



Group
YOUR JOB, OUR WORK

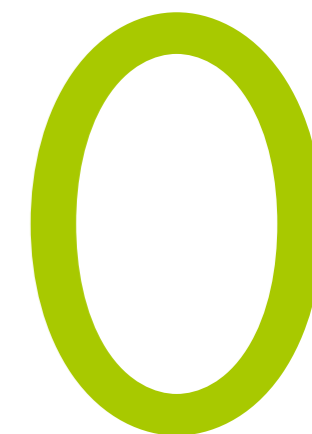
GLOBAL CSR REPORT

2022



INDICE

0. LETTERA DEL FONDATORE E CEO	5	5. LE NOSTRE PERSONE	51
1. COMPANY PROFILE	9	5.1 Le nostre persone	52
1.1 La nostra storia	10	5.1.1 Comunicazione interna	52
1.2 La nostra Mission	13	5.1.2 Formazione e sviluppo	54
1.3 Codice Etico e Valori di Gi Group	14	5.1.3 HR & Training Analytics	56
1.4 La struttura della Governance	16	5.1.4 Le nostre persone – Iniziative a livello nazionale	60
1.5 Gi Group nel mondo	22	5.2 Candidati e lavoratori	64
1.6 I nostri numeri	24	5.2.1 Candidati e lavoratori – Iniziative a livello nazionale	65
1.7 I nostri servizi	25	6. I NOSTRI CLIENTI	71
2. CSR IN GI GROUP	29	6.1 I nostri clienti	72
2.1 I nostri Stakeholders	30	6.2 I nostri clienti – Iniziative a livello nazionale	73
2.2 Governance della CSR	30	7. SOCIETÀ E ISTITUZIONI	77
2.3 Il nostro percorso di CSR	31	7.1 Public affairs	78
2.4 Contributo agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile	32	7.1.1 Public affairs – Iniziative a livello nazionale	78
3. MATERIALITY MATRIX 2020	35	7.2 Supporto alla comunità/volontariato – Iniziative a livello nazionale	79
3.1 Lo strumento	36	8. AMBIENTE	83
3.2 Il processo	36	9. OBIETTIVI 2021	87
3.3 Il risultato	38	10. APPENDICE	91
4. LAVORO SOSTENIBILE	41	10.1 Nota Metodologica	92
4.1 Il processo di “gestazione”	42	10.2 Indice indicatori GRI presenti nel report e relazione con gli SDGS	96
4.2 Il Framework	44		
4.2.1 La responsabilità della persona	45		
4.2.2 La responsabilità delle imprese	46		
4.2.3 La responsabilità delle Istituzioni	48		



**LETTERA DEL
FONDATORE
E CEO**

LA LETTERA DEL FONDATORE E CEO

Cari Stakeholder, questa edizione del CSR Report, a differenza delle precedenti in cui abbiamo raccontato le iniziative e i progetti del Gruppo, mi ha consentito di fermarmi e di riflettere per ripercorrere quante e quali azioni abbiamo messo in campo per affrontare a livello globale un vero e proprio sconvolgimento della storia dell'umanità.

Mai mi sarei immaginato di dover cambiare nel giro di pochi giorni le priorità, le strategie, gli assetti organizzativi e le modalità di comunicazione e collaborazione al nostro interno. Quello che abbiamo affrontato e che stiamo ancora vivendo come individui e come organizzazione sta profondamente cambiando le nostre vite e le nostre priorità e mai come nel 2020 i nostri valori e la nostra Mission, la ragione per cui questa azienda è nata, sono stati determinanti per affrontare ogni opportunità e difficoltà che abbiamo trovato dinanzi a noi.

Sono molto orgoglioso di come abbiamo affrontato questa sfida: supportando ogni giorno prima di tutto i nostri dipendenti, ma anche i candidati, i lavoratori e i clienti, che in molti casi hanno potuto continuare a lavorare proprio grazie alla passione, e al senso di responsabilità delle nostre persone.

Ogni singolo valore è stato determinante: ha inciso nella nostra esperienza e performance.

ATTENZIONE

Abbiamo lavorato incessantemente per garantire ai dipendenti la possibilità di svolgere i propri compiti sentendosi al sicuro e di continuare ad offrire i nostri servizi.

PASSIONE

Tutti abbiamo dimostrato una enorme volontà di continuare a svolgere il nostro lavoro, adattandoci ma anche trasformando radicalmente processi, strumenti di lavoro e tempi. La nostra global survey con cui misuriamo il livello di engagement ci ha restituito l'eccezionale immagine di un tasso aziendale pari all'80%.

APPRENDIMENTO CONTINUO E INNOVAZIONE

Abbiamo accelerato e talune volte stravolto i nostri processi di apprendimento, non solo con nuovi strumenti tecnologici, ma soprattutto con una profonda cultura della condivisione delle esperienze, delle idee e best practices.

COLLABORAZIONE

Ci siamo presi cura l'uno dell'altro e abbiamo fatto sentire la vicinanza ai nostri stakeholders.

RESPONSABILITÀ

Abbiamo differenziato le iniziative paese per paese, tenendo a mente gli impatti della pandemia in differenti culture, avendo sempre presente la nostra responsabilità di occuparci concretamente del mercato del lavoro con iniziative mirate per diversi tipi di candidati e lavoratori. Siamo riusciti anche grazie a questo senso di responsabilità a gestire efficacemente 6 acquisizioni strategiche.

SOSTENIBILITÀ

Siamo andati oltre il consolidato concetto dell'occupabilità (*employability*) e siamo sempre più consapevoli del nostro ruolo di protagonisti della creazione e difesa del *Lavoro Sostenibile*.

Il 2020 è stato un anno che tutti ricorderemo, difficile ma soprattutto ricco di opportunità di cambiamento.

Vi ringrazio tutti per tutta la fiducia che ci avete dato e per averci consentito di crescere nonostante la pandemia, ma vorrei rivolgere un ringraziamento speciale e unico soprattutto ai nostri dipendenti che hanno consentito di poterlo raccontare con rinnovato entusiasmo.

«Il 2020 è stato un anno che tutti ricorderemo, difficile ma soprattutto ricco di opportunità di cambiamento»





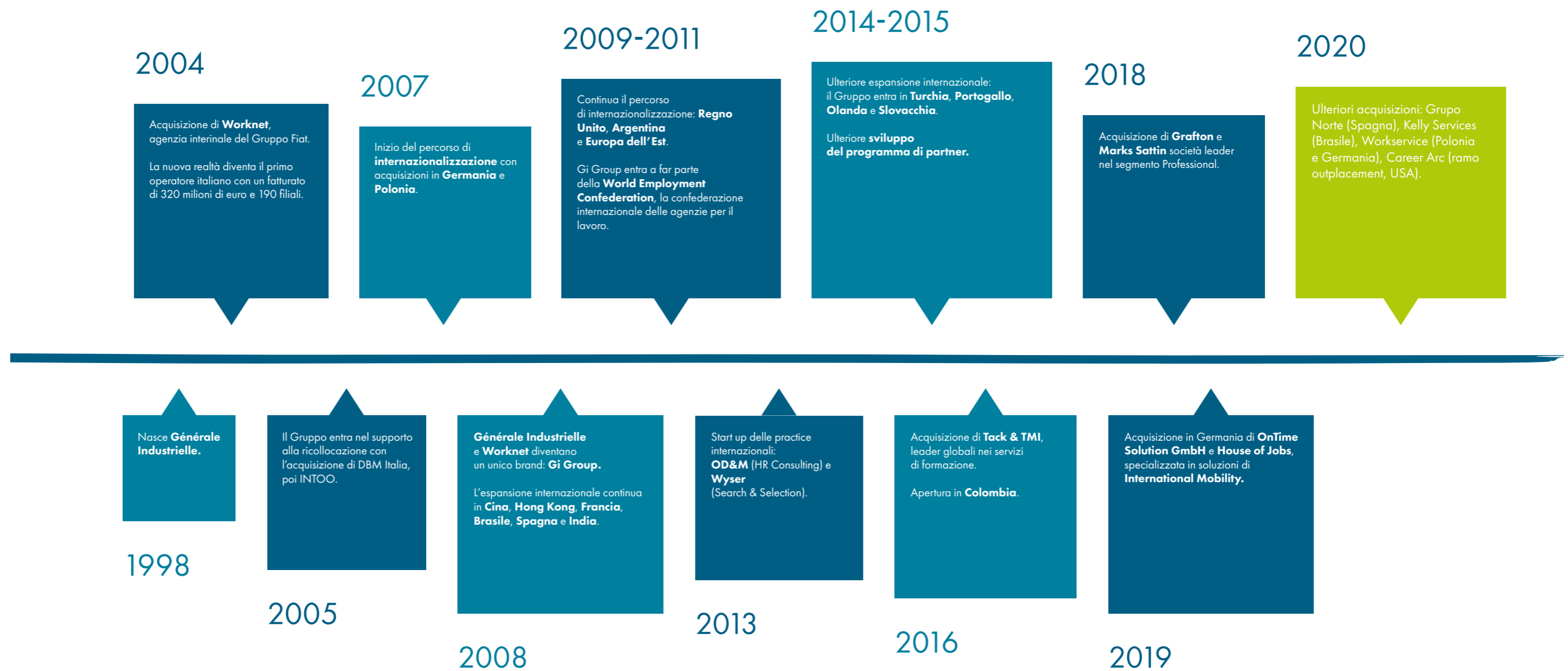
1

COMPANY PROFILE

1.1 LA NOSTRA STORIA

Gi Group nasce nel 1998 a Milano dall'intuizione di Stefano Colli Lanzi guidato dalla volontà di dare un contributo al mercato del lavoro italiano ed internazionale per renderlo più efficace, efficiente e farlo evolvere verso l'idea di bene comune, promuovendo una cultura del lavoro capace di integrare gli interessi di aziende, persone e società attraverso la creazione di soluzioni win-win-win. L'esigenza sentita era, ed è tutt'oggi, quella di opporsi all'idea stigmatizzata di impresa come realtà che "sfrutta" le persone, che considera il lavoro "costo" piuttosto che attività fondamentale per la generazione di valore e che coinvolge persone ritenute guidate al lavoro da un'esigenza economica, di sopravvivenza, piuttosto che capaci di cogliere il lavoro come opportunità, come occasione in cui ritrovare il senso profondo di contribuire alla creazione di un bene comune arrivando a riconoscere e alimentare il proprio valore individuale e professionale. Il sogno che guida Gi Group, e le sue persone, è quello di "cambiare in meglio il mondo del lavoro" generando valore nel breve, medio e lungo periodo, attraverso la capacità di individuare e soddisfare bisogni sempre più complessi di candidati e aziende.

Il "sogno" è stato tradotto in progetto e in azioni concrete che hanno visto crescere ed evolvere l'azienda in questi 23 anni di vita. Avvalendosi del contributo e della passione di oltre 5.000 persone, nel 2020 Gi Group arriva ad operare in 31 Paesi, con oltre 500 filiali, servendo oltre 18.000 aziende, collocando, solo in Italia, oltre 90.000 candidati, coinvolgendo oltre 50.000 persone in iniziative di employability, oltre 25.500 giovani studenti in percorsi formativi di II livello e universitari in attività di orientamento al mondo del lavoro, oltre 8.000 beneficiari di progetti di politiche attive per il lavoro, arrivando a raggiungere un fatturato di 2,5 miliardi di euro.



1.2 LA NOSTRA MISSION

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

«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»

Nel 2020 Gi Group ha elaborato e fatto proprio il concetto di Lavoro Sostenibile, ripensando il ruolo che persone, aziende e istituzioni ricoprono all'interno della realtà sociale ed economica.

«In un mondo che distingue chi lavora per vivere e chi vive per lavorare, noi crediamo che si possa e si debba vivere il lavoro»

1.3 CODICE ETICO E VALORI DI GI GROUP

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



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



ATTENZIONE

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



PASSIONE

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



APPRENDIMENTO CONTINUO E INNOVAZIONE

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



COLLABORAZIONE

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



SOSTENIBILITÀ

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

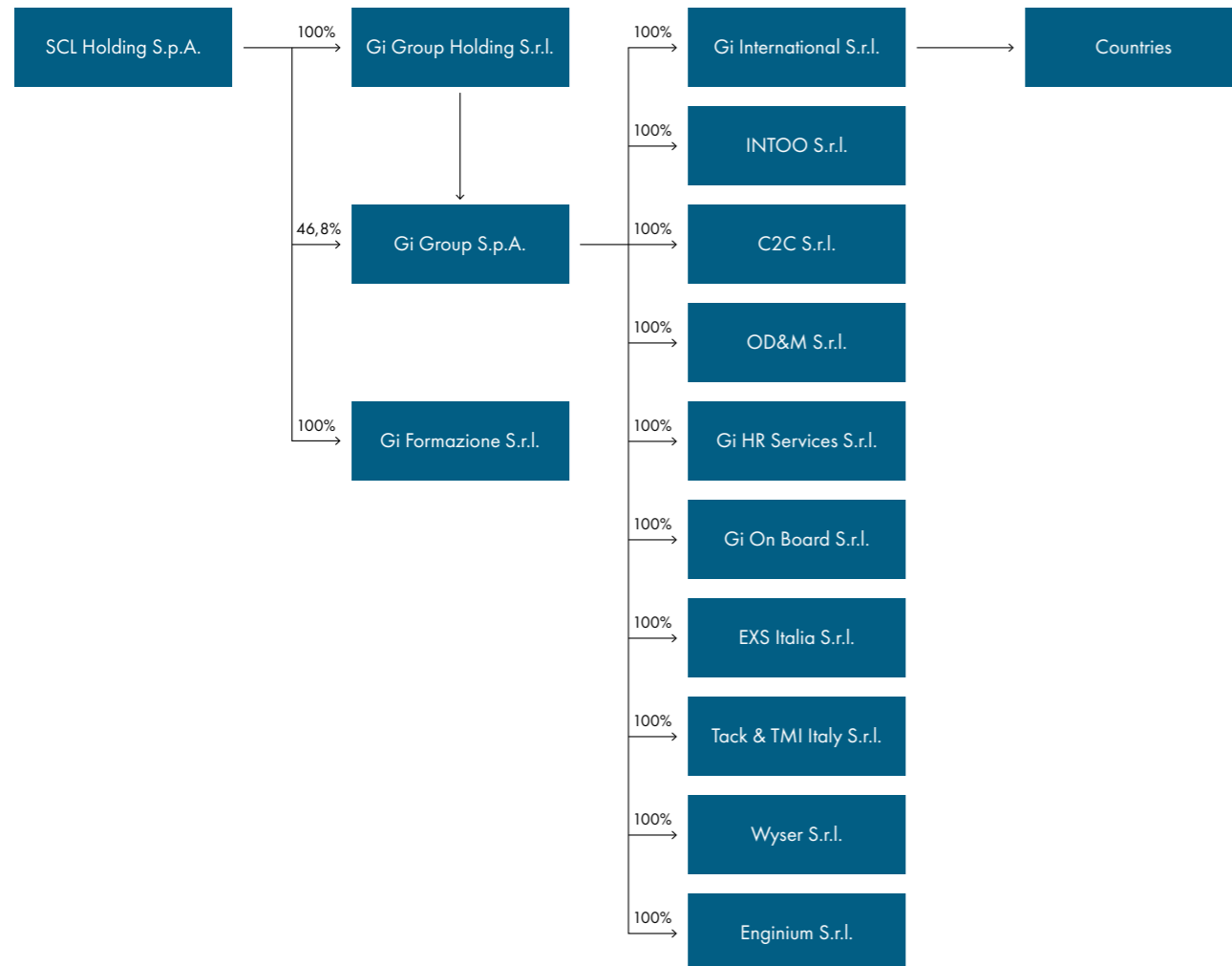


RESPONSABILITÀ

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

1.4 LA STRUTTURA DELLA GOVERNANCE

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



GOVERNANCE DI GI GROUP SPA		
Organismi di governance di Gi Group SpA	Responsabilità principali	Organi sociali
Consiglio di amministrazione (in carica al dicembre 2020)	Organo esecutivo della società avente il compito di svolgere l'attività di impresa e di realizzare le deliberazioni assunte dall'Assemblea. Ha la responsabilità di approvare le strategie organizzative, di sviluppare una politica direzionale, nonché assicurare la responsabilità giuridica dell'organizzazione di fronte alle autorità.	Presidente CHIARA VIOLINI Amministratore Delegato FRANCESCO BARONI Amministratore Delegato ZOLTAN DAGHERO Consigliere DAVIDE TOSO
Collegio sindacale (in carica per il triennio 2018/2020)	Organo di controllo della società avente il compito di vigilare sull'attività degli amministratori e di controllare che la gestione e l'amministrazione della società si svolgano in osservanza della legge, dello statuto e dei principi di corretta amministrazione ed in particolare nel rispetto dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile adottato dalla società e sul suo concreto funzionamento.	Presidente FRANCESCO CARNEVALI Sindaco Effettivo CORRADO COLOMBO Sindaco Effettivo PIERGIORGIO GUSSO Sindaco Supplente SILVIO FORMENTI Sindaco Supplente MARCO GIRELLI
Organismo di vigilanza (in carica per il triennio 2018/2020)	Organismo interno di controllo, preposto alla vigilanza sul funzionamento e sull'osservanza del Modello Organizzativo nonché al relativo aggiornamento.	Presidente FRANCESCO CARNEVALI Componente MARCELLO TRABUCCHI Componente ANNA RITA MARRA



L'adozione di Sistemi di Gestione certificati, conformi a norme riconosciute a livello internazionale rappresenta uno strumento operativo funzionale al rafforzamento della nostra governance, al perseguimento della nostra Mission e al raggiungimento degli obiettivi aziendali nell'ottica del miglioramento continuo, connesso al risk based thinking. Le attestazioni ottenute da un Ente Terzo, indipendente e accreditato, dimostrano la nostra capacità di fornire prodotti e servizi che soddisfino i requisiti dei clienti, le disposizioni delle leggi di riferimento, nel rispetto degli interessi di tutti i nostri stakeholders.

SISTEMI DI GESTIONE CERTIFICATI						
Azienda	Standard di Riferimento	Numero di riferimento	Campo di applicazione	Ente certificatore	Data di Emissione	Data di scadenza
Repubblica Ceca						
Graton Recruitment s.r.o	ISO 9001:2015	25191/A/0001/Uk/En	Personnel Consultancy Services, Recruitment and Personnel Solutions, Job Broker, Consulting for Human Resources Activities	URS	02/02/07	01/02/22
Germania						
Gi Group Deutschland GmbH	ISO 45001:2018	100000397734	Management of temporary employment and personnel placement	DNV	05/11/10	04/11/22
Gi Group Deutschland GmbH	ISO 9001:2015	100000416888	Management of temporary and permanent staffing for craft, retail, industry, office and management	DNV	05/11/10	04/11/22
Cina						
Zhejiang Gi Human Resources Limited company	GB/T19001-2016 idt ISO9001:2015	19818QA171R1M	Human resource outsourcing (In the form of service outsourcing), domestic labor dispatch (Only for head office)	Beijing Xinjiyuan Certification Co., Ltd	26/01/18	25/01/24
Spagna						
Gi Group Spain ETT, SLU	ISO 9001:2015	ES-0100/2006	Quality Management System	AENOR	25/01/21	25/01/24
Gi Group Outsourcing 2016, SLU	ISO 9001:2015	ES-0649/2019	Quality Management System	AENOR	13/11/13	13/11/22
Gi Group Outsourcing 2016, SLU	ISO/IEC 27001:2014	ES-SI-0036/2017	Information Security Management System	AENOR	15/01/21	31/08/23
Turchia						
Gi Group And Wyser Turkey Seçme Ve Yerleştirme A.Ş	ISO 9001:2015	NS.KS.070/2021	Temporary Staff Recruitment Agency	NETSERT	02/04/21	01/04/22
Gi Group And Wyser Turkey Seçme Ve Yerleştirme A.Ş	ISO 14001:2015	NS.CS.060/2021	Temporary Staff Recruitment Agency	NETSERT	02/04/21	01/04/22
Gi Group And Wyser Turkey Seçme Ve Yerleştirme A.Ş	ISO 45001:2018	AGN-TR-50115	Temporary Staff Recruitment Agency	NETSERT	02/04/21	01/04/22

SISTEMI DI GESTIONE CERTIFICATI						
Azienda	Standard di Riferimento	Numero di riferimento	Campo di applicazione	Ente certificatore	Data di Emissione	Data di scadenza
UK						
Gi Group Holdings Recruitment Ltd	ISO 9001:2015	FS580144	Supply of temporary and permanent personnel to commerce and industry and site managed services. Design and provision of training and development services	BSI	21/10/11	02/04/22
Gi Group Holdings Recruitment Ltd	ISO 14001:2015	EMS619537	Provision of Head Office support services to the Gi Group in the UK	BSI	05/01/15	01/04/24
Gi Group Holdings Recruitment Ltd	ISO 45001:2018	OHS640083	Provision of Head Office support service activities delivered at Chesterfield (Units B&C) to the Gi Group in the UK. (Previously certified to BS OSHAS 18001:2007 since 28/01/16)	BSI	09/12/19	27/01/22
Italia						
Gi Group SPA	UNI EN ISO 9001:2015	N° 12236	Erogazione di servizi di ricerca e selezione del personale e di somministrazione di lavoro a tempo determinato e indeterminato	CERTIQUALITY	09/05/07	17/04/22
Gi Group SPA	SA8000:2014®	N° 683	Erogazione di servizi di somministrazione di lavoro e ricerca e selezione del personale	TUV ITALIA	12/04/17	12/04/23
Gi Group SPA	UNI EN ISO 14001:2015	N° 26468	Erogazione di servizi di ricerca e selezione del personale e di somministrazione di lavoro a tempo determinato e indeterminato	CERTIQUALITY	25/09/18	24/09/21
Gi Group SPA	UNI CEI EN ISO/IEC 27001:2017	N° 26899	Servizi ict erogati a supporto dei processi di somministrazione di lavoro, ricerca e selezione del personale per la società Gi Group	CERTIQUALITY	30/05/19	29/05/22
Gi Formazione Srl	UNI EN ISO 9001:2015	N° 9356	Progettazione ed erogazione di attività di formazione e orientamento	CERTIQUALITY	18/05/05	05/04/23
Gi Formazione Srl	UNI EN ISO 14001:2015	N° 26468	Progettazione ed erogazione di attività di formazione e orientamento	CERTIQUALITY	25/09/18	24/09/21

SISTEMI DI GESTIONE CERTIFICATI						
Azienda	Standard di Riferimento	Numero di riferimento	Campo di applicazione	Ente certificatore	Data di Emissione	Data di scadenza
INTOO Srl	UNI EN ISO 9001:2015	N° 25509	Progettazione ed erogazione di servizi di supporto alla ricollocazione del personale, servizi di orientamento e di consulenza aziendale	CERTIQUALITY	31/10/01	11/04/21
INTOO Srl	UNI EN ISO 14001:2015	N° 26468	Progettazione ed erogazione di servizi di supporto alla ricollocazione del personale, servizi di orientamento e di consulenza aziendale	CERTIQUALITY	25/09/18	24/09/21
GI HR Services Srl	UNI EN ISO 9001:2015	N° 16311	Progettazione, realizzazione ed erogazione di servizi per la gestione e amministrazione del personale in modalita' outsourcing o saas (software as a service)	CERTIQUALITY	22/12/10	04/12/22
TACK&TMI Srl	UNI EN ISO 9001:2015	N° 17911	Progettazione ed erogazione di interventi formativi volti allo sviluppo di competenze professionali e capacita' manageriali ed organizzative con metodologie tradizionali ed esperienziali	CERTIQUALITY	22/05/06	05/08/22
TACK&TMI Srl	UNI EN ISO 14001:2015	N° 26468	Progettazione ed erogazione di interventi formativi volti allo sviluppo di competenze professionali e capacita' manageriali ed organizzative con metodologie tradizionali ed esperienziali	CERTIQUALITY	25/09/18	24/09/21
TACK&TMI SRL	UNI ISO 45001:2018	N° 27632	Progettazione ed erogazione di interventi formativi volti allo sviluppo di competenze professionali e capacita' manageriali ed organizzative con metodologie tradizionali ed esperienziali	CERTIQUALITY	06/08/19	05/08/22
OD&M Srl	UNI EN ISO 9001:2015	N° 25462	Progettazione ed erogazione di servizi di consulenza per la valorizzazione delle Risorse Umane e dei modelli di organizzazione e sviluppo	CERTIQUALITY	15/02/18	14/02/21
OD&M Srl	UNI EN ISO 14001:2015	N° 26468	Progettazione ed erogazione di servizi di consulenza per la valorizzazione delle Risorse Umane e dei modelli di organizzazione e sviluppo	CERTIQUALITY	25/09/18	24/09/21
Gi On Board Srl	UNI EN ISO 9001:2015	N° 73 100 6460	Progettazione, vendita e supervisione di servizi ottimizzati in outsourcing nell'ambito della logistica conto terzi, produzione e customer care	TÜV PROFICERT	02/09/19	01/09/22
Enginium Srl	UNI EN ISO 9001:2015	N° 73 100 6459	Servizi di consulenza specialistica nell'information technology, nell'innovazione tecnologica ed ingegneristica. progettazione di apparati e sistemi elettronici e meccanici complessi. progettazione, sviluppo, implementazione ed assistenza di applicativi e sistemi software. progettazione e sviluppo di nuovi prodotti, quali: display, cluster, apparati telematici, per i settori: automotive, aerospace, ferroviari	TÜV PROFICERT	15/08/19	14/08/22



1.5 GI GROUP NEL MONDO

Nel 2020, nonostante la pandemia, il Gruppo continua a crescere a ritmi intensi, sia attraverso espansioni in paesi dove siamo direttamente presenti, che attraverso nuove acquisizioni.

- Spagna - Grupo Norte S.L
- Brasile - Kelly Services Brasil Investimentos e Participacoes Ltda e Kelly Services Brasil Investimentos e Participacoes II Ltda
- Stati Uniti - INTOO LLC
- Germania - Gruppo Work Service KG GmbH
- Polonia - Work Service S.A.

Presenza Diretta

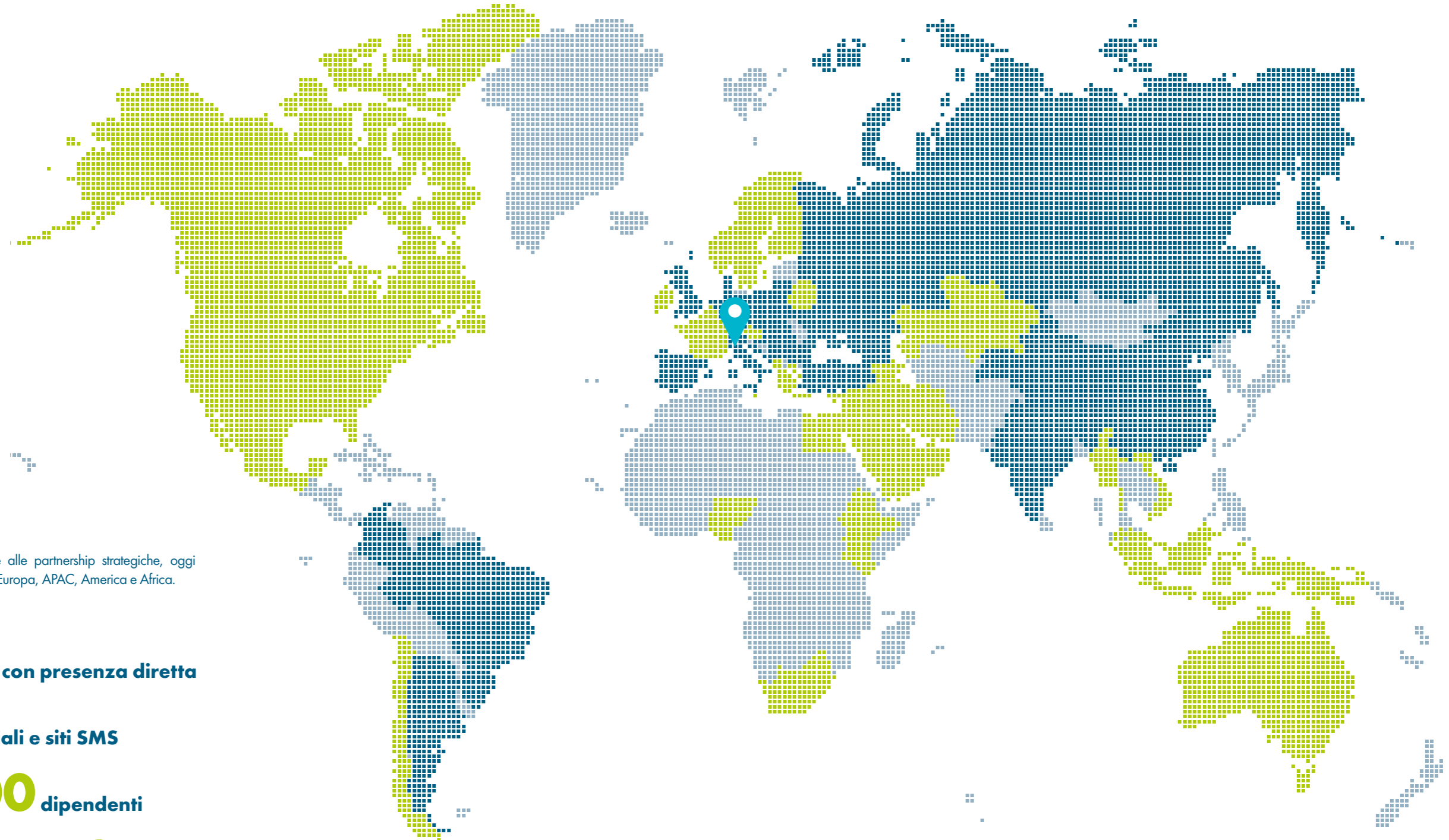
EMEA: Italia, Bulgaria, Croazia, Rep. Ceca, Danimarca, Francia, Germania, Irlanda, Lituania, Montenegro, Paesi Bassi, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Romania, Serbia, Slovacchia, Spagna, Svizzera, Turchia, Russia, Ucraina e Ungheria.

APAC e Americas: Cina, Hong Kong, India, Argentina, Brasile, Colombia.

Presenza Indiretta

EMEA: Albania, Armenia, Australia, Austria, Azerbaijan, Bielorussia, Belgio, Cipro, Egitto, Emirati Arabi Uniti, Finlandia, Francia, Grecia, Indonesia, Kazakistan, Kenya e Tanzania, Malesia, Malta, Nigeria, Norvegia, Sud Africa, Svezia, Irlanda.

APAC e Americas: Canada, Messico, Cile, Medio Oriente, Myanmar, Singapore, USA e Vietnam.



Grazie alla presenza diretta e alle partnership strategiche, oggi siamo attivi in più di 60 Paesi in Europa, APAC, America e Africa.

61 paesi **31** con presenza diretta

oltre **500** filiali e siti SMS

più di **5.000** dipendenti

nel 2020 un ricavo netto di **2,5** miliardi di euro

1.6 I NOSTRI NUMERI

Nel 2020 abbiamo servito più di 18.000 Aziende con un fatturato di 2,5 miliardi di euro.

Siamo tra le prime 20 staffing companies a livello mondiale (fonte: Staffing Industry), la sesta in Europa.

Siamo anche un Global Corporate Member di WEC – World Employment Confederation – la Confederazione Internazionale delle agenzie per il lavoro.

17°

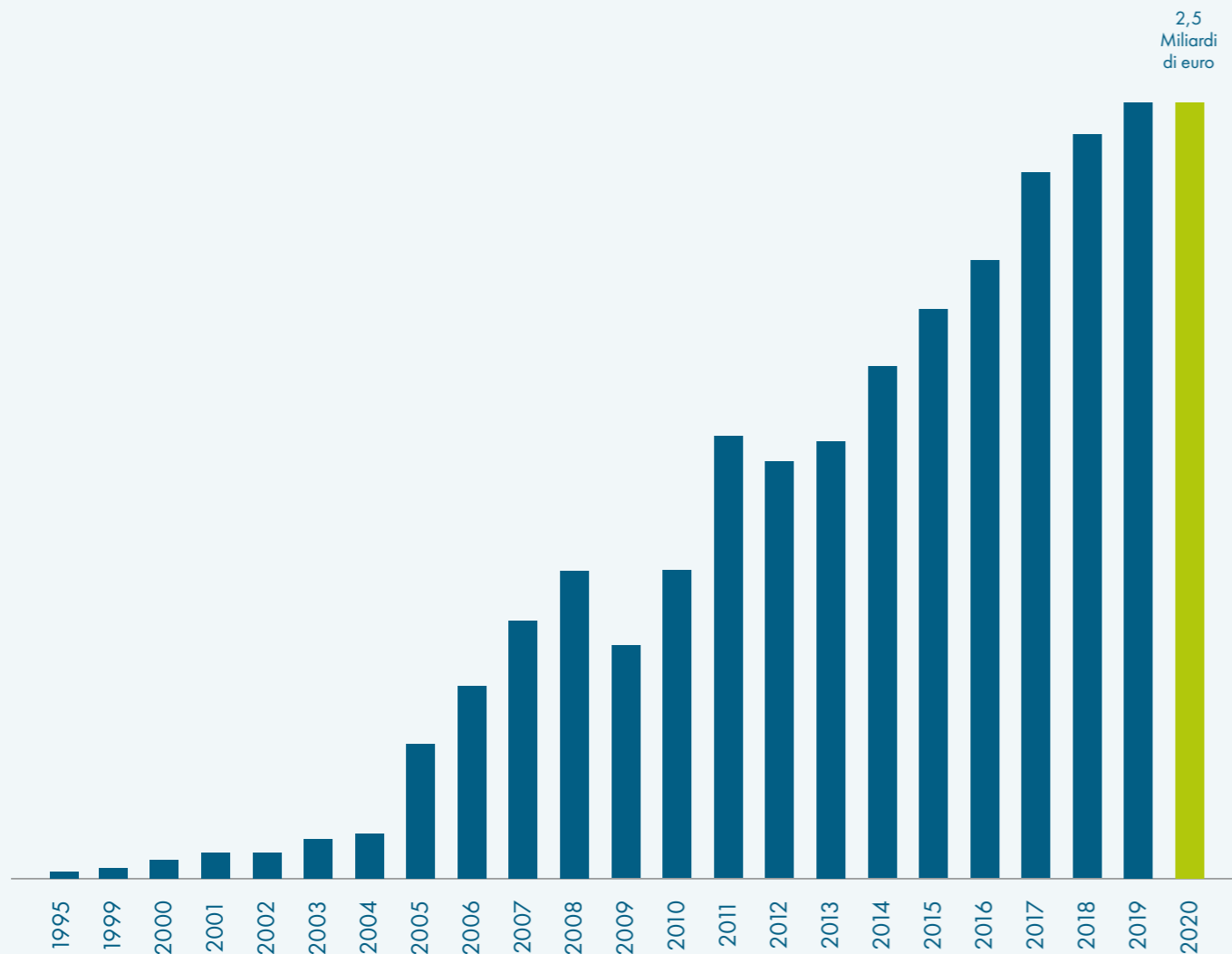
Nel mondo
(14° con partner)

6°

In Europa
(6° con partner)

3°

In Italia



1.7 I NOSTRI SERVIZI

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

Operiamo nei seguenti campi:

Search and Selection	Learning and Development	Outsourcing	Outplacement
Middle and Executive	Maneagerial Training	Full Outsourcing	Outplacement
Professional			
Hirevo	Professional Training	Light Outsourcing	Active Policies
TEMP AND PERM			

LAVORO TEMPORANEO E PERMANENT STAFFING

LAVORO TEMPORANEO

Con il servizio di Temporary Staffing garantiamo flessibilità contrattuale, efficacia, efficienza e un monitoraggio dei costi.

PERMANENT STAFFING

Con un approccio consulenziale offriamo, soluzioni per la gestione di progetti mirati alla ricerca di profili da inserire direttamente nelle aziende clienti. Il nostro processo di ricerca e selezione può contare su servizi modulabili in base alle specifiche esigenze della tua azienda, in tutte le fasi del processo.



CONSULENZA HR

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



RICERCA E SELEZIONE

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



PROFESSIONAL STAFFING

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



FORMAZIONE

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

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



EXECUTIVE SEARCH

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



OUTSOURCING

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



AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE

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



SUPPORTO ALLA RICOLLOCAZIONE

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



TECHNOLOGY CONSULTING

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



LE DIVISIONI DI GI GROUP



Automotive



Logistics



Public Administration



Fashion & Luxury



ICT (QiBit)



Contact Center



Automotive



Horeca



Retail



Banking & Insurance



Lifescience



Naval, Railways, Aerospace & Defence



Technical



Industrial Machinery



FMCG



2

**CSR IN
GI GROUP**

2.1 I NOSTRI STAKEHOLDERS

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

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

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

All'interno del contesto del Mercato del Lavoro e partendo dalla nostra Mission, i principali Stakeholders di Gi Group sono pertanto:

■ I NOSTRI DIPENDENTI

Oltre 5.000 dipendenti di Gi Group che sostengono il Gruppo nel raggiungimento dei suoi obiettivi e che per il Gruppo rappresentano lo Stakeholder primario rispetto al quale impegnarsi. 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. Siamo orgogliosi di poter affermare che la nostra strategia CSR è condivisa da tutti i nostri collaboratori, che integrano i nostri core values nel loro approccio quotidiano al lavoro.

■ I CANDIDATI E I LAVORATORI

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

■ I CLIENTI

Oltre 18.000 aziende che si affidano ogni anno a Gi Group per gestire il loro capitale umano avvalendosi di una vasta gamma di servizi, in grado di soddisfare tutte le fasi delle relazioni tra individuo e azienda.

■ LA COMUNITÀ E L'AMBIENTE

Le comunità in cui opera Gi Group, rappresentate dalle loro Istituzioni e dalle Associazioni di categoria, dalle Parti Sociali e ONG, nonché dalle persone che vivono e lavorano all'interno del territorio.

L'ambiente, che Gi Group tutela attraverso iniziative che preservino e difendano le risorse naturali.

2.2 GOVERNANCE DELLA CSR

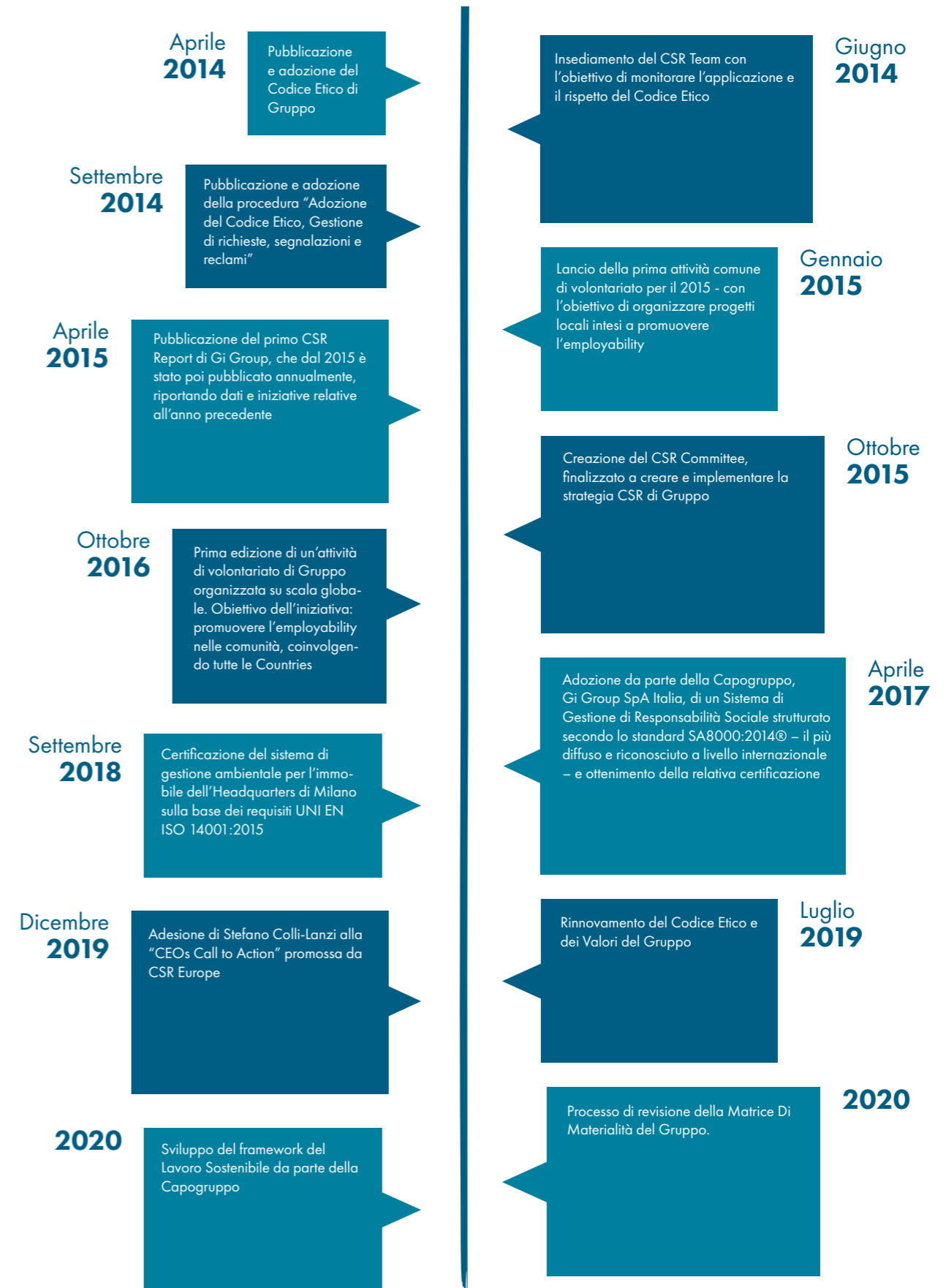
In risposta alla costante evoluzione e all'espansione del Gruppo, abbiamo istituito organismi specificamente dedicati alla definizione e diffusione della nostra strategia di CSR, per garantirne l'integrazione e a livello di governance e business aziendale, supportandone la realizzazione e guidandone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

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

Organismi di Governance della CSR	Responsabilità principali	Membri/ rappresentanti di funzione
GLOBAL STEERING COMMITTEE	Approva gli obiettivi strategici e le attività di implementazione e gestione del programma di CSR del Gruppo	Top managers del Gruppo
CSR COMMITTEE	Definisce la strategia e le iniziative di CSR, assicurandone l'allineamento con la strategia del Gruppo; è responsabile della redazione del CSR Report; monitora i KPI connessi alla CSR; valuta gli investimenti necessari per sviluppare i progetti di CSR	CEO di Gruppo Funzione Global HR Funzione Global Compliance Funzione Global Marketing Funzione Global Public Affairs Rappresentanti di almeno 3 Countries di Gi Group Rappresentanti di almeno 2 Practice
COUNTRY MANAGER	Responsabili dei flussi di comunicazione all'interno del proprio Paese; garantiscono l'implementazione delle attività di CSR a livello locale	Country Manager di ciascun Paese in cui siamo presenti
CSR TEAM	Monitora l'applicazione del Codice Etico; supervisiona il flusso di informazioni e i piani formativi; riceve e gestisce eventuali segnalazioni di non conformità	Funzione Global Legal Funzione Global Compliance Funzione Global Public Affairs Funzione Global HR Regional Head Rappresentante dei lavoratori
VOLONTARI	Partecipano alle attività di volontariato e contribuiscono alla progettazione e all'esecuzione delle stesse	Dipendenti di Gi Group

2.3 IL NOSTRO PERCORSO DI CSR

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



2.4 CONTRIBUTO AGLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE

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

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

OBIETTIVO 4: FORNIRE UN'EDUCAZIONE DI QUALITÀ, EQUA E INCLUSIVA E OPPORTUNITÀ DI APPRENDIMENTO PER TUTTI

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

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

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



OBIETTIVO 5: RAGGIUNGERE L'UGUAGLIANZA DI GENERE ED EMANCIPARE TUTTE LE DONNE E LE RAGAZZE

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

- sviluppando le pari opportunità tra uomini e donne nella vita economica, attraverso un ampliamento delle possibilità di occupazione per le donne, con progetti di formazione ad hoc;
- garantendo un approccio scevro da bias di genere durante tutte le fasi del rapporto di lavoro, sia per i dipendenti interni che per i candidati e i lavoratori che incontriamo.

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

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



OBIETTIVO 10: RIDURRE L'INEGUAGLIANZA ALL'INTERNO DI E FRA LE NAZIONI

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

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

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

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



OBIETTIVO 8: INCENTIVARE UNA CRESCITA ECONOMICA DURATURA, INCLUSIVA E SOSTENIBILE, UN'OCCUPAZIONE PIENA E PRODUTTIVA E UN LAVORO DIGNITOSO PER TUTTI

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

- attraverso l'intera gamma dei nostri servizi, che ha come fine ultimo quello di dare valore al lavoro e centralità alla persona;
- con il nostro impegno a migliorare l'employability, in particolare con iniziative mirate alla popolazione giovane e alle persone vulnerabili;
- promuovendo la responsabilità come uno dei nostri Valori fondanti, con il rispetto assoluto di diritti umani, delle leggi e del principio di concorrenza libera, regolamentata e leale;
- creando un mercato del lavoro migliore, sostenendo tutte le norme che offrono maggiore protezione ai lavoratori e assumendo un ruolo attivo nel contrasto alla corruzione e a qualunque forma di abuso o di comportamento illecito.

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

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





3

MATERIALITY MATRIX 2020

3.1 LO STRUMENTO

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

La sua definizione permette di:

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

3.2 IL PROCESSO

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

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

Il Materiality Assessment è il processo attraverso il quale le organizzazioni identificano l'elenco di temi che hanno maggiore rilevanza nel loro contesto specifico (il mercato del lavoro nel nostro caso) e che vengono valutati su due dimensioni:

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

La Materiality Matrix è pertanto il risultato di tale processo di analisi del contesto e dello stakeholder-engagement diretto.

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

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



Il processo è stato diviso in due parti.

A) DETERMINAZIONE DEI TEMI RILEVANTI

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

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

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

B) PESATURA DEI TEMI DA PARTE DEGLI STAKEHOLDERS

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

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

Per ogni categoria di Stakeholders - interni ed esterni all'azienda - è stato campionato un panel di rappresentanti più o meno ampio, a cui è stata somministrata una survey online.

Ogni partecipante ha avuto modo non solo di assegnare un punteggio per ogni topic emerso, ma anche di veicolare proposte di iniziative o soluzioni partecipate, per un futuro sviluppo di networking virtuoso.

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

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



3.3 IL RISULTATO

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

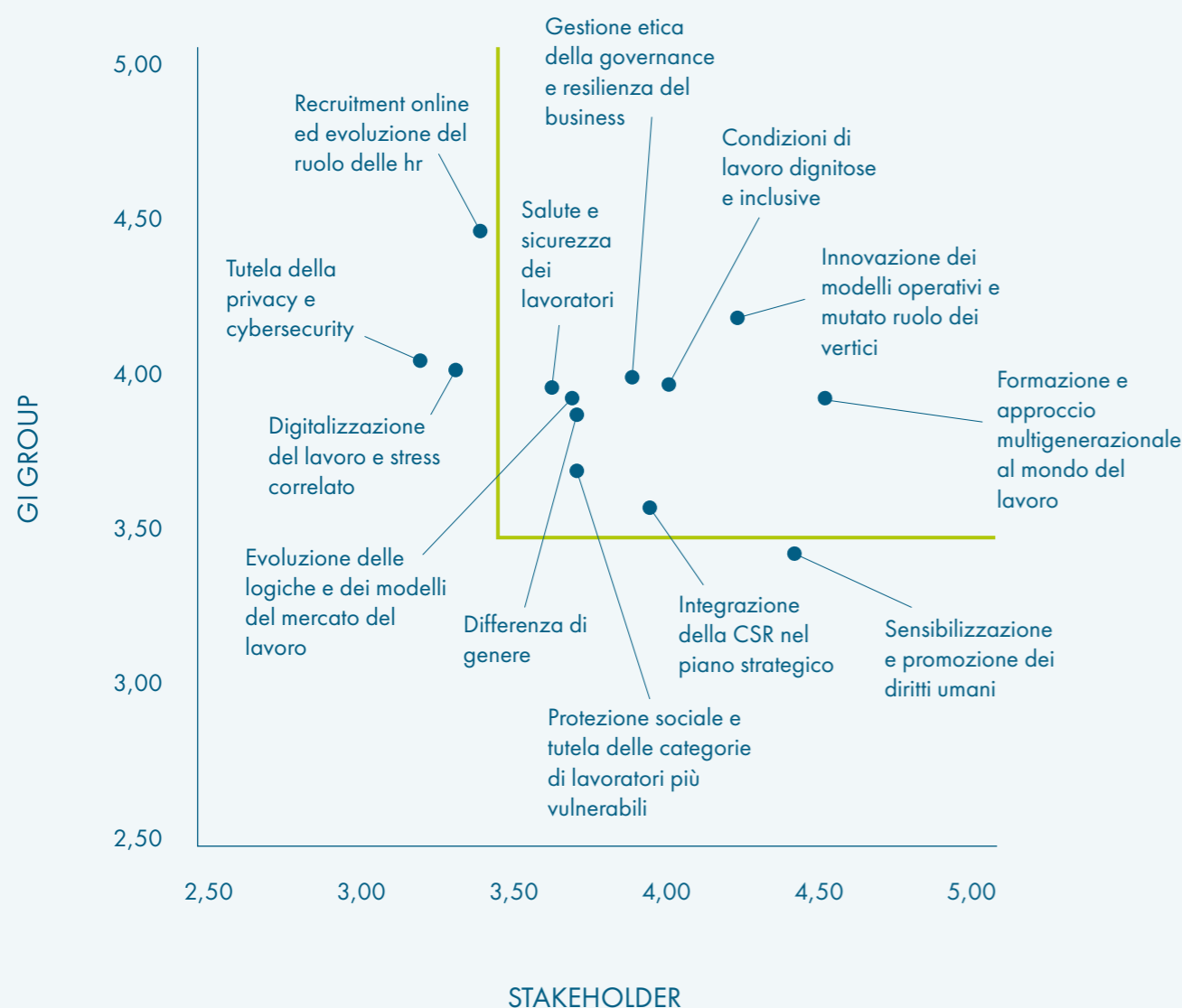
La soglia di rilevanza, oltre la quale il tema è considerato materiale, è stata fissata a 3,5 punti sia per la valutazione degli Stakeholders sia per la valutazione dell'Azienda.

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

Ogni Country e ogni Practice ha facoltà di includere all'interno dei propri piani di miglioramento per il 2021-2022 i temi più allineati al proprio contesto.

L'obiettivo condiviso per tutto il Gruppo è quello di mantenere un focus costante sui temi emersi con maggior rilevanza, sia dal punto di vista dello sviluppo delle attività e delle iniziative prettamente di CSR, che dal punto di vista dell'integrazione a livello di business.

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



Tema materiale	Descrizione	Dove si verificano gli impatti	Coinvolgimento del Gruppo
Formazione e approccio multigenerazionale al mondo del lavoro	Attivazione di percorsi di upskilling e reskilling per l'accesso a nuove mansioni e contrasto al digital gap tra generazioni, con acquisizione di competenze tecniche legate all'utilizzo di nuovi strumenti	Gi Group, Lavoratori Somministrati, Candidati, Clienti	Causato dal Gruppo e direttamente collegato attraverso una relazione di business
Innovazione dei modelli operativi e mutato ruolo dei vertici	Necessità di dotazioni digitali per tutti i lavoratori coinvolti nello smart/remote working e potenziamento della comunicazione interna, ascolto dei bisogni dei lavoratori e coinvolgimento per individuare soluzioni condivise	Gi Group, Lavoratori Somministrati	Causato dal Gruppo
Condizioni di lavoro dignitose e inclusive	Politiche di inclusione, diritto a un salario che permetta accesso ai servizi di base e possibilità di scegliere un lavoro dignitoso che si svolga in un ambiente che salvaguardi l'integrità fisica e mentale dei lavoratori	Gi Group, Lavoratori Somministrati, Candidati, Clienti	Causato dal Gruppo e direttamente collegato attraverso una relazione di business
Gestione etica della governance e resilienza del business	Stakeholder engagement e sviluppo di processi e meccanismi che possano accogliere le aspettative e mitigare conflitti, con focus sulla company reputation e supporto alla supply chain dei settori particolarmente colpiti dalla pandemia	Gi Group, Clienti	Causato dal Gruppo e direttamente collegato attraverso una relazione di business
Integrazione della CSR nel piano strategico	Perseguimento e integrazione degli SDGs nelle strategie, operations e governance aziendale, con obiettivo di supportare l'evoluzione del mondo del lavoro in ottica di sostenibilità	Gi Group, Clienti	Causato dal Gruppo e direttamente collegato attraverso una relazione di business
Protezione sociale e tutela delle categorie di lavoratori più vulnerabili	Politiche e programmi volti a ridurre e prevenire la povertà e lo stato di vulnerabilità dei lavoratori durante tutto il ciclo di vita, specialmente per le categorie più fragili (i.e. anziani, disabili, migranti)	Gi Group, Lavoratori Somministrati, Candidati	Causato dal gruppo
Evoluzione delle logiche e dei modelli del mercato del lavoro	Aumento della flessibilizzazione dell'occupazione per ridurre i costi e migliorare la produttività e aumento dei contratti non-standard per meglio conciliare vita lavorativa e privata	Gi Group, Lavoratori Somministrati, Candidati, Clienti	Causato dal Gruppo e direttamente collegato attraverso una relazione di business
Salute e sicurezza dei lavoratori	Compliance normativa e legislativa sul tema H&S per tutelare e proteggere il personale aziendale riguardo il proprio benessere psico-fisico	Gi Group, Lavoratori Somministrati, Clienti	Causato dal Gruppo e direttamente collegato attraverso una relazione di business
Differenze di genere nel mondo del lavoro	Contrasto al gender gap, allargatosi per via della recente crisi economica-sociale dovuta alla pandemia, che ha ulteriormente messo in luce la disparità tra uomo e donna	Gi Group, Lavoratori Somministrati, Candidati, Clienti	Causato dal Gruppo e direttamente collegato attraverso una relazione di business



4

**LAVORO
SOSTENIBILE**

4.1 IL PROCESSO DI “GESTAZIONE”

Nel suo agire Gi Group è guidata dalla profonda convinzione che è attraverso le azioni di oggi che diamo forma al futuro, facendo proprio il concetto di sviluppo sostenibile espresso da Brundtland nel suo Report del WCED (World Commission on Environment and Development) dal titolo “Our Common Future” (1987). Questa convinzione ha portato l’azienda, in occasione del suo ventesimo compleanno, a ripensare alla propria storia, analizzare il contesto e le sue trasformazioni per prepararsi ad affrontare il futuro, arrivando a scegliere di riscrivere i Valori aziendali inserendo fra loro la sostenibilità. Siamo infatti consapevoli che il percorso verso la sostenibilità è un cammino di continua crescita ed evoluzione, che è stato intrapreso ma rispetto al quale nessuno può sentirsi arrivato e sappiamo bene che tanto resta ancora da fare.

Lungo questo cammino Gi Group, consapevole del suo importante ruolo nel mondo del lavoro per aziende, persone e Società, ha sentito l’esigenza di dare vita a una sua Fondazione con l’obiettivo di sostenere lo sviluppo della cultura del lavoro, intesa come educazione al valore personale e sociale del lavoro, attraverso iniziative gratuite e culturali, non necessariamente connesse al business e non sottoposte alle logiche di convenienza del business, in grado di rafforzare, sia all’interno dell’azienda che all’esterno, il senso del lavoro, favorendo riflessioni su di esso, tenendo vivo il purpose aziendale e sollecitando in modo continuativo una discussione culturale e pratica per identificare soluzioni per migliorare il mondo del lavoro. La Casa Madre mantiene con la sua Fondazione un rapporto di interscambio intimo e profondo lasciandosi “contaminare”, “interrogare” e “sollecitare” rispetto ai temi del lavoro e finanziandone le attività.

Sostegno dell’accesso dei giovani al mondo del lavoro, riduzione di skill-mismatch, disoccupazione giovanile, tassi di neet, promozione di una flessibilità “virtuosa” in grado di rispondere alle esigenze delle aziende e al contempo garantire sicurezza alle persone, il futuro del lavoro: questi sono da sempre temi al cuore dell’attività della Fondazione. In occasione del ventesimo compleanno di Gi Group, la Fondazione ha dato vita a un progetto editoriale, “Next 20: il futuro del lavoro” pubblicato da Fondazione Gi Group e Harvard Business Review Italia, in cui studiosi di riferimento, a livello nazionale e internazionale in diversi ambiti di studio, hanno presentato le loro riflessioni rispetto alle sfide del mondo del lavoro nei prossimi 20 anni.

Questo percorso di costruzione di un framework, che guidi l’impatto che vogliamo avere nel nostro contesto, si è sviluppato durante l’ultimo anno all’interno della Capogruppo, e da questo punto di partenza si sta irradiando con sempre maggior chiarezza per mantenere allineato tutto il Gruppo.

Nonostante la natura variegata degli scenari economici e sociali in cui ci muoviamo in tutto in mondo, infatti, gli elementi da tenere in considerazione per la costruzione di un mercato del lavoro sostenibile sono declinabili e applicabili in tutti i contesti, partendo dalla ripartizione delle responsabilità tra Persone, Imprese e Istituzioni¹.

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

«Gi Group ha sentito l’esigenza di dare vita a una sua Fondazione con l’obiettivo di sostenere lo sviluppo della cultura del lavoro»



4.2 IL FRAMEWORK

“LAVORO SOSTENIBILE”: FONDAMENTO DELLA RIPARTENZA IN UN MONDO IN PROFONDO E VELOCE CAMBIAMENTO

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

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

Per evitare che si disgreghi il tessuto sociale ed economico del Paese sarà necessario agire velocemente coinvolgendo e facendo cooperare fra loro persone, organizzazioni, corpi intermedi, parti sociali, mondo della scuola e istituzioni per dare vita a sistemi produttivi, a sistemi di politica economica e a organizzazioni sociali profondamente trasformati, innovativi e flessibili per realizzare uno SVILUPPO SOSTENIBILE, «Capace di soddisfare i bisogni del presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri» (Our common future, Brundtland, 1987).

«Uno Sviluppo Sostenibile capace di soddisfare i bisogni del presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri»



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

Come sottolineato nel 2015 da Eurofound, «Lavorare in modo sostenibile significa, innanzitutto, creare le condizioni affinché le persone possano sviluppare la propria professionalità e rimanere attive durante tutta la loro vita in un'ottica di costante occupabilità, eliminando i fattori che scoraggiano od ostacolano l'ingresso, la permanenza e la crescita nel mondo del lavoro».

Poiché attraverso i nostri servizi vogliamo contribuire, da protagonisti e a livello globale, all'evoluzione del mercato del lavoro e all'educazione al valore personale e sociale del lavoro, abbiamo ritenuto urgente iniziare a confrontarci con imprese, parti sociali e istituzioni per meglio definire il concetto di «lavoro sostenibile» per persone, organizzazioni e società all'interno di contesti economici sviluppati, identificando le condizioni che possono favorire l'attuazione.

«Lavorare in modo sostenibile significa creare le condizioni affinché le persone possano sviluppare la propria professionalità e rimanere attive durante tutta la loro vita»

4.2.1 LA RESPONSABILITÀ DELLA PERSONA

<p>1. Svolgere un lavoro dignitoso, cogliendo il senso e il valore di ciò che si fa e del bisogno a cui si risponde alimentando la consapevolezza del proprio valore come persona e della propria professionalità perseguendo la soddisfazione lavorativa</p>	<p>Ciascuna persona contribuisce a rendere sostenibile il proprio lavoro e quello dell'azienda in cui opera attraverso il contributo dato e i comportamenti agiti nella generazione di valore per sé, per i clienti e per i colleghi, svolgendo le mansioni affidate con competenza, responsabilità e tensione all'eccellenza.</p> <p>Per essere sostenibile il lavoro deve essere dignitoso (SDG 8), così da permettere a ciascuno di perseguire in modo libero la propria soddisfazione lavorativa.</p> <p>La sostenibilità del lavoro è strettamente legata al senso che ognuno riconosce al lavoro svolto, alla congruità fra valori, interessi, competenze e mansioni e alla capacità di costruire attraverso di esso una propria identità personale (dimensione senso).</p> <p>Anche il rapporto di lavoro, inteso come contratto regolare, che riconosca una retribuzione in linea con la mansione, l'apporto dato e la qualità del lavoro svolto (dimensione legale ed economica) contribuisce a rendere ciascuno consapevole del proprio valore e della propria professionalità.</p> <p>Senso del lavoro e consapevolezza del proprio valore sono due primi elementi atti a creare le condizioni per poter perseguire la soddisfazione lavorativa che è anche determinata da:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ percezione di sicurezza (in termini di capacità occupazionale nel medio-lungo termine), di salute e sicurezza del luogo di lavoro e di facilità e velocità nelle transizioni di lavoro (dimensione sicurezza); ■ sviluppo continuativo di competenze tecniche, personali e sociali che rafforzano un'identità professionale e aprono a possibilità di crescita (dimensione competenza); ■ creazione di relazioni partecipative, collaborative, di fiducia caratterizzate da una comunicazione aperta e trasparente (dimensione relazionale); ■ presenza di un ambiente di lavoro inclusivo in cui le capacità e il contributo di ognuno siano riconosciuti, attivati e valorizzati (dimensione di valorizzazione); ■ grado di autonomia e responsabilità che può essere esercitato nella gestione del proprio lavoro in termini di modalità, orari, spazi e intensità di lavoro (dimensione di agilità).
<p>2. Tutelare il benessere psico-fisico individuale anche attraverso un corretto equilibrio vita professionale ed extra professionale</p>	<p>Se da un lato è compito dell'azienda assicurare un ambiente di lavoro salubre e sicuro, caratterizzato da processi di lavoro, strumenti, attrezzature e macchinari in grado di coniugare sicurezza e produttività, dall'altro ogni lavoratore può rendere il proprio lavoro più sostenibile assumendo comportamenti che siano rispettosi delle regole date a livello aziendale e sociale e imparando a gestire meglio il proprio compito lavorativo in termini di organizzazione individuale, effort, carico emotivo e stress.</p> <p>Oltre all'attenzione ai temi di salute e sicurezza, il benessere psico-fisico delle persone viene sostenuto dal lavorare in un contesto accogliente, inclusivo e collaborativo che pone attenzione al giusto equilibrio vita-lavoro, favorisca autonomia e responsabilità e metta a disposizione servizi di welfare e benessere.</p>
<p>3. Investire nello sviluppo delle competenze utili ad alimentare la propria professionalità e spendibilità nel mercato del lavoro per stare al passo con un mondo del lavoro in continua trasformazione</p>	<p>Ogni persona deve contribuire attivamente a rendere il proprio lavoro sostenibile, interessandosi e impegnandosi proattivamente nel rafforzamento delle proprie competenze.</p> <p>Nell'ambito del proprio lavoro deve essere sviluppata la capacità di “imparare ad imparare” prevedendo un adeguato e continuo spazio per la formazione e lo sviluppo professionale, attraverso percorsi di addestramento e aggiornamento utili sia per incrementare la propria capacità di generare valore, sia per sviluppare la propria carriera, sia per rimanere al passo con l'evoluzione della domanda di lavoro (cura dell'occupabilità personale).</p>
<p>4. Costruire relazioni professionali capaci di generare fiducia, riconoscimento, spirito di squadra e valorizzazione del talento</p>	<p>Ogni persona deve operare sentendosi “libera” di essere ed esprimere la propria specificità in modo rispettoso dell'altro e con una continua tensione a costruire relazioni basate sulla fiducia, sulla condivisione delle informazioni, sulla collaborazione e sul desiderio di contribuire attivamente al successo aziendale. Sviluppare il senso di cittadinanza attiva può agevolare questo percorso.</p> <p>La cittadinanza attiva porta sia a partecipare attivamente alla vita sociale vedendo gli altri come un aiuto e una risorsa per affrontare e risolvere insieme i problemi che riguardano la collettività sia a impegnarsi in prima persona per realizzare attività che consentano di raggiungere obiettivi comuni, diventando protagonisti di cambiamenti migliorativi.</p>

4.2.2 LA RESPONSABILITÀ DELLE IMPRESE

<p>1. Accrescere la resilienza e la capacità di rispondere in modo agile ai cambiamenti del mercato</p>	<p>In un contesto estremamente incerto e mutevole, il ruolo delle imprese nel contribuire alla sostenibilità del lavoro si istanzia nella capacità di migliorare la propria resilienza. Ciò comporta la capacità di gestire le risorse in modo bilanciato per poter crescere senza perdere in agilità. Un significativo contributo per creare il giusto assetto operativo può venire dall'uso di soluzioni di flessibilità tutelata che, pur garantendo la necessaria adattabilità delle imprese alla fluttuazione del mercato, favoriscano al massimo la permanenza delle persone "nel lavoro" anche attraverso esperienze temporanee caratterizzate da parità di trattamento con i lavoratori assunti a tempo indeterminato, e da strumenti che facilitino e sostengano l'accesso e la continuità di lavoro anche durante le fasi di transizione.</p>
<p>2. Privilegiare l'innovazione e la creazione di valore come guida per la gestione del cambiamento del medio-lungo periodo identificando nuove modalità con cui coniugare efficienza, produttività e distribuzione del profitto</p>	<p>L'innovazione dei processi, dei prodotti e dei modelli di business come fattore indispensabile per assicurare la competitività dell'impresa nel medio-lungo periodo è un elemento essenziale per la sostenibilità del lavoro. Per questo deve essere perseguita, sostenuta e incentivata l'innovazione intesa, soprattutto, come capacità di rispondere ai nuovi bisogni del mercato e delle persone con soluzioni di valore, con l'uso esteso delle tecnologie digitali, con metodologie di gestione del cambiamento, con nuove modalità di organizzazione del lavoro e nuovi stili di leadership più "partecipativi ed inclusivi" per favorire una maggiore assunzione di responsabilità e di coinvolgimento nelle evoluzioni aziendali da parte di tutti. In tal senso, la digitalizzazione dei processi deve essere vista non solo in chiave di automazione e produttività ma, anche, come modalità per abilitare nuove forme di collaborazione e accessibilità al know-how aziendale.</p>
<p>3. Assicurare diritti umani e lavoro dignitoso ed inclusivo per poter valorizzare anche le persone più "fragili"</p>	<p>L'impresa svolge la propria attività garantendo diritti umani e condizioni di lavoro dignitoso alle persone che coinvolge direttamente (dipendenti) e indirettamente (fornitori e partner). Promuovere il lavoro sostenibile vuol dire anche accorgersi e farsi carico delle persone "fragili" cogliendo e valorizzando le loro capacità e sensibilità che diventano risorse produttive, motivazionali e valoriali, mettendo in atto politiche di inclusione con impatto a livello culturale e organizzativo.</p>
<p>4. Investire nella formazione e nella valorizzazione delle persone rendendole ingaggiate e produttive</p>	<p>Nel contesto volatile, incerto, complesso e ambiguo attuale l'obsolescenza delle competenze è un rischio costantemente presente. La sostenibilità del lavoro richiede all'azienda di porre grande attenzione allo sviluppo del capitale umano attraverso l'identificazione e il finanziamento dei percorsi di formazione necessari per far evolvere le competenze tecniche e trasversali "necessarie" a mantenere sia la competitività dell'azienda sia l'occupabilità dei lavoratori. La formazione professionale e manageriale così come la qualificazione e la ri-qualificazione delle persone è diventato un elemento chiave per la sopravvivenza e l'evoluzione di ogni organizzazione e deve essere perseguita e sostenuta con specifici processi e strumenti capaci di motivare e facilitare l'apprendimento continuo non solo a livello personale ma anche organizzativo. In questo ambito è importante arrivare alla certificazione delle competenze professionali.</p> <p>La valorizzazione del capitale umano presuppone anche lo sviluppo di soluzioni organizzative capaci di assicurare la regolarità di contratti, retribuzioni e contribuzioni, la salute psico-fisica e il benessere delle persone, nonché un ambiente di lavoro non discriminatorio, inclusivo, equo e meritocratico, che mette a disposizione soluzioni per favorire un soddisfacente equilibrio fra vita professionale e privata.</p>

<p>5. Creare un ambiente di lavoro capace di valorizzare donne, giovani e persone con significativa anzianità lavorativa, assicurando equità, meritocrazia e soluzioni di lavoro coerenti con le loro specifiche esigenze</p>	<p>Valorizzare appieno il talento e il contributo di donne, giovani e persone con significativa anzianità lavorativa è una priorità assoluta per la sostenibilità del lavoro che presuppone l'eliminazione delle barriere per il loro ingresso e sviluppo nell'azienda, l'adozione di un approccio che combini fra loro equità, meritocrazia e risposte coerenti alle differenti esigenze, l'apertura verso nuove modalità di lavoro e stili di leadership.</p>
<p>6. Ridurre gli sprechi e porre attenzione all'impatto ambientale e sociale agendo in ottica di promozione e competitività del territorio</p>	<p>L'impegno dell'azienda al sostegno dei bisogni della società civile e allo sviluppo delle filiere in cui si opera attuando politiche di responsabilità sociale d'impresa così come lo sviluppo di un'economia circolare, la riduzione degli sprechi di risorse economiche, naturali ed energetiche e la riduzione di inquinamento e rifiuti contribuiscono alla sostenibilità del lavoro attraverso lo sviluppo della competitività e della resilienza dei territori in cui si opera.</p> <p>Questo approccio sottende un impegno dell'azienda nel creare valore condiviso con tutti gli stakeholder in modo duraturo nel tempo (rispetto e trasparenza verso dipendenti, clienti, fornitori e distributori, ambiente e comunità) misurando le decisioni di business, analizzando tutti gli impatti economici e non economici che esse determinano e comunicando gli impatti di sostenibilità delle decisioni per ciascun stakeholder.</p>



4.2.3 LA RESPONSABILITÀ DELLE ISTITUZIONI

<p>1. Sostenere lo sviluppo delle aziende attraverso efficaci politiche industriali capaci di creare opportunità di lavoro</p>	<p>Per rendere il lavoro sostenibile occorre innanzitutto rendere possibile la creazione di opportunità di lavoro. Le istituzioni sono chiamate a valorizzare il contributo fornito dalle aziende nella generazione di valore per il Paese e di occasioni di lavoro per le persone, realizzando interventi per risolvere i problemi strutturali e infrastrutturali (es. strade, connessioni internet), definire politiche industriali volte allo sviluppo "sostenibile" dei territori, favorire la competitività del mercato del lavoro e incentivare gli investimenti in innovazione, ponendo attenzione agli impatti ambientali.</p> <p>È anche necessario innovare i processi e le procedure connesse al lavoro semplificando i passaggi e le richieste di produzione di documentazione creando standard comuni e condivisi.</p>
<p>2. Combattere efficacemente il lavoro nero e l'evasione contributiva e fiscale</p>	<p>Occorre innanzitutto far emergere dall'informalità i lavori fino ad ora "invisibili" (es. agricoltura, turismo, ristorazione, logistica, lavoro domestico, lavoro di cura, servizi alla persona) riducendo le imposizioni contributive e fiscali a carico del datore di lavoro e favorendo il ricorso a strumenti contrattuali che permettano la regolarizzazione dei lavoratori. Vanno pertanto rafforzati controlli e sanzioni con efficacia reale al fine di eliminare tutte le forme di sfruttamento e di lavoro irregolare.</p>
<p>3. Sviluppare le politiche attive del lavoro e sostenere un più veloce ed efficace incontro fra domanda e offerta attraverso la collaborazione fra pubblico e privato nell'attuazione dei servizi al lavoro, con particolare attenzione a donne, giovani, persone con significativa anzianità lavorativa e lavoratori fragili</p>	<p>L'incertezza e la volatilità del mercato si ripercuotono sul mondo del lavoro rendendo necessario un intervento da parte delle istituzioni per ridurre il più possibile la pressione sugli ammortizzatori passivi e supportare la riconversione delle professionalità che non risulteranno adatte al nuovo mercato del lavoro. Diventa quindi indispensabile sviluppare le politiche attive del lavoro e mettere in campo servizi di formazione mirata agli sbocchi occupazionali esistenti, favorendo una riqualificazione che sposti le professionalità da settori e attività in declino a settori e attività in evoluzione, così come servizi di orientamento professionale differenziati con particolare attenzione a per giovani e adulti, per categorie di persone disabili fisiche e psichiche e servizi di assistenza intensiva personalizzata a chi si trova in difficoltà nella ricerca della nuova occupazione.</p> <p>Di conseguenza, occorre:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ riequilibrare la spesa pubblica fra politiche del lavoro passive e politiche del lavoro attive a favore di queste ultime; ■ prevedere il coinvolgimento dei percettori di ammortizzatori sociali in lavori di pubblica utilità o in attività formative "in linea con richieste del mercato" che favoriscano il loro reingresso nel mondo del lavoro; ■ valorizzare le competenze e l'expertise delle Agenzie per il lavoro private per favorire un miglior incrocio fra domanda e offerta di lavoro e promuovere maggior cooperazione fra CPI e operatori privati.

<p>4. Promuovere la flessibilità «sostenibile» che risponda alle necessità delle aziende e delle persone tutelando e accompagnando negli equilibri vita-lavoro e nel corso delle transizioni di lavoro</p>	<p>Diventa sempre più urgente dare vita a un mercato del lavoro in cui l'incontro fra domanda e offerta sia più dinamico. Tale dinamicità può essere favorita da una maggior trasparenza rispetto ai dati del mercato (per area geografica, genere, età, tipologia contrattuale, livello di istruzione, livello di reddito; secondo standard uniformi e condivisi, continuamente aggiornati e accessibili) e da una maggior semplicità di accesso e utilizzo di forme contrattuali che permettano un veloce e flessibile adattamento della forza lavoro o delle ore di lavoro ai volumi produttivi e alle caratteristiche della domanda di mercato garantendo contestualmente alle persone una piena tutela di diritti e di trattamento e supportando in modo efficace le persone nelle transizioni di lavoro (da scuola a lavoro e da lavoro a lavoro).</p> <p>In particolare, guardando al lavoro somministrato tramite Agenzia, che offre maggior possibilità di continuità lavorativa ai lavoratori, appare urgente eliminare le limitazioni introdotte dagli ultimi interventi normativi.</p> <p>Per garantire una Flessibilità "sostenibile" sia per le persone che per le aziende le istituzioni sono chiamate anche a intervenire per favorire un maggior equilibrio fra tempi di vita e di lavoro investendo in infrastrutture, in soluzioni di servizio a costi calmierati, in interventi economico-fiscali e incentivi organizzativi volti a supportare flessibilità di orari, sostegno alle attività di cura, nonché in azioni volte a incentivare una più equa redistribuzione dei carichi di cura all'interno dei nuclei familiari.</p>
<p>5. Ridurre il disallineamento formativo promuovendo una formazione personale e professionale di qualità per attivare, alimentare e aggiornare le capacità e le competenze delle persone</p>	<p>Il fenomeno del disallineamento formativo (skill mismatch) drena energie e risorse al mondo del lavoro (milioni di posti di lavoro restano scoperti ogni anno per mancanza di persone in grado di ricoprirli) e va affrontato in modo strutturale e sistemico.</p> <p>Per rendere il lavoro sostenibile, le istituzioni dovranno:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ sollecitare la revisione dei programmi scolastici e rafforzare i momenti di connessione e contaminazione fra scuola e mondo del lavoro (tirocini, stage, apprendistati); ■ investire con determinazione sulla formazione e l'aggiornamento continuo delle competenze delle persone di tutte le età per renderle coerenti alle esigenze del mercato e alla sua evoluzione, finanziando con risorse pubbliche solo i corsi di migliore qualità in base al tasso di efficacia della formazione impartita (tasso di coerenza tra formazione impartita e sbocchi occupazionali effettivi) alimentando così l'occupabilità delle persone e rendendo possibile spostare professionalità fra settori diversi; ■ investire in soluzioni che rendano possibile l'effettiva attivazione delle capacità delle persone; ■ promuovere la definizione di sistemi di certificazione competenze con validità nazionale ed internazionale².

2. Fonte Fondazione Gi Group Il Framework - Fondazione Gi Group



5

**LE NOSTRE
PERSONE**

5.1 LE NOSTRE PERSONE

Ad inizio anno, prima che fossimo tutti travolti dalla crisi mondiale, abbiamo lanciato una campagna globale per far rivivere a tutti con esempi concreti la nostra Mission e i nostri Valori. Siamo stati fortunati, perché questo ci ha aiutato mese dopo mese a ricordare a tutti il perché stiamo insieme in questa impresa di voler cambiare per il meglio il mondo del lavoro e il come lo possiamo fare seppure in mezzo ad una crisi inaspettata.

È stato grazie ai nostri Valori che abbiamo tenuto insieme ogni giorno tutti i dipendenti, uniti anche se a distanza. E partendo da questo obiettivo abbiamo riorganizzato il nostro programma di lavoro e ci siamo dedicati prima di tutto alla cura di ciascuno. Ogni Paese ha vissuto in maniera distinta e in tempi differenti l'esperienza della Pandemia, dovendosi confrontare con le specifiche misure definite dai governi nazionali e con impatti diversi sui diversi business e attività.

Non è venuto meno però il punto di riferimento centrale, che ha permesso di incrementare addirittura il senso di appartenenza, proprio durante la crisi.

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

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

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

Ci siamo dedicati a diffondere e rendere disponibili tutti i contenuti necessari per gestire il lavoro a distanza e per supportare clienti, candidati e lavoratori. La formazione on line non è una novità in Gi Group, ma nel 2020 i contenuti sono aumentati in modo esponenziale, così come il knowledge sharing e la condivisione di best practices.

Oltre a questo, abbiamo mantenuto il piano operativo delle iniziative globali, in particolare:

- è stata creata la strategia e la funzione dedicata all'Employer Branding che avrà il suo pieno sviluppo nel 2021 come descritto di seguito;
- è stata completata la mappatura per il lancio dei percorsi di sviluppo e carriera a livello mondiale;
- sono state disegnate nuove funzionalità del sistema di gestione del personale;
- sono stati rinforzati i team HR locali.

TALENT ACQUISITION & EMPLOYER BRANDING

In linea con la strategia del Gruppo, la funzione HR ha finalizzato il disegno della Employee Value Proposition. Sono inoltre state rinforzate le iniziative di comunicazione, oltre che la condivisione di informazioni e scambio di conoscenza con stakeholder interni e esterni (Knowledge Sharing). In aggiunta, si sono formalizzati messaggi chiave, EVP rallying cry, tono di voce e contenuti per le prossime campagne di comunicazione tramite social media e altre canali di riferimento, online e offline.

A questo proposito, oltre alle tradizionali metodologie e tecniche di talent acquisition, abbiamo pianificato specifiche iniziative di employer branding volte a posizionare il Gruppo e i singoli brand sul target audience di riferimento, per essere riconosciuti come un "Employer of choice".



5.1.1 COMUNICAZIONE INTERNA

Nel corso del 2020, complice anche l'impatto che il Covid-19 ha avuto sulle dinamiche lavorative, il focus principale della comunicazione interna è stato l'engagement delle persone, il knowledge sharing e la creazione e implementazione di piattaforme e format che puntano al raggiungimento di una prospettiva globale, attraverso una serie di iniziative e progetti.

COMUNICAZIONE INTERNA DEL CEO

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

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

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

APP GINET SOCIAL

Con obiettivo di promuovere il rafforzamento della cultura della collaborazione e del knowledge sharing a livello globale, e allo scopo di creare una piattaforma smart e interattiva per aumentare l'engagement e l'interazione, nel 2020 è stata ufficialmente lanciata l'app GiNET Social.

Globalmente nel 2020 contiamo:

- circa 30.000 accessi a GiNET Social;
- 8679 post;
- oltre 26.000 like;
- circa 5900 commenti.

ENERGY MATRIX & ENERGY PULSE

Nel mese di Febbraio 2020 è stata lanciata l'Energy Matrix, la nostra survey interna biennale volta a valutare il livello di energia dell'organizzazione e ad individuare le priorità su cui focalizzarsi nel biennio successivo.

L'edizione 2020 ha visto 2863 rispondenti a livello globale e ha portato risultati complessivamente soddisfacenti, soprattutto considerando che, in particolare in Italia, la tempistica ha coinciso con un momento storico particolarmente delicato.

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

Nel 2020 sono state inoltre lanciate due edizioni della Energy Pulse, survey interna breve e più frequente, che ha lo scopo di raccogliere feedback in modo continuo e ricorrente.

L'edizione di Luglio 2020 ha visto 846 rispondenti; l'edizione di Novembre 2020 ha visto 2540 rispondenti.

CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE INTERNA GLOBALE

Nel 2020, allo scopo di rinforzare l'awareness sui sei nuovi Valori di Gi Group, abbiamo dedicato i mesi da Luglio a Dicembre a ciascuno di essi, sviluppando la condivisione di temi correlati, parallelamente a iniziative di engagement sulle piattaforme di comunicazione interna.

Sono state poi sviluppate, oltre alle comunicazioni relative a progetti strategici, anche campagne tematiche, come:

- International Women's Day;
- Internal Job Opportunities;
- Global Wellbeing Weeks;
- International Day for the Elimination of Violence Against Women.



5.1.2 FORMAZIONE E SVILUPPO

Il 2020 è stato un anno di enormi opportunità per la formazione e lo sviluppo delle nostre persone, nonostante le difficoltà legate alla pandemia. Si è realizzato un intenso investimento, sia umano ed economico, sulle iniziative formative sia a livello globale che a livello locale, per supportare i nostri dipendenti nel in un momento così difficile. In particolare, le iniziative hanno riguardato temi legati sia alle competenze trasversali sia alle competenze professionalizzati, unite a iniziative di supporto legate alla gestione della crisi pandemica e di rinforzo dei Valori aziendali. L'investimento lungimirante - già previsto prima della pandemia - sulla formazione digitale ha consentito non solo di confermare la realizzazione dei progetti già a piano per il 2020 ma di incrementare come mai prima d'ora le opportunità formative offerte ai nostri dipendenti attraverso numerosi progetti.

WELCOME ON BOARD

Nel 2020 è stata confermata e ulteriormente rafforzata l'utilizzo del "Welcome On Board" in formato digitale per dare il benvenuto ai nuovi colleghi e fornire fin dal primo giorno in azienda le principali informazioni utili per orientarsi nell'organizzazione. Il corso, erogato in modalità eLearning, viene erogato automaticamente ad ogni nuovo assunto, grazie all'integrazione con il nostro sistema gestionale HR.

VIRTUAL GLOBAL INDUCTION

La situazione pandemica ci ha dato l'opportunità di ridisegnare completamente l'evento della Global Induction, solitamente tenuto in presenza, per poterla erogare a distanza. L'evento, suddiviso in momenti diversi durante 4 settimane, ha coinvolto 36 persone di Paesi diversi ed è stato erogato a distanza tramite Zoom. Tramite attività interattive e coinvolgenti, i partecipanti sono stati coinvolti sia in presentazioni di strategie aziendali e modelli di business da parte del Top Management sia in sessioni di condivisione dei Valori di gruppo e di multiculturalità.

CATALOGHI FORMATIVI DIGITALI

Nel 2020 è proseguito il lavoro sul progetto triennale "Build the future" dedicato ad oltre 1300 colleghi della Practice Temp&Perm in tutto il mondo, in particolare con il lancio di circa 20 nuovi contenuti formativi professionalizzanti, erogati in modalità eLearning, per chi fa parte della practice. I temi della "Temp&Perm Digital Learning Library" spaziano dallo sviluppo delle competenze chiave in ambito Sales (es. Networking, Customer Need Analysis, Negotiation ...) all'approfondimento di processi e strumenti dedicati.

È stata inoltre lanciata la Wyser Digital Learning Library, con contenuti eLearning incentrata su 3 ambiti (Business Model, Sales, Service), per un totale di 11 nuovi corsi professionalizzanti dedicati alla practice. I moduli eLearning si distinguono per l'interattività e l'utilizzo di metodologie coinvolgenti come la "gamification", utilizzando scenari alternativi di situazioni lavorative reali per spiegare i comportamenti efficaci.

WEBINAR INTERNI PER LA CONDIVISIONE DELLA CONOSCENZA

Sono state lanciate, per la prima volta, delle serie di webinar a livello Globale, con speaker interni e aperti a tutte le persone interessate, con modalità autoiscrizione. I seminari spaziano da temi Sales (7 steps for Successful Sales; Hunting, Farming...) a temi professionalizzanti per il tipo di lavoro (Temp&Perm; Search&Selection), fino a temi di interesse generale (es. produttività).

MENTAL ENERGY PROGRAM

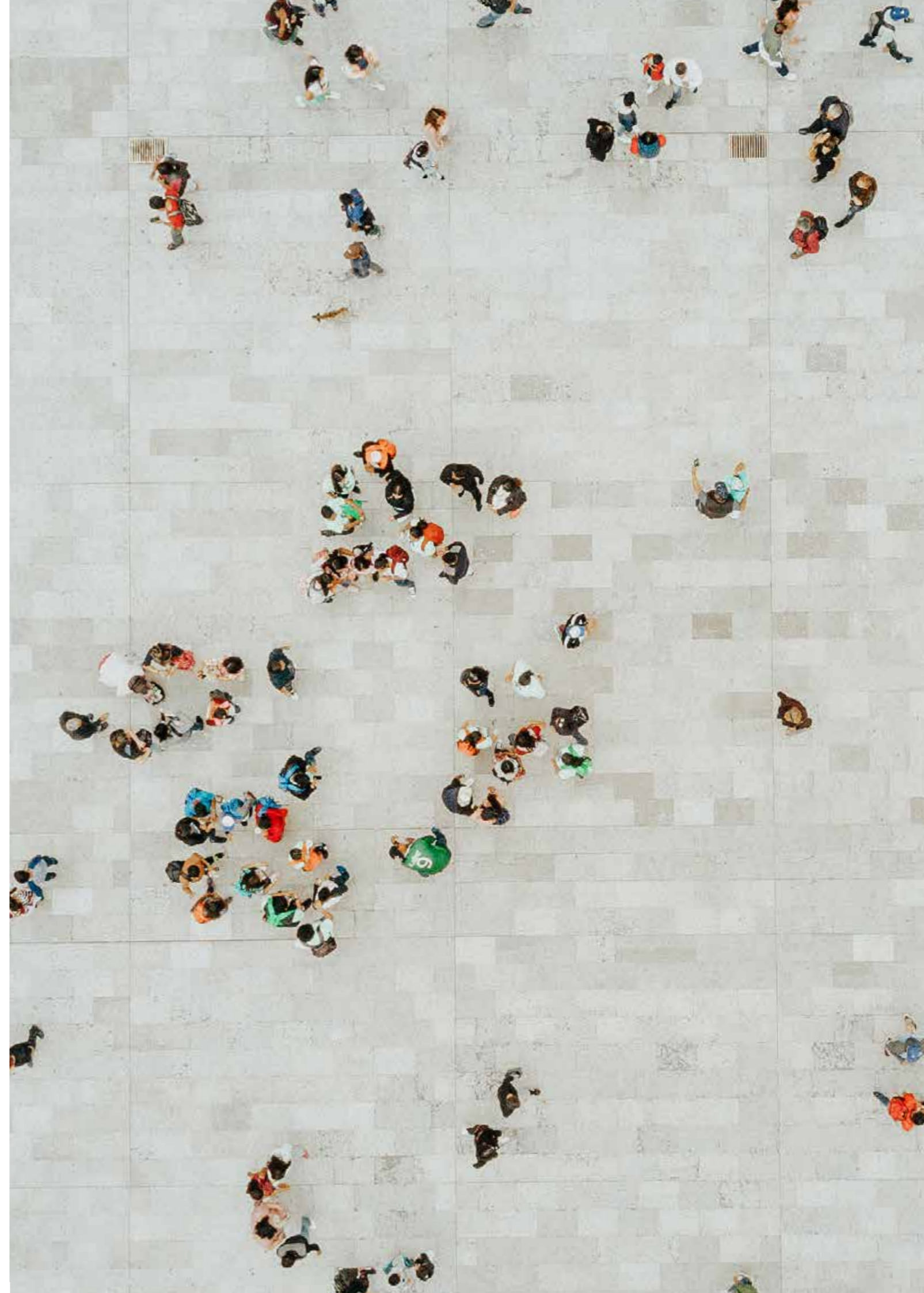
Nel mese di aprile abbiamo lanciato a livello globale un programma di supporto alle nostre persone, mirato a offrire counseling gratuito a tutti i dipendenti. Attraverso una survey abbiamo raccolto le esigenze delle persone su specifici temi (es. benessere psico-fisico nel lavoro a distanza; supporto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

ROAD

Nel 2020 è proseguito, seppur con comprensibili rallentamenti, il progetto di cambiamento culturale legato all'introduzione di ROAD.

ROAD (Reward, Objective Setting, Appreciation, Development) è il nuovo approccio di Gi Group alla valorizzazione e al potenziamento delle performance dei propri dipendenti, al fine di diffondere una cultura della prestazione orientata allo sviluppo della persona e basata sull'apprezzamento e sul riconoscimento dei risultati raggiunti. Il processo è gestito in una specifica area nel sistema gestionale HR Pro, consentendo la gestione e la condivisione di obiettivi e feedback tra capo e collaboratore.

Il progetto di cambiamento è supportato da contenuti formativi mirati sia al supporto all'apprendimento del nuovo strumento, tramite videotutorial, sia all'apprendimento di competenze e comportamenti efficaci per la gestione dei momenti principali del percorso.



5.1.3 HR & TRAINING ANALYTICS

Nel 2020, nonostante la pandemia, il Gruppo ha proseguito la sua crescita a ritmi intensi, sia attraverso espansioni in Paesi dove siamo direttamente presenti, che attraverso nuove acquisizioni.

Le Countries dove è presente il maggior numero di dipendenti sono l'Italia, il Brasile ed il Regno Unito. La Cina, al terzo posto fino allo scorso anno, nel 2020 viene superata sia da Germania che da Spagna.

Con l'acquisizione di Career Arc, per la prima volta nella storia del gruppo, colleghi americani entrano a far parte dell'azienda; una opportunità per tutti per ampliare la nostra comunità e la nostra diversità multiculturalità.

Nel corso del 2020 abbiamo assunto oltre 1282 nuovi colleghi, il 21,1% (270) dei quali con contratti di Internship/Apprentice-trainee, dimostrando ancora una volta la volontà del Gruppo di investire nella formazione dei giovani.

L'età media in azienda è di 35,6 anni e l'anzianità aziendale media è di 5,2 anni.

Il 72% della popolazione è donna di cui il 7,1% ricopre ruoli manageriali.

5,2

Anzianità aziendale media (anni)

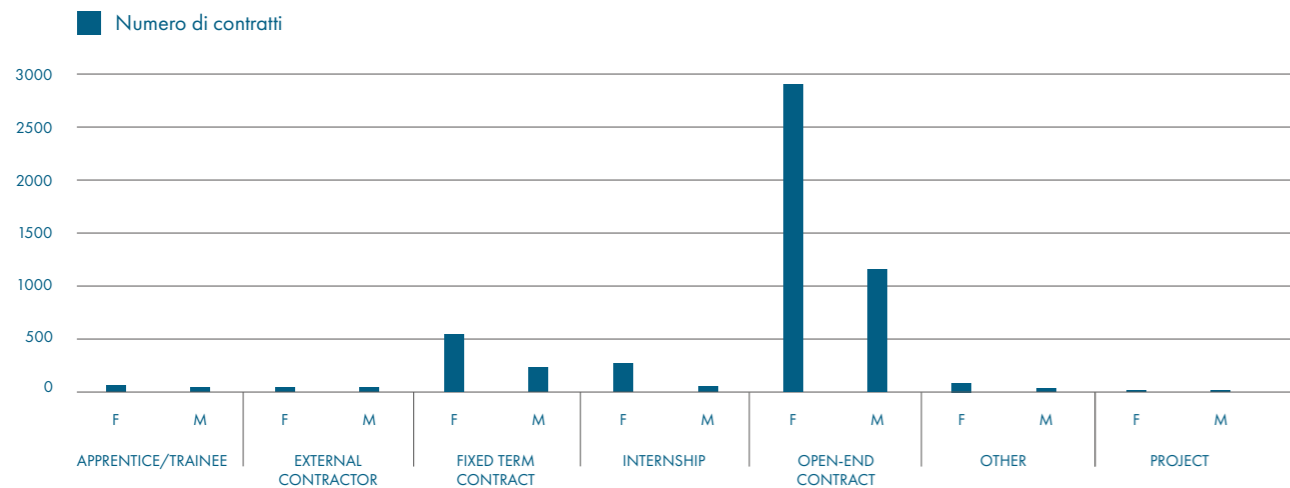
35,6

Età media

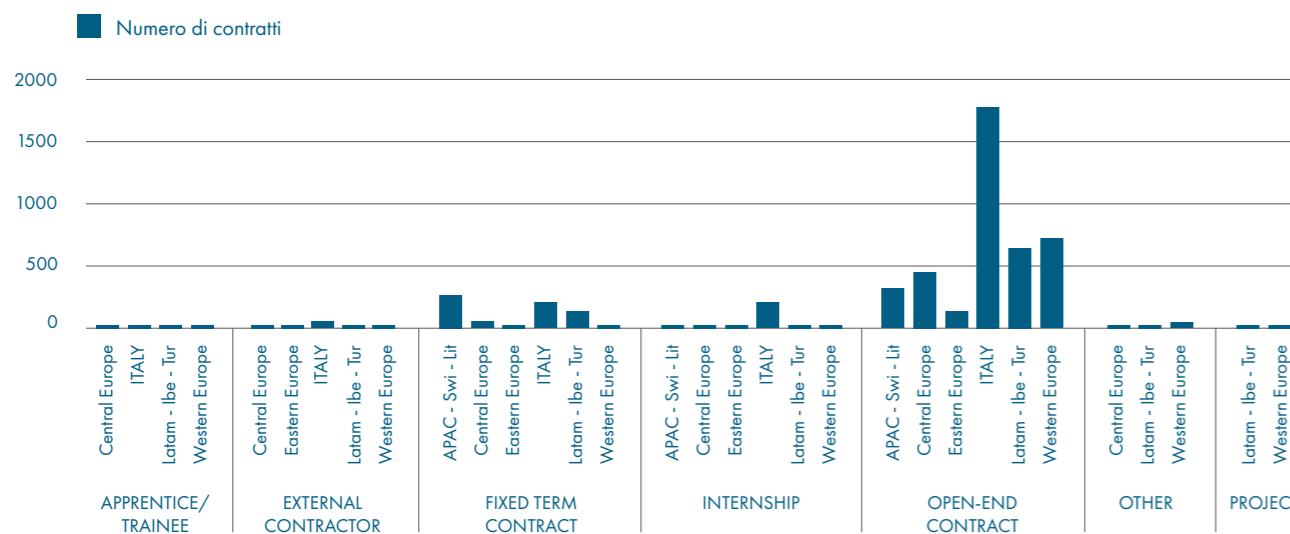
5357

Totale dipendenti

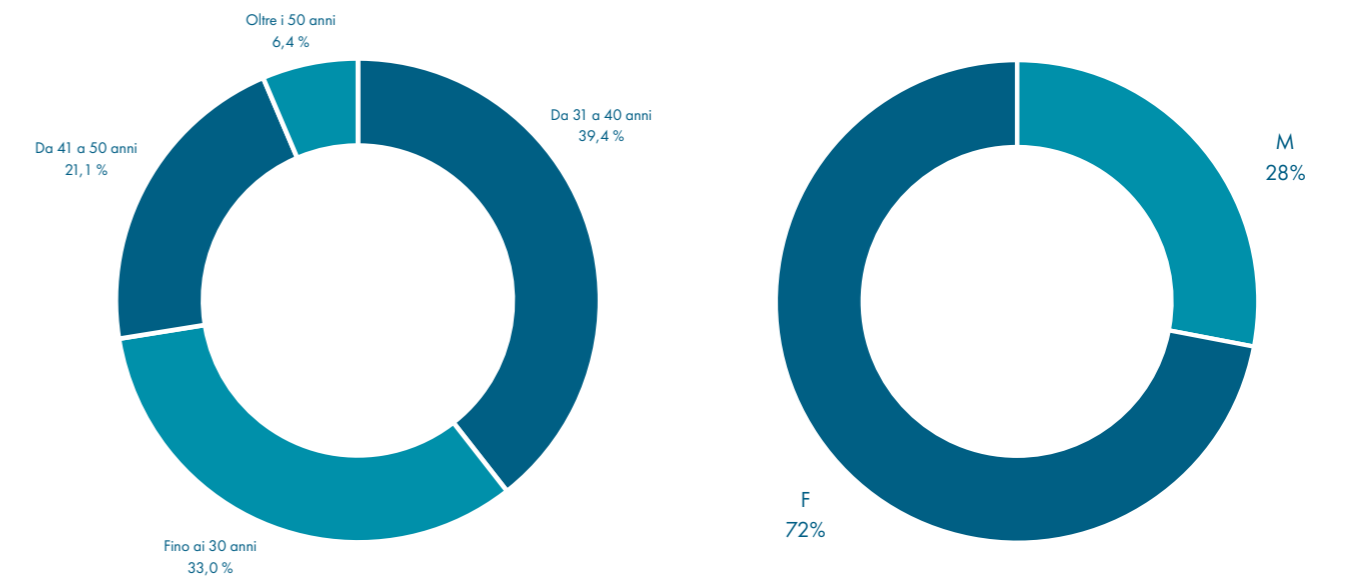
Numero totale dipendenti per contratto di lavoro (indeterminato/determinato) per genere:



Numero totale di dipendenti per contratto di lavoro (a tempo indeterminato e determinato), per area geografica:



Suddivisione forza lavoro per genere e età tra i dipendenti:



97% Turnover COM Rate

68% Total Turnover Rate

28% New Hired Turnover Rate

«Nel 2020, nonostante la pandemia, il Gruppo ha proseguito la sua crescita a ritmi intensi, sia attraverso espansioni in Paesi dove siamo direttamente presenti, che attraverso nuove acquisizioni»

Per quanto riguarda l'attività formativa del 2020, i dati mostrano un incremento estremamente significativo delle ore di formazione erogate, dovuto a una serie di fattori, tra cui:

- creazione e conversione di corsi da modalità fisica a modalità digitale, ampliando quindi il numero di partecipanti ammessi;
- realizzazione di webinar locali e globali per agevolare e rafforzare il knowledge sharing interno;
- erogazione in digitale di formazione finanziata a livello locale, orientata al supporto alla forza lavoro durante la pandemia, su temi come soft skill.

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

- 138.658 (vs 84.630 in 2019): ore totali di formazione erogata – con un incremento del 64% rispetto al 2019 e del 81% rispetto al 2018
- 1.074 (vs 1.142 in 2019): corsi erogati nel 2019 – con una riduzione del 6% rispetto al 2019 e un aumento del 6% rispetto al 2018.

Il numero medio di ore di formazione erogato a ciascun dipendente di Gi Group nel 2020 è pari a 25,9 - in aumento dell'61% rispetto al dato medio del 2019 (16,1 ore).

I risultati appena presentati sono il frutto di attività formative svolte sia nelle varie Country dove il Gruppo opera che di percorsi formativi organizzati dalla funzione Global HR.

Nel grafico relativo vengono presentate le ore di formazione media erogate in ciascun Paese (la dicitura "altri" riguarda: Turchia, Cina, Serbia, Ungheria, Paesi Bassi, Ucraina, Romania, Bulgaria, Polonia, India, USA e Francia).

I contenuti dell'offerta formativa sono coerenti con la strategia del Gruppo e con le priorità di business di ogni Country e, in continuità con il 2019 sono raggruppabili in 4 macro ambiti:

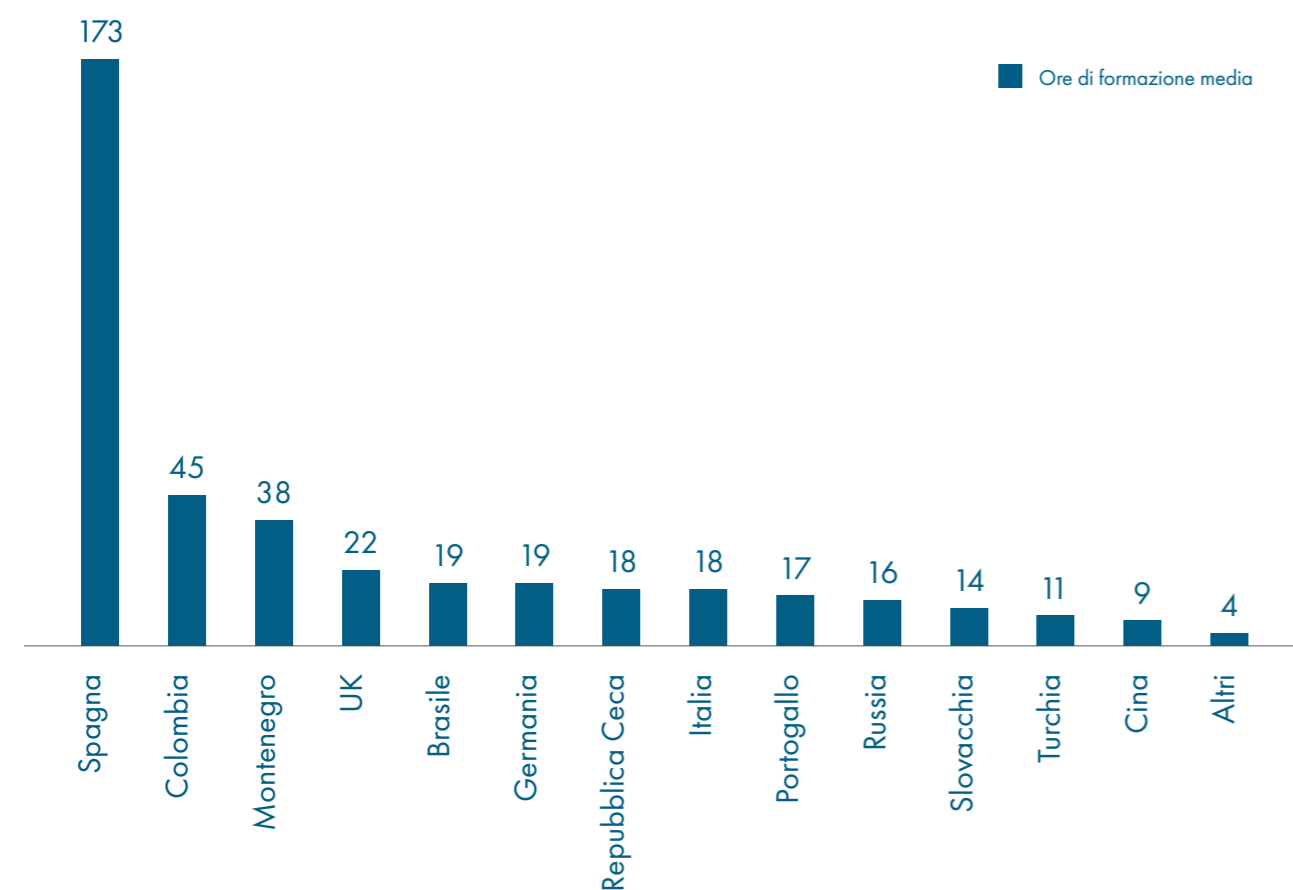
- competenze tecnico-specialistiche (legate al ruolo o ai processi)
- competenze trasversali (es. soft skills)
- formazione in ingresso/ sugli strumenti di lavoro
- formazione obbligatoria/ ambito legale (es. Sicurezza sul lavoro, normativa vigente nei singoli mercati del lavoro...)

Nel 2020 si è ulteriormente intensificato l'utilizzo della piattaforma eLearning Docebo per l'erogazione dei corsi a distanza e, in funzione della pandemia, si rileva una sostanziale parità tra i volumi dei corsi erogati online e quelli erogati in aula.

Relativamente a specifici corsi legati a temi di CSR: i corsi di formazione su Codice Etico e CSR sono stati usufruiti da più di 3000 dipendenti in tutto il mondo.

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

Ore di formazione erogate a ogni dipendente (media per paese) 2020:



5.1.4 LE NOSTRE PERSONE - INIZIATIVE A LIVELLO NAZIONALE

ITALIA

L'IMPATTO DELLA PANDEMIA SULLE STRATEGIE HR

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

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

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

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

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

Nonostante gli investimenti significativi nella gestione di tutte le complessità derivanti dall'emergenza Covid, anche nel 2020 sono stati rafforzati diversi Team, sia dal punto di vista qualitativo che quantitativo: abbiamo infatti accolto nella nostra struttura oltre 450 nuove risorse, suddivise tra assunzioni dirette e tirocini, in previsione dello sviluppo auspicato per il 2021.

COMUNICAZIONE INTERNA, FORMAZIONE E SVILUPPO

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

ADISTANZAMAINSIEME

Il progetto di ingaggio dei dipendenti è stato lanciato durante il lockdown come un ampio palinsesto bisettimanale di attività da svolgere insieme da remoto, per ridurre le distanze tra le persone e verso l'azienda. Tra le attività promosse, aperte a tutti i dipendenti del Gruppo: il lancio di un contest per la realizzazione di video collaborativi tra colleghi; l'utilizzo della app aziendale per condividere foto e pensieri in occasione dei momenti di festa; l'organizzazione di webinar sulla genitorialità; l'apertura di un workgroup sulla Intranet aziendale per scambiarsi consigli sulle attività di tempo libero e i giochi da fare in casa con i propri bambini.

■ CONTAGI D'ARTE

Il ciclo di webinar con respiro culturale, inizialmente dedicato ai dipendenti e poi aperto a famigliari e clienti, ha avuto lo scopo di creare momenti di arricchimento culturale e benessere, attraverso scorci d'arte aperti nel panorama desolato del lockdown.

■ LIBRIAMOGI

L'istituzione di un workgroup dedicato prettamente agli appassionati della lettura, ha creato un luogo virtuale in cui poter scambiare opinioni, suggerimenti e riflessioni, creando nuove relazioni di vicinanza tra i colleghi. In poche settimane, il gruppo ha superato le 300 adesioni.

■ A CACCIA DI SCINTILLE

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

■ #DIGITALWELLBEINGPILLS

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

B*RIGHT, LA CORPORATE UNIVERSITY DEL GRUPPO

Al di là del numero ingente di ore di formazione erogate e progetti avviati, il focus resta, anche per il 2020, sul diverso approccio che b*right ha sviluppato, raggiungendo e coinvolgendo tutti i dipendenti attivamente e su diversi livelli, anche attraverso il team di Ambassador, e l'apertura a interventi di sharing delle competenze promossi dai colleghi stessi.



B*RIGHTONAIR PER I DIPENDENTI

Il programma di webinar volto a favorire il knowledge sharing e la crescita di competenze ha visto la realizzazione di 25 webinar svolti tra aprile e luglio e 5 webinar in calendario per settembre-ottobre 2020, con 1839 partecipanti.

Un programma aperto a tutti i dipendenti del Gruppo per favorire il knowledge sharing e la crescita di competenze, incoraggiando una cultura della condivisione e dell'apprendimento continuo. Il programma si concretizza nell'organizzazione di brevi webinar tematici e si fonda sul principio della volontarietà: chiunque, all'interno del Gruppo, può proporsi come relatore portando un tema di potenziale interesse collettivo e, parallelamente, chiunque può partecipare come uditore ai webinar promossi. La funzione di Training & Development svolge un ruolo di "cabina di regia" dell'evento, supportando i relatori dalla fase di progettazione e nell'organizzazione fino all'erogazione e al monitoraggio dell'evento. Tutti i webinar sono raccolti inoltre in una library digitale per una fruizione successiva.

Nel 2020 sono stati organizzati più di 40 webinar che hanno raccolto centinaia di adesioni, con un coinvolgimento complessivo dell'84% della popolazione aziendale.

B*RIGHT DIGITAL

Nuovi corsi e-learning a sottoscrizione libera su Docebo (concentrati nella sezione Free Resources) che comprendono sia una Global Library che una sezione local, e spaziano da tool più operativi (come la Guida Pratica all'utilizzo di Zoom) a skills trasversali, come:

- collana "Allena le core competence";
- ResultDriven: come raggiungere la meta;
- Building Solution: il metodo delle 5 S;
- ContinuousLearning: riconoscere i problemi;
- Human Leadership: visione sistemica;
- Collaboration: assertività in azienda;
- ChangeAttitude: innovare con fantasia.

B*RIGHT RADAR

Una selezione delle migliori risorse sul web per l'auto-formazione (webinar, articoli, e-learning) a cui i dipendenti possono attingere in maniera facile ed efficace.

B*RIGHT UP SKILLS

I corsi su soft skills e competenze manageriali aperti a tutti i dipendenti del Gruppo hanno visto, nel 2020, la realizzazione di 16 sessioni + 4 pianificate con 204 partecipanti.

L'abbattimento di costi e tempi di spostamento, nonché di pregiudizi e resistenze rispetto alla formazione a distanza, ha aperto la strada alla possibilità di una formazione ancora più capillare e diffusa: è nata così b*right UpSkill, la linea di corsi sulle soft skills in modalità virtual classroom.

Per tutti i dipendenti del Gruppo è possibile consultare l'offerta formativa ed iscriversi ai corsi disponibili su base volontaria, nel rispetto di una Policy interna che regola modalità di adesione e criteri di accesso.

I titoli proposti sono progettati in collaborazione con un gruppo di training partner qualificati ed organizzati in 4 aree tematiche:

- Energy Management;
- Leading People;
- Communication Skills;
- Building Solutions.

Le classi sono costituite da massimo 15 persone per consentire la miglior interazione tra docente e partecipanti, e coinvolgono colleghi di diverse funzioni e società rispondendo parallelamente all'obiettivo di rafforzare la conoscenza e le relazioni intragruppo. Tra giugno e dicembre 2020 sono stati realizzati oltre 30 corsi, per un totale di più di 400 partecipazioni.

PERCORSI FORMATIVI LEGATI ALLA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

Il focus formativo del 2020 sulle tematiche di CSR e Social Accountability si è concentrato nel 2020 su tre temi portanti.

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

PERCORSO DI ON BOARDING

A integrazione del global 'Welcome on Board': the new program for Gi new joiners" lanciato nel 2019, è stato implementato un programma di onboarding in e-learning per i neoassunti con tutte le informazioni necessarie a conoscere meglio l'azienda. Il programma, articolato e ricco di contenuti, video e testimonianze, è stato messo online da novembre e reso disponibile retroattivamente per i neoassunti del Gruppo da gennaio 2020 in poi.

B*SKILLED

All'interno dell'area dedicata al technical know how, spicca il progetto di formazione sul nuovo gestionale Spinner per il comparto delivery, che ha visto il coinvolgimento di 747 partecipanti core (appartenenti cioè alla funzione delivery, search and selection) e 479 partecipanti non core, per un totale di 14.200 ore di training. Tutta la formazione dedicata all'utilizzo di Spinner è stata shiftata in tempi record da formazione in presenza a formazione FAD, coprendo tutta la popolazione aziendale interessata e rimanendo anche a disposizione su Docebo in una versione sintetizzata, per gli altri comparti aziendali.

Si sono realizzate poi altre importanti azioni come la formazione sulla somministrazione e utilizzo di Thomas, The Permanent Pathway, Welcome to the remote sales era, e The remote delivery toolkit.

BRASILE**COMITATO DI DIVERSITÀ**

Il comitato è stato creato con l'obiettivo di riunire i dipendenti con le più diverse caratteristiche per proporre idee a favore della cultura dell'inclusione e la creazione di un ambiente di lavoro psicologicamente sicuro.

ENCONTRO DE GIGANTES – SFIDE DELLO SMARTWORKING

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

PILLOLE DI BENESSERE E DIVERSITÀ

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

LEADER DEVELOPMENT PROGRAM

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

CINA**IL GIARDINO**

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

AIUTO A COLLEGHI DI ALTRE NAZIONI

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

ASSICURAZIONE PER I DIPENDENTI

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

INDIA**HR REACH-OUT**

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

TOWN HALL

Con cadenza bisettimanale, e poi mensile, sono stati organizzati townhalls per sensibilizzare le persone sulla situazione in corso e sulle misure adottate per supportarle in un momento difficile. Gli eventi hanno avuto anche la funzione di coinvolgere le persone rendendole consapevoli delle azioni intraprese. Sono stati organizzati 10 townhall a cui hanno partecipato 159 dipendenti.

SOCIALIZZARE QUARANTINE STYLE

Meeting virtuali sviluppati per mantenere il rapporto tra colleghi e per supportare specialmente tutte le persone che hanno passato il periodo della pandemia senza i propri familiari e amici. Durante questi incontri i partecipanti hanno socializzato in modi differenti dallo scambiarsi ricette culinarie locali al vestirsi formale al preparare cocktail creativi. 20 dipendenti hanno partecipato a questa attività.

WORKSHOP PER SUPPORTARE I DIPENDENTI CON LA GESTIONE DELLO SMARTWORKING

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

POLONIA**OTTOBRE ROSA**

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

SERBIA E MONTENEGRO**"STRESS MANAGEMENT" ONLINE TRAINING**

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

SUPPORTO PSICOLOGICO

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

SPAGNA**GI GROUP MENTAL ENERGY COUNSELING**

Programma per supportare le persone con il loro benessere psicologico. L'iniziativa è stata riconosciuta dal Network spagnolo del Global Compact che ha incluso questa iniziativa nelle #IniciativasConPrincipios, una campagna con lo scopo di condividere e valorizzare le diverse azioni e iniziative sviluppate dalle aziende durante la pandemia di Covid-19.

WEBINAR SULLA PREVENZIONE DEL RISCHIO SUL LAVORO

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

TURCHIA**PROGRAMMA DI ASSISTENZA DIPENDENTI**

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

MINDFULNESS TRAINING

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

UK**GI RADIO**

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

MENTAL ENERGY CAFÉ

Una volta a settimana per 20 settimane i dipendenti hanno avuto la possibilità di incontrarsi in un momento di incontro virtuale durante il quale i partecipanti hanno avuto la possibilità di condividere esperienze e discuter di temi riguardo la loro mental energy. Dopo ogni incontro sono stati sviluppati e distribuiti opuscoli sui temi trattati, incluso uno speciale "Gi Kids".

WORKSHOPS SUL BENESSERE E CLASSI DI YOGA E HIIT

Per tre settimane consecutive sono stati svolti workshop sul come tenersi in forma; dal come esercitarsi a casa allo stretching giornaliero alla scrivania. In più classi di Yoga e Hiit sono state create perché i dipendenti potessero rilassarsi e allenarsi assieme durante la pandemia. In totale sono state svolte 43 ore di sessioni.

USA**CHAIN OF RECOGNITION PROGRAM**

Iniziativa per coinvolgere i dipendenti sui quattro valori locali negli USA - velocità, innovazione, collaborazione e cura. Ogni dipendente elogiato per connessione a uno dei valori ne nomina un altro in una "catena" per mostrare il nostro successo e collaborazione.



5.2 CANDIDATI E LAVORATORI

Sin dal primo giorno di emergenza, Gi Group ha messo in campo risorse e tecnologie per continuare a supportare i propri stakeholder in un anno che si prospettava estremamente complicato sotto diversi punti di vista. È proseguita l'evoluzione della nuova applicazione a supporto delle attività di ricerca e selezione (Spinner) insieme ai portali di onboarding dei candidati per consentire un'offerta specializzata e sostenibile di servizi alle diverse tipologie di profili interessati a nuove opportunità di carriera. L'intera attività di comunicazione e marketing è stata prontamente convertita in digitale: siamo riusciti a dare continuità alle nostre attività, in alcuni casi ottimizzandole.

In questo contesto, il passaggio al digitale si è rivelato vincente poiché ci ha permesso di condividere contenuti eterogenei in diversi format, modalità e tempi.

Il digitale ha sicuramente contribuito al coinvolgimento di un numero molto elevato di Stakeholders che probabilmente si sarebbe raggiunto difficilmente tramite attività offline.

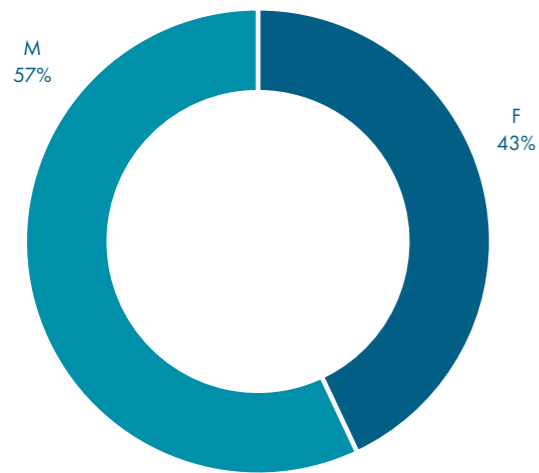
Oltre a garantire continuità nella nostra attività abbiamo realizzato iniziative specifiche a supporto di lavoratori, candidati e aziende, per affrontare le difficoltà causate dalla pandemia.

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

D'altra parte, il 2020 è stato un anno di sperimentazione in diversi paesi, in diversi "laboratori", per testare nuovi modi, più digitali e remoti che mai, per trovare i candidati giusti il più velocemente possibile, combinando prestazioni e innovazione per i nostri clienti che stavano sviluppando il loro business nonostante la crisi Covid.

A causa delle specificità della situazione nelle singole Countries e dei diversi impatti sulle diverse Practices, le iniziative sono state sviluppate a livello locale e non globale, per permettere interventi più efficaci sulle esigenze dei nostri candidati e lavoratori.

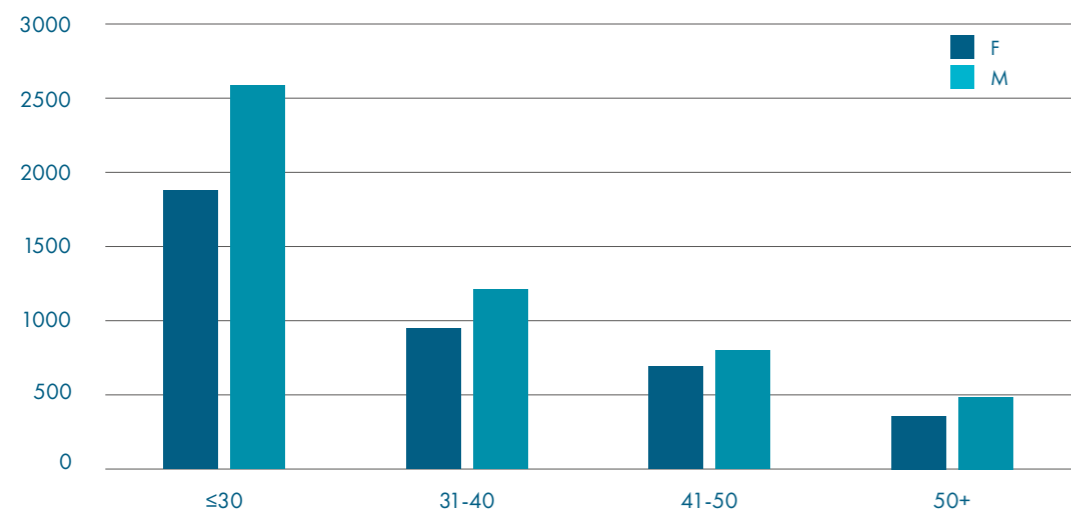
Distribuzione dei lavoratori per genere (Italia).



Ore settimanali medie:

30,5

Distribuzione dei lavoratori per età:



5.2.1 CANDIDATI E LAVORATORI - INIZIATIVE A LIVELLO NAZIONALE

ITALIA

Le iniziative dedicate all'employability dei candidati promosse dal gruppo possono essere suddivise in due aree principali: da un lato, lo sviluppo di campagne di coinvolgimento e rafforzamento dell'employability dei nostri candidati e lavoratori, dall'altro, la spinta sul processo di digitalizzazione amministrativa, già da tempo intrapreso, e sull'ambito delle Politiche Attive del Lavoro.

#GIGROUPWITHYOU

Campagna dedicata ai candidati nata durante il periodo di lockdown del marzo 2020 per continuare ad assicurare aggiornamenti e contenuti sul mercato del lavoro: come scrivere un cv, come prepararsi ad un colloquio, come utilizzare i social network per la crescita del proprio percorso professionale, come leggere una busta paga e tanto altro ancora. I contenuti sono stati erogati in forma totalmente gratuita attraverso webinar, dirette Instagram, video pillole e iniziative specifiche online.

Tra questi contenuti spiccano le seguenti iniziative:

- #gigroupwithyou@school: per continuare ad affiancare gli studenti alla scoperta del mondo del lavoro, anche da casa;
- #GIWORKOUT: progetto digitale in collaborazione con i nostri partner sportivi, con lo scopo di orientare i candidati su quali siano le competenze chiave per orientarsi nel mondo del lavoro attraverso il parallelismo con il mondo dello sport;
- Gi on track: digital tour in cui i giovani talenti della VR46 Riders Academy raccontano quali skill mettono in moto nella vita e nel lavoro per raggiungere i loro obiettivi.

DIGITALIZZAZIONE DEI PROCESSI

Durante il 2020, soprattutto causa Covid-19, Gi Group ha visto un notevole incremento dell'utilizzo dei propri processi digitali riguardo la propria attività di business.

L'applicazione MyGiGroup, utilizzata da candidati, lavoratori e aziende per entrare in contatto tra loro e gestire i rapporti lavorativi ha visto un forte incremento di utilizzo:

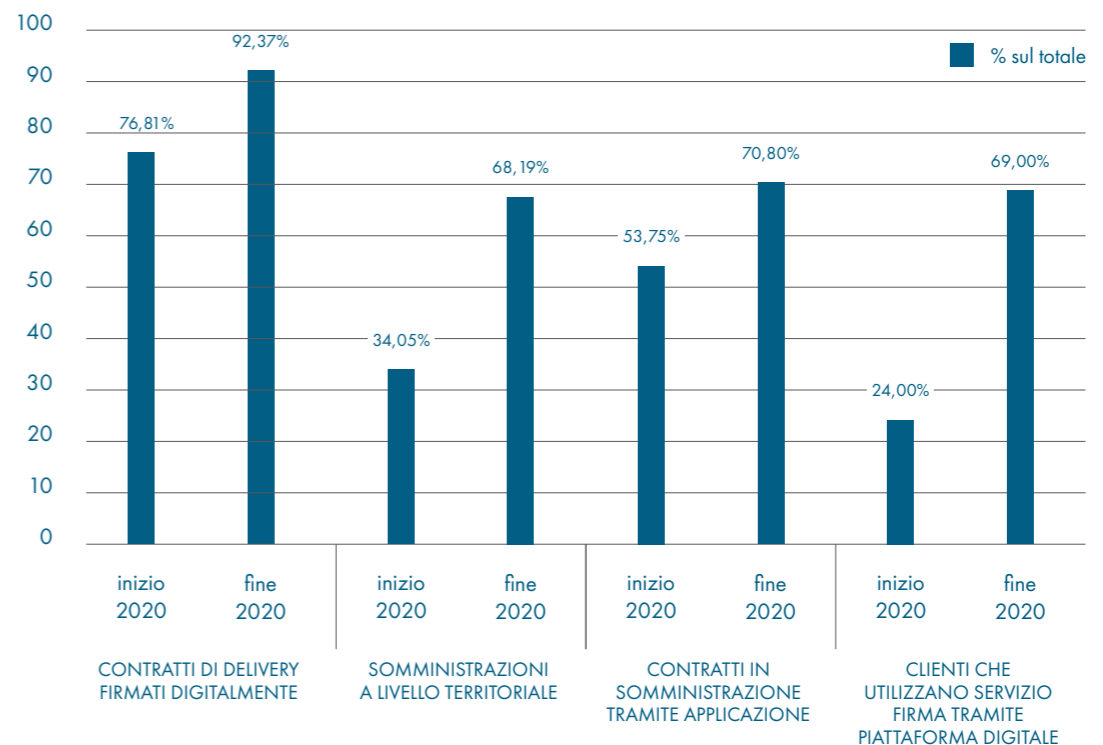
- il numero di contratti di delivery firmati digitalmente è cresciuto dal 76,81% di inizio anno al 92,37% di fine 2020;
- quello di somministrazioni a livello territoriale è cresciuto ancor di più dal 34,05% di Gennaio 2020 al 68,19% di fine anno;
- infine, i contratti in somministrazione a livello Corporate contrattati tramite applicazione sono passati dal 53,75% al 70,80% durante l'anno.

Il numero di clienti che utilizzano il Servizio Firma tramite la piattaforma digitale è cresciuto da circa 24% del totale dei clienti di inizio anno al 69%.

La digitalizzazione del processo è stata particolarmente apprezzata dai nostri candidati e lavoratori poiché permette loro di essere più veloci nella sottoscrizione di documenti e rende non necessario recarsi in filiale per la stipula dei contratti.

Il portale aiuta Gi Group anche nel comparto Compliance in quanto tutta la documentazione relativa ai rapporti clienti/lavoratori è raccolta in archivi digitali facilmente accessibili.

Digitalizzazione dei processi.



#TACKTMIWITHYOU

TackTMI Italy ha deciso di lanciare questa iniziativa per sostenere persone e organizzazioni nello sviluppo di nuove abitudini e di nuove strategie gestionali in seguito alle nuove sfide poste dall'emergenza Covid-19.

In linea con la mission e il social commitment di Gi Group, TackTMI Italy ha istituito una "Banca del Tempo" grazie alla solidarietà dei coach e dei counselor della sua Coaching Academy. L'obiettivo della "Banca del Tempo" è duplice:

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

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

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

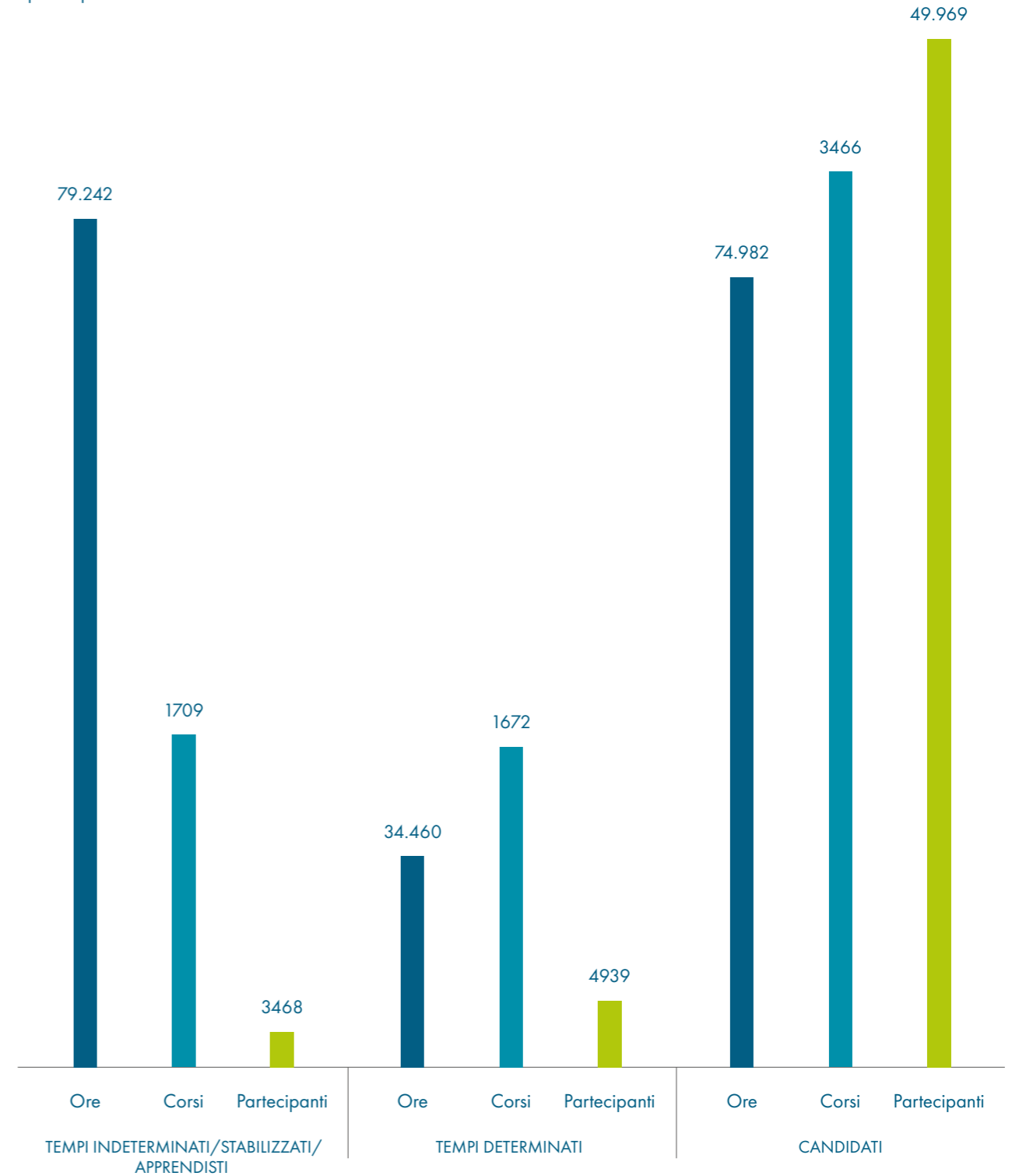
POLITICHE ATTIVE DEL LAVORO

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

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

FORMAZIONE FINANZIATA

Attraverso Gi Group e Gi Formazione, eroghiamo in Italia, ogni anno, migliaia di ore di formazione finanziata per candidati e per lavoratori che, gratuitamente, grazie al fondo Forma.Temp, possono accedere a percorsi di qualificazione e di riqualificazione professionale per migliorare la propria employability. Il 2020 ha visto la necessità di ridurre il numero di percorsi professionalizzanti secondo il modello Academy, a causa dell'impossibilità, per gran parte dell'anno, di erogare la formazione in presenza. Si è viceversa innalzata nettamente la formazione in e-learning che ha permesso di raggiungere, in particolare per quanto riguarda i percorsi dedicati alla sicurezza, un numero eccezionale di partecipanti.



CINA

GICOBO

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

PORTOGALLO

TESTIMONIANZE DEI CANDIDATI DI QIBIT

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

TRASFERIMENTO DI PERSONALE

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

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

SERBIA E MONTENEGRO

CAFFE CON IL RECRUITER

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

COME PREPARARSI A UN COLLOQUIO DI LAVORO

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

JOB SPEED-DATING

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

SPAGNA

PROGETTO #TODOSUMA

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

CAMPAGNA #GIGROUPWITHYOU

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

USA

CORSI ONLINE DI UPSKILLING

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





**I NOSTRI
CLIENTI**

6.1 I NOSTRI CLIENTI

Nel corso del 2020 siamo riusciti ad adattarci ai cambiamenti imposti dalla pandemia, senza abbandonare i nostri stakeholder. Tra le iniziative dedicate ad indagare gli impatti del Covid segnaliamo la survey dedicata ai clienti, lanciata a livello di Gruppo in vista della ripartenza e della cosiddetta "fase 2".

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

Quanto è stato sviluppato e implementato nel corso dell'anno è ormai diventato parte della normale attività marketing. Per il 2021 sarà necessario continuare a prestare grande attenzione alle esigenze dei nostri stakeholder, indagando le loro necessità e cercando di fornire loro supporto e servizi adeguati alle loro esigenze, continuando quindi a contribuire all'evoluzione del mercato del lavoro e all'educazione al valore personale e sociale del lavoro.

In generale, se la prima Practice che ha risentito della pandemia è stata quella del Temporary e Permanent Staffing, poiché le risorse esterne sono state spesso non prorogate o non richieste più dai clienti, nella fase del rimbalzo proprio il punto di forza di questo servizio, ovvero la flessibilità, ha spinto le grandi aziende ad avvalersene anche più di prima, conducendo i dati finali ad un sorprendente pareggio al 31.12.2020, nonostante l'outlook a metà anno fosse di un complessivo -20% nel confronto col medesimo periodo del 2019 e a perimetro costante di aziende prese in considerazione.

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

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

6.2 I NOSTRI CLIENTI – INIZIATIVE A LIVELLO NAZIONALE

ITALIA

Gi Group organizza e partecipa da sempre e con continuità a conferenze e webinar per la condivisione di know-how aziendale e istituzionale, allo scopo di dare il proprio contributo e supportare lo sviluppo del mercato del lavoro. Il 2020 non ha fatto eccezione in questo senso, pur con una ovvia prevalenza dello strumento tecnologico in sostituzione degli eventi in presenza. Durante il 2020 numerose sono state le iniziative a favore delle aziende organizzate dal gruppo:

STAR MATRIX ED EVENTI DEDICATI A MERCATI SPECIALIZZATI

Serie di webinar dedicati ad approfondire le dinamiche evolutive dei ruoli di specifici settori e delle competenze connesse, contestualizzando il tutto all'attuale scenario di mercato caratterizzato da importanti trasformazioni socioculturali, tecnologiche, organizzative e normative.

- Star Matrix Life Science, Il futuro delle professioni nel settore life science;
- Star Matrix Fashion & Luxury Leather goods, Shoes and Tanny;
- Gi Group e la pelletteria: soluzioni di valore e incentivi per le aziende: webinar dedicato alle aziende con focus formazione e valorizzazione di risorse nel mercato della pelletteria.

EVENTI MIRATI ALLA RIPARTENZA POST PANDEMIA

- #Restart. Progetto dedicato alla ripartenza delle aziende post lockdown: strumenti, servizi e iniziative offerte alle aziende per supportarle nella delicata fase di ripresa,
- Ecommerce e ultimo miglio: HR, sfide organizzative e competenze nel nuovo scenario di mercato. Webinar dedicato alle aziende relativo alle opportunità di mercato e competenze professionali emergenti dal nuovo scenario di mercato nato dalle necessità derivanti dal lockdown;
- Wyser talk - e dopo? Quali competenze e quali cambiamenti per ripartire più forti di prima?;
- Spazio ascolti. Lo sportello che nasce con l'obiettivo di supportare le Aziende al fine di sostenere e garantire in particolar modo l'equilibrio e la motivazione di chi ne fa parte. Il supporto di ODM prende forma in un punto di incontro e confronto qualificato e riservato, gestito da un team di professionisti, psicologi del lavoro e psicoterapeuti, rivolto in primis a figure HR e manageriali, che possono beneficiare di ascolto attivo, supporto e consigli pratici, affinché divengano loro stessi, in seconda battuta, facilitatori nella propria Azienda. Lo spazio di ascolto è indirizzato anche a tutte le altre figure aziendali che potranno usufruirne, in accordo con la propria Azienda, secondo modalità condivise. Gli incontri hanno una durata di circa 45 minuti e avvengono con cadenza settimanale/bisettimanale per un totale di circa 4/5 sessioni a persona, valutando ogni specifico caso e tenendo conto delle singole esigenze;

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

EVENTI CON PARTNER SPORTIVI

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

EVENTI SULL'EVOLUZIONE DELLA NORMATIVA NAZIONALE

- "Il decreto "agosto", il fondo nuove competenze e la manovra di bilancio 2021 le principali novità per le imprese. Webinar dedicato alle principali novità per le imprese clienti riguardanti la disciplina del rapporto di lavoro e incentivi occupazionali;
- apprendistato a scuola: chi ci crede? Webinar con l'obiettivo di mettere in luce le opportunità e criticità del contratto di Apprendistato di I livello emerse durante lo studio realizzato coinvolgendo l'insieme dei diversi attori dell'Apprendistato al fine di integrare fra loro le diverse visioni. Focus su pro e contro dello strumento con attori sociali ed istituzionali

PILLOLE DI EXECUTIVE RECRUITING

Tra aprile e luglio EXS ha sviluppato 22 video pillole dedicate all'Executive Recruiting condividendo con i propri contatti LinkedIn insight e approfondimenti sulle tecniche e le modalità di selezione dei profili executive. L'iniziativa è nata dalla volta di condividere il know-how di brand e dare un supporto concreto alla fascia target di EXS: partendo da questi contenuti sono poi stati sviluppati una serie di webinar volti ad offrire suggerimenti per la gestione di team

Alle iniziative sopracitate hanno partecipato più di 1500 partecipanti, con il coinvolgimento di oltre 50 personalità esterne come relatori e portatori di competenze specifiche.

«Nel corso del 2020 siamo riusciti ad adattarci ai cambiamenti imposti dalla pandemia, senza abbandonare i nostri stakeholder»



BRASILE

EVENTO SULLA RAPPRESENTANZA DELLE PERSONE NERE NEL MERCATO DEL LAVORO

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

REPUBBLICA CECA

DISCUSSIONE ONLINE SUL TEMA COVID-19

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

PORTOGALLO

TESTIMONIANZE DEI CLIENTI

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

SERBIA E MONTENEGRO

STRESS MANAGEMENT

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

LEADERSHIP SPRINT

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

TAVOLA ROTONDA HR ONLINE

All'inizio della pandemia in Serbia, sono state organizzate discussioni on-line sul tema. Motivazione, produttività e la gestione remota istantanea sono stati gli argomenti principali dell'evento. Lo scopo primario era quello di condividere best practices e creare comunità per combattere quella situazione difficile. 70 clienti hanno partecipato a questa tavola rotonda.

SPAGNA

HR HYBRID FORUM

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

UK

TAVOLA ROTONDA CON I CLIENTI

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

LANCIO NUOVA CAMPAGNA EDI

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

TAVOLA ROTONDA SULLA DIVERSITÀ CON I CLIENTI

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





7

SOCIETÀ E ISTITUZIONI

7.1 PUBLIC AFFAIRS

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

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

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

A livello globale la WEC è costantemente impegnata ad interloquire con l'ILO (International Labour Office), la branca dell'ONU dedicata alla promozione delle buone condizioni di lavoro nel mondo, con l'OCSE, con la WORLD BANK e con le Organizzazioni Sindacali, per favorire legislazioni nazionali appropriate, in cui sia consentito alle agenzie per il lavoro private di operare e sia ben regolamentata la relazione triangolare tipica del lavoro somministrato tramite agenzia.

L'activity report 2020 ed il social impact report 2020 documentano le principali attività svolte nel 2020 e l'impatto sociale generato dalle Agenzie per il lavoro.

Con riferimento alla formazione dei giovani finalizzata al loro inserimento lavorativo, Gi Group dal 2015 è partner dell'European Alliance for Apprenticeships, il network di aziende ed enti formativi attivato dalla Commissione Europea per promuovere presso scuole, aziende, giovani e famiglie i percorsi formativi in apprendistato.

7.1.1 PUBLIC AFFAIRS – INIZIATIVE A LIVELLO NAZIONALE

ITALIA

Per quanto concerne il mercato italiano, Assolavoro, l'Associazione italiana di riferimento per il settore, aderente a WEC-Europe, nel 2020 ha consolidato il proprio ruolo di interlocutore istituzionale, intervenendo in 12 audizioni parlamentari, che hanno consentito di modificare pro-tempore l'impatto delle causali previste dal Decreto Dignità, salvando posti di lavoro, e facendo inserire l'attività svolta dalle APL tra i codici Ateco considerati essenziali dal Governo durante il periodo di lockdown. Inoltre ha negoziato con i Sindacati di settore 13 accordi per consentire l'accesso agli ammortizzatori sociali emergenziali ai lavoratori somministrati. Per quanto riguarda l'impegno di Gi Group in campo giovanile, sono continuate in tutta Italia le attività attuative del piano europeo "Garanzia Giovani".

A tal fine, tramite la Fondazione Gi group è stata promossa una ricerca sull'Apprendistato di I livello, presentata nel corso del convegno online del 19 novembre 2020, insieme alle parti sociali, finalizzato a migliorare l'integrazione tra la scuola ed il mondo del lavoro.

Per il 2021 Gi Group si pone come obiettivo l'espansione del proprio network di collaborazione con le istituzioni pubbliche per poter meglio sviluppare coordinatamente il mercato del lavoro.

A livello locale, per esempio, nel 2021 aderiremo al protocollo per lo sviluppo sostenibile lombardo, un patto stretto con tutti gli attori lombardi interessati a un'economia e a stili di vita più sostenibili.

L'adesione a questo protocollo proietta Gi Group all'interno di un network locale di attori che mirano ad un obiettivo comune: l'implementazione degli obiettivi di Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile.

Inoltre, abbiamo intenzione di rafforzare il nostro rapporto di collaborazione con Fondazione Sodalitas, iniziato a fine 2019 con la sottoscrizione da parte di Stefano Colli-Lanzi della CEO Call to Action, iniziativa di CSR di cui la Fondazione è promotrice in Italia. Entrando nel network nazionale ed internazionale di Sodalitas, Gi Group vuole collaborare alla condivisione iniziative e practices per la crescita della comunità e lo sviluppo sostenibile.

INDIA

UN'ALLEANZA PER L'INDIA

Gi Group, Randstad, The Adecco Group e Manpower Group, le quattro aziende leader nel settore delle risorse umane in India, hanno formato un'alleanza per "Ripartire l'India al lavoro in sicurezza". Combinando le proprie conoscenze e punti di forza all'interno di una alleanza non commerciale, le quattro aziende sono intervenute insieme sulle principali sfide affrontate dal mercato del lavoro in seguito alla pandemia.

L'obiettivo di questa collaborazione è stato quello di minimizzare l'effetto negativo del Covid-19 sull'economia. Per le aziende, il principale interesse è il rientro al lavoro dei propri dipendenti in maniera veloce ma soprattutto sicura.

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

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

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

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

- il tema più importante evidenziato dalla pandemia è la sicurezza, che è diventato ormai un concetto fondamentale: è estremamente importante che i cittadini indiani ritornino al lavoro in condizioni di sicurezza;
- sebbene la sicurezza fisica sia importante, la salute psicologica dei lavoratori non può essere ignorata: il benessere mentale dei lavoratori dovrebbe essere considerato altrettanto importante;
- la tecnologia e la capacità di lavorare da qualsiasi luogo hanno aperto enormi opportunità per ciascuno di noi;
- durante questo periodo, i lavoratori hanno avuto l'opportunità di investire in loro stessi e adottare nuove abitudini;
- le imprese dovrebbero adottare una corretta serie di protocolli e promuovere un ambiente di lavoro sicuro.

Marcos Segador Arrebola, Country Manager di Gi Group India, ha dichiarato: "Le aziende e in particolare le organizzazioni di servizi HR come quelle in questa iniziativa dovrebbero svolgere un ruolo attivo per garantire che l'India torni a lavorare in sicurezza. Per questa ragione, dovremmo comprendere profondamente le reali esigenze di tutti gli stakeholder coinvolti nel processo e creare soluzioni per realizzarle in modo sostenibile, costruendo le basi di un futuro migliore. Solo preoccupandosi di queste esigenze, con passione e dedizione, è possibile risolvere le sfide future. Dovremmo trattare il COVID-19 come un momento determinante per noi stessi, le nostre organizzazioni e il nostro paese. Un momento per fare la differenza".

7.2 SUPPORTO ALLA COMUNITÀ/ VOLONTARIATO – INIZIATIVE A LIVELLO NAZIONALE

ITALIA

DESTINATION WORK 2020

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

Questa edizione, per la prima volta in formato virtuale, ha trattato i pilastri dell'employability e della ricerca attiva di occupazione tra cui: la costruzione efficace del cv valorizzando i propri punti di forza, il colloquio on-line e le sue differenze con quello in presenza, il personal branding (in collaborazione con LinkedIn) e i contratti di lavoro.

L'edizione in webinar 2020 è stata realizzata attraverso una diretta live di 4 ore con personale Gi Group che ha virtualmente incontrato circa 350 persone.

GI GROUP SOSTIENE AREU PER L'EMERGENZA CORONAVIRUS

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

HOMO FABER

Homo Faber è una Cooperativa Sociale Onlus che opera all'interno della Casa Circondariale Bassone di Como come Ente di Formazione e come Centro Stampa. Si pone come obiettivo quello di dare ai detenuti un'opportunità di recupero personale ed un'occasione di formazione e di sviluppo professionale per coloro che operano nel centro stampa.

I corsi di formazione forniscono ai partecipanti competenze diverse: corsi base e avanzati di diversi programmi grafici, principi base della creatività, approfondimento della figura del grafico pubblicitario e gestione di campagne pubblicitarie.

Le competenze acquisite hanno permesso ai detenuti di cimentarsi in alcune attività di progettazione e realizzazione di lavori all'interno e all'esterno del mondo carcerario, così come nell'ambito della programmazione di base.

A Dicembre 2020 è stata acquistata, grazie alle donazioni ricevute dalla cooperativa, un edificio per lo sviluppo, nel 2021, del

progetto Casa Semi Liberi, un luogo fisico pronto ad accogliere chi è in difficoltà e desidera rimettersi in gioco: da chi esce dal carcere a chi si sta trovando in un momento di difficoltà.

BITEB

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

Nel 2020, sono stati donati 50 Personal Computer ad istituti penitenziari, per permettere ai detenuti lo svolgimento dei colloqui con i famigliari, mentre 500 Personal Computer sono stati destinati alle scuole per garantire lo svolgimento delle lezioni on-line negli istituti. Rispetto agli anni precedenti, solo l'attività del settore il lato biomedico dell'iniziativa si è stato bloccato per via a causa dei problemi logistici creati dalla pandemia, poiché la maggior parte del materiale donato è normalmente indirizzato a paesi in via di sviluppo.²

L'impegno di Gi Group e di tutte le realtà che collaborano con BITEB si riflette su molteplici livelli: quello sociale in primis, ma anche quello ambientale, poiché si dà nuova vita a strumenti dismessi.

COMETA

Cometa è una realtà di famiglie impegnate nell'accoglienza e nell'istruzione di bambini e ragazzi e nel sostegno ai loro familiari. Una vecchia cascina alle porte di Como diventa il luogo dove condividere la quotidianità e trovare una proposta educativa alternativa per bambini e ragazzi, grazie ad attività espressive, ricreative e sportive. Ad oggi 100 bambini sono coinvolti nell'affido diurno.

All'interno di questo contesto nasce la Scuola Oliver Twist, un ente di istruzione e formazione professionale innovativo che offre corsi quadriennali a studenti tra i 14 e 18 anni, con i suoi tre indirizzi: tessile/moda, legno/arredo e ristorazione.

La scuola esemplifica il principio dell'Apprendere attraverso l'esperienza, arrivando a seguire ad oggi circa 400 ragazzi.

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

PROGETTO RIFUGIATI

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

Questo progetto di spicco si somma a quelli che, negli ultimi 2 anni, sono stati realizzati a Torino, Asti e Pontedera per un totale di circa 60 rifugiati con placement rivolto alle PMI attivate dalle filiali Gi Group.

AIUTAMI A VEDERTI

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

BRASILE

CAMPAGNA DI SOLIDARIETÀ

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

REPUBBLICA CECA

SUPPORTO PER I LAVORATORI NEL SETTORE MEDICO

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

DONAZIONI PER BAMBINI ORFANI

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

CINA

DONAZIONI PER ALLEVIARE LA POVERTÀ

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

UNGHERIA

SOS GYERMEKFALVAK

Grafton Ungheria ha supportato la "Children Support Foundation"

donando 1000 fiorini per ogni placement effettuato dall'azienda durante tutto il 2020.

INDIA

HUMANS OF GI

Iniziativa organizzata per creare opportunità di volontariato e per dare il giusto riconoscimento alle buone azioni svolte. Per esempio, durante il periodo natalizio, in collaborazione con la "Make a Wish Foundation", Humans of GI ha sponsorizzato l'acquisto di regali per bambini bisognosi necessitanti di alimenti di base. L'iniziativa ha portato a sviluppare 14 attività di volontariato raccogliendo 590\$ per la donazione di regali per 13 bambini.

POLONIA

PARTECIPAZIONE ALLA POLAND BUSINESS RUN 2020

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

SERBIA

INIZIATIVE DI BENEFICIENZA

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

UK

CREATE, DONATE, NOMINATE

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

HO TUCK SHOP MONEY

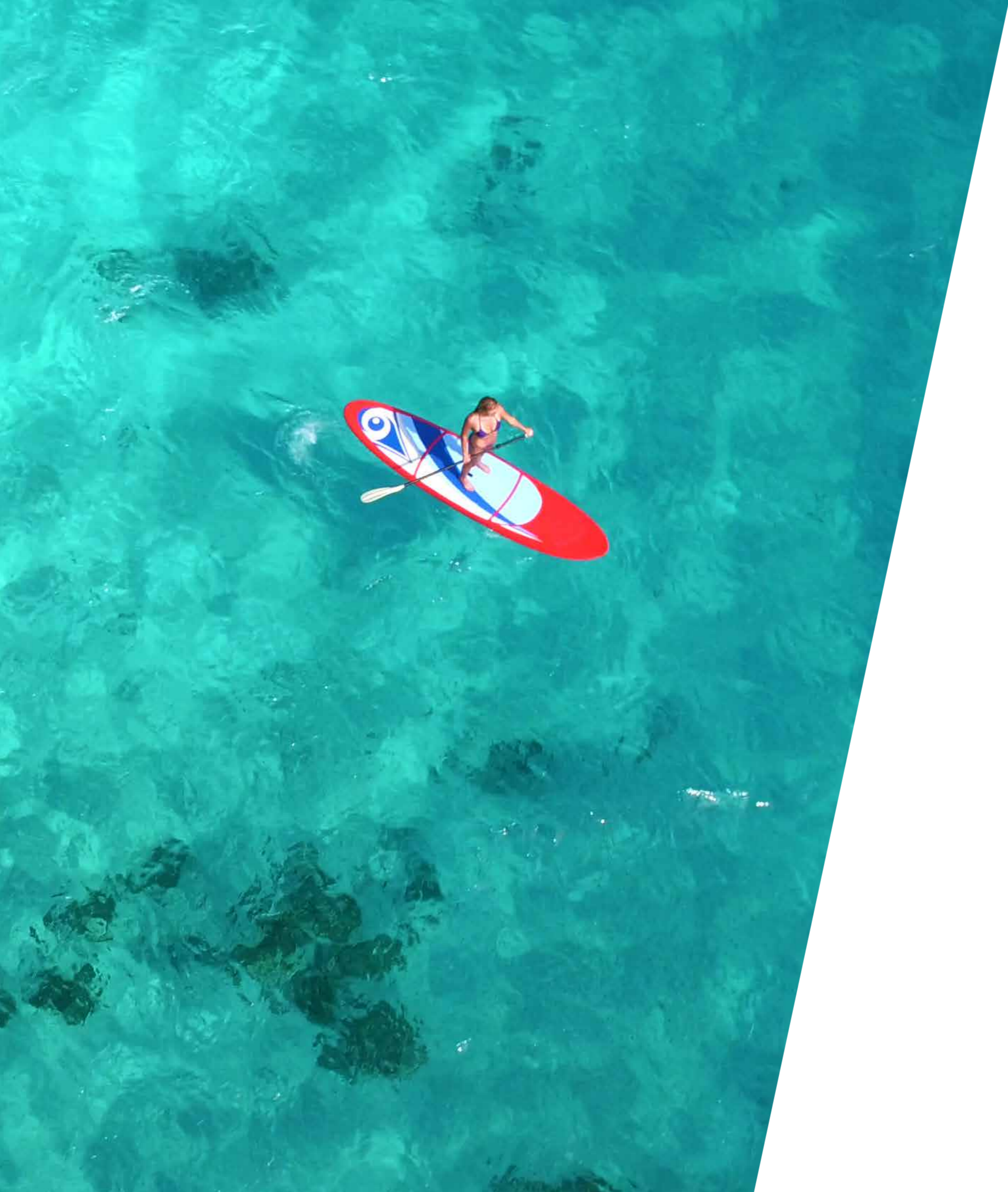
Sono state sostenute varie organizzazioni di beneficenza durante l'anno: The Trussell Trust, St Giles Hospice and Ashgate Hospice. In totale sono state fatte donazioni per 300£.

USA

PROGRAMMA DI VOLONTARIATO VIRTUALE

In collaborazione con il Medgar Evers College abbiamo aiutato studenti svantaggiati a prepararsi per il mercato del lavoro, ingaggiando in queste attività i nostri dipendenti.





8

AMBIENTE

8.1 AMBIENTE

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

Vari KPIs utilizzati per il tracciamento della performance ambientale del Gruppo hanno perso di rilevanza durante questo periodo, considerate le condizioni straordinarie dalle quali sono emersi, e non saranno perciò evidenziati in questo Report.

Di contro, l'impatto della pandemia non ha fermato il perseguimento di iniziative per ridurre sprechi e consumi tra le varie società del gruppo.

Allo scopo di mantenere costante anche la sensibilizzazione personale dei colleghi sulle tematiche di impatto ambientale, è stata lanciata una campagna globale denominata "My sustainable choice". L'iniziativa è stata dedicata allo scoprire quali "scelte sostenibili" hanno cambiato l'approccio dei nostri dipendenti riguardo l'ambiente o il lavoro. I dipendenti sono stati invitati a postare immagini o video riguardo la loro "scelta sostenibile" con lo scopo di condividere consigli e scelte di vita collegate alla sostenibilità.

ITALIA

PROGETTO PLASTIC FREE

Il Progetto Plastic Free mira a ridurre e, a tendere, ad eliminare il consumo di plastica all'interno delle sedi centrali di Gi Group. Il progetto, sviluppato inizialmente nella sede di Torino, è stato espanso anche alle sedi di Roma, Bologna e Milano, ed il progetto è stato implementato tramite l'installazione di:

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

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

DIGITALIZZAZIONE PROCESSO TEMP&PERM

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

BRASILE

TECNOLOGIA DOCUSIGN

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

FRANCIA

GIORNO MONDIALE DELLA PULIZIA

Diverse filiali hanno partecipato, insieme alle organizzazioni locali, al World Cleanup day durante il quale i nostri dipendenti, candidati e lavoratori si sono incontrati per pulire parchi, strade, boschi e spiagge. Lo obiettivo dell'evento è stato quello di ripulire e smaltire ogni tipo di rifiuto. 30 persone hanno partecipato all'iniziativa ripulendo più di 100kg di spazzatura dai luoghi pubblici coperti.

GERMANIA

INTRODUZIONE DI AUTO IBRIDE ED ELETTRICHE

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

INDIA

RIDUZIONE DEL CONSUMO DI CARTA

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

PORTOGALLO

CONTROLLO DEL CONSUMO DI ENERGIA ELETTRICA

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

SERBIA

RACCOLTA DI TAPPI DI BOTTIGLIA PER L'ASSOCIAZIONE CEPZAHENDIKEP

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

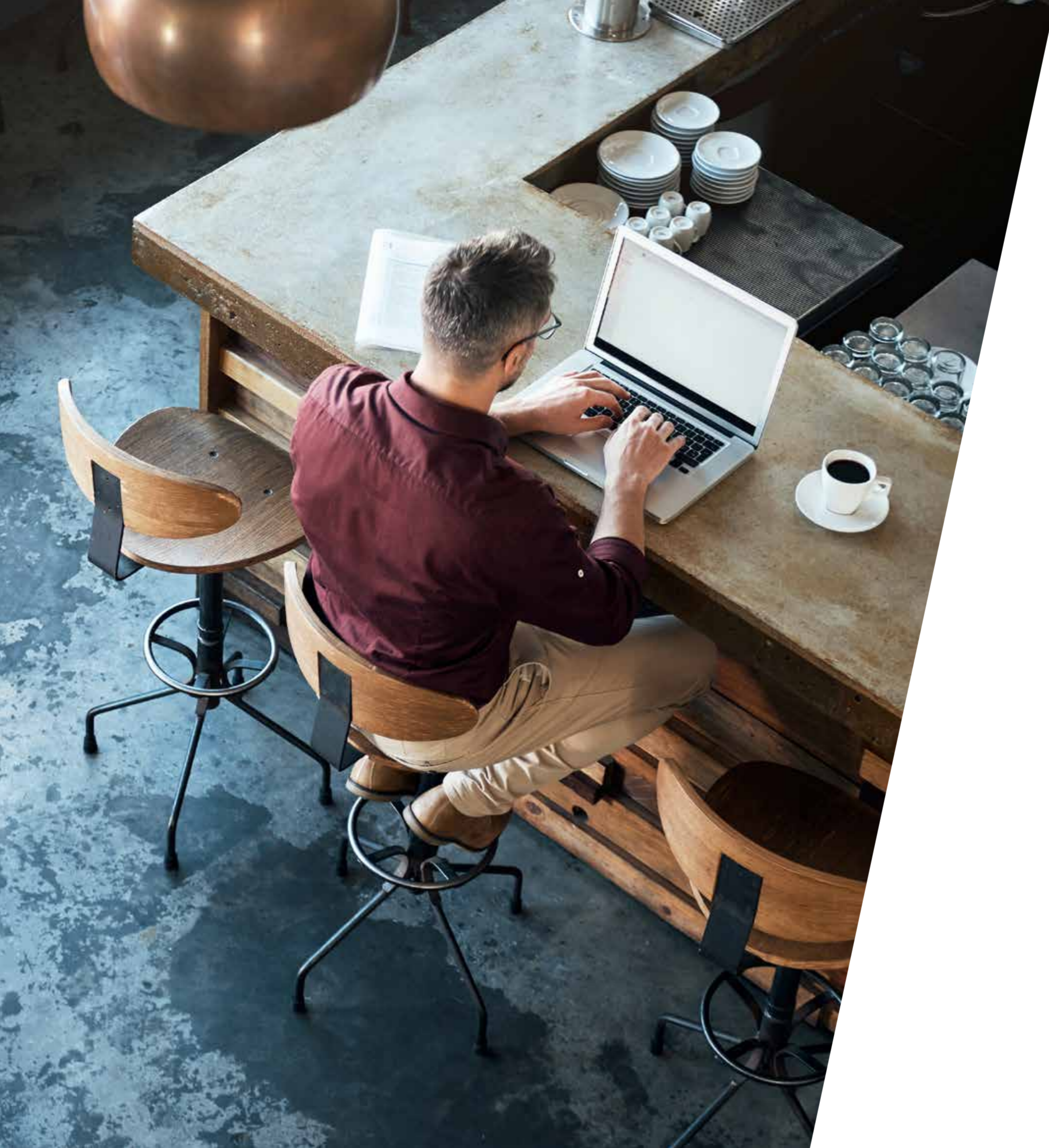
UK

DIREZIONE SULLA RIDUZIONE DEI CONSUMI

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

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

«L'impatto della pandemia non ha fermato il perseguimento di iniziative per ridurre sprechi e consumi tra le varie società del Gruppo»



9

**OBIETTIVI
2021**

9.1 OBIETTIVI 2021

Nel 2020, nonostante la pandemia globale, siamo stati in grado di raggiungere la maggior parte dei nostri obiettivi per l'anno, grazie alla nostra capacità di adattarci ai rapidi cambiamenti del nostro settore.

Per il 2021-2022, l'obiettivo è quindi quello di andare avanti in questa direzione, vivendo, gradualmente, un ritorno alle normali attività in un mondo, si spera, sempre più libero dal Covid.

Qui di seguito sono presentati obiettivi specifici per il 2021, classificati per categoria:

MATERIALITY MATRIX

- Comunicazione dei risultati a livello globale e nazionale, sia verso gli Stakeholder interni che verso gli esterni;
- sviluppo di iniziative direttamente collegate ai temi materiali riscontrati.

LAVORO SOSTENIBILE

- Sviluppo della comunicazione interna ed esterna del Framework del Lavoro Sostenibile come nuova "Brand Purpose" di Gi Group;
- aggiornamento del Framework e dei contenuti ad esso connessi, in linea con l'evoluzione del mercato del Lavoro.

RISORSE UMANE INTERNE

- Primo Global Business Meeting virtuale, aperto potenzialmente a tutti gli oltre 5000 dipendenti;
- campagna di sviluppo dei percorsi di carriera interni, con consolidamento dello strumento del Career Journey e revamping di Internal Job Opportunities;
- campagne di comunicazione interna correlate ai temi del Sustainable Work Framework;
- campagne di comunicazione per un maggior numero di International Days;
- implementazione del progetto Best Practices Sharing;
- mantenimento dello stakeholder engagement interno attraverso 3 edizioni della Energy Pulse;
- sviluppo del format dei webcast Live With Stefano Colli-Lanzi, incrementando l'interattività.

CANDIDATE AND WORKERS

- Creazione della Funzione Global Experience, incentrata su 3 pilastri: cultura, performance e innovazione;
- sviluppo di iniziative mirate ad abbattere stereotipi di genere e a garantire un innalzamento del placement in uscita dei percorsi di formazione.

CLIENTI

- Incremento della percentuale di clienti attivi sulla piattaforma MyGiGroup.

PUBLIC AFFAIRS

- Espansione del Networking con istituzioni pubbliche;
- rafforzamento dei rapporti con enti terzi (fondazioni, enti) con perimetro nazionale ed internazionale.

AMBIENTE

- Migliorare il monitoraggio delle prestazioni ambientali di Gruppo, espandendolo a quante più Countries possibile.

SOCIAL REPORTING

- Rivisitare il processo di rendicontazione sociale e integrare gli indicatori di impatto.





10

APPENDICE

10.1 NOTA METODOLOGICA

Gi Group ha deciso da quest'anno di intraprendere un percorso di rinnovamento del proprio reporting sociale, muovendosi da una reportistica non-standardizzata (come per il report del 2019) verso una rendicontazione in linea con Standard Internazionali. La linea guida di riferimento scelta per il CSR Report 2020 è quello dei GRI Standards. Questo report è perciò da considerare come un primo passo nel percorso di rinnovamento del bilancio di sostenibilità del Gruppo, e vedrà una struttura sempre più uniformata agli Standard Internazionali nei prossimi anni.

Nonostante il documento non sia redatto in conformità ai "GRI Sustainability Reporting Standards" (2016) pubblicati dal Global Reporting Initiative (GRI), un indice relativo agli Standards stessi verrà riportato di seguito, per dare evidenza del nostro impegno nell'uniformarci in futuro ad una reportistica internazionalmente riconosciuta.

Il CSR Report di Gi Group viene pubblicato con cadenza annuale, in riferimento alle iniziative, progetti e impatti sviluppati durante l'anno.

Nel presente documento sono state descritte le iniziative e gli impatti che Gi Group ha generato durante l'anno solare 2020 (dal 1° gennaio al 31 dicembre).

Tuttavia, considerando la data di pubblicazione del report e l'impatto che la pandemia ha causato su alcune operazioni aziendali, abbiamo scelto di inserire alcune informazioni che fanno riferimento all'esito dei progetti pianificati per il 2020 e sviluppati anche nel 2021.

Per qualsiasi informazione relativa al report si faccia riferimento alla Funzione CSR Global di Gi Group all'indirizzo mail: CSR_Global@gigroup.com.



10.2 INDICE INDICATORI GRI PRESENTI NEL REPORT E RELAZIONE CON GLI SDGS

Standard GRI principale	Tema	Standard GRI specifico	Disclosure	N° pagina	Omissione
GRI 101	Principi di rendicontazione (2016)				
GRI102	Profilo dell'organizzazione	102-1	Nome dell'organizzazione	98	
		102-2	Principali marchi, prodotti e/o servizi	25	
		102-3	Luogo delle sede principale	22	
		102-4	Luogo delle attività	22	
		102-5	Proprietà e forma giuridica	16	
		102-6	Mercati serviti	27	
		102-7	Dimensione dell'organizzazione	22	
		102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	56	
		102-10	Modifiche significative all'organizzazione e della sua catena di fornitura	22	
		102-12	Iniziative esterne	78	
	102-13	Adesione ad associazioni	78		
	Strategia	102-14	Dichiarazione di un alto dirigente	6	
	Etica ed Integrità	102-16	Valori, principi, standard e regole di comportamento	13	
	Governance	102-18	Struttura della governance	16	

Standard GRI principale	Tema	Standard GRI specifico	Disclosure	N° pagina	Omissione
GRI102	Coinvolgimento degli stakeholder	102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder	30	
		102-42	Identificazione e selezione degli stakeholder	36	
		102-43	Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	36	
		102-44	Temi e criticità chiave sollevati	38	
	Pratiche di rendicontazione	102-46	Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	39	
		102-47	Elenco dei temi materiali	39	
		102-48	Revisione delle informazioni	Nessuna revisione	
		102-49	Modifiche nella rendicontazione	92	
		102-50	Periodo di rendicontazione	92	
		102-51	Data del report più recente	92	
		102-52	Periodicità della rendicontazione	92	
		102-53	Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report	98	
		102-54	Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards	92	
		102-55	Indice dei contenuti GRI	96	

SDGS	Stakeholder	Country	Iniziativa	Pagina	
Goal 4 – Educazione di Qualità	Le nostre persone	Italia	B* right on air e Upskill	61	
		Brasile	Leader Development Program	62	
		India	Workshop per supportare i dipendenti con la gestione dello smartworking	62	
		Serbia e Montenegro	Online training "Stress management"	62	
		Turchia	Mindfulness training	63	
	Candidati e lavoratori	Italia	#tackmiwithyou	66	
			PAL	66	
			Formazione Forma-Temp	67	
			#gigroupwithyou	65	
		Spagna	#gigroupwithyou	68	
			Progetto #todosuma	68	
		Serbia e Montenegro	Come prepararsi a un colloquio di lavoro	68	
	USA	Corsi online di upskilling	68		
	Clienti	Italia	Pillole di Executive recruiting	73	
			Coaching in action; Allenare il Manager e l'atleta	73	
	Comunità	Italia	Destination Work 2020	79	
			Homo Faber	79	
			Cometa	79	
			Progetto Rifugiati	80	
		USA	Programma di volontariato virtuale	80	
	Goal 5 – Parità di Genere	Le nostre persone	Brasile	Pillole di benessere e diversità	62
				Comitato di diversità	62
		Polonia	Ottobre rosa	62	
Clienti		UK	Lancio nuova campagna EDI	74	
			Tavola rotonda sulla diversità con i clienti	74	

SDGS	Stakeholder	Country	Iniziativa	Pagina	
Goal 8 – Lavoro dignitoso e crescita economica	Le nostre persone	Italia	#adistanzainsieme	60	
			Remote toolkit (delivery and sales)		
		Cina	Il Giardino	62	
			Assicurazione per i dipendenti	62	
		India	Town Hall	62	
		Spagna	Gi Group Mental Energy Counseling	63	
		Turchia	Programma di assistenza dipendenti	63	
		UK	Gi Radio	63	
			Mental Energy Café	63	
		Candidati e lavoratori	Portogallo	Trasferimento di personale	68
	Clienti	Italia	Star Matrix	73	
			#restart	73	
			eCommerce e Ultimo Miglio: HR, Sfide organizzative e Competenze nel nuovo scenario di mercato	73	
			Spazio Ascoltami (ODM)	73	
			Portogallo	Testimonianze dei clienti	74
		Serbia e Montenegro	Tavola rotonda HR online	74	
		Spagna	HR hybrid forum	74	
		UK	HR round table with clients	74	
		Comunità	Italia	BITeB	79

SDGS	Stakeholder	Country	Iniziativa	Pagina
Goal 10 – Ridurre le disuguaglianze	Le nostre persone	Brasile	Pillole di benessere e diversità	62
			Comitato di diversità	62
	Clienti		Evento sulla rappresentanza delle persone nere nel mercato del lavoro	74
			UK	Lancio nuova campagna EDI
	Tavola rotonda sulla diversità con i clienti			74
	Comunità		Italia	Homo Faber
		Cometa		79
		Progetto rifugiati		80
		Aiutami a vederti		80
		Brasile	Campagna di solidarietà	80
		Cina	Donazioni per alleviare la povertà	80
		Polonia	Partecipazione alla poland business run 2020	80
	USA	Programma di volontariato virtuale	80	
Goal 12 – Produzione e consumi responsabili	Ambiente	Italia	Progetto Plastic Free	84
		Brasile	Tecnologia di Docusign	85
		Francia	Giorno mondiale della pulizia	85
		India	Riduzione del consumo di carta	85
		Portogallo	Controllo del consumo di energia elettrica	85
		Serbia	Raccolta di tappi di bottiglia per l'associazione cepzahendikep	85
		UK	Direzione sulla riduzione dei consumi	85





Group
YOUR JOB, OUR WORK

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

www.gigroup.com

