



REPORT CSR 2015



Group
YOUR JOB, OUR WORK



CARI STAKEHOLDER,

Un anno dopo la pubblicazione del primo CSR Report sono molti i motivi di soddisfazione con cui Gi Group presenta l'analisi dei risultati e delle iniziative svolte nel 2015.

Nel 2015 il Progetto CSR ha compiuto **grandi progressi**, non solo grazie ad un sistema di governance efficace e fortemente legato alla strategia, ma soprattutto per l'impegno spontaneo con cui le nostre persone si sono rese attive verso le iniziative di responsabilità sociale.

Brasile, India, Italia, Russia, Spagna, UK sono solo alcuni dei Paesi in cui abbiamo realizzato concreti progetti di Employability con i quali sono state volontariamente erogate ore di orientamento, formazione e accompagnamento per entrare nel mondo del lavoro.

Più di **900 volontari** hanno dedicato **12.400 ore** ad oltre **6.200 persone** in cerca di un impiego. Attraverso questi eventi abbiamo valorizzato le nostre competenze professionali riscoprendo e rinnovando il senso più profondo del lavoro che svogliamo tutti i giorni e mettendolo al servizio dei candidati.

Siamo consapevoli che in un contesto internazionale in continuo cambiamento le priorità dei nostri Stakeholder possono mutare rapidamente; per questa ragione abbiamo avviato un dialogo diretto attraverso delle survey che ci hanno consentito di individuare una serie di aree in cui investire maggiormente. Nel 2016 il contatto con gli Stakeholder sarà intensificato ed esteso ad un più ampio spettro di interlocutori attraverso gruppi di lavoro, contatti diretti e nuove survey, con l'obiettivo di aggiornare costantemente la Matrice di Materialità.

Siamo orgogliosi di poter dunque presentare il nostro secondo **CSR Report** che oltre ad elencare i progetti realizzati testimonia ancora una volta come la mission di Gi Group è in sé un progetto di Corporate Responsibility in cui i dipendenti si riconoscono a pieno.

Stefano Colli-Lanzi
CEO Gi Group



INDICE

6 PRINCIPALI RISULTATI RAGGIUNTI NEL 2015

8 I 5 ambiti

10 Le iniziative di rilievo

12 INDICATORI CSR

31 Focus su progetti legati all'employability

44 ANALISI DEI FABBISOGNI DEGLI STAKEHOLDER E MATRICE DI MATERIALITÀ

46 Gli Stakeholder

47 Analisi dei fabbisogni degli Stakeholder

48 I dipendenti

50 I candidati e i lavoratori

51 Le comunità e le istituzioni

55 Matrice di Materialità

57 IL PERCORSO CSR DI GI GROUP E LA GOVERNANCE CSR

58 La nostra Mission

60 I Valori

62 I principali traguardi raggiunti in ambito CSR

63 CSR governance

64 PIANO DI MIGLIORAMENTO

PRINCIPALI RISULTATI RAGGIUNTI NEL 2015

Il percorso di **Responsabilità Sociale di Gi Group** ha registrato nel corso del 2015 un sensibile potenziamento in tutte le società del Gruppo – sia in Italia che nelle Country Estere –, grazie allo sviluppo di azioni e strategie aziendali unitarie, volte al raggiungimento degli obiettivi posti nel CSR Report 2014.

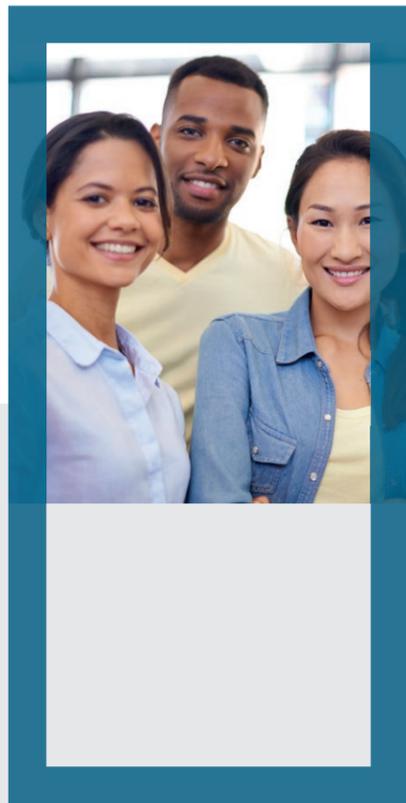
Gi Group ha focalizzato le proprie attività di CSR negli stessi cinque ambiti identificati durante l'anno precedente, coerentemente con la strategia di Gruppo e con quanto espresso dai propri Stakeholder. Questa convergenza di obiettivi risulta chiaramente evidenziata nella **Matrice di Materialità** che è stata sviluppata quest'anno, e che dà evidenza dell'insieme delle priorità sulle quali sviluppare i progetti che abbiano un impatto sociale.

1

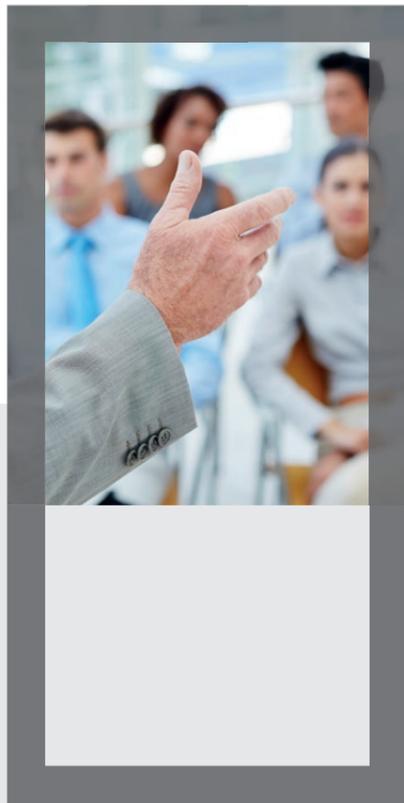


I 5 AMBITI

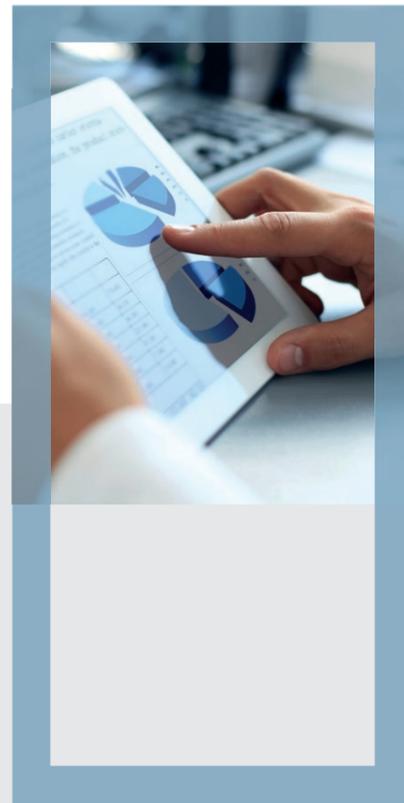
in cui si sono concentrate le azioni di CSR del Gruppo sono:



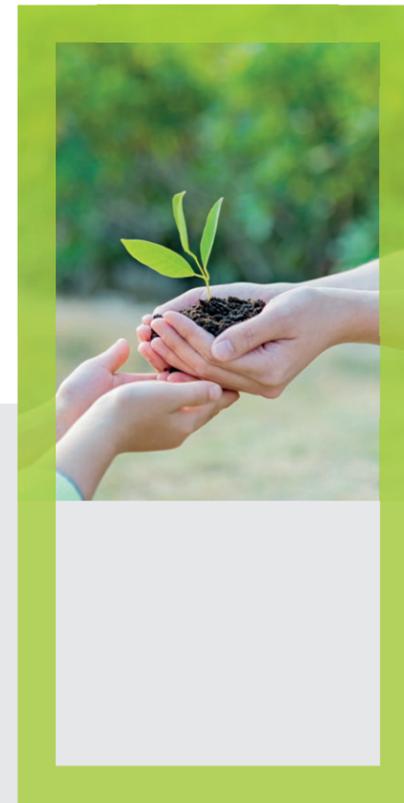
**FORZA LAVORO
E DIVERSITÀ**



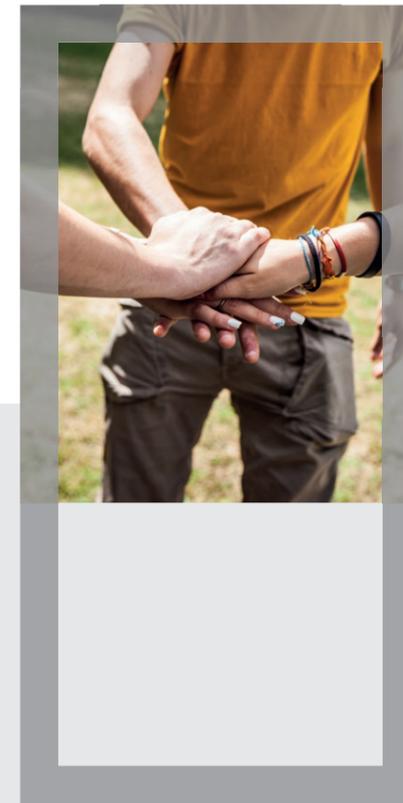
FORMAZIONE



**EVOLUZIONE
DEL MERCATO
DEL LAVORO**



AMBIENTE



VOLONTARIATO

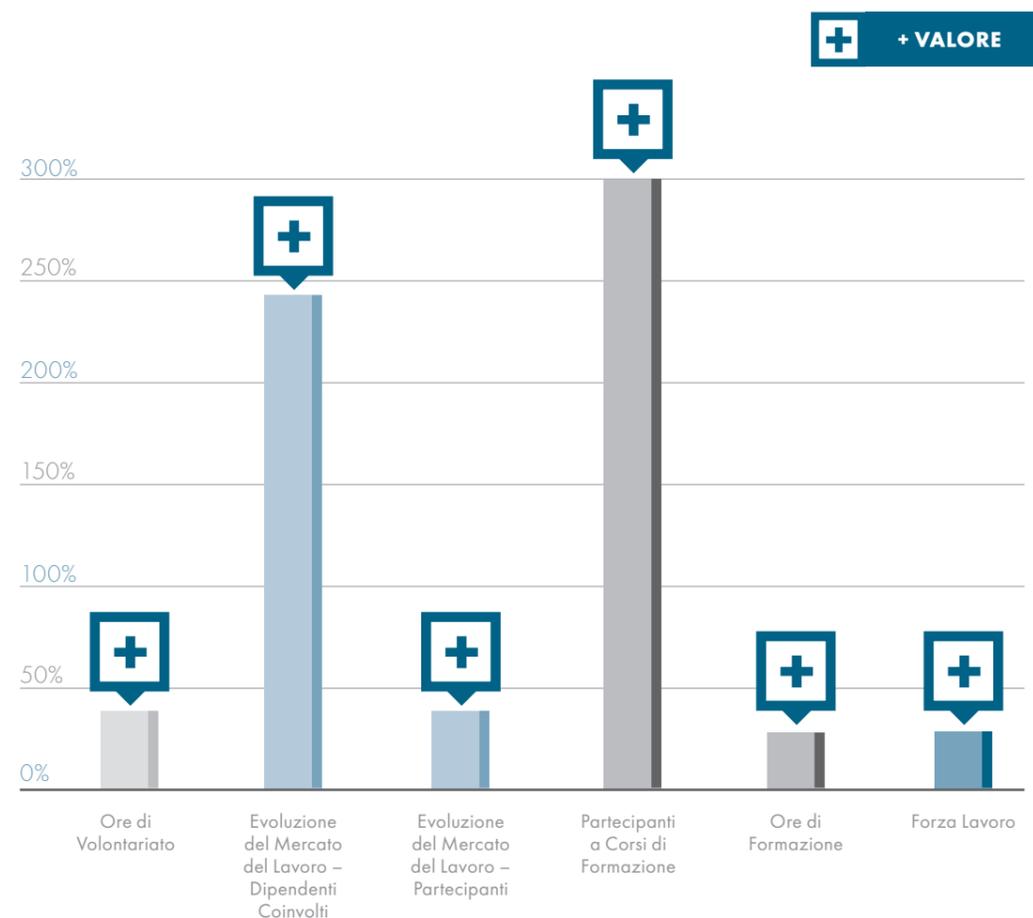
**MIGLIORAMENTI SIGNIFICATIVI SONO STATI RAGGIUNTI
IN TUTTE LE CINQUE AREE, COME SARÀ APPROFONDITO
NEI SEGUENTI CAPITOLI.**

LE INIZIATIVE DI RILIEVO

Qui di seguito sono elencati i risultati maggiormente significativi raggiunti in ambito CSR nel 2015. Alcune nuove iniziative sono state implementate, altre, già in essere, sono state potenziate e sviluppate ed estese a tutti i Paesi dove Gi Group è presente.

Tra gli ambiti di miglioramento evidenziati nel CSR Report 2014 spiccava il lancio di iniziative, nelle varie Country dove Gi Group opera, volte a favorire l'occupabilità (employability) di persone alla ricerca di lavoro. I dati di dettaglio relativi agli ottimi risultati raggiunti verranno presentati nella sezione dedicata al volontariato.

INDICATORI
CSR: DELTA %
2015 VS 2014



+ VALORE

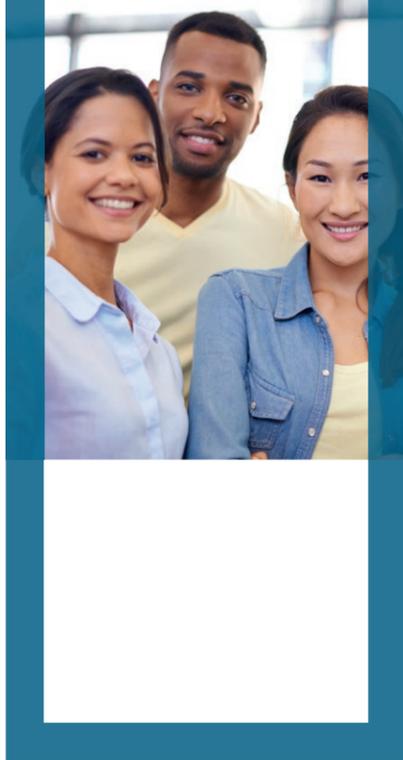
IL CONSOLIDAMENTO DELLA STRUTTURA DI GOVERNANCE DELLA CSR DI GI GROUP attraverso la creazione di un nuovo comitato internazionale, il CSR Committee, che governa lo sviluppo di iniziative di CSR.

LA DIFFUSIONE DI INIZIATIVE DI VOLONTARIATO IN MOLTI PAESI, con un'attenzione particolare a quelle finalizzate al supporto dell'employability di persone alla ricerca di un lavoro o che desiderano cambiarlo.

UN MAGGIORE COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER NELLA CREAZIONE E NELL'IMPLEMENTAZIONE DELLA STRATEGIA CSR DI GI GROUP. Sono state effettuate due indagini a livello internazionale - una dedicata ai dipendenti interni ed una alle Istituzioni e Associazioni con le quali Gi Group ha maggiori contatti. Sono stati raccolti e analizzati anche dati relativi alle aspettative di candidati e lavoratori somministrati.

Le iniziative appena presentate hanno permesso di raccogliere **UNA PANORAMICA SUI BISOGNI E SULLE ASPETTATIVE DEI PORTATORI DI INTERESSE IN AMBITO SOCIALE DI GI GROUP.** È quindi stata possibile una migliore integrazione tra le strategie CSR di Gi Group e le aspettative degli Stakeholder, che proseguirà nel corso del 2016.

LA CREAZIONE DI UNA MATRICE DI MATERIALITÀ, che rappresenta l'incrocio tra le priorità CSR di Gi Group e le aspettative degli Stakeholder, e ha l'obiettivo di orientare lo sviluppo dell'organizzazione verso un costante incremento del valore aziendale.

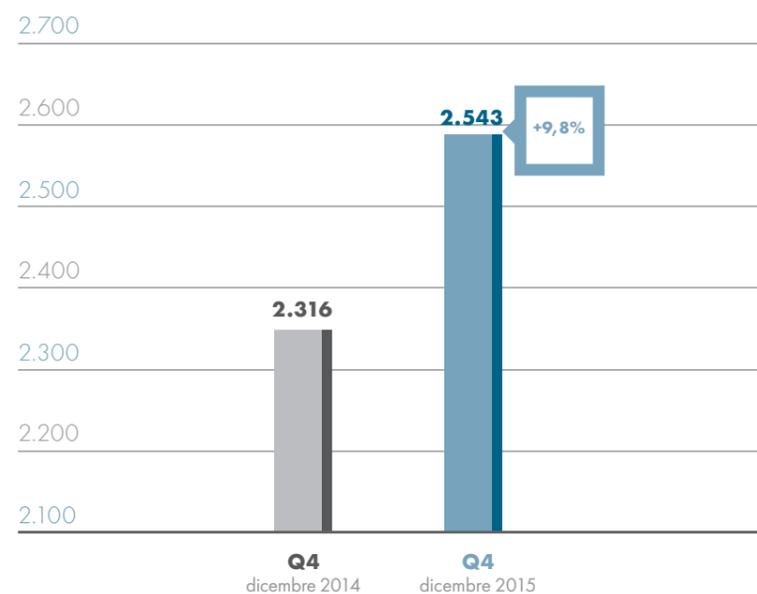


FORZA LAVORO E DIVERSITÀ

INDICATORI CSR

L'attenzione alla composizione della forza lavoro, insieme al lancio di iniziative finalizzate a promuovere il benessere dei dipendenti e a favorire un corretto mix tra vita privata e impegni professionali, rappresentano impegni precisi a cui Gi Group ha dedicato attenzione.

Nel 2015 la forza lavoro è cresciuta del 9,8% rispetto al 2014.



2



ALLA DATA DEL 31 DICEMBRE 2015 LA FORZA LAVORO DI GI GROUP ERA COSÌ COMPOSTA:

ETÀ MEDIA

42,8	Italia HQ	34,9	Brasile	31,7	Francia
39,5	Croazia	34,4	Romania	31,3	Polonia
38,0	Olanda	34,0	Spagna	30,9	India
37,1	Italia	33,8	Russia	30,4	Cina
36,8	Serbia	33,5	Portogallo	30,3	Montenegro
36,8	UK	33,2	Rep. Ceca	27,0	Hong Kong
36,5	Germania	32,6	Argentina	26,7	Lituania
35,6	Bulgaria	32,5	Turchia		

ETÀ MEDIA GLOBALE **35,3**

SENIORITY MEDIA

6,0	Italia	3,2	Cina	2,3	Russia
5,8	Serbia	2,9	Polonia	2,0	Lituania
5,8	Italia HQ	2,9	Argentina	2,0	Hong Kong
5,0	Croazia	2,8	Spagna	1,8	Rep. Ceca
4,8	UK	2,6	Brasile	1,0	Turchia
4,8	Montenegro	2,5	India	1,0	Portogallo
4,2	Germania	2,4	Francia	1,0	Olanda
3,5	Bulgaria	2,3	Romania		

SENIORITY MEDIA GLOBALE **4,6**

DIPENDENTI GI PER GENERE

72%



28%



39,1% DI DONNE IN POSIZIONI MANAGERIALI

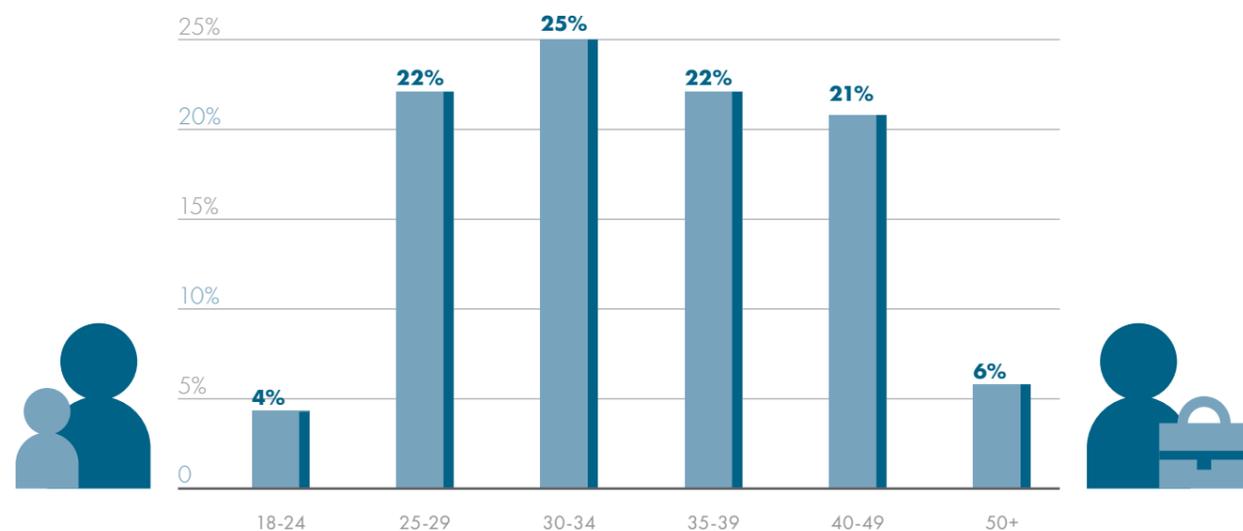


**GI GROUP
NEL MONDO**

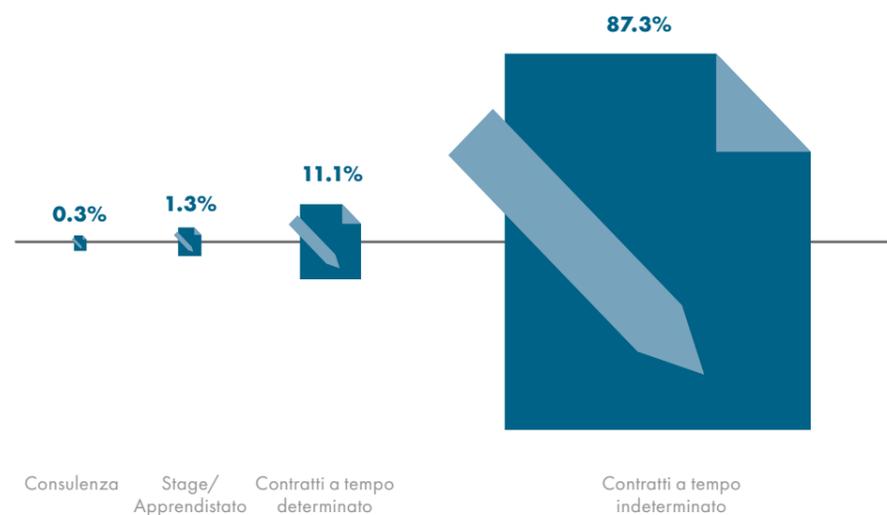
NAZIONE	PERCENTUALE SUI DIPENDENTI TOTALI
Argentina	0,3%
Brasile	5,9%
Bulgaria	1,8%
Cina	6,2%
Croazia	0,1%
Rep. Ceca	0,7%
Francia	0,7%
Germania	5,7%
Olanda	0,1%
Hong Kong	0,1%
India	9,6%
Italia	44,5%
Italia HQ	0,9%
Lituania	0,3%
Montenegro	0,1%
Polonia	3,8%
Portogallo	0,8%
Romania	2,7%
Russia	0,7%
Serbia	0,9%
Spagna	2,0%
Turchia	0,3%
UK	11,9%
TOTALE	2.543

**GI GROUP
COMPOSIZIONE
ORGANICO PER ETÀ**

Essere impegnati nel migliorare il benessere dei propri dipendenti significa anche lanciare iniziative concrete finalizzate al miglioramento della qualità di vita dei propri dipendenti.



**GI GROUP
COMPOSIZIONE
ORGANICO PER
TIPI DI CONTRATTO**



IMPORTANTI INIZIATIVE SONO STATE SVILUPPATE DURANTE IL 2015

Alcuni progetti, sviluppati in Italia nel corso del 2015 sia per i dipendenti interni che per il mercato, mostrano l'impegno di Gi Group per il corretto bilanciamento tra vita privata e impegni professionali e dimostrano la più generale attenzione della società verso la protezione del benessere dei propri Stakeholder.

SCUOLA ESTIVA "HAPPY CHILD"

Dall'8 al 31 luglio 2015 i figli dei dipendenti di Gi Group Italia hanno avuto l'opportunità di accedere alla scuola estiva aziendale, parte del progetto Milano Summer School 2015. Si tratta di un progetto finanziato dalla Provincia di Milano e organizzato da Gi Group in collaborazione con Happy Child, Assolombarda, Regione Lombardia e Hotel Principe di Savoia. Il campo estivo, gestito da educatori di Happy Child, ruota intorno al concetto di un viaggio per il mondo, permettendo ai bambini di approcciarsi a culture e tradizioni diverse attraverso attività sportive, disegni, storie e attività teatrali, anche in lingua inglese.

Hanno aderito all'iniziativa 10 bambini, figli di dipendenti di Gi Group, per un totale di 900 ore di scuola frequentate.

FAMILY PROJECT

Si tratta di un servizio offerto da Gi Group, per supportare tutte le famiglie che necessitano di badanti, baby sitter e di aiuto per la pulizia della casa.

Nel 2015, 756 assistenti familiari hanno trovato un lavoro attraverso Gi Group.

GI WELL

Per contribuire al benessere all'interno dell'azienda, Gi Group ha lanciato un progetto finalizzato a migliorare il bilanciamento tra vita privata e professionale: Gi Well, il nuovo programma di welfare attivo da giugno 2015 per i dipendenti assunti in Italia. Gi Well offre servizi in vari ambiti, volti a rispondere ai bisogni dei dipendenti e delle loro famiglie. I dipendenti possono utilizzare Gi Well attraverso un portale a cui si accede con una password personale, nel quale sono presenti tutti i servizi a disposizione, tra i quali: credito agevolato, sanità, sport, cultura, tempo libero, assistenza integrativa, servizi per la casa, trasporto pubblico.

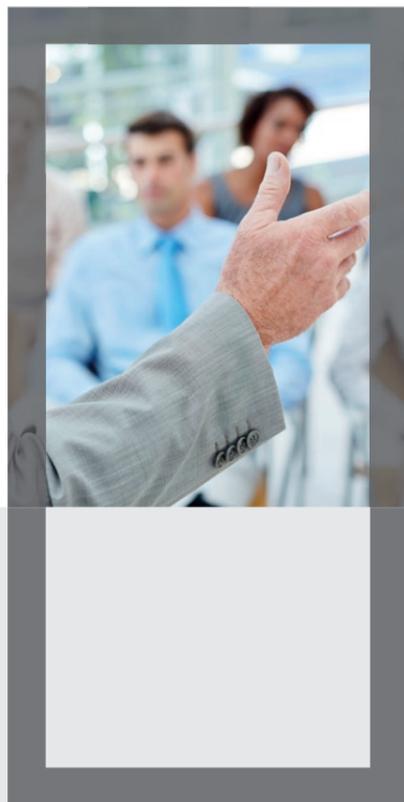
EDU BREAK

All'interno delle iniziative di welfare aziendale, Gi Group ha fornito l'opportunità ai propri dipendenti assunti in Italia di partecipare a degli incontri con pedagogisti e psicologi che hanno fornito suggerimenti in ambito educativo e di approccio al mondo dei bambini. Questi incontri sono stati organizzati nella sede di Gi Group e presso la Regione Lombardia. Al termine di questa iniziativa molto apprezzata, i dipendenti di Gi Group hanno potuto anche usufruire di sessioni individuali con psicologi infantili. L'iniziativa è stata ripetuta in due momenti distinti, vista la grande affluenza di genitori.

Sono stati organizzati 4 incontri Edu Break, per un totale di 6 ore e 34 partecipanti.

16 famiglie hanno usufruito degli incontri individuali.





FORMAZIONE

LA FORMAZIONE, COME SI EVIDENZIA DALL'INDAGINE SVOLTA PRESSO I DIPENDENTI, RAPPRESENTA UNO STRUMENTO CHIAVE PER IL PROPRIO SVILUPPO PROFESSIONALE E OGNI INVESTIMENTO IN QUESTO AMBITO TESTIMONIA L'INTERESSE DI GI GROUP PER LE PROPRIE PERSONE.

Gi Group si era impegnata al termine del 2014 ad incrementare il numero di ore di formazione offerte ai propri dipendenti in tutti i paesi dove opera, e questa promessa è stata mantenuta.

Il numero totale di ore di formazione erogate è cresciuto del 14,4%, mentre il numero di dipendenti che hanno partecipato a corsi di formazione è aumentato del 302%.

L'OFFERTA FORMATIVA PER I DIPENDENTI DI GI GROUP COMPRENDE 4 AREE:

Formazione manageriale

finalizzata allo sviluppo di competenze trasversali

Formazione obbligatoria: corsi sulla normative

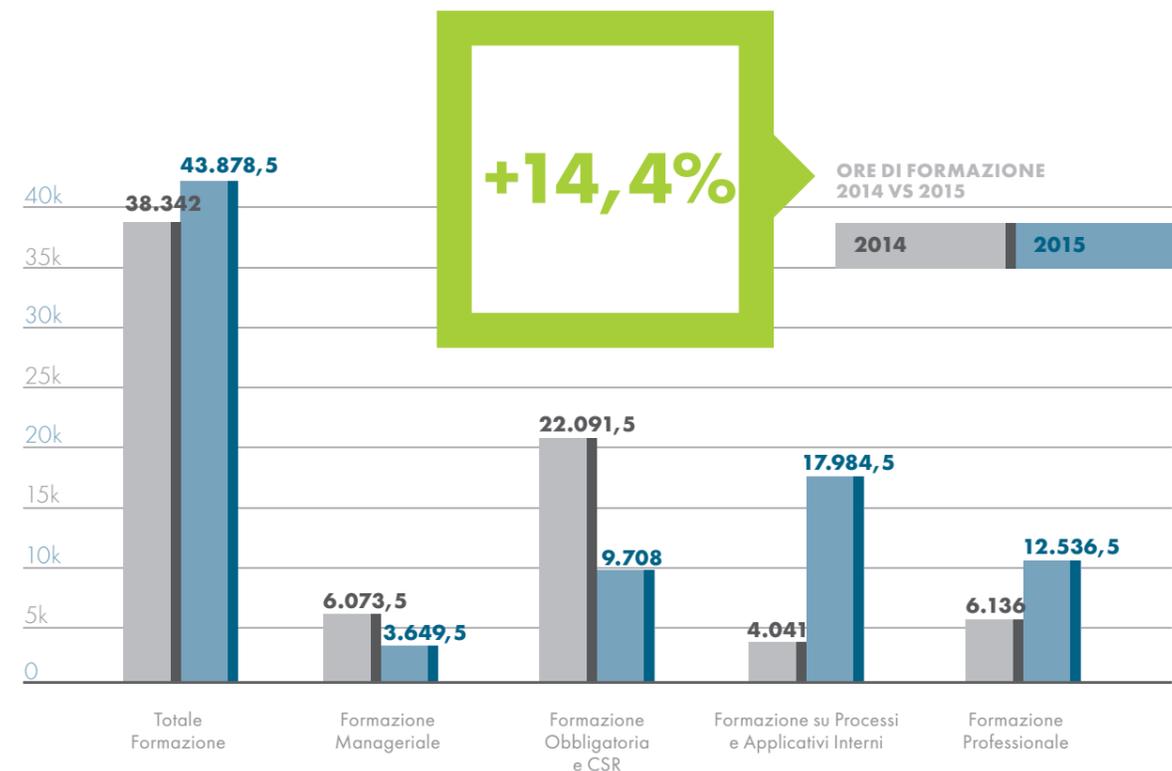
a livello nazionale o di settore

Formazione su processi e applicativi interni

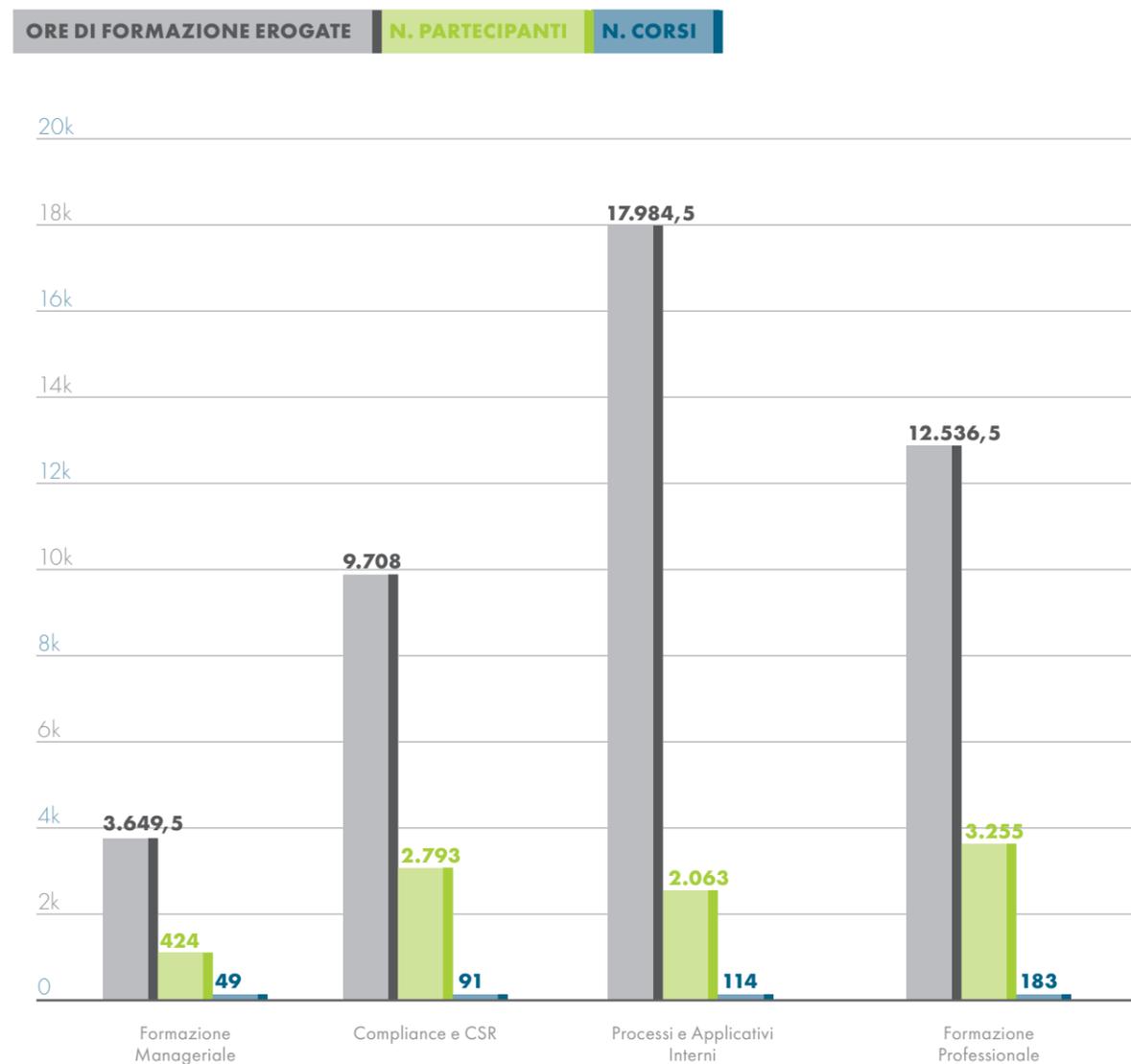
corsi finalizzati ad allineare le competenze dei dipendenti con la strategia ed i processi aziendali

Formazione professionale

corsi finalizzati a potenziare le competenze specialistiche di ruolo



La composizione dei corsi erogati nel 2015 mostra un bilanciamento omogeneo tra le varie tipologie di formazione:



2015

ANCHE LA FORMAZIONE EROGATA AI LAVORATORI SOMMINISTRATI È CRESCIUTA NEL CORSO DEL 2015, COME EVIDENZIANO I SEGUENTI DATI PER L'ITALIA:

	N. DI CORSI	PARTECIPANTI	ORE DI FORMAZIONE EROGATA
Area amministrativa	25,0	1.624,0	2.347,0
Software IT	11,0	58,0	297,5
Lingue straniere	22,0	53,0	1.700,5
Area legale	49,0	884,0	3.295,0
Recruiting	37,0	202,0	1.922,0
Area vendita	21,0	207,0	1.624,5
Altra formazione professionale	18,0	227,0	1.350,0
Formazione professionale	183,0	3.255,0	12.536,5
Software Gi	88,0	1.392,0	5.698,0
Induction	20,0	613,0	10.926,5
Processi interni	6,0	58,0	1.360,0
Processi e applicativi interni	114,0	2.063,0	17.984,5
CSR	2,0	1.081,0	2.162,0
Salute e sicurezza	78,0	1.365,0	6.225,0
Altra formazione obbligatoria	11,0	347,0	1.321,0
Compliance e CSR	91,0	2.793,0	9.708,0
Formazione manageriale	49,0	424,0	3.649,5
Totale formazione	437,0	8.535,0	43.878,5

ORE DI FORMAZIONE MEDIA PER DIPENDENTE: 16,9

**PARTECIPANTI
24.506**

+21,4%
VS 2014

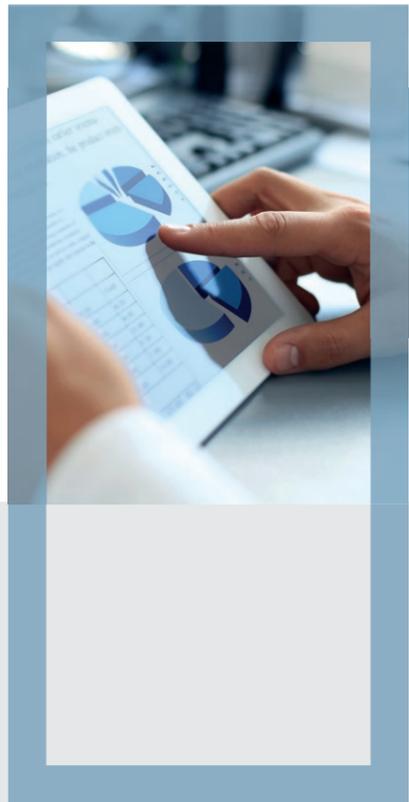
**ORE DI FORMAZIONE
EROGATE
140.447**

+ 6%
VS 2014

**CORSI
EROGATI
3.792**

+8,4%
VS 2014

(3.573 per disoccupati e somministrati con contratto a termine e 219 per somministrati assunti a tempo indeterminato)



EVOLUZIONE DEL MERCATO DEL LAVORO

Uno degli elementi centrali della Mission di Gi Group è di contribuire all'evoluzione del mercato del lavoro. Ciò avviene attraverso l'attività professionale svolta ogni giorno nelle filiali di Gi Group, che creano un valore in quanto rispondono ad un bisogno primario delle persone e delle aziende.

Le iniziative più significative sviluppate nel 2015 per promuovere l'evoluzione del mercato del lavoro nei paesi dove Gi Group opera sono state:

Ricerche e pubblicazioni sul mercato del lavoro e best practice nell'ambito della somministrazione di lavoro:

4.500 persone hanno partecipato ad eventi di presentazione di queste ricerche

Eventi di orientamento al mercato del lavoro:

4.439 persone

Formazione e presentazioni svolte presso scuole e programmi di alternanza scuola/lavoro:

4.665 partecipanti

Interventi finanziati in ambito di politiche attive del lavoro e ricollocazione professionale:

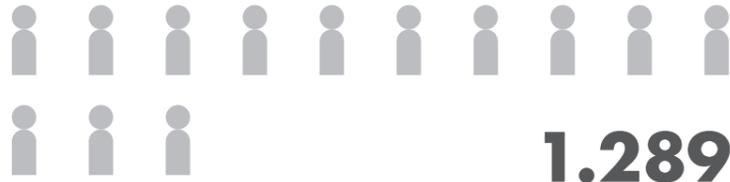
3.986 partecipanti.

BENEFICIARI

Persone che hanno partecipato ad eventi di orientamento al mercato del lavoro:



2014



2015



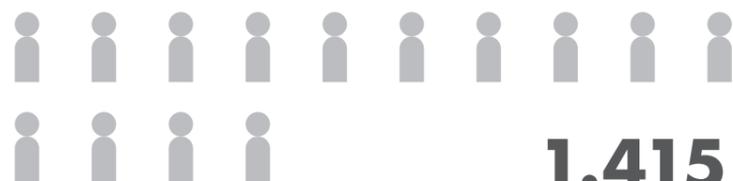
= 100 persone

PARTECIPANTI

Partecipanti in attività presso scuole:

+230%

2014



2015



= 100 persone



Sebbene Gi Group non operi in un settore con un significativo impatto ambientale e non sia direttamente coinvolta in attività produttive, la protezione dell'ambiente è parte della strategia CSR del Gruppo.

QUI DI SEGUITO VIENE FORNITA UNA PANORAMICA DELLE PRINCIPALI INIZIATIVE SVILUPPATE NEL 2015 ED I RELATIVI RISULTATI:

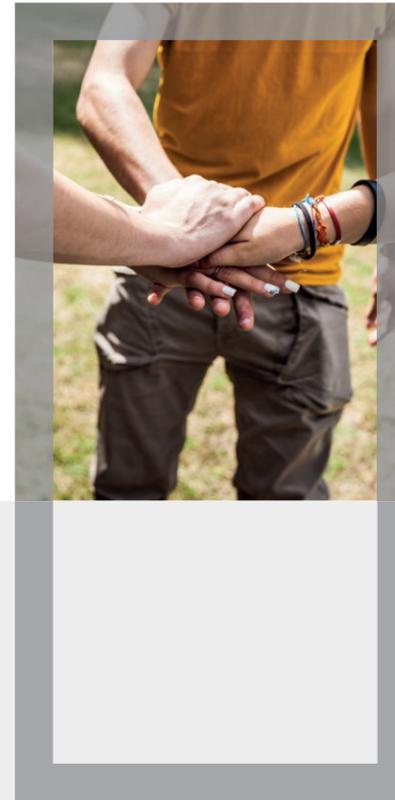
AMBIENTE

PAESE	TIPO DI ATTIVITÀ	RISULTATI
BULGARIA	Diminuzione consumo energia	25% in meno vs 2014
BULGARIA	Diminuzione uso carta per stampanti	20% in meno vs 2014
ROMANIA	Riciclo carta e cartone	300 kg carta, 150 kg cartone risparmiati
ROMANIA	Riciclo toner stampanti	115 toner risparmiati
ROMANIA	Riciclo vecchi PC	15 PC risparmiati
ROMANIA	Riciclo stampanti	2 stampanti risparmiate
UK	Flotta aziendale non deve superare 120g CO ₂ /km di emissioni	Riduzione emissioni CO ₂
UK	Invio email per promuovere il riciclo di materiali e il risparmio energetico	Riduzione emissioni
UK	Sensibilizzazione per il non utilizzo dell'auto per il tragitto casa/lavoro	Riduzione emissioni CO ₂
UK	Riduzione utilizzo carta per i corsi di formazione	Riduzione acquisto ed utilizzo carta
ITALIA	Nuova car policy	Riduzione utilizzo carburante del 5%
ITALIA	Green Building (passaggio ad energia rinnovabile in tutti gli edifici Gi Group)	1.445 tonnellate di CO ₂ risparmiate
ITALIA	Riciclo carta	Riduzione utilizzo carta 8% vs 2014

Altre iniziative legate alla salvaguardia dell'ambiente sono state sviluppate nel 2015, sebbene i risultati non siano facilmente riconducibili a indicatori misurabili numericamente.

LE PIÙ SIGNIFICATIVE SONO STATE:

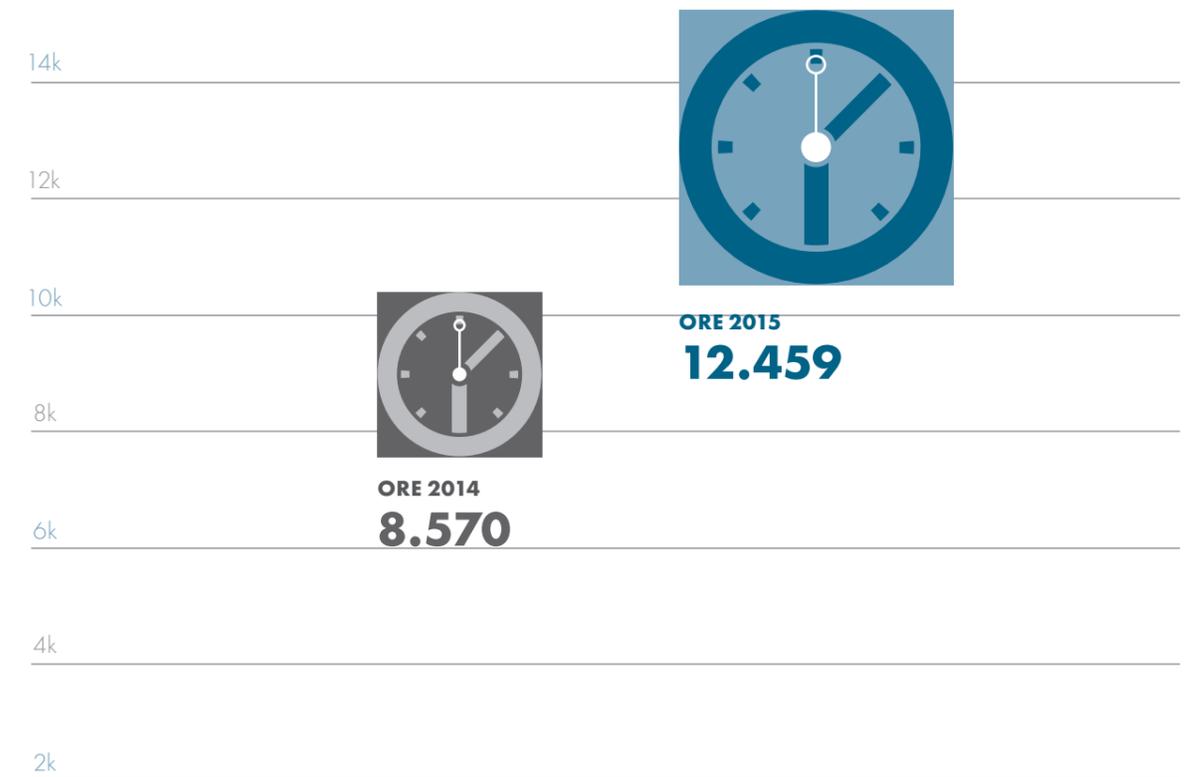
PAESE	TIPO DI ATTIVITÀ	RISULTATO
BULGARIA	Riduzione uso carta	Risparmio carta utilizzata
GERMANIA	Audit energetico effettuato da TÜV	Certificazione ambientale
GERMANIA	Limite emissioni di CO2 per auto aziendali	Riduzione emissioni CO2
INDIA	Partecipazione a "Earth Day", organizzato da Greenpeace	Crescita della consapevolezza verso tematiche di salvaguardia ambientale
UK	Indagine interna sulla possibilità di riciclare materiali di consumo	Sono stati identificati tutti i materiali riciclabili (il risparmio effettivo inizierà nel 2016)
UK	Riciclo scarpe da lavoro	Risparmio materiali di consumo
UK	Utilizzo carta 70gsm al posto di 80gsm	Riduzione materiali di consumo
UK	Riciclo carta e plastica	Riduzione materiali di consumo
UK	ESOS assessment	Compliance verso requisiti normativi
ITALIA	Portale myGiGroup (per candidati e clienti) per ridurre l'utilizzo di documenti cartacei	Riduzione utilizzo carta
ITALIA	Riciclo toner	Riduzione toner consumati
ITALIA	DEO - Diagnosi Energetica (assessment sul consumo energetico)	Ottenimento certificazione ambientale
SPAGNA	Riciclo carta e toner	Riduzione consumi carta e toner



Le attività di volontariato, beneficenza e supporto all'employability effettuate nel 2015 da dipendenti di Gi Group sono cresciute in maniera significativa rispetto al 2014, aumentando del 45.4%: da 8.570 ore nel 2014 a 12.459 ore nel 2015.



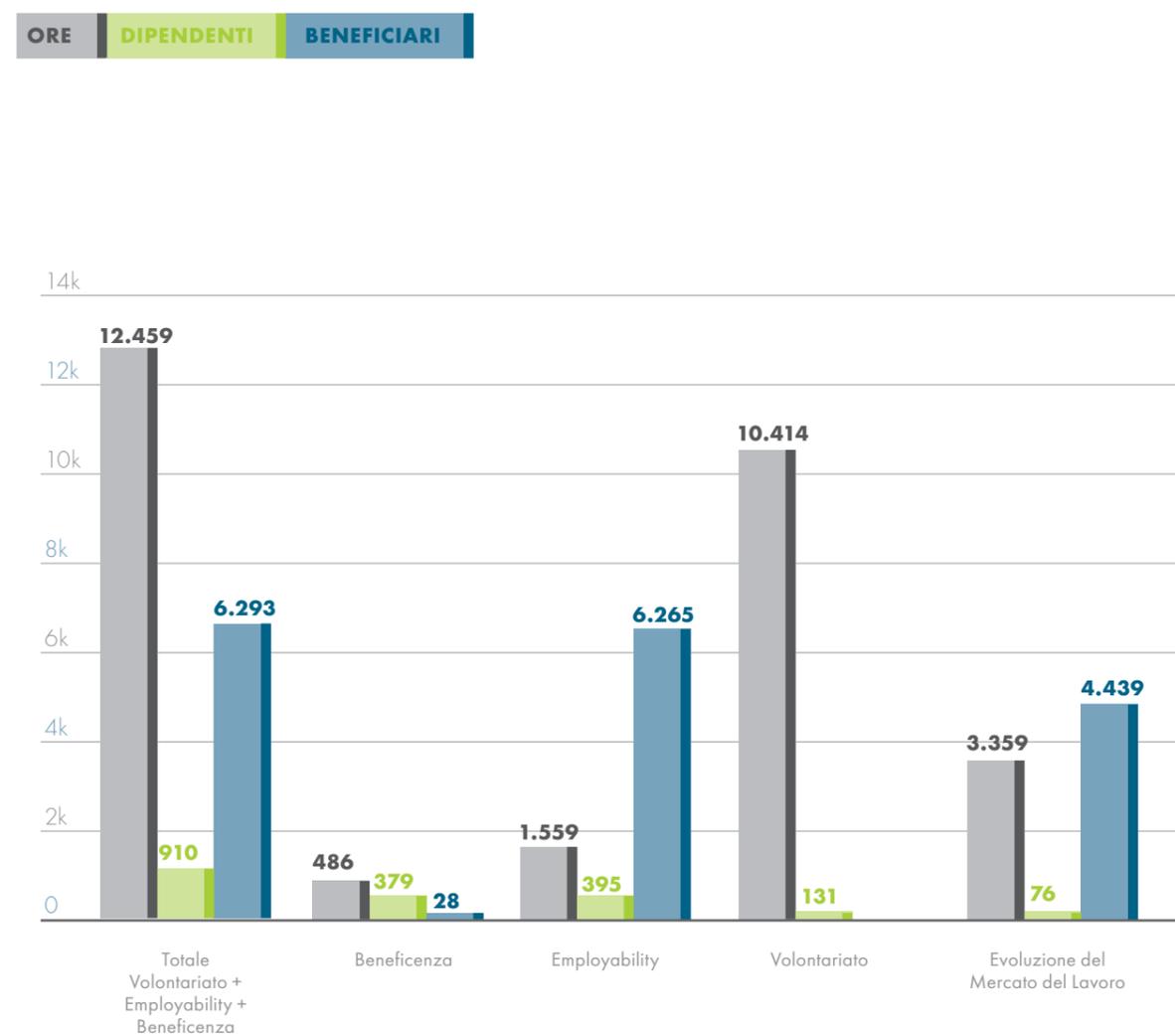
VOLONTARIATO



Totale Volontariato
Employability + Beneficenza

ATTIVITÀ CSR 2015

Il grafico seguente mostra il dettaglio delle attività di volontariato svolte nel 2015 a livello globale:



FOCUS SU PROGETTI LEGATI ALL'EMPLOYABILITY

Una delle aree dove Gi Group ha indirizzato prioritariamente le proprie iniziative, coerentemente con gli impegni assunti nel CSR Report 2014, è stata l'organizzazione di attività di volontariato finalizzate a supportare l'employability di specifiche fasce di persone.

Il concetto di employability comprende tutte quelle

competenze ed abilità che aumentano la probabilità di una persona di trovare un lavoro.

Il valore sociale dei servizi erogati da Gi Group, presente già nella Mission del Gruppo, si concretizza nel fatto che i dipendenti di Gi Group erogano giornalmente servizi con un valore sociale intrinseco, collegati al concetto di lavoro responsabile e che risponde ai bisogni delle persone che si rivolgono all'organizzazione.

L'obiettivo di dedicare una giornata di volontariato all'erogazione di servizi coerenti con le competenze professionali dei dipendenti di Gi Group ha un duplice significato:

- Rappresenta un'attività di volontariato che risponde ad uno specifico bisogno di ogni uomo e ogni donna: avere maggiori possibilità di trovare un lavoro o di poterlo cambiare;
- Aumenta la consapevolezza, tra i dipendenti di Gi Group, del valore sociale intrinseco alla loro attività professionale quotidiana.

BRASILE ORIENTAÇÃO

Questa iniziativa si è svolta il 23 Ottobre 2015, nelle principali città brasiliane, utilizzando 13 filiali di Gi Group. Il termine Orientação significa Orientamento e comprende allo stesso tempo la parola "ação", che significa Azione.

PERSONE DISOCCUPATE HANNO RICEVUTO INFORMAZIONI E FORMAZIONE SULLE SEGUENTI TEMATICHE:

COME AFFRONTARE UN COLLOQUIO DI LAVORO

COME SCRIVERE UN CV

COME VESTIRSI PER UN COLLOQUIO

I CANALI PIÙ EFFICACI PER CERCARE LAVORO



30 dipendenti di Gi Group hanno partecipato all'iniziativa e 230 disoccupati hanno aderito al progetto.

Da sinistra: Jaqueline Santos Reception, Rui Rocheta Country Manager, Fernanda Oliveira Selezione, Camila Freitas HR, Jennifer Souza Selezione, Juliana Santos Branch Manager, Paulo Rodrigues Selezione, Rafaela Lopes Selezione, Otavio Mustafa Marketing



INDIA SUPPORTO ALL'EMPLOYABILITY DI STUDENTI

L'obiettivo di questo progetto è stato il potenziamento di alcune competenze necessarie a trovare lavoro per studenti dell'ultimo anno della scuola obbligatoria.

400 studenti hanno partecipato all'iniziativa, ricevendo supporto sulle seguenti tematiche: il mondo del lavoro, come scrivere un CV, come affrontare un colloquio.



Gati Sharma
HR



ITALIA DESTINAZIONE LAVORO

È la prima attività di volontariato dedicata all'Employability che Gi Group ha realizzato in Italia su scala nazionale, registrando l'adesione di **270 colleghi** di tutte le società del Gruppo.

Sabato 14 novembre 2015, dalle 10.00 alle 13.00, 58 filiali e l'Headquarters di Gi Group hanno ospitato workshop e colloqui individuali, durante i quali si sono affrontati i temi classici dell'orientamento utili a diventare autonomi nella ricerca e costruzione del proprio percorso professionale:

IL CV E LA LETTERA
DI PRESENTAZIONE

I CANALI
DI RICERCA

IL COLLOQUIO
DI LAVORO

IL MERCATO DEL
LAVORO E I CONTRATTI

L'attività, nata in particolare per supportare i giovani tra i 18 e i 29 anni in difficoltà nel muovere i primi passi all'interno del mondo del lavoro o nell'entrarvi stabilmente, ha poi raccolto adesioni da una fascia anagrafica molto più ampia, intercettando un bisogno profondo di sostegno da parte di persone disoccupate, con occupazione a rischio o desiderose di cambiare percorso lavorativo.

Alcuni workshop sono stati specificatamente dedicati alle esigenze di supporto evidenziate da ONLUS che si dedicano al supporto di fasce deboli della popolazione: ragazzi diversamente abili (Sindrome di Down e Sindrome di Williams) o drop out, all'integrazione di giovani immigrati e al sostegno di donne e genitori disoccupati.

Anche per il target principale, rappresentato dai giovani, Gi Group ha realizzato iniziative ad hoc, andando a incontrare circa **1.290 studenti** direttamente in **13 istituti scolastici** e percorrendo le vie del centro di Milano con il **Tram Del Curriculum**. Dal 9 al 13 novembre, a Milano, sono salite a bordo del tram oltre 200 persone che hanno potuto usufruire gratuitamente del cv check e farsi scattare la foto perfetta per il proprio curriculum vitae.

Per poter prolungare il lavoro sulla costruzione del proprio percorso professionale anche oltre Destinazione Lavoro, è stata messa a disposizione di tutti i partecipanti e gli iscritti la **"Guida pratica sul mondo del lavoro"**, con tutti gli approfondimenti tecnici degli argomenti trattati nei workshop.

A prosecuzione dell'iniziativa, Gi Group ha predisposto una donazione che rappresenta il corrispettivo delle retribuzioni dei dipendenti che hanno partecipato all'attività di CSR.

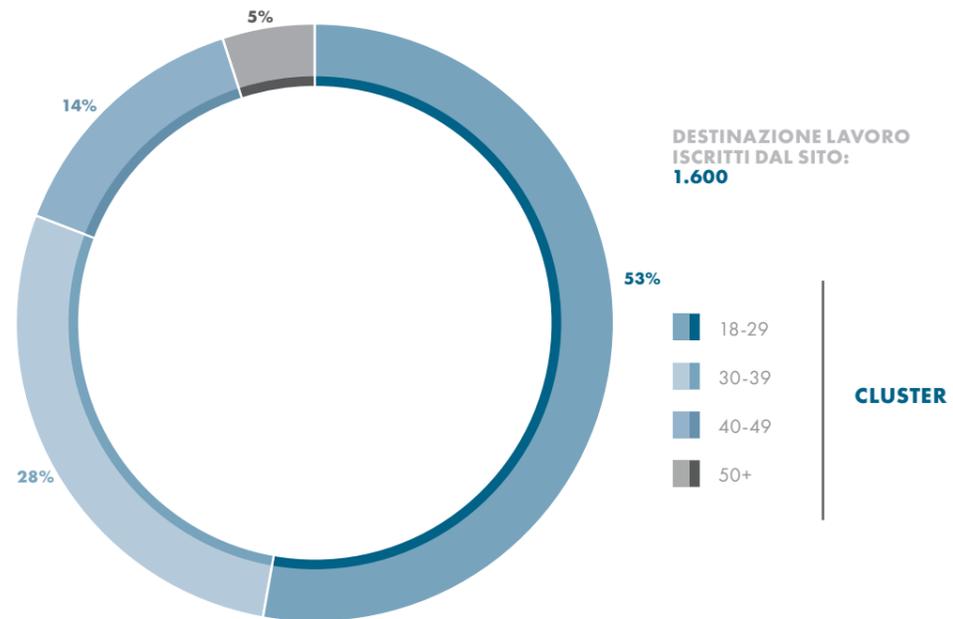
PROGETTO LICEO DEL LAVORO
ASSOCIAZIONE COMETA DI COMO

RIMETTERE LE ALI ONLUS
ROMA

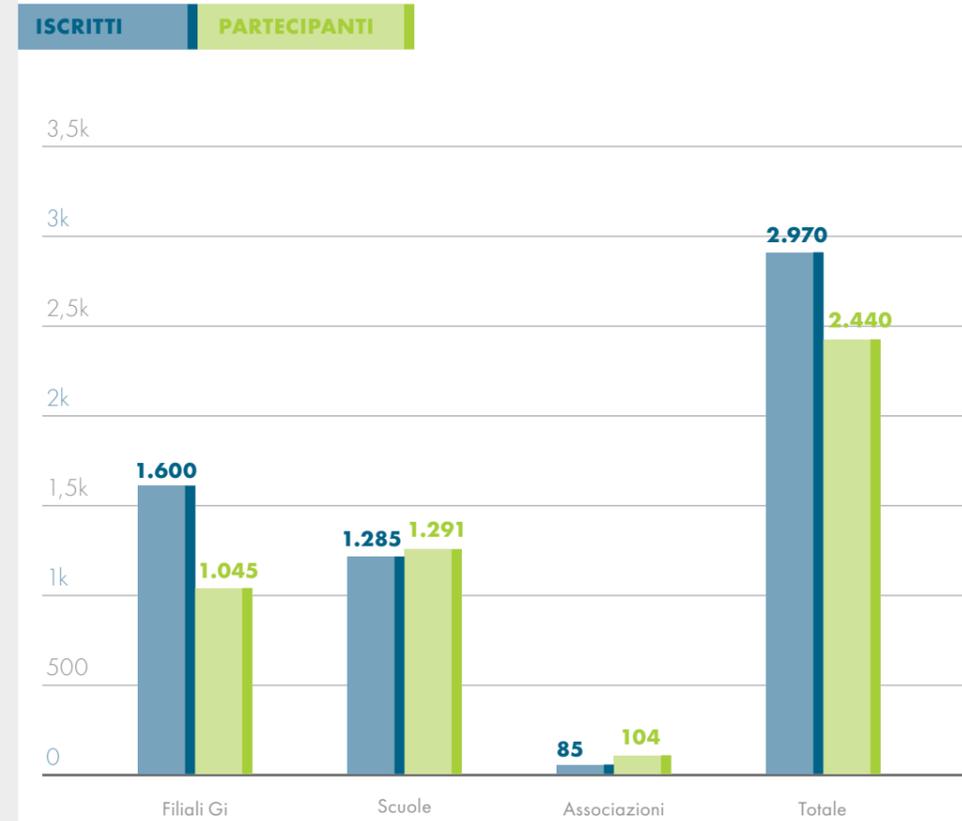
COMUNITÀ SAN GENNARO ONLUS
FONDAZIONE - NAPOLI



In testa alla scrivania:
Stefano Colli-Lanzi – CEO
Gi Group, Roberta Zampa -
consulente outplacement



DESTINAZIONE LAVORO REDEMPTION PARTICIPANTI



Caterina Federici
Recruitment Specialist



Alice Caserini
Recruitment Specialist,
Carlotta Devruscian
Consulente Outplacement



Federico Santarossa,
Consulente Outplacement

RUSSIA BIG BROTHERS BIG SISTERS

Questo evento, organizzato da Gi Group Russia in collaborazione con l'organizzazione internazionale di volontariato **Big Brother Big Sister**, è stato realizzato sabato 3 Ottobre 2015 negli uffici di Gi Group.

Erano presenti **15 bambini** di un orfanotrofo, accompagnati dai volontari "Big Brother". I volontari di Gi Group hanno fornito ai bambini informazioni su come costruire la propria carriera, quali tipi di specializzazioni e di aziende esistono nel mercato locale e come affrontare un colloquio. Sono anche stati organizzati dei giochi finalizzati a migliorare le capacità comunicative dei bambini.

Altre tematiche affrontate sono state come scrivere un CV, come prepararsi per un colloquio e come cercare lavoro.



Sinistra
Senior Trainer Anna
Shershneva e Operations
Director Olga Ovchinnikova

Pagina seguente
Cristina Bellver
Recruiter Sevilla
Silvia Martín Martín
Recruiter Zaragoza
Silvia Ferrandez
Branch Manager Zaragoza



SPAGNA JOB TALK PER DISOCCUPATI

Iniziativa di CSR, organizzata da Gi Group Spagna, che comprende la realizzazione di due eventi finalizzati a rendere la ricerca del lavoro più efficace. **Hanno partecipato 130 persone.**

UK

SCHOOL STUDENTS WORK-EXPERIENCE AT GI LOCATIONS

Vari studenti provenienti da 11 scuole britanniche hanno sperimentato "dall'interno" come funziona un'azienda e ricevuto dai volontari di Gi Group preziose informazioni e momenti formativi.

BUSINESS CLASS ACTIVITY EMPLOYABILITY WORKSHOPS

119 ore di volontariato sono state erogate in 6 distinti eventi. I contenuti dei workshop, erogati a studenti, avevano l'obiettivo di presentare diversi tipi di percorsi di carriera e di potenziare competenze necessarie nel mercato del lavoro locale.

MOCK INTERVIEWS - FOR SCHOOL STUDENTS

Sono stati organizzati 11 incontri per un totale di 45 ore di volontariato. L'obiettivo delle iniziative era di migliorare l'efficacia degli studenti nell'affrontare un colloquio di selezione.

YOUNG ENTERPRISE COMPANY PROGRAMME

Attraverso questa iniziativa, 12 studenti hanno potuto dirigere la propria azienda per un determinato periodo di tempo. Questi erano in competizione con altri studenti impegnati in progetti simili a livello regionale e nazionale.



In alto a sinistra
David Carlin
UK Training & Compliance
Manager & Head of CSR

**Destra, da sinistra
a destra**
Michael Simms Out of
Hours Manager Emma
Louise-Taylor Senior Branch
Manager Jose Stewart
Corporate Account Manager
Sally Hewick General
Manager Branch Network





ALTRE INIZIATIVE DI VOLONTARIATO E DI BENEFICENZA, ORGANIZZATE NEL 2015, SONO PARTICOLARMENTE INTERESSANTI:

ARGENTINA

- Formazione gratuita per giovani alla ricerca di lavoro su "come fare marketing di se stessi" (**68 beneficiari**).

GERMANIA

- Supporto gratuito ad un call center in occasione della TV Charity Day (24 ore di volontariato, "RTL Spendenmarathon") (9 volontari Gi Group e 72 ore totali di attività).

INDIA

- Organizzazione di colloqui per **45 studenti** presso società clienti – senza nessuna fee di selezione.
- Training gratuito su come scrivere correttamente una email.
- Campagna di supporto alle popolazioni del Nepal colpite dal terremoto.
- Destinazione di una parte dello stipendio per le popolazioni colpite dall'alluvione a Chennai.

ITALIA

- Attività di volontariato per "Homo Faber" – una cooperativa sociale che opera all'interno del carcere "Bassone" di Como – organizzando corsi destinati ai detenuti (5.000 ore di volontariato in totale).
- Attività di volontariato per BITEB – un'organizzazione non-profit che supporta progetti sociali attraverso la sostituzione di PC e apparecchi medicali negli ospedali (1.230 ore di volontariato erogate).
- Attività di volontariato per COMETA – un'associazione che favorisce il processo educativo di giovani con problematiche familiari (750 ore di volontariato).
- Attività di volontariato per il "Centro Culturale di Milano" – associazione che organizza eventi in ambito culturale e scientifico (2.500 ore di volontariato).
- Attività di volontariato per "Officina Giotto" – una cooperative sociale che supporta i detenuti del carcere di Padova, attraverso la creazione di una pasticceria interna in cui i detenuti possono imparare un mestiere (150 ore di volontariato).
- Attività di volontariato per "Banco Alimentare" – un'organizzazione non-profit che opera per la riduzione dello spreco di cibo (260 ore di volontariato).

POLONIA

- Formazione gratuita a studenti, finalizzata ad aumentare le loro possibilità di trovare un lavoro al termine della scuola (**20 beneficiari**).
- Attività di volontariato per il progetto "SZLACHETNA PACZKA", finalizzato a fornire supporto, durante il periodo natalizio, a famiglie bisognose (16 ore di volontariato).
- Attività di volontariato e di beneficenza per l'orfanotrofio "Children Day" (**20 beneficiari**).

SPAGNA

- Challenge interempresas (partecipazione ad una corsa con scopo sociale: ogni chilometro corso è stato trasformato in 10€ di terapie nutrizionali per bambini bisognosi).

UK

- Give & Gain Day, in collaborazione con BITC (Business in the Community), è la principale giornata nazionale di volontariato erogata in UK – che nel 2015 si è tenuta il 15 maggio. Il talento e l'energia che normalmente vengono utilizzati per fini professionali vengono per un giorno messi a disposizione delle comunità. I volontari di Gi Group hanno partecipato a varie iniziative, quali la sistemazione e trasformazione in giardini dei terreni in disuso di alcune scuole e la riparazione e parziale ristrutturazione di alcuni edifici appartenenti ad associazioni non-profit (hanno partecipato 72 volontari di Gi Group, per un totale di 504 ore).
- Organizzazione e coordinamento di varie attività di raccolta fondi (39 volontari di Gi Group per un totale di 233 ore).

3

Gi Group ha sviluppato un articolato e impegnativo processo di analisi che ha portato ad includere i fabbisogni espressi dai propri Stakeholder nella propria strategia di CSR.

Questo capitolo è dedicato a presentare tutte le iniziative intraprese per raggiungere questo risultato e ad evidenziare ciò che ne è scaturito: la **Matrice di Materialità**. Questa matrice raffigura l'incrocio tra le priorità strategiche di Gi Group e quelle dei propri Stakeholder.

ANALISI DEI FABBISOGNI DEGLI STAKEHOLDER E MATRICE DI MATERIALITÀ



GLI STAKEHOLDER

Gli Stakeholder sono quelle categorie di individui, gruppi o istituzioni che hanno un impatto significativo verso l'operato e la Mission di Gi Group e che quindi in qualche modo hanno un interesse nei confronti del Gruppo.

I principali Stakeholder presi in considerazione da Gi Group sono:

I PROPRI DIPENDENTI

Gli oltre 2.500 dipendenti di Gi Group che rendono possibile il raggiungimento degli obiettivi aziendali e della Mission di Gruppo. I dipendenti svolgono un ruolo fondamentale nella strategia di CSR attraverso il proprio lavoro quotidiano, mettendo a disposizione le loro competenze, il loro impegno e la loro motivazione.

I CANDIDATI E I LAVORATORI

Le migliaia di candidati che, ogni giorno, in tutti i paesi dove Gi Group opera, si aspettano un servizio affidabile che offra delle soluzioni ai propri bisogni.

Le oltre 70.000 persone che ogni anno trovano lavoro attraverso i servizi di Gi Group.



ANALISI DEI FABBISOGNI DEGLI STAKEHOLDER

Uno degli obiettivi del progetto di CSR di Gi Group per il 2015 era l'analisi delle aspettative degli Stakeholder, in modo da implementare delle iniziative che fossero coerenti con i loro fabbisogni.

Raccogliere e comprendere i fabbisogni dei portatori di interesse in ambito CSR rappresenta il primo passo del processo

di Stakeholder engagement, che sarà ulteriormente sviluppato nel 2016. Le principali attività effettuate nel corso del 2015 sono state indirizzate a tre tipologie di Stakeholder:

- I DIPENDENTI DI GI GROUP
- I CANDIDATI E I LAVORATORI
- LE COMUNITÀ E LE SUE ISTITUZIONI

I CLIENTI

Le più di 12.000 aziende che si affidano a Gi Group per gestire le tematiche relative alle risorse umane. Utilizzano i servizi di Gi Group in tutte le fasi della relazione tra l'azienda e i propri dipendenti: la fase di ricerca e selezione (fase IN), la gestione e lo sviluppo delle persone (fase BETWEEN) e la ricollocazione all'interno o all'esterno dell'organizzazione (fase OUT).

LA COMUNITÀ E L'AMBIENTE

Le comunità presso le quali Gi Group opera, rappresentate dalle loro istituzioni e associazioni, oltre che dalle persone che le vivono e lavorano.

La salvaguardia dell'ambiente, attraverso lo sviluppo di iniziative volte a preservare le risorse naturali.

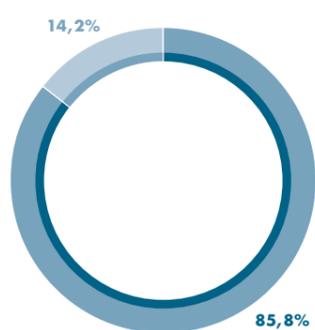




I DIPENDENTI

Nel 2015 è stata effettuata la prima survey CSR indirizzata a tutti i dipendenti del Gruppo: un'indagine on-line, composta da 35 domande finalizzate a capire il livello di conoscenza dei dipendenti di Gi Group sulla strategia CSR del Gruppo e sulle singole iniziative.

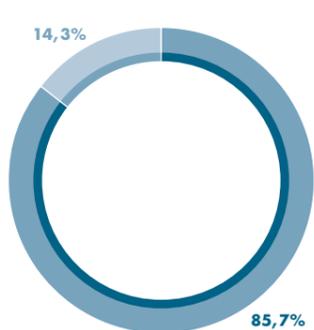
Qui di seguito viene presentato un estratto di quanto emerso:



CONOSCENZA DELLA MISSION

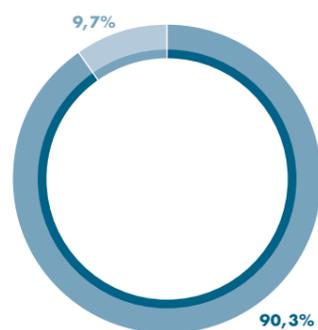
- Si
- No

La maggior parte dei dipendenti di Gi Group conosce la Mission del Gruppo e la considera un punto di riferimento nello svolgimento delle proprie attività quotidiane.



UTILITÀ DELLA MISSION NEL FORNIRE UNA GUIDA PER LA PROPRIA ATTIVITÀ PROFESSIONALE

- Si
- No



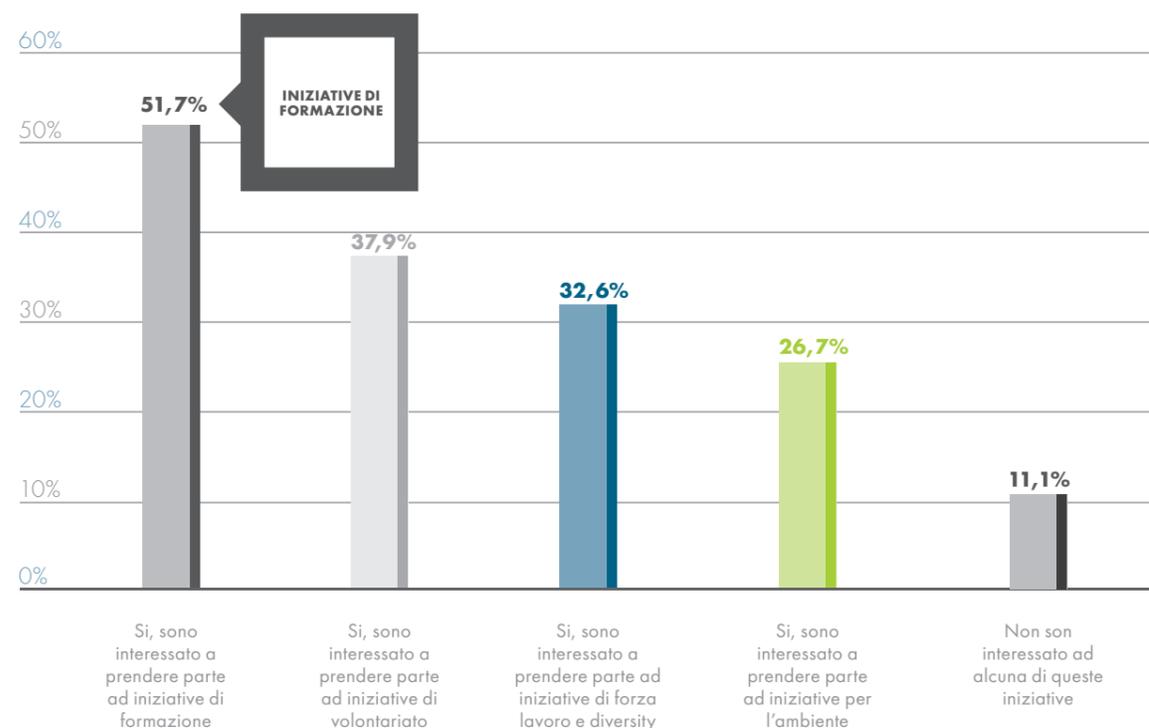
PERCEZIONE DEL VALORE SOCIALE INSITO NEI SERVIZI OFFERTI DA GI GROUP

- Si
- No

È presente una forte consapevolezza del valore sociale dei servizi erogati da Gi Group: ciò rappresenta uno stimolo affinché l'attività quotidiana di ogni persona di Gi Group sia improntata alla qualità del proprio lavoro.

INTERESSE PER LE INIZIATIVE CSR DEL GRUPPO

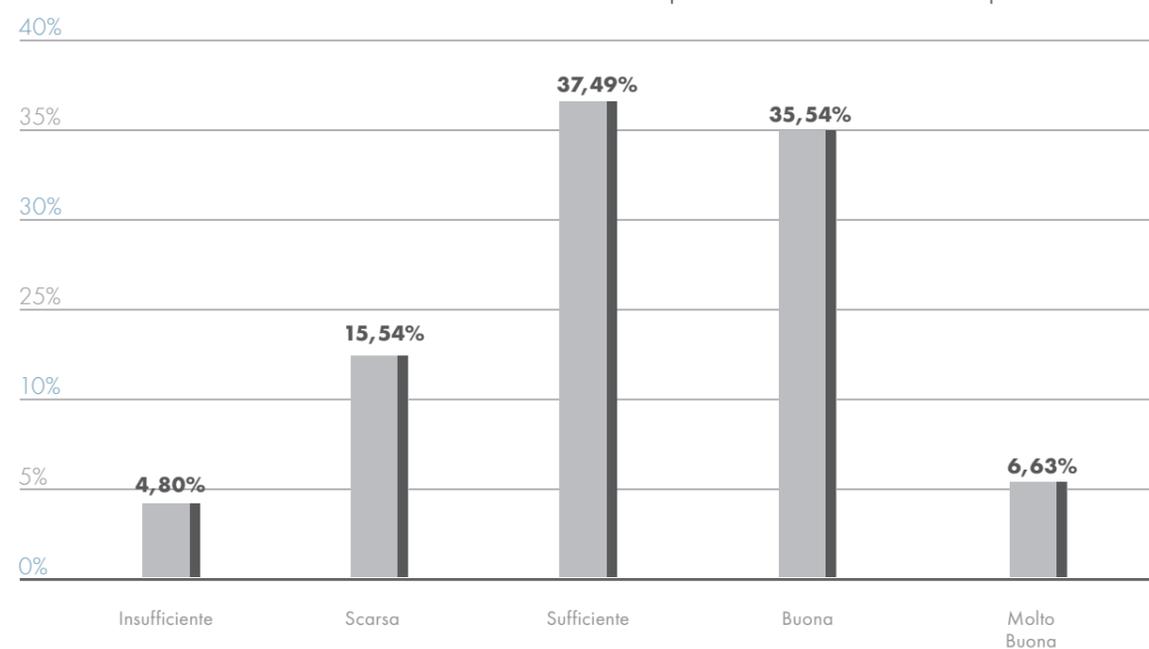
La formazione, intesa come la possibilità di accrescere la propria professionalità, rappresenta la priorità tra tutte le iniziative di CSR sviluppate da Gi Group.



QUALITÀ DELLA COMUNICAZIONE INTERNA IN MERITO ALLE INIZIATIVE DI CSR

Il 79% dei dipendenti che hanno risposto alla survey sono soddisfatti della qualità della comunicazione interna relativa ai progetti di CSR; un'area di sviluppo – come sarà evidenziato nell'ultimo capitolo del

presente CSR Report – è rappresentata dal miglioramento dei processi e degli strumenti di comunicazione interna, così da offrire una risposta concreta alle persone che ad oggi non sono soddisfatte in questo ambito.





I CANDIDATI E I LAVORATORI

Gi Group trova lavoro ogni anno a più di 70.000 persone nel mondo. Migliaia di candidati entrano in contatto con Gi Group, per usufruire dei servizi offerti dal Gruppo.

Le aspettative di questi Stakeholder in merito alle iniziative CSR di Gi Group sono state prese in considerazione attraverso l'analisi dei dati presenti nel CIETT 2015 Economic Report. Ecco ciò che è emerso:

Il 57% dei lavoratori temporanei, a livello globale, è uomo, mentre il 43% è donna. La costante attenzione verso la salvaguardia dei diritti delle donne al lavoro rappresenta una priorità in ambito sociale.

La maggior parte dei lavoratori temporanei è giovane (il 65% ha meno di 30 anni, il 40% meno di 25); ogni attività finalizzata a promuovere l'occupazione giovanile rappresenta

quindi una priorità per Gi Group. I principali motivi per cui chi cerca lavoro si rivolge alle Agenzie per il Lavoro sono:

- Le APL offrono l'opportunità di fare esperienza lavorativa e arricchire il proprio CV. La qualità dei servizi offerti dalle agenzie rappresenta quindi una priorità indiscussa per i candidati e per i lavoratori temporanei.
- Molti lavoratori temporanei scelgono di rivolgersi alle agenzie perché hanno la possibilità di trovare lavori coerenti con le proprie aspettative; la qualità dei servizi offerti è centrale e prioritaria.

- Il terzo e il quarto motivo per cui i candidati cercano lavoro tramite le agenzie sono la possibilità di avere un salario equo e garantito dalla presenza dell'agenzia stessa e la possibilità di cambiare facilmente lavoro, incrementando quindi la propria esperienza professionale.



LE COMUNITÀ E LE ISTITUZIONI

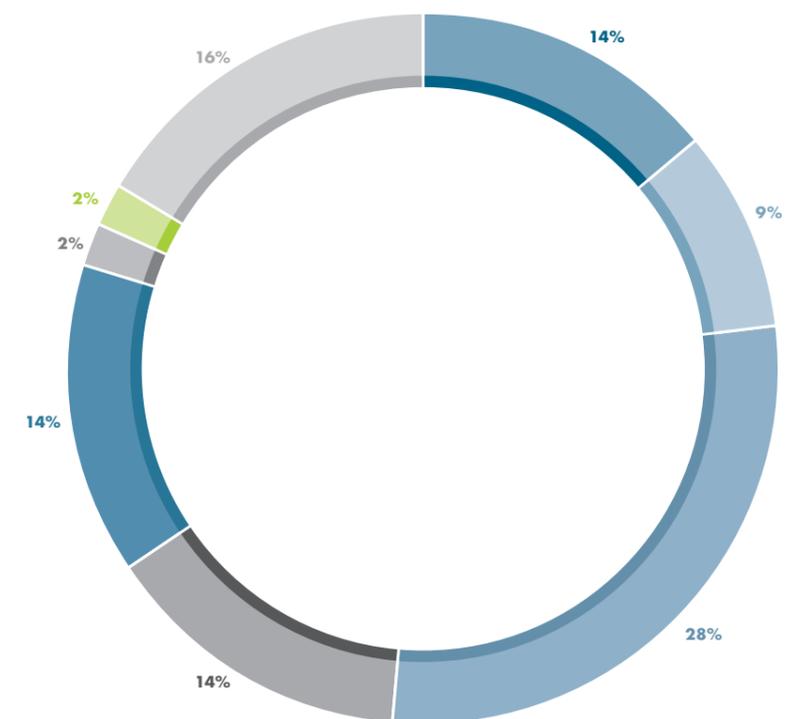
Nel 2015 è stata lanciata la prima survey internazionale destinata alle Istituzioni e Associazioni che collaborano con Gi Group – appartenenti al mondo politico, istituzionale, associativo e sindacale.

È stata creata un'indagine online, per sondare il livello di interesse

generale verso le attività sociali, ed in particolare verso le iniziative intraprese da Gi Group. Ecco un estratto di quanto emerso:

TIPO DI ISTRUZIONE

- Istituzioni Locali/Regionali
- Istituzioni Nazionali
- Associazioni Datoriali
- Associazioni Sindacali
- Associazioni Non-Profit
- Camere di Commercio
- Associazioni di Supporto alla Aziende
- Altro

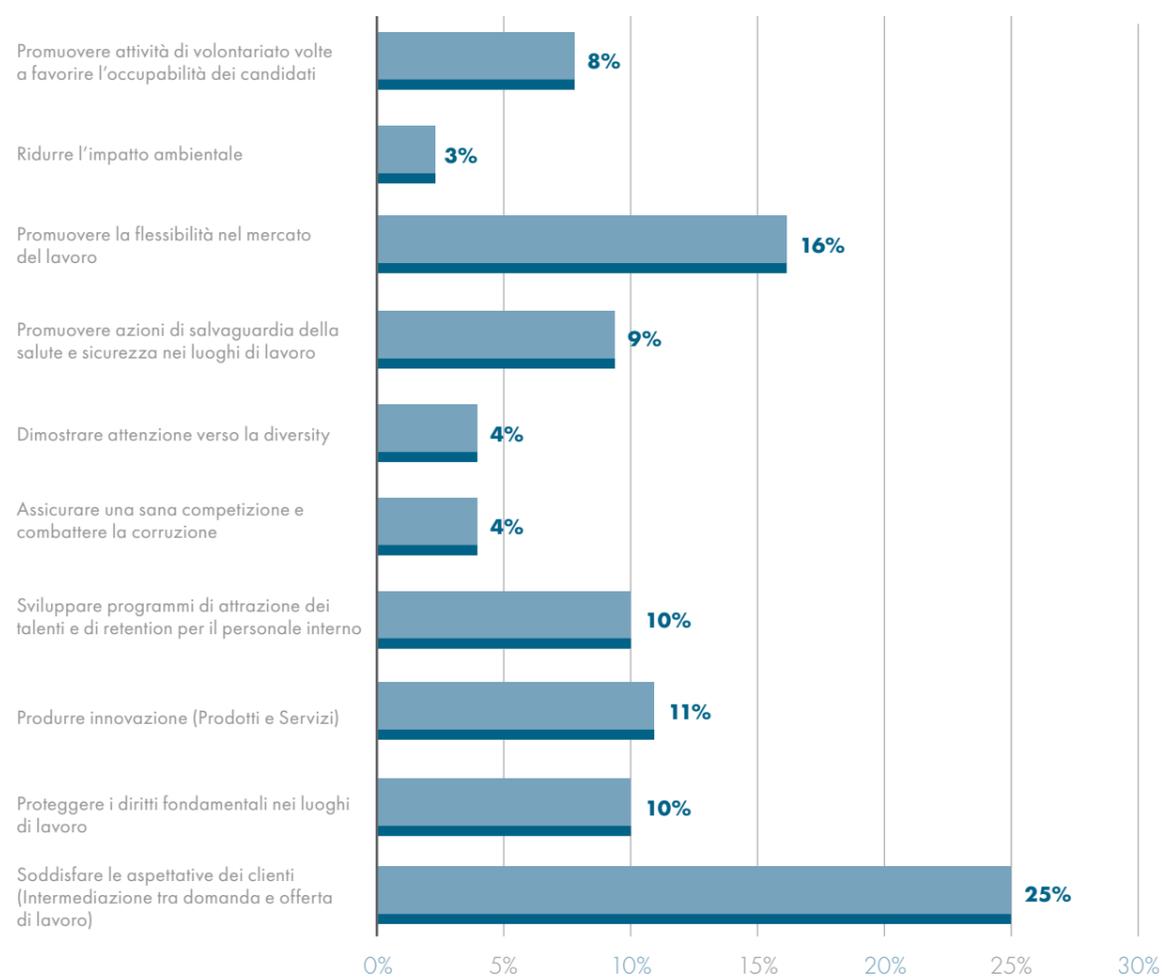


I RISULTATI PIÙ SIGNIFICATIVI DEL SONDAGGIO:

La principale aspettativa è relativa alla qualità dei servizi offerti dalle Agenzie per il Lavoro (e quindi dal ruolo sociale svolto da questi soggetti nell'erogazione dei propri servizi); seguono il contributo offerto dalle APL nell'evoluzione del mercato del lavoro

– con un'attenzione particolare verso le novità legislative – l'importanza dell'innovazione dei servizi, la difesa dei diritti fondamentali dei lavoratori e della loro sicurezza e salute.

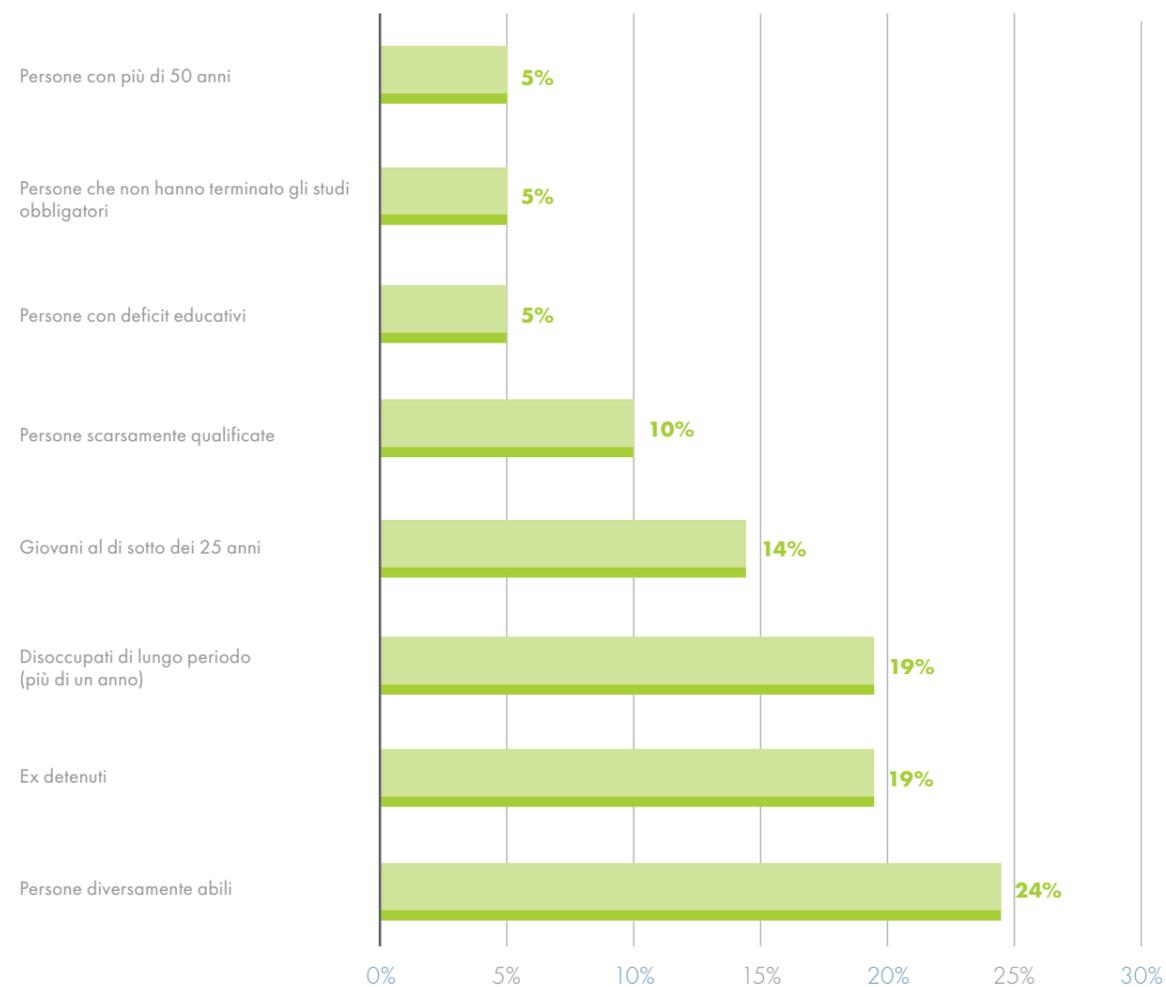
PRIORITÀ DELLE AGENZIE PER IL LAVORO SECONDO LE ISTITUZIONI



Come già evidenziato in precedenza, una delle priorità di Gi Group è stata l'organizzazione di eventi finalizzati a supportare l'employability di determinate categorie di persone. La survey evidenzia che le categorie

"suggerite" dalle istituzioni sono le persone con diversa abilità, persone che hanno trascorso un periodo della loro vita in carcere, i disoccupati di lungo periodo e i giovani.

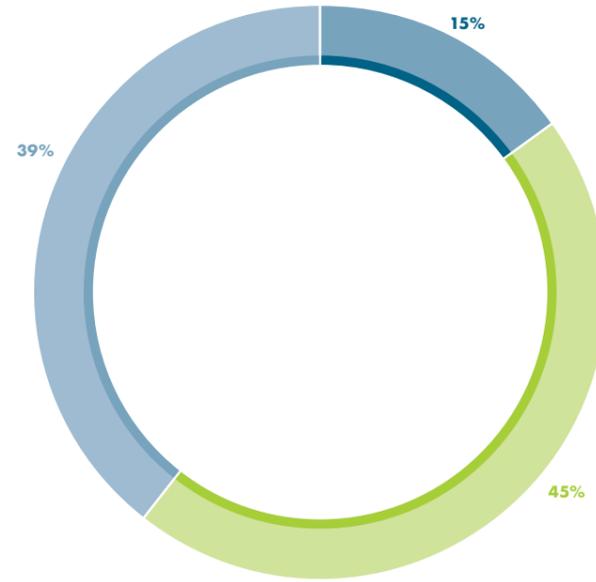
CATEGORIE MAGGIORMENTE BISOGNOSE DI ATTIVITÀ A SUPPORTO DELL'EMPLOYABILITY, SECONDO LE ISTITUZIONI



Per quanto riguarda la salvaguardia dell'ambiente, il suggerimento emerso si focalizza sull'abbattimento delle emissioni e sulla riduzione dell'utilizzo di carta:

PRIORITÀ CIRCA LA SALVAGUARDIA DELL'AMBIENTE, SECONDO LE ISTITUZIONI

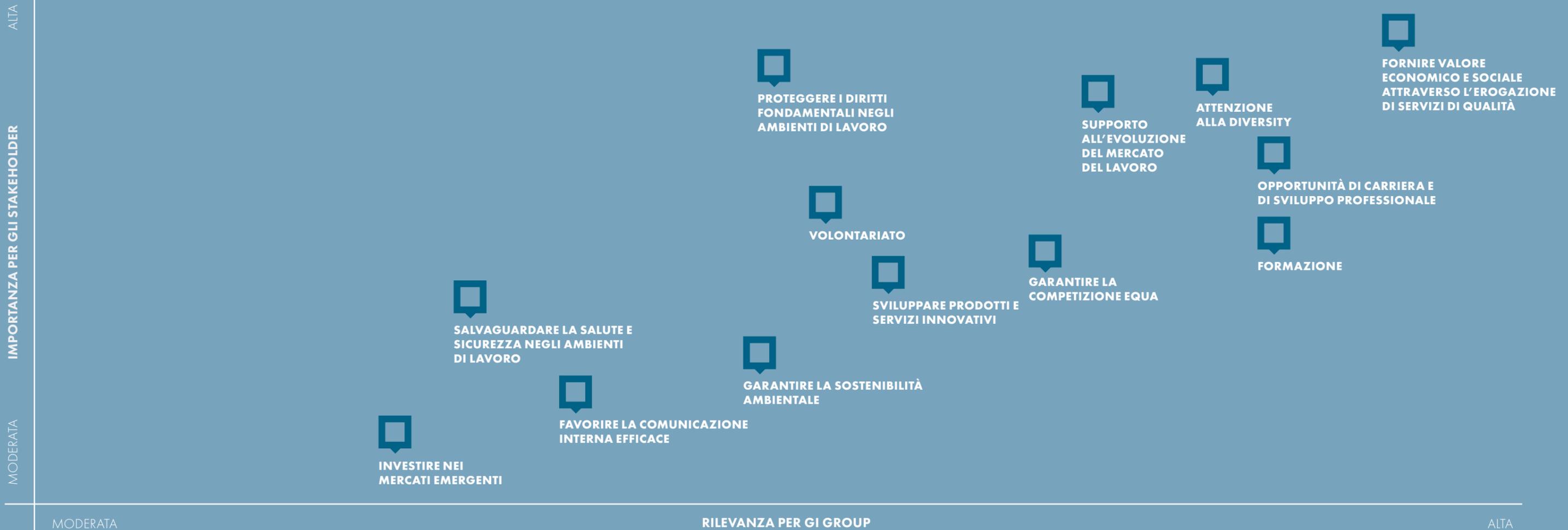
- Ridurre l'uso della carta grazie all'utilizzo della tecnologia
- Ridurre le emissioni
- Promuovere politiche di riciclo materiali



MATRICE DI MATERIALITÀ

LA MATRICE SARÀ UTILIZZATA PER DEFINIRE LE FUTURE STRATEGIE DEL GRUPPO IN AMBITO CSR E PER DEFINIRE LE FUTURE INIZIATIVE.

La Matrice di Materialità rappresenta l'incrocio tra le priorità di Gi Group in ambito CSR e quanto emerso dall'analisi dei fabbisogni degli Stakeholder (dipendenti, lavoratori, candidati e Istituzioni).





4

IL PERCORSO CSR DI GI GROUP E LA GOVERNANCE CSR

Nel 2014 Gi Group ha iniziato la creazione di un progetto globale di CSR. Partendo dalla propria Mission e dai Valori di riferimento ha sviluppato una strategia globale di Corporate Social Responsibility. Nel 2015 le iniziative CSR a livello internazionale sono state consolidate – e le più significative sono evidenziate in questo report.

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 CSR del Gruppo e mostra la Direzione che esso intende seguire. Descrive il modo in cui Gi Group vuole erogare i propri servizi, attraverso i quali vuole contribuire allo sviluppo del mondo del lavoro.

Soprattutto, esprime il valore indiscutibile delle persone e della loro attività professionale quotidiana.



I VALORI

“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.”

IL LAVORO

L'ECONOMICITÀ

L'APPRENDIMENTO CONTINUO E L'INNOVAZIONE

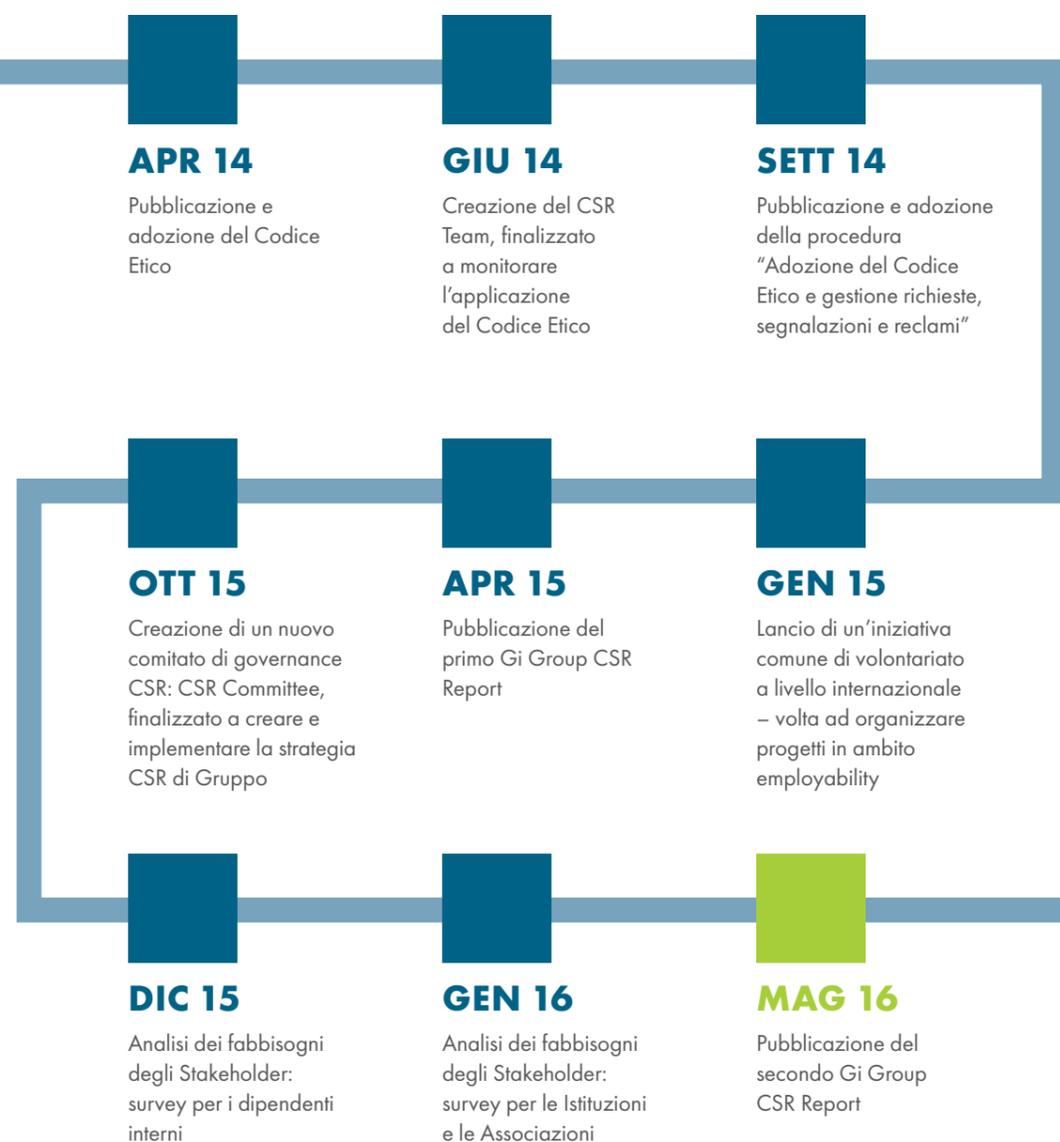
L'ATTENZIONE

LA RESPONSABILITÀ

LO SPIRITO DI SQUADRA

I PRINCIPALI TRAGUARDI RAGGIUNTI IN AMBITO CSR

PARTENDO DALLA PROPRIA MISSION E DAI VALORI, GI GROUP HA SVILUPPATO UNA SERIE DI INIZIATIVE VOLTE A CONCRETIZZARE LA PROPRIA STRATEGIA DI CSR:



ORGANISMI DI GOVERNANCE CSR	PRINCIPALI RESPONSABILITÀ	MEMBRI
INTERNATIONAL STEERING COMMITTEE	Approva gli obiettivi strategici e le attività di implementazione e gestione del programma di CSR di Gruppo	Top manager del Gruppo
CSR COMMITTEE	Definisce la strategia CSR e implementa le singole iniziative – assicurandone l'allineamento con la strategia stessa; è responsabile del Sistema di CSR reporting; monitora i KPI connessi alla CSR; effettua una valutazione degli investimenti necessari allo sviluppo dei progetti di CSR	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CEO di Gruppo ▪ Dipartimento International HR ▪ Dipartimento International Marketing ▪ Dipartimento International Public Affairs ▪ Membri provenienti da almeno 3 country Gi Group ▪ Membri dalle Practice T&P e S&S
COUNTRY MANAGERS	Responsabili del flusso di comunicazione all'interno del proprio paese; garantiscono l'implementazione locale delle iniziative di CSR	Country Manager
CSR TEAM	Monitora e garantisce l'applicazione del Codice Etico, supervisiona il flusso di informazione e i piani formativi; riceve e gestisce eventuali segnalazioni di non-conformità	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dipartimento Legale ▪ Dipartimento HR ▪ Dipartimento International Business Team ▪ Rappresentante dei lavoratori
VOLONTARI	Partecipano alle attività di volontariato e sono parte attiva della loro creazione ed esecuzione	Dipendenti Gi Group

CSR GOVERNANCE

5

**A CONCLUSIONE DEL CSR REPORT 2015
VENGONO PRESENTATI GLI OBIETTIVI
DI MIGLIORAMENTO LEGATI AL PROGETTO
CSR DI GI GROUP.**

PIANO DI MIGLIORAMENTO



ANALISI DEI FABBISOGNI DEGLI STAKEHOLDER E STAKEHOLDER ENGAGEMENT:

Consolidamento del processo di Stakeholder engagement attraverso le seguenti attività:

- Analisi dei fabbisogni dei Clienti
- Nuove survey per dipendenti interni ed Istituzioni
- Analisi dei fabbisogni dei Candidati, e successiva creazione di un programma di Candidates Satisfaction

ATTIVITÀ DI VOLONTARIATO E BENEFICENZA:

Il consolidamento di iniziative di volontariato e beneficenza nei paesi dove Gi Group opera direttamente, con un focus particolare alle attività volte a favorire l'employability. Nel 2016 tutte le iniziative di volontariato in questo ambito saranno erogate in un unico giorno, pianificato per sabato 22 Ottobre: "Destination Work"

DIPENDENTI INTERNI E DIVERSITY:

- Un ulteriore aumento delle iniziative di formazione, per sviluppare le competenze professionali dei dipendenti interni; l'obiettivo è di aumentare il numero medio di ore di formazione erogata ad ogni dipendente proseguendo il trend del 2015.
- Creare iniziative concrete di supporto al tema della diversity – implementando programmi interni finalizzati al reinserimento al lavoro delle mamme che rientrano in azienda dopo il periodo di maternità.
- Strutturare un programma maggiormente efficace di comunicazione interna, per far sì che tutti i dipendenti di Gi Group siano debitamente informati sulle iniziative CSR del Gruppo e siano perciò maggiormente consapevoli e coinvolti nei programmi del Gruppo.

CONTATTI

Gi Group S.p.A.
Piazza IV Novembre, 5
20124 Milano
Tel +39 02 444 111
Fax +39 02 66 80 73 43

www.gigroup.com



Piazza IV Novembre, 5 - 20124 Milano - Tel +39 02 444 111 - Fax +39 02 66 80 73 43 - www.gigroup.com

