ALTRE ISTITUZIONI ATTIVE NELLA PROMOZIONE DI PROGETTI O SERVIZI COERENTI CON LE FINALITÀ DI BENEFICIO DELLA SOCIETÀ



OBIETTIVO SPECIFICO

Incremento del networking con terze parti per la realizzazione di benefici d'impatto comuni.

AZIONI / INIZIATIVE A SOSTEGNO DELL'OBIETTIVO SPECIFICO PERIMETRO 2021

COLLABORAZIONI CON ASSOCIAZIONI NO PROFIT E ONLUS PRESENTI SUL TERRITORIO

- **Cometa** è una realtà di famiglie impegnate nell'accoglienza e nell'istruzione di bambini e ragazzi e nel sostegno ai loro familiari. Una vecchia cascina alle porte di Como diventa il luogo dove condividere la quotidianità e trovare una proposta educativa alternativa per bambini e ragazzi, grazie ad attività espressive, ricreative e sportive. Ad oggi 100 bambini sono coinvolti nell'affido diurno. All'interno di questo contesto nasce la Scuola Oliver Twist, un ente di istruzione e formazione professionale innovativo che offre corsi quadriennali a studenti tra i 14 e 18 anni, con i suoi tre indirizzi: tessile/moda, legno/arredo e ristorazione. La scuola esemplifica il principio dell'Apprendere attraverso l'esperienza, arrivando a seguire ad oggi circa 400 ragazzi.

Da anni Gi Group e Gi Formazione collaborano a questo percorso di crescita, attraverso **la realizzazione e il finanziamento di corsi dedicati alla formazione professionale dei ragazzi di Cometa.**

Nel 2021 si è concluso il "Minimaster Alberghiero: Questo albergo è una casa", della durata di 400 ore, di cui una seconda edizione è partita in novembre 2021. Sono stati realizzati e finanziati poi due ulteriori percorsi, "Minimaster Housekeeping: Cameriere ai Piani/ Facchino" e "Corso Addetto Cucina", rispettivamente della durata di 150 e 200 ore.

- **ASLAM** si prefigge come scopo primario di insegnare un mestiere, una professione nella consapevolezza che attraverso il lavoro la persona esprime tutta la propria originalità.

La cooperativa si propone di perseguire con spirito mutualistico l'interesse generale della comunità alla promozione umana attraverso la gestione di servizi educativi e sociali con fini di solidarietà sociale e di sostegno delle persone e delle famiglie, nei settori dell'istruzione e formazione professionale. Il metodo è caratterizzato dall'incontro, dall'accoglienza dall'accompagnamento dentro una strada/proposta che si percorre insieme in modo che la verità delle cose sia una scoperta e una testimonianza reciproca. Il percorso formativo e le persone (adulti e ragazzi) rappresentano la realtà che, se non censurata, fa riemergere le inevitabili domande sul significato delle cose che si fanno.

Anche con ASLAM si è sviluppata negli anni una collaborazione che ha portato alla realizzazione e finanziamento, nel 2021, di due "Academy addetti al montaggio meccanico" e di una "Academy saldatori junior" di durata tra le 120 e le 164 ore.

KPI

Cometa

Nel 2021 sono stati realizzati e finanziati il doppio dei percorsi realizzati nel 2020, e sono stati coinvolti il 64% in più di partecipanti

ASLAM

Nel 2021 si sono realizzati un numero inferiore di corsi rispetto al 2020, mantenendo sostanzialmente invariato però il monte ore formazione.

4.5 Finalità di beneficio nei confronti delle istituzioni

I) PROMOZIONE DI PROPOSTE PER L'EVOLUZIONE NORMATIVA, CONIUGANDO FLESSIBILITÀ DEL MERCATO E CONTINUITÀ LAVORATIVA DELLE PERSONE



OBIETTIVO SPECIFICO

Presentazione proposte di riforma del mercato del lavoro.

AZIONI / INIZIATIVE A SOSTEGNO DELL'OBIETTIVO SPECIFICO PERIMETRO 2021

POSITION PAPER SULLE POLITICHE ATTIVE DEL LAVORO

Alle politiche attive è stato dedicato il primo position paper realizzato da Fondazione Gi Group: "**Politiche attive del lavoro: proposte per fare GOL**" - Creare le condizioni per garantire una occupabilità sostenibile nel tempo".

Con l'obiettivo di comprendere come le Politiche Attive del Lavoro possano rappresentare una soluzione "accettata" ed "efficacemente utilizzata" da persone, organizzazioni e società, affrontando le implicazioni operative, normative e culturali, la pubblicazione ha offerto spunti di riflessione circa il contributo di valore che le Agenzie per il lavoro possono dare in tale campo, anche attraverso una maggior cooperazione con i Centri per l'Impiego.

KPI

Il position Paper è stato pubblicato sulla Harvard Business Review nel mese di dicembre 2021 ed è pubblicamente reso disponibile a tutti gli stakeholder interessati anche attraverso il sito di Fondazione Gi Group

II) COLLABORAZIONE PUBBLICO/PRIVATO A SOSTEGNO DELL'INSERIMENTO LAVORATIVO ANCHE DELLE PERSONE SVANTAGGIATE, IN LOGICA DI SUSSIDIARIETÀ



OBIETTIVO SPECIFICO

Realizzazione di un maggior numero di azioni in collaborazione pubblico – privato.

AZIONI / INIZIATIVE A SOSTEGNO DELL'OBIETTIVO SPECIFICO PERIMETRO 2021

PARTECIPAZIONE NELL'EROGAZIONE DI SERVIZI DI POLITICHE ATTIVE DEL LAVORO DEFINITE DA MISURE TERRITORIALI O NAZIONALI

Nell'ambito dei percorsi finalizzati all'inclusione socio-lavorativa rivolti ad utenza in condizioni di fragilità e maggiore vulnerabilità, i progetti/interventi che hanno coinvolto Gi Group hanno interessato tipologie diverse di soggetti: persone con disabilità; immigrati (richiedenti asilo o con permesso di soggiorno per motivi umanitari); detenuti.

A seconda dei progetti e delle prescrizioni del bando/avviso, è previsto lo sviluppo delle attività in rete allo scopo di integrare le competenze e professionalità dei diversi Operatori (ad esempio Enti di formazione, Agenzie per il lavoro, organizzazioni del Terzo settore) anche nella logica di valorizzare il ruolo pubblico-privato (la indispensabile interazione con le strutture socio-assistenziali che hanno in carico i soggetti fragili; vedi anche la prassi della coprogettazione degli interventi); di capitalizzare e condividere le esperienze maturate sul campo; di arricchimento professionale sia per le risorse consulenziali direttamente impegnate che per le organizzazioni di appartenenza.

KPI

Durante il 2021, Gi Group la gestione dei bandi ha visto un aumento del 20%, rispetto al 2020, con un incremento di beneficiari gestiti del 12% e un miglioramento del placement a fine percorso di un + 25%



4.6 Finalità di beneficio nei confronti dei territori

I) RIDUZIONE DEGLI SPRECHI E VALORIZZAZIONE DI ASSET E INFRASTRUTTURE LOCALI



OBIETTIVO SPECIFICO

Efficientamento energetico delle nostre strutture, riduzione delle emissioni e dell'utilizzo di plastica e carta

AZIONI / INIZIATIVE A SOSTEGNO DELL'OBIETTIVO SPECIFICO PERIMETRO 2021

MANTENIMENTO DELLA CERTIFICAZIONE ISO 14001 PER L'HEAD QUARTER DI GI GROUP

La ISO 14001 è riconosciuta a livello internazionale come lo standard di riferimento per i sistemi di gestione ambientale ed è applicabile ad organizzazioni di ogni dimensione e settore. La norma ISO 14001 fornisce una struttura gestionale per l'integrazione delle pratiche di gestione ambientale, perseguendo la protezione dell'ambiente, la prevenzione dell'inquinamento, nonché la riduzione del consumo di energia e risorse.

Le organizzazioni certificate ISO 14001 dimostrano il loro impegno al miglioramento continuo delle proprie prestazioni ambientali e, più in generale, la propria attenzione a politiche di sostenibilità ambientale.

In considerazione del risk assessment condotto sull'impatto delle proprie attività sulle risorse ambientali, Gi Group ha deciso di dotarsi di un sistema di gestione certificato, in particolare per la sede considerata di maggior impatto ambientale, ovvero l'Head Quarter di Milano.

KPI

UNI EN ISO 14001:2015 – Certificato N° 26468 emesso in data 25/09/2018

PROGETTO PLASTIC FREE

Il Progetto Plastic Free mira a ridurre e, a tendere, ad eliminare il consumo di plastica all'interno delle sedi centrali di Gi Group. Il progetto, sviluppato inizialmente nella sede di Torino, è stato espanso progressivamente anche alle altre sedi centrali (i "palazzi del lavoro"), ed è stato implementato tramite l'installazione di:

- erogatori di acqua, idonei per l'utilizzo con borraccia, che mettono a disposizione acqua gasata refrigerata, acqua liscia refrigerata, o acqua calda per tisane (prevista anche per le riunioni);
- distributori di bevande calde che prevedono l'erogazione di bicchieri di carta e palette di legno;
- distributori di snack & drink che erogano esclusivamente bibite e acqua in lattina.

Inoltre, ad ogni dipendente viene consegnata la borraccia Gi Group così da eliminare completamente dall'ufficio l'utilizzo di bottiglie di plastica.

Il progetto, rallentato dalle restrizioni legate all'emergenza pandemica, prevede che le nuove aperture di palazzi del lavoro comprendano già tale impostazione.

Erogatori e distributori installati nel 50% in più delle sedi centrali, durante il 2021, rispetto al 2020.

II) RECUPERO DI STRUTTURE TERRITORIALI A FAVORE DELLA COMUNITÀ



OBIETTIVO SPECIFICO

Recupero di strutture territoriali a favore della comunità

AZIONI / INIZIATIVE A SOSTEGNO DELL'OBIETTIVO SPECIFICO PERIMETRO 2021



HUB DELLA FORMAZIONE

Investire sullo sviluppo delle competenze delle persone, supportandole a rimanere a lungo professionalmente attive, contribuendo così ad uno sviluppo sostenibile del mondo del lavoro: con questo obiettivo Gi Group Holding ha inaugurato nel 2021 il **Gi Group Training Hub**, uno spazio dedicato a formazione e orientamento. Con sede nel quartiere di Quarto Oggiaro, il Gi Group Training Hub mette a disposizione dei candidati una proposta formativa su diversi livelli, accessibile in modalità fisica e digitale.

I 5.000 mq del Gi Group Training Hub ospiteranno aule informatiche, realtà aumentata, simulatori; un laboratorio di mecatronica, meccanica, elettronica; macchinari per taglio laser e meccanico; prototipazione; produzione prodotti pelle; cucine e impianti di refrigerazione; magazzini, stoccaggio e fine linea; area esterna per patenti e abilitazioni; un auditorium, una palestra e un ristorante interno.

KPI

Il Training Hub è stato inaugurato il 3 dicembre 2021



Valutazione d'impatto complessiva - BIA

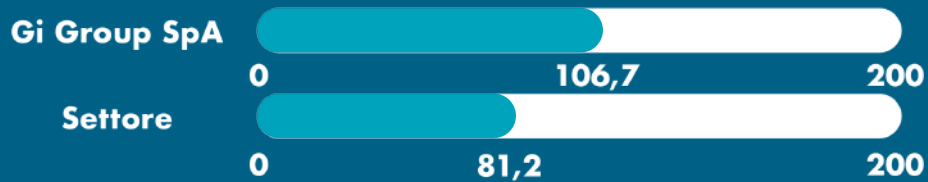
In questo capitolo, come già descritto nella nota metodologica, è riportato il risultato del B Impact Assessment (BIA), strumento utilizzato da Gi Group per valutare l'impatto sociale e ambientale dell'azienda nei confronti dei suoi principali stakeholder.

Di seguito è presentata la valutazione finale per il 2021, sia in termini di punteggio totale che di specifica area di impatto. La valutazione totale è data dalla somma dei punteggi nelle cinque aree di impatto specifiche descritte in nota metodologica.

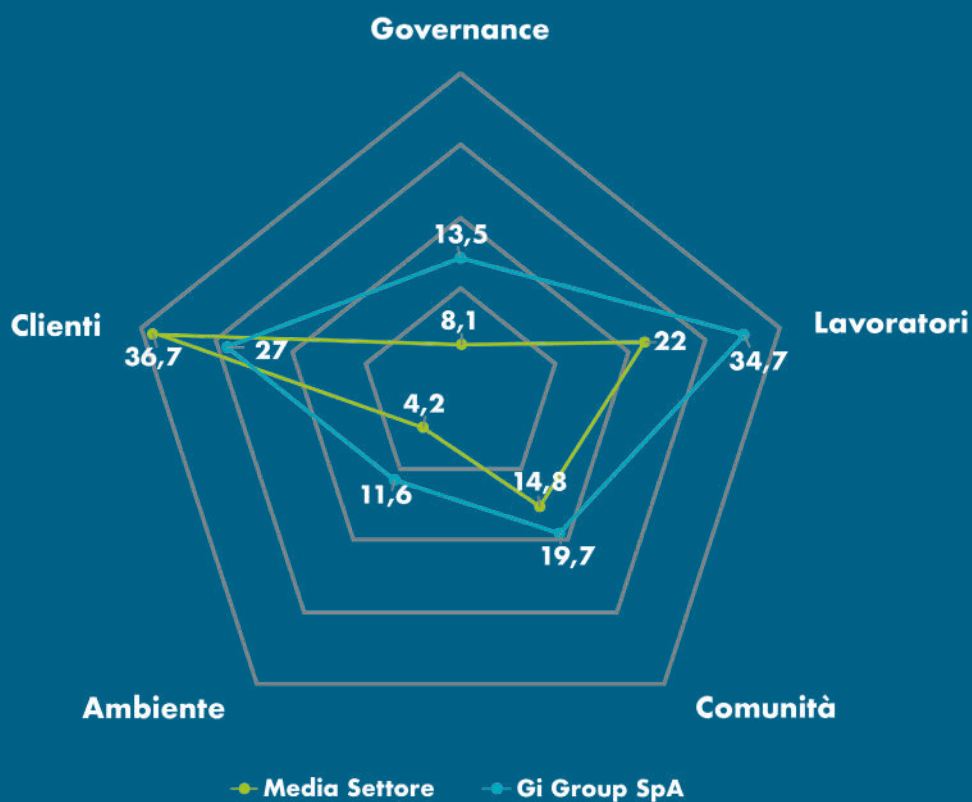
Entrambi i punteggi vengono messi a confronto con il punteggio medio di settore, benchmark calcolato come risultato mediano delle aziende di un medesimo settore che hanno completato almeno il 75% del questionario. Nel caso di Gi Group il benchmark fa riferimento alle aziende di servizi.

Punteggio Complessivo: B Impact Score

106,7



B Impact Assessment 2021



Ognuna delle cinque aree di analisi del BIA è suddivisa in sottosezioni che, sommate tra loro, identificano il punteggio totale dell'area. Oltre alla valutazione delle sottosezioni esiste anche un punteggio denominato N/A, fornito in automatico per le domande non pertinenti alla tipologia di azienda: l'esistenza di questo punteggio è il motivo per cui la somma delle sottosezioni non coincide con il punteggio totale.

Di seguito riportiamo le valutazioni di queste sottosezioni allo scopo di presentare con maggiore dettaglio i risultati dell'assessment.

GOVERNANCE

13,5



0,9 Mission e Impegno

7,5 Proteggere la missione

5 Etica e trasparenza

LAVORATORI

34,7



9,7 Sicurezza finanziaria

8,4 Salute, benessere e sicurezza

4,8 Sviluppo personale

0,9 Sviluppo professionale (salariati)

6 Livello di coinvolgimento e soddisfazione

2,1 Livello di coinvolgimento e soddisfazione (salariati)

COMUNITÀ

19,7



5 Diversità, equità e inclusione

9,5 Impatto Economico

2,4 Impegno civico e donazioni

1,6 Gestione della catena di distribuzione e fornitura

AMBIENTE

11,6



3,1 Management ambientale

3,5 Aria e Clima

0,5 Acqua

3 Terra e Vita

CLIENTI

27



3,9 Gestione del cliente

1,5 Formazione - Business Model di Impatto

10,7 Emancipazione economica per i meno abbienti - Business Model di Impatto

10,7 Servire popolazione in situazione di vulnerabilità - Business Model di Impatto





Obiettivi di sviluppo per il 2022

CANDIDATI E COMUNITÀ

Il paradosso di una progressiva ed accelerata trasformazione del mercato del lavoro da “customer driven” a “candidate driven” e del crescente numero di persone inattive, ci stimola a focalizzarci anche nel corso del 2022 su iniziative di **orientamento** che permettano di raggiungere il più ampio numero possibile di potenziali candidati non solo con proposte di lavoro mirate ma anche con servizi di assessment, testistica e formazione professionale che rafforzino la consapevolezza, le competenze e la proattività per favorire il matching lavorativo anche al di là delle opportunità di lavoro intercettate da Gi Group. Le modalità di intervento a cui verrà data priorità saranno lo sviluppo tecnico di soluzioni digitali relative al progetto Candidate 4.0 e le attività nelle scuole.

Si intende rafforzare anche lo sviluppo di iniziative dedicate all'**inclusione lavorativa** e all'abbattimento di pregiudizi che possono rappresentare barriere (o autolimitazioni) all'entrata nel mondo del lavoro. Continuerà, dunque, lo sviluppo della piattaforma di Women4.

In termini di integrazione della value proposition si intende anche affinare l'offerta e gli strumenti di **entrata nel mercato e accesso all'autonomia economica** agendo su servizi come i tirocini e sull'offerta formativa professionalizzante di Academy 100%.

LAVORATORI SOMMINISTRATI

Anche in questo caso le due grandi direttrici che guideranno il percorso 2022 sono quelle dell'**inclusione** e della **formazione professionale**, in tutte le sue forme.

Per i nostri lavoratori somministrati, il focus si sposta sullo sviluppo dei prodotti e dei processi che non solo permettono l'accesso al lavoro ma, con piena coincidenza con il concetto di Lavoro Sostenibile, hanno come tema la **continuità occupazionale**.

Da un lato, quindi, intendiamo sviluppare i processi di stabilizzazione (con Gi Group o con l'azienda utilizzatrice), e dall'altro quelli di formazione, qualificazione e riqualificazione professionale, che possono portare a una crescita professionale del lavoratore. L'equilibrio su cui agire sarà dunque quello tra **employability** e sviluppo **professionale**.

ISTITUZIONI

Il 2022, potrebbe essere un anno decisivo per l'implementazione di nuove politiche attive del lavoro attraverso il programma GOL. Il nostro impegno si indirizzerà verso la piena adozione di tali politiche, sia dal punto di vista della partecipazione ad attività e tavoli di lavoro che ne permettano una efficace evoluzione, sia dal punto di vista dell'evoluzione organizzativa che consentirà la presa in carico efficace di beneficiari.

Intendiamo far evolvere il mercato verso il paradigma del **Lavoro Sostenibile** attraverso il peso che possiamo avere all'interno delle **associazioni** del nostro settore (Assolavoro e WEC) che come interlocutore valido e propositivo per soggetti istituzionali, associazioni di categoria ed enti di formazione.



DIPENDENTI

Per far fronte alla complessità del mercato ed alla crescita dell'organizzazione, si rende necessario lavorare sul **rafforzamento delle competenze**. Per questo motivo intendiamo potenziare i percorsi della **Corporate University** dedicati alle skills professionali attraverso percorsi di formazione blended. Riteniamo che l'accrescimento della consapevolezza del proprio ruolo e dell'impatto che questo ha sulla società, sia la premessa imprescindibile del nostro impegno sociale sul fronte del **Lavoro Sostenibile**.

Il tema dell'employer branding verrà declinato attraverso il claim **Change Lives**, con la revisione del posizionamento esterno ed annunci e stimoli sui canali social al fine di migliorare la politica di talent attraction.

Parallelamente verrà rafforzata la **Value Proposition** per l'inserimento dei tirocinanti. Una guida comune applicata sul territorio nazionale per valorizzare i percorsi di tirocinio proposti.

Il nostro impegno verso i dipendenti si concretizzerà in azioni sui temi riguardanti il **benessere della persona** e per questo verranno promosse iniziative dedicate; attraverso il nuovo portale welfare, innovativo e maggiormente inclusivo, verranno promossi maggiori servizi e rivolti a tutta la popolazione aziendale.

Intendiamo impegnarci per ripensare ad una nuova modalità di lavoro, flessibile, inclusiva e che favorisca lo scambio e l'innovazione attraverso la costituzione di **Cantieri Agili**.





Group
YOUR JOB, OUR WORK

Piazza IV Novembre, 5
20124 Milano
Tel +39 02.444111
Fax +39 02.66807343

www.gigroup.it