



Group
YOUR JOB, OUR WORK

2020

GLOBAL CSR REPORT



INDICE

1. LETTERA DEL FONDATORE E CEO	4	Il nostro percorso di CSR	74
2. COMPANY PROFILE	8	Risultati relativi al piano d'azione per il 2019	77
La nostra Mission	10	L'analisi di materialità di Gi Group	78
I nostri Valori	10	Obiettivi CSR per il 2020	79
La nostra storia	11		
Gi Group nel mondo	12		
I nostri numeri	14		
I nostri servizi	15		
3. RINNOVAMENTO DEI NOSTRI VALORI E DEL CODICE ETICO	16		
4. LE NOSTRE PERSONE	21		
Risorse Umane in cifre 2019	24		
La nostra Employee Value Proposition	26		
Formazione e sviluppo	28		
Comunicazione interna	32		
Gi Group Energy Matrix	36		
Iniziative a livello nazionale	37		
5. IMPEGNO VERSO LA COMUNITÀ	48		
Evoluzione del mercato del lavoro	51		
Formazione di candidati e lavoratori	54		
Altre iniziative benefiche e di volontariato	56		
Public Affairs	63		
6. AMBIENTE	64		
7. CSR IN GI GROUP	68		
Contributo agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile	70		
I nostri Stakeholder	72		
Governance della CSR	73		



1

LETTERA DEL FONDATORE E CEO

CARI STAKEHOLDER,

Dopo aver celebrato il 20° anniversario di Gi Group nel 2018, abbiamo vissuto nel 2019 un anno di consolidamento ma anche di trasformazione e apprendimento costante.

Non soltanto abbiamo ottenuto i migliori risultati in termini di EBITDA e dato il benvenuto a oltre 1500 nuovi colleghi grazie alle acquisizioni e alla crescita organica, ma abbiamo anche rafforzato la nostra capacità di rispondere alle esigenze sempre più complesse del mercato del lavoro, creando soluzioni ancora più avanzate per i nostri clienti e focalizzandoci sempre più sui nostri candidati.

In seguito all'acquisizione di Grafton in Repubblica Ceca, Polonia, Slovacchia e Ungheria, e di Marks Sattin in UK e Irlanda alla fine del 2018, abbiamo definito una nuova practice di professional staffing a livello globale. Abbiamo inoltre completato l'acquisizione di OnTime Group, società attiva in Germania sia nel settore del lavoro temporaneo e permanent staffing sia nel settore della mobilità a livello nazionale e internazionale con il marchio House of Jobs.

A supporto di questa crescita, abbiamo consolidato il nostro modello organizzativo a matrice, per permettere ai team di lavorare in maniera più efficiente e collaborativa, e focalizzato l'attenzione sui dipendenti interni, con il lancio di iniziative tese a promuovere una cultura di condivisione e apprendimento e a sviluppare la digitalizzazione della nostra comunicazione interna, della formazione e della funzione HR.

Abbiamo poi continuato a esercitare un ruolo attivo nella società a livello internazionale, appoggiando la CEO Call to Action for a New Deal for Europe (una "chiamata all'azione" dei CEO per una nuova strategia europea), promossa da CSR Europe, e attraverso la nostra partecipazione alla World Employment Confederation. Numerosi sono stati anche i progetti volti a migliorare il livello di employability nelle comunità locali e a offrire il nostro contributo a sostegno di iniziative benefiche.

In particolare, nel 2019 abbiamo rinnovato i nostri core value, ridefinendoli come Attenzione, Passione, Apprendimento continuo e Innovazione, Collaborazione, Sostenibilità e Responsabilità. Rivedere i valori insiti nel DNA di Gi Group dal 1998 è una scelta che va oltre le parole: i nostri nuovi valori rispecchiano i progressi che abbiamo compiuto in questi ventuno anni e la nostra direzione per il futuro. Sono felice di condividere con voi altre riflessioni sul tema in questa sesta edizione del CSR Report del Gruppo.

Stefano Colli-Lanzi
Fondatore e CEO di Gi Group





2

COMPANY PROFILE

LA NOSTRA MISSION

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

La Mission di Gi Group rappresenta il punto di partenza della strategia di CSR del Gruppo e mostra la direzione che l'azienda intende seguire. Descrive il modo in cui Gi Group vuole erogare i propri servizi, attraverso i quali vuole contribuire allo sviluppo del mondo del lavoro.

Soprattutto, descrive il valore indiscutibile che Gi Group attribuisce alle persone e al loro lavoro quotidiano.

I NOSTRI VALORI

Con il nostro lavoro cerchiamo di partecipare alla fatica che tutti gli uomini e tutti i popoli fanno per costruire un inizio di felicità.



ATTENZIONE



PASSIONE



APPRENDIMENTO CONTINUO E INNOVAZIONE



COLLABORAZIONE



SOSTENIBILITÀ



RESPONSABILITÀ



LA NOSTRA STORIA

2004

Acquisizione di **Worknet**, agenzia interinale del Gruppo Fiat.

La nuova realtà diventa il primo operatore italiano con un fatturato di 320 milioni di euro e 190 filiali.

2007

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

2009-2011

Continua il percorso di internazionalizzazione: **Regno Unito, Argentina** e **Europa dell'Est**.

Gi Group entra a far parte della **World Employment Confederation**, la confederazione internazionale delle agenzie per il lavoro.

2014-2015

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

Ulteriore **sviluppo del programma di partner**.

2018

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

1998

Nasce **Générale Industrielle**.

2005

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

2008

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

2013

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

2016

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

2019

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

GI GROUP NEL MONDO

Grazie alla presenza diretta e alle partnership strategiche, oggi Gi Group opera in oltre 50 Paesi in Europa, Asia Pacifica, America (Nord e Sud) e Africa.

Presenza Diretta

Argentina, Brasile, Bulgaria, Cina, Colombia, Croazia, Danimarca, Francia, Germania, Hong Kong, Ungheria, India, Irlanda, Italia, Lituania, Montenegro, Polonia, Portogallo, Repubblica Ceca, Romania, Russia, Serbia, Slovacchia, Spagna, Svizzera, Paesi Bassi, Turchia, Ucraina e Regno Unito.

Partnership strategiche

Grazie alle partnership strategiche, Gi Group è presente anche in:

Albania, Armenia, Australia, Austria, Azerbaijan, Bielorussia, Belgio, Canada, Cile, Cipro, Egitto, Finlandia, Grecia, Indonesia, Kazakistan, Kenya, Tanzania, Malesia, Malta, Messico, Medio Oriente, Myanmar, Nigeria, Norvegia, Singapore, Sudafrica, Svezia, USA, Vietnam.

- **57** paesi - **29** con presenza diretta
- oltre **500** filiali e siti SMS
- più di **4.000** dipendenti

I NOSTRI NUMERI

Nel 2019 abbiamo erogato servizi per oltre

20.000
aziende

con un fatturato di

2,6
miliardi di euro



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:

LAVORO TEMPORANEO
E PERMANENT STAFFING

RICERCA E SELEZIONE

PROFESSIONAL STAFFING

FORMAZIONE

EXECUTIVE SEARCH

SUPPORTO ALLA RICOLLOCAZIONE

OUTSOURCING

CONSULENZA HR



3

**RINNOVAMENTO
DEI NOSTRI
VALORI E DEL
CODICE ETICO**



Nel 2019 abbiamo deciso di rinnovare i nostri core value e, di conseguenza, il nostro Codice Etico.

Rivedere i valori insiti nel nostro DNA dal 1998 è una scelta che va oltre le parole:

“I nostri nuovi valori rispecchiano i progressi che abbiamo compiuto in questi ventuno anni e la nostra direzione futura”

come ha spiegato il Fondatore di Gi Group Stefano Colli-Lanzi durante il primo live webcast tenuto dal CEO nel dicembre 2019 e aperto a tutti i dipendenti interni nel mondo.

Proprio a partire dal rinnovo dei valori aziendali, abbiamo rivisto le competenze core a livello di Gruppo e avviato il disegno di una Employee Value Proposition globale, argomento che verrà trattato nel capitolo 4 del nostro CSR Report.

Ieri

- LAVORO
- ATTENZIONE
- ECONOMICITÀ
- APPRENDIMENTO CONTINUO E INNOVAZIONE
- RESPONSABILITÀ
- SPIRITO DI SQUADRA

Oggi

- ATTENZIONE
- PASSIONE
- APPRENDIMENTO CONTINUO E INNOVAZIONE
- COLLABORAZIONE
- SOSTENIBILITÀ
- RESPONSABILITÀ

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.



Scansiona il codice QR per sapere di più sul nostro Codice Etico



4

**LE NOSTRE
PERSONE**

Siamo un gruppo di persone con una mission molto ambiziosa, che richiede impegno e passione a livello personale e di squadra.

Nel 2019 ci siamo presi cura dei nostri dipendenti concentrandoci principalmente su 4 progetti a livello globale.

- Disegno di una **Employee Value Proposition** di Gruppo che parte dal rinnovo dei valori aziendali, delle core competences e dalla consapevolezza delle ragioni per cui le persone vogliono lavorare per Gi Group.
- Progettazione e realizzazione di nuovi **contenuti e modalità di formazione** sia a livello globale che locale, per incrementare la qualità e la velocità di acquisizione di nuove competenze e comportamenti efficaci.
- **Nuovo processo di gestione e di valutazione della prestazione**, orientato allo sviluppo professionale e alla crescita della persona, supportato da un unico strumento digitale utilizzato in tutti i Paesi e da tutte le business lines.
- Rinforzo delle iniziative di comunicazione e condivisione delle informazioni e scambio di conoscenza (**knowledge sharing**).

A questi progetti si sono aggiunte le attività di due diligence e integrazione aziendale a seguito della strategia di acquisizioni.



RISORSE UMANE IN CIFRE 2019

Nel 2019 il Gruppo ha continuato a crescere a ritmi intensi in tutti i Paesi con presenza diretta, consolidando la propria presenza in Germania, attraverso l'acquisizione di House Of Jobs e OnTime Group.

I paesi dove è presente il maggior numero di dipendenti sono l'Italia, il Regno Unito e il Brasile.

A dicembre 2019 la forza lavoro di Gi Group contava

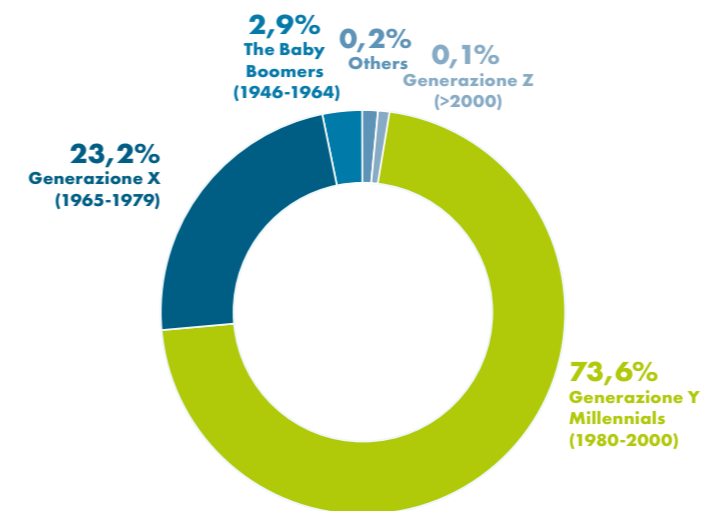
+ 4.000
dipendenti interni

Paese	%
Argentina	0,2%
Brasile	6,8%
Bulgaria	0,7%
Cina	5,1%
Colombia	0,1%
Croazia	0,0%
Repubblica Ceca	4,5%
Francia	1,0%
Germania	4,9%
Hong Kong	0,1%
Ungheria	0,8%
India	3,6%
Italia	43,1%
Lituania	0,3%

Paese	%
Montenegro	0,2%
Olanda	0,6%
Polonia	4,5%
Portogallo	1,5%
Romania	1,8%
Russia	0,4%
Serbia	0,8%
Repubblica Slovacca	1,4%
Spagna	5,0%
Svizzera	0,1%
Turchia	1,1%
Inghilterra - Irlanda	11,4%
Ucraina	0,1%

Nel corso del 2019 abbiamo assunto **oltre 1.589** nuovi colleghi, il **19,4%** (308) dei quali con contratti di Apprendistato o Tirocinio, a dimostrare la volontà del Gruppo di investire nella formazione dei giovani.

DIPENDENTI PER ETÀ



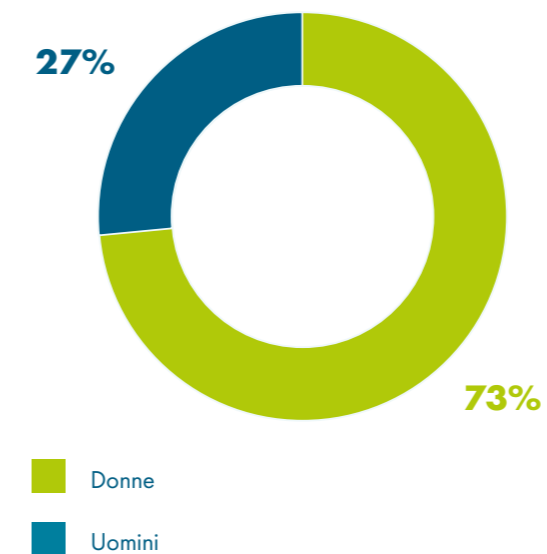
Età media globale

34 anni

Seniority media globale

3,9 anni

DIPENDENTI PER GENERE



Il 73% della popolazione è donna

La percentuale di donne che ricoprono posizioni apicali è pari al

30,39%

LA NOSTRA EMPLOYEE VALUE PROPOSITION

Il disegno di una Employee Value Proposition unica e condivisa a tutti i livelli organizzativi e geografici, per incrementare l'attraction e la retention interna, è stato uno dei 4 progetti principali a livello globale per la funzione HR nel 2019.

In particolare, le principali azioni intraprese nel corso dell'anno sono state:

- la costituzione un gruppo di lavoro che ha coinvolto, oltre alla funzione HR globale, rappresentanti della funzione Marketing, delle Practice e delle Countries principali;
- la definizione delle caratteristiche fondamentali da ricercare nei potenziali dipendenti di Gi Group;
- la revisione dei core values e delle core competences in coerenza con la definizione del target di candidati interni;
- l'attivazione di un progetto di ricerca, analisi e ascolto, fondamentale per la costruzione di una EVP rilevante (per il target di riferimento), credibile, ambiziosa e distintiva. A monte, si è proceduto con l'analisi di documenti e dati esistenti, tra cui il panel di valori preesistenti, i risultati dell'indagine di clima condotta nel 2018 (la Gi Group Energy Matrix), la documentazione relativa ai competitor. Successivamente si è attivata la fase di ascolto diretto dei dipendenti, attraverso 'instant survey' su GiNET (la intranet globale), 6 focus group con dipendenti interni (in Italia, Brasile, Germania, Regno Unito, India e Polonia), e 7 interviste a membri del top management globale (incluso il Founder & CEO).

I risultati della fase di analisi e ricerca ci consentiranno di formulare un 'EVP Framework' che sarà poi articolato attraverso iniziative di comunicazione interna ed esterna a partire dal 2020.

LEARNING & DEVELOPMENT

Il 2019 è stato un anno di intenso lavoro e investimento su iniziative formative di carattere globale che hanno toccato diversi ambiti, in particolare: valori e cultura aziendale; percorsi formativi professionalizzanti; sviluppo manageriale; processi HR (onboarding, performance). Di seguito i dettagli dei progetti principali.



PROGETTI

WELCOME ON BOARD

Quest'anno abbiamo digitalizzato il "Welcome On Board" 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, realizzato in modalità eLearning, è in lingua inglese e tradotto in tutte le lingue per essere disponibile in tutti Paesi dove siamo presenti.

Attraverso l'integrazione con il nostro sistema gestionale HR Pro, ogni nuovo assunto riceve un'email automatica di notifica con l'invito ad accedere al corso il cui andamento è costantemente monitorato.

Il "Welcome On Board" comprende contenuti interattivi e ingaggianti attraverso i quali sono stati diffusi, con esempi pratici, i valori aziendali appena rinnovati.

ROAD

ROAD è il nuovo approccio di Gi Group alla valorizzazione e al potenziamento delle performance dei propri dipendenti. ROAD è un acronimo composto dalle parole chiave che sono al cuore dell'iniziativa: Reward, Objective Setting, Appreciation, Development. L'intento di questo progetto è diffondere una cultura della prestazione basata sull'apprezzamento e sul riconoscimento dei risultati raggiunti, per porre le basi per il potenziamento delle capacità individuali in ottica futura.

Per supportare questo processo abbiamo sviluppato nel sistema gestionale HR Pro una area dedicata per la gestione e la condizione di obiettivi e feedback tra capo e collaboratore.

Il cambiamento culturale viene accompagnato da una serie di contenuti formativi mirati sia al supporto all'apprendimento del nuovo strumento, tramite video tutorial, sia all'apprendimento di competenze e comportamenti efficaci per la gestione dei momenti principali del percorso (goal setting; giving and receiving feedback; continuous feedback; managing performance appreciation; development plan).

CHANGE MANAGEMENT

Con il supporto di SDA Bocconi abbiamo progettato un'iniziativa formativa dedicata al nostro Top Management, con l'obiettivo di sviluppare le competenze manageriali legate alla gestione del cambiamento. In una prima fase, attraverso la combinazione di contenuti teorici, esercitazioni pratiche e simulazioni, i nostri leader hanno potuto riflettere su metodologie e casi di studio e sperimentare azioni concrete per la gestione efficace di un progetto articolato di Change Management all'interno di una organizzazione complessa.

In una seconda fase, in modalità workshop, è stato chiesto al team di riflettere su come applicare la metodologia alla specifica realtà Gi Group, per supportare il raggiungimento degli obiettivi strategici.

SOLUTION DESIGN INTERNATIONAL PROGRAM

Nel 2019 abbiamo lanciato il primo percorso formativo in format "blended" (elearning, webinar e aula) del Gruppo a livello Globale. Il "Solution Design International Program" è indirizzato alle figure professionali, all'interno della nostra Practice Temp&Perm e provenienti da vari Paesi, dedicate al disegno di soluzioni di servizio personalizzate per i nostri clienti.

Il corso è composto da 3 blocchi:

- contenuti formativi eLearning, disegnati ad hoc per questa iniziativa, con focus su Progettazione e Analisi organizzativa e Lean Management;
- live webinar per illustrare ai partecipanti le principali soluzioni standard sviluppate dalla Practice Temp&Perm;
- aula interattiva per aiutare i partecipanti ad applicare la teoria appresa nelle specifiche realtà locali.

BUILD THE FUTURE

Per la Practice Temp&Perm abbiamo sviluppato un progetto triennale dedicato ad oltre 1.200 colleghi in tutto il mondo concentrato su 3 filoni: Awareness, Skills Development, Community.

Nello specifico, le attività formative si sono concentrate su:

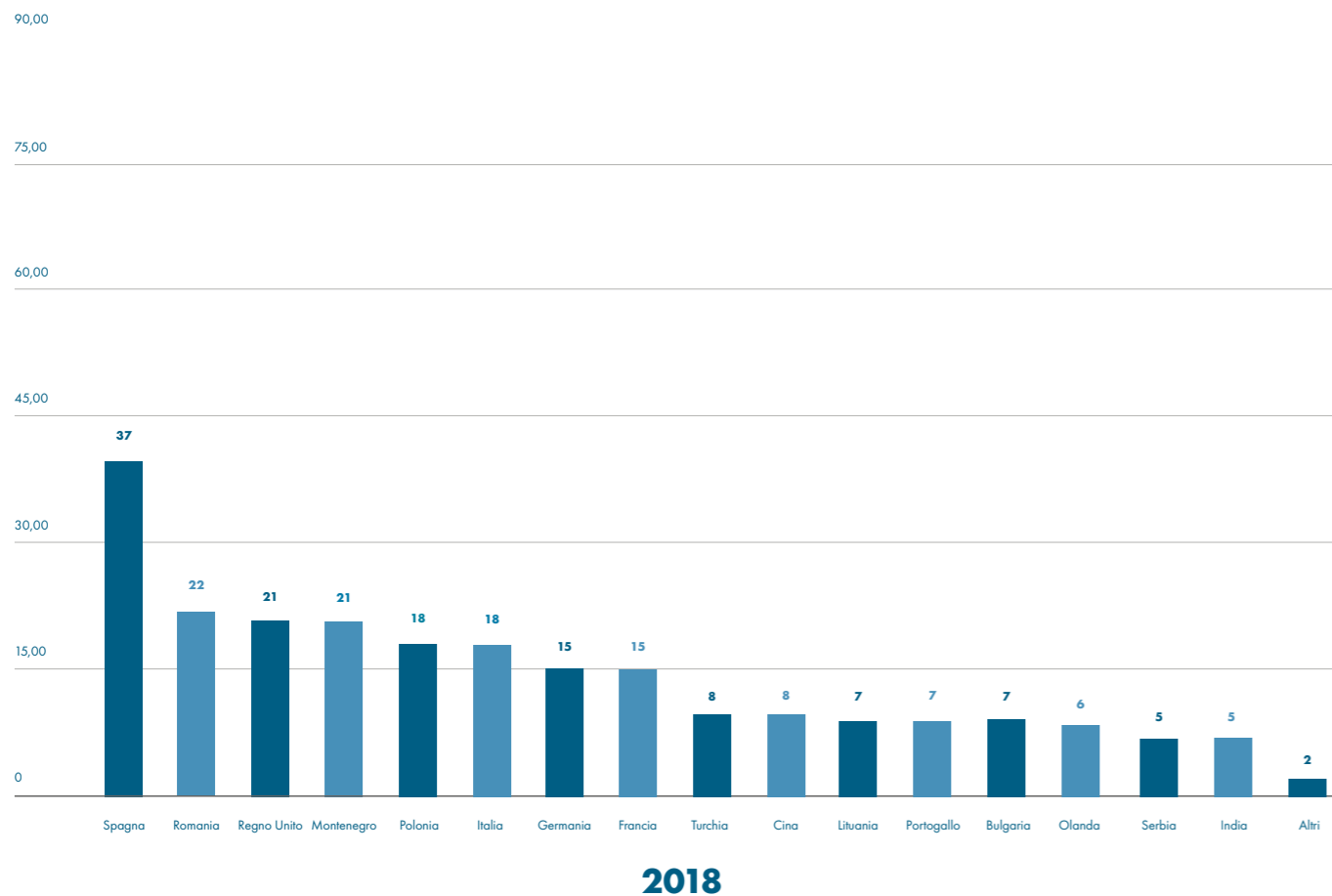
- realizzazione di un eLearning video "forma-informativo" – graficamente dinamico e innovativo e disponibile in più lingue – per aumentare la conoscenza e la consapevolezza in merito al modello di business della Practice;
- progettazione e disegno della "Digital Learning Library Temp&Perm", con la definizione dei principali contenuti formativi professionalizzanti per chi fa parte della practice e la realizzazione dei primi moduli in formato eLearning. Il progetto proseguirà nel 2020 con il lancio di nuovi contenuti.



FORMAZIONE E SVILUPPO IN CIFRE

La formazione delle nostre persone è un elemento fondamentale a supporto della realizzazione della strategia HR di Gruppo, sia in ottica di sviluppo delle competenze professionali che in ottica di retention.

TOTALE ORE DI FORMAZIONE EROGATE AD OGNI DIPENDENTE (MEDIA NEL PAESE)



Gli investimenti in formazione sono evidenziati dai numeri:

84.630

(vs 76.424 in 2018)

Ore totali di formazione erogata con un incremento dell'10% rispetto al 2018 e del 33% rispetto al 2017

1.142

(vs 1.010 in 2018)

Corsi erogati nel 2019 con un aumento dell'12% rispetto al 2018 e del 50% rispetto al 2017

Il numero medio di ore di formazione erogato a ciascun dipendente di Gi Group nel 2018 è pari a

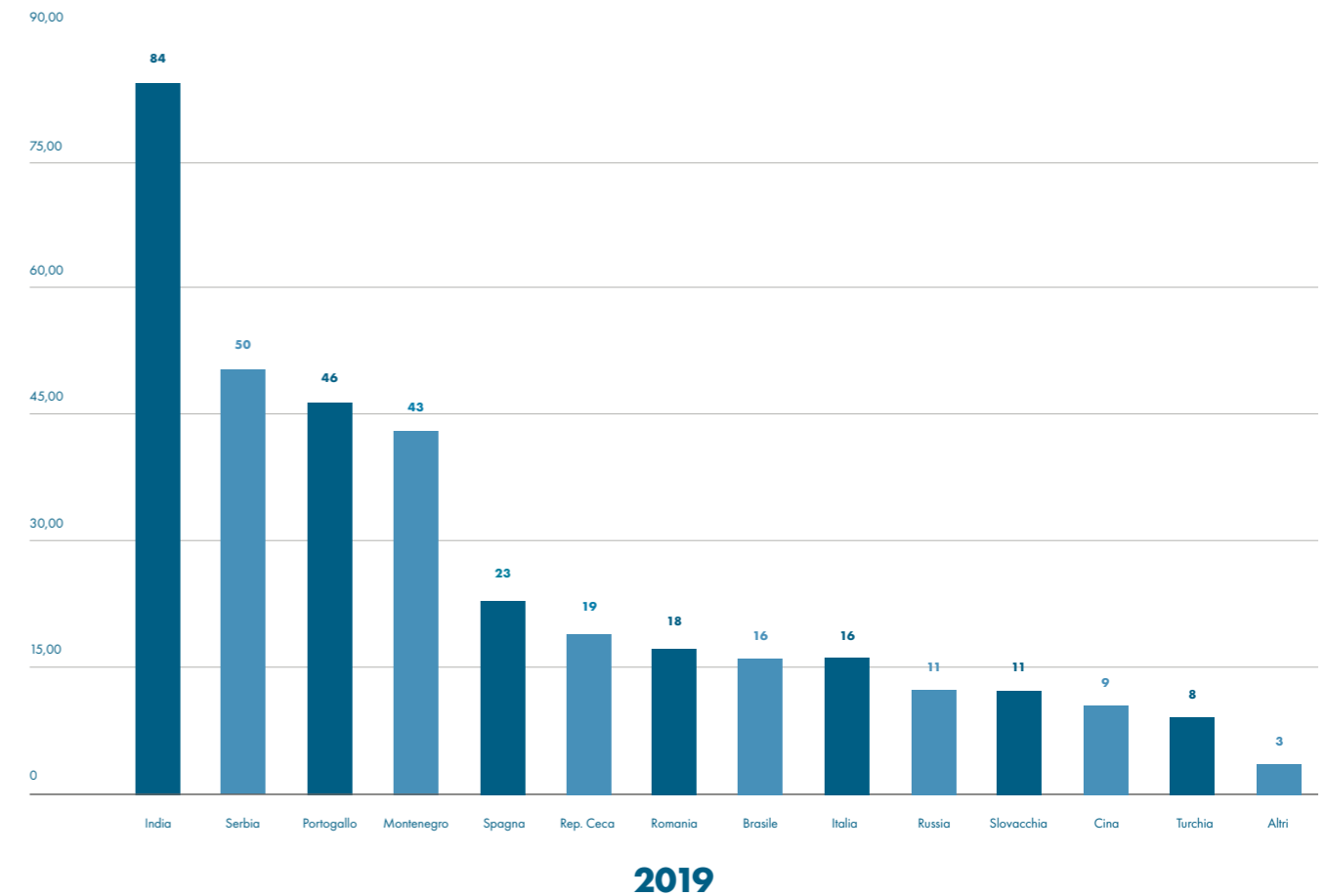
16,1

(vs 14,8 in 2018)

in aumento dell'8% rispetto al dato medio del 2018

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

Nel grafico sottostante vengono presentate le ore di formazione media erogate in ciascun Paese (altri: Argentina, Ungheria, Polonia, Germania, Regno Unito, Svizzera e Bulgaria).



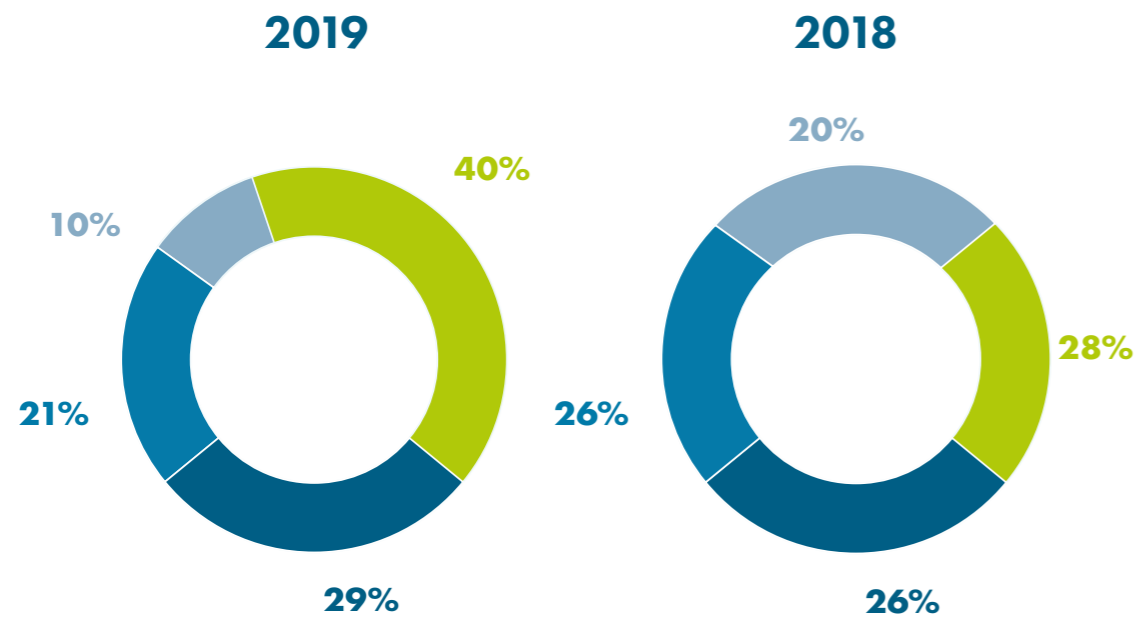
I contenuti dell'offerta formativa sono coerenti con la strategia del Gruppo e con le priorità di business di ogni Country.

IN CONTINUITÀ CON IL 2018, I PRINCIPALI CONTENUTI FORMATIVI EROGATI SONO RAGGRUPPATI 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, ...)

TRAINING MIX - CONTENUTO FORMATIVO 2019

- Competenze tecnico-specialistiche
- Competenze trasversali
- Formazione in ingresso (sugli strumenti di lavoro)
- Formazione obbligatoria (ambito legale)

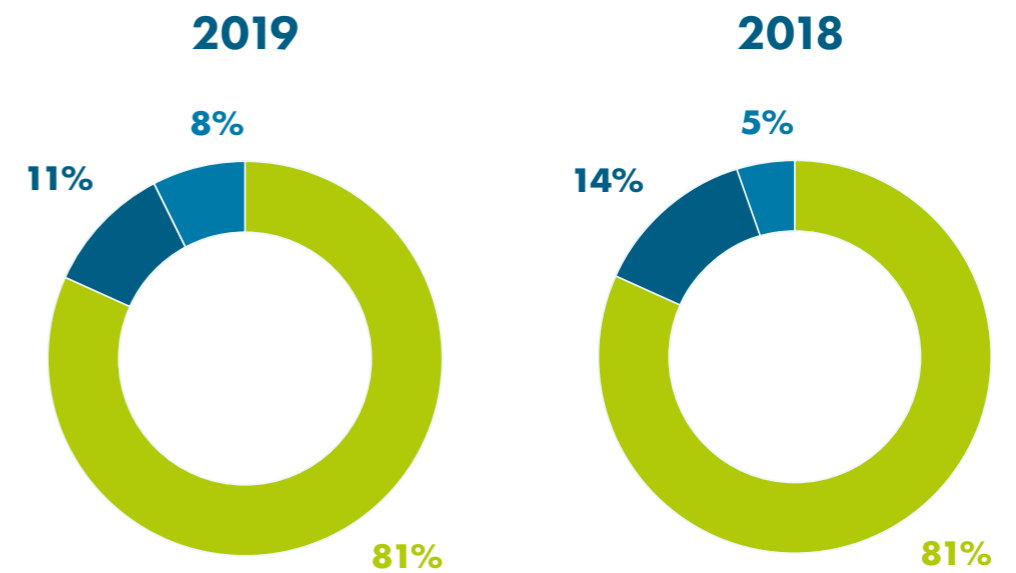


TIPOLOGIA DI CORSI 2019

Nel 2019 è proseguito l'utilizzo della piattaforma eLearning Docebo per l'erogazione dei corsi a distanza; continuano a prevalere i corsi in presenza e si registra un aumento dei corsi erogati in modalità *blended*, ossia mista online e in aula.

Il gradimento medio dei corsi da parte dei nostri colleghi si è attestato su un punteggio di 4,3 su scala 5 e, in particolare, il 39% si dichiara pienamente soddisfatto.

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



COMUNICAZIONE INTERNA

In linea con l'attenzione all'engagement delle nostre persone e con la strategia di crescita internazionale, nel 2019 abbiamo lavorato per migliorare ed innovare la comunicazione interna sia a livello globale che nei singoli Paesi.

COMUNICAZIONE INTERNA DEL CEO

In coerenza con l'evoluzione della struttura organizzativa in una prospettiva sempre più globale, nel 2019 abbiamo supportato la comunicazione interna a livello globale del CEO & Founder, Stefano Colli-Lanzi.

Le principali attività di leadership communication sono state sviluppate nell'ottica di:

- informare quanti più dipendenti possibili su strategia aziendale, risultati e valori dell'azienda;
- generare più opportunità di comunicazione bidirezionale ed ascolto;
- aumentare il senso di appartenenza e connessione tra persone provenienti da paesi e linee di business differenti.

A tal fine, la comunicazione interna globale del CEO è stata articolata con l'integrazione di video, mail e news pubblicate sulla intranet, che consente a tutti i dipendenti di commentare e interagire con i contenuti.

La più grande novità introdotta nel 2019 è stato l'appuntamento ricorrente di live webcast interattivi, 'Live with Stefano-Colli Lanzi', tenuti grazie all'uso di moderni strumenti tecnologici: dopo un pilot a Luglio 2019, a Dicembre 2019 si è tenuta la prima diretta globale del CEO, durante la quale sono stati condivisi i risultati di ciascuna Region e sono stati presentati i nuovi valori aziendali.

Alla prima edizione del webcast globale del CEO hanno partecipato tra gli 840 e gli oltre 1500 dipendenti da tutto il mondo. Il numero è stimato perché i partecipanti nella maggior parte dei casi si sono riuniti per seguire insieme la diretta, facendo di questo appuntamento un momento di condivisione con i colleghi. Inoltre, tutti hanno avuto la possibilità di fare domande e interagire con il CEO e sono state ricevute più di 65 domande.



COLLABORAZIONE E CONDIVISIONE DELLA CONOSCENZA

Le principali attività di comunicazione interna a supporto della promozione di una cultura di collaborazione a livello internazionale, condivisione delle informazioni e scambio di conoscenza (**knowledge sharing**) includono:

- l'organizzazione del primo live webcast aperto a tutti i dipendenti interni, per aumentare la conoscenza del tema dell'International Mobility e per condividere le best practices. L'evento ha sottolineato l'importanza della cooperazione a livello internazionale, grazie al coinvolgimento di relatori di 4 paesi e la partecipazione di più di 40 persone da 15 paesi. In parallelo, è stato creato un gruppo sulla intranet globale per continuare a condividere risorse e conoscenze sul tema della International Mobility;
- il supporto alla Practice Temp&Perm nella comunicazione del progetto Build the Future, concentrato su 3 filoni: Awareness, Skills Development, Community;
- la creazione di una community all'interno della intranet, dedicata a tutti i colleghi appartenenti a questa practice a livello globale, nell'ambito del progetto Build the Future;
- la creazione di una community all'interno della intranet dedicata ai referenti della divisione del Temp&Perm specializzata in ambito Fashion & Luxury.

CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE INTERNA GLOBALE

A seguito del lancio della nuova intranet globale cominciato nel 2018 e proseguito nel corso del 2019, abbiamo potuto garantire l'informazione immediata di un numero sempre più ampio di dipendenti, con la pubblicazione regolare delle news organizzative globali (che includono le assunzioni e promozioni ai primi livelli di HQ e nelle Countries), e la condivisione delle comunicazioni del CEO e dei principali aggiornamenti riguardo risultati e strategia dell'azienda.

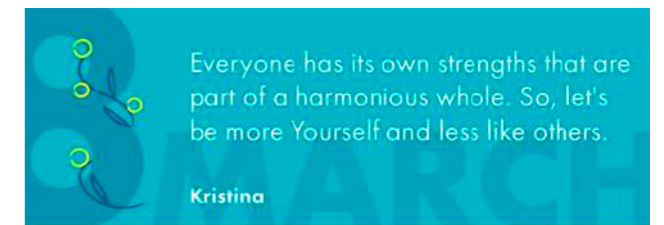
Inoltre, abbiamo sviluppato le prime campagne di comunicazione globali, tra cui:

- la celebrazione della Giornata internazionale della donna, l'8 Marzo, durante la quale abbiamo invitato i dipendenti a condividere sulla intranet un consiglio che avrebbero voluto dare alle donne attorno a sé per la loro crescita professionale, abbiamo poi condiviso alcuni dei migliori "consigli" sui nostri canali social;
- la condivisione nelle news globali delle iniziative sviluppate a livello locale per la promozione del benessere fisico e psicologico dei dipendenti, con l'obiettivo di far conoscere le best practices in materia e aumentare la consapevolezza sull'importanza del tema del wellbeing e sulle azioni intraprese;
- una campagna per aumentare la conoscenza dello strumento e delle funzionalità della intranet globale, GiNET.

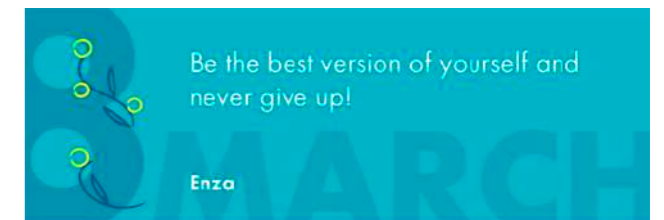
Con l'obiettivo di ingaggiare i dipendenti, abbiamo lanciato la campagna attraverso un video divertente, girato con il supporto di alcuni colleghi e abbiamo coinvolto 4 testimonials da paesi diversi per condividere best practice di utilizzo dello strumento. I contenuti della campagna sono stati resi disponibili anche sulla nostra piattaforma di eLearning.

A prescindere dal tema trattato, ci siamo sempre mossi con due linee guida principali, coerenti con i nostri principi.

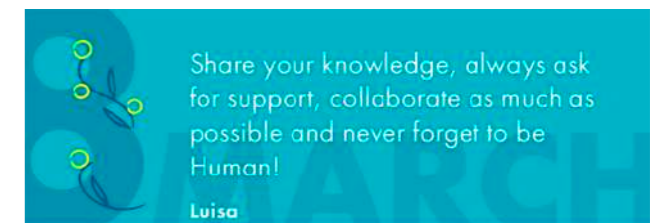
- **Trasparenza:** con la condivisione diretta di comunicazioni sui risultati, strategia e cambiamenti organizzativi, ma anche ampliando la visibilità a tutti i dipendenti delle news locali pubblicate sulla intranet negli altri paesi.
- **Engagement:** abbiamo dato con maggiore frequenza visibilità globale a best practice e news riguardanti le Countries e le diverse Practice; abbiamo sempre più coinvolto i dipendenti nella creazione dei contenuti stessi, con 'user generated content' come video e testimonianze; ma soprattutto abbiamo cercato di veicolare la cultura della condivisione e la partecipazione spontanea nella comunicazione a due vie. Il risultato è dimostrato dal fatto che se nel 2018 le 60 global news pubblicate sulla intranet hanno ricevuto un totale di 314 likes e 61 commenti, nel 2019 l'engagement delle global news pubblicate su GiNET (95 nel 2019, +58% rispetto al 2018) è aumentato del 372% in termini di likes totali e del 295% in termini di commenti totali (241 nel 2019).



Happy Women's Day
from Gi Group



Happy Women's Day
from Gi Group



Happy Women's Day
from Gi Group



GINET: LO SVILUPPO DELLA SOCIAL INTRANET DI GI GROUP

La nuova piattaforma di comunicazione interna, GiNET, è stata lanciata a Marzo 2018 in Italia ed il processo di implementazione globale è proseguito nel corso dell'anno, arrivando ad essere accessibile dai dipendenti di 24 Paesi. Nel 2019 abbiamo proseguito con l'integrazione di nuovi Paesi e delle aziende acquisite e oggi GiNET è accessibile a tutti i dipendenti in 27 Paesi. In altre situazioni, come in Cina, abbiamo avviato operazioni di miglioramento dell'infrastruttura IT, incrementando il numero di dipendenti in grado di accedere a GiNET.

Nel corso dell'anno abbiamo lavorato costantemente allo sviluppo ed al miglioramento delle funzionalità della intranet, anche grazie al continuo ascolto delle esigenze dei paesi. Tra i principali sviluppi menzioniamo:

- la creazione di una nuova sezione "How to use GiNET" con video tutorials sull'uso della intranet, traducibili dai singoli paesi;
- la creazione di GiNET Analytics, una dashboard in grado di misurare automaticamente alcuni KPIs riguardanti le news pubblicate a livello globale e locale ed i gruppi di lavoro presenti sulla intranet;
- il miglioramento delle funzionalità di condivisione di documenti e la riorganizzazione di alcune sezioni globali, nell'ottica di una migliore fruibilità;
- nuove funzionalità per favorire la creazione di gruppi di lavoro molto estesi per progetti strategici nazionali e internazionali.

A riprova dell'efficacia della strategia aziendale adottata, si è registrato un crescente utilizzo dei tool di collaborazione online disponibili su GiNET.

DICEMBRE 2018

201

gruppi
di lavoro

DICEMBRE 2019

898

gruppi
di lavoro

GI GROUP ENERGY MATRIX

Misurare l'engagement e il benessere dei nostri dipendenti

Per continuare a prestare ascolto agli input dei nostri dipendenti e a valutarne il livello di energia, di engagement, di fiducia e l'approccio al cambiamento, nel 2019 abbiamo lavorato alla preparazione dell'edizione 2020 della Gi Group Energy Matrix.

Lanciata per la prima volta a dicembre 2017, la Gi Group Energy Matrix è la survey interna rivolta a tutti i dipendenti di tutte le società del gruppo a livello locale e globale.

I fattori oggetto di indagine sono riconducibili alle seguenti macroaree:

Benessere organizzativo inteso come percezione del benessere dell'organizzazione rispetto a criteri chiave quali:

- Management e leadership
- Sviluppo professionale
- Qualità della vita lavorativa
- Comunicazione
- Identità e valori
- Organizzazione del lavoro
- Performance e reward

Benessere dei dipendenti a livello di:

- Benessere psicologico
- Benessere fisico
- Benessere relazionale
- Benessere legato ai valori

Livello di fiducia rispetto a:

- Collegli
- Responsabile diretto
- Management
- Azienda come sistema

Approccio verso il cambiamento

In base alle risposte raccolte, la popolazione aziendale viene distribuita nei quattro cluster che definiscono il livello di energia espresso rispetto al benessere organizzativo e individuale. I risultati della prima edizione hanno restituito una fotografia della popolazione aziendale molto positiva, situando il 77,3% delle persone tra coloro che "diffondono energia", contribuendo attivamente allo sviluppo dell'azienda.

INIZIATIVE A LIVELLO NAZIONALE

In linea con la nostra strategia HR globale e sulla base degli spunti ricevuti attraverso la Gi Group Energy Matrix, le diverse Countries hanno lanciato numerose iniziative a livello locale per i nostri dipendenti interni.

Ecco alcune delle principali iniziative attuate nel corso del 2019.

ITALIA

B*RIGHT – THE GI GROUP UNIVERSITY

In linea con il focus strategico sulla formazione, in Italia è stato lanciato un progetto pilot di corporate university per aumentare le opportunità di apprendimento continuo, crescita delle competenze e condivisione del know-how per i dipendenti interni del Gruppo.

Il progetto, chiamato "b*right", consente di rispondere in modo sempre più efficace ed efficiente a diversi obiettivi:

- in primis, la necessità di avere al proprio interno **competenze sempre più verticali e specializzate**, costruite attraverso **percorsi formativi dedicati alle diverse famiglie professionali**;
- l'opportunità di **sistematizzare i contenuti di training disponibili**, sempre più numerosi e vari, per consentire alle persone di orientarsi al meglio all'interno dell'offerta formativa di Gruppo;
- l'esigenza di avere sempre **nuove leve di attraction e retention** dei dipendenti, soprattutto verso le generazioni più giovani che rappresentano oggi una quota significativa della popolazione aziendale, e per le quali avere sempre nuove occasioni di apprendimento è un fattore di fidelizzazione importante;
- la volontà dell'azienda di mantenere una **forte impronta valoriale**, promuovendo la diffusione dei valori aziendali e la condivisione di un'identità comune, e favorendo lo scambio di saperi intra-gruppo;
- non ultimo, l'impegno ad essere sempre **all'avanguardia in ambito formazione** attraverso una ricerca ed una sperimentazione costante di nuovi contenuti, metodologie, strumenti formativi.



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

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



		Benessere organizzativo	
		Basso	Alto
Benessere personale	Alto	Trattengono energia	Diffondono energia
	Basso	Disperdono energia	Assorbono energia

Complessivamente nel 2019 sono stati realizzati:

270

progetti
formativi

38.000

ore
di formazione

8.600

partecipanti

Oltre a questi, abbiamo organizzato **iniziative speciali di formazione ed engagement in presenza**, tra cui "The Sales Xperience" e "The Evolution Xperience".

Nel mese di febbraio si è tenuto il progetto di engagement della struttura Temp&Perm "The Sales Xperience", un tour di 6 tappe che ha visto protagonista tutta la rete Sales Italia: un team di colleghi a capo delle funzioni di Business ha presentato una panoramica di tematiche e priorità strategiche utili a supportare il team sales nella sfida proposta dall'anno 2019.

"The Evolution Xperience" è l'evento di engagement e formazione tenutosi in due giornate a metà settembre a Bologna, dedicato invece agli oltre 1200 recruiter e amministrativi delle filiali Gi Group di tutta Italia. Temi principali dell'iniziativa sono stati il cambiamento, l'evoluzione del mercato e, di conseguenza, il ruolo delle APL e di come dobbiamo reagire alle sfide e valorizzare i nostri punti di forza e le strategie di sviluppo e le direttive di crescita dei ruoli per gli anni a venire.

Un elemento che ha caratterizzato b*right sin dalla nascita è stata la forte attenzione al concetto di **Social Learning**, ovvero di apprendimento attraverso la condivisione e lo scambio tra colleghi oltre le barriere geografiche, di gerarchia e funzione: a questo scopo abbiamo lanciato il **b*right Lab**, una piattaforma all'interno della intranet aziendale aperta a tutti i dipendenti del Gruppo, in cui, con cadenza periodica, la funzione Training & Development propone spunti di riflessione e di dibattito su temi comuni e strategici per l'azienda, e stimola le persone a confrontarsi, mettendo a fattor comune esperienze e considerazioni sull'argomento.

La University si avvale di un team di Ambassador, i **b*righters** – selezionati per candidatura spontanea e rappresentanti di diverse funzioni e società del gruppo, che supportano la diffusione delle iniziative presso i colleghi e contribuiscono ad alimentare le attività di social learning sulla intranet aziendale

attraverso il proprio contributo attivo – e di un pool di **Mentor aziendali** – profili senior, appositamente formati, che supportano l'inserimento on the job dei colleghi più junior. Per garantire la massima **divulgazione, trasparenza ed inclusione** delle iniziative proposte sono state realizzate campagne mailing, video e news sulla intranet aziendale di presentazione e **promozione delle diverse attività**.

Inoltre, in ottica di **Engagement** dei dipendenti, sono stati organizzati **eventi interni, contest, premiazioni e call to action** per progetti specifici volti a promuovere la **consapevolezza organizzativa, la contaminazione di conoscenze e la partecipazione attiva** alla vita organizzativa di tutte le fasce di popolazione aziendale.

Gli **obiettivi per il 2020** sono di **arricchire ulteriormente l'offerta formativa** per le diverse famiglie professionali; **potenziare le attività di social learning ed i contenuti di digital eLearning**; riconoscere e valorizzare chi svolge attività di docenza interna attraverso **percorsi di certificazione ad hoc**; costruire **percorsi formativi trasversali** alle diverse società e sviluppare nuovi progetti che favoriscano e valorizzino il **knowledge sharing** interno al Gruppo.



IL PROGETTO SMART WORKING

Nel 2019 il progetto di introduzione dello smart working è passato dalla fase pilota all'adozione su larga scala.

Abbiamo deciso di avviare un progetto sperimentale di smart working rivolto a tutti i dipendenti interni e inteso a migliorare l'efficienza dei processi di organizzazione del lavoro interno, prestando particolare attenzione al benessere dei nostri dipendenti. Ciò ha comportato un'evoluzione del lavoro in termini di fiducia, autonomia, senso di appartenenza, creatività, iniziativa e innovazione. Basandosi sulla responsabilizzazione personale per il mantenimento dei risultati attesi, il progetto mira a ridefinire le modalità di lavoro in termini di maggiore flessibilità spazio-temporale.

Il progetto è volto a trovare un punto di incontro tra valori e interessi individuali e valori e interessi aziendali, grazie alla sperimentazione diretta dello smart working e a un'organizzazione più autonoma e flessibile delle performance nella gestione responsabile dei tempi di lavoro, in linea con gli obiettivi corporate.

Tali obiettivi sono raggiunti anche attraverso nuove forme di collaborazione e attraverso il riconoscimento dei valori personali e familiari dei nostri dipendenti (equilibrio vita-lavoro) nel quadro degli obiettivi e della mission di tutte le società del Gruppo.

In coerenza con questo approccio, i singoli regolamenti dedicati alle varie società del Gruppo in Italia non sono stati strutturati secondo una modalità top-down, ma hanno preso forma attraverso workshop e analisi condotte con il coinvolgimento dei dipendenti stessi, garantendo un altissimo grado di consapevolezza e responsabilizzazione e una risposta equilibrata alle esigenze organizzative delle diverse linee di business.

Nel 2018, attraverso 30 workshop che hanno coinvolto un totale di 300 persone, i nostri colleghi hanno avuto l'opportunità di condividere quelle che ritenevano fossero le opportunità e le sfide del lavoro flessibile in relazione ai rispettivi ruoli.

Le parole chiave emerse dai workshop sono state: collaborazione, self-management, innovation and change.

Nel 2019, il numero dei dipendenti coinvolti nel progetto di sviluppo dello smart working è aumentato, arrivando a raggiungere un totale di 480 persone coinvolte in 38 workshop.

Le società più piccole della Country Italia hanno iniziato progressivamente la sperimentazione del lavoro agile, e anche la capogruppo ha coinvolto nella prima sperimentazione circa l'8% del proprio organico.

Nel 2020, questo coinvolgimento vedrà un ulteriore incremento arrivando a estendersi anche ai colleghi della practice del Temporary e Permanent Staffing, a partire dal mese di febbraio.



REGNO UNITO E IRLANDA

EMPLOYEE HEALTH INITIATIVE

L'obiettivo di questa iniziativa era accrescere la consapevolezza rispetto alla salute e ai livelli di energia personale, facendo in modo che tutti i dipendenti di Gi Group nel Regno Unito iniziassero la giornata con la giusta carica e mantenessero alti livelli di energia per tutto il giorno.

Punto di partenza della strategia era il Breakfast Club, uno spazio dedicato a offrire una colazione completa a tutti i membri del personale affinché ciascuno di loro fosse incoraggiato a iniziare la giornata con la giusta carica di energia, consumando una colazione sana e facendo scorta di frutta. Inoltre, durante la convention annuale sono state distribuite borracce per l'acqua a tutti i membri dei team, allo scopo di incoraggiare il consumo di acqua e ridurre il numero di bottiglie di plastica nelle varie sedi.

I nostri colleghi di Marks Sattin hanno organizzato una Health & Wellbeing Week: una settimana di iniziative intraprese a livello internazionale dalle aziende del marchio e finalizzate a promuovere la salute e il benessere dei propri dipendenti. Tra le varie attività era prevista, tra l'altro, una sessione di fitness di gruppo e la vendita di torte "salutiste".

"Dall'introduzione del Breakfast Club, ho preso l'abitudine di fare colazione e mangio in maniera più sana anche a pranzo"

"Compro molte meno bottiglie di plastica e bevo più acqua, ora che ho a disposizione la mia borraccia Gi"

EMPLOYEE FLEXIBILITY INITIATIVE

Il nostro obiettivo con questa iniziativa era incrementare la flessibilità dei dipendenti e offrire il sostegno di Gi Group UK a tutti i lavoratori che sono anche genitori e si occupano dei loro familiari.

A tal fine, abbiamo portato avanti il nostro Holiday Purchase Scheme a beneficio di tutto lo staff: un'iniziativa volta a concedere cinque giorni di congedo aggiuntivi e particolarmente apprezzata dai genitori che lavorano. Continuiamo inoltre a concedere ai dipendenti un giorno di permesso extra in occasione del loro compleanno. Nel complesso, abbiamo registrato un tasso di utilizzo del 15% a fronte di queste iniziative.

EMPLOYEE MENTAL ENERGY INITIATIVE

Il nostro obiettivo era accrescere la consapevolezza di quanto e come sia fondamentale la salute psicologica sul posto di lavoro e come gestire e sostenere in maniera efficace questo aspetto in azienda.

Nel novembre 2019, abbiamo avviato la prima fase della nostra Mental Energy Strategy, e ora sono 16 i Mental Energy Advocates in azienda che hanno intrapreso il corso di formazione Mental Health First Aid Champion per essere in grado di fornire sostegno psicologico sul posto di lavoro. Altri due dipendenti sono invece Mental Health First Aid Professional e, come operatori di primo aiuto psicologico, sono di grande sostegno e guida in azienda. All'inizio del 2020 questo gruppo collaborerà per promuovere e diffondere la conoscenza di tutti gli aspetti legati alle energie mentali, assicurando che tutti i dipendenti di Gi Group UK siano informati e ricevano il giusto sostegno.

CAMPAGNA "LET'S TALK ABOUT IT"

Abbiamo avviato una campagna finalizzata ad accrescere la consapevolezza di problematiche di più ampio respiro e a promuovere un ambiente lavorativo più sicuro insieme a una maggiore sicurezza per i dipendenti al di fuori di esso.

Alla fine del 2018 è stata così lanciata la campagna "Let's Talk About It" che si è sviluppata nel corso del 2019. La campagna ha toccato svariate tematiche:

- Persone senza fissa dimora
- Mutilazione genitale femminile
- Razzismo
- Sessismo
- Schiavitù moderna/traffico di esseri umani
- Bullismo
- Discriminazione
- Gestione del denaro
- Problemi relazionali

Il tutto si è svolto attraverso sessioni SLC (Speaking, Listening and Communication) di conversazione, ascolto e comunicazione con tutti i tirocinanti, interni ed esterni. È stata lanciata una campagna di comunicazione interna, con la produzione di poster contenenti informazioni e segnalazioni di enti benefici esterni in grado di fornire assistenza, senza contare l'attivazione di una linea telefonica diretta di tutela, presidiata da un Lead Safeguarding Officer esperto.

Entro la fine del 2019, oltre 1500 tirocinanti hanno preso parte



alle sessioni SLC, sono stati nominati 4 funzionari di tutela e, attraverso il sistema istituito, sono state presentate in via riservata più di trenta segnalazioni. È stato ideato anche il Finance Healthcheck and Guidance Booklet, un opuscolo di guida e informazione distribuito a oltre 500 apprendisti per aiutarli a comprendere e gestire meglio le proprie finanze.

I copresidenti del CSR Committee di Gi Group UK hanno presieduto il CSR roadshow, rivolgendosi a tutti i brand aziendali per incoraggiare l'adozione di un approccio uniforme alle strategie di CSR. Scopo dell'evento era quello di coinvolgere i singoli nella strategia e sollecitarne l'impegno in qualunque veste – dalla partecipazione a iniziative a livello di comunità, alle opere benefiche e/o alla partecipazione al più ampio e inclusivo comitato CSR.



BRASILE

PROMUOVERE LA DIVERSITÀ

Il 28 giugno 2019 abbiamo organizzato un evento dal titolo "Meeting of Giants – Diversity". L'evento si è svolto presso la sede di Gi Group Brazil a San Paolo e ha visto come relatori João Dantas, HR Manager di Gi Group Brazil, e Samanta Ferretti, Training Consultant presso Tack & TMI Brazil, che hanno condiviso con un pubblico di oltre sessanta persone le proprie esperienze personali in qualità di membri della comunità LGBTQ+, sottolineando l'importanza del rispetto e della diversità.

PROMUOVERE LA PARITÀ DI GENERE

Nel corso del Women's History Month, si sono tenuti due eventi della serie "Incontro dei Giganti – Donne in Gi Group" (15 e 27 marzo).

Quattro donne che rivestono posizioni di rilievo all'interno di Gi Group hanno condiviso con un pubblico di 120 persone il proprio percorso di vita, le sfide più importanti affrontate nel corso della loro carriera e i principali traguardi raggiunti a livello personale e professionale.





INDIA

CARING AND ENGAGEMENT CAMPAIGN

Nel dicembre 2019 è stata lanciata una campagna interna tesa a promuovere l'attenzione e l'impegno del nostro personale. Sotto questa campagna ombrello sono state annunciate numerose iniziative per il 2020.

TUTOR A SOSTEGNO DEI NEOASSUNTI

L'iniziativa mirava a fornire il supporto di un tutor ai nuovi assunti nella linea di business Professional. Il programma, della durata di 3 mesi per ciascun nuovo assunto, aveva lo scopo di supportare e aiutare il nuovo arrivato a inserirsi al meglio nel proprio ruolo.

INCONTRO TRA NEOASSUNTI E COUNTRY MANAGER

Questa iniziativa aveva lo scopo di coinvolgere i nuovi assunti e allinearli alla strategia di business globale, puntando anche a sollecitare un feedback attivo da parte dei nuovi arrivati.

CELEBRAZIONE DELLA DIVERSITÀ CULTURALE

L'India è un Paese che riunisce culture diverse e noi crediamo nell'importanza di valorizzare la diversità. Proprio per celebrare la diversità culturale, nel corso dell'anno sono stati organizzati vari eventi, il principale dei quali è stato il Diwali, incentrato sul tema della "unità nella diversità" e che ha visto esposti gli abiti tradizionali di vari Stati e regioni del Paese.





SPAGNA

Nel 2019 Gi Group Spagna ha continuato a promuovere il programma Gi Well, lanciato nel 2018. Ogni mese è stato dedicato ad un tema legato al benessere, con l'obiettivo di sensibilizzare i dipendenti su diversi aspetti della salute psicologica e fisica.

Ciascuna di queste iniziative si è composta di una fase teorica, con la spiegazione dell'argomento della sfida e delle linee guida da seguire (condivise attraverso la newsletter per i dipendenti, la Intranet e il sito web aziendale), seguita da laboratori o da corsi di formazione per aiutare e per motivare i dipendenti a mettere in pratica ognuna di queste linee guida. Infine, tutti i mesi i dipendenti sono stati incoraggiati a partecipare attivamente alla sfida.



GRANDE CINA

FORMAZIONE E COACHING

Nel 2019 sono state organizzate 32 sessioni di formazione che hanno coinvolto 982 partecipanti, per un totale di 416 ore di formazione. I programmi formativi erano in linea con gli obiettivi economici aziendali e le esigenze locali: accrescere la motivazione e l'impegno di team e singoli, aumentare l'efficienza dei processi, aggiornare le competenze dell'organico, migliorare la retention del personale e le competenze nella gestione dei rischi.

TEAM BUILDING

Nel 2019, 260 dei nostri dipendenti sono stati coinvolti in attività per rafforzare i livelli di partecipazione e collaborazione tra i team.

SLOVACCHIA

MARATONA DI BRATISLAVA

Ad aprile 2019 il nostro team slovacco ha partecipato alla Maratona di Bratislava Marathon Run con 5 squadre (ciascuna composta da 4 persone): un'opportunità per rafforzare lo spirito di squadra e promuovere uno stile di vita sano.

RIPENSARE GLI SPAZI DI LAVORO

A marzo 2019, abbiamo introdotto la nuova "stanza relax" per tutti i colleghi nelle nostre filiali principali e nella sede centrale a Bratislava. Quest'area è piena di comodi divani, smart TV, giochi - è un luogo dove i nostri dipendenti possono tenere riunioni interne, fare una pausa, socializzare e organizzare piccoli eventi di team.



GRUPPI DI LAVORO INTERNI

A gennaio 2019 abbiamo creato nuovi gruppi di lavoro interni: Felicità, Formazione, Marketing e Processi Interni. Questi gruppi di lavoro permettono ai dipendenti di presentare le proprie idee, cooperare sulla loro realizzazione e di prendere parte al processo decisionale. I gruppi di lavoro interni mirano a promuovere una comunicazione aperta e un'ampia cooperazione tra le diverse funzioni e i team.



SERBIA, CROAZIA E MONTENEGRO

TEAM BUILDING ADRIA-BALKANS

Abbiamo organizzato un evento di tre giorni con l'obiettivo di rafforzare il nostro team e consolidare la fiducia e la collaborazione tra i diversi settori e tra i nostri dipendenti di Serbia, Croazia e Montenegro. Come parte dell'attività di team building, la pianificazione e gestione dell'intero programma è stata realizzata con il contributo di tutti i dipendenti.

UFFICIO IN SALUTE

In linea con il nostro obiettivo di migliorare la salute e il benessere dei nostri dipendenti, nel corso dell'anno abbiamo organizzato ogni settimana un "fruit day" e fornito attrezzature per il fitness adatte ai nostri uffici, per incoraggiare le persone a cambiare le loro abitudini quotidiane riguardo all'alimentazione e l'attività fisica.

PORTOGALLO

Sulla base degli spunti raccolti attraverso la Gi Group Energy Matrix Survey, abbiamo lanciato varie iniziative finalizzate a migliorare il benessere dei dipendenti, tra cui due nuove partnership con palestre, collaborazioni con ristoranti salutisti e servizi di consegna di frutta fresca presso i nostri uffici e filiali.

OLANDA

A marzo 2019 abbiamo organizzato 2 giornate di formazione per tutti i consulenti del Professional Staffing in collaborazione con Tack TMI.





5

**IMPEGNO
VERSO LA
COMUNITÀ**

37.200+

persone coinvolte in iniziative di employability



25.500+

beneficiari da scuole e università



10.564

beneficiari di progetti per le politiche attive del mercato del lavoro



5+

eventi organizzati per le aziende



EVOLUZIONE DEL MERCATO DEL LAVORO

Uno degli elementi chiave alla base della Mission di Gi Group è contribuire all'evoluzione del mercato del lavoro. Il nostro è un impegno quotidiano che si concretizza nell'erogazione di servizi in grado di creare valore e rispondere alle necessità di candidati e aziende.

Per tutto il 2019 abbiamo anche sviluppato varie iniziative e progetti focalizzati nello specifico sullo sviluppo del mercato del lavoro nei Paesi in cui opera Gi Group.

I progetti sono stati sviluppati sotto diverse forme:

- **workshop** organizzati da Gi Group e dedicati alla situazione del mercato del lavoro a livello locale e internazionale, nonché alla sua evoluzione e alle best practice del settore;
- **iniziative di volontariato d'impresa, fiere del lavoro e occasioni di incontro** per aiutare le persone delle nostre comunità locali ad aumentare la propria employability;
- **formazione e consulenza professionale nelle scuole e programmi di alternanza scuola/lavoro** per preparare gli studenti a inserirsi con successo nel mercato;
- **politiche attive per il mercato del lavoro**, finalizzate a sostenere la ricollocazione professionale attraverso progetti finanziati con risorse pubbliche.



Di seguito riportiamo alcune delle iniziative più importanti organizzate nelle singole Countries.

ITALIA

DESTINATION WORK

Il 23 novembre 2019 si è svolta la quinta edizione di Destination Work in Italia, preceduta da alcuni eventi legati al progetto già nei giorni antecedenti.

Speciali aperture al di fuori dell'orario di lavoro hanno coinvolto 125 volontari presso 23 filiali e le sedi di Milano e Roma, oltre alle scuole, sempre interessate e coinvolte in questo progetto.

Oltre 800 persone si sono iscritte per partecipare agli eventi in programma, inclusi studenti, candidati e lavoratori desiderosi di trovare la propria strada nel mercato del lavoro.

Il format più gettonato quest'anno è stato l'"orientation breakfast", organizzato presso alcune filiali e la sede centrale di Milano, con un workshop focalizzato sul personal branding. Sono state più di 90 le persone che hanno partecipato all'evento e avuto l'opportunità di riflettere sulla propria situazione personale, partendo da alcuni consigli e strumenti condivisi con loro dai nostri volontari.

125

volontari

23

filiali

800

persone

DESTINATION WORK

Powered by GI GROUP

TRAM DEL CURRICULUM

Il 2019 ha segnato l'anno della quinta edizione de "Il tram del curriculum", l'iniziativa di Gi Group orientata a fornire consulenza e informazioni a tutti coloro che vogliono migliorare la presentazione del proprio profilo professionale.

Il tram è tornato a girare per le vie del centro di Milano dal 14 al 20 ottobre 2019, accogliendo a bordo oltre 300 candidati a cui le nostre recruiter hanno fornito consulenza sul loro cv e consigli su come fare personal branding. Oltre alla revisione del curriculum, a bordo del tram non è mancato lo scatto professionale del fotografo per offrire al candidato una nuova foto da applicare sul proprio cv o profilo digitale.

INIZIATIVE DEDICATE AI GIOVANI

Nell'anno solare 2019, 263 colleghi sono stati impegnati in prima persona nelle iniziative di orientamento, coordinate dalla funzione Candidate Management e articolate in diversi format per adattarsi al target di partecipanti e alle loro esigenze di approccio e inserimento nel mondo del lavoro: dai laboratori e workshop di orientamento più classici, ai webinar, ai cv check, ai recruiting day, ai career day. Gli incontri di orientamento si sono sviluppati per 1700 ore, suddivise in 600 iniziative, e hanno raggiunto 25.000 ragazzi di scuole superiori e università.

POLITICHE ATTIVE DEL LAVORO

Come ogni anno, Gi Group e le aziende del Gruppo si sono impegnate nell'erogazione di servizi relativi alle Politiche Attive del Lavoro, rispondendo a bandi e partecipando a misure di finanziamento sviluppate dalle Istituzioni, per sostenere l'employability di diverse fasce deboli della popolazione a livello nazionale e territoriale.

Nel 2019 il numero di sedi accreditate regionalmente per l'erogazione di Servizi al Lavoro e Servizi di Formazione è cresciuto del 5%, andando a coprire più dell'80% delle Regioni Italiane. In parallelo a queste, si contano poi circa 100 filiali Gi Group accreditate a livello nazionale negli ultimi due anni, a seguito dell'istituzione della nuova Agenzia Nazionale per le Politiche Attive del Lavoro (ANPAL).

Il numero di utenti avviati alle Politiche Attive durante il 2019 è stato superiore del 25% rispetto alle numeriche del 2018, arrivando a toccare quota 10.564 persone prese in carico (e 11.274 persone in gestione).

INCONTRI PER LE AZIENDE CON FONDAZIONE GI GROUP

CONVEGNO NEXT20 - IL FUTURO DEL LAVORO

L'evento "NEXT20 - Il futuro del lavoro" si è svolto il 10 Aprile 2019 nell'Auditorium del Palazzo del Lavoro a Milano, ed è stato realizzato da Fondazione Gi Group in collaborazione con "The Ruling Companies" e con il patrocinio di AIDP - Associazione Italiana Direzione del Personale. L'evento è andato in sold out con più di 150 adesioni e ha coinvolto speaker di rilievo a livello italiano e internazionale per confrontarsi sul tema del futuro del lavoro.



CONVEGNO NEXT20: QUALI SFIDE PER UN LAVORO SOSTENIBILE

Il 30 Ottobre 2019, Gi Group e la Fondazione Gi Group hanno avuto l'onore di ospitare Simon Sinek – massima autorità in materia di performance organizzative – in un keynote esclusivo all'interno dell'evento "NEXT20: quali sfide per un lavoro sostenibile". Autore di diversi bestseller tra cui "Start With Why" e "Leaders Eat Last", Simon Sinek è conosciuto come "un visionario pensatore dal raro intelletto"; la sua mission è aiutare a costruire un mondo in cui le persone si sveglino ogni giorno sentendosi ispirati, a proprio agio al lavoro e soddisfatti al termine di ogni giornata. Dopo una tavola rotonda sul tema del lavoro sostenibile, Simon Sinek ha coinvolto la platea nella sua visione della "Just Cause" e ha risposto alle domande del pubblico.

E' stato contestualmente promosso il contest "Fai una domanda a Sinek", in cui a tutti i dipendenti è stata aperta la possibilità di fare una domanda all'autore in occasione della sua presenza al Palazzo del Lavoro, ed il vincitore ha ricevuto una video-risposta direttamente dall'autore insieme ad una copia autografata del nuovo libro.

MAKING EUROPE THE BEST PLACE TO WORK

Il 6 maggio 2019, presso il Palazzo del Lavoro Gi Group si è tenuto l'evento "Making Europe the best place to work". Il dibattito si è articolato a partire dai contenuti del Vision Paper elaborato dalla World Employment Confederation – Europe, coinvolgendo esponenti politici di diverse correnti.

ALTRE INIZIATIVE PER LE AZIENDE

Nel corso del 2019 abbiamo organizzato diverse iniziative dedicate alle aziende sui temi dell'evoluzione del mondo del lavoro.

ODM: anche quest'anno ODM ha tenuto il suo appuntamento annuale con i Total Reward Trends, condividendo dati che molte imprese italiane tengono in forte considerazione per la definizione delle proprie politiche retributive.



Tack TMI/Gi Group: la società è stata sponsor del EY Capri Digital Summit, dove Irene Vecchione ha partecipato a un workshop dal titolo Trasformazione del lavoro e delle organizzazioni nell'era digitale: cultura, tecnologia e competenze.

EXS: ha partecipato in fiera al WBF con un corner allo stand Gi Group dove ha tenuto delle dimostrazioni della sua nuova tecnologia per la lettura delle espressioni facciali.

WYSER: ha registrato la sponsorizzazione HR Forum di Le Fonti e la partecipazione nella giuria dei Legalcommunity Labour Awards.

INTOO: tra i diversi impegni di Intoo citiamo la pubblicazione del libro "Brave to Change", scritto dall'AD della società Cetti Galante.

REGNO UNITO

PROGRAMMI DI APPRENDISTATO

Per rafforzare l'employability e migliorare l'evoluzione del mercato del lavoro, abbiamo lanciato diverse iniziative finalizzate a promuovere e incoraggiare i programmi di apprendistato, tra cui la fusione con Tack per il Sales L4 Apprenticeship, un programma di apprendistato di livello 4 del commercio.

257 apprendisti hanno sostenuto esami di inglese e matematica nel 2019. Si trattava di soggetti senza alcuna qualifica precedente e che per tale motivo non riuscivano ad avanzare professionalmente. Il 94% di loro ha mantenuto un'occupazione, dopo aver concluso il proprio apprendistato, presso Gi Group o altre società.

"Desidero esprimere un immenso ringraziamento per la partecipazione al nostro Challenge Day la scorsa settimana. I nostri studenti hanno decisamente tratto grandi benefici da tutte le attività in cui sono stati coinvolti e auspico che questo contribuirà all'ulteriore sviluppo delle loro competenze e prospettive di employability."

Feedback ricevuto da una scuola

SCHOOL EMPLOYABILITY INITIATIVE

Per offrire workshop sull'employability alla comunità locale nelle aree chiave di Oxford, Derby e Scunthorpe, Gi Group UK ha affidato ai propri dipendenti la direzione di workshop, comprendenti presentazioni, attività e molte altre risorse, che si sono svolti nel corso dell'anno presso scuole selezionate perché ritenute più svantaggiate nel colmare il divario tra scuola e occupazione. Due consulenti del team Marks Sattin Technology hanno fatto visita agli studenti dell'Harrow FE College per parlare con loro delle prospettive professionali.

Più di 100 studenti di età compresa tra i 13 e i 15 anni hanno partecipato ai workshop apprendendo le tecniche di redazione del CV e le competenze necessarie per affrontare un colloquio. I workshop sono stati tenuti da 10 dipendenti di Gi Group.

COMMUNITY EMPLOYABILITY INITIATIVE

Avendo individuato un cliente all'interno di una comunità a bassissimo indice di conoscenza della lingua inglese, Gi Group UK si è proposta di migliorare la vita quotidiana della comunità e contribuire al miglioramento della condizione lavorativa dei suoi membri.

Il team di Gi Group ha lavorato duramente per aiutare le comunità a integrarsi, realizzando una scheda informativa locale e un frasario e promuovendo la diffusione dell'app "Duo Lingo". In collaborazione con il cliente – 2 Sister Food Group – abbiamo anche introdotto incontri settimanali per rispondere a eventuali domande dei dipendenti e incoraggiarli alla conversazione, oltre a giornate dedicate allo studio di culture diverse.

Insieme a numerose altre azioni, l'iniziativa ha favorito un tasso di partecipazione e retention che è attualmente compreso tra il 97 e il 100%.

Infine, Gi Group nel Regno Unito è stato insignito del premio "CSR Excellence Award 2019", un riconoscimento per le eccellenze in ambito CSR, in occasione del Global Business Meeting 2020 di Gi Group.

SPAGNA

Nel corso del 2019 abbiamo partecipato a più di 15 eventi di orientamento e job fairs in diverse città e online. In alcune occasioni i nostri colleghi hanno tenuto workshops o talks volte a migliorare l'employability nelle comunità locali in cui siamo presenti in Spagna.



SLOVACCHIA

PROFESIA CAREER DAYS

Nel marzo 2019 il nostro team di Grafton ha partecipato alla più grande job fair in Slovacchia come principale consulente di carriera. Il nostro stand, le nostre consulenze, l'approccio positivo e professionale sono stati testati e valutati da mystery shoppers. Tra le quasi 200 aziende presenti, Grafton ha vinto il premio per



il secondo miglior espositore. Il nostro stand espositivo si è basato su un concept originale legato alla sostenibilità ambientale.

COOPERAZIONE CON LE UNIVERSITÀ

Durante tutto l'anno abbiamo collaborato attivamente con la Comenius University e l'Università di Economia di Bratislava come consulente di carriera per gli studenti. Abbiamo organizzato attività come interviste simulate, workshops, consulenze sul CV e condivisione delle conoscenze sul mercato del lavoro.

INCONTRI PER LE AZIENDE

Abbiamo creato diversi workshop per i nostri migliori clienti, dove abbiamo condiviso le nuove tendenze nel mercato del lavoro, nuove sfide in arrivo con le nuove generazioni, le innovazioni nei sistemi di benefit e i cambiamenti delle normative sul diritto del lavoro.

TURCHIA

Nel 2019 abbiamo creato una divisione specializzata nel servizio di Temporary e Permanent Staffing, con il nome di "This Ability Division", con la quale supporteremo i disoccupati con disabilità allo scopo di aiutarli a individuare l'opportunità giusta e migliorare la propria condizione lavorativa.

SERBIA

Dal 2018, i dipendenti di Gi Group Serbia supportano su base volontaria il processo di selezione e la formazione per la prequalifica per l'IT Bootcamp sponsorizzato dalla fondazione Divac, volto ad aumentare employability e competenze dei partecipanti. Inoltre, il team della nostra linea di business dedicata alla formazione ha partecipato a vari programmi per studenti con l'obiettivo di supportare i giovani e aiutarli a sviluppare le loro competenze trasversali.

Tra questi, abbiamo tenuto una due giorni di formazione sul public speaking per i laureati dell'Università di Belgrado, organizzata dal Center for Career Development.

FORMAZIONE DI CANDIDATI E LAVORATORI

Attraverso Gi Group e Gi Formazione, eroghiamo in Italia, ogni anno, migliaia di ore di formazione finanziata per candidati e per lavoratori che, gratuitamente, possono accedere a percorsi di qualificazione e di riqualificazione professionale per migliorare la propria employability.

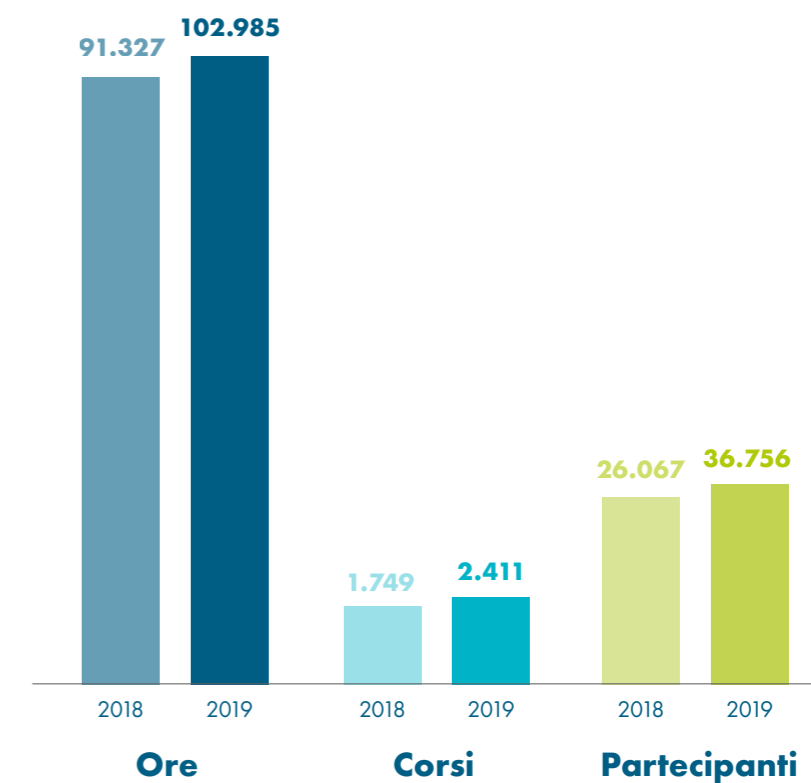
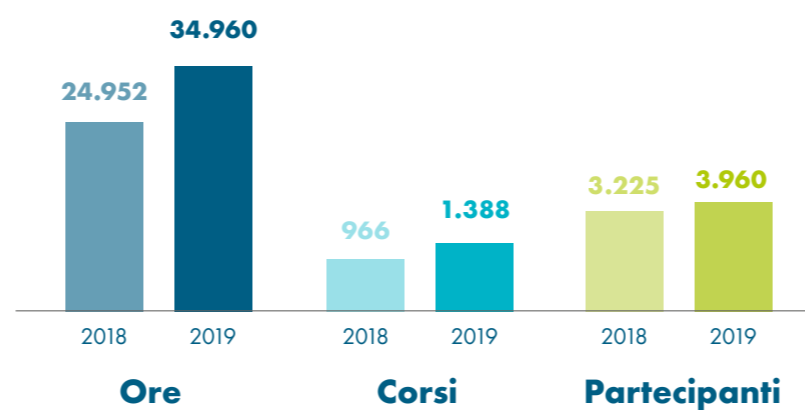
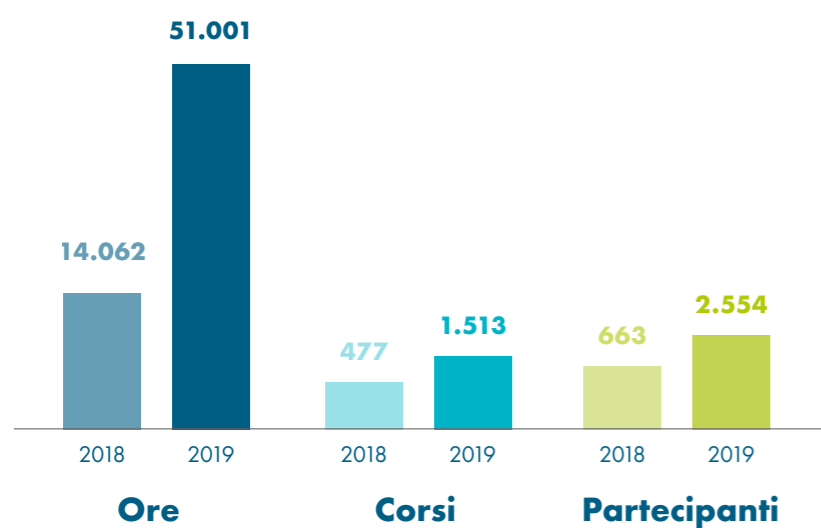
Nel 2019, l'impegno si è ulteriormente rafforzato, incrementando i numeri di tutte le tipologie di formazione finanziata, per i diversi target di destinatari.

In particolare, il numero di corsi e ore corso dedicate ai lavoratori stabilizzati ha registrato un aumento superiore al 200% per tutti i parametri, passando ad esempio dai 663 partecipanti coinvolti nel 2018 ai 2.554 del 2019, per un totale ore corso che è salito da 14.000 a 51.000.

Contratto a tempo indeterminato / Staff Leasing / Apprendistato

Contratto a tempo determinato

Candidati



A questi risultati si aggiungono 1.476 ore di **formazione sicurezza** finanziata in 357 corsi per 5.941 ragazzi delle scuole superiori.

A questi risultati si aggiungono 1.328 ore di **formazione sicurezza** finanziata in 332 corsi per 5.328 ragazzi delle scuole superiori.

ALTRE INIZIATIVE BENEFICHE E DI VOLONTARIATO

ITALIA

AULA MULTISENSORIALE A GENOVA

L'equivalente del costo lavorativo dei volontari di Gi Group che hanno partecipato a Destination Work 2018 è stato devoluto nel 2019 ad azioni di solidarietà per supportare la zona rossa di Valpolcevera a Genova, colpita dal crollo del Ponte Morandi.

Nell'agosto 2018, la sezione del ponte che attraversava il fiume Polcevera e la zona industriale di Sampierdarena è crollata rovinosamente, causando la morte di 43 persone e lasciandone senza dimora altre 600.

Grazie alle attività di volontariato di Destination Work 2018, nel 2019 Gi Group ha sostenuto la creazione di un'aula multisensoriale all'interno dell'Istituto Comprensivo Teglia di Genova. Le aule multisensoriali sono spazi dedicati a favorire gli **alunni con gravi disabilità** nel percorso di inclusione e integrazione con le persone che li circondano, in primis i compagni di classe.

Diventano un vero e proprio strumento didattico utilizzabile per stimolare i sensi dei bambini che, attraverso **attività e percorsi didattico-educativi**, vengono supportati nello sviluppo di relazioni interpersonali, acquisiscono consapevolezza di se stessi e di ciò che li circonda e migliorano le loro capacità comunicative.



VARCARE LA SOGLIA

L'altro progetto sostenuto grazie alla realizzazione di Destination Work 2019 è stato promosso dalla Fondazione Albero della Vita, che abbiamo sostenuto con le donazioni di Destination Work.

Il progetto "Varcare la Soglia", che Gi Group ha sostenuto per la sede di Genova Sampierdarena, ha supportato alcune famiglie con bambini attraverso la presa in carico dell'intero nucleo familiare che è stato coinvolto in un percorso di reinserimento sociale, economico e relazionale.

Questo approccio riconosce alla famiglia un potenziale inespresso e le capacità sia per uscire dalla situazione di povertà sia per essere una risorsa per la comunità. Il progetto accompagna genitori e figli a "Varcare la Soglia", reagendo alla loro situazione, mettendo in campo azioni e strumenti concreti capaci di rispondere alle diverse esigenze, materiali e socio-educative.

L'obiettivo comune è aiutare ciascuno a rafforzare le proprie competenze e le proprie capacità, per rispondere autonomamente ai propri bisogni, e per gli adulti una delle leve fondamentali da toccare è quella dell'orientamento formativo e professionale. Una sfida importante, che ha come fine ultimo il miglioramento del benessere complessivo del nucleo familiare.

HOMO FABER

Homo Faber è una cooperativa sociale ONLUS che opera all'interno della casa circondariale di Como (Bassone) come ente di formazione e come centro stampa nell'interesse educativo e sociale dei detenuti.

La cooperativa nasce nel 2007 con l'obiettivo di dare loro un'opportunità di recupero personale e un'occasione di formazione e di sviluppo professionale.

Qui i detenuti acquisiscono le competenze teoriche e pratiche necessarie a ricoprire il ruolo di operatore grafico e di ufficio, imparando a progettare e a realizzare diversi prodotti. Attraverso questa attività, la cooperativa offre al detenuto la possibilità di una ripartenza grazie all'accompagnamento in un lavoro personale, alla responsabilizzazione, alla preparazione tecnica e all'esperienza di una vita comunitaria.

In Gi Group supportiamo l'attività di Homo Faber Centro Stampa includendolo nel novero dei nostri fornitori e contribuendo alla realizzazione dei percorsi di formazione per i detenuti.



BITeB

Gi Group supporta BITeB - Banco Informativo Tecnologico e Biomedico - un'associazione di volontariato che raccoglie attrezzature informatiche e biomedicali dismesse da aziende e da ospedali, allo scopo di ricondizionarle e donarle ad associazioni no profit per progetti sociali. 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.

Negli oltre 10 anni di attività, il BITeB ha sostenuto oltre 2000 realtà, distribuendo 15.000 postazioni lavoro (PC, tastiere, monitor, mouse ecc.) e 7000 tra beni e apparecchiature biomedicali.

Gi Group sostiene l'attività dell'associazione attraverso la donazione di attrezzature informatiche usate e il ricondizionamento di computer e di stampanti, interventi questi ultimi che coinvolgono alcuni colleghi del dipartimento IT e non solo. 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 FORMAZIONE

Cometa è una realtà di famiglie impegnate nell'**accoglienza** e nell'**istruzione** di bambini e ragazzi e nel sostegno ai loro familiari attraverso le attività svolte in un complesso che comprende spazi dedicati a tali scopi, come la scuola Oliver Twist, laboratori, un ristorante e un bar didattici, un laboratorio di pasticceria e servizi sportivi. Centinaia di bambini, ragazzi, educatori, volontari (tra i quali anche volontari di Gi Group), professionisti e sostenitori frequentano ogni giorno questo **centro** dove si cresce e si impara attraverso l'**esperienza**.

Cometa Formazione nasce nel 2003 per dare un'opportunità concreta a ragazzi che hanno abbandonato la scuola senza alcuna prospettiva lavorativa. L'offerta formativa di Cometa è stata concepita per rispondere a un momento di **grave emergenza educativa** con un percorso che non si esaurisce nell'attività didattica, intesa come mera trasmissione di contenuti, ma assume come metodo la **concretezza dell'esperienza e la valorizzazione del lavoro**, nella prospettiva dell'orientamento personale e professionale e della motivazione.

Gi Group sostiene questa realtà anche attraverso il finanziamento e l'erogazione di percorsi di formazione professionale per questi ragazzi: veri e propri minimaster dedicati a professionalità ricercate in particolare dal settore dell'ospitalità alberghiera e della ristorazione.

Tra le altre ONLUS e associazioni che sosteniamo, vogliamo citare anche:

Centro Culturale di Milano – associazione che organizza eventi dedicati a filosofia, arte, cultura e letteratura, scienza, economia e medicina;

Officina Giotto – cooperativa sociale che sostiene i detenuti nella casa circondariale di Padova;

Banco Alimentare – organizzazione senza scopo di lucro finalizzata a ridurre gli sprechi alimentari;

Aslam – organizzazione no profit che eroga corsi di formazione sulle competenze legate all'industria e alla produzione;

Comunità Monastica dei SS. Pietro e Paolo alla **Cascinazza di Buccinasco** – comunità che produce soprattutto birra artigianale;

L'Angolo del Pane – cooperativa sociale che supporta ragazze in difficoltà (con particolare attenzione alle vittime di abusi) nel reinserimento scolastico e in percorsi di formazione, nonché a conquistare la propria indipendenza;

L'Officina – una cooperativa sociale che sviluppa percorsi lavorativi per l'occupazione dei più fragili, con focus specifico sull'autismo, costruendo un luogo di lavoro inclusivo, sostenibile e di qualità, nell'ambito del confezionamento e assemblaggio e dei servizi per le aziende.

SWIM & MOVE

A giugno, due colleghe di Gi Group e Intoo hanno partecipato alla giornata "Swim&Move", una giornata dedicata allo sport ed al benessere senza esclusioni, a favore di Aism (Associazione Italiana Sclerosi Multipla) sezione di Roma.





GI GROUP CHARITY DINNER PER I PROFUGHI VENEZUELANI IN BRASILE

Il 28 maggio si è svolta la Gi Group Charity Dinner, l'iniziativa nata dall'intraprendenza e dalla disponibilità di alcuni colleghi in collaborazione con AVSI - organizzazione non profit che realizza progetti di cooperazione allo sviluppo e aiuto umanitario in 31 Paesi del mondo - a sostegno dei profughi venezuelani.

Grazie alle generosità di colleghi e amici sono stati raccolti e devoluti ad AVSI 5.000 euro a favore della causa, attraverso le quote per la partecipazione alla cena e i biglietti di una lotteria i cui premi sono stati messi a disposizione anche da aziende clienti.

L'obiettivo dell'iniziativa era contribuire a sostenere 60 famiglie venezuelane in un percorso di accompagnamento e integrazione in diverse città brasiliane attraverso ospitalità, corsi di lingua portoghese, servizi alla persona e iniziative con le imprese locali per offrire opportunità di lavoro.

REGNO UNITO

Abbiamo puntato a esercitare un maggiore impatto sulle comunità locali attraverso il sostegno offerto a banche alimentari, associazioni per i senzatetto ed enti di beneficenza collegati ai dipendenti. Ecco alcune delle iniziative attuate nel 2019.

- Nel Regno Unito abbiamo voluto ripagare le comunità in cui operiamo attraverso due principali campagne di raccolta fondi, concentrate nei periodi delle festività natalizie e pasquali: il BIG Easter Appeal e il BIG Christmas Appeal. Tutte le sedi hanno collaborato con un banco alimentare locale e, grazie alla nostra iniziativa di beneficenza, a Natale abbiamo raccolto £875. Sono stati più di 74 i clienti che hanno dato il proprio contributo e, grazie all'opera di centinaia tra dipendenti e candidati, nel 2019 è stato possibile donare oltre 6000 prodotti, tra cui indumenti, cibo, scarpe, prodotti per l'igiene femminile e pannolini. Un team della filiale di Stockport è andato ancora oltre facendo donazioni durante tutto l'arco dell'anno e offrendo la propria opera di volontariato al banco alimentare locale. Grazie al loro lavoro, inoltre, un cliente ha contribuito alla campagna di raccolta offrendo 7 pacchi di salviette umidificate, 24 flaconi di gel detergenti, 24 scatole di fazzoletti, 40 rotoli di carta igienica e ben 230 confezioni di prodotti per l'igiene.
- Per contribuire in maniera concreta al miglioramento dell'ambiente a livello locale, Gi Group UK ha collaborato con una scuola per ragazzi svantaggiati nel Lincolnshire mettendo a disposizione un gruppo di 10 dipendenti di Gi Group per la realizzazione di un'area di terreno protetta attorno alla scuola a beneficio dell'intera comunità.

- Tre consulenti di Marks Sattin hanno corso la Royal Parks Half Marathon, la mezza maratona di Londra, per sostenere la Solving Kids' Cancer nella lotta contro i tumori infantili.
- I consulenti di Marks Sattin, a Reading, contribuiscono come volontari a "Sports in Mind", un'organizzazione benefica che opera nel campo della salute mentale, mettendo a disposizione il proprio tempo per praticare sport insieme a persone affette da disturbi mentali.
- Abbiamo inoltre organizzato una vendita di torte per aiutare il nostro partner Solving Kids' Cancer.



BRASILE

GIANTEASTER

Nel periodo pasquale, 78 "cuori giganti" hanno partecipato all'iniziativa che ha permesso di donare 238 confezioni di cioccolatini, regalando gioia a oltre 1000 bambini bisognosi.

PINK OCTOBER

Il 30 ottobre, Gi Group Brasile ha promosso la campagna di sensibilizzazione sul cancro al seno "Pink October" (ottobre rosa). All'iniziativa hanno preso parte 109 colleghi da tutto il Paese.

POLONIA

Anche in Polonia, in occasione del mese della prevenzione del cancro al seno a Ottobre, per mostrare il nostro sostegno abbiamo organizzato nei nostri uffici il "Pink Friday", chiedendo ai colleghi di indossare qualcosa di rosa e distribuendo materiali informativi.

REPUBBLICA CECA

Nel dicembre 2019, durante le festività natalizie a Praga, abbiamo riunito le forze per donare il nostro aiuto a chiunque ne avesse bisogno. Abbiamo quindi deciso di collaborare con il White Circle of Safety, un'organizzazione benefica che si dedica ad aiutare le vittime di reati violenti e prevenire la criminalità. Uno dei motivi per cui abbiamo scelto questo gruppo è la consapevolezza che ciascuno di noi potrebbe trovarsi in una situazione simile e subire un'esperienza in grado di lasciare un segno indelebile per il resto della vita. Diversamente da quanto succede per altri casi, non si parla spesso pubblicamente e sui mezzi d'informazione delle vittime di crimini violenti e della loro vita in seguito al trauma subito, cosa che rende difficile la raccolta di fondi a loro beneficio.

Per questo abbiamo organizzato presso i nostri uffici di Praga un evento interno dal titolo "Charity Christmas Market". Alcuni dei dipendenti di Praga si sono offerti volontari per preparare cibi e prodotti di ogni genere (tra cui biscotti, indumenti, giocattoli per i bambini ecc.) da mettere in vendita in questo "mercato" a un prezzo simbolico, per contribuire così alla causa del White Circle of Safety. Chi non desiderava acquistare nulla poteva semplicemente offrire un contributo o anche solo unirsi agli altri immergendosi nell'atmosfera natalizia e rilassandosi all'ascolto dei Canti Natalizi.

Sono state raccolte CZK 14.200 (€ 553) per il White Circle of Safety e gli indumenti rimasti invenduti sono stati donati a bambini e giovani bisognosi.

TURCHIA

C'è una tradizione in Turchia: prima di Capodanno si organizza una lotteria tra colleghi e ognuno acquista un regalo da donare a una persona scelta in modo casuale. Quest'anno abbiamo deciso di acquistare regali per i bambini svantaggiati delle zone più povere della Turchia, dove non esiste per loro questa possibilità.

Van è una città situata nella regione più grande della Turchia, l'Anatolia orientale, che occupa il 21% della superficie totale del paese. Quest'area è caratterizzata da opportunità di lavoro limitate, infrastrutture di trasporto carenti e condizioni climatiche avverse.

Abbiamo raccolto i desideri dei bambini e decorato il nostro Albero dei Doni di Capodanno appendendo i bigliettini scritti dai bambini per esprimere i loro desideri. Ogni dipendente ha staccato dall'albero un bigliettino con i desideri espressi da un bambino mai incontrato prima: giocattoli, indumenti, scarpe, ma-

teriale per la scuola e qualunque altra cosa un bambino possa ambire di trovare sotto l'Albero.

Un bambino ha chiesto un letto: il nostro obiettivo per l'anno prossimo sarà quello di esaudire il suo desiderio perché possa continuare a sognare.

I nostri dipendenti hanno inoltre organizzato una maratona a favore di KAÇUV (fondazione che dona speranza ai bambini malati di tumore) per offrire una borsa di studio della durata di 1 anno a uno dei bambini sostenuti da KAÇUV.

CINA

UN GIORNO IN PRODUZIONE – FACTORY TOUR PER BAMBINI

Nastri trasportatori, componenti idraulici, bracci robotici, stampi e operai col caschetto: una visita all'interno di uno stabilimento riunisce molti degli aspetti capaci di affascinare la mente di un bambino. È utile e divertente vedere e imparare come vengono realizzati i prodotti che consumiamo, assistendo di persona alle fasi di lavorazione che consentono di fabbricarli.

In collaborazione con Daiken Industries (Ningbo) Corporation, abbiamo offerto a una decina di bambini accompagnati dai loro genitori la possibilità di visitare uno stabilimento alla scoperta del magico "dietro le quinte" della trasformazione, dell'automazione e della vastità degli spazi, senza dimenticare il rispetto dovuto a ogni normale giornata di lavoro.

IL GIARDINO: UN LUOGO PER FAMIGLIE

Il Giardino è una struttura permanente dedicata alle famiglie che hanno figli affetti da disturbi dello spettro autistico. Qui, accompagniamo genitori e figli lungo un percorso di apprendimento delle conoscenze base in materia di allevamento e coltivazione: dalla selezione delle sementi alla preparazione del terreno ed eventualmente al raccolto.

INDIA

Più di 20 donne di Gi Group India hanno partecipato a Pinkathon, la più grande maratona femminile del Paese che si svolge a Delhi, un'iniziativa finalizzata a diffondere una maggiore conoscenza dei problemi di salute delle donne, in particolare il cancro al seno.



SERBIA

Il 2019, in Gi Group Serbia, ci ha visto attivi nell'organizzazione di diverse iniziative di beneficenza, tra cui:

- raccolta di tappi di bottiglie in plastica, svolta dalla ONG "Čep za hendikep" che utilizza gli introiti provenienti dal riciclo per fornire cure mediche alle persone affette da disabilità;
- donazioni per differenti organizzazioni, tra le quali citiamo ad esempio: UNICEF, "Radost Deci", una ONG che supporta bambini e ragazzi con disabilità intellettiva, "Uvek sa decom", un'associazione che fornisce assistenza a bambini affetti da tumori e organizza iniziative di sensibilizzazione sul tema.



SPAGNA

In Spagna abbiamo collaborato con l'organizzazione no profit "Fundación Sesé", che si occupa di promuovere l'inserimento lavorativo di persone con disabilità e/o a rischio di esclusione sociale.



PUBLIC AFFAIRS

Collaboriamo attivamente con istituti a livello mondiale, europeo e nazionale per contribuire all'evoluzione del mercato del lavoro.

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

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, l'OCSE, la WORLD BANK e con le Organizzazioni Sindacali, per favorire legislazioni nazionali appropriate, in cui sia permesso alle agenzie per il lavoro private di operare e sia ben regolamentata la relazione triangolare tipica del lavoro somministrato tramite agenzia.

Per quanto concerne il mercato italiano, Assolavoro, l'Associazione italiana di riferimento per il settore, aderente a WEC-Europe, nel 2019 ha lavorato intensamente per cercare di correggere le criticità normative contenute nel cd "Decreto Dignità".

Inoltre, abbiamo mantenuto l'impegno a sostegno dell'occupazione e dell'istruzione in campo giovanile, continuando a svolgere le attività attuative del piano europeo "Garanzia Giovani" in varie regioni italiane.

Inoltre, nel corso del 2019 Gi Group ha continuato a sostenere le iniziative previste dall'adesione al Pact for Youth, promosso da CSR Europe, organizzazione legata alla commissione europea. Lo scopo generale era migliorare l'inserimento dei giovani nel mondo del lavoro agendo su tre fronti: rendere i percorsi in apprendistato la prima scelta formativa dei giovani; promuovere in maniera stabile l'alternanza scuola-lavoro; diffondere le competenze e la cultura imprenditoriale.

Infine, Gi Group dal 2015 è partner dell'European Alliance for Apprenticeships, il network di aziende ed enti governativi attivato dalla Commissione Europea per promuovere in scuole, aziende, giovani e famiglie i percorsi formativi in apprendistato.

WEC SOCIAL INNOVATION STORIES

La World Employment Confederation ha creato una banca dati denominata "Social Innovation Stories" per raccontare le best practices di come le agenzie stiano facendo la differenza nel mondo del lavoro.



WORLD EMPLOYMENT CONFEDERATION

Gi Group è presente con tre diversi progetti: Destination Work di Gi Group Italia, Destination Work di Gi Group India e Gi Group Academy.

Destination Work è un'iniziativa di Gi Group nella quale i dipendenti organizzano su base volontaria workshop, corsi di formazione e presentazioni per aiutare le persone della propria comunità locale a incrementare la loro occupabilità. Nel 2018 Gi Group India ha organizzato Destination Work in collaborazione con la ONG Shanti Bhavan – una scuola per ragazzi svantaggiati nei pressi di Bangalore, resa famosa da un documentario su Netflix.

La Gi Group Academy, un progetto sviluppato in Italia, organizza corsi di formazione specifici per candidati selezionati in collaborazione con le aziende per identificare i profili professionali e le esigenze di competenze giuste, aumentando le possibilità per i candidati di sviluppare le giuste competenze e trovare più facilmente opportunità di lavoro.

INFORMAZIONI SULLA WORLD EMPLOYMENT CONFEDERATION

Fondata nel 1967, la World Employment Confederation (Confederazione internazionale delle agenzie per il lavoro) è la voce autorevole del settore del lavoro a livello globale. Collega agenzie per il lavoro provenienti da 50 paesi e le più grandi imprese che offrono workforce solution all'interno di una rete unica che riunisce decisori politici internazionali, parti sociali, mondo accademico e altri stakeholder importanti.

Con le sue iniziative politiche, la Confederazione internazionale delle agenzie per il lavoro punta a far riconoscere il ruolo economico e sociale del settore del lavoro. È in prima fila per migliorare gli standard e le prassi di lavoro e di selezione ed è tra i leader nella realizzazione di un percorso per creare un mercato del lavoro competitivo e pronto per il futuro.

Svolge funzione di consigliere per il settore del lavoro per i temi riguardanti le nuove modalità di selezione e impiego della forza lavoro. Grazie alle sue attività di analisi e di ricerca che coprono 50 mercati del lavoro, è in grado di offrire ai propri associati un ampio spettro di servizi tra cui supporto nel capacity building e nello sviluppo del business in tutto il mondo.



6

AMBIENTE

Nonostante l'impatto ambientale relativamente basso del settore in cui opera Gi Group, continuiamo a impegnarci per mantenere un comportamento responsabile e ridurre la nostra impronta ambientale.

Gli sforzi più significativi compiuti nel 2019, rispetto ai quali riportiamo le attività locali più significative, hanno riguardato principalmente i seguenti aspetti:

- estensione della certificazione in base agli standard di qualità ambientale per la sede centrale di Gi Group a Milano
- riduzione del consumo di energia
- riduzione delle emissioni
- attività finalizzate al riciclo
- riduzione del consumo di carta.

ITALIA

CERTIFICAZIONE AMBIENTALE

Nel mese di settembre 2019, la certificazione ambientale ISO 14001:2014 per le sedi di Gi Group SpA, Gi Formazione Srl, Intoo Srl e OD&M Srl presenti nel Palazzo del Lavoro di Milano, è stata estesa anche a Tack & TMI Italy Srl.

PROGETTO PLASTIC FREE

Il progetto pilota è partito, per l'Italia, sulla nuova sede di Torino, che è stata ideata già con i requisiti "Plastic Free", installando:

- 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)
- erogatore di acqua, idoneo per l'utilizzo con borraccia, che mette a disposizione acqua gasata refrigerata, acqua liscia refrigerata, o acqua calda per tisane.

ENERGIA

L'approccio di Gi Group in ambito energetico è mirato a contenere il proprio impatto sull'ambiente e ha consentito nel 2019:

- di evitare l'immissione in atmosfera di 1.336,3 tonnellate di CO2 grazie all'utilizzo di **energia 100% rinnovabile**,
- di compensare l'emissione di 421,26 tonnellate di CO2 attraverso l'utilizzo di gas 100% CO2 free.

Gi Group SpA si avvale della collaborazione di esperti certificati per la Gestione dell'Energia (EGE) che hanno elaborato le Diagnosi Energetiche in conformità ai requisiti del D.Lgs. 102/2014, da cui derivano ambiti di miglioramento per ridurre il consumo energetico.

CARTA

La digitalizzazione dei processi operativi e della gestione documentale nelle società del Gruppo e i comportamenti del personale attenti agli impatti ambientali, ha consentito anche nel 2019 ulteriore diminuzione del consumo di carta.

Negli ultimi 4 anni il Gruppo ha ridotto di oltre il 35% il consumo pro-capite di carta.

RIFIUTI

Nel 2019 Gi Group SpA ha avviato un progetto pilota volto ad eliminare progressivamente i rifiuti di materiali plastici nei luoghi di lavoro, utilizzando bicchieri di carta e palette di legno nei distributori di bevande calde, sostituendo le bottigliette di acqua con lattine in alluminio e installando distributori di acqua cui accedere con apposite borracce presso la nuova sede direzionale e operativa di Torino, di recente inaugurazione.

REGNO UNITO

Nel 2019, il Regno Unito ha nuovamente superato l'audit BSI per i sistemi di gestione ambientale secondo lo standard ISO 140001. Grazie a una campagna di sensibilizzazione sul consumo di elettricità, il Regno Unito nel 2019 ha ridotto il consumo del 10% attraverso una serie di piccole azioni, come quella di spegnere le luci e i computer al termine della giornata.

Abbiamo inoltre puntato a ridurre il consumo di bottiglie di plastica mettendo a disposizione erogatori d'acqua in varie posizioni e fornendo al personale apposite borracce per rifornirsi. Pur non avendo misurato l'impatto di queste iniziative, è sufficiente entrare in qualsiasi ufficio per vedere sulle scrivanie le nostre borracce.

La top 10 degli utilizzatori di carta carburante nel 2019 ha permesso di aumentare del 36% (al termine del terzo trimestre) l'efficienza nel consumo di carburante (risultato ottenuto anche incoraggiando i meeting via Skype) e di ridurre ulteriormente l'impatto climatico delle emissioni. Agli Account Manager e Branch Manager sono stati consegnati computer portatili per poter lavorare in maniera più flessibile e organizzare meeting privati via Skype con i team da remoto, se necessario.

Tutte le lampadine negli uffici della sede centrale sono state sostituite con LED a basso consumo e lo stesso avverrà gradualmente in tutto il resto della rete.

BRASILE

SUSTAINABILITY TRAINING

Abbiamo lavorato per aumentare il livello di consapevolezza dei nostri dipendenti. In 23 hanno partecipato alla formazione sui principali temi collegati alla sostenibilità, in particolare i quattro pilastri su cui essa poggia: ambientale, sociale, economico e culturale. I nostri colleghi sono stati incoraggiati a riflettere sulle possibili soluzioni e azioni quotidiane che potrebbero contribuire a un impatto positivo sul pianeta.

GADGET SOSTENIBILI

Nel corso del 2019 sono stati distribuiti ai nostri colleghi più di 300 gadget ecologici tra cui cannuce in acciaio inox, quaderni e penne: tutti articoli che incidono direttamente sulla salute del pianeta, essendo stati realizzati con carta riciclata nel caso di quaderni e penne, e acciaio inox in quello delle cannuce.

SLOVACCHIA

Abbiamo adottato nuove forniture per caffè e acqua nelle nostre filiali più grandi e nell'head quarter a Bratislava: niente più bottiglie e confezioni di plastica, caffè appena macinato in una tazza di ceramica e acqua filtrata.





7

CSR IN GI GROUP

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.

- 1. POVERTÀ ZERO
- 2. FAME ZERO
- 3. SALUTE E BENESSERE
- 4. ISTRUZIONE DI QUALITÀ
- 5. UGUAGLIANZA DI GENERE
- 6. ACQUA PULITA E IGIENE
- 7. ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE
- 8. LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA
- 9. INDUSTRIA, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE

- 10. RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE
- 11. CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI
- 12. CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI
- 13. AGIRE PER IL CLIMA
- 14. LA VITA SOTT'ACQUA
- 15. LA VITA SULLA TERRA
- 16. PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI FORTI
- 17. PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI



Gli SDG hanno validità universale, ovvero tutti i paesi sono chiamati a contribuire al raggiungimento di questi obiettivi in funzione delle proprie capacità. Anche se la realizzazione degli Obiettivi di sviluppo sostenibile è in ultima analisi in capo ai governi, anche le imprese private hanno un ruolo sempre più importante nel raggiungimento di questi obiettivi.

Esaminando il rapporto tra gli SDG 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 contribuire direttamente con il proprio lavoro.

Tutti i business di Gi Group sono uniti nel perseguire la sua Mission: **“Con i nostri servizi, vogliamo contribuire da protagonisti e a livello globale all’evoluzione del mercato del lavoro e all’educazione del valore personale e sociale del lavoro”**.

Questo obiettivo è direttamente correlato all’SDG 4, **“Istruzione di qualità”** e all’SDG 8, **“Lavoro dignitoso e crescita economica”**.

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 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:

- 8.5 – 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
- 8.6 – ridurre entro il 2030 la quota di giovani disoccupati e al di fuori di ogni ciclo di studio o di formazione
- 8.7 – 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
- 8.8 – 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

I NOSTRI STAKEHOLDER

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

All'interno del novero dei portatori di interesse abbiamo individuato 4 principali Stakeholder

DIPENDENTI

Oltre 4.000 dipendenti di Gi Group che sostengono il Gruppo nel raggiungimento dei suoi obiettivi. Le persone in Gi Group sono fortemente coinvolte nei progetti di CSR e condividono il loro know-how professionale, impegno e motivazione attraverso il loro impegno quotidiano. Siamo orgogliosi di poter affermare che la nostra strategia CSR è condivisa da tutti i nostri collaboratori.

CANDIDATI E I LAVORATORI

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

CLIENTI

Oltre 20.000 aziende che si affidano ogni anno al nostro Gruppo per gestire il loro capitale umano, potendo contare su una vasta gamma di servizi in grado di soddisfare tutte le fasi delle relazioni tra individuo e azienda: ricerca e selezione (fase IN), gestione e sviluppo delle persone (fase BETWEEN) e ricollocazione all'interno o all'esterno dell'organizzazione (fase OUT).

COMUNITÀ E AMBIENTE

Le comunità in cui operiamo, rappresentate dalle loro istituzioni e dalle loro associazioni, nonché dalle persone che vivono e lavorano al loro interno. L'ambiente, che tuteliamo attraverso iniziative che preservino e difendano le risorse naturali.

GOVERNANCE DELLA CSR

In risposta alla costante evoluzione e all'espansione del Gruppo, abbiamo istituito organismi specificamente dedicati alla governance della nostra strategia di CSR, per supportarne la realizzazione e per guidare lo sviluppo di un programma di azioni solido ed efficace.

Organismo di governance della CSR	Responsabilità principali	Membri
GLOBAL STEERING COMMITTEE	Approva gli obiettivi strategici e le attività di implementazione e di gestione del programma di CSR del Gruppo	Top Manager del Gruppo
CSR COMMITTEE	Definisce la strategia e le iniziative di CSR, assicurandone l'allineamento con la strategia del Gruppo; è responsabile della redazione del CSR Report; monitora i KPI connessi alla CSR; valuta gli investimenti necessari per sviluppare i progetti di CSR	<ul style="list-style-type: none"> CEO di Gruppo Funzione Global HR Funzione Global Marketing Funzione Global Public Affairs Rappresentanti di almeno 3 paesi di Gi Group Rappresentanti delle Pratiche Temporary & Permanent e Search & Selection
COUNTRY MANAGER	Responsabili dei flussi di comunicazione all'interno del proprio paese; garantiscono l'implementazione delle attività di CSR a livello locale	Manager per Paese
CSR TEAM	Monitora l'applicazione del Codice Etico; supervisiona il flusso di informazioni e i piani formativi; riceve e gestisce eventuali segnalazioni di non conformità	<ul style="list-style-type: none"> Funzioni Global Legal e Public Affairs Funzione Global HR Responsabili Regionali Rappresentante dei lavoratori
VOLONTARI	Partecipano alle attività di volontariato e contribuiscono alla progettazione e all'esecuzione delle stesse	Dipendenti di Gi Group

IL NOSTRO PERCORSO DI CSR

Partendo dalla nostra Mission e dai nostri Valori, abbiamo elaborato una serie di iniziative volte a sviluppare progressivamente la nostra strategia di CSR.

- Aprile 2014** Pubblicazione e adozione del Codice Etico di Gruppo
- Giugno 2014** Insediamento del CSR Team con l'obiettivo di monitorare l'applicazione e il rispetto del Codice Etico
- Settembre 2014** Pubblicazione e adozione della procedura "Adozione del Codice Etico, Gestione di richieste, denunce e reclami"
- Gennaio 2015** Lancio di un'attività comune di volontariato per il 2015 - con l'obiettivo di organizzare progetti locali intesi a promuovere l'employability
- Aprile 2015** Pubblicazione del primo CSR Report di Gi Group
- Ottobre 2015** Creazione di un nuovo comitato di governance della CSR: CSR Committee, finalizzato a creare e implementare la strategia CSR di Gruppo
- Dicembre 2015** Analisi dei fabbisogni degli Stakeholder: lancio della survey interna per i dipendenti
- Gennaio 2016** Analisi dei fabbisogni degli Stakeholder: lancio della survey per le Istituzioni e le Associazioni
- Aprile 2016** Pubblicazione del CSR Report 2015 di Gi Group
- Settembre 2016** Analisi dei fabbisogni degli Stakeholder: lancio della survey interna per i lavoratori somministrati
- Ottobre 2016** Sabato 22, Destination Work: la prima edizione di un'attività di volontariato di Gruppo organizzata su scala mondiale. Obiettivo dell'iniziativa: promuovere l'employability nelle comunità
- Aprile 2017** Pubblicazione del CSR Report 2016 di Gi Group
- Aprile 2017** Gi Group SpA Italia adotta lo standard di riferimento per la certificazione sociale per le organizzazioni nel mondo: lo Standard SA8000®. SA8000 misura la performance sociale in otto aree importanti per la responsabilità sociale all'interno del posto di lavoro, sulla base di un elemento del sistema gestionale che alimenta il miglioramento continuo in tutte le aree di interesse dello Standard. Lo Standard tiene conto dei principi sul lavoro contenuti all'interno della Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo e delle convenzioni della Organizzazione internazionale per il lavoro (ILO - International Labour Organization). Gi Group SpA Italia ha ottenuto da un soggetto indipendente la certificazione SA8000 il 12 aprile 2017
- Maggio 2018** Pubblicazione del CSR Report 2017 di Gi Group
- Settembre 2018** Certificazione del sistema di gestione ambientale per l'immobile della sede di Milano sulla base dei requisiti UNI EN ISO 14001:2015.
- Luglio 2019** Rinnovamento del Codice Etico e dei Valori del Gruppo
- Novembre 2019** Pubblicazione del CSR Report 2018 di Gi Group
- Dicembre 2019** Adesione di Stefano Colli-Lanzi alla "CEOs Call to Action" promossa da CSR Europe



CEOs CALL TO ACTION

Il Fondatore e CEO di Gi Group, Stefano Colli-Lanzi ha aderito alla "CEOs Call to Action" promossa da CSR Europe per invitare i leader europei ad attuare insieme **una strategia globale per un'Europa sostenibile entro il 2030**, accelerando sulla crescita, la lotta ai cambiamenti climatici e la prosperità inclusiva.

La Call to Action è stata firmata dagli Amministratori Delegati di **oltre 380 imprese a livello europeo**, che hanno aderito allo scopo di sostenere una crescita coerente con gli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile** promossi dalle Nazioni Unite.

ECOVADIS SUSTAINABILITY RATINGS

Nel 2019 Gi Group UK si è aggiudicata la medaglia d'argento di EcoVadis, società leader a livello globale in termini di valutazione di sostenibilità, collocandosi tra il 25% delle migliori aziende valutate da EcoVadis.

In Italia, anche Tack & TMI Italy Srl ha ottenuto la Silver Medal nel 2019, mentre Intoo ha raggiunto la Gold Medal nel 2018 e Gi Group SpA ha ottenuto fin dal 2015, e sta mantenendo con rating sempre migliore, la Silver Medal Ecovadis.

Ecovadis Sustainability Ratings For Global Supply Chains è il fondamento di oltre 450 programmi di approvvigionamento sostenibile all'interno delle catene del valore globali ed è stato testato su oltre 65.000 aziende in oltre 200 settori e 160 paesi.



RISULTATI RELATIVI AL PIANO D'AZIONE PER IL 2019

Nel 2018 abbiamo definito le principali aree di interesse per la strategia CSR del 2019, tenendo conto della strategia aziendale globale e dei risultati della Gi Group Energy Matrix (la nostra indagine di clima rivolta ai dipendenti interni a livello internazionale).

Riportiamo sinteticamente le priorità poste per il 2019 e le iniziative attraverso le quali sono state sviluppate.

- **Revisione del Codice Etico:** dopo le iniziative NEXT20 e le riflessioni maturate nel ventennale di Gi Group, nel 2019 abbiamo completato la revisione dei nostri Valori e del nostro Codice Etico per assicurarci che siano in linea con l'evoluzione della nostra organizzazione e dei nostri obiettivi futuri.
- **Revisione della Matrice di Materialità:** nel 2019 abbiamo iniziato il processo di revisione della Matrice di Materialità che mette in relazione le priorità di Gi Group, in termini di CSR, con quelle degli Stakeholder (principalmente dipendenti, lavoratori, candidati, istituzioni).
- **Engagement e benessere delle nostre persone:** abbiamo continuato a sviluppare processi, iniziative e strumenti volti a prenderci cura dei nostri dipendenti interni. Il focus sulle persone è mostrato anche dall'ulteriore sviluppo della funzione HR a livello globale e dal crescente numero di HR Managers a livello delle Countries. Tra le numerose iniziative, abbiamo lavorato al disegno di una Employee Value Proposition di Gruppo, al rafforzamento dell'offerta di formazione e sviluppo, all'introduzione di un nuovo processo di gestione e di valutazione della prestazione e alla promozione di una maggiore comunicazione all'interno dell'azienda. Inoltre, abbiamo continuato a fare passi avanti sul tema dello smart working, in particolare in Italia.
- **Ambiente:** oltre ad altre iniziative a livello locale, nel 2019 abbiamo ulteriormente esteso la certificazione ambiente corporate precedentemente ottenuta da Gi Group SpA ed altre società del Gruppo presenti all'interno del Palazzo del Lavoro Gi Group a Milano.
- **Diversità e inclusione:** le principali iniziative interne volte a sensibilizzare i nostri dipendenti includono la campagna globale per la Giornata Mondiale della Donna celebrata l'8 Marzo e gli incontri promossi da Gi Group Brasile per discutere dei temi della parità di genere e dell'inclusione LGBTQ+ al lavoro.

L'ANALISI DI MATERIALITÀ DI GI GROUP

Ispirandosi alle linee guida dello standard internazionale GRI - Global Reporting Initiative, nel 2019 abbiamo avviato un'analisi di materialità volta ad individuare le tematiche di sostenibilità più rilevanti per il nostro settore e per i nostri portatori di interesse.

Per aggiornare la nostra Materiality Matrix, ci avvarremo di un processo suddiviso in 2 fasi, che proseguiranno nel corso del 2020:

- la determinazione dei topic rilevanti;
- la loro pesatura da parte degli stakeholder.

Come primo passo, e grazie alla collaborazione delle varie funzioni aziendali, si procederà alla raccolta di fonti - internazionali e locali, pubbliche e non pubbliche, interne ed esterne all'azienda - che risultino importanti per il settore di riferimento o in generale per la sostenibilità.

Successivamente, a partire da questi testi, sarà avviata una analisi che:

- rifletta le tematiche rilevanti per l'organizzazione (ovvero che impattano la nostra capacità di produrre valore nel breve, medio e lungo termine);
- comprenda le tematiche rilevanti per gli stakeholder (in quanto impattati dalle attività dell'azienda o in quanto a loro volta impattanti per l'azienda).

Il risultato di questo processo servirà a costruire l'"albero dei temi".

Una volta ottenuto l'elenco delle Tematiche rilevanti per Gi Group, si procederà alla loro pesatura e prioritizzazione. Attraverso l'organizzazione di focus group live ed online, i rappresentanti delle principali categorie di stakeholder della nostra organizzazione saranno invitati prima a discutere e poi a votare i Topic emersi.

L'esame di queste valutazioni servirà per ordinare i topic e posizionarli all'interno della nuova matrice di materialità.

OBIETTIVI CSR PER IL 2020

- **Conclusione del processo di revisione della matrice di materialità:** proseguiremo nell'analisi di materialità seguendo la metodologia precedentemente descritta.
- **Promozione dei nuovi valori aziendali:** lanceremo iniziative di comunicazione interna a livello globale e locale volte ad aumentare la consapevolezza e comprensione dei nuovi valori del Gruppo.
- **Definizione della Employee Value Proposition del Gruppo:** daremo seguito al progetto avviato nel 2018 per formulare una EVP rilevante (per il target di riferimento), credibile, ambiziosa e distintiva. Nel corso del 2020 lavoreremo anche alla preparazione e avviamento di iniziative di comunicazione interna sulla nuova EVP.
- **Formazione, engagement e benessere dei dipendenti interni:** in linea con il focus strategico sulle nostre persone, nel 2020 lanceremo la seconda edizione della Gi Group Energy Matrix, la nostra survey interna globale. Inoltre, progetteremo e lanceremo la Energy Pulse, una survey semplificata e più frequente che andrà a completare e migliorare l'ascolto dei nostri dipendenti, andando anche a supportare la possibile integrazione di nuove società. Infine, continueremo a investire su tool e iniziative a supporto della formazione e della comunicazione interna.
- **Ambiente:** nel 2020 estenderemo il perimetro del progetto Plastic Free ad altre sedi in Italia migliorando il monitoraggio delle prestazioni ambientali di Gruppo, rivisitando e integrando gli indicatori di performance ambientale attualmente gestiti tramite il Sistema di Gestione certificato ISO 14001:2015 seguendo le indicazioni del Global Report Initiative (GRI).





Group
YOUR JOB, OUR WORK

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

www.gigroup.com

