



# REPORT CSR 2017



**Group**  
YOUR JOB, OUR WORK





## Cari Stakeholder,

Nel corso del 2017 la nostra Mission “contribuire da protagonisti e a livello globale, all’evoluzione del mercato del lavoro e all’educazione al valore personale e sociale del lavoro” è stata al centro della strategia globale di CSR e delle iniziative realizzate dal Gruppo. Siamo cresciuti come player globale nel settore delle Risorse Umane e abbiamo acquisito maggior consapevolezza del ruolo che abbiamo all’interno del mercato del lavoro e delle comunità locali.

La relazioni e il coinvolgimento dei nostri Stakeholder, in particolar modo dei dipendenti Gi Group, sono stati alla base dello sviluppo della strategia di CSR. Tra le iniziative più importanti di questo anno rientra infatti il lancio della **Gi Group Energy Matrix**: la prima indagine interna avente l’obiettivo di misurare il livello di energia, di engagement, di fiducia e di approccio al cambiamento dei dipendenti di Gi Group. I risultati della survey ci hanno permesso di definire i punti di forza del Gruppo e identificare i margini di miglioramento delle aree indagate. I risultati a livello globale sono stati estremamente positivi e hanno confermato il nostro impegno nei confronti del benessere dei nostri dipendenti.

Sempre ad evidenza dell’attenzione dedicata alla tutela dei nostri dipendenti e lavoratori e al rispetto dei più alti standard del mercato del lavoro, nel 2017, **Gi Group Spa Italia** ha portato a certificazione il proprio sistema di gestione di Responsabilità Sociale, del quale pubblichiamo il primo **Bilancio SA8000** in allegato.

“**Destination Work**”, l’iniziativa globale di CSR di Gi Group, è stata organizzata nella giornata di sabato 18 novembre 2017: giunta alla seconda edizione (la terza per l’Italia), ha registrato la partecipazione di oltre 300 dipendenti che hanno dedicato il loro tempo per aiutare più di 3.000 persone provenienti da 11 Paesi.

In Italia sono stati coinvolti Istituti Scolastici, Associazioni Sociali e Sportive, oltre al personale presente nelle nostre Sedi e filiali aperte in occasione dell’iniziativa. Attraverso eventi, workshop e seminari organizzati su tutto il territorio abbiamo supportato l’employability e aiutato i candidati ad approcciarsi al mondo del lavoro in maniera più consapevole ed efficace.

Per riuscire a generare valore in maniera sempre più concreta per i nostri Stakeholder e per ingaggiare sempre di più i nostri dipendenti, abbiamo condotto una survey interna dedicata a indagare le tipologie di attività di CSR da poter implementare, coerentemente con la nostra Mission e la nostra Vision. I risultati hanno confermato il target di interesse verso cui continuare ad orientare il nostro impegno sociale, indicando come prioritarie le fasce dei giovani, dei disoccupati e delle mamme che rientrano al lavoro, e la sempre crescente necessità di coinvolgere Partner, Clienti, Associazioni e Istituzioni. È inoltre emerso il ruolo sempre più importante della tecnologia nell’evoluzione continua del mercato del lavoro: per questo motivo abbiamo integrato l’utilizzo della tecnologia nella strategia di CSR in modo da aiutare le persone a raggiungere i loro obiettivi utilizzando strumenti adeguati e all’avanguardia.

Il **quarto CSR Report Internazionale** di Gi Group racchiude le principali iniziative di Responsabilità Sociale portate avanti dal Gruppo nel corso del 2017, a dimostrazione del sempre crescente interesse e di un impegno fattivo nei confronti dei nostri Stakeholder, delle comunità in cui operiamo e, più in generale, del mercato del lavoro.

**Stefano Colli-Lanzi**  
CEO Gi Group



# Indice

<b>1. Indicatori CSR</b>	<b>6</b>
Forza lavoro e Diversità	10
Formazione	16
Evoluzione del mercato del lavoro	22
Ambiente	25
Volontariato	26
<b>2. Analisi dei fabbisogni degli Stakeholder &amp; Matrice di Materialità</b>	<b>34</b>
Gli Stakeholder	36
Analisi dei fabbisogni degli Stakeholder	37
Matrice di Materialità	38
<b>3. Il percorso CSR di Gi Group e la Governance CSR</b>	<b>40</b>
La nostra Mission	43
I nostri Valori	44
La nostra presenza nel mondo	46
I nostri numeri	48
I nostri servizi	49
La nostra storia	50
I principali traguardi raggiunti in ambito CSR	52
Organismi di Governance della CSR	54
<b>4. Piano di sviluppo per il 2018</b>	<b>56</b>

1

# Indicatori CSR





**Seguendo  
la strategia aziendale  
e rispondendo  
ai fabbisogni  
degli Stakeholder,  
nel corso del 2017  
le iniziative di CSR  
di Gi Group si sono  
focalizzate sulle  
seguenti 5 aree.**

A graphic of a target with three concentric circles and a white arrow pointing towards the center, positioned to the right of the word "rispondendo".

Queste aree risultano allineate alla Mission aziendale e, come specificato nella Matrice di Materialità, riflettono le priorità di Gi Group e rispondono ai fabbisogni dei suoi principali Stakeholder, in virtù del loro forte impatto sociale.



**Forza lavoro  
& Diversità**



**Formazione**



**Evoluzione  
del mercato  
del lavoro**



**Ambiente**



**Volontariato**



## Forza lavoro & Diversità

### Dipendenti per genere



**72,2%**

Donne



**27,8%**

Uomini

### Manager per genere



**35%**

Donne



**65%**

Uomini

Nel 2017 la forza lavoro di Gi Group è cresciuta in maniera costante, con un trend del +10% da gennaio a dicembre.

A dicembre 2017 la forza lavoro di Gi Group contava più di 3.300 persone ed era così composta:

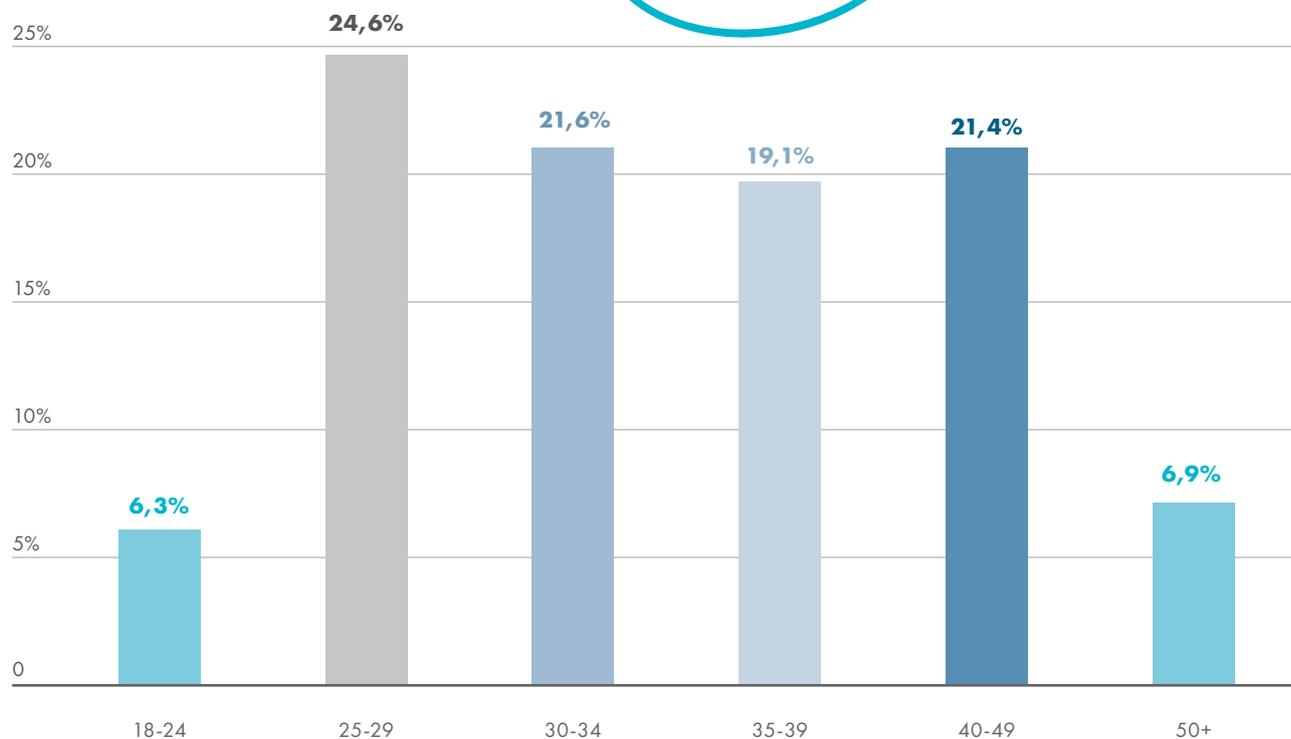
### Percentuale per Paese

Paese	%
Argentina	0,2%
Brasile	8,0%
Bulgaria	1,2%
Cina	6,7%
Croazia	0,0%
Repubblica Ceca	0,7%
Francia	0,8%
Germania	4,6%
Hong Kong	0,1%
India	6,0%
Italia	48,0%
Lituania	0,2%
Montenegro	0,2%
Paesi Bassi	0,3%
Polonia	3,8%
Portogallo	1,2%
Romania	2,2%
Russia	0,5%
Serbia	0,9%
Slovacchia	0,1%
Spagna	3,4%
Turchia	0,7%
Regno Unito	10,1%
Ucraina	0,1%

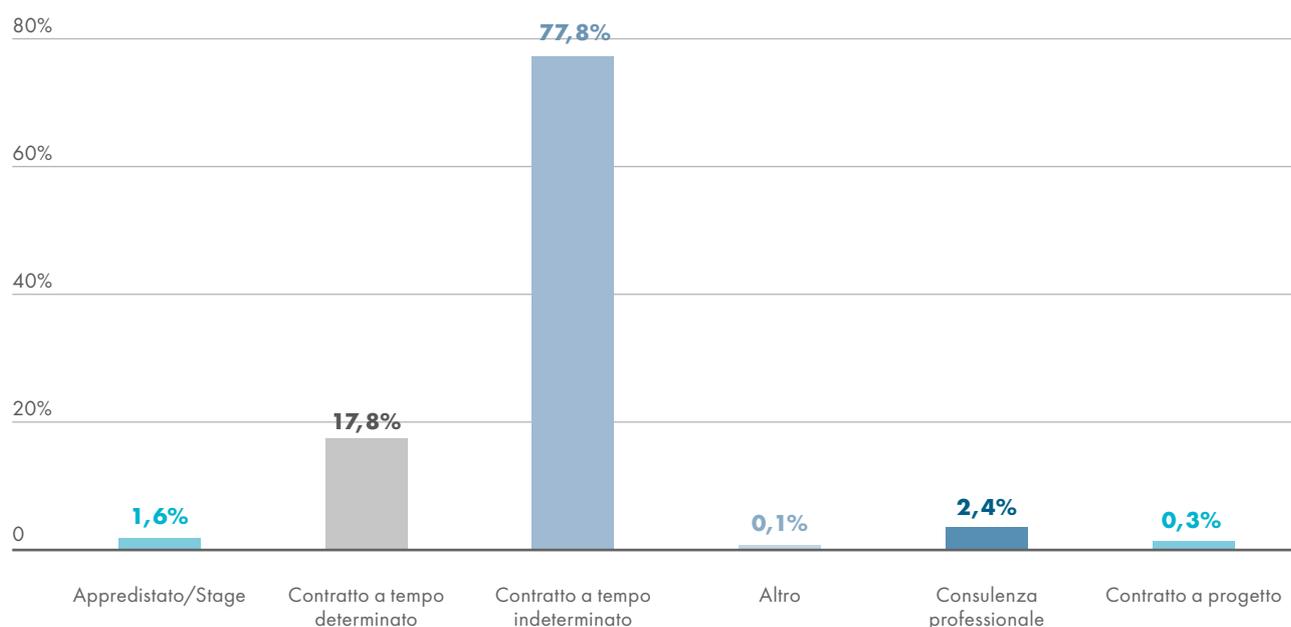
## Composizione organico per fascia d'età

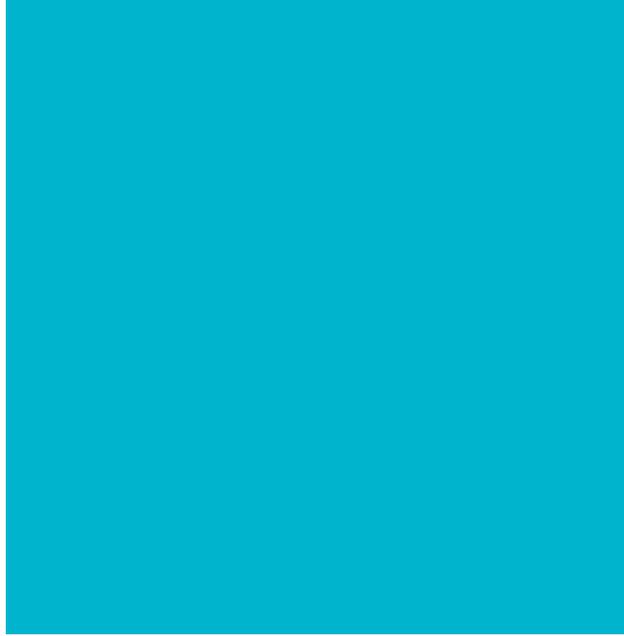
**35,2**  
Età media globale

**4,01**  
Seniority media globale



## Composizione organico per tipologia contrattuale





**Nel corso del 2017 sono state organizzate iniziative locali specifiche aventi l'obiettivo di migliorare la qualità della vita e il benessere dei dipendenti.**

# **Gi Group Energy Matrix**

A dicembre è stata lanciata a livello globale la **Gi Group Energy Matrix**, la prima survey interna rivolta a tutti i dipendenti di Gi Group. Lo scopo della survey era quello di misurare il livello di **energia, engagement, fiducia** e **approccio al cambiamento** dei dipendenti di Gi Group a livello locale e globale, permettendo così di definire i punti di forza del Gruppo e identificare i margini di miglioramento delle aree indagate.

La survey è stata condotta in 24 Paesi, esclusa l'Italia, dove il lancio è stato previsto per l'inizio del 2018.

Il livello di partecipazione è stato molto alto e ha raggiunto in media il 67,3%, toccando in alcuni Paesi il 100%. La Gi Group Energy Matrix ha indagato diversi fattori.

- **Benessere organizzativo:** la valutazione di come i dipendenti percepiscono il benessere dell'organizzazione rispetto a criteri chiave quali:

Management e leadership  
 Sviluppo professionale  
 Qualità della vita lavorativa  
 Comunicazione  
 Identità e valori  
 Organizzazione interna  
 Valutazione e reward

- **Benessere dei dipendenti:** il "benessere" personale dei dipendenti. In quest'area sono stati valutati:

Benessere psicologico  
 Benessere fisico  
 Benessere relazionale  
 Benessere legato ai valori

- **Il livello di fiducia** rispetto a:

Collegli  
 Capi diretti  
 Team direzionale  
 Società come sistema

- **L'approccio verso il cambiamento**

Le persone che hanno risposto al questionario sono state raggruppate in quattro cluster rispetto al benessere organizzativo e individuale.

In media i risultati sono stati estremamente positivi: il 78,9% dei dipendenti di Gi Group è costituito da persone che "Emanano Energia" attivamente, contribuendo allo sviluppo dell'Azienda.

I risultati specifici della survey sono stati condivisi in tutta l'organizzazione all'inizio del 2018 e sono stati organizzati focus group e attività per sviluppare un piano di azione efficace.

Nel 2018 le iniziative sviluppate dai singoli Paesi saranno monitorate su base trimestrale; i Country Manager e gli HR Manager porteranno avanti a livello locale piani d'azione per aumentare l'engagement dei dipendenti e per sviluppare progetti specifici per migliorare in aree quali performance e reward.

La Gi Group Energy Matrix verrà ripetuta con cadenza biennale per continuare a valutare il livello di energia, engagement, fiducia e approccio al cambiamento dei dipendenti di Gi Group.

**Dipendenti che emanano energia attivamente**

**78,9%**



		Benessere organizzativo	
		Basso	Alto
Benessere personale	Alto	Trattengono energia	Emanano energia
	Basso	Sprecano energia	Assorbono energia

# Italia

## Gi Well

---

Gi Well è il programma di welfare attivo da giugno 2015, pensato per migliorare il benessere all'interno dell'azienda, nonché l'equilibrio tra vita lavorativa e vita privata per i dipendenti di Gi Group Italia. Offre servizi in vari ambiti, volti a rispondere ai bisogni dei dipendenti e delle loro famiglie (finanziamenti, salute, sport, cultura, tempo libero, servizi welfare per i lavoratori, servizi di manutenzione della casa, dichiarazione dei redditi online, trasporti pubblici, ecc.).

## Family Project

---

Gi Group si occupa di tutti gli aspetti nella ricerca di servizi importanti quali la cura degli anziani, babysitter, pulizia della casa: è lo strumento offerto da Gi Group alle famiglie italiane per fornire il supporto necessario per conciliare la vita personale e il lavoro.

Nel 2017 sono stati portati a termine 2.849 contratti per badanti e 1.971 di questi erano destinati al supporto di persone non autosufficienti.

# Brasile

## Inclusione & Diversità

---

Il 27 febbraio Gi Group Brasile ha organizzato un evento nella sede di San Paolo con lo scopo di sensibilizzare le persone sull'inclusione e sulla diversità. Al team di Gi Group si sono uniti i dirigenti della ONG Rede Cidadã's Project Trabalho Novo, Tokyo Marine e Google che si sono confrontati su tematiche socio economiche, tra le quali il problema dei senzatetto, e hanno condiviso best practice sulla leadership delle donne e l'importanza di creare una cultura di inclusione e diversità.

## Inclusione & Diversità: Sfida Accettata

---

Gi Group Brasile ha dato seguito all'evento di febbraio organizzando un secondo evento a Rio de Janeiro, il 9 marzo 2017. Intitolato **"Sfida Accettata"** e sostenuto dai professionisti HR di Enel, Il Comitato Paralimpico Brasiliano e l'atleta Clodoaldo Silva, l'evento era focalizzato sull'importanza dell'inclusione e la valorizzazione della diversità. In questa occasione sono state condivise idee e best practice.



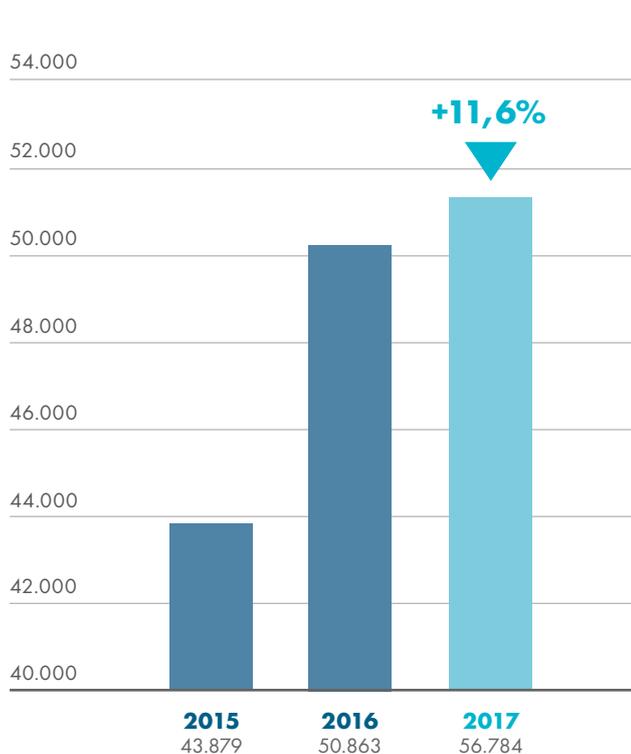




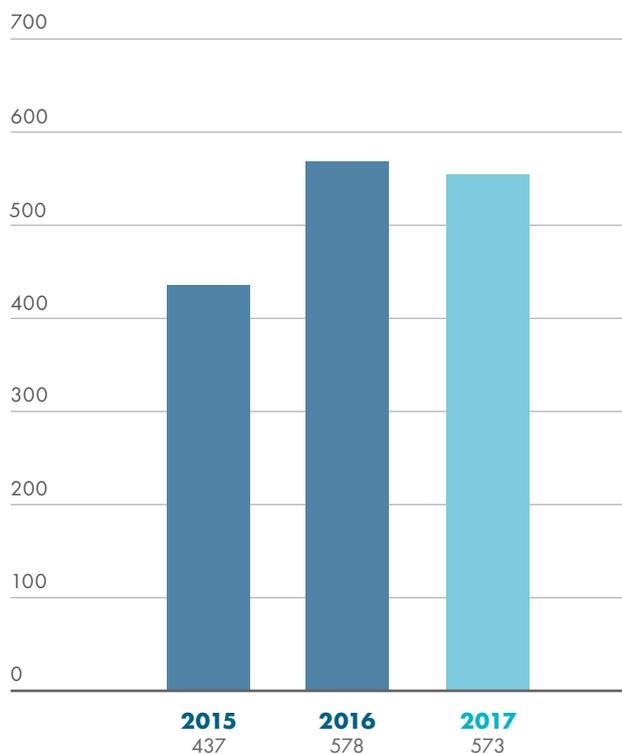
## Formazione

Le attività di formazione per lo sviluppo delle competenze professionali dei dipendenti di Gi Group sono state una priorità di CSR strategica durante tutto il corso del 2017.

### Ore di formazione



### Corsi di formazione

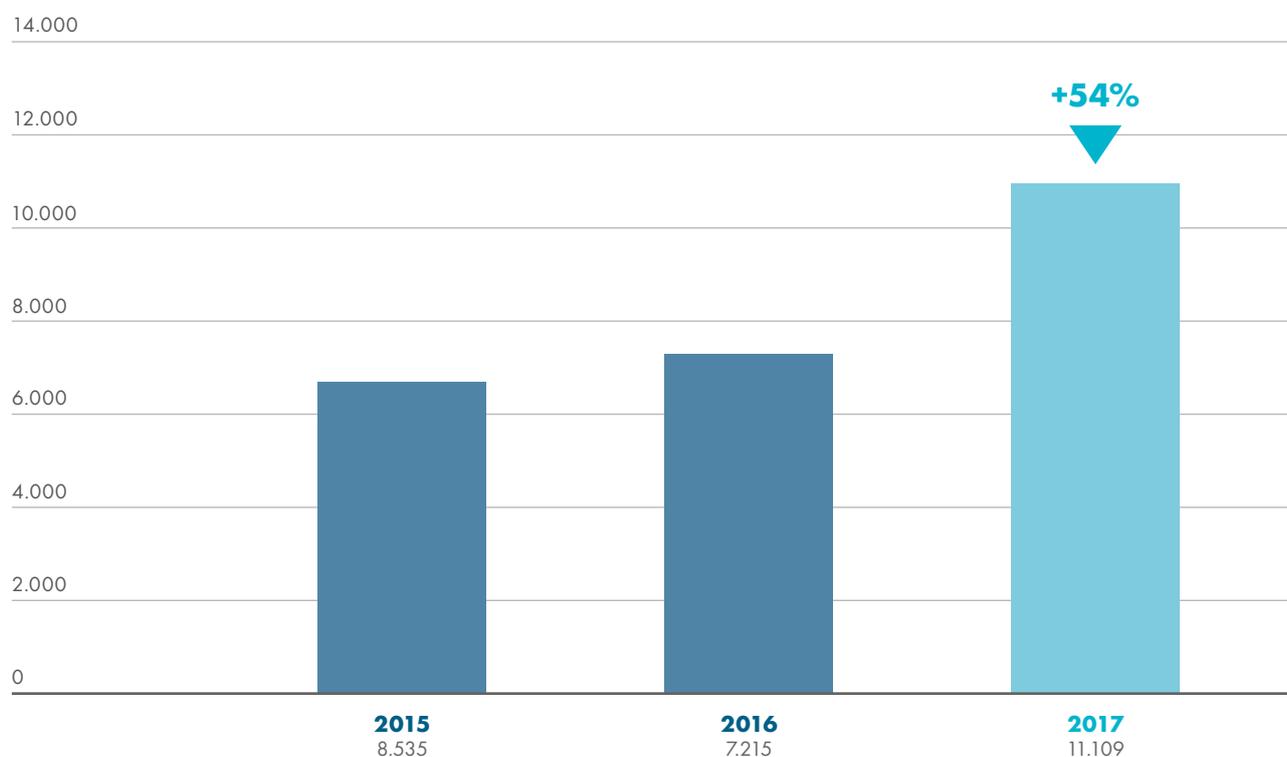


## Numero di partecipanti

\*partecipazione dei dipendenti anche a più sessioni o percorsi

Nel 2016  
**7.215** VS

Nel 2017  
**11.109**



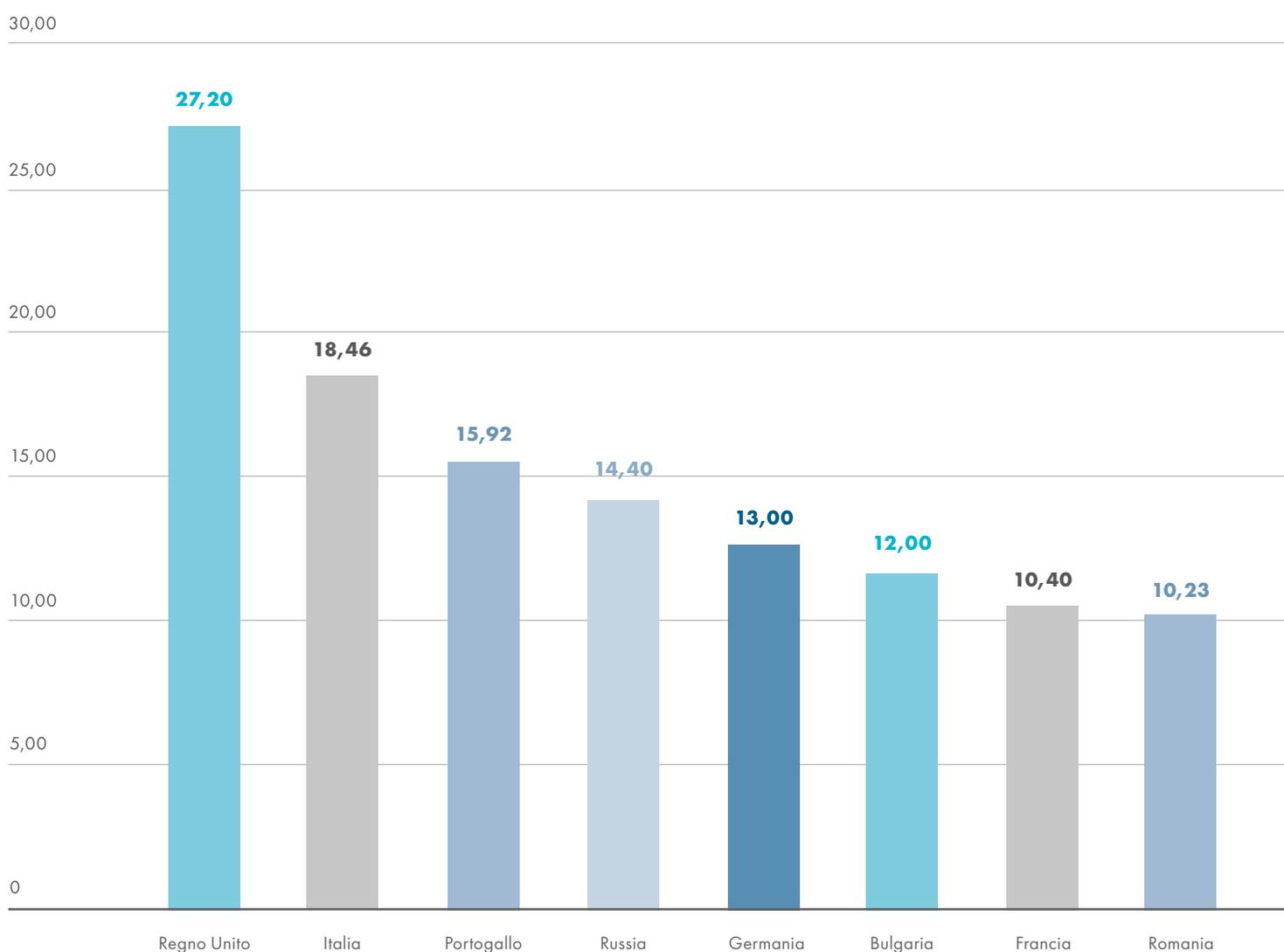
Nel corso dell'anno sono state erogate a livello globale 56.784 ore di formazione per i dipendenti di struttura, con una crescita dell'11,6% rispetto al 2016 e del 29,4% rispetto al 2015.

11.109 partecipanti hanno partecipato alle attività di formazione, facendo registrare un aumento del 54% rispetto al 2016 e del 30,2% rispetto al 2015.

Il numero di ore di formazione erogate a ogni dipendente di struttura (media globale) è aumentato da 14,8 nel 2016 a 15,1 nel 2017.

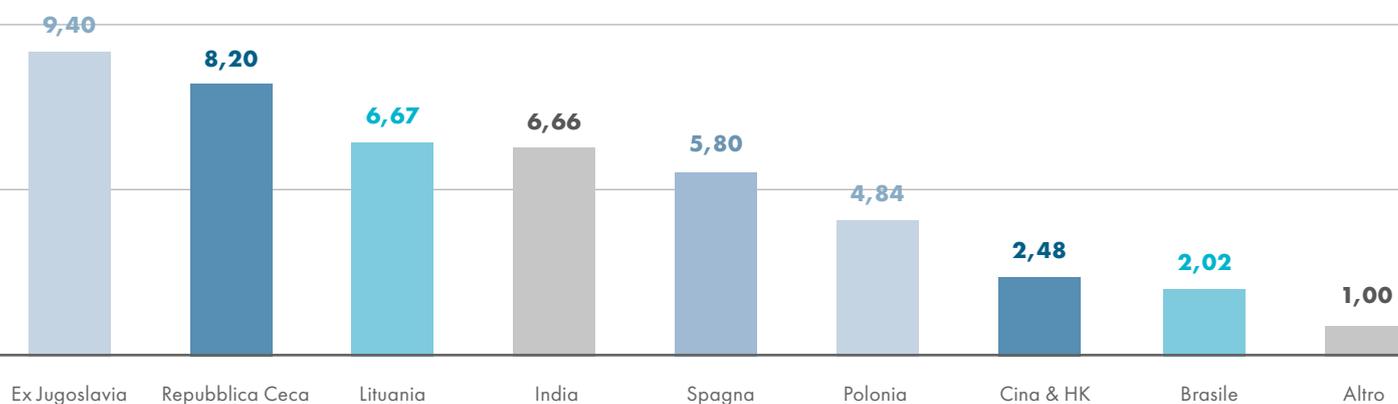
**Media ore di formazione erogate per dipendente (media nel Paese)**

Nel 2016 **14,8** VS Nel 2017 **15,1**





**I corsi di formazione sono stati erogati a livello internazionale (per concentrarsi sulle priorità a livello mondiale e sulla strategia del Gruppo) e a livello locale (a seconda delle esigenze specifiche di ogni Paese).**

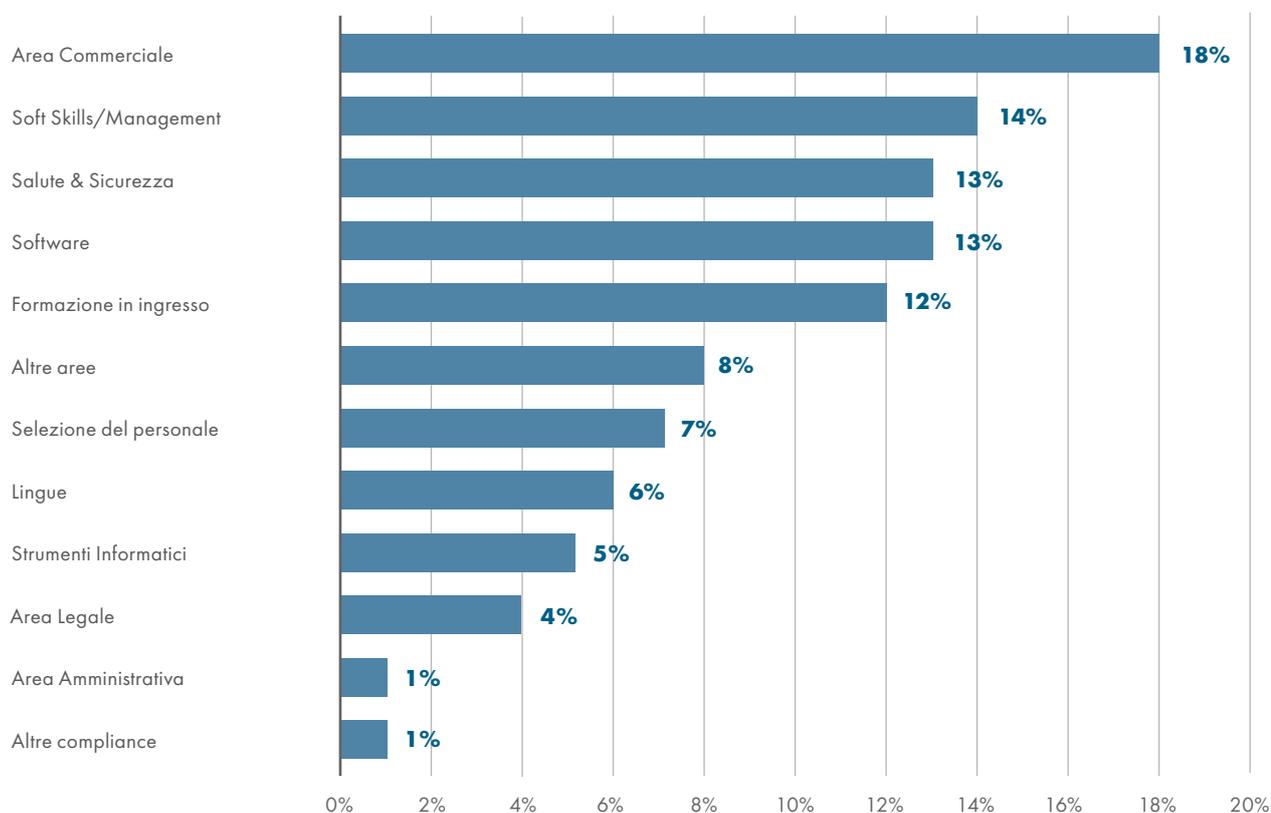


# Offerta formativa

I corsi di formazione erogati ai dipendenti di Gi Group si sono concentrati sulle seguenti aree:

- **Area commerciale:** competenze di vendita.
- **Soft Skills/Management:** competenze necessarie per supportare lo sviluppo manageriale.
- **Salute & Sicurezza e Compliance & CSR:** tutela della sicurezza sul luogo di lavoro ed altri corsi obbligatori a livello locale.
- **Software & Strumenti informatici di Gi Group:** sviluppo della conoscenza tecnica degli strumenti informatici.
- **Formazione in ingresso:** attività di benvenuto dedicata ai neoassunti, per dare loro le informazioni sul Gruppo (a livello internazionale e locale) concentrandosi su Mission, Valori, competenze fondamentali e modelli organizzativi.
- **Formazione professionale:** corsi mirati per competenze correlate alle responsabilità di alcune mansioni interne.
- **Selezione del personale:** competenze tecniche relative alle attività di recruitment.
- **Lingue:** parte integrante del processo di internazionalizzazione di Gi Group
- **Area Legale:** competenze correlate alla normativa sul lavoro a livello locale.
- **Strumenti amministrativi:** competenze sulla gestione amministrativa del personale somministrato.

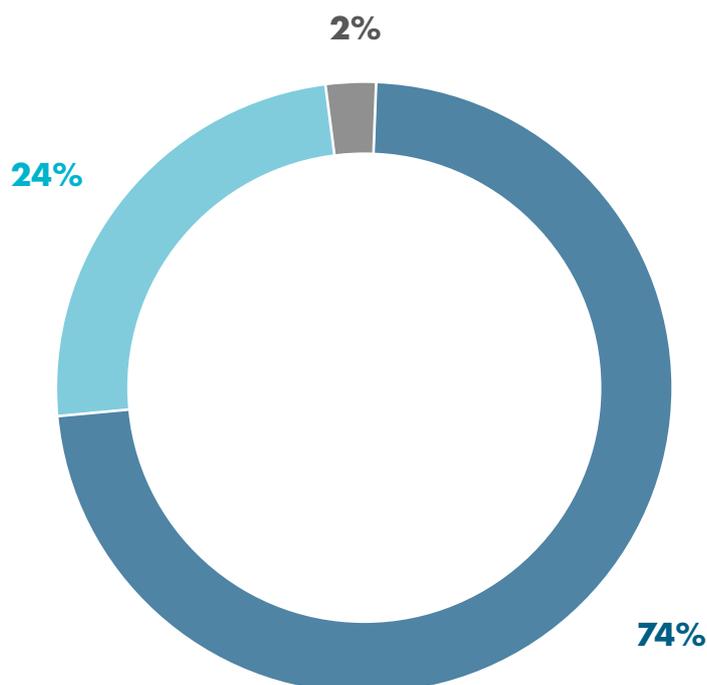
## Ore di formazione erogate (% sul totale)



## Metodologie formative 2017

La digitalizzazione delle attività di formazione è cresciuta del 2% in seguito all'introduzione e all'utilizzo di modalità di distance learning (2017 vs 2016):

- Ore in aula
- Ore di E-Learning/Webinar
- Altre ore di formazione (Conference Call, individuali, miste)



La formazione erogata a lavoratori somministrati e disoccupati è stata parte integrante della strategia di gruppo:

### Corsi erogati

**3.530**

Nel 2017

(1.947 per disoccupati, 1.275 per somministrati con contratti a tempo determinato, 308 per somministrati a tempo indeterminato)

**+31,6%**

Rispetto al 2016

### Partecipanti

**30.158**

Nel 2017

**+37,6%**

Rispetto al 2016

### Ore di formazione erogate

**148.403**

Nel 2017

**+16,1%**

Rispetto al 2016



## Evoluzione del mercato del lavoro

# 801

**Dipendenti di Gi Group  
direttamente coinvolti**

# 1.261

**Progetti legati  
all'evoluzione  
del mercato del lavoro**

# 7.848

**Studenti coinvolti  
nelle attività dedicate  
alle scuole**

## Uno degli elementi fondamentali della Mission di Gi Group è quello di contribuire all'evoluzione del mercato del lavoro.

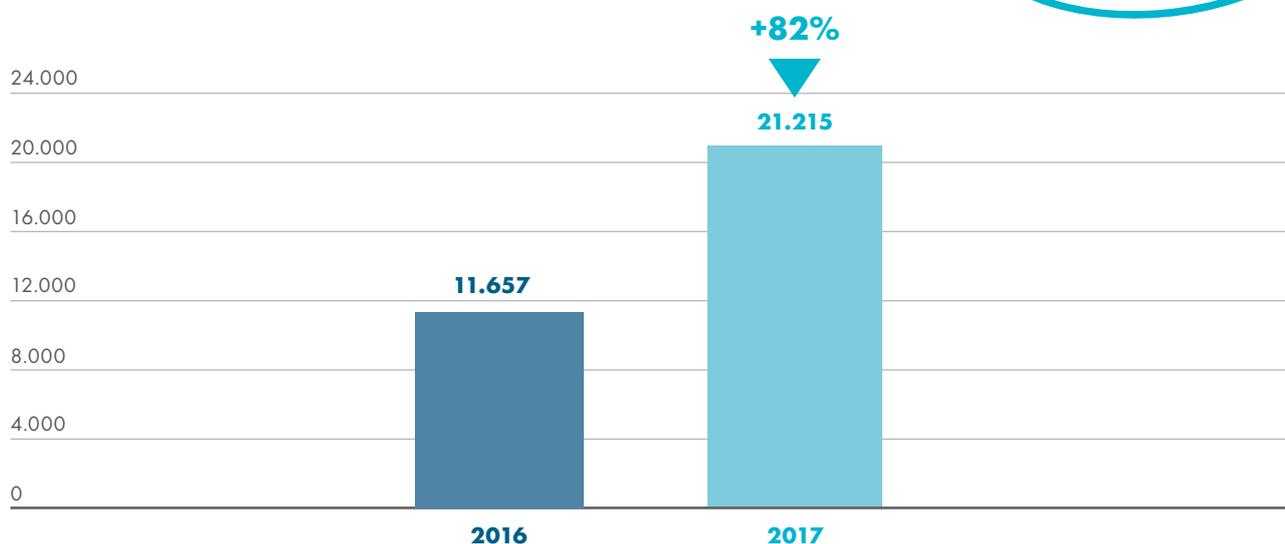
Questo è un impegno quotidiano che si concretizza nell'erogazione di servizi in grado di creare valore e rispondere alle necessità di persone e aziende.

I progetti più significativi sviluppati nel corso del 2017 sono stati:

- **Workshop** organizzati da Gi Group dedicati alla situazione del mercato del lavoro a livello locale e internazionale, nonché alla sua evoluzione, dove sono state presentate le best practice del settore;
- **Eventi di orientamento al mercato del lavoro** per facilitare e aumentare l'employability attraverso la creazione proattiva di occasioni di incontro tra candidati e offerte di lavoro;
- **Ricerche e pubblicazioni** sul mercato del lavoro e sulle best practice di lavoro somministrato, supportate da Fondazione Gi Group Academy;
- **Formazione e consulenza professionale** nelle scuole e programmi di alternanza scuola/lavoro per supportare gli studenti ad entrare con successo nel mondo del lavoro;
- **Politiche attive per il mercato del lavoro** con l'obiettivo di sostenere la ricollocazione professionale (progetti finanziati).

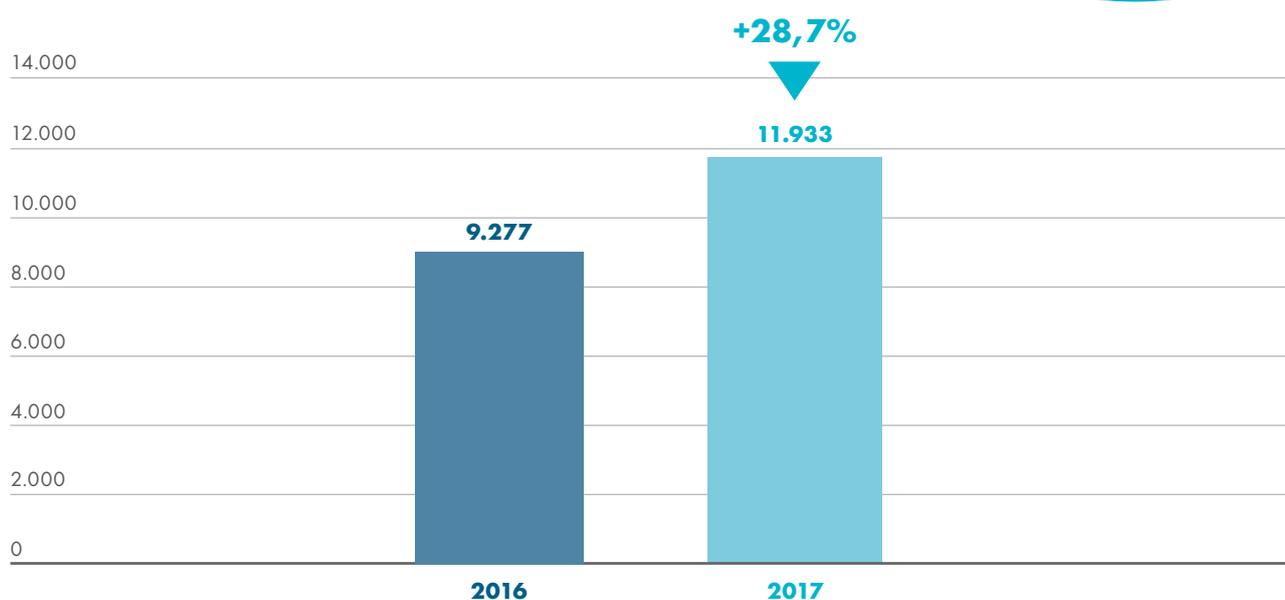
**Partecipanti a iniziative ed eventi dedicati all'evoluzione del mercato del lavoro**

Nel 2016 **11.657** VS Nel 2017 **21.215**



**Beneficiari di progetti sulle politiche attive per il mercato del lavoro**

Nel 2016 **9.277** VS Nel 2017 **11.933**



# Di seguito alcuni dei programmi più importanti organizzati a livello internazionale:

## Brasile

---

- Workshop su marketing e trend a livello retail.
- Workshop sull'importanza dell'engagement all'interno di un team e del potere dello storytelling.
- Workshop sulla nuova normativa del lavoro.

## India

---

- Workshop su come entrare nel mercato del lavoro, con focus su studenti e giovani.
- Workshop con lo scopo di aumentare le competenze digitali dei giovani (Excel e altri strumenti).

## Italia

---

- Pubblicazioni, eventi e ricerche organizzate e promosse da Fondazione Gi Group Academy.
- Eventi per i candidati: Gi Talent Days, Career Days, Recruitment Days, Gi Talks.
- Eventi per le aziende: dedicati a condividere idee e insight rispetto al mercato del lavoro.
- Partnership con Università per facilitare l'ingresso dei neolaureati nel mondo del lavoro.
- Iniziative di formazione nelle scuole (con un focus particolare sul settore HoReCa).

## Serbia

---

- Partnership con le scuole per entrare nel mercato del lavoro, lezioni e incontri individuali con gli studenti.
- Sessioni di mentoring e coaching per i giovani.

## Polonia

---

- Workshop nelle università relativi a: come gestire il proprio tempo, come riuscire ad entrare nel mercato del lavoro, come gestire lo stress e l'equilibrio vita-lavoro.
- Workshop dedicati allo sviluppo delle soft skill e delle competenze professionali più richieste nel mercato del lavoro

## Romania

---

- Workshop sulla normativa del lavoro e i diritti dei dipendenti.
- Eventi nelle scuole e università per migliorare le competenze degli studenti e prepararli al mercato del lavoro.

## Spagna

---

- Organizzazione e partecipazione ad eventi di orientamento al lavoro.
- Workshop sulla cyber-security e l'employability nell'era digitale.

## Regno Unito

---

- Workshop sull'employability e career day nelle scuole e nelle università su competenze fondamentali nella ricerca del lavoro: simulazioni di colloquio, invio candidature, competenze linguistiche e redazione del CV.
- Workshop e formazione online per sensibilizzare sulle forme di sfruttamento.



## Ambiente

La tutela dell'ambiente è parte integrante della strategia di CSR del Gruppo, sebbene Gi Group operi in un settore con un basso impatto ambientale.

## Nel 2017 le principali iniziative per tutelare l'ambiente si sono concentrate su:

**Riduzione dell'utilizzo di carta**

**Attività di riciclo dei rifiuti**

**Risparmio energetico**

**La riduzione dell'utilizzo di carta e inchiostro della stampante è stata un'iniziativa fortemente supportata in tutto il Gruppo.**

Il Brasile e la Romania sono tra i paesi che hanno ridotto il consumo di carta in maniera significativa, diminuendo di 180 Kg rispetto al 2016, mentre l'utilizzo di cartucce delle stampanti è stato ridotto di 110 unità. Anche in Italia è stata registrata una diminuzione del consumo medio di carta per dipendente, che è sceso da 18,88 risme nel 2016 a 18,85 nel 2017 (nel 2014 era di 24,08), nonostante l'incremento dell'attività amministrativa determinata dal crescere del business. Spagna e Regno Unito hanno entrambe raggiunto una riduzione a doppia cifra nell'utilizzo di carta.

**Rientrano nelle attività di gestione delle risorse e riciclo dei rifiuti:**

- **Brasile** – riduzione nel consumo di elettricità, acqua, plastica;
- **Portogallo** – utilizzo di acqua filtrata invece di acqua in bottiglia in tutte le filiali;
- **Romania** – riciclo della plastica in tutta la rete delle filiali;

- **Russia** – riciclo di batterie;
- **Serbia** – raccolta dei tappi delle bottiglie di plastica a scopo benefico.

**Il risparmio energetico è stato possibile grazie a diverse iniziative portate avanti a livello locale.**

Di seguito le più importanti:

- Nuove car policies che hanno supportato l'utilizzo di auto a basse emissioni in Italia, Spagna e Regno Unito;
- Travel policies che hanno sostenuto l'utilizzo di mezzi di trasporto a basse emissioni, con specifici progetti in Italia e Regno Unito;
- Incentivo all'utilizzo di strumenti informatici (MyGiGroup, Skype, Videoconferenze, ecc);
- Spostamento delle filiali di Gi Group verso edifici che prediligono energia rinnovabile (solo l'Italia ha risparmiato 1.094,07 tonnellate di Co2 attraverso l'impiego di fonti di energia rinnovabili nelle filiali e nella Sede Centrale).



## Volontariato

L'organizzazione di attività di volontariato rientra tra le iniziative prioritarie di Gi Group.

# 300

dipendenti  
di Gi Group  
coinvolti

# Destination Work

**DESTINATION  
WORK**  
Powered by **GI GROUP**

Nel 2017 si è tenuta la seconda edizione di Destination Work, il progetto di volontariato di Gi Group organizzato su scala globale, nato in Italia nel 2015 come Destinazione Lavoro.

Lo scopo dell'iniziativa è quello di organizzare eventi che aumentino le competenze legate all'employability di specifiche fasce di persone (giovani, studenti, disoccupati di lungo corso, over 50, fasce deboli) attraverso workshop, formazione, presentazioni, erogati da dipendenti delle società del Gruppo.

Gli eventi sono stati organizzati nelle sedi di Gi Group (filiali e Sedi centrali) oppure all'interno delle scuole.

Più di 300 dipendenti di Gi Group hanno dedicato il loro tempo al supporto delle persone che cercano un lavoro, contribuendo al miglioramento delle loro competenze professionali.

Più di 3.000 tra giovani e disoccupati hanno partecipato a sessioni di formazione e workshop progettate specificatamente per migliorare le possibilità di trovare un impiego.

# 3.000

**giovani  
o disoccupati  
supportati**

# 11

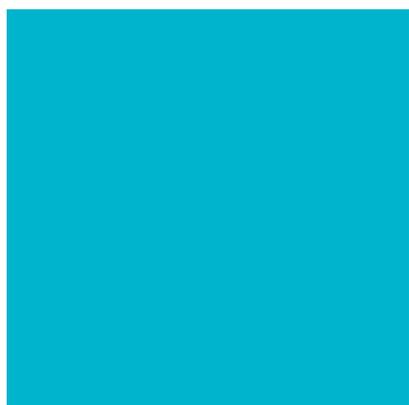
**Paesi  
coinvolti**



**I Paesi coinvolti  
in Destination Work nel 2017  
sono stati:**

**Brasile  
Cina  
Germania  
India  
Italia  
Portogallo**

**Polonia  
Romania  
Russia  
Spagna  
Regno Unito**



## Di seguito un riepilogo dei principali eventi di Destination Work:

### Brasile

---

Il 13 settembre e il 30 novembre a Rio de Janeiro e Recife sono stati organizzati due eventi in partnership con Coca Cola e **Coca Cola Institute**: due workshop per aiutare i disoccupati ad aumentare le loro possibilità di trovare lavoro.

### Cina

---

Il 18 novembre Gi Group Cina ha organizzato, insieme a **Combi Health Corporation**, un evento dedicato a insegnare agli studenti quali sono le componenti fondamentali per il successo di un'azienda: attenzione ai dettagli, importanza di un coordinamento efficiente e flussi di lavoro.

A questo è seguito un momento di confronto importante, dove i giovani sono stati incoraggiati a condividere le loro opinioni e le loro idee, consolidando attraverso il dialogo quanto appreso in occasione dell'evento.

### Germania

---

A Dortmund, nella giornata del 14 gennaio 2017, sono stati organizzati workshop e incontri di coaching, dedicati a un gruppo di rifugiati per supportarli nella ricerca di lavoro.

### India

---

Tenutasi il 30 novembre 2017, Destination Work ha rappresentato il culmine di tre mesi di programma concentrato sulla preparazione di 40 studenti universitari nel loro

ingresso nel mondo del lavoro. Durante la giornata sono stati approfonditi diversi aspetti della ricerca di un impiego: orientamento, stesura del CV, canali di ricerca, come vestirsi per un colloquio e quali competenze sono necessarie per affrontarlo al meglio. Il personale di Gi Group India ha inoltre presentato alcune storie di successo attraverso esempi di vita reale.

### Italia

---

Destination Work è stata organizzata sabato 18 novembre, con l'obiettivo di aumentare l'employability dei giovani. Numerose le iniziative organizzate nelle sedi di Gi Group di Milano, Roma e Torino, e nelle 12 filiali che sono rimaste aperte per l'iniziativa.

Tra gli argomenti trattati:

- Come scrivere un CV efficace;
- Come affrontare al meglio un colloquio di lavoro;
- Come sfruttare le funzionalità di LinkedIn;
- "10 regole d'oro per trovare lavoro" – workshop organizzato in collaborazione con AC Milan;
- Web reputation, social recruiting e nuove professioni nell'era digitale;
- Gestione del doppio ruolo di madre e lavoratrice per le donne che tornano al lavoro dopo la maternità.

Oltre a queste attività, Destination Work 2017 ha registrato la collaborazione con partner sportivi e sociali, ed è stata realizzata in un totale di 35 location diverse, contando anche iniziative presso Istituti scolastici in 9 città italiane e workshop specificatamente dedicati ad associazioni no-profit in 5 città diverse.

## Polonia

---

Gi Group Polonia ha contribuito a Destination Work prendendo parte attivamente ad un importante evento di orientamento organizzato l'11 novembre 2017, dal titolo **L'inizio della tua carriera**, rivolto a studenti delle scuole superiori.

Gi Group Polonia si è occupata della gestione di un **recruitment corner** dove sono stati dati consigli e informazioni utili sulla stesura del CV, su come affrontare un colloquio di lavoro, sul mercato del lavoro in Polonia e molti altri argomenti.

## Portogallo

---

In risposta ai terribili incendi boschivi che si sono diffusi in tutto il Portogallo nel corso del 2017, Gi Group Portogallo ha deciso di dedicare Destination Work ad aiutare coloro che sono stati direttamente colpiti da questo disastro ambientale. Ogni filiale ha preso parte alla raccolta e alla donazione di materiale e beni di prima necessità per le vittime degli incendi nel periodo tra ottobre e dicembre.

## Romania

---

Destination Work in Romania si è concretizzata in una giornata trascorsa insieme agli studenti del liceo dalla provincia di Iolomita per supportarli nello sviluppo di competenze fondamentali per l'employability. Sono stati organizzati workshop specifici su come trovare lavoro e sessioni di orientamento.

## Russia

---

Nei mesi di ottobre e novembre, i dipendenti di Gi Group Russia hanno organizzato workshop e colloqui individuali sull'employability rivolti a studenti e giovani nella regione di Mosca.

## Spagna

---

In Spagna, nella filiale Gi Group di Burgos, sono stati organizzati eventi e workshop sull'employability.

## Regno Unito

---

Destination Work 2017 è stata organizzata da lunedì 20 a venerdì 24 novembre, in simultanea con la **Settimana Europea della Formazione Professionale**.

Sono stati organizzati diversi eventi legati all'employability, tra cui:

- Open day;
- Eventi di orientamento;
- Workshop sull'employability rivolti a candidati, studenti universitari e non, e/o gruppi di persone emarginate. Tra gli argomenti dei workshop:

### Apprendistato

### Stesura del CV

### Competenze necessarie per affrontare un colloquio di lavoro

### Bilancio di competenze

### Normativa del lavoro

### Formazione sull'igiene alimentare

- Workshop sull'employability organizzati in scuole, università, centri di formazione, centri per l'impiego, etc... con argomenti analoghi a quelli sopra elencati.

# Alcune foto della giornata...



Dall'alto:  
Romania, Spagna, Polonia e India.





**...dai Paesi  
che hanno  
aderito  
all'iniziativa.**



Dall'alto:  
Cina, Brasile, Italia e Regno Unito.

# Nel 2017 sono state organizzate altre attività di volontariato e donazioni:

## Brasile

---

Organizzazione di una campagna di Natale dedicata agli orfani. Hanno partecipato 80 dipendenti di Gi Group e ne hanno beneficiato 25 orfani

## Italia

---

Oltre 120 dipendenti hanno offerto servizi di volontariato per un totale di 4.972 ore per supportare diversi enti benefici, organizzazioni no profit e associazioni, tra cui:

- **Homo Faber** – una cooperativa senza scopo di lucro che opera all'interno della casa circondariale "Bassone" a Como, nata con l'obiettivo di offrire ai detenuti un'opportunità di recupero personale ed un'occasione di formazione e di sviluppo professionale.
- **Biteb** – organizzazione senza scopo di lucro che supporta progetti sociali sostituendo computer e attrezzature ospedaliere con tecnologia più avanzata.
- **Cometa** – associazione che ospita e supporta la formazione dei giovani.
- **Centro Culturale di Milano** – associazione che organizza eventi su filosofia, arte, cultura e letteratura, scienza, economia e medicina.
- **Officina Giotto** – cooperativa sociale che sostiene i detenuti nella casa circondariale di Padova.
- **Banco Alimentare** – organizzazione senza scopo di lucro che opera per ridurre gli sprechi alimentari.
- **Aslam** – organizzazione no-profit che eroga corsi di formazione sulle competenze legate all'industria e alla produzione.
- **Comunità monastica dei SS. Pietro e Paolo alla Cascinazza di Buccinasco** – comunità che produce birra artigianale.

Sono state effettuate anche donazioni dedicate ad ONLUS che si dedicano a supportare l'istruzione e la formazione di giovani in difficoltà.

## Polonia

---

- Partecipazione ad un evento benefico tenutosi a Varsavia, a maggio, per sostenere i bambini affetti da cancro.
- Partecipazione alla **Gara di Business Silesia** tenutasi a Katowice, a settembre, per sostenere i cittadini affetti da malattie.

## Romania

---

Donazioni a ospedali pediatrici nel comune di Roman, ad un asilo a Cosereni e ad altre organizzazioni umanitarie no-profit a Bucarest.

## Spagna

---

- Collaborazione con **Acción Contra el Hambre**, che supporta progetti locali dedicati all'employability tra cui la Gara di Solidarietà tenutasi il 29 ottobre a Madrid e il 5 novembre a Valencia.
- **Raccolta Alimentare – Campagna El hambre no se va de vacaciones** in collaborazione con Mutua Universal – tenutosi dal 19 al 23 giugno.

## Regno Unito

- **Give & Gain Day:** in questa occasione il personale Britannico di Gi Group si dedica al sostegno di diverse comunità in tutto il Regno Unito.
- I volontari di Gi Group hanno partecipato al **Big Picture Project** che ha coinvolto studenti e insegnanti della **scuola Da Vinci di Derby**, della St. Gregory Great Catholic School a Oxford e della Google Academy nei pressi di Hull. Tra i progetti, la richiesta di esprimere il concetto di employability attraverso un disegno. Quello più bello e rappresentativo è stato esposto nelle reception di ogni Aula Magna delle scuole partecipanti.
- **Raccolta fondi per beneficenza**

La raccolta fondi per il Macmillan Cancer Support è continuata durante tutto il 2017. Tra gli eventi organizzati durante l'anno:

**La sfida multi-evento The Samworth Brothers**  
(bicicletta, canoa, arrampicata)

**Gara di barche Dragon**

**La "Mighty Hike"**

**Vendite di torte**

**Mattine con il caffè**

**Asta natalizia di beneficenza**



## I numeri delle attività di volontariato per il 2017:



## 443 dipendenti di Gi Group coinvolti

## Migliaia di beneficiari diretti delle attività

## 2.931 ore di volontariato offerte

# 2

## **Analisi dei fabbisogni degli Stakeholder e Matrice di Materialità**



# Gli Stakeholder

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

## I principali Stakeholder di Gi Group sono:

### I propri dipendenti

Oltre 3.300 dipendenti di Gi Group che sostengono il Gruppo nel raggiungimento dei suoi obiettivi. Le persone in Gi Group sono fortemente coinvolte nei progetti di CSR e condividono il loro know-how professionale, impegno e motivazione attraverso il loro impegno quotidiano.

### La comunità e l'ambiente

Le comunità in cui opera Gi Group, rappresentate dalle loro istituzioni e dalle loro associazioni, nonché dalle persone che vivono e lavorano al loro interno. L'ambiente, che Gi Group tutela attraverso iniziative che preservano e difendono le risorse naturali.

### I clienti

Oltre 20.000 aziende che si affidano ogni anno a Gi Group per gestire il loro human capital avvalendosi dei servizi del Gruppo. Questi servizi sono in grado di soddisfare tutte le fasi delle relazioni tra individuo e azienda: ricerca e selezione (fase IN), gestione e sviluppo delle persone (fase BETWEEN) e ricollocazione all'interno o all'esterno dell'organizzazione (fase OUT).

### I candidati e i lavoratori

Migliaia di candidati e lavoratori che, ogni giorno, in tutti i paesi in cui opera Gi Group, si aspettano un livello di servizio affidabile in grado di offrire loro soluzioni che ne soddisfino i bisogni.



# Analisi dei fabbisogni degli Stakeholder

Nel 2017 Gi Group ha condiviso con i suoi dipendenti una survey a livello globale, per indagare i possibili sviluppi delle attività di CSR, e per capire a quali tipologie di iniziative fossero più sensibili.

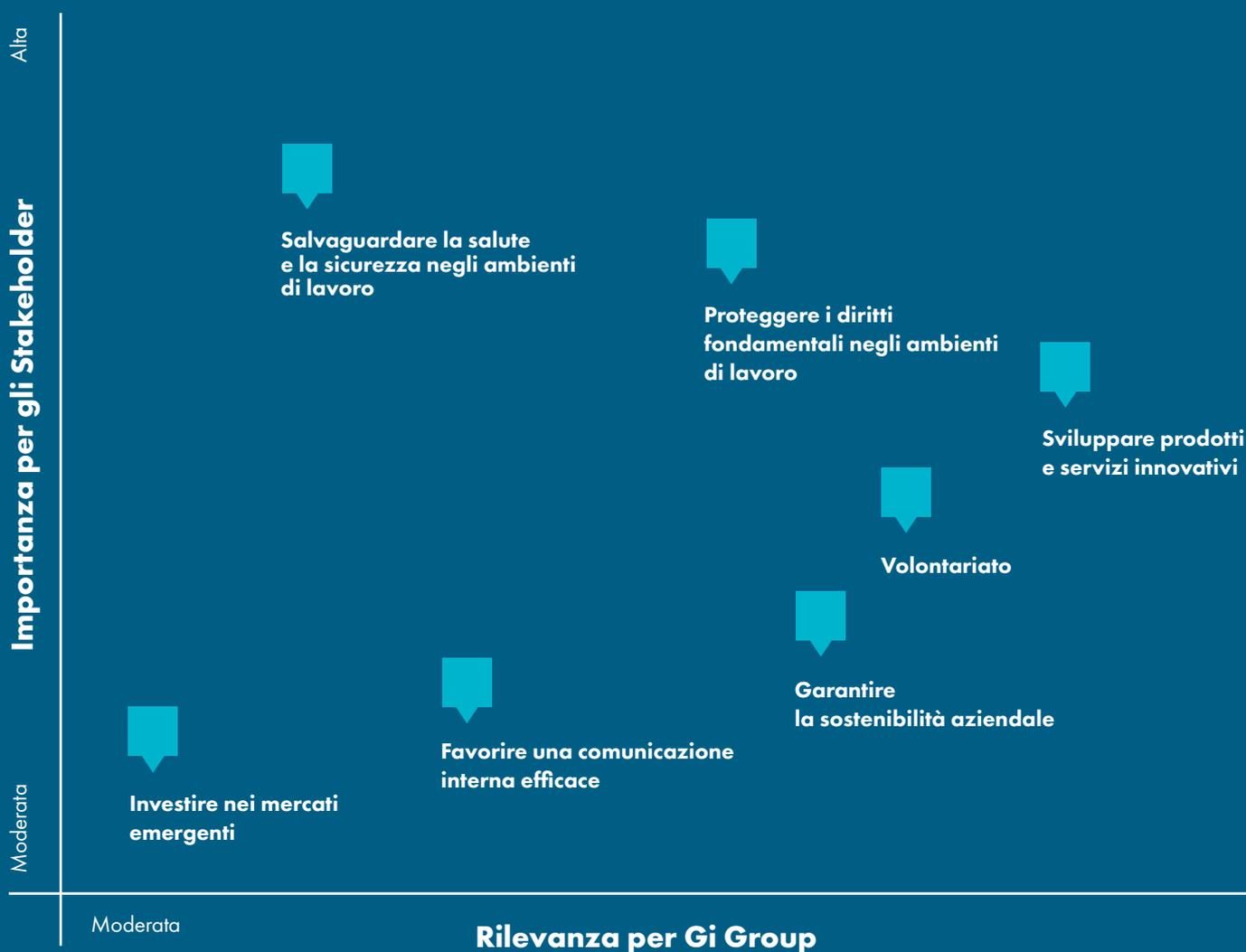
I risultati della survey globale sottoposta ai dipendenti sono descritti nell'ultimo capitolo del Report.



# Matrice di Materialità

La Matrice di Materialità relaziona le priorità di Gi Group, in termini di CSR, con quelle degli Stakeholder (dipendenti, lavoratori, candidati e istituzioni).

Su questa matrice viene costruita la strategia di Gi Group in ambito di CSR:





**Supporto all'evoluzione  
del mercato del lavoro**



**Opportunità di carriera  
e sviluppo professionale**



**Fornire  
valore economico e sociale**



**Formazione**



**Attenzione alla diversity**



**Garantire  
la competizione equa**

# 3

**Il percorso CSR  
di Gi Group  
e la Governance  
della CSR**







# La nostra Mission

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

La Mission di Gi Group rappresenta il punto di partenza della **strategia di CSR del Gruppo** e mostra la direzione che l'azienda intende seguire. Descrive il modo in cui Gi Group vuole erogare i propri servizi e le

modalità in cui vuole contribuire allo sviluppo del mondo del lavoro. Soprattutto, descrive il valore indiscutibile che Gi Group attribuisce alle persone e al loro lavoro quotidiano.

# I nostri Valori



**Responsabilità**

**Lavoro**



**Apprendimento  
continuo e  
innovazione**

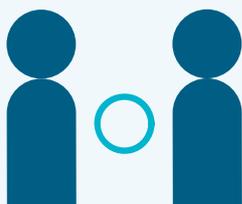


**Economicità**

“Noi, con il nostro lavoro, cerchiamo di partecipare alla fatica che tutti gli uomini e tutti i popoli fanno per costruire un inizio di felicità.”



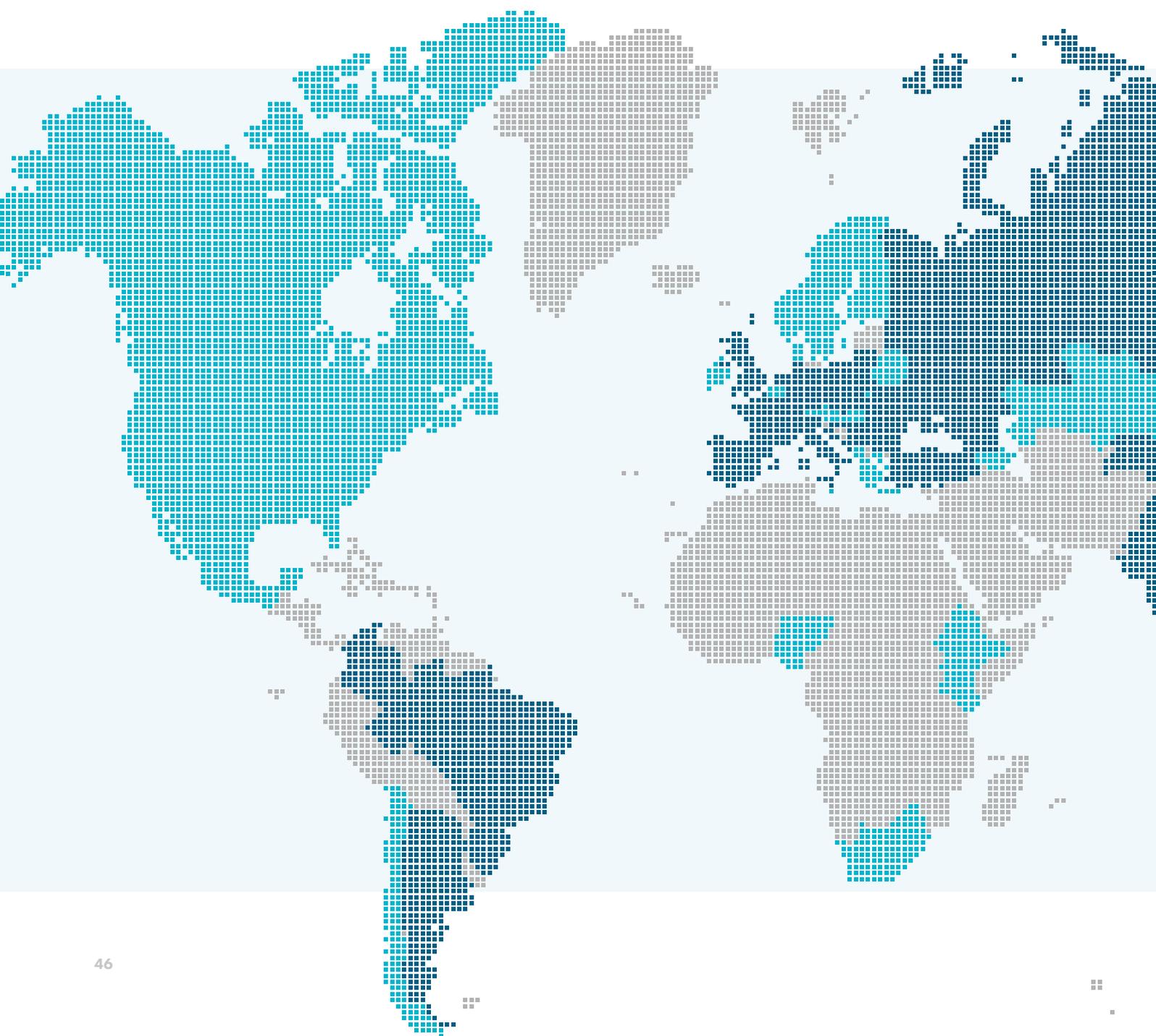
**Attenzione**

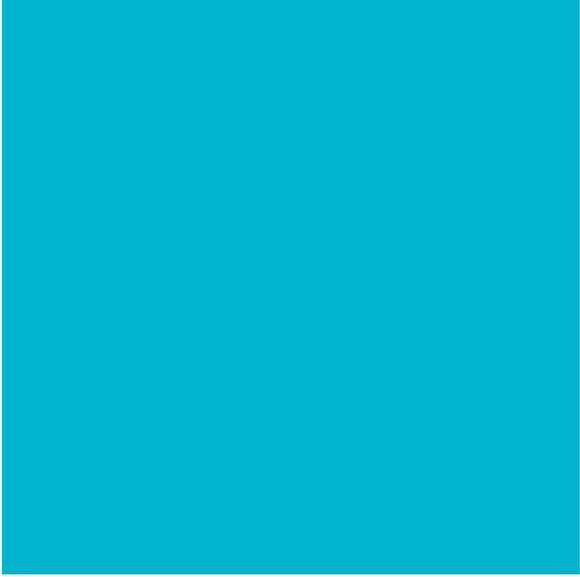


**Spirito  
di squadra**

# La nostra presenza nel mondo

Oggi Gi Group opera in oltre **40 Paesi**, con più di **500 filiali**, **110 siti SMS** (soluzioni di servizi gestiti in loco) e più di **3.300 dipendenti**.

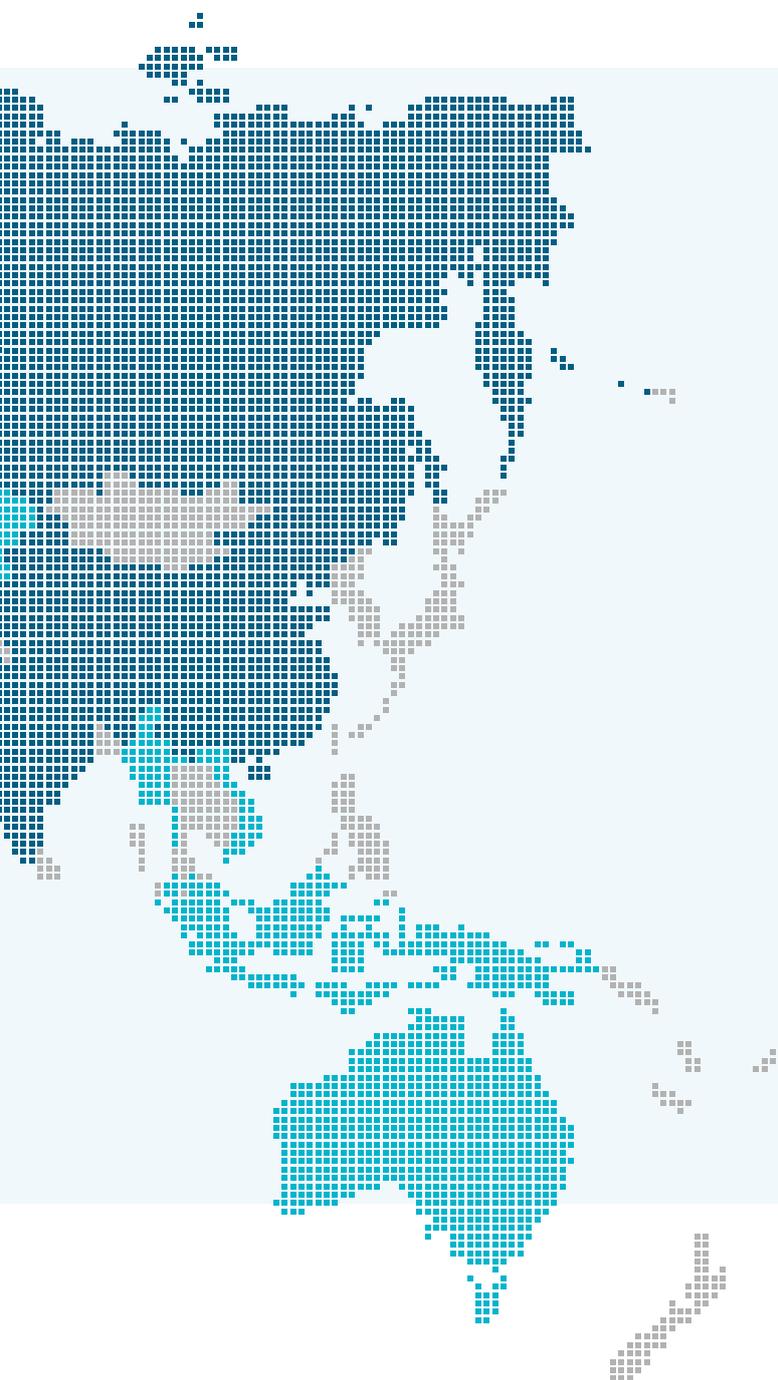




**Oltre 40 Paesi  
nel mondo.**

**Più di  
500 filiali.**

**Più di 3.300  
dipendenti.**



### **Presenza Diretta**

**EMEA:** Bulgaria, Croazia, Repubblica Ceca, Francia, Germania, Italia, Lituania, Montenegro, Paesi Bassi, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Romania, Russia, Serbia, Slovacchia, Spagna, Svizzera, Turchia.

**Asia Pacifica & America (nord e sud):** Argentina, Brasile, Colombia, Cina, Hong Kong, India.

### **Presenza Indiretta**

Grazie ad accordi di partenariato, Gi Group è presente anche in:

**EMEA:** Albania, Armenia, Azerbaijan, Bielorussia, Belgio, Cipro, Finlandia, Emirati Arabi, Grecia, Kazakistan, Malta, Norvegia, Sudafrica, Svezia, Svizzera, Ucraina, Ungheria.

**Asia Pacifica & America (nord e sud):** Singapore, Cile.

# I nostri numeri

Nel 2017 Gi Group  
ha erogato servizi ad oltre

**20.000**  
aziende

generando  
un fatturato totale di

**2** miliardi di €



# I nostri servizi

Gi Group è una delle aziende leader nel campo dei servizi per lo sviluppo del mercato del lavoro.

## Il Gruppo opera nei seguenti campi:



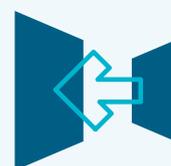
Lavoro temporaneo,  
Permanent  
e Professional Staffing



Ricerca & Selezione



Executive  
Search



Outsourcing



Formazione



Supporto alla  
Ricollocazione



Consulenza HR

# La nostra storia

## 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.

## 2007

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

Nasce  
**Générale  
Industrielle.**

## 1998

Con l'acquisizione  
di DBM Italia, poi  
Intoo, il Gruppo inizia  
ad operare nel settore  
dell'Outplacement.

## 2005

**Générale Industrielle**  
e **Worknet** diventano  
un unico brand: **Gi Group**.

L'espansione internazionale  
continua in **Cina, Hong Kong,**  
**Francia, Brasile, Spagna**  
e **India**.

## 2008

## 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.

## 2014-2015

Ulteriore espansione internazionale: il Gruppo entra in **Turchia, Portogallo, Olanda e Slovacchia.**

Ulteriore **sviluppo del programma di partner.**

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

## 2013

Acquisizione di **TACK & TMI**, leader globali nei servizi di formazione.

Apertura in **Colombia.**

## 2016



# I principali traguardi raggiunti in ambito CSR

**Partendo dalla Mission e dai propri Valori, Gi Group ha elaborato una serie di iniziative volte a sviluppare la strategia di CSR.**



La SA8000® rappresenta lo standard sistemico più diffuso e riconosciuto a livello internazionale con cui si garantisce che l'azienda è socialmente responsabile e si impegna in particolare al rispetto delle regole dell'etica del lavoro e delle condizioni lavorative contenute nella Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo delle Nazioni Unite e nelle Circolari e Convenzioni dell'International Labour Organization.

**Apr 14**

Pubblicazione e adozione del Codice Etico di Gruppo.

**Giu 14**

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

**Sett 14**

Pubblicazione e adozione della procedura "Adozione del Codice Etico, gestione di richieste, denunce e reclami".

**Gen 15**

Lancio di un'iniziativa di volontariato a livello internazionale con lo scopo di organizzare progetti per promuovere l'employability.

**Gen 16**

Analisi dei fabbisogni degli Stakeholder: lancio della survey per le Istituzioni e le Associazioni.

**Dic 15**

Analisi dei fabbisogni degli Stakeholder: lancio della survey interna per i dipendenti.

**Ott 15**

Creazione di un nuovo comitato di governance della CSR: CSR Committee, finalizzato a creare e implementare la strategia CSR di Gruppo.

**Apr 15**

Pubblicazione del primo CSR Report di Gi Group.

**Mag 16**

Pubblicazione del secondo CSR Report di Gi Group.

**Sett 16**

Analisi dei fabbisogni degli Stakeholder: lancio della survey interna per i lavoratori somministrati.

**Ott 16**

Sabato 22, Destination Work: la prima edizione di un'attività di volontariato di Gruppo organizzata su scala mondiale. Obiettivo dell'iniziativa: promuovere l'employability nelle comunità.

**Apr 17**

In data 12 aprile, Gi Group Spa Italia ottiene la Certificazione SA8000®:2014.\*

**Mag 18**

Pubblicazione del quarto CSR Report di Gi Group e pubblicazione del primo Bilancio SA8000® di Gi Group Spa.

**Mag 17**

Pubblicazione del terzo CSR Report.

# Organismi di Governance della CSR

**Gi Group ha istituito degli organismi di governance della CSR per supportare la realizzazione e lo sviluppo di un programma di CSR solido ed efficace.**



## Ad oggi, gli organismi di controllo in materia di CSR sono:

Organismi di Governance della CSR	Responsabilità principali	Componenti
<b>International Steering Committee</b>	Approva gli obiettivi strategici e le attività di implementazione e gestione del programma di CSR del Gruppo.	Top manager del Gruppo
<b>CSR Committee</b>	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"> <li>▪ CEO di Gruppo</li> <li>▪ Dipartimento HR International</li> <li>▪ Dipartimento Marketing International</li> <li>▪ Dipartimento Public Affairs International</li> <li>▪ Rappresentanti di almeno 3 Country di Gi Group</li> <li>▪ Rappresentanti delle Pratiche T&amp;P e S&amp;S</li> </ul>
<b>Country Manager</b>	Responsabili dei flussi di comunicazione all'interno del proprio paese; garantiscono l'implementazione delle attività di CSR a livello locale.	Country Manager
<b>CSR Team</b>	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"> <li>▪ Dipartimento Legal</li> <li>▪ Dipartimento HR</li> <li>▪ Dipartimento International Business Team</li> <li>▪ Rappresentante dei lavoratori</li> </ul>
<b>Volontari</b>	Partecipano alle attività di volontariato e contribuiscono alla progettazione e all'esecuzione delle stesse.	Dipendenti di Gi Group

4

**Piano di sviluppo  
per il 2018**







## **Il 2018 rappresenta un traguardo importante per Gi Group poiché il Gruppo festeggia i suoi primi 20 anni di attività.**

20 anni in cui Gi Group ha sempre erogato servizi per aiutare le persone e le aziende a fare incontrare i loro bisogni, 20 anni in cui Gi Group si è impegnata per raggiungere la sua Mission - contribuendo, da protagonisti e a livello globale, all'evoluzione del mercato del lavoro e all'educazione del valore personale e sociale del lavoro.

**Il 20° anniversario di Gi Group sarà un'occasione di festeggiamento ma anche di riflessione e pianificazione dei prossimi 20 anni, che saranno caratterizzati da altrettante sfide e successi.**

La strategia di CSR di Gi Group continuerà ad essere una parte importante dello sviluppo dell'organizzazione, grazie al contributo quotidiano dei dipendenti e attraverso iniziative dedicate con un impatto sociale significativo.

# Le priorità di sviluppo in ambito CSR per il 2018 riguarderanno:

## Destination Work

---

Nel 2018 **Destination Work**, il principale progetto di CSR a livello globale di Gi Group, continuerà per il terzo anno consecutivo.

L'obiettivo dell'iniziativa è quello di aumentare l'employability di specifiche fasce sociali (giovani, studenti, disoccupati e over 50) attraverso l'organizzazione di workshop, sessioni di formazione ed eventi mirati. Le attività saranno organizzate nelle principali sedi di Gi Group (filiali o Sede Centrale) oppure ospitate presso Istituti Scolastici, Università o Palazzetti Sportivi.

## Gli strumenti di E-Learning per supportare l'Employability

---

Il miglioramento delle competenze di employability si raggiungerà anche attraverso l'utilizzo di strumenti di e-learning. Le iniziative di e-learning saranno erogate in partnership con fornitori specializzati oppure attraverso la realizzazione di materiali di apprendimento online, come video e vlog.

Tutti i materiali di apprendimento saranno disponibili a tutti coloro che vorranno aumentare le proprie competenze in merito all'employability e la propria consapevolezza rispetto al mercato del lavoro.

## Equilibrio Vita-Lavoro

---

I dipendenti di Gi Group rappresentano uno Stakeholder fondamentale per l'azienda, sia per appartenenza, sia perché sono coloro che, ogni giorno, contribuiscono attivamente alla creazione di valore per la comunità.

Il benessere dei dipendenti e la capacità di conciliare la vita personale con il lavoro, saranno tra gli obiettivi principali che Gi Group vuole raggiungere nel corso del 2018.

## Trasformazione digitale

---

La tecnologia e l'innovazione stanno costantemente cambiando il mercato del lavoro; non tutti però sono consapevoli di questi trend e di come usarli a loro favore. Gi Group organizzerà quindi delle iniziative di formazione per accrescere la consapevolezza in relazione a questa tematica.

## Sport e lavoro

---

Lo sport è correlato al lavoro non solo per una questione di benessere, ma anche per i valori e le soft skills che permette di sviluppare. Lavoro in team, auto-consapevolezza, resilienza: attraverso il coinvolgimento di testimonial e grazie alle numerose partnership attive in diversi ambiti sportivi, Gi Group promuoverà i valori dello sport legati al lavoro.

## Ambiente

---

Nel corso del 2018, oltre alle iniziative locali, Gi Group implementerà un **Sistema di Gestione Ambientale** conforme alla UNI EN ISO 14001:2015 per il Palazzo del Lavoro. La certificazione corporate che si intende ottenere potrà essere estesa alle società in possesso di un Sistema di Gestione Qualità UNI EN ISO 9001 già certificato, per la relativa sede presente nel building, andando a implementare un sistema di gestione integrato qualità-ambiente.



**Group**  
YOUR JOB, OUR WORK

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

[www.gigroup.com](http://www.gigroup.com)