

Global CSR Report

2021



Index

[➤ 1](#) Lettera del fondatore e CEO

[➤ 2](#) Company Profile

- [➤ 2.1](#) La nostra storia
- [➤ 2.2](#) Mission e Vision
- [➤ 2.3](#) Il Codice Etico e i nostri Valori
- [➤ 2.4](#) La struttura della governance
- [➤ 2.5](#) La nostra presenza nel mondo
- [➤ 2.6](#) La nostra crescita
- [➤ 2.7](#) I nostri servizi

[➤ 3](#) Corporate Social Responsibility

- [➤ 3.1](#) I nostri Stakeholders
- [➤ 3.2](#) La governance della CSR
- [➤ 3.3](#) Il nostro percorso di CSR
- [➤ 3.4](#) Il nostro contributo agli obiettivi di Sviluppo Sostenibile

[➤ 4](#) Materiality Matrix

- [➤ 4.1](#) Lo strumento
- [➤ 4.2](#) Il processo
- [➤ 4.3](#) Il risultato

[➤ 5](#) Lavoro sostenibile

- [➤ 5.1](#) Il nostro percorso per il Lavoro Sostenibile
- [➤ 5.2](#) Il Framework
 - [➤ 5.2.1](#) La responsabilità della Persona
 - [➤ 5.2.2](#) La responsabilità delle Imprese
 - [➤ 5.2.3](#) La responsabilità delle Istituzioni

[➤ 6](#) Gi Group SpA Italia: Società Benefit

- [➤ 6.1](#) Il nostro percorso di adozione
- [➤ 6.2](#) Le nostre finalità di beneficio comune

Index

- 7
Le nostre persone
 - 7.1 I nostri dipendenti
 - 7.1.2 Talent Acquisition & Employer Branding
 - 7.1.2 La comunicazione Interna
 - 7.1.3 Learning and Development
 - 7.1.3.1 Learning and Development Analytics
 - 7.1.4 HR Analytics
 - 7.1.5 Le iniziative a livello nazionale
 - 7.2 I nostri candidati e lavoratori
 - 7.2.1 Le iniziative a livello nazionale
- 8
I nostri clienti
 - 8.1 Le iniziative a livello nazionale
- 9
Società e istituzioni
 - 9.1 Public Affairs
 - 9.1.1 Le iniziative a livello nazionale
 - 9.2 Il supporto alla comunità e volontariato
- 10
Ambiente
 - 10.1 Le iniziative a livello nazionale
- 11
Piano di sostenibilità e obiettivi 2022
- 12
Appendice
 - 12.1 Nota metodologica
 - 12.2 Indice indicatori GRI presenti nel report e relazione con gli SDGs

1

Lettera del fondatore e CEO



Lettera del fondatore e CEO

Cari stakeholder, si è recentemente concluso un altro anno importante per il Gruppo. Non solo abbiamo ottenuto risultati commerciali eccezionali, ma abbiamo anche, e soprattutto, contribuito direttamente a creare condizioni migliori per il futuro del mercato del lavoro. Siamo stati in grado di farlo nonostante le numerose sfide che abbiamo dovuto affrontare a causa della pandemia.

Il 2021 si è chiuso con un fatturato di 3,2 miliardi di euro, in ulteriore crescita rispetto ai 2,5 miliardi di euro registrati nel 2020. Abbiamo raggiunto questo obiettivo grazie al contributo dei nostri **6.500 dipendenti** e di oltre **22.000 aziende clienti**.

Tuttavia, vogliamo crescere ancora, per aumentare l'impatto positivo che la nostra attività, per sua stessa natura, ci permette di avere sia sul mercato del lavoro che sulla vita di migliaia di persone. Le persone sono sempre state al centro del nostro sistema di valori. Oggi, nell'attuale contesto sociale, in evoluzione soprattutto in

alcuni mercati, le persone sono diventate il nostro principale cliente, e per loro vogliamo diventare un punto di riferimento sempre più chiaro, non solo in termini di opportunità di lavoro, ma anche per quanto riguarda l'orientamento, la formazione e la crescita personale/professionale.

Il perseguimento di questo obiettivo, incentrato sulle persone, risiede nel rendere il concetto di **Lavoro Sostenibile centrale in ogni aspetto della nostra cultura, governance e attività**. Vogliamo promuoverlo non solo tra i nostri colleghi, ma anche tra i nostri clienti, candidati, lavoratori, istituzioni e persino concorrenti.

Non desideriamo essere gli unici agenti del cambiamento, bensì vogliamo essere leader e promotori di quest'ultimo, coinvolgendo attivamente tutti gli attori del mercato.

Naturale conseguenza di questa finalità è **Gi Group Holding**, nata all'inizio del 2022. La Holding rappresenta il comune denominatore di un gruppo sempre più

definito sia nelle sue linee di business sia nella sua presenza nel mondo. Un Gruppo che aspira ad avere **un'unica identità, un'anima comune** e la capacità condivisa di **integrare nella sua Value Proposition il desiderio di sostenibilità** espresso dai nostri Stakeholder.

In questo CSR Report troverete molti esempi di come abbiamo concretamente risposto a questa esigenza e di come ci impegniamo ogni giorno per lo sviluppo del mercato del lavoro. Non solo attraverso iniziative dedicate, ma anche grazie alle scelte e ai comportamenti che guidano i nostri processi e il nostro agire quotidiano.

Tutto questo in sintonia con la nostra mission: **cambiare la vita delle persone in meglio e creare un mercato del lavoro sostenibile** e più soddisfacente per tutti.

Perchè in Gi Group Holding, siamo More Than Work.

Stefano Colli Lanzi

2

Company Profile

- 2.1 La nostra storia
- 2.2 Mission e Vision
- 2.3 Il Codice Etico e i nostri Valori
- 2.4 La struttura della governance
- 2.5 La nostra presenza nel mondo
- 2.6 La nostra crescita
- 2.7 I nostri servizi



2.1

La nostra storia

Gi Group Holding¹ nasce nel 1998 a Milano dall'intuizione di Stefano Colli Lanzi guidato dalla volontà di dare un contributo al mercato del lavoro italiano ed internazionale per renderlo più efficace, efficiente e farlo evolvere verso l'idea di bene comune, promuovendo una **cultura del lavoro capace di integrare gli interessi di aziende, persone e società** attraverso la creazione di soluzioni che soddisfino le aspettative di tutte le parti in causa.

L'esigenza sentita era, ed è tutt'oggi, quella di opporsi all'idea stigmatizzata di impresa come realtà che "sfrutta" le persone, che considera il lavoro "costo" piuttosto che attività fondamentale per la generazione di valore e che coinvolge persone ritenute guidate al lavoro da un'esigenza economica, di sopravvivenza, piuttosto che capaci di cogliere il lavoro come opportunità, come occasione in cui ritrovare il senso profondo di contribuire alla creazione di un bene comune arrivando a riconoscere e alimentare 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.

Il "sogno" è stato tradotto in progetto e in azioni concrete che hanno visto crescere ed evolvere l'azienda in questi 23 anni di vita. Avvalendosi del contributo e della passione di oltre **6.500 persone**, nel 2021 Gi Group Holding arriva ad operare in **30 Paesi**, con oltre **650 filiali**, servendo oltre **22.000 aziende**, collocando, solo in Italia, oltre **100.000 candidati**, coinvolgendo oltre **50.000 persone in iniziative di employability**, oltre **40.000 giovani studenti in percorsi formativi** di II livello e universitari in attività di orientamento al mondo del lavoro, oltre **8.000 beneficiari di progetti di politiche attive per il lavoro**, arrivando a raggiungere un **fatturato di 3,2 miliardi di euro**.

¹Per far riferimento al Gruppo per il biennio 2020-2021 verrà utilizzato il termine "Gi Group Holding", nonostante quest'ultima sia nata a seguito del periodo di rendicontazione.

1998

Nasce **Générale Industrielle**.

2004

Acquisizione di **Worknet**, agenzia interinale del Gruppo Fiat. La nuova realtà diventa il primo operatore italiano con un fatturato di 320 milioni di euro e 190 filiali.

2005

Il Gruppo entra nel supporto alla ricollocazione con l'acquisizione di **DBM Italia**, poi **INTOO**.

2007

Inizio del percorso di internazionalizzazione con acquisizioni in **Germania** e **Polonia**.

2008

Générale Industrielle e **Worknet** diventano un unico brand: **Gi Group**. L'espansione internazionale continua in **Cina, Hong Kong, Francia, Brasile, Spagna** e **India**.

2009-2011

Continua il percorso di internazionalizzazione: **Regno Unito, Argentina** e **Europa dell'Est**. Gi Group entra a far parte della **World Employment Confederation**, la confederazione internazionale delle agenzie per il lavoro.

2013

Start up delle practice internazionali: **OD&M** (HR Consulting) e **Wyser** (Search & Selection).

2014-2015

Ulteriore espansione internazionale: il Gruppo entra in **Turchia, Portogallo, Olanda** e **Slovacchia**. Ulteriore sviluppo del programma di partner.

2016

Acquisizione di **Tack & TMI**, leader globali nei servizi di formazione. Apertura in **Colombia**.

2018

Acquisizione di **Grafton** e **Marks Sattin** società leader nel segmento Professional.

2019

Acquisizione in Germania di **OnTime Solution GmbH** e **House of Jobs**, specializzata in soluzioni di International Mobility.

2020

Ulteriori acquisizioni: **Grupo Norte** (Spagna), **Kelly Services** (Brasile), **Workservice** (Polonia e Germania), **Career Arc** (ramo outplacement, USA).

2021

Acquisizione di **Jobtome** in Svizzera e **Axxis** in Francia.

2.2

Mission e Vision



“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 Holding 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.

“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.

Durante il biennio 2020-2021 Gi Group Holding ha elaborato e fatto proprio il concetto di Lavoro Sostenibile, ripensando il ruolo che persone, aziende e istituzioni ricoprono all’interno della realtà sociale ed economica.

2.3

Il Codice Etico e i nostri Valori

Punto di riferimento per il Gruppo dal 2014, il Codice Etico esprime l'insieme dei **Valori e dei Principi** che Gi Group Holding 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 Holding.

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 Holding al mercato del lavoro e alla società civile in cui opera:



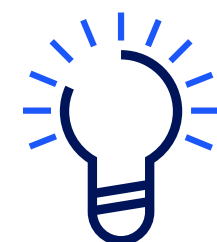
ATTENZIONE

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.



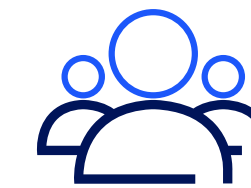
PASSIONE

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.

2.4

La struttura della governance

Nel 2021 Gi Group SpA detiene direttamente il 100% del capitale sociale delle legal entity italiane (fatta eccezione per Gi Formazione srl) e di Gi International (alla quale afferiscono tutte le legal entity con cui il gruppo è direttamente presente nelle diverse Country).





ORGANISMI DI GOVERNANCE DI GI GROUP SPA	RESPONSABILITÀ PRINCIPALI	ORGANI SOCIALI
CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE	Organo esecutivo della società avente il compito di svolgere l'attività di impresa e di realizzare le deliberazioni assunte dall'Assemblea. Ha la responsabilità di approvare le strategie organizzative, di sviluppare una politica direzionale, nonché assicurare la responsabilità giuridica dell'organizzazione di fronte alle autorità.	Presidente Amministratore delegato BARONI FRANCESCO Amministratore delegato DAGHERO ZOLTAN Consigliere TOSO DAVIDE
CONSIGLIO SINDACALE	Organo di controllo della società avente il compito di vigilare sull'attività degli amministratori e di controllare che la gestione e l'amministrazione della società si svolgano in osservanza della legge, dello statuto e dei principi di corretta amministrazione ed in particolare nel rispetto dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile adottato dalla società e sul suo concreto funzionamento	Presidente Collegio Sindacale CARNEVALI FRANCESCO Sindaco effettivo COLOMBO CORRADO Sindaco effettivo GUSSO PIERGIORGIO Sindaco supplente GIRELLI MARCO Sindaco supplente FORMENTI SILVIO
ORGANISMO DI VIGILANZA	Organismo interno di controllo, preposto alla vigilanza sul funzionamento e sull'osservanza del Modello Organizzativo nonché al relativo aggiornamento	Presidente ODV CARNEVALI FRANCESCO Membro ODV TRABUCCHI MARCELLO Membro ODV MARRA ANNA RITA

SISTEMI DI GESTIONE CERTIFICATI

L'adozione di Sistemi di Gestione certificati, conformi a norme riconosciute a livello internazionale rappresenta uno strumento operativo funzionale al rafforzamento della nostra governance, al perseguimento della nostra Mission e al raggiungimento degli obiettivi aziendali nell'ottica del miglioramento continuo, connesso al risk based thinking.

Le attestazioni ottenute da un Ente Terzo, indipendente e accreditato, dimostrano la nostra capacità di fornire prodotti e servizi che soddisfino i requisiti dei clienti, le disposizioni delle leggi di riferimento, nel rispetto degli interessi di tutti i nostri stakeholders.

AZIENDA	NORMA DI RIFERIMENTO	NUMERO DI CERTIFICATO	CAMPO DI APPLICAZIONE	ENTE CERTIFICATORE	DATA DI EMISSIONE	DATA DI SCADENZA
ITALIA						
GI GROUP SPA	SA8000:2014®	N° 12236	Erogazione di servizi di ricerca e selezione del personale e di somministrazione di lavoro a tempo determinato e indeterminato	CERTIQUALITY	09/05/07	17/04/22
	UNI EN ISO 14001:2015	N° 683	Erogazione di servizi di somministrazione di lavoro e ricerca e selezione del personale	TUV ITALIA	12/04/17	12/04/23
	UNI CEI EN ISO/IEC 27001:2017	N° 26468	Erogazione di servizi di ricerca e selezione del personale e di somministrazione di lavoro a tempo determinato e indeterminato	CERTIQUALITY	25/09/18	23/09/24
	UNI EN ISO 9001:2015	N° 26899	Servizi ict erogati a supporto dei processi di somministrazione di lavoro, ricerca e selezione del personale per la società Gi Group	CERTIQUALITY	30/05/19	29/05/22
GI FORMAZIONE SRL	UNI EN ISO 14001:2015	N° 9356	Progettazione ed erogazione di attività di formazione e orientamento	CERTIQUALITY	18/05/05	05/04/23
	UNI EN ISO 9001:2015	N° 26468	Progettazione ed erogazione di attività di formazione e orientamento	CERTIQUALITY	25/09/18	24/09/24
INTOO SRL	UNI EN ISO 14001:2015	N° 25509	Progettazione ed erogazione di servizi di supporto alla ricollocazione del personale, servizi di orientamento e di consulenza aziendale	CERTIQUALITY	31/10/01	11/04/24
	UNI EN ISO 9001:2015	N° 26468	Progettazione ed erogazione di servizi di supporto alla ricollocazione del personale, servizi di orientamento e di consulenza aziendale	CERTIQUALITY	25/09/18	23/09/24
GI HR SERVICES SRL	UNI EN ISO 9001:2015	N° 16311	Progettazione, realizzazione ed erogazione di servizi per la gestione e amministrazione del personale in modalità outsourcing o SaaS (software as a service)	CERTIQUALITY	22/12/10	04/12/22
	UNI CEI EN ISO/IEC 27001:2017	N° 50240	Progettazione, realizzazione ed erogazione di servizi per la gestione e amministrazione del personale in modalità outsourcing o SaaS.	CERTIQUALITY	30/03/21	29/04/24
TACK&TMI SRL	UNI EN ISO 9001:2015	N° 17911	Progettazione ed erogazione di interventi formativi volti allo sviluppo di competenze professionali e capacità manageriali ed organizzative con metodologie tradizionali ed esperienziali	CERTIQUALITY	22/05/06	05/08/22
	UNI EN ISO 14001:2015	N° 26468	Progettazione ed erogazione di interventi formativi volti allo sviluppo di competenze professionali e capacità manageriali ed organizzative con metodologie tradizionali ed esperienziali	CERTIQUALITY	25/09/18	23/09/24

AZIENDA	NORMA DI RIFERIMENTO	NUMERO DI CERTIFICATO	CAMPO DI APPLICAZIONE	ENTE CERTIFICATORE	DATA DI EMISSIONE	DATA DI SCADENZA
---------	----------------------	-----------------------	-----------------------	--------------------	-------------------	------------------

ITALIA

TACK&TMI SRL	UNI ISO 45001:2018	N° 27632	Progettazione ed erogazione di interventi formativi volti allo sviluppo di competenze professionali e capacità manageriali ed organizzative con metodologie tradizionali ed esperienziali	CERTIQUALITY	06/08/19	05/08/22
OD&M SRL	UNI EN ISO 9001:2015	N° 25462	Progettazione ed erogazione di servizi di consulenza per la valorizzazione delle Risorse Umane e dei modelli di organizzazione e sviluppo	CERTIQUALITY	15/02/18	13/02/24
	UNI EN ISO 14001:2015	N° 26468	Progettazione ed erogazione di servizi di consulenza per la valorizzazione delle Risorse Umane e dei modelli di organizzazione e sviluppo	CERTIQUALITY	25/09/18	23/09/24
GI ON BOARD SRL	UNI EN ISO 9001:2015	N° 73 100 6460	Progettazione, vendita e supervisione di servizi ottimizzati in outsourcing nell'ambito della logistica conto terzi, produzione e customer care	TÜV PROFICERT	02/09/19	01/09/22
ENGINIUM SRL	UNI EN ISO 9001:2015	N° 73 100 6459	Servizi di consulenza specialistica nell'information technology, nell'innovazione tecnologica ed ingegneristica. Progettazione di apparati e sistemi elettronici e meccanici complessi. Progettazione, sviluppo, implementazione ed assistenza di applicativi e sistemi software. Progettazione e sviluppo di nuovi prodotti, quali: display, cluster, apparati telematici, per i settori: automotive, aerospace, ferroviari	TÜV PROFICERT	15/08/19	14/08/22

GERMANIA

GI GROUP DEUTSCHLAND GMBH	UNI ISO 45001:2018	100000397734	Management of temporary employment and personnel placement	DNV	05/11/10	04/11/22
	UNI EN ISO 9001:2015	100000416888	Management of temporary and permanent staffing for craft, retail, industry, office and management	DNV	05/11/10	04/11/22

AZIENDA	NORMA DI RIFERIMENTO	NUMERO DI CERTIFICATO	CAMPO DI APPLICAZIONE	ENTE CERTIFICATORE	DATA DI EMISSIONE	DATA DI SCADENZA
---------	----------------------	-----------------------	-----------------------	--------------------	-------------------	------------------

CINA

ZHEJIANG GI HUMAN RESOURCE CO. LTD	GB/T19001-2016 idt ISO9001:2015	19818QA171R1M	Human resource outsourcing (In the form of service outsourcing), domestic labor dispatch (Only for head office)	Beijing Xinjiyuan Certification Co., Ltd	26/01/18	25/01/24
---	---------------------------------	---------------	---	--	----------	----------

POLONIA

GI GROUP POLAND S.A.	UNI EN ISO 9001:2015	SWC_PW-16505-21	Rendering services within the scope of temporary employment, personal advising, HR and payroll outsourcing, job placement in the Republic of Poland.	PCC-CERT	01/12/21	30/11/23
GI GROUP SP. Z O.O.	UNI EN ISO 9001:2015	ISO 9001 - 00031545	Recruitment and hiring of temporary staff. Permanent recruitment. Personal outsourcing.	Lloyd's Register	30/06/21	29/06/24

REPUBBLICA CECA

GRATON RECRUITMENT S.R.O.	UNI EN ISO 9001:2015	25191/A/0001/ Uk/En	Personnel Consultancy Services, Recruitment and Personnel Solutions, Job Broker, Consulting for Human Resources Activities	URS	02/02/07	01/02/22
----------------------------------	----------------------	---------------------	--	-----	----------	----------

SPAGNA

GI GROUP SPAIN ETT, SLU	UNI EN ISO 9001:2015	ES-0100/2006	Recruitment, selection and placement of workers	AENOR	25/01/21	25/01/24
GI GROUP OUTSOURCING 2016, SLU	UNI EN ISO 9001:2015	ES-0649/2019	BackOffice Division, Logistics & Industry Division, Field Marketing & Sales Division and Auxiliary Services Division of GI BPO in Spain	AENOR	13/11/13	13/11/22
	ISO/IEC 27001:2014	ES-SI-0036/2017	The information systems that support the management of documentary and operational processes associated with the BackOffice Division with multichannel support in accordance with the applicability document in force on the date of issuance of the certificate (SOA)	AENOR	15/01/21	31/08/23

AZIENDA	NORMA DI RIFERIMENTO	NUMERO DI CERTIFICATO	CAMPO DI APPLICAZIONE	ENTE CERTIFICATORE	DATA DI EMISSIONE	DATA DI SCADENZA
TURCHIA						
GI GROUP WYSER	UNI EN ISO 9001:2015	NS.KS.070/2021	Temporary Staff Recruitment Agency	NETSERT	02/04/21	01/04/22
	UNI EN ISO 14001:2015	NS.CS.060/2021	Temporary Staff Recruitment Agency	NETSERT	02/04/21	01/04/22
	UNI ISO 45001:2018	AQN-TR-50115	Temporary Staff Recruitment Agency	NETSERT	02/04/21	01/04/22
UK						
GIGROUP	UNI EN ISO 9001:2015	FS580144	Supply of temporary and permanent personnel to commerce and industry and site managed services.	BSI	21/10/11	04/02/25
	UNI EN ISO 14001:2015	EMS619537	Provision of Head Office support services to the Gi Group in the UK	BSI	05/01/15	04/01/24
	UNI ISO 45001:2018	OHS640083	Provision of Head Office support service activities delivered at Chesterfield (Units B&C) to the Gi Group in the UK. (Previously certified to BS OSHAS 18001:2007 since 28/01/16.)	BSI	09/12/19	27/01/25



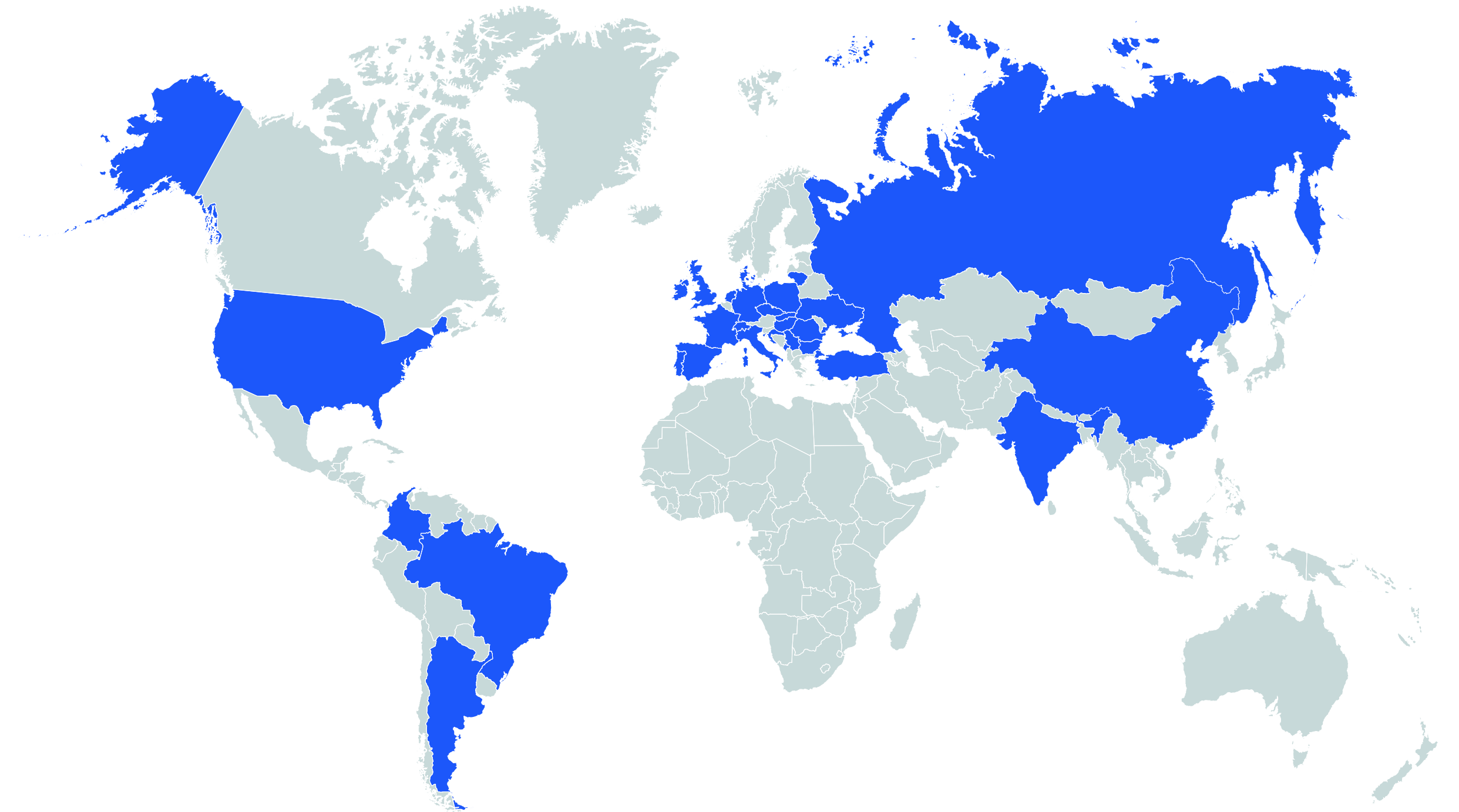
2.5

La nostra presenza nel mondo

Nel biennio 2020-2021, nonostante la pandemia, il Gruppo ha continuato a **crescere a ritmi intensi**, sia attraverso espansioni in paesi dove siamo direttamente presenti, che attraverso nuove acquisizioni.

LE NUOVE ACQUISIZIONI

- **SPAGNA** - Grupo Norte S.L (2020)
- **BRASILE** - Kelly Services Brasil Investimentos e Participacoes Ltda e Kelly Services Brasil Investimentos e Participacoes II Ltda (2020)
- **STATI UNITI** - INTOO LLC (2020)
- **GERMANIA** - gruppo Work Service KG GmbH (2020)
- **POLONIA** - Work Service S.A. (2020)
- **SVIZZERA** - Jobtome SA (2021)
- **FRANCIA** - Axxis Francia (2021)



PRESENZA DIRETTA

- | | | | |
|----------------|-----------|------------|-----------------|
| ARGENTINA | FRANCE | MONTENEGRO | SWITZERLAND |
| BRAZIL | GERMANY | POLAND | THE NETHERLANDS |
| BULGARIA | HONG KONG | PORTUGAL | TURKEY |
| CHINA | HUNGARY | ROMANIA | UKRAINE |
| COLOMBIA | INDIA | RUSSIA | UNITED KINGDOM |
| CROATIA | IRELAND | SERBIA | USA |
| CZECH REPUBLIC | ITALY | SLOVAKIA | |
| DENMARK | LITHUANIA | SPAIN | |

30
PAESI CON
PRESENZA DIRETTA

+650
FILIALI E SITI SMS

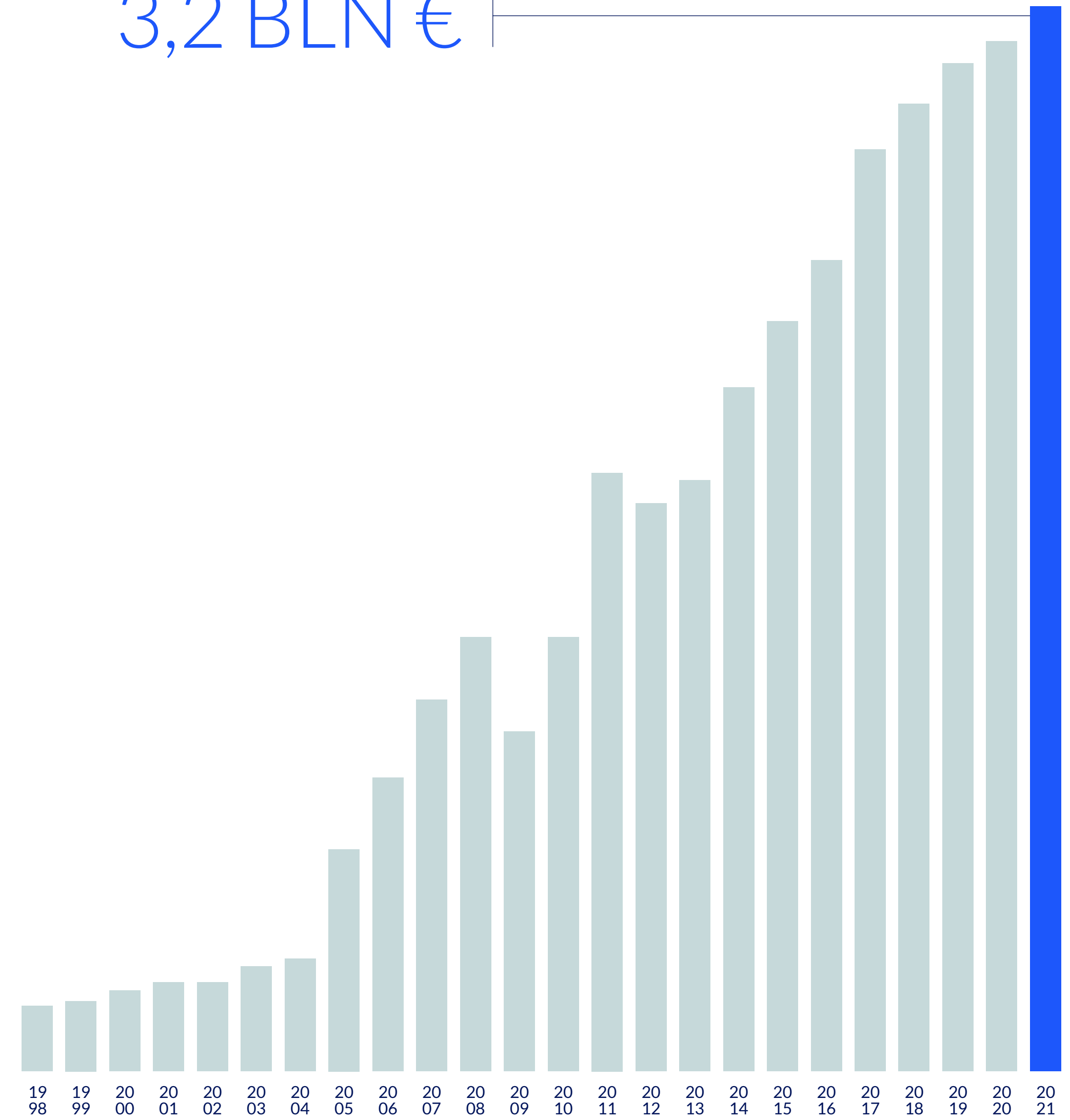
+6.500
DIPENDENTI

2.6

La nostra crescita

Tra il 2020 e il 2021 abbiamo servito in media più di **22.000 aziende** con un fatturato, nel 2020, di 2,5 miliardi di euro e di **3,2 miliardi di euro nel 2021**. Siamo tra le prime 20 staffing companies a livello mondiale (fonte: Staffing industry), la quinta in Europa. Siamo anche un Global Corporate Member di WEC – World Employment Confederation – la Confederazione Internazionale delle agenzie per il lavoro.

3,2 BLN €



16°
NEL MONDO



5°
IN EUROPA



3°
IN ITALIA

2.7

I nostri servizi

Siamo la **prima multinazionale italiana del lavoro** nonché una delle principali realtà a livello mondiale nei servizi dedicati allo sviluppo del mercato del lavoro.

Operiamo nei seguenti campi:

SEARCH AND SELECTION	LEARNING AND DEVELOPMENT	OUTSOURCING	OUTPLACEMENT
Middle and Executive	Managerial Training	Full Outsourcing	Outplacement
Professional			
Hirevo	Professional Training	Light Outsourcing	Active Policies
TEMP & PERM			





LAVORO TEMPORANEO E PERMANENT STAFFING

- **Lavoro temporaneo**
Con il servizio di Temporary Staffing garantiamo flessibilità contrattuale, efficacia, efficienza e un monitoraggio dei costi
- **Permanent staffing**
Con un approccio consulenziale offriamo, soluzioni per la gestione di progetti mirati alla ricerca di profili da inserire direttamente nelle aziende clienti. Il nostro processo di ricerca e selezione può contare su servizi modulabili in base alle specifiche esigenze della tua azienda, in tutte le fasi del processo.



PROFESSIONAL STAFFING

Grazie ad una struttura dedicata e ad una metodologia che mira a trasformare le competenze e il potenziale dei Candidati in percorsi professionali di successo, soddisfiamo le esigenze di profili specializzati delle Aziende.



RICERCA E SELEZIONE

Siamo presenti in 3 continenti e offriamo soluzioni di portata globale, programmi di mobilità internazionali e solide partnership analizzando i bisogni dei clienti, progettando e realizzando soluzioni personalizzate che includono una strategia strutturata di candidate management.



FORMAZIONE

Sportiamo le organizzazioni attraverso la creazione di percorsi formativi che integrano diverse metodologie, design creativo e tool tecnologici. Siamo presenti in più di 55 Paesi attraverso un ampio network di consulenti e formatori.

Ci occupiamo inoltre di organizzare corsi di consulenza formativa e di formazione per i lavoratori in somministrazione e candidati a missione di somministrazione, dedicando particolare attenzione alla ricerca di fornitori qualificati ed enti specializzati nelle diverse discipline.



EXECUTIVE SEARCH

Supportiamo l'evoluzione e la trasformazione dell'Executive Selection integrandola con gli sviluppi scientifici e le evoluzioni digitali. Contribuiamo a renderla una scienza più oggettiva e a garantire il miglior match tra candidato e azienda, apportando valore e wellbeing al lavoro delle persone e delle imprese.



OUTSOURCING

Con l'advanced outsourcing di GI BPO offriamo soluzioni BPO e BTO personalizzate e avanzati servizi per migliorare la produttività, efficienza e competitività dei nostri clienti.



SUPPORTO ALLA RICOLLOCAZIONE

Con una metodologia dedicata che utilizza le tecnologie più avanzate supportiamo la continuità professionale di dirigenti, quadri, impiegati e operai. Inoltre, affianchiamo le aziende in progetti di redeployment interno, proponendo interventi di diagnosi dei gap professionali e mappatura delle competenze.



AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE

Offriamo servizi a supporto dell'amministrazione e gestione del personale personalizzati sulle esigenze di ogni singolo Cliente utilizzando la Suite Infinity, soluzione che si distingue nel mercato perché integrata, modulare, innovativa e certificata.



CONSULENZA HR

Accompagniamo le imprese nel generare performance sostenibili attraverso soluzioni organizzative ed HR integrate in grado di valorizzare, ingaggiare e rendere le persone protagoniste della strategia e dei Valori aziendali, con un approccio agile e research based.



TECHNOLOGY CONSULTING

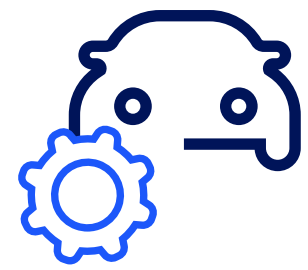
Technology consulting: supportiamo i nostri partner nello sviluppo tecnologico creando soluzioni personalizzate e aiutando a raggiungere più velocemente i risultati prefissati, tramite consulenza ingegneristica e informatica.



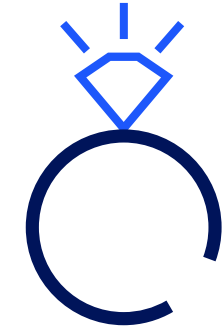
JOB AGGREGATOR

Jobtome opera a livello internazionale in 33 paesi, specializzandosi nelle attività di pubblicità a supporto delle iniziative di candidate sourcing sui canali digitali. I nostri clienti sono intermediari di traffico verso offerte di lavoro online e grandi aziende con bisogni di sourcing ad alto volume, spesso focalizzati su profili 'blue collar'.

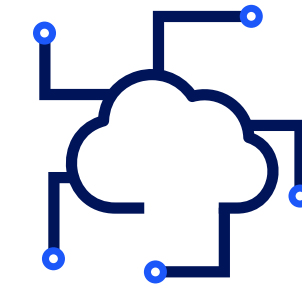
Le nostre divisioni:



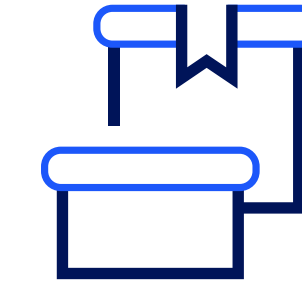
Automotive



Fashion
& Luxury



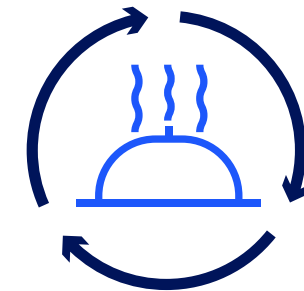
Ict (Qibit)



Logistics



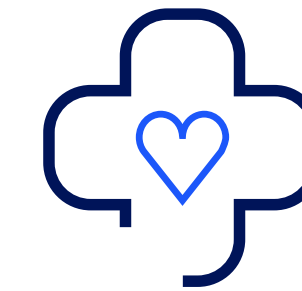
Banking & Insurance



Fmcg



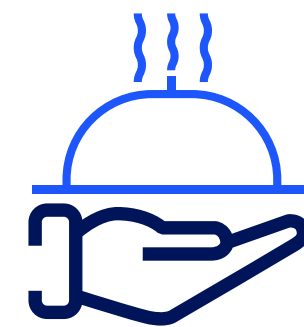
Industrial Machinery



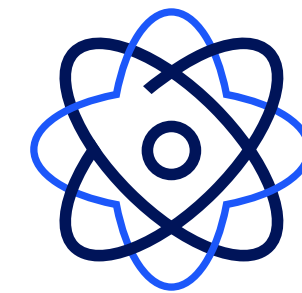
Medical



Contact Center



Horeca



Lifescience



Naval, Railways,
Aerospace & Defence



Public Administration



Technical



Retail

3

Corporate Social Responsibility

- 3.1 I nostri Stakeholders
- 3.2 La governance della CSR
- 3.3 Il nostro percorso di CSR
- 3.4 Il nostro contributo agli obiettivi di Sviluppo Sostenibile



3.1

I nostri Stakeholders

Abbiamo impostato il nostro percorso di crescita e di costruzione di un'organizzazione multinazionale avendo sempre presente che lo sviluppo debba coniugarsi con la **responsabilità aziendale** e con la **sostenibilità**, e 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 di settore e ricerche condotte sia internamente che dalle Associazioni di settore.

Sono considerati Stakeholders gli **individui**, **i gruppi** o **le istituzioni** che impattano in maniera significativa nel raggiungimento della Mission di Gi Group Holding 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 del Gruppo sono pertanto:

I NOSTRI DIPENDENTI

Oltre 6.500 dipendenti che sostengono il Gruppo nel raggiungimento dei suoi obiettivi e che rappresentano lo Stakeholder primario rispetto al quale impegnarsi. Le persone in Gi Group Holding sono fortemente coinvolte nei progetti di CSR e condividono il loro know-how professionale, impegno e motivazione attraverso il loro impegno quotidiano. Siamo orgogliosi di poter affermare che la nostra strategia CSR è condivisa da tutti

i nostri collaboratori, che integrano i nostri core values nel loro approccio quotidiano al lavoro.

I CANDIDATI E I LAVORATORI

Migliaia di candidati, lavoratori, corsisti e beneficiari delle attività sviluppate dal Gruppo che, ogni giorno, in tutti i paesi in cui operiamo, si aspettano un livello di servizio affidabile in grado di offrire loro soluzioni che ne soddisfino i bisogni.

I CLIENTI

Oltre 22.000 aziende che si affidano ogni anno a Gi Group Holding per gestire il loro capitale umano avvalendosi di una vasta gamma di servizi, in grado di soddisfare tutte le fasi delle relazioni tra individuo e azienda.

LA COMUNITA' E L'AMBIENTE

Le comunità in cui opera Gi Group Holding, rappresentate dalle loro Istituzioni e dalle Associazioni di categoria, dalle Parti Sociali e ONG, nonché dalle persone che vivono e lavorano all'interno del territorio. L'ambiente, che il Gruppo tutela attraverso iniziative che preservino e difendano le risorse naturali.

3.2

La governance della CSR

In risposta alla costante evoluzione e all'espansione del Gruppo, abbiamo istituito organismi specificamente dedicati alla definizione e diffusione della nostra strategia di CSR, per garantirne l'integrazione sia a livello di governance che di business aziendale, supportandone la realizzazione e guidandone lo sviluppo.

Ad oggi, la struttura della governance in materia di CSR si articola attraverso **tre organismi principali**, e si avvale del supporto dei **Country Manager e dei volontari** per l'implementazione di un programma di azioni solido ed efficace.

ORGANISMO DI GOVERNANCE DELLA CSR	RESPONSABILITÀ PRINCIPALI	MEMBRI / RAPPRESENTANTI DI FUNZIONE
GLOBAL STEERING COMMITTEE	Approva gli obiettivi strategici e le attività di implementazione e gestione del programma di CSR del Gruppo.	Top managers del Gruppo
CSR COMMITTEE	Definisce la strategia e le iniziative di CSR, assicurandone l'allineamento con la strategia del Gruppo; è responsabile della redazione del CSR Report; monitora i KPI connessi alla CSR; valuta gli investimenti necessari per sviluppare i progetti di CSR.	<ul style="list-style-type: none"> • CEO di Gruppo • Funzione Global HR • Funzione Global Compliance • Funzione Global Marketing • Funzione Global Public Affairs • Rappresentanti di almeno 3 Countries di Gi Group • Rappresentanti di almeno 2 Practice
COUNTRY MANAGER	Responsabili dei flussi di comunicazione all'interno del proprio Paese; garantiscono l'implementazione della strategia di CSR a livello locale.	Country Manager di ciascun Paese in cui siamo presenti.
CSR TEAM	Monitora l'applicazione del Codice Etico; supervisiona il flusso di informazioni e i piani formativi; riceve e gestisce eventuali segnalazioni di non conformità.	<ul style="list-style-type: none"> • Funzione Global Legal • Funzione Global Compliance • Funzione Global Public Affairs • Funzione Global HR • Regional Head • Rappresentante dei lavoratori
VOLONTARI	Partecipano alle attività di volontariato e contribuiscono alla progettazione e all'esecuzione delle stesse.	Dipendenti di Gi Group

3.3

Il nostro percorso di CSR

Partendo dalla Mission e dai nostri Valori, abbiamo elaborato negli anni una serie di **iniziative volte a sviluppare la strategia di CSR** e a dare concretezza ai nostri impegni.

2014

Aprile

Pubblicazione e adozione del Codice Etico di Gruppo.

2014

Giugno

Insediamiento del CSR Team con l'obiettivo di monitorare l'applicazione e il rispetto del Codice Etico.

2014

Settembre

Pubblicazione e adozione della procedura "Adozione del Codice Etico, Gestione di richieste, segnalazioni e reclami".

2015

Ottobre

Creazione del CSR Committee, finalizzato a creare e implementare la strategia CSR di Gruppo.

2015

Aprile

Pubblicazione del primo CSR Report di Gi Group, che dal 2015 è stato poi pubblicato annualmente, riportando dati e iniziative relative all'anno precedente.

2015

Gennaio

Lancio della prima attività comune di volontariato per il 2015 - con l'obiettivo di organizzare progetti locali intesi a promuovere l'employability.

2016

Ottobre

Prima edizione di un'attività di volontariato di Gruppo organizzata su scala globale. Obiettivo dell'iniziativa: promuovere l'employability nelle comunità, coinvolgendo tutte le Countries.

2017

Aprile

Adozione da parte della Capogruppo, Gi Group SpA Italia, di un Sistema di Gestione di Responsabilità Sociale strutturato secondo lo standard SA8000:2014® - il più diffuso e riconosciuto a livello internazionale - e ottenimento della relativa certificazione.

2018

Settembre

Certificazione del sistema di gestione ambientale per l'immobile dell'Headquarters di Milano sulla base dei requisiti UNI EN ISO 14001:2015.

2021

Trasformazione di Gi Group SpA Italia in Società Benefit.

2020

Processo di revisione della Matrice Di Materialità del Gruppo - Sviluppo del framework del Lavoro Sostenibile da parte della Capogruppo.

2019

Dicembre

Adesione di Stefano Colli-Lanzi alla "CEOs Call to Action" promossa da CSR Europe.

2019

Luglio

Rinnovamento del Codice Etico e dei Valori del Gruppo.

3.4

Il nostro contributo agli obiettivi di Sviluppo Sostenibile

A settembre 2015, l'Assemblea generale delle Nazioni Unite ha approvato **l'Agenda 2030** per lo sviluppo sostenibile, il cui elemento essenziale è rappresentato dai **17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG)**, che comprendono 169 obiettivi pensati per affrontare le sfide mondiali più urgenti di natura sociale, economica e ambientale.

Esaminando il rapporto tra gli SDG, la nostra Mission e le attività di business di Gi Group e il relativo impatto sociale, il nostro CSR Committee ha individuato gli obiettivi a cui Gi Group Holding intende prioritariamente contribuire con i propri servizi.





OBIETTIVO 4

Fornire un'educazione di qualità, equa e inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti.

La nostra risposta all'SDG 4 vuole contribuire al raggiungimento dell'obiettivo:

- attraverso i servizi che mettiamo a disposizione della comunità e del mercato, in particolare attraverso i percorsi di formazione e di sviluppo del personale e la formazione finanziata erogata dalla nostra Learning & Development Practice;
- mantenendo l'apprendimento continuo come colonna portante della nostra strategia indirizzata ai dipendenti interni, con crescenti investimenti in iniziative di formazione e tese alla condivisione delle competenze;
- offrendo formazione gratuita, attraverso i finanziamenti a disposizione del settore, per i nostri candidati, per i lavoratori e per le persone che si rivolgono alle aziende del Gruppo per trovare o ritrovare la propria strada nel mondo del lavoro;
- proponendo il nostro progetto internazionale di volontariato "Destination

Work", e strutturando iniziative locali tese a migliorare l'employability all'interno delle comunità in cui operiamo.

Con le nostre attività aziendali e le nostre iniziative di CSR puntiamo a contribuire in particolare all'obiettivo 4.4: "Entro il 2030, aumentare sostanzialmente il numero di giovani e di adulti che abbiano le competenze necessarie, incluse le competenze tecniche e professionali, per l'occupazione, un lavoro dignitoso e per l'imprenditorialità".



OBIETTIVO 5

Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze

La nostra risposta all'SDG 5 vuole contribuire al raggiungimento dell'obiettivo, in particolare:

- sviluppando le pari opportunità tra uomini e donne nella vita economica, attraverso un ampliamento delle possibilità di occupazione per le donne, con progetti di formazione ad hoc;
- sgarantendo un approccio scevro da bias

di genere durante tutte le fasi del rapporto di lavoro, sia per i dipendenti interni che per i candidati e i lavoratori che incontriamo.

Con le nostre attività aziendali e le nostre iniziative di CSR puntiamo a contribuire ai seguenti obiettivi:

- porre fine, ovunque, a ogni forma di discriminazione nei confronti di donne e ragazze;
- garantire piena ed effettiva partecipazione femminile e pari opportunità di leadership ad ogni livello decisionale in ambito politico, economico e della vita pubblica.



OBIETTIVO 8

Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva e un lavoro dignitoso per tutti.

La nostra risposta all'SDG 8 vuole contribuire al raggiungimento dell'obiettivo:

- attraverso l'intera gamma dei nostri servizi, che ha come fine ultimo quello di dare valore al lavoro e centralità alla persona;
- con il nostro impegno a migliorare l'employability, in particolare con iniziative mirate alla popolazione giovane e alle persone vulnerabili;
- promuovendo la responsabilità come uno dei nostri Valori fondanti, con il rispetto assoluto di diritti umani, delle

leggi e del principio di concorrenza libera, regolamentata e leale;

- creando un mercato del lavoro migliore, sostenendo tutte le norme che offrono maggiore protezione ai lavoratori e assumendo un ruolo attivo nel contrasto alla corruzione e a qualunque forma di abuso o di comportamento illecito.

Con le nostre attività aziendali e le nostre iniziative di CSR puntiamo a contribuire in particolare ai seguenti obiettivi:

- entro il 2030 raggiungere la piena e produttiva occupazione e un lavoro dignitoso per tutte le donne e per tutti gli uomini, anche per i giovani e per le persone con disabilità, e la parità di retribuzione per lavori di pari valore;
- ridurre entro il 2030 la quota di giovani disoccupati e al di fuori di ogni ciclo di studio o di formazione;
- prendere provvedimenti immediati ed effettivi per sradicare il lavoro forzato, porre fine alla schiavitù moderna e alla tratta di esseri umani e garantire la proibizione e l'eliminazione delle peggiori forme di lavoro minorile, compreso il reclutamento e l'impiego dei bambini soldato, nonché porre fine entro il 2025 al lavoro minorile in ogni sua forma;
- proteggere il diritto al lavoro e promuovere un ambiente lavorativo sano e sicuro per tutti i lavoratori, inclusi gli immigrati, in particolare le donne e i precari.



OBIETTIVO 10 Ridurre l'ineguaglianza all'interno di e fra le nazioni

La nostra risposta all'SDG 10 vuole contribuire al raggiungimento dell'obiettivo:

- sviluppando la cultura dell'inclusione e garantendo un approccio scevro da ogni discriminazione, durante tutte le fasi del rapporto di lavoro, sia per i dipendenti interni che per i candidati e i lavoratori che incontriamo;
- strutturando un'offerta formativa efficace e policy strutturate su elementi oggettivi e meritocratici, per permettere l'accesso al mondo del lavoro e lo sviluppo di carriera di tutti i candidati e lavoratori.

Con le nostre attività aziendali e le nostre iniziative di CSR puntiamo a contribuire ai seguenti obiettivi:

- entro il 2030, potenziare e promuovere l'inclusione sociale, economica e politica di tutti, a prescindere dall'età, dal sesso, disabilità, razza, etnia, origine, religione o status economico o di altro.



OBIETTIVO 17 Rafforzare le modalità di attuazione e rilanciare il partenariato globale per lo sviluppo sostenibile

La nostra risposta all'SDG 17 vuole contribuire al raggiungimento dell'obiettivo:

- Entrando a far parte di associazioni sovranazionali orientate al miglioramento continuo del mercato del lavoro e partecipando a tavoli di lavoro con aziende leader del settore;
- Sviluppando progetti mirati al raggiungimento degli obiettivi sia con partner locali (aziende clienti, istituzioni, istituti scolastici) che con partner esteri, creando così anche collaborazioni extra-nazionali.

Con le nostre attività aziendali e le nostre iniziative di CSR puntiamo a contribuire ai seguenti obiettivi:

- rafforzare il sostegno internazionale per l'attuazione di un sistema di costruzione delle capacità efficace e mirato nei paesi in via di sviluppo per sostenere i piani nazionali di attuazione di tutti gli obiettivi di sviluppo sostenibile, anche attraverso la cooperazione nord-sud, sud-sud e triangolare;
- incoraggiare e promuovere efficaci partenariati tra soggetti pubblici, pubblico-privati e nella società civile, basandosi sull'esperienza e sulle strategie di accumulazione di risorse dei partenariati.

4

Materiality Matrix

- ➔ 4.1 Lo strumento
- ➔ 4.2 Il processo
- ➔ 4.3 Il risultato

4.1

Lo strumento

La Materiality Matrix è il principale strumento utilizzato dalle aziende per individuare e rappresentare le **priorità condivise** dall'organizzazione e dai propri Stakeholders.

La sua definizione permette di:

- riconoscere i tratti distintivi del proprio contesto,
- comprendere le aspettative dei propri Stakeholders riguardo al ruolo che l'azienda dovrebbe svolgere in tale contesto,
- identificare le priorità legate ai fattori ESG 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 Stakeholders.



4.2

Il processo

L'aggiornamento della Materiality Matrix di Gi Group Holding, la cui prima pubblicazione risale al 2015, è sicuramente in linea con lo straordinario momento storico che affrontiamo da febbraio 2020, e ha lasciato una impronta indelebile anche nei mesi successivi.

In considerazione del forte impatto della pandemia da SARS-CoV-2 sul contesto e l'ambiente in cui lavoriamo, abbiamo infatti deciso di prorarre il progetto, con l'obiettivo di andare a **registrare più puntualmente le nuove esigenze e aspettative dei nostri Stakeholders**.

Il **Materiality Assessment** è il processo attraverso il quale le organizzazioni identificano l'elenco di temi che hanno maggiore rilevanza nel loro contesto specifico (il mercato del lavoro nel nostro caso) e che vengono valutati su 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 è pertanto il risultato di tale processo di analisi del contesto e dello stakeholder-engagement diretto.

È rappresentata come un grafico in cui ogni argomento rilevante viene posizionato nella matrice in base alla sua priorità per gli Stakeholders e per l'Azienda.

Coerentemente con le linee guida dello standard internazionale GRI - Global Reporting Initiative, abbiamo condotto l'analisi di materialità non solo per individuare le **tematiche di sostenibilità** più rilevanti per il nostro settore e i nostri portatori di interesse, ma anche allo scopo di indirizzare coerentemente i contenuti della **rendicontazione sociale** della nostra organizzazione.



**2020 CSR
GOAL ACHIEVED**
REVISIONE DELLA MATRICE
DI MATERIALITÀ DEL GRUPPO



Il processo è stato diviso in due parti:

DETERMINAZIONE DEI TEMI RILEVANTI

Per definire i temi rilevanti da inserire nella matrice sono state raccolte **fonti documentali istituzionali ed aziendali** utili a ricostruire informazioni e linee guida rispetto al contesto del lavoro e della gestione delle risorse umane, al tema della sostenibilità ambientale e sociale, o all'impatto del Covid-19. Questo ventaglio di testi ha permesso di fotografare il contesto di quello specifico momento storico e individuare eventuali trend o tematiche emergenti. Grazie ad un motore di semantic analysis è stato possibile definire i temi ricorrenti (quindi di maggior interesse) e determinare il numero di occorrenze di tali topics all'interno dei documenti analizzati.

Il risultato di questo processo è rappresentato dalla costruzione del cosiddetto Albero dei Temi, che comprende:

- Innovazione dei modelli operativi e mutato ruolo dei vertici;
- Condizioni di lavoro dignitose e inclusive;
- Differenze di genere nel mondo del lavoro;
- Digitalizzazione del lavoro e stress correlato;
- Evoluzione delle logiche e dei modelli del mercato del lavoro;
- Formazione e approccio multigenerazionale al mondo del lavoro;
- Gestione etica della governance e resilienza del business;
- Integrazione della csr nel piano strategico delle aziende;
- Protezione sociale e tutela delle categorie di lavoratori più vulnerabili;
- Recruitment online ed evoluzione del ruolo delle risorse umane;
- Salute e sicurezza dei lavoratori;
- Sensibilizzazione e promozione dei diritti umani;
- Tutela della privacy e cybersecurity.

PESATURA DEI TEMI DA PARTE DEGLI STAKEHOLDERS

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 principali Stakeholders:

- Dipendenti
- Candidati e Lavoratori
- Clienti
- Comunità (Istituzioni, Parti Sociali e ONG)

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.

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.

L'utilizzo delle surveys permette di costruire la matrice creando i due assi di riferimento:

- l'asse dell'azienda, ricavata dai risultati delle survey compilate dal Top Management del Gruppo, che rappresenta il punto di vista dell'impresa;
- l'asse degli stakeholder, ricavata dai risultati delle survey compilate dagli Stakeholders elencati in precedenza e dai risultati dell'analisi documentale.

4.3

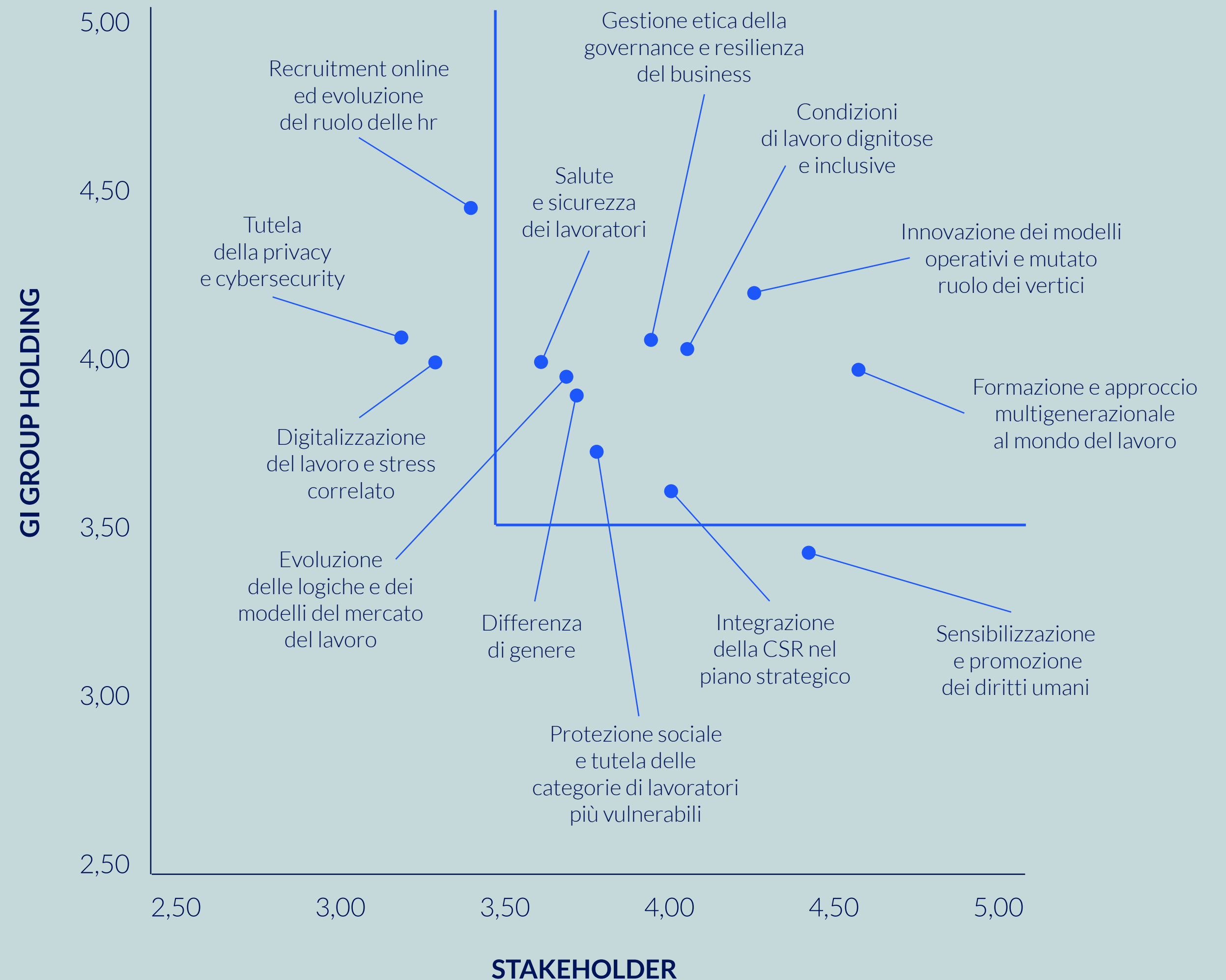
Il risultato

Il valore medio assegnato ad ogni tema tiene in considerazione al 30% le occorrenze emerse dalla semantic analysis e al 70% le risposte date dagli stakeholders nei questionari: questo permette di mantenere un equilibrio tra analisi documentali oggettive e percezione soggettiva dell'importanza delle tematiche.

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

Con questa soglia, **9 dei 13 temi individuati dall'analisi documentale risultano essere rilevanti per Gi Group Holding.** Di questi temi viene data una descrizione generale e del loro perimetro nella seguente tabella, ove sono elencati in ordine di rilevanza.

Ogni Country e ogni Practice ha facoltà di includere all'interno dei propri piani di miglioramento per il 2022 i temi più allineati al proprio contesto. L'obiettivo condiviso per tutto il Gruppo è quello di mantenere un focus costante sui temi emersi con maggior rilevanza, sia dal punto di vista dello sviluppo delle attività e delle iniziative prettamente di CSR, che dal punto di vista dell'integrazione a livello di business.



In particolare, da questo punto di vista, i tre temi che hanno raggiunto il grado maggiore di rilevanza sono quelli che risultano anche più frequentemente connessi con l'articolazione del framework del **Lavoro Sostenibile**, che sta emergendo come tratto caratteristico del Gruppo, a partire dall'elaborazione della Casa Madre.

TEMA MATERIALE	DESCRIZIONE	DOVE SI VERIFICANO GLI IMPATTI	COINVOLGIMENTO DEL GRUPPO
Formazione e approccio multigenerazionale al mondo del lavoro	Attivazione di percorsi di upskilling e reskilling per l'accesso a nuove mansioni e contrasto al digital gap tra generazioni, con acquisizione di competenze tecniche legate all'utilizzo di nuovi strumenti.	Gi Group, Lavoratori somministrati, Candidati, Clienti	Causato dal Gruppo e direttamente collegato attraverso una relazione di business.
Innovazione dei modelli operativi e mutato ruolo dei vertici	Necessità di dotazioni digitali per tutti i lavoratori coinvolti nello smart/remote working e 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	Politiche di inclusione, diritto a un salario che permetta accesso ai servizi di base e possibilità di scegliere un lavoro dignitoso che si svolga in un ambiente che salvaguardi l'integrità fisica e mentale dei lavoratori.	Gi Group, Lavoratori somministrati, Candidati, Clienti	Causato dal Gruppo e 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, Clienti	Causato dal Gruppo e 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, Clienti.	Causato dal Gruppo e 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	Aumento della flessibilizzazione dell'occupazione per ridurre i costi e migliorare la produttività e aumento dei contratti non-standard per meglio conciliare vita lavorativa e privata.	Gi Group, Lavoratori somministrati, Candidati, Clienti	Causato dal Gruppo e 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, Clienti	Causato dal Gruppo e direttamente collegato attraverso una relazione di business.
Differenze di genere nel mondo del lavoro	Contrasto al 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, Clienti	Causato dal Gruppo e direttamente collegato attraverso una relazione di business.

5

Lavoro sostenibile

- 5.1 Il nostro percorso per il Lavoro Sostenibile
- 5.2 Il Framework
 - 5.2.1 La responsabilità della Persona
 - 5.2.2 La responsabilità delle Imprese
 - 5.2.3 La responsabilità delle Istituzioni



5.1

Il nostro percorso per il Lavoro Sostenibile

Nel suo agire il Gruppo è guidato dalla profonda convinzione che è **attraverso le azioni di oggi che diamo forma al futuro**, facendo 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, arrivando a scegliere di riscrivere i Valori aziendali inserendo fra loro la sostenibilità.

Siamo infatti consapevoli che il percorso verso la sostenibilità è un cammino di continua crescita ed evoluzione, che è stato intrapreso ma rispetto al quale nessuno può sentirsi arrivato e sappiamo bene che tanto resta ancora da fare.

Lungo questo cammino Gi Group Holding, consapevole del suo importante ruolo nel mondo del lavoro per aziende, persone e società, ha sentito l’esigenza di dare vita a una sua Fondazione con l’obiettivo di sostenere lo sviluppo della cultura del lavoro, intesa come educazione al valore personale e sociale del lavoro, attraverso iniziative gratuite e culturali, non necessariamente connesse al business e non sottoposte alle logiche di convenienza del business, in grado di rafforzare, sia all’interno dell’azienda che all’esterno, il senso del lavoro, favorendo riflessioni su di esso, tenendo vivo il purpose aziendale e sollecitando in modo continuativo una discussione culturale

e pratica per identificare soluzioni per migliorare il mondo del lavoro. La Casa Madre mantiene con la sua Fondazione un rapporto di interscambio intimo e profondo lasciandosi “contaminare”, “interrogare” e “sollecitare” rispetto ai temi del lavoro e finanziandone le attività. Sostegno dell’accesso dei giovani al mondo del lavoro, riduzione di skill-mismatch, disoccupazione giovanile, tassi di neet, promozione di una flessibilità “virtuosa” in grado di rispondere alle esigenze delle aziende e al contempo garantire sicurezza alle persone, il futuro del lavoro: questi sono da sempre temi al cuore dell’attività della Fondazione. In occasione del ventesimo compleanno del Gruppo, la Fondazione ha dato vita a un progetto editoriale, “Next 20: il futuro del lavoro” pubblicato da Fondazione Gi Group e Harvard Business Review Italia, in cui studiosi di riferimento, a livello nazionale e internazionale in diversi ambiti di studio,

hanno presentato le loro riflessioni rispetto alle sfide del mondo del lavoro nei prossimi 20 anni¹. Coinvolgendo personalità del mondo accademico, istituzionale e aziendale, Fondazione Gi Group ha 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**.

Dotandosi di un **Comitato Scientifico**, attraverso **l'Osservatorio**, la Fondazione ha potuto definire una prospettiva di pensiero, punto di partenza su cui è stato avviato un confronto 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 durante il biennio all'interno della Capogruppo**, e da questo punto di origine si sta irradiando con sempre maggior chiarezza per mantenere allineato tutto il Gruppo.

“Gi Group Holding ha sentito l'esigenza di dare vita a una sua Fondazione con l'obiettivo di sostenere lo sviluppo della cultura del lavoro.”



¹ Rapporto Sussidiarietà 2020/2021, dal Titolo: Sussidiarietà e... Lavoro Sostenibile - Fondazione per la Sussidiarietà (sussidiarieta.net)

5.2

Il Framework

“Lavoro sostenibile”: fondamento della ripartenza in un mondo in profondo e veloce cambiamento.



Stiamo attraversando un tempo di profondo e veloce cambiamento in cui **svolte tecnologiche, mutata composizione demografica mondiale, scarsità di risorse, spostamento del potere economico verso i Paesi in via di sviluppo, nuove attitudini e preferenze individuali nonché nuove norme e regole del lavoro** richiedono a persone, aziende e istituzioni di **ripensare e rivedere il loro ruolo all'interno della realtà sociale ed economica**. Tale esigenza è stata acuita e resa ancora più urgente dalla grave situazione di crisi sanitaria ed economico-sociale generata dal **COVID-19**.

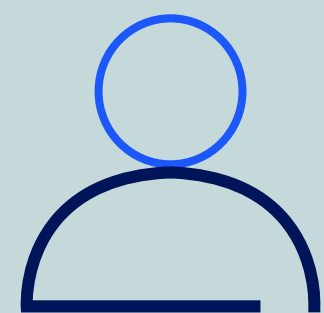
Convinti che, per quanto difficile, ogni momento di crisi possa rappresentare un'occasione di evoluzione e di crescita e, consapevoli che nessuno può prevedere con certezza come evolverà la situazione nel medio termine, possiamo però immaginare che la congiuntura attuale non possa essere interpretata come un'emergenza dopo la quale si ritornerà ad uno stato di “normalità” pre-crisi.

Per evitare che si disgreghi il tessuto sociale ed economico del Paese sarà necessario agire velocemente coinvolgendo e facendo cooperare fra loro persone, organizzazioni,

corpi intermedi, parti sociali, mondo della scuola e istituzioni per dare vita a sistemi produttivi, a sistemi di politica economica e a organizzazioni sociali profondamente trasformati, innovativi e flessibili per:

“Realizzare uno sviluppo sostenibile capace di soddisfare i bisogni del presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri”

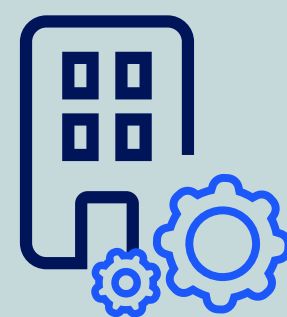
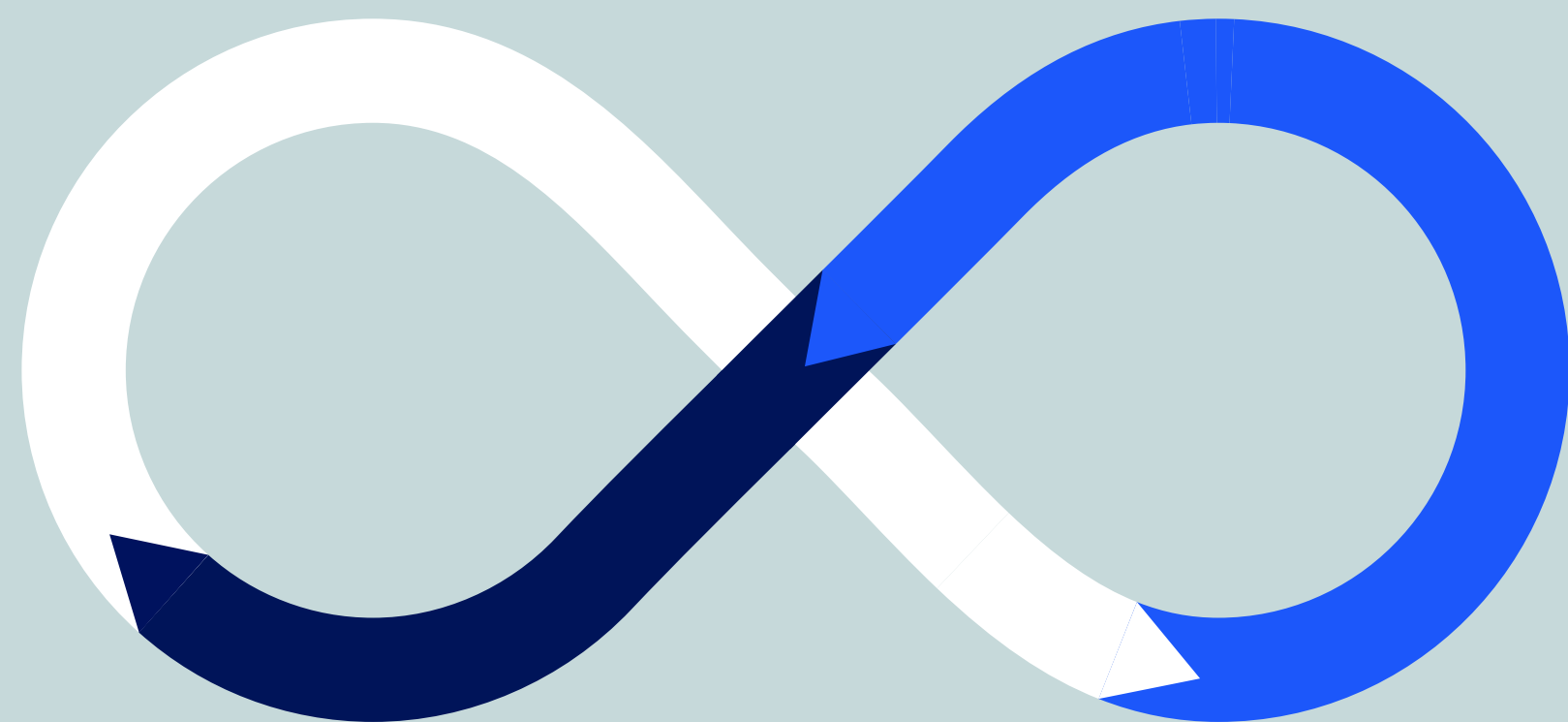
OUR COMMON FUTURE,
BRUNDTLAND, 1987



Persona



Istituzioni
/Società



Imprese

All'interno di questo contesto, in continuo e veloce cambiamento il **lavoro** deve **assumere centralità** e deve essere reso sostenibile per le persone, le organizzazioni e la società, nella consapevolezza che digitalizzazione e transizioni frequenti influiscono, e influiranno sempre più profondamente, sul concetto stesso di lavoro. Come sottolineato nel 2015 da Eurofound:

“Lavorare in modo sostenibile significa, innanzitutto, creare le condizioni affinché le persone possano sviluppare la propria professionalità e rimanere attive durante tutta la loro vita in un’ottica di costante occupabilità, eliminando i fattori che scoraggiano od ostacolano l’ingresso, la permanenza e la crescita nel mondo del lavoro.”

Poiché 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, abbiamo ritenuto **urgente iniziare a confrontarci con imprese, parti sociali e istituzioni per meglio definire il concetto di «lavoro sostenibile»** per persone, organizzazioni e società, all’interno dei contesti economici in cui siamo presenti, identificando le condizioni che possono favorirne l’attuazione.

5.2.1

La responsabilità della Persona

1. Svolgere un lavoro dignitoso, cogliendo il senso e il valore di ciò che si fa e del bisogno a cui si risponde alimentando la consapevolezza del proprio valore come persona e della propria professionalità perseguendo la soddisfazione lavorativa

Ciascuna persona contribuisce a rendere sostenibile il proprio lavoro e quello dell'azienda in cui opera attraverso il contributo dato e i comportamenti agiti nella generazione di valore per sé, per i clienti e per i colleghi, svolgendo le mansioni affidate con competenza, responsabilità e tensione all'eccellenza.

Per essere sostenibile il lavoro deve essere dignitoso (SDG 8), così da permettere a ciascuno di perseguire in modo libero la propria soddisfazione lavorativa.

La sostenibilità del lavoro è strettamente legata al senso che ognuno riconosce al lavoro svolto, alla congruità fra valori, interessi, competenze e mansioni e alla capacità di costruire attraverso di esso una propria identità personale (**dimensione senso**).

Anche il rapporto di lavoro, inteso come contratto regolare, che riconosca una retribuzione in linea con la mansione, l'apporto dato e la qualità del lavoro svolto (**dimensione legale**

ed economica) contribuisce a rendere ciascuno consapevole del proprio valore e della propria professionalità. Senso del lavoro e consapevolezza del proprio valore sono due primi elementi atti a creare le condizioni per poter perseguire la soddisfazione lavorativa che è anche determinata da:

- percezione di sicurezza (in termini di capacità occupazionale nel medio-lungo termine), di salute e sicurezza del luogo di lavoro e di facilità e velocità nelle transizioni di lavoro (**dimensione sicurezza**);
- sviluppo continuativo di competenze tecniche, personali e sociali che rafforzano un'identità professionale e aprono a possibilità di crescita (dimensione competenza);
- creazione di relazioni partecipative, collaborative, di fiducia caratterizzate da una comunicazione aperta e trasparente (**dimensione relazionale**);
- presenza di un ambiente di lavoro inclusivo in cui le capacità e il contributo di ognuno siano riconosciuti, attivati e valorizzati (**dimensione di valorizzazione**);
- grado di autonomia e responsabilità che può essere esercitato nella gestione del proprio lavoro in termini di modalità, orari, spazi e intensità di lavoro (**dimensione di agilità**).



2. Tutelare il benessere psico-fisico individuale anche attraverso un corretto equilibrio vita professionale ed extra professionale

Se da un lato è compito dell'azienda assicurare un ambiente di lavoro salubre e sicuro, caratterizzato da processi di lavoro, strumenti, attrezzature e macchinari in grado di coniugare **sicurezza** e produttività, dall'altro ogni lavoratore può rendere il proprio lavoro più sostenibile **assumendo comportamenti che siano rispettosi delle regole date a livello aziendale e sociale e imparando a gestire meglio il proprio compito lavorativo** in termini di organizzazione individuale, effort, carico emotivo e stress. Oltre all'attenzione ai temi di salute e sicurezza, il benessere psico-fisico delle persone viene sostenuto dal lavorare in un **contesto accogliente, inclusivo e collaborativo** che pone attenzione al **giusto equilibrio vita-lavoro**, favorisca autonomia, e responsabilità e metta a disposizione servizi di **welfare e benessere**.

3. Investire nello sviluppo delle competenze utili ad alimentare la propria professionalità e spendibilità nel mercato del lavoro per stare al passo con un mondo del lavoro in continua trasformazione

Ogni persona deve contribuire attivamente a rendere il proprio lavoro sostenibile, interessandosi e impegnandosi proattivamente nel rafforzamento delle proprie competenze. Nell'ambito del proprio lavoro deve essere sviluppata la capacità di **"imparare ad imparare"** prevedendo un adeguato e continuo spazio per la **formazione** e lo **sviluppo professionale**, attraverso percorsi di addestramento e aggiornamento utili sia per incrementare la propria capacità di generare valore, sia per sviluppare la propria carriera, sia per rimanere al passo con l'evoluzione della domanda di lavoro (cura dell'occupabilità personale).

4. Costruire relazioni professionali capaci di generare fiducia, riconoscimento, spirito di squadra e valorizzazione del talento

Ogni persona deve operare **sentendosi "libera" di essere ed esprimere la propria specificità** in modo rispettoso dell'altro e con una continua tensione a costruire **relazioni basate sulla fiducia**, sulla condivisione delle informazioni, sulla collaborazione e sul desiderio di contribuire attivamente al successo aziendale. Sviluppare il senso di cittadinanza attiva può agevolare questo percorso. La **cittadinanza attiva** porta sia a partecipare attivamente alla vita sociale vedendo gli altri come un aiuto e una risorsa per affrontare e risolvere insieme i problemi che riguardano la collettività sia a impegnarsi in prima persona per realizzare attività che consentano di raggiungere obiettivi comuni, diventando protagonisti di cambiamenti migliorativi.



5.2.2

La responsabilità delle Imprese

1. Accrescere la resilienza e la capacità di rispondere in modo agile ai cambiamenti del mercato.

In un contesto estremamente incerto e mutevole, il ruolo delle imprese nel contribuire alla sostenibilità del lavoro si istanzia nella capacità di migliorare la propria resilienza. Ciò comporta la capacità di gestire le risorse in modo bilanciato per poter crescere senza perdere in agilità. Un significativo contributo per creare il giusto assetto operativo può venire dall'uso di soluzioni di flessibilità tutelata che, pur garantendo la necessaria adattabilità delle imprese alla fluttuazione del mercato, favoriscano al massimo la permanenza delle persone "nel lavoro" anche attraverso esperienze temporanee caratterizzate da parità di trattamento con i lavoratori assunti a tempo indeterminato, e da strumenti che facilitino e sostengano l'accesso e la continuità di lavoro anche durante le fasi di transizione.

2. Privilegiare l'innovazione e la creazione di valore come guida per la gestione del cambiamento del medio-lungo periodo identificando nuove modalità con cui coniugare efficienza, produttività e distribuzione del profitto

L'innovazione dei processi, dei prodotti e dei modelli di business come fattore indispensabile per assicurare la **competitività dell'impresa** nel medio-lungo periodo è un elemento essenziale per la sostenibilità del lavoro. Per questo deve essere perseguita, sostenuta e incentivata l'innovazione intesa, soprattutto, come capacità di rispondere ai nuovi bisogni del mercato e delle persone con soluzioni di valore, con l'uso esteso delle tecnologie digitali, con metodologie di gestione del cambiamento, con nuove modalità di organizzazione del lavoro e nuovi **stili di leadership più "partecipativi ed inclusivi"** per favorire una maggiore assunzione di responsabilità e di coinvolgimento nelle evoluzioni aziendali da parte di tutti. In tal senso, la digitalizzazione dei processi deve essere vista non solo in chiave di automazione e produttività ma, anche, come modalità per abilitare nuove forme di collaborazione e accessibilità al know-how aziendale.

3. Assicurare diritti umani e lavoro dignitoso ed inclusivo per poter valorizzare anche le persone più "fragili"

L'impresa svolge la propria attività garantendo **diritti umani** e condizioni di **lavoro dignitoso** alle persone che coinvolge direttamente (dipendenti) e indirettamente (fornitori e partner). Promuovere il lavoro sostenibile vuol dire anche accorgersi e farsi carico delle persone "fragili" cogliendo e valorizzando le loro capacità e sensibilità che diventano risorse produttive, motivazionali e valoriali, mettendo in atto politiche di inclusione con impatto a livello culturale e organizzativo.



4. Investire nella formazione e nella valorizzazione delle persone rendendole ingaggiate e produttive

Nel contesto volatile, incerto, complesso e ambiguo attuale l'obsolescenza delle competenze è un rischio costantemente presente. La sostenibilità del lavoro richiede all'azienda di **porre grande attenzione allo sviluppo del capitale umano** attraverso l'identificazione e il finanziamento dei percorsi di formazione necessari per far evolvere le competenze tecniche e trasversali "necessarie" a mantenere sia la competitività dell'azienda sia l'occupabilità dei lavoratori. La formazione professionale e manageriale così come la qualificazione e la ri-qualificazione delle persone è diventato un elemento chiave per la sopravvivenza e l'evoluzione di ogni organizzazione e deve essere perseguita e sostenuta con specifici processi e strumenti capaci di motivare e facilitare l'apprendimento continuo non solo a livello personale ma anche organizzativo. In questo ambito è importante arrivare alla **certificazione delle competenze professionali**.

La **valorizzazione del capitale umano** presuppone anche lo sviluppo di soluzioni organizzative capaci di assicurare la **regolarità di contratti, retribuzioni e contribuzioni**, la **salute psico-fisica** e il **benessere delle persone**, nonché un **ambiente di lavoro non discriminatorio, inclusivo, equo e meritocratico**, che mette a disposizione soluzioni per favorire un soddisfacente **equilibrio fra vita professionale e privata**.

5. Creare un ambiente di lavoro capace di valorizzare donne, giovani e persone con significativa anzianità lavorativa, assicurando equità, meritocrazia e soluzioni di lavoro coerenti con le loro specifiche esigenze

Valorizzare appieno il talento e il contributo di **donne, giovani e persone con significativa anzianità lavorativa** è una **priorità** assoluta per la sostenibilità del lavoro che presuppone **l'eliminazione delle barriere** per il loro ingresso e sviluppo nell'azienda, **l'adozione** di un **approccio** che combini fra loro **equità, meritocrazia e risposte coerenti alle differenti esigenze**, l'apertura verso **nuove modalità di lavoro e stili di leadership**.

6. Ridurre gli sprechi e porre attenzione all'impatto ambientale e sociale agendo in ottica di promozione e competitività del territorio

l'impegno dell'azienda al sostegno dei bisogni della società civile e allo sviluppo delle filiere in cui si opera attuando **politiche di responsabilità sociale d'impresa** così come lo sviluppo di un'economia circolare, la **riduzione degli sprechi di risorse economiche, naturali ed energetiche** e la **riduzione di inquinamento e rifiuti** contribuiscono alla sostenibilità del lavoro attraverso lo sviluppo della competitività e della resilienza dei territori in cui si opera.

Questo approccio sottende un impegno dell'azienda nel **creare valore condiviso con tutti gli stakeholder in modo duraturo nel tempo** (rispetto e trasparenza verso dipendenti, clienti, fornitori e distributori, ambiente e comunità) misurando le decisioni di business, analizzando tutti gli impatti economici e non economici che esse determinano e comunicando gli impatti di sostenibilità delle decisioni per ciascun stakeholder.

5.2.3

La responsabilità delle Istituzioni

1. Sostenere lo sviluppo delle aziende attraverso efficaci politiche industriali capaci di creare opportunità di lavoro

Per rendere il lavoro sostenibile occorre innanzitutto rendere possibile la creazione di opportunità di lavoro. Le istituzioni sono chiamate a valorizzare il contributo fornito dalle aziende nella generazione di valore per il Paese e di occasioni di lavoro per le persone, realizzando **interventi per risolvere i problemi strutturali e infrastrutturali** (es. strade, connessioni internet), **definire politiche industriali** volte allo sviluppo “sostenibile” dei territori, favorire la **competitività del mercato del lavoro** e **incentivare gli investimenti in innovazione**, ponendo **attenzione agli impatti ambientali**.

È anche necessario **innovare i processi e le procedure** connesse al **lavoro semplificando** i passaggi e le richieste di produzione di documentazione creando standard comuni e condivisi.

2. Combattere efficacemente il lavoro nero e l'evasione contributiva e fiscale

Occorre innanzitutto **far emergere dall'informalità i lavori fino ad ora “invisibili”** (es. agricoltura, turismo, ristorazione, logistica, lavoro domestico, lavoro di cura, servizi alla persona) **riducendo le imposizioni contributive e fiscali** a carico del datore di lavoro e favorendo il ricorso a strumenti contrattuali che permettano la regolarizzazione dei lavoratori. Vanno pertanto **rafforzati controlli e sanzioni** con efficacia reale al fine di **eliminare tutte le forme di sfruttamento e di lavoro irregolare**.



3. Sviluppare le politiche attive del lavoro e sostenere un più veloce ed efficace incontro fra domanda e offerta attraverso la collaborazione fra pubblico e privato nell'attuazione dei servizi al lavoro, con particolare attenzione a donne, giovani, persone con significativa anzianità lavorativa e lavoratori fragili

L'incertezza e la volatilità del mercato si ripercuotono sul mondo del lavoro rendendo necessario un intervento da parte delle istituzioni per ridurre il più possibile la pressione sugli ammortizzatori passivi e supportare la riconversione delle professionalità che non risulteranno adatte al nuovo mercato del lavoro. Diventa quindi indispensabile **sviluppare le politiche attive del lavoro** e mettere in campo **servizi di formazione mirata agli sbocchi occupazionali esistenti**, favorendo una riqualificazione che sposti le professionalità da settori e attività in declino a settori e attività in evoluzione, così come **servizi di orientamento professionale differenziati** con particolare attenzione a per giovani e adulti, per categorie di persone disabili fisiche e psichiche e servizi di assistenza intensiva personalizzata a chi si trova in difficoltà nella ricerca della nuova occupazione.

Di conseguenza, occorre:

- riequilibrare la spesa pubblica fra politiche del lavoro passive e politiche del lavoro attive a favore di queste ultime;
- prevedere il coinvolgimento dei percettori di ammortizzatori sociali in lavori di pubblica utilità o in attività formative "in linea con richieste del mercato" che favoriscano il loro reingresso nel mondo del lavoro;
- valorizzare le competenze e l'expertise delle Agenzie per il lavoro private per favorire un miglior incrocio fra domanda e offerta di lavoro e promuovere maggior cooperazione fra CPI e operatori privati.

4. Promuovere la flessibilità «sostenibile» che risponda alle necessità delle aziende e delle persone tutelando e accompagnando negli equilibri vita-lavoro e nel corso delle transizioni di lavoro

Diventa sempre più urgente dare vita a un mercato del lavoro in cui l'**incontro fra domanda e offerta** sia più **dinamico**. Tale dinamicità può essere favorita da una **maggior trasparenza rispetto ai dati del mercato** (per area geografica, genere, età, tipologia contrattuale, livello di istruzione, livello di reddito; secondo standard uniformi e condivisi, continuamente aggiornati e accessibili) e da una maggior **semplicità di accesso** e utilizzo di **forme contrattuali** che permettano un veloce e **flessibile** adattamento della forza lavoro o delle ore di lavoro ai volumi produttivi e alle caratteristiche della domanda di mercato **garantendo** contestualmente alle persone una **piena tutela di diritti e di trattamento** e **supportando** in modo efficace le persone nelle **transizioni di lavoro** (da scuola a lavoro e da lavoro a lavoro).

In particolare, guardando al lavoro somministrato tramite Agenzia, che offre maggior possibilità di continuità lavorativa ai lavoratori, appare urgente eliminare le limitazioni introdotte dagli ultimi interventi normativi.

Per garantire una Flessibilità "sostenibile" sia per le persone che per le aziende le istituzioni sono chiamate anche a intervenire per **favorire un maggior equilibrio fra tempi di vita e di lavoro** investendo in infrastrutture, in soluzioni di servizio a costi calmierati, in interventi economico-fiscali e incentivi organizzativi volti a supportare flessibilità di orari, sostegno alle attività di cura, nonché in azioni volte a incentivare una più equa redistribuzione dei carichi di cura all'interno dei nuclei familiari.

5. Ridurre il disallineamento formativo promuovendo una formazione personale e professionale di qualità per attivare, alimentare e aggiornare le capacità e le competenze delle persone

Il fenomeno del **disallineamento formativo** (skill mismatch) drena energie e risorse al mondo del lavoro (milioni di posti di lavoro restano scoperti ogni anno per mancanza di persone in grado di ricoprirli) e va **affrontato in modo strutturale e sistemico**.

Per rendere il lavoro sostenibile, le istituzioni dovranno:

- sollecitare la revisione dei programmi scolastici e rafforzare i momenti di connessione e contaminazione fra scuola e mondo del lavoro (tirocini, stage, apprendistati);
- investire con determinazione sulla formazione e l'aggiornamento continuo delle competenze delle persone di tutte le età per renderle coerenti alle esigenze del mercato e alla sua evoluzione, finanziando con risorse pubbliche solo i corsi di migliore qualità in base al tasso di efficacia della formazione impartita (tasso di coerenza tra formazione impartita e sbocchi occupazionali effettivi) alimentando così l'occupabilità delle persone e rendendo possibile spostare professionalità fra settori diversi;
- investire in soluzioni che rendano possibile l'effettiva attivazione delle capacità delle persone;
- promuovere la definizione di sistemi di certificazione competenze con validità nazionale ed internazionale.²

² Fonte Fondazione Gi Group Il Framework - Fondazione Gi Group



Gi Group SpA Italia: Società Benefit

- 6.1 Il nostro percorso di adozione
- 6.2 Le nostre finalità di beneficio comune



6.1

Il nostro percorso di adozione

Come conseguenza del nostro approccio al mondo del lavoro, espresso dalla nostra mission ed evoluto attraverso la formulazione del Framework del Lavoro Sostenibile, il 22 luglio 2021 Gi Group SpA, capogruppo operativa del nostro ecosistema, ha assunto ufficialmente la forma giuridica 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.

La dichiarazione di impegno viene perseguita modificando formalmente lo Statuto societario, inserendo nell’oggetto sociale le finalità di beneficio comune che si intende perseguire sia con specifiche attività dedicate che in maniera integrata 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 Gi Group assume rispetto ai suoi portatori di interesse. In virtù di ciò, ci impegniamo a redigere una Relazione di Impatto, documento con perimetro annuale che ha lo scopo di dare evidenza dei progressi fatti riguardo il raggiungimento delle finalità di beneficio comune definite nello statuto e degli impatti generati dall’azienda riguardo varie aree (Governo di Imprese, Lavoratori, Ambiente, Altri Stakeholders).

Per presidiare la coerenza di governance e operations rispetto al corretto perseguimento del beneficio comune dichiarato, il ruolo di Responsabile d’Impatto è stato attribuito a un organismo collegiale composto dagli amministratori della società e dai responsabili delle funzioni HR, Marketing, Compliance – CSR, più un membro individuato nella Fondazione Gi Group, a sottolineare l’importante e costante contaminazione tra i poli del Gruppo.

Questa scelta permette a noi e ai nostri partner commerciali di governare in maniera più efficace ed organica i rischi e le opportunità associati ai fattori ESG (Environment – Social – Governance), impegnando il management e tutti i dipendenti dell'azienda a standard più elevati di scopo, responsabilità e trasparenza.

● SCOPO

In quanto Società Benefit, siamo impegnati 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.

Assumendo questa forma giuridica abbiamo deciso di perseguire una strada di massima coerenza, già mostrata con l'assunzione nel 2017 della certificazione SA8000.



6.2

Le nostre finalità di beneficio comune

LE PERSONE: CANDIDATI, LAVORATORI E DIPENDENTI

- Promozione/svolgimento di iniziative/attività di supporto all'accesso al mondo del lavoro, creando e aggiornando le competenze coerenti con il mercato, al fine di massimizzare i livelli di occupazione;
- Promozione/svolgimento di iniziative/attività di supporto alla crescita personale/professionale e alla gestione delle transizioni lavorative per la permanenza nel mondo del lavoro;
- Promozione/svolgimento di iniziative/attività di supporto al corretto equilibrio tra vita professionale ed extra professionale.

LA COMUNITÀ

- Sviluppo di iniziative/strumenti che favoriscano l'incontro fra domanda e offerta di lavoro;
- Sviluppo di iniziative/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;

- Promozione di studi e ricerche, svolgimento di iniziative, anche culturali, direttamente o in networking per l'attuazione di modelli economici replicabili nel mercato del lavoro, compresa la diffusione di una cultura del «lavoro sostenibile»;
- Collaborazione con enti no profit, associazioni ed altre istituzioni attive nella promozione di progetti o servizi coerenti con le ns. finalità di beneficio.

LE ISTITUZIONI

- Formulazione/promozione di proposte che aiutino l'evoluzione normativa del lavoro, coniugando esigenze di flessibilità del mercato e di continuità lavorativa delle persone;
- In logica di sussidiarietà, promozione della collaborazione pubblico-privato per l'inserimento lavorativo anche delle persone svantaggiate.

L'AMBIENTE E IL TERRITORIO

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



7

Le nostre persone

- 7.1 I nostri dipendenti
 - 7.1.1 Talent Acquisition & Employer Branding
 - 7.1.2 La comunicazione Interna
 - 7.1.3 Learning and Development
 - 7.1.3.1 Learning and Development Analytics
 - 7.1.4 HR Analytics
 - 7.1.5 Le iniziative a livello nazionale
- 7.2 I nostri candidati e lavoratori
 - 7.2.1 Le iniziative a livello nazionale



7.1

I nostri dipendenti



Nei primi mesi del 2020, prima che fossimo tutti travolti dalla crisi mondiale, abbiamo lanciato una campagna globale per far rivivere a tutti con esempi concreti la nostra Mission e i nostri Valori. Siamo stati fortunati, perché questo ci ha aiutato mese dopo mese a ricordare a tutti il perché stiamo insieme in questa impresa di voler cambiare per il meglio il mondo del lavoro e il come lo possiamo fare seppure in mezzo ad una crisi inaspettata. È stato **grazie ai nostri Valori che abbiamo tenuto insieme** ogni giorno **tutti i dipendenti, uniti anche se a distanza**. E partendo da questo obiettivo abbiamo riorganizzato il nostro programma di lavoro e ci siamo dedicati prima di tutto alla cura di ciascuno. Ogni Paese ha vissuto in maniera distinta e in tempi differenti l'esperienza della pandemia, dovendosi confrontare con le specifiche misure definite dai governi nazionali e con impatti diversi sui diversi business e attività. Non è venuto meno però il punto di riferimento centrale, che ha permesso di incrementare addirittura il senso di appartenenza, proprio durante la crisi.



**2020 CSR
GOAL ACHIEVED**
FORMAZIONE, ENGAGEMENT E
BENESSERE DEI DIPENDENTI INTERNI

Grazie al coordinamento tra le funzioni aziendali, abbiamo affrontato gli effetti della pandemia per prima cosa **mettendo in sicurezza le persone** attraverso:

- l'accesso allo smart working;
- la creazione e diffusione di linee guida per la gestione della pandemia;
- un sistema di coordinamento e allineamento costante con il management locale;
- un monitoraggio puntuale dei casi e delle criticità.

Nel contempo abbiamo rivisto la programmazione delle attività, focalizzandoci su due obiettivi: **il coinvolgimento**, in particolare tramite la comunicazione interna, e la **formazione continua di tutti i dipendenti e collaboratori**.

Ci siamo dedicati a diffondere e rendere disponibili tutti i contenuti necessari per gestire il lavoro a distanza e per **supportare clienti, candidati e lavoratori**. La formazione on line non è una novità nel Gruppo, ma in questo biennio i contenuti sono aumentati in modo esponenziale, così come il knowledge sharing e la condivisione di best practices.

Oltre a questo, abbiamo mantenuto il piano operativo delle iniziative globali come il rafforzamento dei team HR Locali, la mappatura per il lancio di percorsi di sviluppo e carriera globali e la definizione delle nuove funzionalità del sistema di gestione del personale.

Il 2021 è stato poi un anno ricco di cambiamenti ma anche di consolidamento di quanto appreso nel primo anno di pandemia.

Per consentire all'azienda un'evoluzione continuativa, offrendo maggiori opportunità di crescita professionale a tutti i dipendenti del Gruppo abbiamo:

- Ridisegnato i percorsi di ricerca e selezione dei dipendenti;
- Rafforzato i percorsi di mobilità interna;
- Lanciato le campagne di Employer Branding con il nostro motto "changelives";
- Rinforzato la comunicazione interna e le iniziative di formazione sia "virtuale" che in presenza e ulteriormente diffusi i programmi di formazione digitale e "mentoring".



7.1.1

Talent Acquisition & Employer Branding

In linea con la strategia del Gruppo, la funzione HR ha finalizzato il disegno della **Employee Value Proposition** e ha rinforzato la comunicazione diffondendo il nostro motto “**Change Lives**” attraverso i nostri canali online e offline.

#ChangeLives



**2020 CSR
GOAL ACHIEVED**
DEFINIZIONE DELLA EMPLOYEE VALUE
PROPOSITION DI GRUPPO

LA NOSTRA EVP SI BASA SU TRE PILASTRI:

UNA PASSIONE CONDIVISA

Il nostro team global è composto da persone di grande talento con competenze varie che si uniscono per trasformare il settore e cambiare vite in meglio. Abbiamo background diversi e lavoriamo in diverse sedi nel mondo, ma condividiamo tutti lo stesso scopo: mettiamo le persone al centro di tutto, cominciando proprio da quelle che ci circondano. Ascolto e collaborazione sono elementi essenziali per lavorare insieme: grazie alla nostra passione possiamo davvero cambiare il mondo del lavoro in meglio.

IMPARARE A CRESCERE

Vogliamo sempre migliorare, sia come azienda sia come individui. Grazie alla nostra organizzazione potrai cogliere le opportunità più adatte a te per imparare e crescere. Sarai tu il protagonista e l'attore principale della tua crescita in azienda!

UN UNICO OBIETTIVO

Siamo orgogliosi della nostra storia, di chi siamo e da dove veniamo, ma non abbiamo ancora smesso di voler crescere. Pensiamo in modo innovativo e veniamo incoraggiati a imparare dagli errori. Ciò significa che qualunque sia il tuo ruolo, la tua sede o la società del Gruppo per cui lavori, sarai valutato per il tuo impegno e ti offriremo le condizioni adatte per raggiungere risultati sempre migliori.

La strategia di engagement sviluppata su questi temi fondamentali ha permesso di rinforzare anche le iniziative di comunicazione, oltre che la condivisione di informazioni e scambio di conoscenza con stakeholder interni e esterni (**Knowledge Sharing**).

Questo percorso ha reso evidente anche un altro punto cardine della nostra EVP, che definiamo “**Give and Get**”, ovvero il forte arricchimento professionale e personale di cui beneficiano i nostri dipendenti grazie all'impatto che il nostro lavoro produce sulla vita delle persone che incontriamo.

Oltre alle tradizionali metodologie e tecniche di talent acquisition, abbiamo pianificato specifiche iniziative di employer branding volte a posizionare il Gruppo e i singoli brand sul target audience di riferimento, per essere riconosciuti come un “Employer of choice”. Gi Group Holding è infatti un ecosistema globale di servizi HR integrati dedicato all’evoluzione del mercato del lavoro tramite la creazione di ambienti di lavoro sostenibili e piacevoli che aiutino a cambiare la vita delle persone.

LA NOSTRA STRATEGIA DI EMPLOYER BRANDING SI BASA SU DUE ASSET STRATEGICI:

CONDIVIDERE LA NOSTRA IDENTITÀ E STORIA UNICHE

Una strategia di employer branding stimolante, coinvolgente ed efficace si basa su come comunichiamo la nostra Mission, EVP, Valori e Attitude al nostro target. Tono di voce, messaggi principali, motto, contenuti significativi, campagne, testimonianze e ambasciatori sono le nostre risorse per attrarre e coinvolgere i migliori talenti, favorendo anche la nostra reputazione.

OFFRIRE AI CANDIDATI E AI DIPENDENTI UN’ESPERIENZA INDIMENTICABILE

Ogni punto di contatto con le persone parla di noi. Dall’esperienza della candidatura (“trova un lavoro e ottieni il tuo feedback”) al sostegno dei nostri dipendenti (programma Ambassador). La coerenza tra ciò che diciamo e ciò che facciamo è fondamentale. Un’esperienza indimenticabile fa la differenza per il successo della nostra strategia di employer branding.



7.1.2

La comunicazione interna

Nel corso del 2020, complice anche l'impatto che il Covid-19 ha avuto sulle dinamiche lavorative, il focus principale della comunicazione interna è stato **l'engagement delle persone, il knowledge sharing** e la creazione e implementazione di piattaforme e format che puntano al raggiungimento di una **prospettiva globale**, attraverso una serie di iniziative e progetti. Anche nel 2021 l'engagement delle nostre persone è rimasto uno dei focus e obiettivi principali della comunicazione interna insieme alla necessità di attivare tutte le leve per la **condivisione delle conoscenze e delle best practice**.

76%

Indice di benessere aziendale

73%

Indice di benessere delle persone

76%

dei dipendenti "diffondono energia"

86%

Fiducia

79%

Engagement

COMUNICAZIONE INTERNA DEL CEO (2020 - 2021)

Nel 2019 abbiamo introdotto il primo live webcast interattivo, "**Live with Stefano-Colli Lanzi**", e nel 2020 l'evento è stato riproposto 7 volte tra i mesi di Marzo e Novembre.

Durante il 2021 la comunicazione interna da parte del CEO ha assunto carattere di maggior stabilità, trasformando l'urgenza dettata dalla pandemia in un appuntamento periodico che ha portato importanti contenuti e motivazioni a tutti i dipendenti.

Il continuo flusso di comunicazione, specie in un momento complesso, ha permesso di:

- informare e aggiornare in modo univoco i dipendenti su risultati, Valori e andamento delle fasi di rebound;
- aumentare il senso di appartenenza e connessione;
- contribuire al mantenere una linea di comunicazione globale attiva e recettiva ai bisogni dei dipendenti.

APP GINET SOCIAL (2020 - 2021)

Con obiettivo di promuovere il rafforzamento della cultura della collaborazione e del **knowledge sharing** a livello globale,

e allo scopo di creare una piattaforma smart e interattiva per aumentare l'engagement e l'interazione, nel 2020 è stata ufficialmente lanciata l'app **GiNET Social**.

Globalmente nel 2020 contiamo:

- Circa **30.000 accessi** a GiNET Social;
- **8679 post**;
- Oltre **26.000 like**;
- Circa **5900 commenti**.

ENERGY MATRIX & ENERGY PULSE (2020 - 2021)

Nel mese di Febbraio 2020 è stata lanciata l'**Energy Matrix**, la nostra survey interna biennale volta a valutare il livello di energia dell'organizzazione e ad individuare le priorità su cui focalizzarsi nel biennio successivo. L'edizione 2020 ha visto **2863 rispondenti** a livello globale e ha portato risultati complessivamente soddisfacenti, soprattutto considerando che, in particolare in Italia, la tempistica ha coinciso con un momento storico particolarmente delicato.

Inoltre, è stato inserito nella survey un Net Promoter Score che ha dato come risultato **3.3**, valore positivo in quanto superiore alla soglia di 0.



Nel 2020 sono state inoltre lanciate due edizioni della **Energy Pulse**, survey interna breve e più frequente, che ha lo scopo di raccogliere feedback in modo continuo e ricorrente. L'edizione di Luglio 2020 ha visto **846 rispondenti**; l'edizione di Novembre 2020 ha visto **2540 rispondenti**. Nel corso del 2021 sono state lanciate 2 edizioni della Energy Pulse a cui hanno partecipato in media oltre **2.300 dipendenti** con risultati positivi in tutte le aree indagate. Nello specifico il Net Promoter Score per il 2021 è stato di **12,8 in netto miglioramento** rispetto all'anno precedente.

CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE INTERNA GLOBALE (2020 -2021)

Nel 2020, allo scopo di rinforzare l'awareness sui sei nuovi Valori del Gruppo, abbiamo dedicato i mesi da Luglio a Dicembre a ciascuno di essi, sviluppando la condivisione di temi correlati, parallelamente a iniziative di engagement sulle piattaforme di comunicazione interna. Sono state poi sviluppate, nel corso dei due anni, oltre alle comunicazioni relative a progetti strategici, anche campagne tematiche, come:

- **Giornata internazionale della Donna:** basato sul concetto di Sustainable Work, la campagna si è incentrata sul numero di donne assunte a livello globale nel 2020;
- **Internal Job Opportunities;**
- **Global Wellbeing Weeks;**
- **Giornata internazionale contro la violenza sulle le donne;**
- **International Earth Day:** abbiamo collaborato con Treedom

azienda che permette di acquistare e piantare alberi in zone del mondo in via di sviluppo, ottenendo benefici per l'ambiente e le comunità locali. E' stata creata la prima Foresta Gi Group

- **International Day for Safety and Health at Work:** la campagna si è focalizzata su tutte le misure ed iniziative messe in piedi dalle countries per prevenire i rischi da Covid-19 sui luoghi di lavoro e per supportare gli impiegati nel periodo della pandemia;
- **World Day Against Child Labour:** campagna di sensibilizzazione relative agli effetti del Covid-19 sul lavoro minorile.

EMPLOYEE VALUE PROPOSITION INITIATIVES (2021)

Nella seconda metà del 2021 è stata lanciata la prima indagine per misurare il livello di conoscenza interno della Employee Value Proposition. Contestualmente, è stata lanciata una call to action per individuare i brand ambassador a livello mondiale, responsabili di comunicare e rinforzare il concetto del changelives. Ad oggi contiamo su 400 colleghi, fieri di promuovere internamente ed esternamente la nostra proposta di valore.

GLOBAL BUSINESS MEETING (2021)

All'inizio dell'anno abbiamo lanciato il primo evento virtuale globale a cui hanno avuto accesso tutti i dipendenti del gruppo: attraverso una piattaforma on line abbiamo condiviso contenuti informativi sulla strategia, obiettivi e principali risultati del Gruppo. Video, presentazioni, live session sono state accessibili on demand per una settimana.



2020 CSR GOAL ACHIEVED
PROMOZIONE DEI NUOVI VALORI DEL GRUPPO

2021 CSR GOAL ACHIEVED
CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE PER INTERNATIONAL DAYS

2021 CSR GOAL ACHIEVED
PRIMO GBM VIRTUALE APERTO A TUTTI I DIPENDENTI

7.1.3

Learning and development

Il biennio 2020-2021 è stato un periodo di enormi opportunità per la formazione e lo sviluppo delle nostre persone, nonostante le difficoltà legate alla pandemia. Si è realizzato un intenso investimento, umano ed economico, sulle **iniziative formative** sia a livello globale che a livello locale, per supportare i nostri dipendenti in un momento così difficile.

Le iniziative hanno riguardato temi legati sia alle **competenze trasversali**, in particolare legate alle soft skills, sia alle **competenze professionalizzanti**, a supporto della ripresa del business, unite a iniziative di supporto legate alla gestione della crisi pandemica e di **rinforzo dei Valori aziendali**.

La ripresa delle attività quotidiane, con la riduzione delle restrizioni, è stata sempre bilanciata con l'esigenza di dedicare tempo e spazio alle attività di crescita personale, globalmente e localmente.

L'investimento lungimirante sulla **formazione digitale**, già previsto prima della pandemia e confermato nel 2021, ha consentito non solo di confermare la realizzazione dei progetti già in piano per il biennio 2020-2021 ma di **incrementare come mai prima d'ora le opportunità formative** offerte ai nostri dipendenti attraverso numerosi progetti.



Di seguito i dettagli dei progetti principali.

MENTAL ENERGY PROGRAM (2020)

Nel mese di aprile 2020 abbiamo lanciato a livello globale un programma di supporto alle nostre persone, mirato a offrire **counseling gratuito a tutti i dipendenti**. Attraverso una survey abbiamo raccolto le esigenze delle persone su specifici temi (es. benessere psico-fisico nel lavoro a distanza; supporto ai genitori in smart-working; motivazione del proprio team; ...) e tramite i nostri local HR abbiamo individuato alcuni colleghi abilitati allo svolgimento delle attività di supporto a livello locale.

ROAD (2020)

Nel 2020 è proseguito, seppur con comprensibili rallentamenti, il progetto di cambiamento culturale legato all'introduzione di ROAD. ROAD (**Reward, Objective Setting, Appreciation, Development**) è il nuovo approccio di Gi Group Holding alla valorizzazione e al potenziamento delle performance dei propri dipendenti, al fine di diffondere una cultura della prestazione orientata allo sviluppo della persona e basata sull'apprezzamento e sul riconoscimento dei risultati raggiunti. Il processo è gestito in una specifica area nel sistema gestionale HR Pro, consentendo la gestione e la condivisione di obiettivi e feedback tra capo e collaboratore. Il progetto di cambiamento è supportato da contenuti formativi mirati sia al supporto all'apprendimento del nuovo strumento, tramite videotutorial, sia all'apprendimento di competenze e comportamenti efficaci per la gestione dei momenti principali del percorso.

WELCOME ON BOARD (2020-2021)

Nel 2020-2021 è stato confermato e ulteriormente rafforzato l'utilizzo del **"Welcome On Board" in formato digitale** per dare il benvenuto ai nuovi colleghi e fornire fin dal primo giorno in azienda le principali informazioni utili per orientarsi nell'organizzazione.

Il corso, **erogato in modalità eLearning**, viene erogato automaticamente ad ogni nuovo assunto, grazie all'integrazione con il nostro sistema gestionale HR.

VIRTUAL GLOBAL INDUCTION (2020-2021)

La situazione pandemica ci ha dato l'opportunità di ridisegnare completamente l'evento della Global Induction, solitamente tenuto in presenza, per poterla erogare a distanza. L'evento, dedicato ai neoassunti in posizioni Global, è stato erogato a distanza tramite Zoom ed è stato suddiviso in momenti diversi durante 4 settimane, coinvolgendo nel **2020 36 persone di diversi Paesi**.

Nel **2021** l'evento ha visto raddoppiare i partecipanti dell'edizione precedente coinvolgendo **70 persone in diverse Countries**. Tramite attività interattive e ingaggianti, i partecipanti sono stati coinvolti sia in presentazioni di strategie aziendali e modelli di business da parte del Top Management sia in sessioni di condivisione dei Valori di gruppo e di multiculturalità.

PROCESSO DI ONBOARDING E MENTORING (2021)

Nel 2021 è stato ulteriormente rafforzato il processo di onboarding attraverso l'adozione di una specifica piattaforma, al momento sul perimetro dei dipendenti di Global headquarter e su alcuni principali Paesi. Oltre al pacchetto formativo **"Welcome On Board"**, erogato in formato digitale per dare il benvenuto ai nuovi colleghi, lo strumento consente di integrare in un unico flusso informativo verso il dipendente le principali informazioni utili per orientarsi nell'organizzazione, a partire dalla data di firma dell'impegnativa - quindi appena prima di entrare in azienda - fino al primo giorno di lavoro e ancora nelle prime settimane successive all'assunzione.

Si è inoltre ulteriormente estesa l'attività di "mentoring", in particolare tra Paesi diversi, per supportare l'efficace inserimento nel ruolo per figure di particolare rilevanza organizzativa (nuovi country manager, responsabili di aree di business, ...).

CATALOGHI FORMATIVI DIGITALI (2020-2021)

Nel 2020 è proseguito il lavoro sul progetto triennale **"Build the future"** dedicato ad oltre 1300 colleghi della Practice Temp&Perm in tutto il mondo, in particolare con il lancio di circa 20 nuovi contenuti formativi professionalizzanti, erogati in modalità

eLearning. I temi della **"Temp&Perm Digital Learning Library"** spaziano dallo sviluppo delle competenze chiave in ambito Sales (es. Networking, Customer Need Analysis, Negotiation ...) all'approfondimento di processi e strumenti dedicati.

Nel 2021 si è ulteriormente consolidato il lavoro di produzione di questi contenuti formativi avviando la localizzazione degli stessi nei principali Paesi, in particolare con il lancio di circa **15 nuovi corsi eLearning professionalizzanti** su competenze Sales (es. Market Mapping), Delivery (tra gli altri: Need Analysis, Best Worker Experience, Managing Feedback with candidates, ...), e temi legati alle Soft Skills (Effective Communication, People Management, Time Management, ...).

Nel 2020 è stata inoltre lanciata la **Wyser Digital Learning Library**, con contenuti eLearning incentrata su 3 ambiti (Business Model, Sales, Service), per un totale di **11 nuovi corsi professionalizzanti** dedicati alla practice. Nel 2021 è stata inoltre lanciata la **"Professional Digital Learning Library"**, dedicata ai colleghi della practice "Professional", con approfondimento di processi e linee guida incentrati sia sull'area Sales (es., Key Account Management) che sull'area Delivery (es., Job Advertising guidelines, Reference Check, ...).

I moduli eLearning si distinguono per l'interattività e l'utilizzo di metodologie ingaggianti come la "gamification", utilizzando scenari alternativi di situazioni lavorative reali per spiegare i comportamenti efficaci.



WEBINAR INTERNI PER LA CONDIVISIONE DELLA CONOSCENZA (2020-2021)

Nel biennio 2020-2021 sono state sviluppate, delle serie di webinar a livello Globale, con speaker interni e aperti a tutte le persone interessate, con modalità di auto-iscrizione. I seminari spaziano da temi Sales (7 steps for Successful Sales; Hunting, Farming, ...) a temi professionalizzanti per funzione (Temp&Perm; Search&Selection; Solution Design), fino a temi di interesse generale.

Nel 2021 è stata inoltre organizzata l'iniziativa formativa **"Smart Selling"**, dedicata ai ruoli Sales e incentrata sulle metodologie e tecniche di connessione, comunicazione e conquista della fiducia del cliente attraverso i canali digitali e social.

PIATTAFORMA PER L'APPRENDIMENTO DELL'INGLESE (2021)

Nel 2021 è stata lanciata, con il supporto di un fornitore esterno, una piattaforma per l'autoapprendimento della lingua inglese al fine di sostenere ed ampliare le possibilità di mobilità interna e scambio tra le Countries del Gruppo. Tale piattaforma, disponibile 24/7 a tutti i dipendenti di tutti i Paesi, consente di verificare il proprio livello di conoscenza della lingua inglese e, sulla base di tale livello, di fruire di contenuti formativi in vari formati (articoli, video, esercizi interattivi) per allenare e migliorare le proprie capacità linguistiche. I contenuti vengono selezionati e proposti in base a un algoritmo di intelligenza artificiale che analizza le preferenze espresse dall'utente e individua, di conseguenza, l'offerta formativa più adeguata a tali preferenze.

Il dato di fruizione si attesta a circa il **30% dei dipendenti**.

PROGRAMMA TRAIN THE TRAINER (2021)

Nel 2021 è stato attivato, dopo il successo dell'edizione pilota del 2020, un percorso formativo dedicato ai colleghi che supportano le attività di formazione interna dei dipendenti e a coloro che hanno un ruolo chiave nella condivisione di specifiche conoscenze tecniche e professionalizzanti. Il percorso **"Train the Trainer – Enhancing Knowledge Transfer Skills"** – è stato co-progettato ed erogato da TackTMI, società di formazione del Gruppo, e ha l'obiettivo di valorizzare il patrimonio di conoscenza interna dell'azienda, consentendo da un lato il sostegno della motivazione degli "esperti" e dall'altro la diffusione di modalità di lavoro, contenuti e informazioni rilevanti per l'arricchimento dei colleghi. L'iniziativa ha coinvolto circa **80 colleghi** provenienti da circa **13 Paesi diversi**.

7.1.3.1

Learning and Development Analytics

Per quanto riguarda l'attività formativa del biennio, i dati mostrano un **incremento estremamente significativo delle ore di formazione erogate**, dovuto a una serie di fattori, tra cui:

- Creazione e conversione di corsi da modalità fisica a **modalità digitale**, ampliando il numero di partecipanti ammessi;
- Realizzazione di **webinar locali e globali** per agevolare e rafforzare il knowledge sharing interno;
- Erogazione in digitale di **formazione finanziata** a livello locale, orientata al supporto alla forza lavoro durante la pandemia.

Si rileva invece una lieve riduzione del numero di corsi erogati, motivata principalmente dall'impossibilità di convertire alcuni corsi in presenza in corsi a distanza.

Questi risultati sono il frutto di attività formative svolte nelle varie Countries dove il Gruppo opera e di percorsi formativi organizzati dalla funzione Global HR.

I contenuti dell'offerta formativa sono coerenti con la strategia del Gruppo e con le priorità di business di ogni Country e, in continuità con il

2019 sono raggruppabili in 4 macro ambiti:

- **Competenze tecnico-specialistiche** (legate al ruolo o ai processi);
- **Competenze trasversali**;
- **Formazione in ingresso/ sugli strumenti di lavoro**;
- **Formazione compliance/ ambito legale** (es. Sicurezza sul lavoro, normativa vigente nei singoli mercati del lavoro, ...).

Nel biennio si è ulteriormente intensificato l'utilizzo della **piattaforma eLearning Docebo** per l'erogazione dei corsi a distanza e, in funzione della pandemia, si rileva una sostanziale parità tra i volumi dei corsi erogati online e quelli erogati in aula.

Relativamente a specifici corsi legati a temi di CSR, i corsi di formazione su Codice Etico e CSR sono stati messi a disposizione di tutti i dipendenti del Gruppo in tutto il mondo.

Inoltre, il corso **"Working in a Multicultural Company"**, proposto in collaborazione con i colleghi di Tack TMI, nel quale sono discusse tematiche riguardo diversità, inclusione e comunicazione transculturale in azienda, è stato frequentato da più di 100 individui.

ORE TOTALI DI
FORMAZIONE
2020

138.658

+64% rispetto al 2019
+81% rispetto al 2018

ORE MEDIE DI
FORMAZIONE
2020

25,9

+61% rispetto al 2019
+75% rispetto al 2018

ORE TOTALI DI
FORMAZIONE
2021

158.031

+14% rispetto al 2020
+87% rispetto al 2019

ORE MEDIE DI
FORMAZIONE
2021

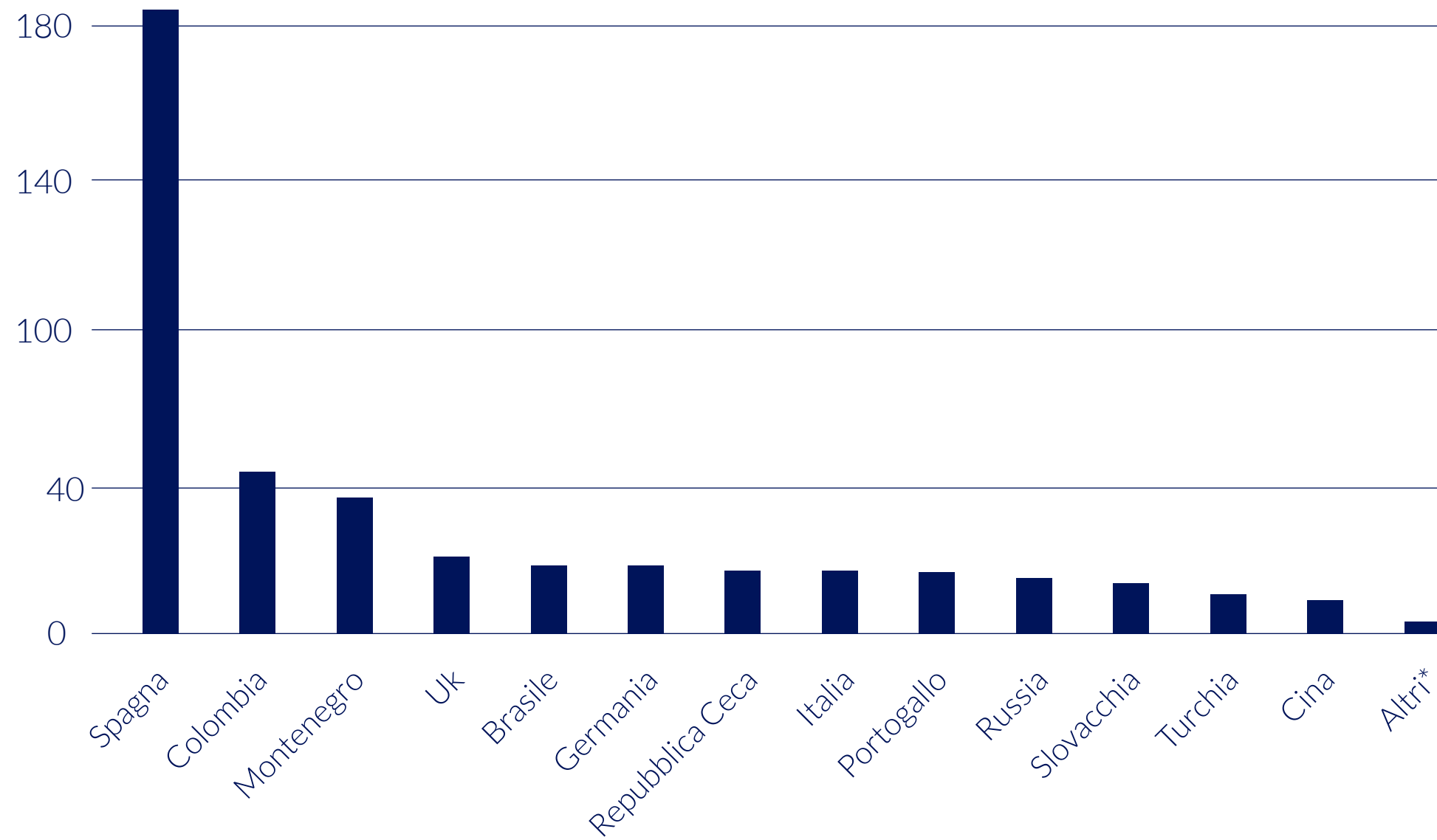
23,6

-9% rispetto al 2019
+47% rispetto al 2020

Di seguito sono presentate le ore di formazione media per dipendente nelle diverse Countries del Gruppo nel corso dei due anni. In particolare, si evidenzia il significativo investimento della Spagna attraverso l'attivazione di un Master HR

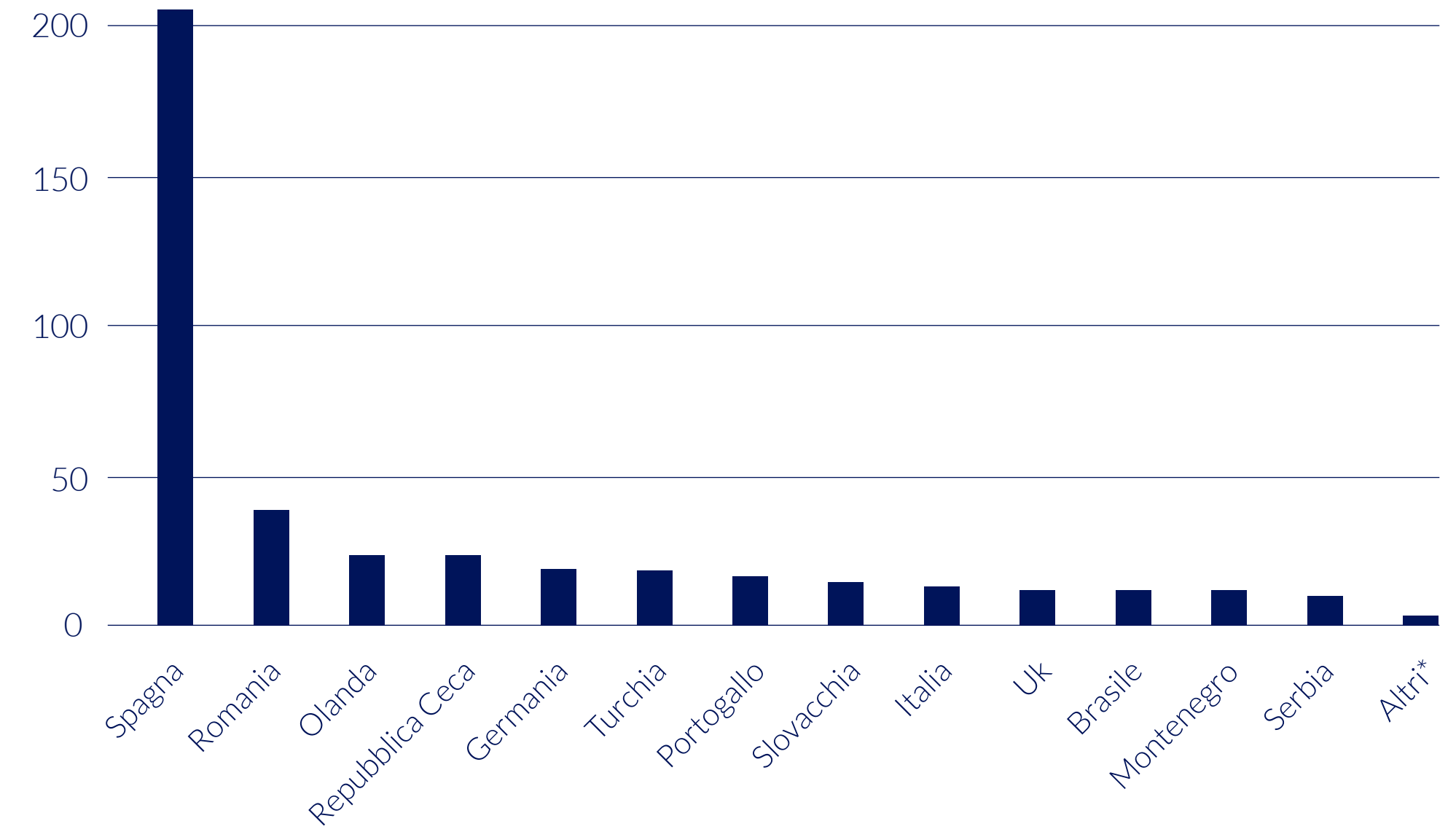
per i recruiter in collaborazione con una istituzione universitaria di rilievo locale. Al Master, della durata di 1500 ore, hanno partecipato 38 colleghi spagnoli per un totale di 57.000 ore di formazione erogate.

ORE MEDIE DI FORMAZIONE PER DIPENDENTE (2020)



* La dicitura "altri" riguarda: Argentina, Croazia, Lituania, Svizzera, Serbia, Ungheria, Paesi Bassi, Ucraina, Romania, Bulgaria, Polonia, India, USA e Francia.

ORE MEDIE DI FORMAZIONE PER DIPENDENTE (2021)



* La dicitura "altri" riguarda: Argentina, Colombia, Bulgaria, Cina, Croazia, Francia, Lituania, Polonia, Russia, Svizzera, Ucraina, Ungheria, India e USA.

7.1.4

HR

Analytics

Nel corso del biennio, nonostante la pandemia, il Gruppo ha proseguito la sua crescita a ritmi intensi, sia attraverso espansioni in Paesi dove siamo direttamente presenti, che attraverso nuove acquisizioni. Con l'acquisizione di **Career Arc**, nel 2020, per la prima volta nella storia del gruppo, colleghi americani entrano a far parte dell'azienda; una opportunità per tutti per ampliare la nostra comunità e la nostra multiculturalità.

Le Countries dove è presente il maggior numero di dipendenti sono **l'Italia, il Brasile, il Regno Unito e la Polonia.**

Seguendo la strategia di consolidamento del business abbiamo sostenuto una crescita molto intensa dell'organico interno aumentando, nel biennio, il numero di colleghi di oltre **1400 unità**, in parte frutto delle numerose acquisizioni tra cui, nel 2021, in **Francia e in Svizzera**, con la nuova business line **Jobtome**.

Tra i colleghi assunti **688** sono stati inseriti con contratti di Internship/Apprentice-Trainee, dimostrando ancora una volta la volontà del Gruppo di investire nella formazione dei giovani. L'età media in azienda, al 2021, è di 35 anni e l'anzianità aziendale media è di 4 anni. Il **72% della popolazione è donna** di cui il **8,8% ricopre ruoli manageriali**.

6764

TOTALE DIPENDENTI

+27% rispetto al 2020

+29% rispetto al 2019

72%

DONNE

129%

**TURNOVER
COM RATE¹**

35

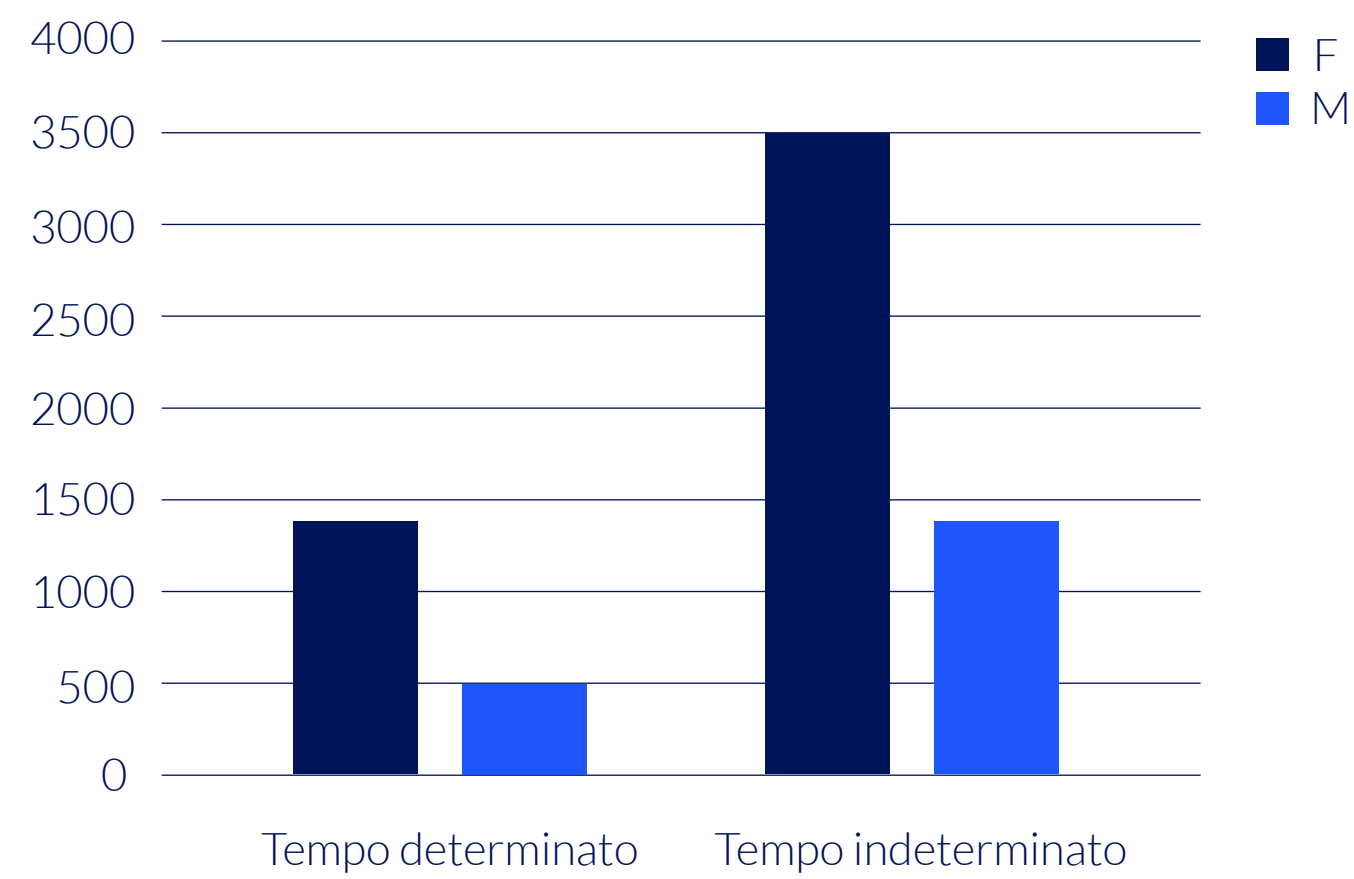
ETÀ MEDIA

4

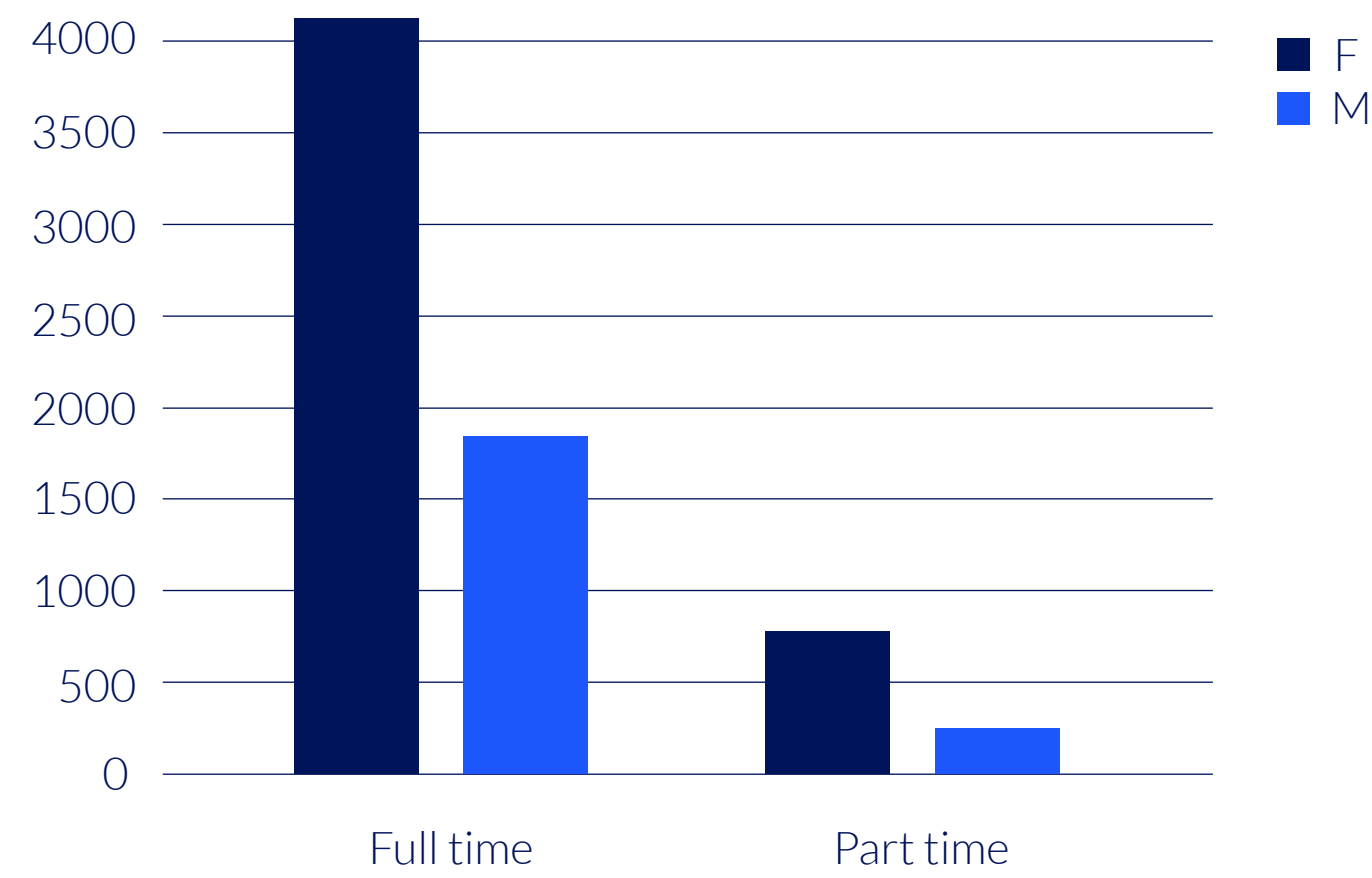
**ANZIANITÀ AZIENDALE
MEDIA (ANNI)**

¹ Il Turnover COM Rate o Balance Turnover Rate misura la differenza tra il numero di dipendenti che si uniscono e lasciano l'azienda. Questo rapporto indica il successo aziendale nella sostituzione delle risorse in un certo periodo.
[Dipendenti entrati/Dipendenti usciti] x 100.

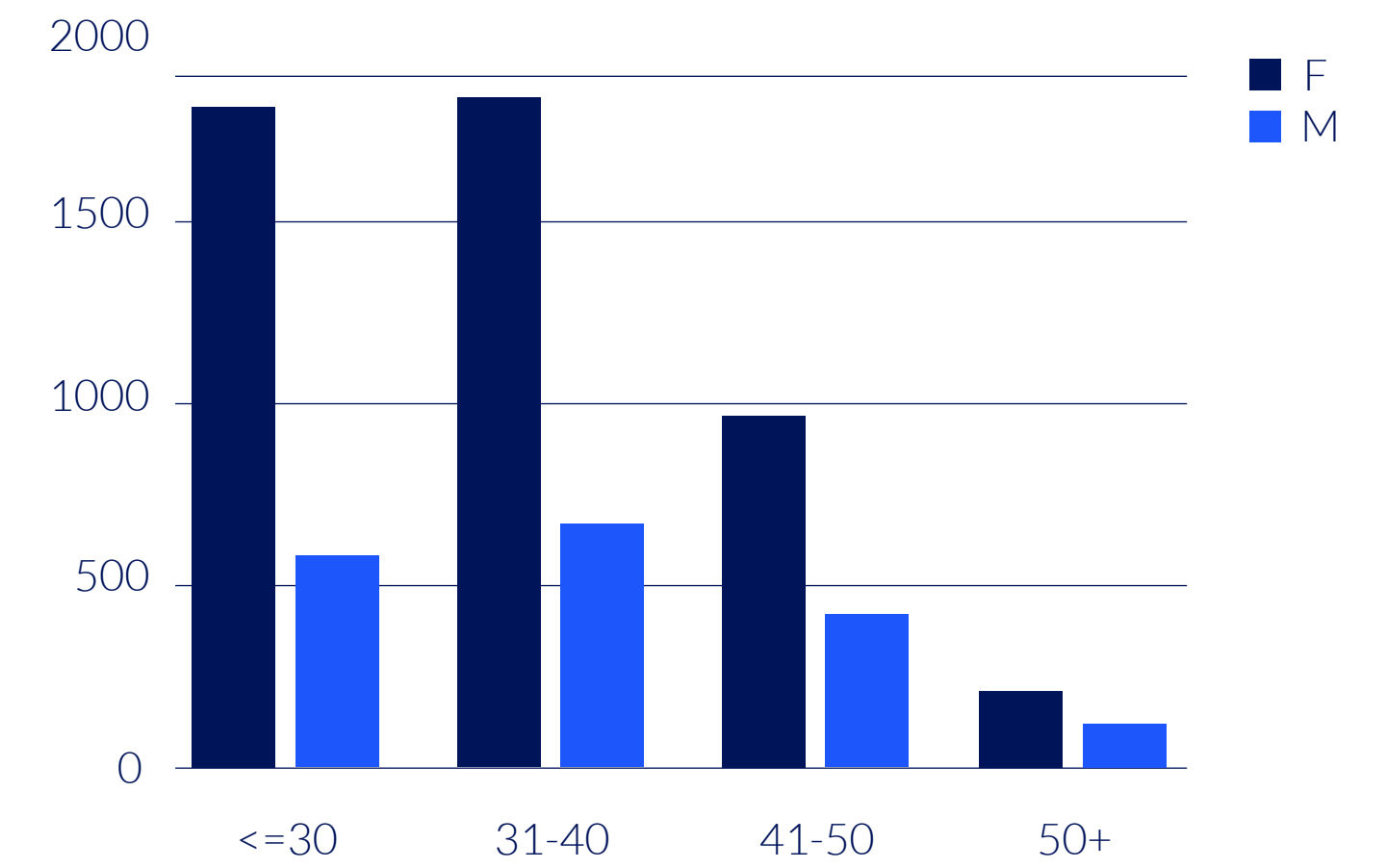
TOTALE DIPENDENTI PER CONTRATTO DI LAVORO (INDETERMINATO/DETERMINATO) PER GENERE (2021):



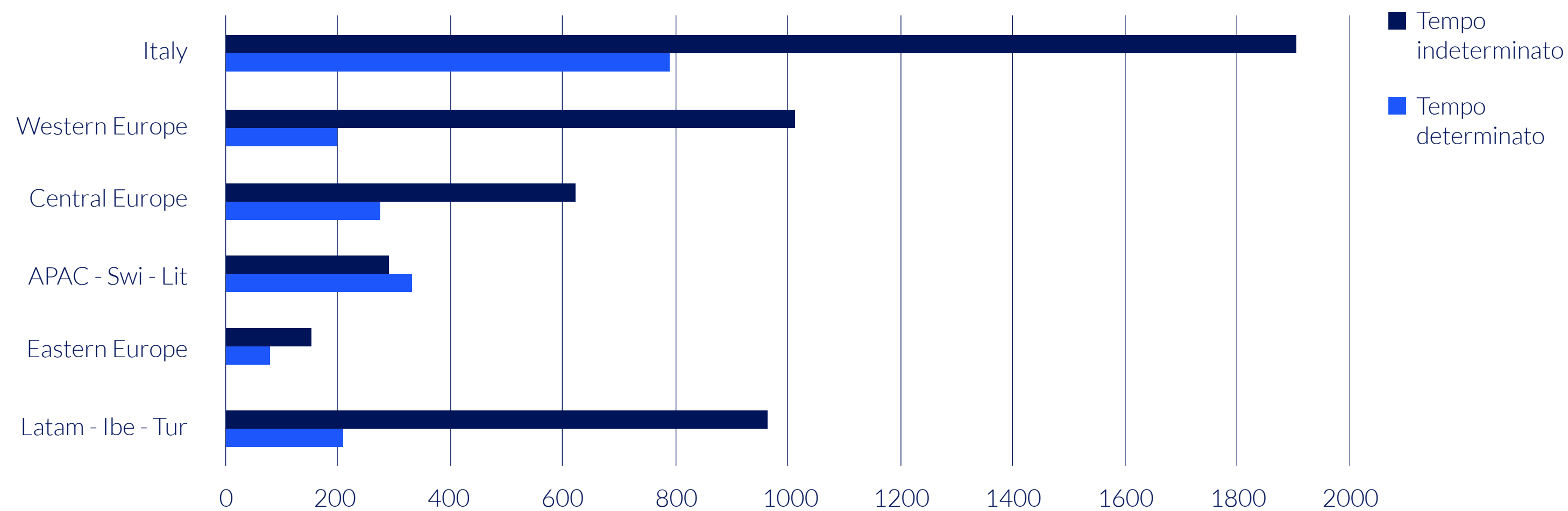
TOTALE DIPENDENTI PER TIPOLOGIA DI IMPIEGO (FULL-TIME / PART-TIME), PER GENERE (2021):



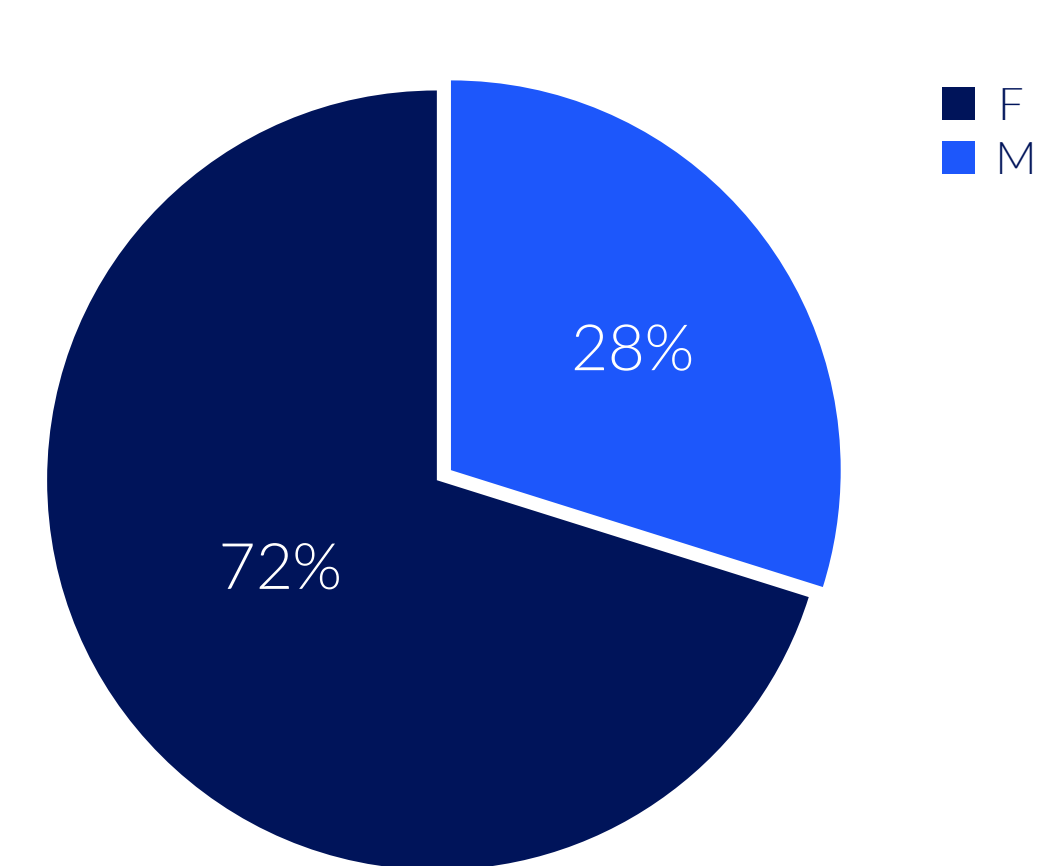
SUDDIVISIONE FORZA LAVORO PER GENERE E ETÀ TRA I DIPENDENTI (2021):



TOTALE DIPENDENTI PER CONTRATTO DI LAVORO (INDETERMINATO / DETERMINATO), PER AREA GEOGRAFICA (2021):



SUDDIVISIONE FORZA LAVORO PER GENERE E ETÀ TRA I DIPENDENTI (2021):



7.1.5

Le iniziative a livello nazionale

ITALIA

L'IMPATTO DELLA PANDEMIA SULLE STRATEGIE HR

L'attenzione alla salute psicofisica dei dipendenti ha prodotto uno sforzo di connessione e comunicazione interna continuo e strutturato su diversi livelli, affidato al Comitato per la Ripartenza da un lato, e alle funzioni HR-Training e Marketing dall'altro.

La spinta sulla digitalizzazione è stata accelerata dal contesto pandemico, sia nella gestione dei processi interni che nell'erogazione del servizio.

L'azienda ha affrontato prioritariamente il rischio di contagio chiudendo inizialmente al pubblico e ai dipendenti l'accesso alle sedi: nel mese di marzo 2020 è stato attivato lo smart working in deroga, secondo DPCM in vigore, e l'azienda ha compiuto un imponente sforzo organizzativo per dotare di PC portatili tutti i dipendenti coinvolti che ne fossero sprovvisti.

Il rapporto con i fornitori on site è stato gestito con la massima attenzione a collaborazione, nel presidio della salute e sicurezza dei lavoratori.

La prima riapertura delle sedi centrali è iniziata dal mese di maggio 2020, supportata da un corso di formazione on-line per tutto il personale, dedicato all'applicazione delle misure di contenimento del Covid.

Nonostante gli investimenti significativi nella gestione di tutte le complessità derivanti dall'emergenza Covid,

anche nel 2020 sono stati rafforzati diversi Team, sia dal punto di vista qualitativo che quantitativo: abbiamo infatti accolto nella nostra struttura oltre **450 nuove risorse**, suddivise tra assunzioni dirette e tirocini, in previsione dello sviluppo auspicato per il 2021.

Nel 2021, l'organico, come previsto nell'anno precedente, si è visto notevolmente rafforzato con l'inserimento in azienda di più di **650 nuovi assunti**.

Tra luglio e settembre 2021 è stato avviato un progetto di coinvolgimento dei dipendenti per raccogliere feedback sui vissuti lavorativi legati al periodo della pandemia e sulle aspettative legate al rientro fisico negli uffici, con l'obiettivo ultimo di tenere conto dei loro suggerimenti nel disegno di nuovi modelli di lavoro verso un'organizzazione agile.

Alla survey ha risposto **l'80% dei dipendenti di Gi Group**, facendo emergere una forte sensibilità sui valori aziendali, in particolare su quelli di Collaborazione, Responsabilità e Passione, a riprova dell'importanza attribuita all'iniziativa e in generale alla volontà di contribuire attivamente alla visione aziendale.

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:

- **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 dei servizi offerti..
- **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.

COMUNICAZIONE INTERNA, FORMAZIONE E SVILUPPO

In molti casi, le azioni di coinvolgimento e quelle di formazione, rafforzate e stimolate dall'impatto della pandemia, si sono fuse per permettere ai colleghi, da un lato, di accorciare le distanze imposte dal contesto sanitario e, dall'altro, di condividere le proprie competenze, candidandosi a diventare formatori per un giorno, e permettendo di apprendere in una maniera innovativa e stimolante.

ADISTANZAMAINSIEME

Il progetto di ingaggio dei dipendenti è stato lanciato durante il lockdown come un ampio palinsesto bisettimanale di attività da svolgere insieme da remoto, per ridurre le distanze tra le persone e verso l'azienda. Tra le attività promosse, aperte

a tutti i dipendenti del Gruppo: il lancio di un contest per la **realizzazione di video collaborativi tra colleghi**; l'utilizzo della app aziendale per condividere foto e pensieri in occasione dei momenti di festa; l'organizzazione di webinar sulla genitorialità; l'apertura di un workgroup sulla Intranet aziendale per scambiarsi consigli sulle attività di tempo libero e i giochi da fare in casa con i propri bambini.

A CACCIA DI SCINTILLE (2020)

La proposta nasce nel mese di settembre 2020 come caccia al tesoro digitale per celebrare e rafforzare uno dei Core Value aziendali, l'Apprendimento Continuo. L'iniziativa è stata pensata come un percorso a tappe della durata di 5 giorni, caratterizzato da prove a tema da superare e indizi giornalieri disseminati sui diversi media aziendali (GiNet, App, workgroup, Docebo), con una news di aggiornamento quotidiana sul numero di concorrenti rimasti in gara. Hanno aderito e partecipato attivamente all'iniziativa circa **200 dipendenti di tutte le funzioni, società e gradi di seniority, e i primi 30 classificati sono stati premiati con dei gadget simbolici**. Oltre a portare il focus sui Valori, l'iniziativa è stata utile a favorire l'engagement dei dipendenti e la conoscenza dei diversi canali aziendali di comunicazione e formazione.

#DIGITALWELLBEINGPILLS (2020)

Le **#DigitalWellbeingPills** rappresentano un ciclo di brevi pillole informative pubblicate con cadenza settimanale sull'app GiNet Social nel mese di dicembre, con l'obiettivo di fornire ai colleghi una serie di indicazioni pratiche, consigli e suggerimenti per promuovere la consapevolezza ed il benessere digitale a seguito di un anno caratterizzato da un utilizzo intenso, prolungato (e a volte inappropriato) della tecnologia. Per favorire la riflessione e l'interazione tra i lettori, ciascuna delle pillole è stata accompagnata da una piccola challenge a cui, su base volontaria, era possibile rispondere postando foto o lasciando commenti.

CONTAGI D'ARTE (2020 - 2021)

Il ciclo di webinar 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.

LIBRIAMOGI (2020 -2021)

L'istituzione di un workgroup dedicato prettamente agli **appassionati della lettura**, ha creato un luogo virtuale in cui poter scambiare opinioni, suggerimenti e riflessioni, creando nuove relazioni di vicinanza tra i colleghi. In poche settimane, il gruppo ha superato le **400 adesioni**.

VP UFFICIO HR (2021)

Abbiamo **creato un'identità visiva e una value proposition forte per il nostro ufficio HR** e abbiamo comunicato tutti i progetti strategici per l'azienda in una modalità più fresca e ingaggiante, impostando un piano editoriale per tutto l'anno 2021, dai tool utili per il percorso in azienda alle tematiche di smart working e welfare.

SEZIONI PER TEMATICHE STRATEGICHE (2021)

Sulla intranet aziendale, fulcro della comunicazione interna, sono state create sezioni di contenuto per poter garantire a tutti i dipendenti la consultazione di tematiche strategiche per l'azienda come il Lavoro Sostenibile e tutti i progetti ad esso connessi.

ATTIVITA' DI ENGAGEMENT (2021)

Sono state create diverse attività finalizzate all'engagement dei dipendenti sfruttando le dinamiche social e dei contest in occasione di giornate tematiche, ricorrenze o raggiungimenti di obiettivi di vendita (San Valentino, la Festa della Mamma e del Papà, Gi Arcade, anniversari) per **creare momenti di aggregazione tra i team e gli uffici** e per fare in modo che



i colleghi socializzassero tra loro a dispetto delle restrizioni e delle distanze tra le sedi di lavoro.

B*RIGHT, LA CORPORATE UNIVERSITY DEL GRUPPO

Al di là del numero ingente di ore di formazione erogata e



di progetti avviati, nel 2020-2021 il focus resta sul diverso approccio che b*right ha sviluppato, raggiungendo e coinvolgendo tutti i dipendenti attivamente e su diversi livelli.

● **B*RIGHT ON AIR**

Nato dalla volontà di incoraggiare la condivisione e l'apprendimento continuo durante il lockdown, b*right On Air è successivamente diventato un programma stabile all'interno della Corporate University con l'obiettivo di **favorire il knowledge sharing e la crescita di competenze interne al Gruppo**. Con questo format ogni dipendente può proporsi come relatore portando un tema di potenziale interesse collettivo e realizzando il proprio webinar con il supporto della funzione Training e, parallelamente, chiunque può partecipare come uditorio ai webinar dei colleghi.

Tutte le registrazioni sono raccolte poi in una library dedicata per una fruizione successiva.

Nel biennio 2020-2021 sono stati realizzati oltre **50 webinar che hanno raccolto più di 2000 adesioni**, con un coinvolgimento pari a circa **l'84% della popolazione aziendale** ed un gradimento di 4,8 su 5.

● **B*RIGHT UPSKILL**

L'abbattimento di tempi e costi di spostamento, oltre che di

molti pregiudizi sulla didattica a distanza, ha aperto la strada alla possibilità di una formazione ancora più capillare: è nata così b*right UpSkill, la linea di **corsi sulle soft skills in modalità virtual classroom aperti a tutti i dipendenti del Gruppo**.

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.

Avviata in pilota nel **2020 con 20 corsi e 204 partecipanti**, l'offerta interna si è ampliata nel **2021 con 44 corsi e circa 500 partecipazioni**, per un totale di **3356 ore di formazione** ed un gradimento complessivo di 4,9 su 5.

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 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.

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

● **Progetti specifici: Dall'e-learning al b*learning**

Il 2020 ha visto un forte focus sulla formazione in e-learning con la realizzazione di nuovi corsi a sottoscrizione libera, sia su tematiche di natura tecnico-operativa che su competenze trasversali, come la collana di **corsi sulle Core Competence aziendali**.

Vista la crescita esponenziale di questo tipo di formazione, nel 2021 è stato avviato un progetto di redesign della piattaforma: un nuovo layout ed una nuova organizzazione dei contenuti formativi hanno permesso di migliorare la user experience verso la massima fruibilità, accessibilità e piacevolezza.

● **Progetti specifici: Gamification**

Il 2021 è stato un anno dedicato alla sperimentazione di nuovi format, alternativi o complementari alla formazione tradizionale. In quest'ottica è stato lanciato il progetto **LinkedIn Recruiter Challenge**, una sfida in 3 tappe che ha visto oltre 200 colleghi sfidarsi per accrescere il proprio Personal Branding su LinkedIn. Ogni tappa, per essere superata, prevedeva un aspetto di studio individuale abbinato allo svolgimento di un'azione finalizzata a migliorare la propria reputation. La misurazione di un indicatore prima e dopo la sfida ed il superamento di un assessment finale hanno permesso di monitorare oggettivamente l'incremento di competenze dei colleghi.

● **Progetti specifici: Programma di onboarding**

Nel 2020, a seguito dell'impossibilità ad incontrarsi in presenza, è stato realizzato **"Benvenuto in GiGroup"**, un percorso in e-learning dedicato ai neoassunti con contenuti,

videotestimonianze del management ed altre informazioni utili a conoscere meglio l'azienda.

Successivamente, nel 2021, è stato lanciato anche il **Welcome Program**, un programma di onboarding in virtual classroom che nell'arco di una settimana permette ai nuovi colleghi da un lato di approfondire la conoscenza del Gruppo e dall'altro di seguire contenuti di formazione tecnica specifici per il proprio ruolo con un pool di trainer selezionati tra i migliori specialisti di funzione. Inoltre, per colmare le distanze fisiche, sempre nel 2021 è stato introdotto l'invio ai neoassunti di un Welcome Kit che contiene un set di cancelleria, il link ad una Welcome Letter da parte della Direzione HR con un forte richiamo ai Valori aziendali ed alla centralità delle persone, ed un QR Code per accedere alla piattaforma e-learning ed iniziare subito la propria auto-formazione.

● **Progetti specifici: Percorsi formativi legati alla Responsabilità Sociale d'Impresa**

Nel 2020 il focus formativo in ambito CSR e Social Accountability si è concentrato su tre temi:

- **“Aggiornamento sul Sistema di Gestione SA8000 di Gi Group”** - che ha raggiunto in poche settimane il 99% di completamento.
- **“Prevenire e contenere il contagio da Sars-Cov-2”** nei luoghi di lavoro, che ha registrato analoga percentuale di partecipazione.
- **“Il Codice Etico CSR”**, in particolare in relazione al rinnovamento dei Valori del Gruppo, che ha registrato 2184 partecipanti.

● **Progetti specifici: Formazione tecnico-specialistica**

Nell'ambito del dipartimento b*skilled, focalizzato sullo sviluppo del technical know how, spicca nel 2020 il progetto di formazione sul nuovo gestionale Spinner per il comparto delivery, che ha visto il coinvolgimento di **747 partecipanti core** (appartenenti cioè alla funzione delivery, search and selection) e **479 partecipanti non core**, per un totale di **14.200 ore di**

training. Tutta la formazione dedicata all'utilizzo di Spinner è stata trasformata in tempi record da formazione in presenza a formazione FAD, coprendo tutta la popolazione aziendale interessata e rimanendo anche a disposizione su Docebo in una versione sintetizzata, per gli altri comparti aziendali. Si sono realizzate poi altre importanti azioni come la formazione sulla somministrazione e utilizzo di **Thomas, The Permanent Pathway, Welcome to the remote sales era, e The remote delivery toolkit.**

Inoltre, nel 2021 è stata messa a disposizione di tutti i dipendenti italiani la possibilità di accedere ad una piattaforma online per il self-assessment, l'autoformazione ed il miglioramento della lingua inglese, ormai strategica in un'azienda dal cuore italiano e dal respiro internazionale come Gi Group Holding.



BRASILE

COMITATO DI DIVERSITÀ (2020 - 2021)

Il comitato è stato creato con l'obiettivo di riunire i dipendenti con le più diverse caratteristiche per proporre idee a favore della cultura dell'inclusione e la creazione di un ambiente di lavoro psicologicamente sicuro. Il comitato è responsabile della promozione di diverse azioni come lo sviluppo di policies, campagne e webinar riguardo disabilità, identità di genere, etnicità e comunità LGBTQIA+.

ENCONTRO DE GIGANTES – SFIDE DELLO SMARTWORKING (2020)

Consueto incontro in modalità on line, con tema "Sfide da Smartworking". Durante l'evento i dipendenti hanno condiviso alcuni suggerimenti riguardo il nuovo paradigma lavorativo causato dalla pandemia.

PILLOLE DI BENESSERE E DIVERSITÀ (2020)

Da Aprile 2020 sono state pubblicate sulla Intranet aziendale "Pillole di benessere": consigli sul utilizzo del tempo ed la coltivazione del proprio benessere personale, buone notizie e storie motivanti per superare insieme la pandemia. Contemporaneamente sono state pubblicate anche pillole riguardanti il tema della diversità sul luogo di lavoro.

LEADER DEVELOPMENT PROGRAM (2020 - 2021)

In collaborazione con TACK TMI, presentati contemporaneamente in quattro sale diverse, sono stati proposti ai partecipanti al programma tre eventi riguardanti il tema della leadership: **il tutoraggio, il business, la squadra.**

CORPORATE UNIVERSITY (2021)

Nonostante la presenza di iniziative di formazione sviluppate per supportare lo sviluppo dei nostri dipendenti, stiamo creando una **Corporate University** per rendere ancora più accessibile il

tema della formazione alle nostre persone. L'università coprirà con i suoi contenuti tutte le unità di business secondo le necessità di ogni singola unità.

BENESSERE IN GI (2021)

Iniziativa che comprende varie attività tra cui: classi di **meditazione, yoga e stretching**, webinar per aumentare la consapevolezza sui problemi relativi alla diversità e all'inclusione e **meeting bisettimanali riguardo film e serie tv.**

PIANO DI SVILUPPO INDIVIDUALE (2021)

Dipendenti e manager hanno sviluppano, durante l'anno, piani di crescita personalizzati, legati sia alle soft che alle hard skills, in ottica di sviluppo continuo e di carriera.

CENSIMENTO SULLA DIVERSITÀ (2021)

Abbiamo mappato i nostri dipendenti per creare KPIs che ci permettano di valutare sia lo sviluppo di temi legati alla diversità, sia temi come il turnover e la promozione di attività diversificate.

CINA

IL GIARDINO (2020)

Gi Group Cina ha espanso il Giardino acquistando alcune **orchidee a Jiangxi**. Abbiamo acquistato anche un gran numero di frutti, distribuiti poi come regalo ai membri di tutte le filiali cinesi, scambiando utili consigli di vendita con i frutticoltori. L'iniziativa è stata utile non solo per la vendita e il marketing di scorte in eccesso di frutta ma anche come un'azione di employee care.

AIUTO A COLLEGHI DI ALTRE NAZIONI (2020)

Ad inizio 2020, Gi Group Cina ha mandato **5000 mascherine al nostro HQ in Italia** e **600 mascherine ai colleghi svizzeri**, quando la fornitura di questi strumenti era molto limitata.

ASSICURAZIONE PER I DIPENDENTI (2020)

Gi Group Cina ha fornito durante il periodo di pandemia un'assicurazione per tutti i membri del nostro team BPO e per tutti i membri della sede di Ningbo, comprendente il Rischio Epidemico e gli Infortuni Personali, per un totale di 85 dipendenti.

PROGRAMMA DI FORMAZIONE E CONDIVISIONE DELLE CONOSCENZE (2021)

Programmi di formazione svolti da nostri clienti ed HR esterni sono stati proposti ai nostri dipendenti insieme ad attività di condivisione delle conoscenze dove personale interno ha condiviso le proprie abilità professionali con i nuovi arrivati in azienda.

COLOMBIA

INIZIATIVE DI BENESSERE VIRTUALI (2021)

Riunioni virtuali mensili con professionisti specializzati dedicate a diversi temi quali una sana nutrizione e la riduzione dello stress.

INDIA

HR REACH-OUT (2020)

Sono state organizzate dall'HR regolari sessioni di reach out per i dipendenti per assicurarsi la loro fiducia e sicurezza psicologica. Sono state allestite **4 sessioni** durante l'anno alle quali hanno partecipato **143 dipendenti**.

TOWN HALL (2020 - 2021)

Con cadenza bisettimanale, e poi mensile, sono stati organizzati townhalls per sensibilizzare le persone sulla situazione in corso e sulle misure adottate per supportarle in un momento difficile.

Gli eventi hanno avuto anche la funzione di coinvolgere le persone rendendole consapevoli delle azioni intraprese. Sono stati organizzati **10 townhall** a cui hanno partecipato **159 dipendenti**.

SOCIALIZZARE QUARANTINE STYLE (2020)

Meeting virtuali sviluppati per mantenere il rapporto tra colleghi e per supportare specialmente tutte le persone che hanno passato il periodo della pandemia senza i propri familiari e amici.

Durante questi incontri i partecipanti hanno socializzato in modi differenti dallo scambiarsi ricette culinarie locali al vestirsi formale al preparare cocktail creativi. 20 dipendenti hanno partecipato a questa attività.

WORKSHOP PER SUPPORTARE I DIPENDENTI CON LA GESTIONE DELLO SMARTWORKING (2020)

Sessione condotta dall'HR sul tema **"Gestione dello smart working e contesti familiari difficili"** per aiutare le persone ad aggiustarsi al nuovo modo di lavorare.

POLONIA

OTTOBRE ROSA (2020 - 2021)

Campagna di sensibilizzazione riguardo il **tumore al seno**. I dipendenti hanno indossato qualcosa di rosa per tutta la durata del mese. Sono anche state distribuite mappe indicanti luoghi specializzati dove ricevere un check-up medico riguardo il tema.

INIZIATIVE PER LA CRESCITA PROFESSIONALE DEL PERSONALE INTERNO (2021)

Ai nostri dipendenti polacchi è stata data la possibilità di usufruire di una vasta offerta di percorsi di crescita in forma di varie sessioni di formazione sia online che offline. I temi coperti dai corsi spaziano da **corsi tecnici** (Excel, nuovi sistemi informativi) a **corsi operativi** (gestione del cliente e del

candidato) a corsi in ambito legale (focus su diritto del lavoro per i dipendenti del T&P). Inoltre una **Grafton Academy** è stata sviluppata per permettere agli esperti interni di condividere le proprie conoscenze con i nuovi dipendenti, aiutandoli a capire le operazioni quotidiane e più in generale le specifiche del mondo del lavoro.

ROMANIA

WEBINAR MENSILI INTERNI (2021)

Durante il 2021, sono stati organizzati numerosi webinar mensili per tutti i dipendenti interni riguardo vari temi: dalla gestione del proprio benessere psicofisico all'intelligenza emotiva, dalla resilienza alle tecniche di comunicazione.

SERBIA E MONTENEGRO

"STRESS MANAGEMENT" ONLINE TRAINING (2020)

Formazione interna mirata alla condivisione di informazioni sulle principali fonti di stress collegate alla pandemia e alle tecniche e strumenti che possono aiutare ad affrontare lo stress.

SUPPORTO PSICOLOGICO (2020 - 2021)

Ogni dipendente ha avuto la possibilità di fissare una sessione 1 on 1 di **personal development con uno psicologo** per migliorare il proprio benessere personale e la propria crescita in un periodo particolarmente difficile come la pandemia.

SPAGNA

GI GROUP MENTAL ENERGY COUNSELING (2020)

Programma per supportare le persone con il loro benessere psicologico. L'iniziativa è stata riconosciuta dal Network

spagnolo del Global Compact che ha incluso questa iniziativa nelle **#IniciativasConPrincipios**, una campagna con lo scopo di condividere e valorizzare le diverse azioni e iniziative sviluppate dalle aziende durante la pandemia di Covid-19. Gi Group Spagna fa parte del Global Compact, network di 15000+ aziende accomunate dall'allineamento a 10 principi riguardanti diritti umani, lavoro, ambiente e anticorruzione. Come membro attivo del Global Compact, Gi Group Spagna pubblica periodicamente una relazione sull'impatto generato riguardo i principi sopra citati. [🔗visiona il documento](#)

WEBINAR SULLA PREVENZIONE DEL RISCHIO SUL LAVORO (2020)

Il team Prevenzione Rischi ha sviluppato questo webinar in due sessioni, identiche tra loro, con l'obiettivo di insegnare ai dipendenti le procedure di prevenzione da seguire nei nostri uffici riguardo la formazione e il monitoraggio della salute dei lavoratori mandati in missione presso i nostri clienti.

TURCHIA

PROGRAMMA DI ASSISTENZA DIPENDENTI (2020)

Grazie ad un fornitore che ci ha fatto da consulente su vari temi (medico, psicologico, legale, etc.) i nostri dipendenti e le loro famiglie sono stati in grado di contattare una linea telefonica e ricevere assistenza da figure esperte. Durante l'anno 62 dipendenti hanno beneficiato di questo servizio.

MINDFULNESS TRAINING (2020)

Training fornito ai nostri dipendenti con lo scopo di ridurre lo stress generato dalla pandemia al quale hanno partecipato 35 persone.

UK

GI RADIO (2020)

Evento virtuale interattivo svolto l'ultimo giorno della settimana durante il quale tutti i dipendenti e le loro famiglie hanno potuto spendere del tempo assieme sentendo musica, chiacchierando o semplicemente ringraziando i propri colleghi. L'iniziativa ha portato alla registrazione di più di 60 ore di contenuti audio.

MENTAL ENERGY CAFÉ (2020)

Una volta a settimana per 20 settimane i dipendenti hanno avuto la possibilità di incontrarsi in un momento di incontro virtuale durante il quale i partecipanti hanno avuto la possibilità di **condividere esperienze e discuter di temi riguardo la loro mental energy.**

Dopo ogni incontro sono stati sviluppati e distribuiti opuscoli sui temi trattati, incluso uno speciale "Gi Kids".

WORKSHOPS SUL BENESSERE E CLASSI DI YOGA E HIIT (2020 - 2021)

Per tre settimane consecutive sono stati svolti workshop sul come tenersi in forma; dal come esercitarsi a casa allo stretching giornaliero alla scrivania. In più classi di Yoga e Hiit sono state create perché i dipendenti potessero rilassarsi e allenarsi assieme durante la pandemia. In totale sono state svolte **43 ore di sessioni.** Nel 2021 questa tipologia di workshop basati sul benessere psicofisico dei dipendenti è stata svolta su base mensile.

UNGHERIA

RICONOSCIMENTO DI GIORNI DI FERIE EXTRA (2021)

Abbiamo offerto giorni di **ferie extra per chi ha garantito un'ottima performance lavorativa** o per **celebrare anniversari di assunzione in azienda.** L'iniziativa è stata costituita sia per motivare i dipendenti che per migliorare la loro salute mentale.

USA

CHAIN OF RECOGNITION PROGRAM (2020 - 2021)

Iniziativa per coinvolgere i dipendenti sui valori del Gruppo. Ogni dipendente elogiato per connessione a uno dei valori ne nomina un altro in una "catena" per mostrare il nostro successo e collaborazione.

FORMAZIONE E OPPORTUNITÀ DI SELF-GROWTH (2020 - 2021)

Numerosi corsi in E-learning sono stati offerti ai nostri dipendenti interni su vari temi quali la diversità, il benessere, la cura di sé e lo sviluppo professionale.

7.2

I nostri candidati e lavoratori



Sin dal primo giorno di emergenza, Gi Group Holding ha messo in campo **risorse e tecnologie per continuare a supportare i propri stakeholder** in un anno che si prospettava estremamente complicato sotto diversi punti di vista. L'evoluzione dei nuovi sistemi per la gestione del rapporto con i nostri candidati e lavoratori (ATS, WFM e la app mobile) insieme ai portali di onboarding dei candidati ci hanno permesso di **offrire un'offerta specializzata e sostenibile alle diverse tipologie di profili interessati a nuove opportunità di carriera.**

L'intera attività di comunicazione e marketing è stata prontamente convertita in digitale: siamo riusciti a dare continuità alle nostre attività, in alcuni casi ottimizzandole. In questo contesto, **il passaggio al digitale si è rivelato vincente** poiché ci ha permesso di condividere contenuti eterogenei in diversi format, modalità e tempi. Il digitale ha sicuramente contribuito al coinvolgimento di un numero molto elevato di Stakeholders che probabilmente si sarebbe raggiunto difficilmente tramite attività offline. Oltre a garantire continuità nella nostra attività abbiamo realizzato **iniziative specifiche a supporto di lavoratori, candidati e aziende**, per affrontare le difficoltà causate dalla pandemia.

Da un lato, dunque, il biennio 2020/2021 è stato un anno molto speciale in termini di rapporto con i nostri candidati. I nostri consulenti hanno dedicato la maggior parte del loro tempo ad assicurarsi che i nostri candidati fossero in salute, tenendosi costantemente in contatto durante il lockdown, informandoli sulle migliori pratiche in materia di salute e sicurezza, aggiornandoli sul potenziale riavvio del loro lavoro, e cercando di trovare alternative nel caso in cui il loro lavoro fosse stato cancellato dai nostri clienti. Questo periodo ha davvero messo l'accento su quanto sia importante questo rapporto per Gi Group, nella nostra cultura.

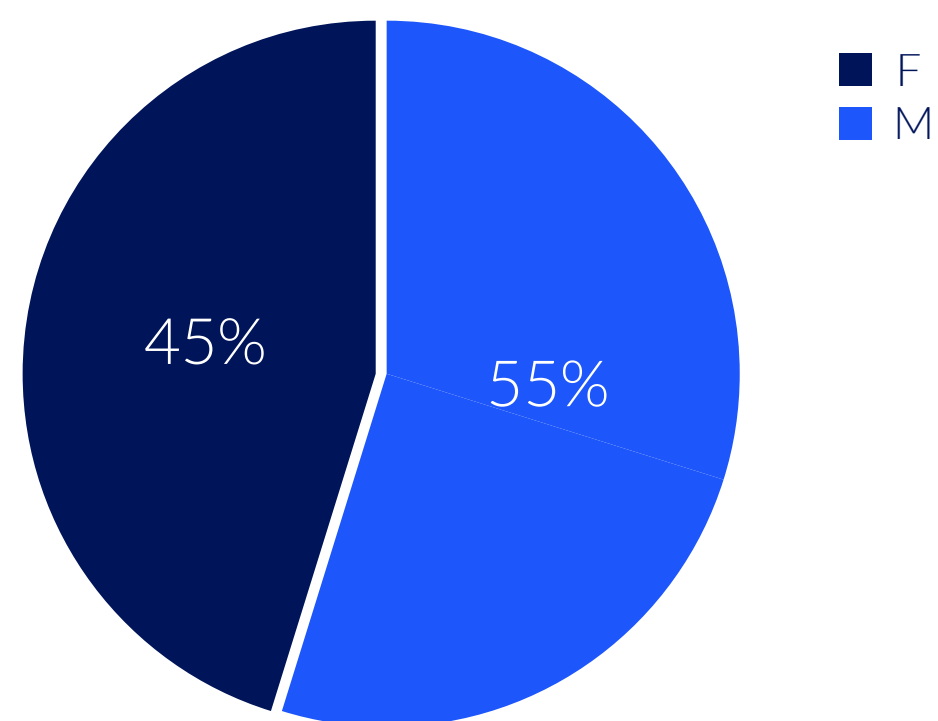
D'altra parte, il biennio è stato un periodo di sperimentazione in diversi paesi, in diversi "laboratori", per testare **nuovi modi**, sempre più improntati sul digitale **per trovare i candidati giusti il più velocemente possibile, combinando prestazioni e innovazione per i nostri clienti** che stavano sviluppando il loro business nonostante la crisi Covid.

Il Covid è stato un evento inaspettato che nessuno auspicava, ma ha anche dimostrato di essere un'opportunità per esplorare nuovi modi di interagire con i nostri candidati e lavoratori per continuare a **cambiare positivamente le loro vite.**

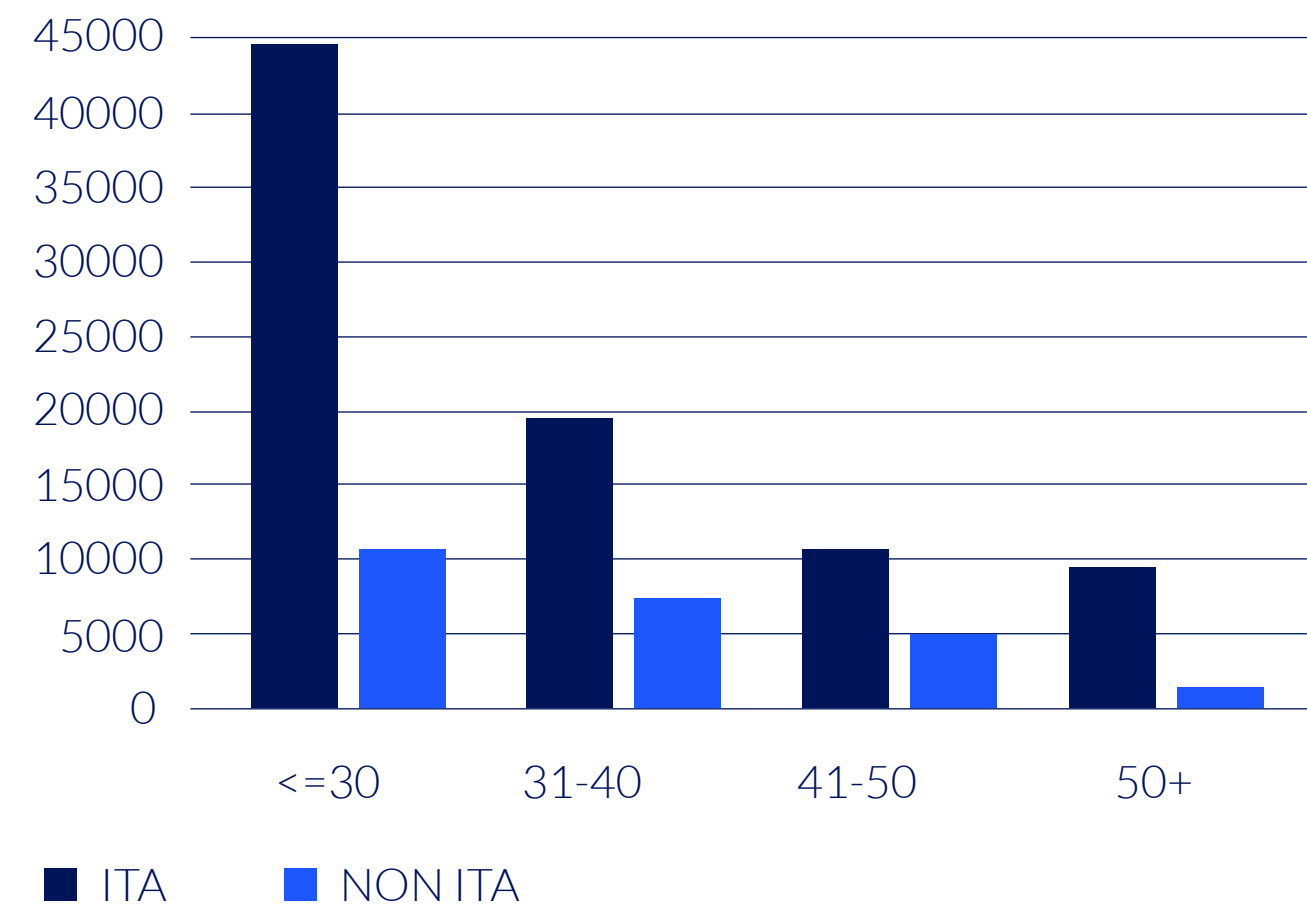
29,44

ORE MEDIE LAVORATIVE
SETTIMANALI

DISTRIBUZIONE FORZA LAVORO PER GENERE (ITALIA):



DISTRIBUZIONE FORZA LAVORO PER GENERE E NAZIONALITÀ (ITALIA):



7.2.1

Le iniziative a livello nazionale

In linea con il percorso intrapreso a livello di Gruppo per creare condizioni favorevoli allo sviluppo del **Lavoro Sostenibile**, nel corso del biennio le iniziative dedicate ai candidati, realizzate a livello nazionale, sono state pensate e sviluppati perseguendo questo obiettivo con coerenza e concretezza.

ITALIA

Questo percorso, come Gruppo, è stato promosso e raccontato attraverso una pagina dedicata - [🔗 lavorosostenibile.gigroup.it](https://www.lavorosostenibile.gigroup.it) - che ha raccolto obiettivi, progetti, eventi e pubblicazioni relativi al Lavoro Sostenibile.

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. Tutte le nostre comunicazioni, attraverso i molteplici canali attivati - tra cui i social media - , hanno cercato di raggiungere sempre più utenti, in un'ottica di **education e supporto costante**.

Inoltre, la pandemia ci ha portato a dare una spinta sul processo di **digitalizzazione amministrativa**, già da tempo intrapreso, e sull'ambito delle **Politiche Attive del Lavoro**.

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 touchpoint digitali.

#GIGROUPWITHYOU (2020)

Campagna dedicata ai candidati nata durante il periodo di lockdown del marzo 2020 per continuare ad assicurare aggiornamenti e contenuti sul mercato del lavoro: 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 e tanto altro ancora.

I contenuti sono stati erogati in forma totalmente gratuita attraverso webinar, dirette Instagram, video pillole e iniziative specifiche online.

Tra questi contenuti spiccano le seguenti iniziative:

- **#gigroupwithyou@school**: per continuare ad affiancare gli studenti alla scoperta del mondo del lavoro, anche da casa;
- **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.

#TACKTMIWITHYOU (2020)

TackTMI Italy ha deciso di lanciare questa iniziativa per sostenere persone e organizzazioni nello sviluppo di nuove abitudini e di nuove strategie gestionali in seguito alle nuove sfide poste dall'emergenza Covid-19. In linea con la mission e il social commitment di Gi Group Holding, TackTMI Italy ha istituito una **"Banca del Tempo"** grazie alla solidarietà dei coach e dei counselor della sua Coaching Academy. L'obiettivo della "Banca del Tempo" è duplice:

- aiutare le persone a sviluppare auto-consapevolezza, mantenere l'equilibrio e il benessere personale, gestire lo stress e le emozioni "negative", reagire in modo costruttivo, riscoprendo la propria creatività, e soprattutto apprendere ad apprendere e cambiare;
- sostenere le organizzazioni nel comprendere come riconfigurare in modo agile il proprio sistema di lavoro, gestire la collaborazione da remoto, convertire il business riprogrammando la gestione dei clienti e delle vendite.

A questo scopo, i coach e i counselor della nostra faculty sono stati orientati nell'offrire:

- video-pillole gratuite, per suggerire tecniche e strumenti pratici;
- sessioni gratuite di coaching e di counseling;
- webinar gratuiti di approfondimento tematico **(60 Partecipanti, 5 coach coinvolti).**

GI GROUP TRAINING HUB (2021)

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.

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.

I 5.000 mq del Gi Group Training Hub ospiteranno aule informatiche, realtà aumentata, simulatori; un laboratorio di meccatronica, 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.

#DESTINATIONWORKCITY (2021)

Nel 2021 il consueto appuntamento con **Destination Work (iniziativa di CSR storicamente finalizzata all'incremento dell'employability)** ha esplorato nuovi format creando una città virtuale dove poter accedere gratuitamente a webinar, approfondimenti e sessioni di orientamento per trovare risposta alle domande sul mondo del lavoro e definire al meglio il proprio percorso professionale.

Nella settimana dedicata a Destination Work City sono stati messi a disposizione **contenuti video di orientamento al mondo del lavoro** (come scrivere un cv, cosa sono le politiche attive del lavoro, come scrivere una lettera di presentazione, etc) oltre a webinar tematici aventi l'obiettivo di esplorare le opportunità offerte da alcuni territori e settori. All'interno dell'iniziativa sono state raccolte le disponibilità dei colleghi del Gruppo che hanno voluto dedicare il loro tempo offrendo sessioni di orientamento personalizzate.

La piattaforma che ha ospitato l'evento ha registrato oltre **1.000 registrazioni**, offrendo ai candidati la possibilità di seguire 17 webinar nel corso della settimana. A disposizione dei partecipanti oltre **180 sessioni di orientamento one-to-one.**

ACADEMY 100% (2021)

Academy 100% Employability è il progetto di Gi Group volto non solo a offrire formazione gratuita, ma anche a garantire l'inserimento in azienda ai partecipanti offrendo loro un **contratto di lavoro a tempo indeterminato.** All'interno del percorso del Lavoro Sostenibile, l'iniziativa si inserisce come primo progetto concreto attivato, nato con l'intento di dare

un futuro più solido e sereno, nonché nuove opportunità, a coloro che vivono in un momento storico delicato e incerto, e che sono maggiormente penalizzati da un mercato del lavoro caratterizzato dallo skill mismatch.

WOMEN4 (2021)

Women4 si inserisce tra le iniziative che rendono concreto l'impegno di Gruppo per rendere il Lavoro Sostenibile. Questo progetto nello specifico nasce con l'obiettivo di creare e mantenere **opportunità di lavoro dignitose e sicure** e sviluppare percorsi con aziende partner a favore delle **lavoratrici di oggi e domani.**

Dai dati Istat di dicembre 2020 su **101mila nuovi disoccupati, 99mila**, ovvero il 98% di chi ha perso impiego a causa della pandemia, **sono donne.** Inoltre, il 70% della popolazione femminile occupata si concentra in soli 7 dei 21 settori trattati e alcuni di questi sono tra quelli più impattati dall'emergenza (Eurostat).

Questo il contesto in cui si inserisce Women4, un progetto che risponde alle esigenze di un mercato del lavoro in continua evoluzione e ai molti stereotipi che lo contraddistinguono, perché non esistono lavori da uomo o da donna, ma solo opportunità da cogliere.

Il progetto è stato avviato con un focus sul settore della Logistica con l'obiettivo di **ampliare ai settori Mechanics e ICT nel corso del 2022.**

#GIWORKOUT (2020 - 2021)

#giworkout è un progetto in collaborazione con i nostri partner sportivi, con lo scopo di orientare i candidati su quali siano le competenze chiave per orientarsi nel mondo del lavoro attraverso il **parallelismo con il mondo dello sport.** Abbiamo continuato a portare avanti la nostra mission, con attività prevalentemente da remoto, con la creazione di webcast dedicati ed un contest dedicato ai candidati che ha visto i vincitori protagonisti dello Sponsor Match del 16 dicembre 2021 ad Assago.

PROGETTO ICARO – FONDAZIONE GOLINELLI (2021)

Il Progetto ICARO è un progetto educativo finalizzato a **colmare il gap tra la formazione accademica e il mondo del lavoro**, fornendo l'opportunità a un gruppo selezionato di aziende di proporre un'esperienza pratica e formativa a un team multi-facoltà di studenti universitari selezionati, supportati da un'équipe multidisciplinare di mentor. Gi Group ha preso parte al progetto invitando i ragazzi a lavorare su un progetto legato all'ambito della CSR e in particolare su una proposta di nuovo format di Destination Work.

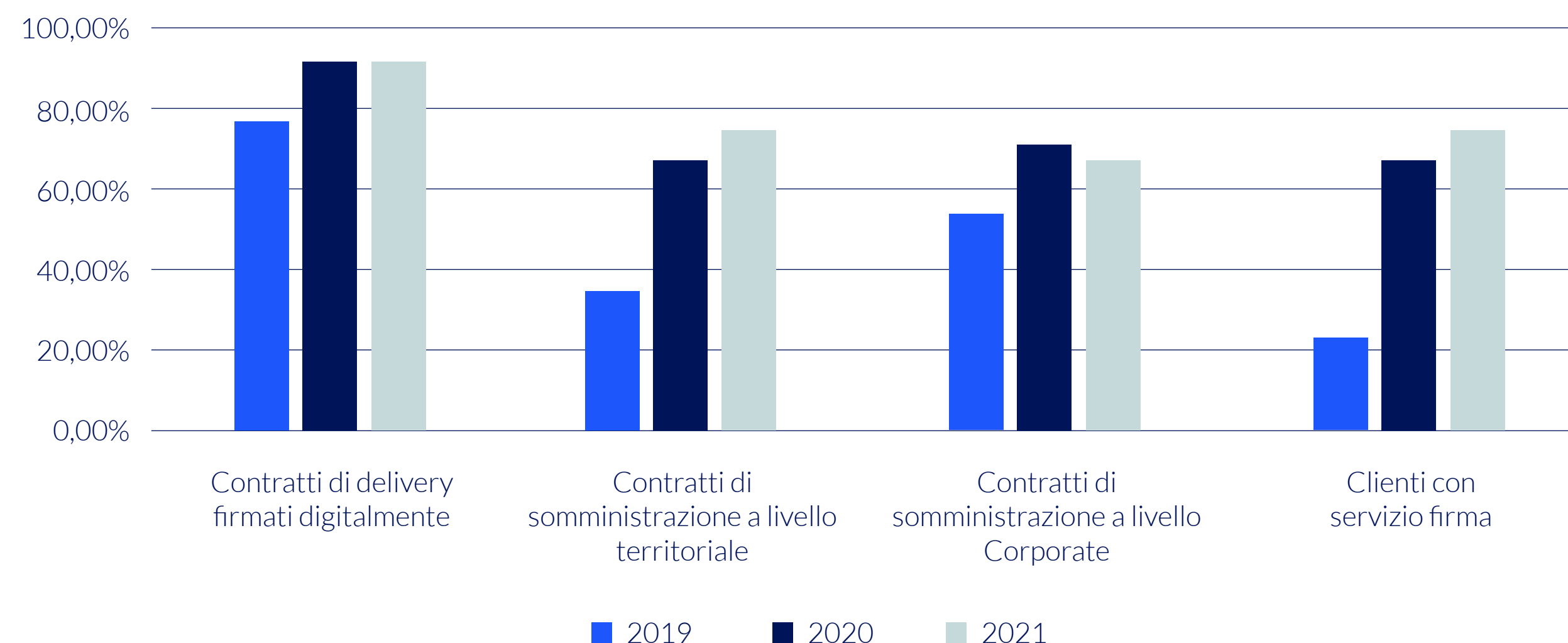
INTOO WEB LAB (2021)

Nel corso del 2021 INTOO ha portato avanti una serie di webinar dedicati ai candidati (12 appuntamenti per un totale di 407 partecipanti) che hanno condiviso informazioni e consigli utili su come affrontare il mondo del lavoro nell'epoca Covid attraverso degli aggiornamenti costanti sui trend tratti dall'Osservatorio INTOO e focus su strumenti specifici quali il colloquio di lavoro online o il networking in un momento di distanziamento sociale.

PODCAST “COMINCIO LUNEDÌ – Allenamenti per la Leadership Sostenibile” (2021)

Il podcast, dedicato al target Executive, è stato presentato come uno strumento utile per accompagnare lo **sviluppo e il mantenimento di uno stile di leadership sostenibile**. Attraverso le interviste a 8 ospiti, tra Manager ed esperti, è stato condiviso un modello di allenamento che, attraverso il **training di 3 livelli** – mente, corpo e capacità manageriali – può supportare i C-Level ad affrontare le continue evoluzioni e i cambiamenti del mercato in maniera sostenibile.

DIGITALIZZAZIONE DEI PROCESSI



DIGITALIZZAZIONE DEI PROCESSI (2020 – 2021)

Durante il biennio, soprattutto causa Covid-19, Gi Group ha visto un notevole incremento dell'utilizzo dei propri processi digitali riguardo la propria attività di business. L'applicazione MyGiGroup, utilizzata da candidati, lavoratori e aziende per entrare in contatto tra loro e gestire i rapporti lavorativi ha visto un forte incremento di utilizzo:

- il numero di **contratti di delivery firmati digitalmente** è cresciuto dal **76,81%** di inizio 2020 al **92,47% di fine 2021**;
- quello di **somministrazioni a livello territoriale** è cresciuto ancor di più dal **34,05%** di gennaio 2020 al **73,44% di fine 2021**;

- infine, i contratti in **somministrazione a livello Corporate** contrattati tramite applicazione sono passati dal **53,75% al 65,98% durante il biennio**.

Il numero di clienti che utilizzano il **Servizio Firma** tramite la piattaforma digitale è cresciuto da circa 24% del totale dei clienti del 2019 al **76% del 2021**.

La digitalizzazione del processo è stata particolarmente apprezzata dai nostri candidati e lavoratori poiché permette loro di essere più veloci nella sottoscrizione di documenti e rende non necessario recarsi in filiale per la stipula dei contratti. Il portale aiuta Gi Group anche nel comparto Compliance in quanto tutta la documentazione relativa ai rapporti clienti/lavoratori è raccolta in archivi digitali facilmente accessibili.

POLITICHE ATTIVE DEL LAVORO (2020 - 2021)

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.

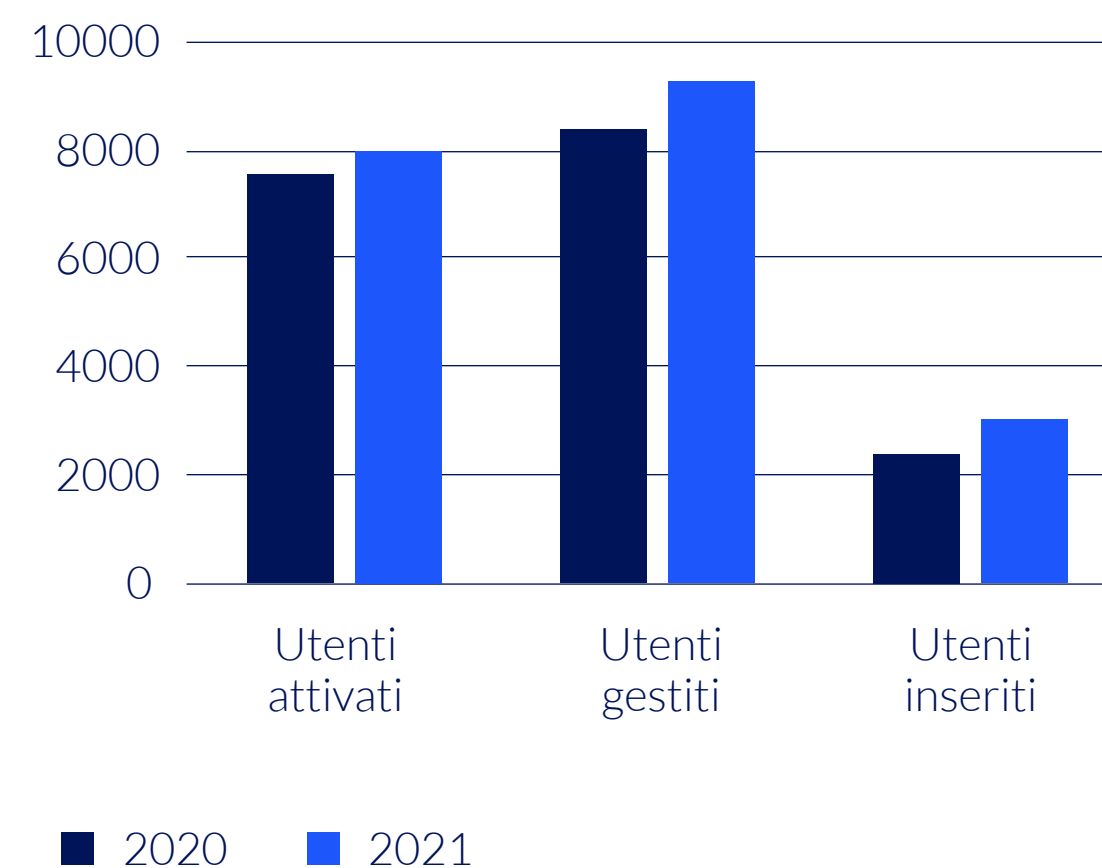
A seconda dei progetti e delle prescrizioni del bando/avviso, è previsto lo sviluppo delle attività in rete allo scopo di **integrare le competenze e professionalità dei diversi Operatori** (ad esempio Enti di formazione, Agenzie per il lavoro, organizzazioni del Terzo settore) **anche nella logica di 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.

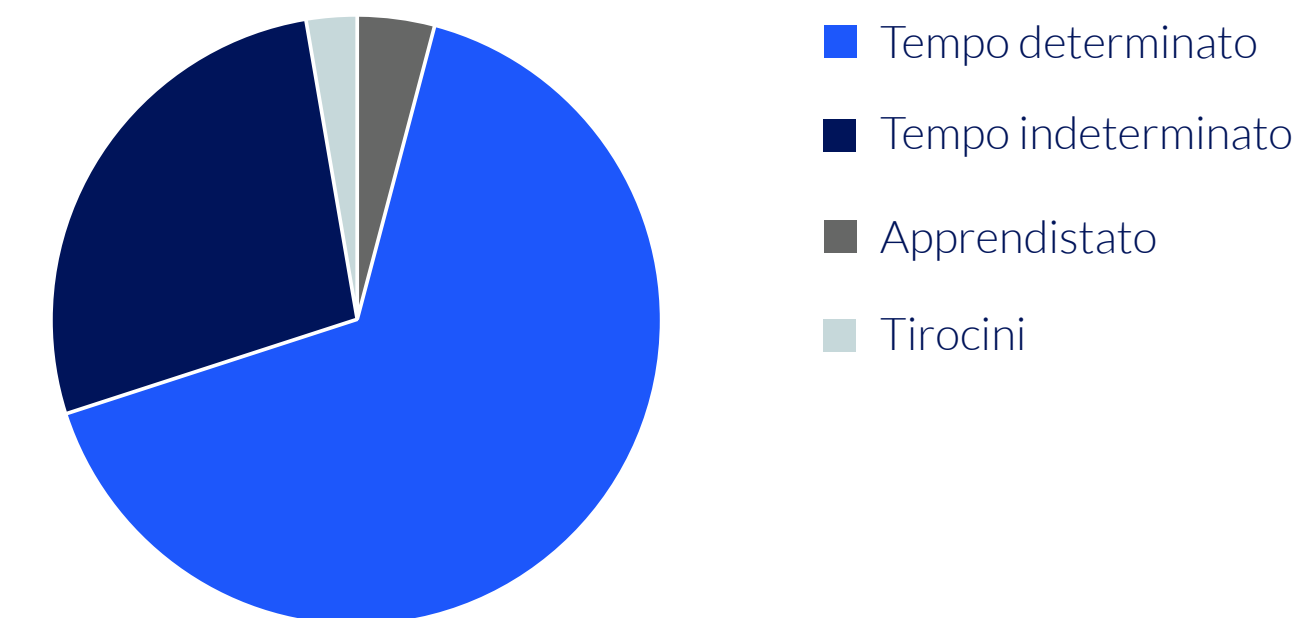
Alle politiche attive è stato dedicato il primo position paper realizzato da Fondazione Gi Group: **"Politiche attive del lavoro: proposte per fare gol - Creare le condizioni per garantire una occupabilità sostenibile nel tempo"**.

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.

POLITICHE ATTIVE 2020-2021:



UTENTI INSERITI 2021:



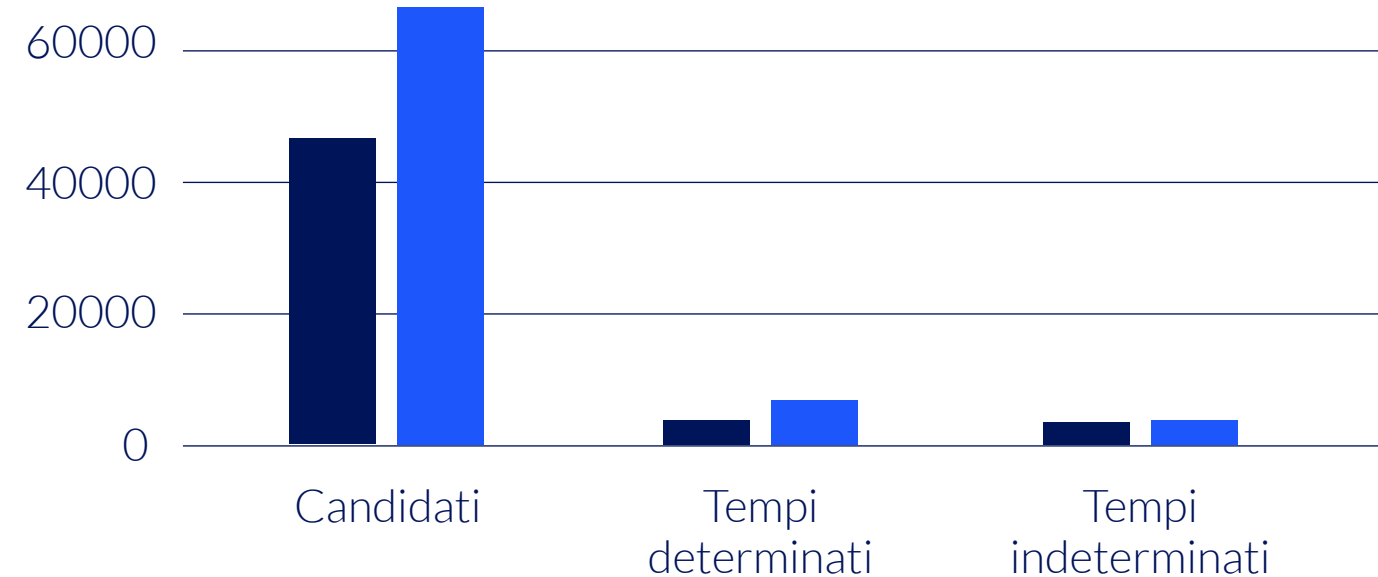
FORMAZIONE FINANZIATA (2020 - 2021)

Attraverso Gi Group e Gi Formazione, eroghiamo in Italia, ogni anno, migliaia di ore di formazione finanziata per candidati e per lavoratori che, gratuitamente, grazie al **fondo Forma.Temp**, possono accedere a percorsi di qualificazione e di riqualificazione professionale per migliorare la propria employability. Il biennio ha visto la necessità di ridurre il numero di percorsi professionalizzanti secondo il modello Academy, a causa dell'impossibilità, per gran parte del periodo, di erogare la formazione in presenza.

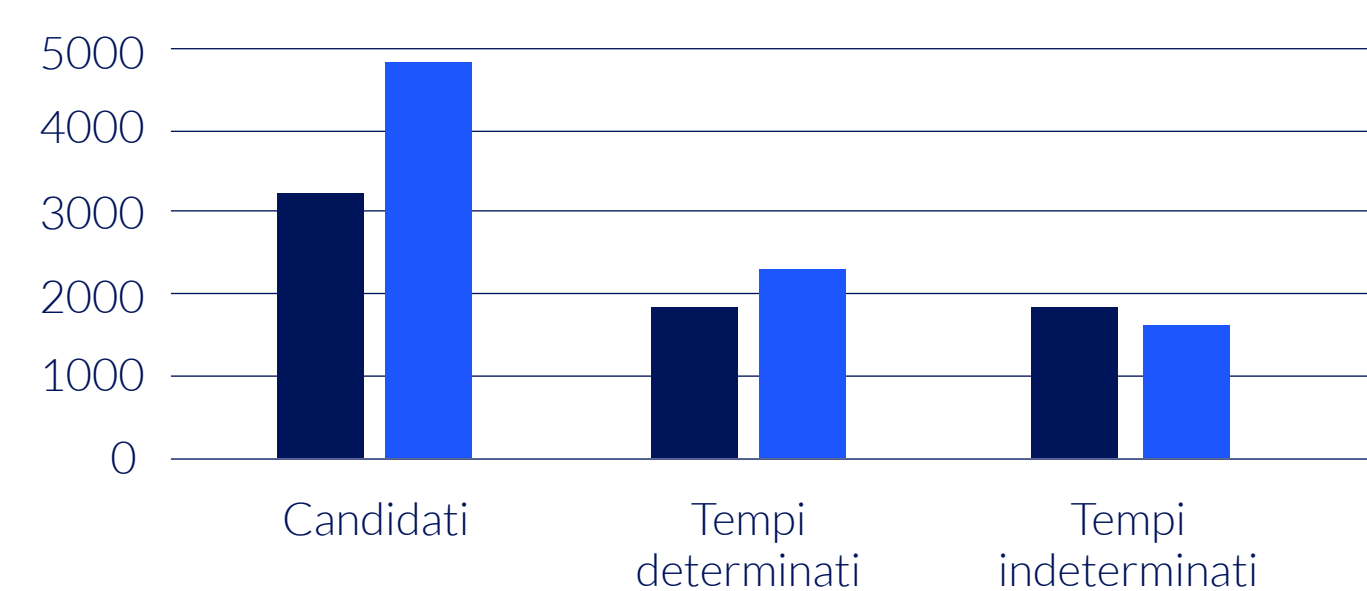
Si è viceversa innalzata nettamente la formazione in e-learning che ha permesso di raggiungere, in particolare per quanto riguarda i percorsi dedicati alla sicurezza, un numero eccezionale di partecipanti. In totale nel **2020 abbiamo fornito più di 185.000 ore di formazione, a 58.000 corsisti suddivise in 6850 corsi.** Nel **2021** si è riscontrato un aumento considerevole in tutte e tre le aree: le ore di formazione fornita sono state **233.000 (+26%), i corsisti 76.000 (+30%) e il numero di corsi 8684 (+27%).**



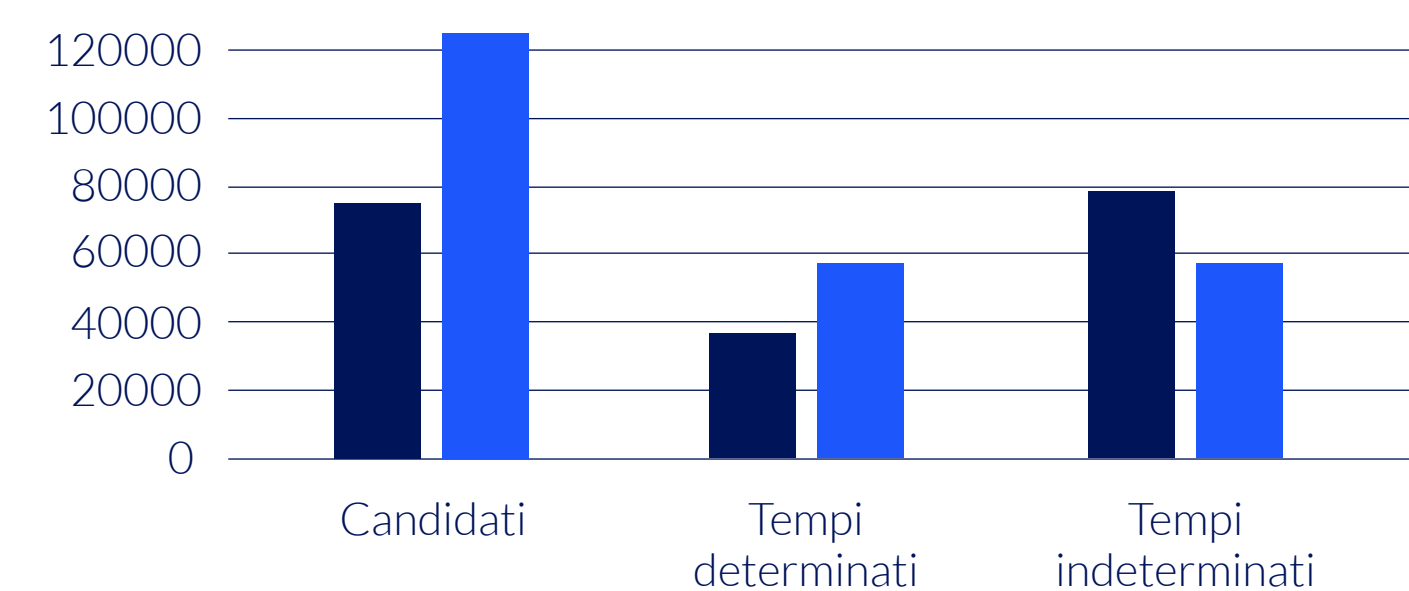
CORSISTI



CORSI



ORE DI FORMAZIONE



■ 2020 ■ 2021



CINA

GICOBO (2020)

Piattaforma digitale per l'impiego flessibile creata da Gi Group Cina basata su due modalità di servizio: **task subcontracting and crowdsourcing**. L'obiettivo della piattaforma è quello di risolvere il problema della mancanza di professionisti ed individui qualificati nel mercato e nelle imprese, stimolando la liquidità e flessibilità del mercato del lavoro

CAREER CORNER (2021)

Abbiamo fornito consigli riguardo l'**inserimento lavorativo a neo-laureati** in modo che possano scegliere con consapevolezza il loro primo lavoro aiutandoli così nella loro transizione da studenti a persone sociali.

FORMAZIONE SUI BISOGNI DELLE AZIENDE (2021)

I partecipanti hanno incrementato le loro conoscenze professionali e hanno ampliato ulteriormente la comprensione dei differenti campi professionali.

INDIA

SESSIONI SULLA PREVENZIONE DELLE MOLESTIE SESSUALI (2021)

Sono state svolte sessioni interne ed esterne di sensibilizzazione sul tema delle molestie sessuali. Questi momenti sono stati svolti sia presso le sedi dei clienti che presso i nostri uffici. Sono in vigore per il gruppo sia una policy sulla prevenzione delle molestie che un comitato dedicato al tema.

POLONIA

INIZIATIVE DI FORMAZIONE ED ORIENTAMENTO (2021)

Durante il 2021 abbiamo organizzato vari eventi volti a fornire tirocini per gli studenti, collaborando con le università. I nostri esperti interni hanno dato consigli e suggerimenti su come navigare nell'attuale mercato del lavoro. È stata prestata particolare attenzione al **sostegno all'occupazione dei disabili**.

PORTOGALLO

TESTIMONIANZE DEI CANDIDATI DI QiBit (2020)

I candidati di QiBit hanno avuto la possibilità di registrare un testimonianza sulla loro esperienza con il processo di selezione durante la pandemia. I video delle testimonianze sono poi stati pubblicati sulla intranet aziendale.

TRASFERIMENTO DI PERSONALE (2020)

L'iniziativa ha come scopo **l'aiutare lavoratori licenziati durante la pandemia a trovare opportunità più facilmente**.

Abbiamo unito le forze con i nostri clienti costretti a licenziare i propri dipendenti per far fronte ai costi della pandemia creando una landing page dove i neo disoccupati potessero più facilmente trovare le nostre offerte di lavoro ed essere contattati da Gi Group per eventuali posizioni aperte.

SERBIA E MONTENEGRO

CAFFE CON IL RECRUITER (2020)

30-minute free online session where candidates could ask recruiters how to prepare for a job interview, how to write their CV as well as ask anything they are interested in regarding the recruitment process.

COME PREPARARSI A UN COLLOQUIO DI LAVORO (2020)

Workshop interattivo sul tema “Come prepararsi ad un colloquio di lavoro”. Primo evento basato sullo Speed Interviewing in collaborazione con NEST Coworking. All’evento hanno partecipato 7 aziende e 8 candidati nel campo della contabilità.

JOB SPEED-DATING (2020)

Iniziativa sviluppata per mettere in connessione candidati e potenziali datori di lavoro operanti in diversi settori.

YOUTH EMPLOYABILITY IMPROVEMENT PROGRAM (2021)

Con l’UNICEF e altri partner stiamo portando avanti questo programma con l’obiettivo di aiutare l’occupabilità dei giovani nella categoria NEET. Abbiamo creato programmi di formazione sulla nostra piattaforma LMS per i tirocinanti, così come per le aziende che possono quindi fornire stage a pagamento. Il progetto ha raggiunto, grazie a 500 partner, 2000 stagisti.

PROGRAMMA DI FORMAZIONE “COMUNICAZIONE ASSERTIVA” (2021)

Per la comunità degli studenti di Belgrado abbiamo preparato un programma di formazione sul tema della comunicazione assertiva all’interno del loro programma “Un passo più vicino al lavoro”.

JOB FAIR 21 (2021)

Prendendo parte alla fiera del lavoro annuale organizzata dagli studenti di Ingegneria Elettrica, abbiamo tenuto un workshop

su un tema di **Social Engineering**, aiutando gli studenti a migliorare le loro capacità di presentazione e di networking, così come la preparazione per il colloquio di lavoro.

SPAGNA

PROGETTO #TODOSUMA (2020)

Pillole, Workshop e sessioni di formazione tenute dai nostri consulenti di Wyser, esperti in ognuna delle discipline trattate. Sono stati toccati diversi argomenti durante queste sessioni: da consigli per rafforzare la cultura del lavoro anche operando da casa al come adattare le proprie teamwork skills al nuovo scenario; da sessioni di coaching per migliorare le proprie skills nel nuovo ambiente a webinar indirizzati a persone in fase di reinserimento nel mercato del lavoro.

CAMPAGNA #GIGROUPWITHYOU (2020)

Iniziativa durante la quale i candidati hanno potuto usufruire di webinar gratuiti, programmi di consulenza e brevi video motivazionali per migliorare diversi tipi di competenze. L’iniziativa è stata riconosciuta dal Network spagnolo del Global Compact che ha incluso questa iniziativa nelle **#IniciativasConPrincipios**, una campagna con lo scopo di condividere e valorizzare le diverse azioni e iniziative sviluppate dalle aziende durante la pandemia di Covid-19.

TURCHIA

DIVISIONE DISABILITÀ NEL TEMP&PERM (2021)

In Turchia abbiamo sviluppato all’interno della practice Temp&Perm, core business del gruppo, una divisione specifica dedicata alle persone con disabilità. Comprendendo l’importanza di fornire un servizio specifico alle categorie svantaggiate di persone per aiutarli ad entrare nel mercato del lavoro, ogni anno la business unit perfeziona specifici strumenti

e best practice per supportare persone e aziende in un matching efficace per lo sviluppo di entrambe le parti.

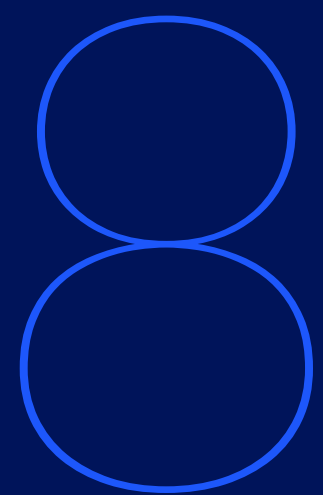
INCONTRI DI ORIENTAMENTO ON-LINE CON STUDENTI UNIVERSITARI (2021)

Abbiamo incontrato studenti provenienti da molteplici università in 7 webinar. L’obiettivo del progetto era quello di sostenere giovani con differenti competenze di base a prepararsi per la vita aziendale e per il processo di ricerca di lavoro.

USA

CORSI ONLINE DI UPSKILLING (2020)

Abbiamo introdotto per i nostri candidati e lavoratori corsi online di “upskilling” da tre differenti fornitori – **Coursera, Udemy e EdX** – dando accesso a più di **150,000 corsi** per ottenere nuove competenze.



I nostri clienti

➔ 8.1 Le iniziative a livello nazionale



8

I nostri clienti

Nel corso del biennio siamo riusciti ad **adattarci ai cambiamenti imposti dalla pandemia, senza abbandonare i nostri stakeholder.**

In un momento in cui molte aziende si sono trovate di fronte a decisioni particolarmente sfidanti – necessità di revisione del modello di business, riposizionamento, riorganizzazioni, e quanto era necessario per garantire continuità al business preservando al tempo stesso la salute e la sicurezza delle persone – abbiamo voluto indagare quali sarebbero state le loro nuove esigenze per capire in che modo supportarle.

In generale, nel 2020, se la prima Practice che ha risentito della pandemia è stata quella del Temporary e Permanent Staffing, poiché le risorse esterne sono state spesso non prorogate o non richieste più dai clienti, nella fase del rimbalzo proprio il punto di forza di questo servizio, ovvero la flessibilità, ha spinto le grandi aziende ad avvalersene anche più di prima, conducendo i dati finali ad un **sorprendente pareggio al 31.12 2020**, nonostante l'outlook a metà anno fosse di un complessivo -20% nel confronto col medesimo periodo del 2019 e a perimetro costante di aziende prese in considerazione.

Tra le altre Global Practice, quelle che hanno risentito più fortemente della contrazione sono state senza dubbio la **Search and Selection, il Professional e il Training**, laddove **l'Outsourcing**, anche per alcune similarità col **Temporary Staffing** (nell'accezione meno complessa del servizio erogato) ha riscontrato un **minor decremento rispetto al 2019**. Verso la fine dell'anno, proprio per intercettare un aumento della domanda inerente al servizio di Outplacement, è stata aggiunta questa practice, con l'obiettivo di **allargare il fronte di confronto con i clienti multinazionali** che potrebbero aver bisogno – a valle della emergenza sanitaria – di serrare i ranghi

riducendo il numero dei dipendenti diretti. Infine, per poter ulteriormente segmentare il business e creare specializzazioni in grado di rispondere a nuove esigenze, **all'inizio del 2020 sono state create alcune divisioni** precedentemente non esistenti a livello globale. Più precisamente, il **Building & Construction, il Banking & Insurance, il Facility Management, l'Oil & Gas e il Mass Market Retail**.

Nel 2021, invece, il problema del Covid si è di fatto tramutato in primis in un'opportunità nell'ambito del Temporary e Permanent Staffing per due motivi principali. Il primo: la necessità ancora più marcata delle grandi multinazionali di avvalersi di un supporto esterno in grado di garantire la produzione o i servizi al centro del loro oggetto sociale, per evitare il rischio di una nuova serrata a valle di un'eventuale recrudescenza del virus e delle sue varianti. Il secondo: gli strappi del mercato hanno creato problemi alle agenzie di più piccola dimensione e ciò ha fatto sì che porzioni di business messe a repentaglio hanno permesso un ulteriore allargamento della market share. Si ritiene infine utile sottolineare come l'obiettivo cruciale dell'azienda di insistere sul Lavoro Sostenibile sia cresciuto di pari passo con l'attività commerciale.

Esso, infatti, ha permesso di evidenziare una forte governance su temi considerati essenziali, affiancando sempre più spesso i chiari valori ispirativi di Gi Group a una concreta operatività connessa a complesse azioni di delivery e di gestione dell'urgenza. Molte delle soluzioni scelte per salvaguardare le minoranze o ad abbattere le ubbie inerenti alle differenze di genere, religione o sesso, si sono rivelate un eccezionale motore di apprezzamento da parte dei clienti e un potente fattore attrattivo verso i candidati che hanno apprezzato e toccato con mano l'approccio paritario messo in atto da Gi Group. Su questi argomenti, aver altresì innestato una vigorosa e costante **azione di training dedicata alla popolazione interna e una solida diffusione di principi utili a salvaguardare l'ambiente**, ha completato lo spettro delle attività ritenute fondamentali per portare avanti il discorso aziendale emerso nel corso degli oltre due decenni di attività.



8.1

Le iniziative a livello nazionale

ITALIA

Gi Group Holding organizza e partecipa da sempre e con continuità a conferenze e webinar per la condivisione di know-how aziendale e istituzionale, allo scopo di dare il proprio contributo e supportare lo sviluppo del mercato del lavoro. Il biennio 2020-2021 non ha fatto eccezione in questo senso, pur con una ovvia prevalenza dello strumento tecnologico in sostituzione degli eventi in presenza. Durante questo periodo numerose sono state le iniziative a favore delle aziende organizzate dal gruppo, le quali hanno avuto come denominatore comune l'obiettivo di contribuire e supportare la diffusione di una cultura del lavoro orientata alla definizione e applicazione di iniziative capaci di rendere il **Lavoro Sostenibile**.

STAR MATRIX ED EVENTI DEDICATI A MERCATI SPECIALIZZATI (2020 -2021)

Serie di webinar dedicati ad approfondire le dinamiche evolutive dei ruoli di specifici

settori e delle competenze connesse, contestualizzando il tutto all'attuale scenario di mercato caratterizzato da importanti trasformazioni socioculturali, tecnologiche, organizzative e normative.

- **Star Matrix Life Science, Il futuro delle professioni nel settore lifescience (2020);**
- **Star Matrix Fashion & Luxury Leather goods, Shoes and Tanny (2020);**
- **Gi group e la pelletteria: soluzioni di valore e incentivi per le aziende (2020);**
- **Webinar dedicato alle aziende con focus formazione e valorizzazione di risorse nel mercato della pelletteria (2020);**
- **Il futuro delle professioni nel settore FMCG (2021);**
- **Trend evolutivi e futuro delle professioni nel settore logistico (2021);**
- **Manufacturing 4.0: l'evoluzione del settore e delle sue professioni (2021).**

EVENTI MIRATI ALLA RIPARTENZA POST PANDEMIA (2020 - 2021)

- **#Restart (2020)**
Progetto dedicato alla ripartenza delle aziende post lockdown: strumenti, servizi e iniziative offerte alle aziende per supportarle nella delicata fase di ripresa.
- **Ecommerce e ultimo miglio: HR, sfide organizzative e competenze nel nuovo scenario di mercato (2020)**
Webinar dedicato alle aziende relativo alle opportunità di mercato e competenze professionali emergenti dal nuovo scenario di mercato nato dalle necessità derivanti dal lockdown.
- **Spazio ascoltami (2020)**
Lo sportello che nasce con l'obiettivo di supportare le Aziende al fine di sostenere e garantire in particolar modo l'equilibrio e la motivazione di chi ne fa parte. Il supporto di ODM prende forma in un punto di incontro e confronto qualificato e riservato, gestito da un team di professionisti, psicologi del lavoro

e psicoterapeuti, rivolto in primis a figure HR e manageriali, che possono beneficiare di ascolto attivo, supporto e consigli pratici, affinché divengano loro stessi, in seconda battuta, facilitatori nella propria Azienda. Lo spazio di ascolto è indirizzato anche a tutte le altre figure aziendali che potranno usufruirne, in accordo con la propria Azienda, secondo modalità condivise. Gli incontri hanno una durata di circa 45 minuti e avvengono con cadenza settimanale/bisettimanale per un totale di circa 4/5 sessioni a persona, valutando ogni specifico caso e tenendo conto delle singole esigenze.

- **Webinar sulla ripartenza post pandemia (INTOO) (2020)**

Serie di webinar aventi come tema la ripartenza delle attività lavorative in un contesto post Covid-19, analizzando vari aspetti della vita d'azienda: dal ruolo delle HR ad un più generale ruolo dei Manager. Hanno partecipato cumulativamente a questi eventi quasi 700 individui, con l'engagement di 6 relatori esterni.

- **Strumenti per la ripresa: facciamo chiarezza (Gi HR Services) (2021)**
Un webinar di approfondimento su sgravi, casse, contratto di espansione, per supportare le imprese a comprendere al meglio i vantaggi di cui usufruire nella ripresa post pandemia.

EVENTI CON PARTNER SPORTIVI (2020 - 2021)

- **Leadership tra sport e impresa: modelli a confronto (2020 - 2021)**
Webinar sul tema della leadership aziendale e del suo parallelismo con il mondo dello sport.
- **Coaching in action: allenare il manager e l'atleta (2020)**
Evento incentrato sul management learning e sul coaching aziendale, sportivo e professionale, presso Casa Milan.

EVENTI SULL'EVOLUZIONE DELLA NORMATIVA NAZIONALE (2020 - 2021)

- **“Il decreto “agosto”, il fondo nuove competenze e la manovra di bilancio 2021 le principali novità per le imprese (2020)**
Webinar dedicato alle principali novità per le imprese clienti riguardanti la disciplina del rapporto di lavoro e incentivi occupazionali.
- **Apprendistato a scuola: chi ci crede? (2020)**
Webinar con l'obiettivo di mettere in luce le opportunità e criticità del contratto di Apprendistato di I livello emerse durante lo studio realizzato coinvolgendo l'insieme

dei diversi attori dell'Apprendistato al fine di integrare fra loro le diverse visioni. Focus su pro e contro dello strumento con attori sociali ed istituzionali.

- **“Il decreto “sostegni”, le principali novità per le imprese (2021)**
Webinar dedicato alle principali novità per le imprese riguardanti i sostegni introdotti per le imprese.
- **Industria Metalmeccanica: rinnovo CCNL (2021)**
Un supporto alle aziende del settore metalmeccanico per individuare agilmente le principali novità nel contratto CCNL rinnovato e come queste impattano sulle proprie attività nell'immediato.

PILLOLE DI EXECUTIVE RECRUITING (2020)

Tra aprile e luglio EXS ha sviluppato 22 video pillole dedicate all'Executive Recruiting condividendo con i propri contatti LinkedIn insight e approfondimenti sulle tecniche e le modalità di selezione dei profili executive. L'iniziativa è nata dalla volta di condividere il know-how di brand e dare un supporto concreto alla fascia target di EXS: partendo da questi contenuti sono poi stati sviluppati una serie di webinar volti ad offrire suggerimenti per la gestione di team. Alle iniziative sopracitate hanno partecipato più di 1600 partecipanti, con il coinvolgimento di oltre 81 personalità esterne come relatori e portatori di competenze specifiche.





GI GROUP TRAINING HUB (2021)

La sostenibilità del lavoro richiede alle aziende di porre grande attenzione allo sviluppo del capitale umano **attribuendo alla formazione un ruolo chiave per la sopravvivenza e l'evoluzione di ogni organizzazione.**

Una formazione in grado di rispondere concretamente alle esigenze delle aziende è l'unica strada da percorrere per **intervenire in modo sostanziale sull'occupabilità delle persone** e su fenomeni come lo skill mismatch e lo skill shortage. Per supportare in quest'ottica le aziende e contribuire ad uno sviluppo sostenibile del mondo del lavoro, Gi Group Holding ha inaugurato il 3 dicembre 2021, alla presenza delle istituzioni locali, il Gi Group Training Hub, uno spazio fisico e digitale che si propone di essere un luogo riconoscibile, un punto di incontro per tutti i soggetti che vedono nella formazione la risposta più adeguata al fabbisogno di competenze delle aziende e delle persone. L'inaugurazione è stata l'occasione per sottolineare l'importanza di fare sistema e sinergia tra tutti i player che operano nel mondo della formazione e dell'occupazione, rinnovando l'invito al confronto e al dialogo tra imprese, parti sociali e istituzioni.

Il Gi Group Training Hub ospiterà nei suoi spazi, oltre alle società del gruppo che si occupano di formazione partner di eccellenza che si impegnano ogni giorno per **costruire percorsi di formazione orientati all'occupazione.**



THE GIVE PROJECT (2021)

Il progetto **GIVE** (Governance for Inclusive Vocational Excellence) ha come obiettivo la progettazione 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.**

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.

Come principale player italiano del settore dei servizi alle aziende e promotore dell'incontro tra domanda e offerta nel mercato del lavoro:

- **condivideremo con i partner il nostro know-how** sulle competenze richieste dal mercato per definire l'offerta formativa più efficace e coerente con le reali esigenze

- **coinvolgeremo i nostri clienti** per facilitare, al termine del percorso formativo, l'accesso dei candidati al mercato del lavoro;
- **offriremo ai candidati il nostro supporto** nella fase determinante dell'inserimento e dei primi mesi di lavoro;
- offriremo il nostro supporto alle aziende nell'accoglienza ai candidati inseriti al termine del percorso formativo;
- forti della nostra conoscenza del mondo del lavoro e della presenza su più paesi, **faremo da guida** alle altre imprese partner del progetto.

SURVEY "SOSTENIBILITÀ E PERSONE: COSA STANNO FACENDO LE AZIENDE ITALIANE" (2021)

ODM Consulting ha realizzato la survey "Sostenibilità e Persone: cosa stanno facendo le aziende italiane" a cui hanno preso parte 200 aziende. La survey ha indagato l'approccio alla sostenibilità applicata alle persone da parte delle aziende, le loro priorità per far diventare sostenibili le loro organizzazioni e il legame tra la sostenibilità e alcuni aspetti riguardanti la gestione delle risorse umane. I risultati della survey sono stati presentati durante un webinar che si è tenuto a maggio.

BRASILE

EVENTO SULLA RAPPRESENTANZA DELLE PERSONE NERE NEL MERCATO DEL LAVORO (2020)

Dibattito riguardo le persone nere nel mercato del lavoro. L'evento online ha affrontato argomenti quali il colorismo, tokenismo, razzismo strutturale ed intersezionalità.

COMITATO CLIENTE-CENTRICO (2021)

A livello locale, è stato creato un comitato con rappresentanti di varie unità aziendali, al fine di mettere i clienti al centro e rispondere più rapidamente alle esigenze del mercato.

WEBINAR FEMMINILE (2021)

Serie di webinar sul tema dell'educazione e consapevolezza del nostro public sul tema delle differenze di genere. Gli incontri sono stati mirati a generare attenzione sull'importanza del tema.

REPUBBLICA CECA

DISCUSSIONE ONLINE SUL TEMA COVID-19 (2020)

Seminario per i nostri clienti con raccomandazioni, consigli e tecnica per proteggere i propri dipendenti dal Covid-19.

INDIA

COMPLIANCE NEWSLETTERS (2021)

Newsletter mensile di compliance pubblicata per i clienti e su LinkedIn, che aiuta a rimanere aggiornato con le ultime modifiche normative, notifiche e modifiche.

PRATICHE DI STAFFING PER GARANTIRE IL LAVORO SOSTENIBILE (2021)

Lancio di una serie di webinar per contribuire all'evoluzione del mercato del lavoro e sottolineare il valore personale e sociale del lavoro. Il Lavoro Sostenibile è un concetto progettato per concentrarsi sull'impatto sociale del lavoro.

PORTOGALLO

TESTIMONIANZE DEI CLIENTI (2020)

Sono state richieste ai nostri Clienti testimonianze sulla loro esperienza lavorativa con Gi Group durante il periodo di pandemia/ lockdown. I video delle interviste, con protagoniste le aziende Logifarma e Agro Merchants, sono stati pubblicati sulla intranet aziendale per permettere ai dipendenti di poterne usufruire liberamente.

SERBIA E MONTENEGRO

STRESS MANAGEMENT (2020)

Workshop online gratuito per i nostri clienti con l'obiettivo di aiutarli a gestire lo stress durante il periodo di pandemia. All'evento hanno partecipato dieci clienti.

LEADERSHIP SPRINT (2020)

Un workshop di cinque giorni gratuito nel quale abbiamo assegnato ogni giorno un task diverso ai manager clienti partecipanti, supportandoli nel definire la leadership del loro brand. **5 giorni, 5 + 4 bonus tasks, 5 sessioni di Q&A live.** All'evento hanno partecipato 64 manager da Montenegro e Serbia.

TAVOLA ROTONDA HR ONLINE (2020)

All'inizio della pandemia in Serbia, sono state organizzate discussioni on-line sul tema. Motivazione, produttività e la gestione remota istantanea sono stati gli argomenti principali dell'evento. Lo scopo primario era quello di condividere best practices e creare

comunità per combattere quella situazione difficile. 70 clienti hanno partecipato a questa tavola rotonda.

SPAGNA

HR HYBRID FORUM (2020)

Abbiamo sponsorizzato, come **"Gold Sponsor"** l'HR Hybrid Forum, una conferenza internazionale di riferimento per il nostro settore. Come parte dell'evento abbiamo avuto l'opportunità di partecipare in vari tavoli di lavoro e dibattiti riguardo vari temi: la visione del futuro per il nostro settore, l'importanza di attrarre nuovi talenti transgenerazionali durante il periodo della pandemia e il nuovo paradigma lavorativo creato dal Covid-19.

MASTERCLASS: LA BLOCKCHAIN E IL SUO IMPATTO SULLA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE (2021)

Wyser Spain ha organizzato nel 2021 una lezione di Masterclass ai professionisti delle risorse umane, con un esperto come oratore, sull'impatto della tecnologia Blockchain sulla gestione delle risorse umane.

WEBINAR SUL "PIANO DI UGUAGLIANZA" (2021)

Dopo aver sviluppato all'interno di Gi Group Spain un **"Plan de Igualdad"** abbiamo collaborato con l'Associazione dei Direttori delle Risorse Umane Spagnoli, per organizzare un webinar per aiutarli a formalizzare il loro Piano di Uguaglianza. Il webinar è stato diviso in 4 sessioni e ha visto la partecipazione di oltre 100 HR Manager.

UK

TAVOLA ROTONDA CON I CLIENTI (2020)

Abbiamo riunito i clienti di Marks Sattin e alcuni avvocati del lavoro per discutere come supportare i dipendenti rientranti in ufficio post pandemia.

LANCIO NUOVA CAMPAGNA EDI (2020)

I dipendenti di diversi brand, sedi e team si sono riuniti a dicembre per formare un comitato di diversità per progettare una strategia su come assicurarci che la diversità e l'inclusione rimangano in cima alla nostra agenda così da essere nella migliore posizione possibile per aiutare i nostri clienti con i loro obiettivi di uguaglianza.

TAVOLA ROTONDA SULLA DIVERSITÀ CON I CLIENTI (2020)

Abbiamo riunito i clienti di Mark Sattin e l'ente di beneficenza EDI "Leadership Through Sport & Business" per discutere sul come fare al differenza nella loro azienda attraverso progetti di mobilità sociale.



9

Società e istituzioni

➤ 9.1 Public Affairs

➤ 9.1.1 Le iniziative a livello nazionale

➤ 9.2 Il supporto alla comunità e volontariato

9.1

Public affairs

Al fine di presidiare il rischio politico, **il Gruppo collabora attivamente con le istituzioni mondiali, europee e nazionali** sugli importanti temi della promozione e dello sviluppo del mercato del lavoro.

A partire da fine 2010 il Gruppo è associato alla **World Employment Confederation**, la confederazione internazionale delle agenzie per il lavoro, con lo status di **Global Corporate Member**, e alla sua branca europea, la **WEC - Europe**.

Istituita nel 1967 a Parigi, la WEC (già Ciett) opera a livello mondiale per salvaguardare, presso i policy advisor ed i policy maker, il riconoscimento del contributo positivo delle agenzie del lavoro private al miglior funzionamento del mercato del lavoro, supportando la necessità di dar vita ad un contesto normativo ben regolamentato, condividendo buone prassi, studi e progetti di ricerca.

A livello globale la WEC è costantemente impegnata ad interloquire con **l'ILO (International Labour Office)**, la branca dell'ONU dedicata alla promozione delle buone condizioni di lavoro nel mondo,

con l'OCSE, con la WORLD BANK e con le Organizzazioni Sindacali Internazionali, per favorire legislazioni nazionali appropriate, in cui sia riconosciuto il diritto di operare alle agenzie per il lavoro private e sia ben regolamentata la relazione triangolare tipica del lavoro somministrato tramite agenzia. **L'Activity Report 2021** ed il **Social Impact Report 2021** di WEC documentano le principali attività svolte nel 2021 e l'impatto sociale generato dalle Agenzie per il lavoro. Con riferimento alla formazione dei giovani finalizzata al loro inserimento lavorativo, Gi Group Holding dal 2015 è **partner dell'European Alliance for Apprenticeships (EAFA)**, il network composto da istituzioni nazionali e regionali, aziende ed enti formativi, attivato dalla Commissione Europea per promuovere presso scuole, aziende, giovani e famiglie i percorsi formativi in apprendistato (**dual learning**).

9.1.1

Le iniziative a livello nazionale



ITALIA

Per quanto concerne il mercato italiano, **Assolavoro**, l'Associazione italiana di riferimento per il settore, aderente a WEC-Europe, nel 2021 ha consolidato il proprio ruolo di interlocutore istituzionale, intervenendo in numerose audizioni parlamentari, che, a seguito della recrudescenza della pandemia, hanno consentito di modificare ulteriormente pro-tempore l'impatto delle causali previste dal Decreto Dignità, salvando posti di lavoro. Inoltre ha negoziato con i Sindacati di settore 5 accordi per poter proseguire con l'accesso agli ammortizzatori sociali emergenziali da parte dei lavoratori somministrati.

Per quanto riguarda l'impegno del Gruppo in campo giovanile, sono continuate in tutta Italia le attività attuative del **piano europeo "Garanzia Giovani"** e, grazie al comitato scientifico di Fondazione Gi Group, è stato prodotto un paper di analisi e consigli operativi per l'attuazione del piano nazionale di politica attiva del lavoro **"GOL" (Garanzia di Occupabilità dei Lavoratori)**.



**2021 CSR
GOAL ACHIEVED**
RAFFORZAMENTO DEI RAPPORTI
CON ENTI TERZI (FONDAZIONI, ENTI).

A livello regionale nel 2021 Gi Group Holding ha aderito al protocollo per lo **sviluppo sostenibile lombardo**, un patto stretto con tutti gli attori lombardi interessati a un'economia e a stili di vita più sostenibili. L'adesione a questo protocollo proietta Gi Group Holding all'interno di un network locale di attori che mirano ad un obiettivo comune: **l'implementazione degli obiettivi di Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile**. Inoltre, nel 2021 il Gruppo ha aderito a **Fondazione Sodalitas**, con cui era già iniziata la collaborazione a fine 2019 con la sottoscrizione da parte di Stefano Colli-Lanzi della CEO Call to Action, iniziativa di CSR di cui la Fondazione è promotrice in Italia. Entrando nel network nazionale ed internazionale di Sodalitas, Gi Group Holding vuole collaborare alla condivisione iniziative e practices per la crescita della comunità e lo sviluppo sostenibile, soprattutto nel campo del lavoro, trattandosi della specifica mission aziendale.

CINA

INCONTRI CON AGENZIE E ASSOCIAZIONI GOVERNATIVE (2021)

Incontri e colloqui con il **Social Security Bureau** e organizzazione sulla disabilità al fine di dare consigli su policy sul tema dell'occupazione.

COLOMBIA

PATTO PER IL LAVORO DIGNITOSO (2021)

L'Associazione Nazionale per il Lavoro Temporaneo (**ACOSET**), ha firmato un accordo nazionale con il governo (Ministero del Lavoro) per promuovere il **“lavoro dignitoso”** nel nostro settore. Un riconoscimento importante per tutte le aziende che fanno parte di ACOSET (Gi Group Temporales).

INDIA

UN'ALLEANZA PER L'INDIA (2020)

Gi Group, Randstad, The Adecco Group e Manpower Group, le quattro aziende leader nel settore delle risorse umane in India, hanno formato un'alleanza per **“Riportare l'inda al lavoro in sicurezza”**. Combinando le proprie conoscenze e punti di forza all'interno di una alleanza non commerciale, le quattro aziende sono intervenute insieme sulle principali sfide affrontate dal mercato del lavoro in seguito alla pandemia. L'obiettivo di questa collaborazione è stato quello di minimizzare

l'effetto negativo del Covid-19 sull'economia. Per le aziende, il principale interesse è il rientro al lavoro dei propri dipendenti in maniera veloce ma soprattutto sicura.

Le quattro aziende si sono concentrate nella condivisione di best practices riguardo la salute e i protocolli di sicurezza, per un **“economia socialmente distanziata”**.

Le best practices raccolte dalle compagnie hanno formato un insieme di istruzioni e misure, un guida anti Covid-19 per aiutare a riportare l'India al lavoro in sicurezza.

La guida include consigli pratici riguardo i protocolli di salute e sicurezza che possono essere usati dalle aziende per supportare un ritorno sicuro sui luoghi di lavoro.

L'evento durante il quale è stata ufficializzata l'alleanza ha ricevuto una forte risposta producendo alcuni spunti chiave:

- **Il tema più importante evidenziato dalla pandemia è la SICUREZZA, che è diventato ormai un concetto fondamentale: è estremamente importante che i cittadini indiani ritornino al lavoro in condizioni di sicurezza;**

- **sebbene la sicurezza fisica sia importante, la salute psicologica dei lavoratori non può essere ignorata: il benessere mentale dei lavoratori dovrebbe essere considerato altrettanto importante;**
- **la tecnologia e la capacità di lavorare da qualsiasi luogo hanno aperto enormi opportunità per ciascuno di noi;**
- **durante questo periodo, i lavoratori hanno avuto l'opportunità di investire in loro stessi e adottare nuove abitudini;**
- **le imprese dovrebbero adottare una corretta serie di protocolli e promuovere un ambiente di lavoro sicuro.**

Marcos Segador Arrebola, al tempo Country Manager di Gi Group India, ha dichiarato: **“Le aziende e in particolare le organizzazioni di servizi HR come quelle in questa iniziativa dovrebbero svolgere un ruolo attivo per garantire che l'India torni a lavorare in sicurezza. Per questa ragione, dovremmo comprendere profondamente le reali esigenze di tutti gli stakeholder coinvolti**

nel processo e creare soluzioni per realizzarle in modo sostenibile, costruendo le basi di un futuro migliore. Solo preoccupandosi di queste esigenze, con passione e dedizione, è possibile risolvere le sfide future. Dovremmo trattare il COVID-19 come un momento determinante per noi stessi, le nostre organizzazioni e il nostro paese. Un momento per fare la differenza”.

9.2

Il supporto alla comunità e volontariato

ITALIA

DESTINATION WORK 2020 E 2021

Attraverso Destination Work, giunto in Italia alla sua **settima edizione**, abbiamo confermato il nostro impegno per permettere a candidati e lavoratori di sviluppare un approccio più consapevole ed efficace al mondo del lavoro.

L'edizione del 2020, per la prima volta in formato virtuale, ha trattato i pilastri dell'employability e della ricerca attiva di occupazione tra cui: la costruzione efficace del cv valorizzando i propri punti di forza, il colloquio on-line e le sue differenze con quello in presenza, il personal branding (in collaborazione con LinkedIn) e i contratti di lavoro. L'edizione in webinar 2020 è stata realizzata attraverso una **diretta live di 4 ore** con personale Gi Group che ha **virtualmente incontrato circa 350 persone**.

Nel 2021, l'iniziativa ha mantenuto il canale virtuale, ma ha rivoluzionato il suo format, andandosi a integrare in una più ampia piattaforma di orientamento. I colleghi hanno potuto mettere 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.

GI GROUP SOSTIENE AREU PER L'EMERGENZA CORONAVIRUS (2020)

Gi Group ha deciso di **donare 100.000 euro a favore di AREU**, Azienda Regionale Emergenza Urgenza che opera in Lombardia, per contribuire alle necessità di soccorso per il diffondersi del contagio da Covid-19.

PROGETTO RIFUGIATI (2020)

Nel 2020 è stato realizzato un progetto di qualificazione professionale dedicato a 32 persone con status di rifugiati, per un primario player del settore Trasporti e Logistica. Il progetto, dal punto di vista dell'attività di riqualificazione, è stato realizzato da **Gi Formazione in partnership con la Fondazione Caritas e con un gruppo di Onlus** (Ciac, Missionari Saveriani, San Cristoforo, Cooperativa Sociale Xenia, Cooperativa Sociale Svoltare, Cooperative Sociale Biricca). Il progetto ha coperto le fasi di gestione

amministrativa dei rifugiati, la loro formazione e il placement per l'inserimento in azienda. Questo progetto di spicco si somma a quelli che, negli ultimi 2 anni, sono stati realizzati a Torino, Asti e Pontedera per un totale di circa **60 rifugiati** con placement rivolto alle PMI attivato dalle filiali Gi Group.

AIUTAMI A VEDERTI (2020)

Gi Group ha sostenuto, tramite la propria rete di filiali, il progetto di sensibilizzazione, promosso da **A.P.R.I ONLUS (Associazione pro-retinopatici ipovedenti)**, volto a far comprendere alla popolazione che chi è portatore di una disabilità visiva può difficilmente mantenere il distanziamento sociale attualmente richiesto, ed è dunque il cittadino vedente a dover prestare attenzione.

HOMO FABER (2020 - 2021)

Homo Faber è una **Cooperativa Sociale Onlus che opera all'interno della Casa Circondariale Bassone di Como** come Ente di Formazione e come Centro Stampa. Si pone come obiettivo

quello di dare ai detenuti un'opportunità di recupero personale ed un'occasione di formazione e di sviluppo professionale per coloro che operano nel centro stampa. I corsi di formazione forniscono ai partecipanti competenze diverse: corsi base e avanzati di diversi programmi grafici, principi base della creatività, approfondimento della figura del grafico pubblicitario e gestione di campagne pubblicitarie.

Le competenze acquisite hanno permesso ai detenuti di cimentarsi in alcune attività di progettazione e realizzazione di lavori all'interno e all'esterno del mondo carcerario, così come nell'ambito della programmazione di base. A Dicembre 2020 è stata acquistata, grazie alle donazioni ricevute dalla cooperativa, un edificio per lo sviluppo del **progetto Casa Semi Liberi**, un luogo fisico pronto ad accogliere chi è in difficoltà e desidera rimettersi in gioco: da chi esce dal carcere a chi si sta trovando in un momento di difficoltà. Nel 2021 sono iniziati i lavori di ristrutturazione dell'edificio ed a partire dal 2022 la cooperativa comincerà ad accogliere

le persone bisognose di essere sostenute. Homo Faber ha partecipato, nel 2021, al **progetto Capriole**, promosso dal comico Paolo Cevoli. Il progetto nasce con il duplice scopo di dare voce a persone con fallimenti alle spalle che hanno però avuto la forza di rinascere dopo aver toccato il fondo e di sostenere organizzazioni che dedicano la loro vita a prendersi cura di chi vive in condizioni di bisogno. Inoltre, nel corso del 2021, la cooperativa ha finalizzato un accordo per poter mettere a disposizione dei dipendenti del gruppo 285 pc ad un prezzo simbolico così da favorire, soprattutto per i figli dei dipendenti, la didattica a distanza.

BITEB (2020 - 2021)

Il **Banco Informatico Tecnologico e Biomedico** si occupa di recuperare materiale informatico e biomedicale in dismissione dalle aziende e dagli ospedali per distribuirlo esclusivamente alle realtà No Profit in Italia ed all'estero. Per attenuare il divario tecnologico tra i Paesi in via di sviluppo e quelli più industrializzati, il BITEB opera attraverso la divisione biomedica e informatica per fare in modo che gli scarti delle tecnologie delle nazioni industrializzate, frutto della necessità di allineamento a standard tecnologici all'avanguardia, vengano impiegati là dove la carenza tecnologica ostacola la crescita economica, culturale e sociale di persone e organizzazioni.

BITEB è stato inoltre **inserito in una pubblicazione curata da Enel tra le 100 storie di aziende italiane** che portano avanti un programma di **economia circolare**.

Nel 2020, sono stati donati 50 Personal Computer ad istituti penitenziari, per permettere ai detenuti lo svolgimento dei colloqui con i familiari, mentre 500 Personal Computer sono stati destinati alle scuole per garantire lo svolgimento delle lezioni on-line negli istituti.

Rispetto agli anni precedenti, solo l'attività del settore il lato biomedico dell'iniziativa si è stato bloccato per via a causa dei problemi logistici creati dalla pandemia, poiché la maggior parte del materiale donato è normalmente indirizzato a paesi in via di sviluppo. L'impegno di Gi Group e di tutte le realtà che collaborano con BITEB si riflette su molteplici livelli: quello sociale in primis, ma anche quello ambientale, poiché si dà nuova vita a strumenti dismessi. Nel 2021 BITEB ha intensificato la distribuzione di pc attraverso onlus; tra le tante iniziative sviluppate segnaliamo la donazione di due portatili all'associazione Cuore Attivo Monte Rosa che si è occupata di dare sostegno alla popolazione nepalese costruendo una scuola.

COMETA (2020 - 2021)

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. All'interno della scuola sono infatti presenti le cosiddette **"botteghe": luoghi di sperimentazione, nei quali i ragazzi imparano un mestiere**, seguono l'intero processo produttivo, dall'ideazione alla realizzazione, degli oggetti, accompagnati in questo dagli insegnanti. La donazione derivante dall'annuale edizione di Destination Work 2019 è stata a inizio anno devoluta proprio a un progetto proposto da Cometa Formazione. Il progetto **"Un futuro possibile, insieme"** si rivolge ai ragazzi a rischio di abbandono scolastico per offrire loro un'opportunità di formazione professionale e di inserimento lavorativo. Poiché, da febbraio 2020, anche la Scuola Oliver Twist ha dovuto adattare il proprio metodo di lavoro alle circostanze dettate dal Covid-19, la nostra donazione è servita in particolare a finanziare le attività dei tutor assegnati a due ragazzi che, con l'aggravante della didattica a distanza, avrebbero rischiato di non portare a compimento il proprio ciclo di studi.

Gi Group collabora inoltre con Cometa all'interno del **progetto GIVE, promosso da Erasmus+**.

BRASILE

CAMPAGNA DI SOLIDARIETÀ (2020)

Abbiamo organizzato una campagna per incoraggiare donazioni per varie ONG che combattono la fame e supportano madri in contesti di periferia.

REPUBBLICA CECA

SUPPORTO PER I LAVORATORI NEL SETTORE MEDICO (2020)

I nostri dipendenti hanno espresso la loro solidarietà verso chi è stato in prima linea durante la pandemia, aiutando a pagare i pranzi per i lavoratori negli ospedali.

DONAZIONI PER BAMBINI ORFANI (2020)

Abbiamo voluto strappare un sorriso ai bambini orfani della nostra comunità organizzando una raccolta fondi per acquistare loro regali di Natale.

CINA

DONAZIONI PER ALLEVIARE LA POVERTÀ (2020)

Gi Group Cina, insieme all'Associazione di Consulenza delle Risorse Umane di Zhejiang e altri membri, ha donato al progetto anti-povertà "Anxi She Nationality Township" di Zhejiang, allo scopo di aiutare persone in difficoltà.

ASSISTENZA AI BAMBINI NEL NORD-OVEST DELLA CINA (2021)

Nel nord-ovest della Cina, area relativamente povera del Paese, stiamo progettando di migliorare l'ambiente di apprendimento e migliorare la consapevolezza di sé dei bambini che vivono nella zona.

UNGHERIA

SOS GYERMEKFALVAK (2020)

Grafton Ungheria ha supportato la "Children Support Foundation" donando 1000 fiorini per ogni placement effettuato dall'azienda durante tutto il 2020.

INDIA

HUMANS OF GI (2020)

Iniziativa organizzata per creare opportunità di volontariato e per dare il giusto riconoscimento alle buone azioni svolte.

Per esempio, durante il periodo natalizio, in collaborazione con la "Make a Wish Foundation", Humans of GI ha sponsorizzato l'acquisto di regali per bambini bisognosi necessitanti di alimenti di base. L'iniziativa ha portato a sviluppare **14 attività di volontariato raccogliendo 590\$** per la donazione di regali per 13 bambini.

COLLABORAZIONE CON LA MAKE A WISH FOUNDATION (2021)

Abbiamo collaborato con la Fondazione Make a Wish per soddisfare i desideri dei bambini gravemente malati in tutta l'India.

POLONIA

PARTECIPAZIONE ALLA POLAND BUSINESS RUN (2020)

Corsa di beneficenza organizzata per aiutare persone disabili ad acquistare nuove protesi. Circa 1/3 dei nostri dipendenti (45 persone) hanno partecipato all'evento. Al termine della corsa 11 persone hanno ottenuto nuove protesi grazie ai fondi raccolti durante l'iniziativa.

FUNDACJA GI GROUP (2020 -2021)

La Fundacja Gi Group è un ente di pubblica utilità che ha l'obiettivo di sostenere, aiutare, attivare persone in situazioni di vita difficili, disoccupati e disabili, e aiutare le persone a trovare il loro primo lavoro. Nel 2021 Fundacja ha fornito postazioni informatiche fisse per permettere lo

svolgimento dello studio da remoto a studenti con disabilità, e laptop per gli studenti provenienti da orfanotrofi. In totale le postazioni informatiche acquistate e distribuite sono 30. Per il medesimo orfanotrofo sono stati raccolti **7105 PLN (1500€)** per l'acquisto di beni di prima necessità.

SERBIA

INIZIATIVE DI BENEFICIENZA (2020)

Sono state sostenute durante l'anno diverse iniziative di beneficenza: **Mali Veliki Ijud**, con lo scopo di donare regali per l'anno nuovo a bambini malati di cancro; **Svratište za decu**, iniziativa mirata a raccogliere vestiti e prodotti per l'igiene personale di bambini orfani.

DONAZIONI ALLA FONDAZIONE TAMARA GRUJIC (2021)

In nostro regalo di fine anno per i nostri clienti è stata una donazione a una fondazione che costruisce e ristruttura case per le persone in difficoltà. Insieme alla donazione, abbiamo invitato tutti i nostri clienti ad unirsi alla campagna e a donare alla fondazione.

SPAGNA

COLLABORAZIONE CON ONG PER L'INTEGRAZIONE DI CATEGORIE VULNERABILI (2021)

Collaboriamo con diverse ONG responsabili di aiutare le persone appartenenti a categorie vulnerabili. Ad esempio, con **ATADES** siamo stati in grado di sviluppare strumenti per intervistare candidati con disabilità uditive; con **ONCE** siamo stati in grado di raggiungere persone con disabilità pubblicando offerte di lavoro nella loro sezione di job posting.

TURCHIA

REGALI DI BUON ANNO PER BAMBINI SVANTAGGIATI (2021)

Abbiamo raccolto i desideri dei bambini da una scuola nella Turchia orientale e li abbiamo appesi sul nostro albero di Natale. I nostri dipendenti hanno preso un desiderio dall'albero lasciando sotto di esso i doni prima di inviarli ai bambini.

UK

CREATE, DONATE, NOMINATE (2020)

Iniziativa che ha permesso ai nostri dipendenti di mostrare le proprie creazioni (dipinti, video, canzoni etc), **donare per "The Trussell Trust"**, un'associazione britannica che aiuta le banche alimentari di tutto il paese, e infine nominare 5 persone per incoraggiarle a fare lo stesso.

HO TUCK SHOP MONEY (2020)

Sono state sostenute varie organizzazioni di beneficenza durante l'anno: **The Trussell Trust**, **St Giles Hospice and Ashgate Hospice**. In totale sono state fatte donazioni per **300€**.

USA

PROGRAMMA DI VOLONTARIATO VIRTUALE (2020 - 2021)

Nel 2020, **in collaborazione con il Medgar Evers College** abbiamo aiutato studenti svantaggiati a prepararsi per il mercato del lavoro, ingaggiando in queste attività i nostri dipendenti. Nel 2021 abbiamo continuato a lavorare con organizzazioni che supportano lavoratori svantaggiati fornendo strumenti di sviluppo professionale e sessioni di coaching.



10

Ambiente

➔ 10.1 Iniziative a livello nazionale



10

Ambiente

Il biennio 2020 - 2021 è stato sicuramente un periodo non-ortodosso per quanto riguarda lo svolgimento delle attività operative del Gruppo. Lo sviluppo del concetto di smartworking e il quasi totale blocco degli spostamenti legati alle attività di business, soprattutto nel 2020, hanno portato alla generazione di risultati, anche a livello ambientale, non comparabili con dati degli anni precedenti.

Vari KPIs utilizzati per il tracciamento della performance ambientale del Gruppo hanno perso di rilevanza durante questo periodo, considerate le condizioni straordinarie dalle quali sono emersi, e non saranno perciò evidenziati in questo Report. Di contro, l'impatto della pandemia non ha fermato il perseguimento di iniziative per ridurre sprechi e consumi tra le varie società del gruppo. Allo scopo di mantenere costante anche la sensibilizzazione personale dei colleghi sulle tematiche di impatto

ambientale, è stata lanciata una campagna globale denominata **"My sustainable choice"**.

L'iniziativa è stata dedicata allo **scoprire quali "scelte sostenibili" hanno cambiato l'approccio dei nostri dipendenti riguardo l'ambiente o il lavoro**. I dipendenti sono stati invitati a postare immagini o video riguardo la loro "scelta sostenibile" con lo scopo di condividere consigli e scelte di vita collegate alla sostenibilità.

10.1

Iniziative a livello nazionale

ITALIA

PROGETTO PLASTIC FREE (2020 -2021)

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 anche alle sedi di Roma, Bologna Napoli, Sesto San Giovanni e Milano, 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;
- 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 (prevista anche per le riunioni).

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

DIGITALIZZAZIONE PROCESSO TEMP&PERM (2020 -2021)

La situazione venutasi a creare per via della pandemia ha portato ad un incremento significativo dell'utilizzo dei portali digitali riguardanti il processo Temp&Perm. Questa nuova prassi adottata nella firma dei contratti tra clienti e somministrati ha permesso a GiGroup di ridurre il suo impatto ambientale in termini di consumo di carta, eliminata grazie all'utilizzo di contratti elettronici.

BRASILE

TECNOLOGIA DOCUSIGN (2020 -2021)

In Brasile è stata introdotta nel 2020 la DocuSign technology, la quale garantisce la possibilità di firmare documenti con una firma digitale. Grazie a questo le filiali sono state in grado di ridurre il loro consumo di carta durante l'anno.

FRANCIA

GIORNO MONDIALE DELLA PULIZIA (2020)

Diverse filiali hanno partecipato, insieme alle organizzazioni locali, al World Cleanup day durante il quale i nostri dipendenti, candidati e lavoratori si sono incontrati per pulire parchi, strade, boschi e spiagge.

Lo obiettivo dell'evento è stato quello di ripulire e smaltire ogni tipo di rifiuto. 30 persone hanno partecipato all'iniziativa ripulendo più di 100kg di spazzatura dai luoghi pubblici coperti.

GERMANIA

INTRODUZIONE DI AUTO IBRIDE ED ELETTRICHE (2020)

I nostri dipendenti hanno, da quest'anno, l'opportunità di scegliere come macchina aziendale un'auto elettrica o ibrida, per ridurre l'inquinamento causato dalle attività di tutti i giorni.

DIGITALIZZAZIONE DEI PROCESSI PIÙ COMUNI (2021)

Abbiamo digitalizzato numerosi processi: Buste paga elettroniche, firma elettronica, fascicoli elettronici del personale, e.mobility. Grazie a questa digitalizzazione siamo stati in grado di ridurre enormemente il quantitativo di carta utilizzata negli uffici.

INDIA

RIDUZIONE DEL CONSUMO DI CARTA (2020)

In India i nostri dipendenti si sono impegnati a ridurre il consumo di carta nelle operazioni di routine delle filiali ottenendo ottimi risultati: nel 2020 il consumo di carta è stato ridotto notevolmente dai 30.000 fogli del 2019 ai 18.000 del 2020.

CERTIFICATO E-WASTE(2021)

Per proteggere l'ambiente, seguiamo il processo di e-waste sul quale abbiamo anche ricevuto una certificazione esterna dall'organizzazione Green Aura Recycling.

RACCOLTA DI RIFIUTI SECCHI E UMIDI (2021)

Garantiamo una raccolta dei rifiuti efficace e igienica per sostenere le cause ambientali.

PORTOGALLO

CONTROLLO DEL CONSUMO DI ENERGIA ELETTRICA (2020)

Nel HQ portoghese è stato installato un timer connesso alla linea elettrica per ridurre il consumo di energia elettrica in ufficio al di fuori delle ore di ufficio.

SERBIA

RACCOLTA DI TAPPI DI BOTTIGLIA PER L'ASSOCIAZIONE CEPZAHENDIKEP (2020)

Le nostre filiali in Serbia hanno raccolto tappi di bottiglia in plastica per **Cepzahendikep**, un'associazione che vende vari tipi di tappi a compagnie di riciclaggio per aiutare persone disabili ad acquistare nuovi supporti ortopedici.

SLOVACCHIA

INIZIATIVA PER LO SMALTIMENTO DEI RIFIUTI (2021)

Promozione tra i nostri dipendenti su come riciclare nel modo giusto i rifiuti prodotti in ufficio. In particolare su come sbarazzarsi di rifiuti elettronici spesso mal smaltiti.

SPAGNA

COLLABORAZIONE CON AUARA PER IL RISPARMIO IDRICO (2021)

Auara è una **società di distribuzione di acqua** che investe tutti i suoi profitti nel garantire ad aree poco sviluppate del mondo l'accesso all'acqua. Grazie alla nostra collaborazione nel 2021 Auara ha raccolto **31.328 litri di acqua nei paesi in via di sviluppo**, ha **risparmiato 924 ore** nel recupero della stessa e ha permesso a 14 persone di ottenerne l'accesso diretto all'acqua.

UK

LINEE GUIDA SULLA RIDUZIONE DEI CONSUMI (2020)

In UK sono state fornite durante tutto il 2020 ai dipendenti **linee guida per la riduzione dei consumi** di diverse risorse che hanno portato ai seguenti risultati:

- **Gas:** riduzione del 5% dall'anno precedente;
- **Carta:** nell'ufficio centrale sono stati introdotti processi senza supporto cartaceo che hanno portato ad una **riduzione totale del consumo di carta del 5%**;
- **CO2:** grazie alle linee guida fornite, il consumo totale di CO2 derivato dalle emissioni delle macchine è stato **ridotto del 50% rispetto all'anno precedente** (complice anche il periodo di pandemia).



11

Piano di sostenibilità e obiettivi 2022



11

Piano di sostenibilità e obiettivi 2022

L'integrazione tra i **principali temi** evidenziati dalla **Materiality Matrix** ed i pilastri del framework del **Lavoro Sostenibile** vanno a definire il perimetro all'interno del quale, progressivamente, andremo a costruire il nostro **Sustainability Plan**.

- La Materiality Matrix rappresenta l'**attenzione** che dedichiamo ai nostri stakeholders, che hanno **collaborato** con noi per evidenziare i temi più importanti sui quali desiderano vederci impegnati, in ottica di **miglioramento continuo**;
- Il framework del Lavoro Sostenibile rappresenta l'integrazione della nostra **Vision**, fortemente incentrata sul concetto di **sostenibilità**, con la nostra **Mission**, per definire la nostra idea di mercato del lavoro sostenibile nella quale coinvolgere tutti gli stakeholder.

Le aree che vengono identificate nella matrice rappresentano altrettanti obiettivi, strutturalmente connessi tra loro, che ci proponiamo di sviluppare:

- con e per le **Persone** (le nostre persone, i nostri lavoratori, i candidati e le comunità in cui ci muoviamo);
- al nostro interno, in quanto **Organizzazione**, ecosistema HR, e in relazione con le altre organizzazioni con cui ogni giorno lavoriamo;
- insieme alle **Istituzioni** e a favore della Società e del mercato del lavoro.



Per questo motivo, a livello globale, il 2022 vuol essere caratterizzato da una molteplicità di azioni volte a posizionare Gi Group Holding come Champion of Sustainable Work, secondo tre principali direttrici:

Rafforzamento della governance e della cultura aziendale

- Emissione / aggiornamento / implementazione di Global Policies riguardanti i temi ESG, e direttamente connesse al nostro Codice Etico;
- Implementazione della strategia di Employer Branding;
- Sviluppo dell'offerta formativa e degli strumenti di mobilità interna e progresso di carriera.

Diffusione della cultura del Lavoro Sostenibile

- Sviluppo di iniziative culturali dedicate agli stakeholder interni tanto quanto agli stakeholder esterni, anche con implementazione di progetti e pilot di servizio **a più alto impatto sociale**;
- Intensificazione del networking con attori istituzionali e settore no profit.

Rafforzamento della value proposition a più alto impatto sociale

- Sviluppo delle soluzioni di orientamento professionale e offerta formativa;
- Rafforzamento di servizi e strumenti che supportino l'inclusione lavorativa per tutte le persone, e l'accesso all'empowerment economico in particolare per le categorie più fragili.

	INDIVIDUO	ORGANIZZAZIONE	ISTITUZIONI/SOCIETÀ
Formazione e approccio multigenerazionale al mondo del lavoro	Sostenere la cultura della formazione per alimentare la professionalità e spendibilità delle persone nel mercato del lavoro.	Investire nella formazione e valorizzazione delle persone allo scopo di renderle ingaggiate e produttive, offrendo loro percorsi di career guidance.	Sviluppare, insieme alle istituzioni, azioni volte alla riduzione del disallineamento formativo promuovendo una formazione personale e professionale di qualità.
Condizioni di lavoro dignitose e inclusive	Creare occupazione che permetta la soddisfazione lavorativa, tutelando il benessere psico-fisico individuale grazie all'equilibrio tra vita professionale ed extra-professionale, e sviluppando senso di appartenenza.	Garantire con il nostro operato i diritti umani ed un lavoro dignitoso ed inclusivo in cui siano assicurate salute, sicurezza, equità e meritocrazia per tutti.	In ottica di un mercato del lavoro sostenibile, favorire la cooperazione tra settore pubblico e privato per sostenere categorie di fatto svantaggiate dal mercato, quali donne, giovani, persone con significativa anzianità lavorativa e lavoratori fragili.
Innovazione dei modelli operativi e mutato ruolo dei vertici	Favorire la creazione di relazioni professionali capaci di generare fiducia, riconoscimento, spirito di squadra e valorizzazione del talento.	Privilegiare l'innovazione identificando nuove modalità con cui coniugare efficienza e produttività, nel rispetto dei bisogni di tutte le parti interessate.	Collaborare con le istituzioni per supportare una crescita di lungo periodo incrementando l'efficienza di mercato grazie ad un migliore incontro tra domanda e offerta.
Gestione etica della governance e resilienza del business	Creare ingaggio e condivisione degli obiettivi aziendali con tutta la popolazione aziendale, perché ciascuno possa dare coerentemente il proprio contributo.	Integrare l'attenzione all'impatto ambientale e sociale nella governance con lo scopo di accrescere la resilienza e capacità di rispondere in modo agile ai cambiamenti di mercato.	Promuovere la flessibilità sostenibile allo scopo di rendere più dinamico l'incontro tra domanda e offerta, supportando in modo efficace le persone nelle transizioni di lavoro.

12

Appendice

- 12.1 Nota metodologica
- 12.2 Indice indicatori GRI presenti nel report e relazione con gli SDGs



12.1

Nota metodologica

Gi Group Holding ha deciso nel 2020 di intraprendere un percorso di rinnovamento del proprio reporting sociale, muovendosi da una reportistica non-standardizzata (come per il report del 2019) verso una rendicontazione in linea con Standard Internazionali. La linea guida di riferimento scelta per il CSR Report 2020 - 2021 è quella dei **GRI Standards**.

Questo report è perciò da considerare come un primo passo nel percorso di rinnovamento del bilancio di sostenibilità del Gruppo, e vedrà una **struttura sempre più uniformata agli Standard Internazionali nei prossimi anni**. Nonostante il documento non sia redatto in conformità ai “**GRI Sustainability Reporting Standards**” (2016) pubblicati dal Global Reporting Initiative (GRI), un indice relativo agli Standards stessi verrà riportato di seguito, per dare evidenza del nostro impegno nell’uniformarci in futuro ad una reportistica internazionalmente riconosciuta. Il CSR Report di Gi Group Holding viene pubblicato in circostanze normali con cadenza annuale, in riferimento alle iniziative, progetti e impatti sviluppati durante l’anno.

Considerando il particolare biennio che si è da poco concluso, influenzato enormemente dalla pandemia di Covid-19 e che ha costretto tutti noi a uniformarci ad un nuovo modo di intendere il lavoro, abbiamo deciso di redigere un **report biennale** per dare evidenza delle nostre attività in questi due anni difficili. Nel presente documento sono state perciò descritte le iniziative e gli impatti che il Gruppo ha generato durante gli **anni solari 2020 (dal 1° gennaio al 31 dicembre)** e **2021 (dal 1° gennaio al 31 dicembre)**.

Per qualsiasi informazione relativa al report si faccia riferimento alla Funzione CSR Global di Gi Group Holding all’indirizzo e-mail **CSR_Global@gigroup.com**

12.2

Indice indicatori GRI presenti nel report e relazione con gli SDGs

GRI STANDARD PRINCIPALE	TEMA	GRI STANDARD SPECIFICO	DESCRIZIONE	N° DI PAGINA	OMISSIONI
GR101	Principi di rendicontazione (2016)				
GRI102	Profilo dell'organizzazione	102-1	Nome dell'organizzazione	7	
		102-2	Principali marchi, prodotti e/o servizi	18	
		102-3	Luogo delle sede principale	16	
		102-4	Luogo delle attività	16	
		102-5	Proprietà e forma giuridica	11	
		102-6	Mercati serviti	16 - 18	
		102-7	Dimensione dell'organizzazione	16 - 17	
		102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	62	
		102-10	Modifiche significative all'organizzazione e della sua catena di fornitura	16	
		102-12	Iniziativa esterne	89	
		102-13	Adesione ad associazioni	89	
		102-14	Dichiarazione di un alto dirigente	5	
	Strategia	102-16	Valori, principi, standard e regole di comportamento	10	
	Etica ed Integrità	102-18	Struttura della governance	11	
	Governance	102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder	23	
	Coinvolgimento degli stakeholder		Identificazione e selezione degli stakeholder	31	
			Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	31	
			Temi e criticità chiave sollevati	33	
		Pratiche di rendicontazione	102-46	Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	33
	102-47		Elenco dei temi materiali	33	
	102-48		Revisione delle informazioni	Nessuna revisione	
	102-49		Modifiche nella rendicontazione	104	
102-50	Periodo di rendicontazione		104		
102-51	Data del report più recente		104		
102-52	Periodicità della rendicontazione		104		
102-53	Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report		104		
102-54	Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards		104		
102-55	Indice dei contenuti GRI		105		

SDGS	STAKEHOLDER	PAESI	INIZIATIVE	N° DI PAGINA
GOAL 4 Educazione di qualità	I NOSTRI DIPENDENTI	Italia	B*right on air e Upskill	66
			Piattaforma per l'apprendimento dell'inglese	59
			Programma Train the Trainer	59
		Brasile	Leader development program	68
			Corporate University	68
		Cina	Programma di formazione e condivisione delle conoscenze	68
		India	Workshop per supportare i dipendenti con la gestione dello smartworking	69
		Polonia	Iniziative per la Crescita professionale dei dipendenti	69
		Serbia e Montenegro	Online training "Stress management"	69
		Turchia	Mindfulness training	69
	I NOSTRI CANDIDATI E LAVORATORI	Italia	#Tacktmewithyou	73
			Intoo Web Lab	75
			Pal	76
			Formazione forma-temp	77
			Accademy 100%	74
			#Destinationworkcity	74
			Gi Group Training Hub	74
			#Gigroupwithyou	73
			#Gigroupwithyou	79
			Spagna	Progetto #todosuma
		Come prepararsi a un colloquio di lavoro		79
		Serbia e Montenegro	Youth Employability Improvement Program	79
			Corsi online di upskilling	79
	I NOSTRI CLIENTI	Italia	Pillole di Executive recruiting	84
			Coaching in action; Allenare il Manager e l'atleta	84
	COMUNITÀ	Italia	Destination work 2020	92
			Homo faber	92
			Cometa	93
Aslam			92	
Progetto rifugiati			92	
USA		Programma di volontariato virtuale	95	

SDGS	STAKEHOLDER	PAESI	INIZIATIVE	N° DI PAGINA	
GOAL 5 Parità di genere	I NOSTRI DIPENDENTI	Brasile	Pillole di benessere e diversita'	68	
			Comitato di diversita'	68	
		Polonia	Ottobre rosa	69	
	I NOSTRI CANDIDATI E LAVORATORI	Italia	Women4	74	
		India	Sessioni sulla prevenzione delle molestie sessuali	78	
	I NOSTRI CLIENTI	Brasile	Webianr Femminile	86	
		UK	Lancio nuova campagna edi	87	
			Tavola rotonda sulla diversita' con i clienti	87	
	GOAL 8 Lavoro dignitoso e crescita economica	I NOSTRI DIPENDENTI	Italia	#Adistanzainsieme	64
				Remote toolkit (delivery and sales)	67
Brasile			Benessere in Gi	68	
Cina			Il giardino	68	
			Assicurazione per i dipendenti	68	
Colombia			Iniziative di Benessere Virtuali	68	
India			Town hall	68	
Spagna			Gi group mental energy counseling	69	
Turchia			Programma di assistenza dipendenti	69	
UK			Gi radio	70	
		Mental energy café	70		
I NOSTRI CANDIDATI E LAVORATORI		Italia	Gi Group Training Hub	74	
			Accademy 100%	74	
Portogallo		Trasferimento di personale	78		
I NOSTRI CLIENTI		Italia	Star matrix	83	
			#Restart	83	
			Ecommerce e Ultimo Miglio: HR, Sfide organizzative e Competenze nel nuovo scenario di mercato	83	
	Spazio ascoltami (odm)		83		
	Gi Group Training Hub	85			
	Portogallo	Testimonianze dei clienti	86		
	Serbia e Montenegro	Tavola rotonda hr online	86		
	Spain	HR hybrid forum	86		
	UK	HR round table with clients	87		

SDGS	STAKEHOLDER	PAESI	INIZIATIVE	N° DI PAGINA
GOAL 8 Lavoro dignitoso e crescita economica	COMUNITÀ	Italia	Biteb	93
		Colombia	Patto per il lavoro dignitoso	91
GOAL 10 Ridurre le disuguaglianze	I NOSTRI DIPENDENTI	Brasile	Pillole di benessere e diversita'	68
			Censimento sulla Diversità	68
			Comitato di diversita'	68
	I NOSTRI CANDIDATI E LAVORATORI	Turchia	Divisione Disabilità Temp&Perm	79
	I NOSTRI CLIENTI	Brasile	Evento sulla rappresentanza delle persone nere nel mercato del lavoro	86
		Spagna	Webinar "Piano di Uguaglianza	86
		UK	Lancio nuova campagna edi	87
			Tavola rotonda sulla diversità con i clienti	87
	COMUNITÀ	Italia	Homo faber	92
			Cometa	93
			Aslam	92
			Progetto rifugiati	92
			Aiutami a vederti	92
		Brasile	Campagna di solidarietà	93
		Cina	Donazioni per alleviare la poverta'	94
Polonia		Partecipazione alla poland business run 2020	94	
USA	Programma di volontariato virtuale	95		

SDGS	STAKEHOLDER	PAESI	INIZIATIVE	N° DI PAGINA
GOAL 12 Produzione e consumi responsabili	AMBIENTE	Italia	Progetto plastic free	98
		Brasile	Tecnologia di Docusign	98
		Francia	Giorno mondiale della pulizia	98
		Germania	Digitalizzazione dei processi	98
		India	Riduzione del consumo di carta	98
			Certificato E-Waste	99
		Portogallo	Controllo del consumo di energia elettrica	99
		Serbia	Raccolta di tappi di bottiglia per l'associazione cepzahendikep	99
		Spagna	Collaborazione con Auara per il risparmio idrico	99
		UK	Direzione sulla riduzione dei consumi	99
GOAL 17 Rafforzare le modalità di attuazione e rilanciare il partenariato globale per lo sviluppo sostenibile	I NOSTRI CLIENTI	Italia	The GIVE Project	85
		COMUNITÀ	Cina	Incontri con agenzie e associazioni governative
	Colombia		Patto per il lavoro dignitoso	91
	India		Un'alleanza per l'India	91
	Spagna		Collaborazione con ONG per integrazione categorie vulnerabili	95

