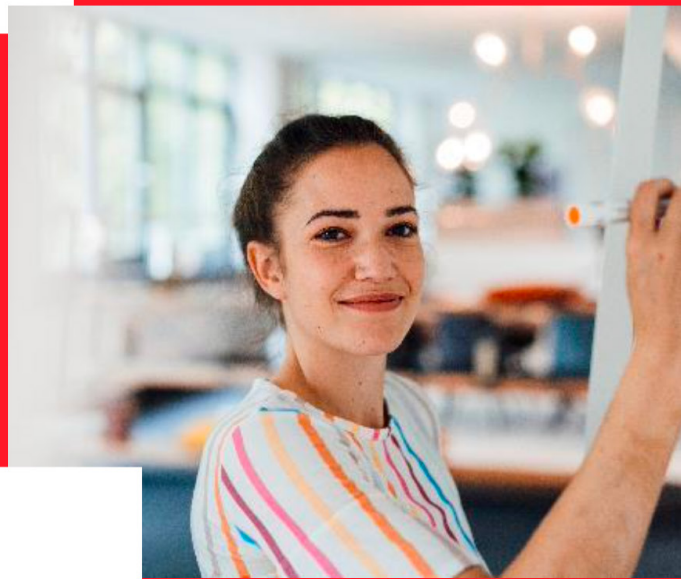


Great Place To Work®

# Bilancio di sostenibilità 2024



# Indice

<b>Lettera agli stakeholders</b>	<b>3</b>
<b>01. L'identità di Great Place To Work®</b>	<b>4</b>
1.1 Chi siamo e la nostra missione	5
1.2 Metodo e modello Great Place To Work®	7
1.3 La nostra catena del valore	9
1.4 La nostra struttura aziendale	10
<b>02. Il nostro impegno per la sostenibilità</b>	<b>11</b>
2.1 La nostra strategia di sviluppo sostenibile	12
2.2 Dialogo e coinvolgimento degli Stakeholder	13
2.3 Il processo dell'analisi di materialità	16
2.4 I nostri temi materiali	17
<b>03. La tutela ambientale</b>	<b>21</b>
3.1 Gestione dei rifiuti ed economia circolare	22
3.2 Gestione dei consumi energetici	23
3.3 Oltre la materialità: scelte volontarie per contrastare il cambiamento climatico	24
<b>04. Il nostro impegno verso le persone</b>	<b>28</b>
4.1 Garantire il benessere del personale	29
4.2 Incentivare lo sviluppo delle persone	31
<b>05. La nostra governance</b>	<b>32</b>
5.1 Qualità del servizio e soddisfazione dei clienti	33
5.2 Innovazione, ricerca e sviluppo	34
5.3 Etica e trasparenza aziendale	35
<b>Nota metodologica</b>	<b>36</b>
<b>Indice dei contenuti GRI</b>	<b>37</b>

# Lettera agli stakeholder

Milano, 10 Ottobre 2025

Cari Stakeholder,

è con grande orgoglio e sincera emozione che vi presentiamo il primo Bilancio di Sostenibilità di Great Place To Work® Institute Italia. Questo documento rappresenta molto più di una raccolta di dati e iniziative: è la testimonianza concreta di un percorso collettivo, costruito ogni giorno grazie all'impegno, alla passione e alla competenza delle nostre persone. Ogni pagina di questo bilancio racconta una parte della nostra identità, dei nostri valori e della visione che ci guida: aiutare tutte le organizzazioni ad essere dei Great Place to Work® per tutti; costruendo ambienti basati sulla fiducia, sulla coesione e sull'appartenenza.

Abbiamo scelto di intraprendere questa rendicontazione in modo trasparente e volontario, non avendo alcun obbligo legislativo, con l'obiettivo di rendere visibili i progressi fatti e, soprattutto, le sfide che intendiamo affrontare. Questo primo passo segna l'inizio di un cammino che desideriamo intraprendere insieme a voi: un cammino che vede, in primis, l'esigenza di essere noi stessi un Great Place To Work®, ed in secondo luogo, la potenzialità di espandere lo sguardo alla sostenibilità organizzativa tutta, sia essa sociale, come da nostro DNA, ma anche ambientale e di Governance, in modo da generare un impatto positivo sulla vita delle persone, dei loro cari e delle loro comunità. Ci impegniamo anche nel supportare i nostri clienti nella rendicontazione della parte sociale della triade ESG. Crediamo fermamente che le organizzazioni possano es-

sere agenti di trasformazione positiva, luoghi in cui la crescita economica si coniuga con il benessere delle persone e con la responsabilità sociale e ambientale.

Con questa consapevolezza, abbiamo adottato un approccio sistemico alla sostenibilità, integrandola nelle nostre decisioni strategiche, nei nostri servizi e nelle nostre relazioni con clienti, collaboratori e partner.

Sappiamo che molto resta ancora da fare; ma sappiamo anche di poter contare su una comunità di stakeholder – aziende, collaboratori, istituzioni, università, enti del terzo settore, studenti – che condivide la nostra visione e ci sprona a fare sempre meglio.

Uno dei nostri stakeholder principali è Great Place To Work® Institute Inc. che da quasi 25 anni ci conferma come unico soggetto a rappresentarla in Italia con accordi di lunghissimo periodo che testimoniano fiducia, rispetto e supporto.

Vogliamo ringraziare ognuno di voi: per la fiducia, per il confronto, per le sfide che ci ponete. Ma, soprattutto, desideriamo ringraziare tutte le persone di Great Place To Work® Italia, che ogni giorno, con entusiasmo e determinazione, contribuiscono a costruire un mondo del lavoro più giusto, umano e sostenibile. Questo bilancio è per voi. E con voi vogliamo continuare a crescere, imparare e innovare, con lo stesso spirito che ci accompagna da sempre: essere una forza propulsiva che migliori il mondo del lavoro.



Con gratitudine, costanza e impegno,

**Beniamino Bedusa**

Presidente, Great Place To Work® Institute Italia

**Alessandro Zollo**

Amministratore Delegato, Great Place To Work® Institute Italia

# 01.

## L'identità di Great Place To Work®

1.1	Chi siamo e la nostra missione	5
1.2	Metodo e modello Great Place To Work®	7
1.3	La nostra catena del valore	9
1.4	La nostra struttura aziendale	10



# 1.1 L'identità di Great Place To Work®



Great Place To Work® Institute - Italia S.r.l. (di seguito Great Place To Work®) nasce nel 2001 con sede a Milano, in Viale Andrea Doria 3. Il brand Great Place To Work® è nato invece nel 1991 a San Francisco, e in pochi decenni ha consolidato la sua presenza globale in **97 Paesi**, traducendo i propri strumenti in **92 lingue**, coinvolgendo oltre **5,2 milioni di lavoratori** e analizzando più di **10.000 organizzazioni**. In Italia, rappresentiamo questo ecosistema internazionale con un team multidisciplinare di consulenti, ricercatori, formatori e professionisti HR.

Da anni Great Place To Work® è il punto di riferimento globale per l'analisi e il miglioramento della cultura organizzativa. Siamo una società di **ricerca, consulenza e tecnologia** che supporta le organizzazioni nello sviluppo di ambienti di lavoro eccellenti, centrati sul benessere delle persone e sulla costruzione di relazioni fondate sulla fiducia.

Il nostro approccio si fonda su una metodologia comparabile a livello internazionale, e unisce l'ascolto strutturato delle opinioni dei collaboratori – attraverso la **Survey Platform** e strumenti digitali proprietari – all'analisi della **employee experience** e alla definizione di strategie organizzative personalizzate. Ogni anno, in Italia, analizziamo oltre 350 aziende coinvolgendo più di 200.000 collaboratori in un processo partecipativo, trasparente e rappresentativo.

Attraverso la nostra **piattaforma di ascolto**, raccogliamo e interpretiamo migliaia di opinioni, fornendo alle aziende insight strategici, benchmark con il più vasto database organizzativo al mondo e strumenti per potenziare il proprio **Employer Branding**. Il nostro sistema consente alle organizzazioni di comprendere a fondo il proprio clima interno, identificare aree di miglioramento e avviare percorsi evolutivi concreti verso una cultura aziendale sostenibile e inclusiva.

Il percorso di miglioramento si traduce nella **Certificazione Great Place To Work®**, riconoscimento ufficiale che attesta la qualità del clima aziendale e l'impegno verso una cultura del lavoro sana, orientata alla crescita delle persone. Tale Certificazione può culminare nella presenza all'interno delle prestigiose **Classifiche Best Workplace** a livello nazionale, europeo e globale.

Crediamo fermamente che il valore delle persone debba rappresentare il fulcro di ogni organizzazione. Le aziende che costruiscono una cultura della fiducia, dove ogni individuo si sente importante, motivato a dare il massimo e artefice insieme agli altri dei successi raggiunti, sono quelle che dimostrano una maggiore capacità di innovazione, resilienza e impatto positivo. Sappiamo inoltre che questi ambienti generano performance finanziarie superiori e favoriscono una sostenibilità duratura nel tempo, beneficiando tutti gli stakeholder coinvolti.



## LA NOSTRA MISSIONE

La nostra missione è aiutare ogni azienda a diventare un Great Place To Work® for All.

Ci impegniamo ogni giorno per **trasformare il mondo del lavoro** creando aziende più resilienti, di successo e sostenibili. Great Place To Work® offre ai leader e alle organizzazioni il riconoscimento e gli strumenti per creare un'esperienza coerente e straordinariamente positiva per i collaboratori.



# 1.2 Metodo e modello Great Place To Work®

Il modello metodologico utilizzato da Great Place To Work® è universale e consolidato in **oltre 40 anni di ricerche** sulle aziende in tutto il mondo.

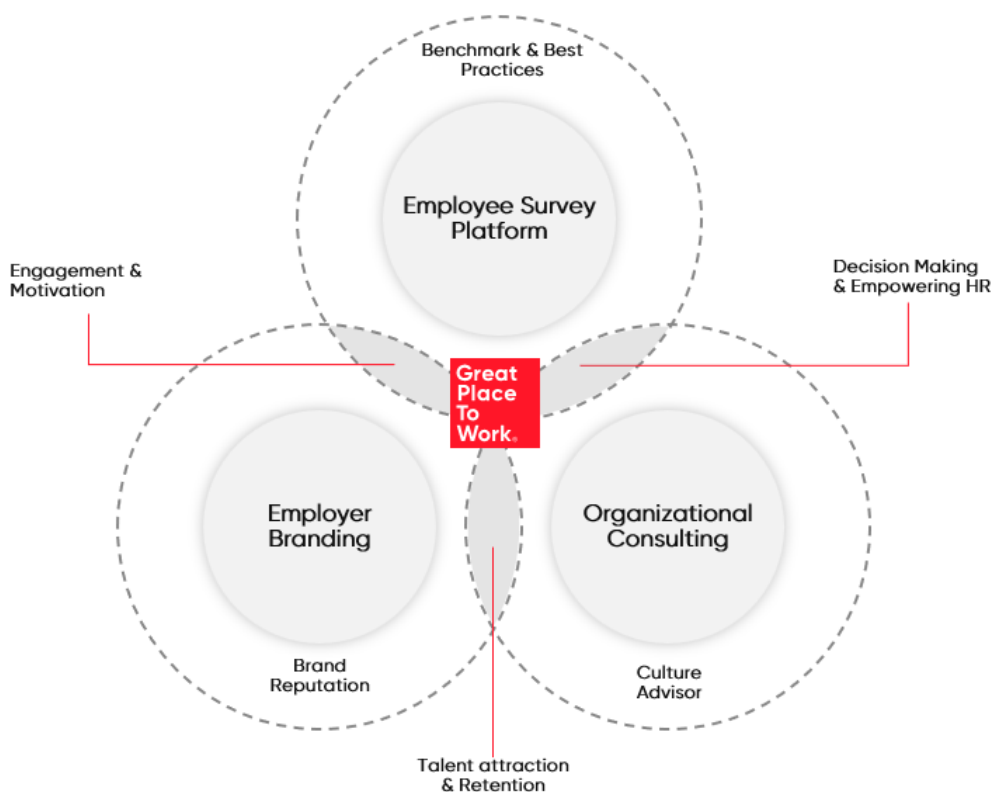
Gli ambienti di lavoro eccellenti sono frutto delle relazioni quotidiane vissute dalle persone in azienda: la fiducia è il fattore chiave comune a queste relazioni. Il nostro **Questionario di clima Trust Index** è strutturato per misurare il livello di fiducia in azienda.

Secondo il nostro **modello di analisi Great Place To Work® for All** un great workplace deve esserlo per tutti, indipendentemente dalle caratteristiche personali, dal ruolo ricoperto in azienda, dagli anni di anzianità e dalle mansioni svolte:

- 01. La persona è messa al centro di ogni processo:** un Great Place To Work® è un ambiente in cui i collaboratori credono nelle persone per cui lavorano, sono orgogliosi di quello che fanno, e stanno bene con i colleghi;
- 02. La fiducia è il fattore chiave nelle relazioni in azienda:** per rendere ogni ambiente di lavoro eccellente, misuriamo con la nostra Survey il livello di fiducia in azienda e lavoriamo per rafforzare le relazioni quotidiane.

Il Trust Index Model® e il relativo questionario sono composti da 60 affermazioni e utilizzano come riferimento le cinque dimensioni che compongono il Trust Index:

- 01. Credibilità:** Valutiamo la qualità del dialogo, che deve essere aperto e trasparente, e la competenza e integrità delle persone;
- 02. Rispetto:** ci interessa capire se le persone si sentono coinvolte, supportate e valorizzate nel proprio percorso professionale;
- 03. Equità:** esploriamo se tutti vengono trattati in modo equo, imparziale e giusto;
- 04. Orgoglio:** vogliamo sapere quanto le persone siano fiere del proprio lavoro, del team e dell'immagine dell'azienda;
- 04. Coesione:** misuriamo il senso di accoglienza, fiducia e collaborazione nel team.



Il modello Great Place To Work® for All ci consente di restituire una visione chiara e strutturata dell'esperienza delle persone in azienda, basata su risposte autentiche. Questo approccio aiuta le organizzazioni a individuare con precisione i propri punti di forza e le aree su cui lavorare, con particolare attenzione a temi centrali come la **leadership**, la **comunicazione interna**, la **gestione organizzativa**, la **collaborazione** tra team, le **politiche retributive**, l'**inclusione** e le opportunità di **sviluppo professionale**.

Concretamente, il nostro supporto si articola in più fasi integrate:

- 01.** Raccogliamo e **analizziamo le opinioni dei dipendenti** attraverso la nostra Survey Platform, insieme alle informazioni sulle pratiche HR adottate;
- 02.** Offriamo alle aziende la possibilità di ottenere la **certificazione**, se rispondono a determinati standard di qualità del clima lavorativo;
- 03.** Ogni anno, individuiamo tra le realtà certificate quelle che si distinguono maggiormente, includendole nelle **Classifiche Best Workplaces**;
- 04.** Infine, mettiamo a disposizione delle aziende consulenza e strumenti per interpretare i risultati, confrontarsi con benchmark di settore e individuare azioni di miglioramento.

Questo percorso ha l'obiettivo di valorizzare gli ambienti di lavoro più consapevoli, inclusivi ed efficaci, dove le persone possano esprimere il proprio valore.



## 1.3 La nostra catena del valore

Great Place To Work® opera nel settore della **ricerca**, della **tecnologia** e della **consulenza organizzativa**, ponendosi come punto di riferimento globale per l'analisi e il miglioramento della cultura aziendale. La nostra catena del valore si fonda sulla fiducia, elemento chiave per creare ambienti di lavoro eccellenti e promuovere il benessere dei dipendenti.

Le nostre attività principali includono:

- **Analisi del Clima Aziendale:** Attraverso la nostra piattaforma proprietaria Employee Survey Platform, analizziamo in modo anonimo l'esperienza dei collaboratori all'interno delle organizzazioni. Raccogliamo dati strutturati sulla percezione del clima aziendale e offriamo benchmark e insight strategici con il più ampio database organizzativo al mondo. Questo strumento rappresenta il cuore della nostra attività e guida tutte le azioni successive.

- **Certificazione Great Place To Work®:** Le aziende che dall'analisi dimostrano di essere un ambiente di lavoro di qualità possono ottenere la Great Place To Work® Certification. Questo riconoscimento ufficiale attesta la qualità del clima aziendale e l'impegno verso una cultura del lavoro sana e orientata alla crescita delle persone.

- **Classifiche di Employer Branding:** La Certificazione può culminare nella presenza all'interno delle prestigiose Classifiche Best Workplaces a livello nazionale italiano, europeo e globale. Queste classifiche contribuiscono in modo significativo allo sviluppo dell'Employer Branding delle aziende clienti, aumentando la loro visibilità e attrattività sul mercato del lavoro.

- **Organizational Consulting:** Great Place To Work® supporta lo sviluppo e la crescita del business delle aziende attraverso una consulenza mirata, che parte dall'analisi approfondita dei risultati delle survey, confrontandoli con i benchmark e le best practice delle migliori aziende.

Pur avendo le nostre radici saldamente piantate in **Italia**, sfruttiamo la nostra rete globale per cogliere nuove opportunità e operare efficacemente in diversi paesi, portando la nostra esperienza **oltre i confini nazionali**.

Per rendere possibile tutto questo, ci avvaliamo di **fornitori specializzati**, in particolare aziende tecnologiche che gestiscono le infrastrutture cloud e i servizi informatici necessari per il funzionamento della nostra Employee Survey Platform. Questi partner si occupano della fornitura, manutenzione e aggiornamento degli applicativi software della piattaforma di nostra proprietà per l'analisi del clima aziendale.

A **valle della nostra catena del valore** ci sono le aziende **clienti**, che grazie ai nostri servizi possono migliorare concretamente la propria cultura organizzativa, aumentare l'engagement delle persone, rafforzare l'employer branding e, in ultima analisi, ot-

tenere migliori risultati di business.

La nostra creazione di valore si estende oltre i nostri partner commerciali per includere le **persone che si affacciano o sono già attive nel mercato del lavoro**. Il nostro lavoro, fornisce un supporto fondamentale in termini di benessere sociale. Attraverso i nostri report e le classifiche dei Best Workplaces, offriamo una visibilità unica alle aziende che investono in una cultura positiva. Questo non solo contribuisce a un mercato del lavoro più sano e trasparente, ma supporta attivamente sia i professionisti in cerca di nuove opportunità, fornendo loro dati preziosi per le proprie scelte di carriera, sia i **giovani studenti** che si preparano a entrare nel mondo del lavoro, aiutandoli a individuare le realtà più virtuose.

**Collaboriamo** infine con il mondo accademico, in particolare **con le università**, per attività di ricerca condivisa sui temi della cultura organizzativa, dell'inclusione e del benessere al lavoro.

## 1.4 La nostra struttura aziendale

La nostra struttura aziendale è organizzata in maniera semplice e funzionale, composta attualmente da **27 professionisti**, di cui 18 donne e 9 uomini, affiancati da **6 consulenti esterni**.

L'organizzazione interna è articolata in **team specializzati**, ognuno dei quali si dedica a uno specifico segmento di clientela. Ogni team è guidato da un **Team Leader** e include figure con ruoli e competenze complementari. Lavorano inoltre trasversalmente tra i team i nostri **Competence Leader**, che coordinano le attività in base alle proprie aree di specializzazione, assicurando coerenza e qualità nei processi.

Il **Consiglio di Amministrazione** è composto da quattro membri: il **Presidente** Beniamino Bedusa, l'**Amministratore Delegato** Alessandro Zollo e i due **consiglieri** Michael Hermann e Gaia Morselli. La guida strategica e operativa dell'azienda è affidata al Presidente e all'Amministratore Delegato, che collaborano quotidianamente con un comitato interno composto da sei membri esecutivi: Team Leader, Competence Leader, HR Manager e Marketing Manager (cinque donne e un uomo). Questo gruppo ha un ruolo attivo nel definire e realizzare le principali iniziative aziendali.

I membri del **comitato** e del massimo organo di governo vengono nominati dal Consiglio di Amministrazione. La scelta ricade su soci attivi, che possiedono quote della società e che partecipano direttamente alla vita aziendale.



Il Presidente e l'Amministratore Delegato hanno la responsabilità di definire e aggiornare lo scopo, i valori e gli obiettivi aziendali, incluse le strategie di sostenibilità. Questo avviene attraverso un processo condiviso e partecipativo che coinvolge attivamente Leader e Manager.

Per assicurare un ambiente di lavoro efficace e coerente con i nostri valori, l'**HR Manager** coordina la gestione delle persone e dei processi interni. Ogni mese svolgiamo riunioni plenarie per condividere aggiornamenti, discutere temi trasversali e ascoltare i bisogni delle nostre persone. Inoltre, conduciamo ogni anno un'indagine sul clima aziendale per raccogliere feedback strutturati e individuare spunti di miglioramento.

Infine, poniamo particolare attenzione alla gestione degli impatti ambientali e sociali delle nostre attività. Promuoviamo attivamente **momenti di formazione** e confronto su questi temi, sia all'interno del nostro team che con realtà esterne, perseguendo un modello di sviluppo che integra performance economica e responsabilità sociale e ambientale.



# 02.

## Il nostro impegno per la sostenibilità

2.1	La nostra strategia di sviluppo sostenibile	12
2.2	Dialogo e coinvolgimento degli Stakeholder	13
2.3	Il processo dell'analisi di materialità	16
2.4	I nostri temi materiali	17



## 2.1 La nostra strategia di sviluppo sostenibile

La nostra strategia di sviluppo sostenibile è strettamente legata alla nostra visione di sostenibilità sociale: creare ambienti di lavoro eccellenti, inclusivi, equi e partecipativi. In Great Place To Work® poniamo al centro la **dimensione sociale** della sostenibilità, promuovendo il **benessere delle persone** e la costruzione di **ambienti di lavoro basati sulla fiducia** come fondamento per una cultura aziendale sana e duratura. Il nostro modello si fonda sull'ascolto attivo e sulla valorizzazione delle persone. È questo approccio che guida ogni nostra azione e che ci permette di accompagnare la crescita delle organizzazioni in modo responsabile, facendo della cultura organizzativa uno dei pilastri strategici della sostenibilità.

Questi principi prendono forma ogni giorno, attraverso attività concrete e politiche aziendali coerenti, che riflettono la nostra attenzione e responsabilità verso gli impatti sociali e ambientali:

Partecipiamo a **iniziative benefiche**, come le maratone solidali promosse da Rete del Dono in favore di Dynamo Camp, contribuendo attivamente alla comunità.

Abbiamo ottenuto la **Certificazione di Parità di Genere**, a testimonianza del nostro impegno per l'inclusione e le pari opportunità nel luogo di lavoro.

Abbiamo scelto di **misurare la nostra impronta carbonica** e di rendere **carbon neutral il nostro evento annuale**, estendendo la nostra responsabilità anche agli impatti ambientali.

A queste iniziative si affiancano pratiche interne come:

**Survey** annuale interna sul **benessere** del **personale**;

**Programmi di welfare** e spazi di lavoro potenziati;

**Budget** dedicati alla **formazione** continua;

**Attenzione** costante **all'etica** e alla **qualità** del servizio.

La sostenibilità è parte integrante del nostro modo di lavorare di Great Place To Work®, non un elemento accessorio. Operiamo in coerenza con i principi ESG, condividiamo le nostre policy con tutto il team e rendiamo pubblico il nostro **codice etico** sul sito aziendale.

Con la pubblicazione volontaria del primo **Bilancio di Sostenibilità 2024**, rafforziamo questo impegno, condividendo in modo trasparente i risultati raggiunti, le aree di miglioramento individuate e gli obiettivi futuri. È un passo concreto verso una gestione sempre più consapevole, che risponde alle aspettative di informazione e chiarezza sugli aspetti ESG di stakeholder, investitori e della comunità in cui operiamo.



## 2.2 Dialogo e coinvolgimento degli Stakeholder

In Great Place To Work®, il **coinvolgimento degli stakeholder** è parte integrante del nostro modo di operare e rappresenta uno strumento fondamentale per allineare lo sviluppo aziendale agli interessi e ai bisogni di chi ne è parte, garantendo così il benessere e la soddisfazione di tutti gli attori coinvolti.

Abbiamo identificato i nostri stakeholder principali – individui, gruppi o organizzazioni con un interesse diretto o indiretto nelle nostre attività – suddividendoli in 18 categorie distinte:

### Interni

Management  
Partner (soci)  
Dipendenti  
Collaboratori interni  
GPTW Inc.

### Esterni

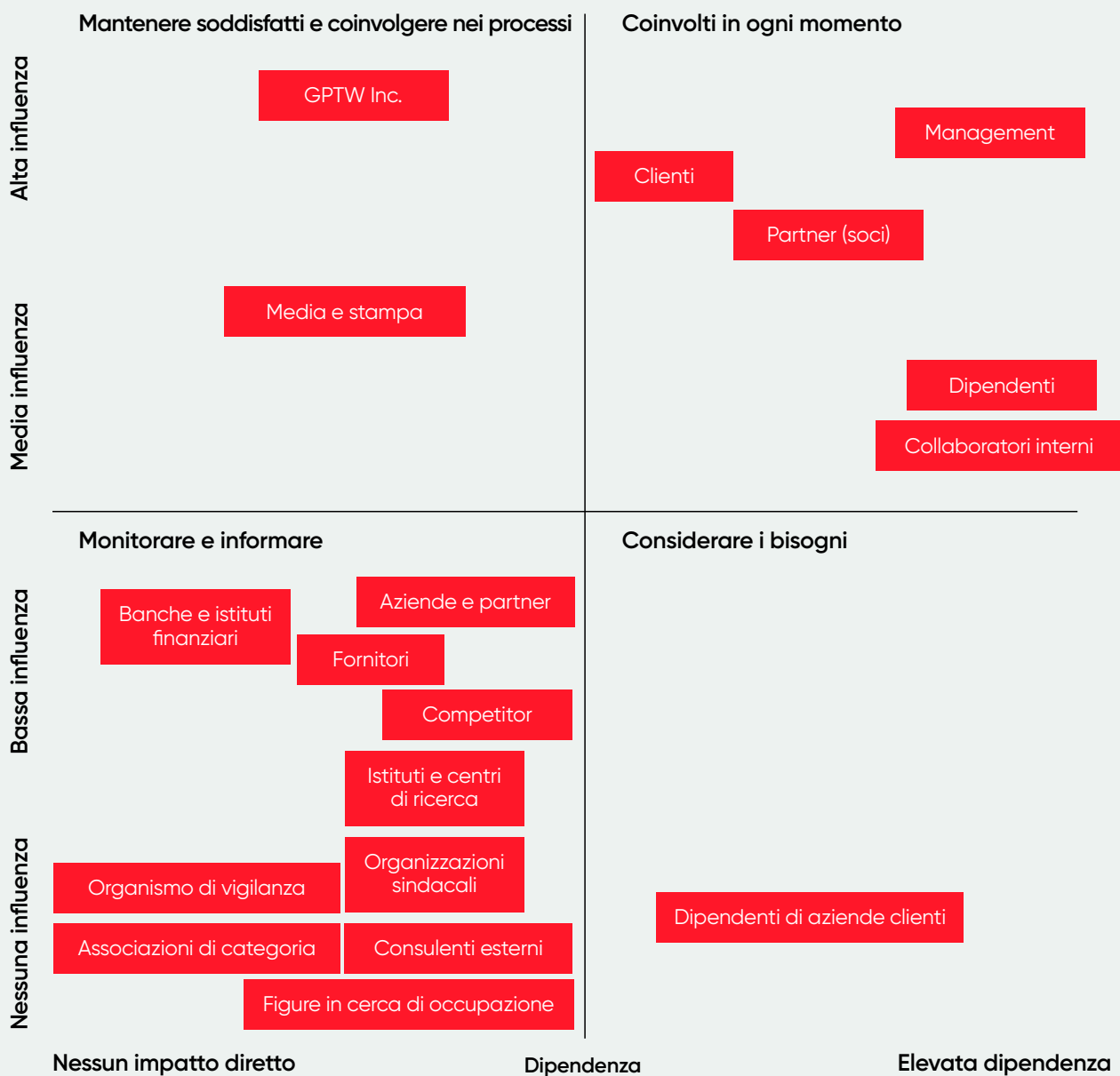
Clienti  
Aziende partner  
Fornitori  
Competitor  
Associazioni di categoria  
Organizzazioni sindacali  
Consulenti esterni  
Organismo di vigilanza  
Banche e istituti finanziari  
Media e stampa  
Istituti e centri di ricerca

### Silenti

Figure in cerca di occupazione  
Dipendenti di aziende clienti

La loro rilevanza è stata analizzata mediante un workshop partecipativo a cui hanno preso parte il management e i referenti aziendali. Il criterio adottato per questa classificazione si è basato sull'analisi dell'influenza e della dipendenza reciproca, valorizzando anche la presenza di attori "silenti" che, pur non avendo un ruolo diretto, possono offrire importanti spunti di riflessione.





I risultati ottenuti ci hanno permesso di rappresentare i nostri stakeholder all'interno di una **matrice**, utile a definire le modalità più efficaci per dialogare con ciascun cluster:

**Coinvolti in ogni momento:**

stakeholder che influenzano in modo significativo le nostre decisioni strategiche e le attività di rendicontazione. È fondamentale mantenere un dialogo costante e trasparente con loro.

**Mantenere soddisfatti e coinvolgere nei processi:**

soggetti influenti ma meno coinvolti attivamente. È importante aggiornarli costantemente per prevenire eventuali insoddisfazioni.

**Monitorare e informare:**

interlocutori meno strategici nell'immediato, ma comunque parte del nostro ecosistema relazionale.

**Considerare i bisogni:**

stakeholder con un livello di dipendenza elevato, dai quali emergono spesso contributi preziosi. Il monitoraggio costante e la comunicazione regolare sono essenziali.

Questa categorizzazione ha rappresentato la base metodologica per lo sviluppo del nostro piano di **stakeholder engagement**. L'obiettivo è garantire un coinvolgimento progressivo e significativo, fondato sull'ascolto, sulla trasparenza e sulla creazione di valore condiviso.

Per la nostra prima attività di rendicontazione, ci siamo focalizzati principalmente sul coinvolgimento degli stakeholder interni: 18 dipendenti, 6 manager, 5 partner/soci, 3 collaboratori interni. È stato coinvolto anche un cliente come stakeholder esterno. Questi sono stati invitati a condividere il proprio punto di vista in merito alle tematiche rilevanti da considerare nella matrice di materialità di impatto, contribuendo così a identificare le **priorità strategiche** in ambito **ESG**. Il feedback raccolto è stato essenziale per delineare gli ambiti di intervento più significativi e per rafforzare l'integrazione della sostenibilità nella nostra strategia aziendale.



## 2.3 Il processo dell'analisi di materialità

Nel contesto della rendicontazione di sostenibilità, l'analisi di materialità svolge un ruolo cruciale nell'identificazione e nella prioritizzazione dei temi di sostenibilità più rilevanti per la nostra azienda e i nostri stakeholder, stabilire obiettivi concreti e selezionare le informazioni da includere in questo Bilancio di Sostenibilità.

Questa valutazione garantisce che le priorità ESG siano pienamente integrate nella **strategia aziendale** di Great Place To Work®, supportando la creazione di valore nel lungo periodo e la reputazione del brand.

Come elemento chiave, nella stesura di questo rapporto su base volontaria, abbiamo utilizzato la procedura espressa dalla **Global Reporting Initiative (GRI)**, il quadro di riferimento più riconosciuto e ampiamente utilizzato a livello mondiale per la rendicontazione della sostenibilità.

Il processo che ha portato Great Place To Work® alla selezione dei suoi temi materiali è stato svolto come segue:

### ANALISI DEL CONTESTO

In questa fase iniziale, abbiamo esaminato i nostri principali processi aziendali e analizzato la missione, i valori, le strategie e le pratiche di sostenibilità esistenti. Inoltre, abbiamo condotto un'attività di benchmarking e studiato le tendenze in ambito sociale e ambientale all'interno del nostro settore per ottenere una conoscenza più ampia dei temi di sostenibilità più affrontati nel settore.

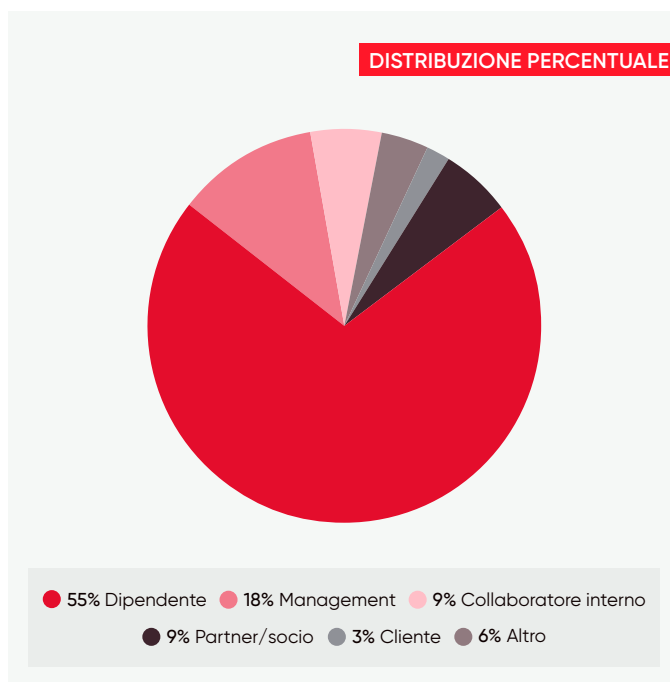
### IDENTIFICAZIONE DEGLI IMPATTI ATTUALI E POTENZIALI

In questo secondo passaggio, abbiamo analizzato le nostre attività aziendali per identificare un primo elenco di impatti attuali e potenziali (insieme ai relativi temi materiali) che l'azienda sta o potrebbe generare.

### VALUTAZIONE DEGLI IMPATTI

Una volta individuate le potenziali tematiche rilevanti per la nostra realtà, le abbiamo confrontate con gli interessi e le aspettative degli stakeholder (sia interni che esterni) in relazione alle principali tematiche ambientali, sociali e di governance.

Il grafico seguente mostra la distribuzione delle 33 risposte degli stakeholder che hanno partecipato alla survey di materialità in base al loro ruolo all'interno dell'azienda.



### PRIORITIZZAZIONE DEI TEMI PIÙ SIGNIFICATIVI

a ciascun stakeholder è stato poi richiesto di valutare su una scala da 1 a 5 l'importanza che i singoli pilastri della sostenibilità (Ambientale, Sociale e Governance) hanno per l'azienda secondo la loro percezione. Le votazioni assegnate ai singoli pilastri hanno permesso di elaborare un punteggio medio che rappresenta il peso associato a ciascuna area ESG, distinguendo tra la valutazione data dall'azienda e quella fornita dagli altri stakeholder.

Oltre ad assegnare un punteggio ai singoli pilastri, gli stakeholder hanno prioritizzato le tematiche rilevanti emerse per ogni area ESG, in base alla loro percezione dell'azienda e generando tre classifiche per le tematiche ambientali, sociali e di governance.

Così, dopo aver definito una soglia di materialità come richiesto dagli **Standard GRI**, i temi con le valutazioni più elevate sono stati convalidati come le principali aree ESG che Great Place To Work® dovrebbe considerare nel reporting delle proprie performance.

A seguito di questa definizione di priorità, ogni tema materiale è stato anche associato a uno o più **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) delle Nazioni Unite**, a dimostrazione del nostro impegno nel contribuire a obiettivi di sostenibilità globali. Associare i temi materiali agli SDG specifici consente a Great Place To Work® offrire agli stakeholder una comprensione più chiara e trasparente.

# 2.4 I nostri temi materiali

L'ultima fase del nostro processo di materialità è stata supportata dalla creazione di una **matrice di materialità**, che aiuta a dare priorità alle azioni e all'allocazione delle risorse, assicurando che le questioni più critiche ricevano l'attenzione necessaria.

- Temi Ambientali
- Temi Sociali
- Temi di Governance







Questa rappresentazione grafica facilita le decisioni strategiche, evidenziando le aree in cui le operazioni di Great Place To Work® si intersecano maggiormente con le preoccupazioni degli stakeholder, allineando così gli **obiettivi aziendali** con le loro aspettative. I temi materiali sono quelli contenuti nel quadrante in alto a destra: essi risultano prioritari poiché presentano un'elevata rilevanza sia l'azienda che per gli stakeholder.




I temi rappresentati forniscono una visione obiettiva di Great Place To Work®, considerando il suo modello di business e il contesto in cui opera. Per ciascun impatto negativo, sono descritte varie azioni di mitigazione e procedure nelle rispettive sezioni di questo rapporto. Allo stesso modo, per ciascun **impatto positivo**, l'azienda intraprende una serie di attività per amplificare i benefici e garantire l'efficacia nel lungo termine.

L'analisi condotta ha individuato sette temi materiali, di cui due a carattere ambientale, due sociale e tre inerenti alla governance aziendale. Questi sono illustrati in dettaglio nelle tabelle successive.

### Environmental - Temi materiali selezionati e SDG di riferimento




SDG	Tema materiale	Impatto	Tipo di impatto	Descrizione
 	Gestione dei rifiuti ed economia circolare	Positivo	Sostegno all'economia circolare	Adozione di pratiche di economia circolare quali la raccolta differenziata, la riduzione del materiale monouso tramite l'uso di materiali plastic free (stoviglie, posate, borse in tela) e di pile ricaricabili per dispositivi elettronici, e la donazione di PC usati.
		Negativo	Smaltimento di rifiuti tecnologici in discarica	Elevato utilizzo di apparecchiature informatiche, il cui smaltimento in discarica può generare effetti negativi rilevanti sull'ambiente.
		Negativo	Rifiuti generati durante gli eventi e i workshop	Produzione di rifiuti durante gli eventi e i workshop organizzati dall'azienda, dovuti alla distribuzione di gadget e di materiali che spesso non vengono riciclati.
 	Gestione dei consumi energetici	Positivo	Adozione di elettrodomestici ad alta efficienza	Sostituzione degli elettrodomestici con modelli A++, che contribuiscono alla riduzione dei consumi energetici e delle emissioni di CO <sub>2</sub> .
		Positivo	Efficientamento energetico degli immobili	Sostituzione integrale degli infissi e installazione di pompe di calore per ridurre la dispersione termica sia nella stagione invernale che in quella estiva.

## Social – Temi materiali selezionati e SDG di riferimento

SDG	Tema materiale	Impatto	Tipo di impatto	Descrizione
 	Benessere del personale	Positivo	Promozione del work-life balance	Implementazione dello smart working (2 giorni a settimana) e di programmi di welfare aziendale per favorire il bilanciamento tra la vita lavorativa e la vita personale dei dipendenti.
		Positivo	Monitoraggio del benessere del personale	Erogazione di una survey annuale per il monitoraggio del benessere e la raccolta delle necessità dei dipendenti, al fine di elaborare e implementare piani ad hoc per rispondere alle esigenze personali e ridurre al minimo lo stress lavorativo.
		Negativo	Difficoltà di gestione dei carichi di lavoro	La centralità della soddisfazione del cliente nell'ambito della consulenza può generare difficoltà di gestione dell'orario di lavoro, dei relativi carichi e del work-life balance.
	Formazione e sviluppo del personale	Positivo	Aumento delle competenze professionali	L'erogazione di programmi di formazione specifici per funzione e personalizzati consente di potenziare le competenze delle persone, contribuendo al loro sviluppo professionale e alla soddisfazione personale.
		Negativo	Demotivazione del personale	La mancanza di competenze allineate e l'assenza di applicazione pratica della formazione possono causare demotivazione tra il personale.



## Governance - Temi materiali selezionati e SDG di riferimento

SDG	Tema materiale	Impatto	Tipo di impatto	Descrizione
	Qualità del servizio e soddisfazione dei clienti	Positivo	Miglioramento continuo della qualità del servizio	L'utilizzo delle survey di customer satisfaction favorisce il miglioramento continuo dei servizi offerti ai clienti e degli eventi organizzati per clienti e fornitori.
		Negativo	Difficoltà nell'identificare feedback non attendibili	Possibile difficoltà nell'intercettare risposte non veritiere nelle survey di customer satisfaction.
	Etica e trasparenza aziendale	Positivo	Comunicazione trasparente	La comunicazione interna è garantita da processi strutturati e strumenti di condivisione accessibili. La presenza del Codice Etico e il possesso di certificazioni (ISO 27001 e UNI/PdR 125:2022) garantiscono la trasparenza verso l'esterno.
		Negativo	Cascading poco efficace	La scarsa tempestività nel cascading può limitare l'accesso alle informazioni da parte del personale, con impatti potenzialmente negativi sull'operatività aziendale.
	Innovazione, ricerca e sviluppo	Positivo	Sviluppo di nuovi prodotti	L'analisi dei dati di settore e le attività di ricerca su temi specifici in collaborazione con le Università supportano la redazione di report annuali e favoriscono lo sviluppo di nuovi prodotti, in particolare in ambiti come ESG e DE&I.
		Negativo	Disallineamento tra impegno profuso e risultati ottenuti	Le analisi di settore, i report annuali e le ricerche svolte in collaborazione con le Università possono non generare esiti e impatti proporzionati all'impegno e alle risorse investite.



# 03.

## La tutela ambientale

3.1	Gestione dei rifiuti ed economia circolare	22
3.2	Gestione dei consumi energetici	23
3.3	Oltre la materialità: scelte volontarie per contrastare il cambiamento climatico	24



Great Place To Work® nasce con una forte vocazione sociale, ma siamo consapevoli che la sostenibilità a lungo termine richieda anche un impegno concreto per l'ambiente. Crediamo che **benessere umano** e **salute del pianeta** siano indissolubilmente legati: per questo, la nostra missione di costruire organizzazioni più resilienti, di successo e sostenibili include la responsabilità ambientale come parte integrante delle nostre attività e strategie quotidiane.

Questa consapevolezza è emersa con chiarezza anche dall'analisi di materialità, che ha evidenziato tra i temi rilevanti della sfera ambientale la **gestione dei consumi energetici** e la gestione dei rifiuti in ottica di economia circolare.

A testimonianza della nostra proattività, abbiamo deciso di non limitarci ad affrontare i soli temi materiali, avviando progetti volentieri come la misurazione delle emissioni dirette (Scope 1) e indirette (Scope 2), e l'acquisto di crediti per **compensare le emissioni** e rendere carbon neutral il nostro evento annuale del 2024.



## 3.1 Gestione dei rifiuti ed economia circolare

La gestione dei rifiuti e l'adozione di principi di economia circolare rappresentano per Great Place To Work® un tema rilevante emerso dall'analisi di materialità e integrato nella nostra visione di sostenibilità.

Considerata la natura di servizio della nostra attività, il nostro **impatto ambientale** risulta **contenuto** e la produzione di rifiuti è assimilabile a quella di una civile abitazione, con l'aggiunta di rifiuti tipici da ufficio, come cartucce di stampanti e apparecchiature elettroniche dismesse. A Great Place To Work® agiamo comunque con responsabilità per promuovere un utilizzo consapevole delle risorse e una gestione attenta dei rifiuti, integrando questi principi nel nostro operato quotidiano. Le politiche adottate si concentrano principalmente sull'attuazione di una **corretta raccolta differenziata**, estesa anche a rifiuti specifici legati al contesto d'ufficio.

Cartucce di stampanti e apparecchiature elettroniche dismesse vengono smaltite nel rispetto della normativa vigente.

Promuoviamo comportamenti virtuosi nella gestione quotidiana, basati su responsabilità condivisa e buone pratiche.

Un impegno prioritario riguarda la riduzione della plastica monouso. Nei nostri uffici utilizziamo bicchieri in carta dove possibile e abbiamo installato **erogatori d'acqua** collegati alla rete idrica per ridurre l'utilizzo di bottiglie di plastica. L'obiettivo che ci siamo posti è diventare quanto più possibile plastic free.

Anche la gestione delle risorse idriche è ispirata a criteri di responsabilità. In Great Place To Work® l'utilizzo dell'acqua è assimilabile a quello di un'abitazione civile, senza la presenza di docce. Sebbene non vi siano target formali, promuoviamo **buone pratiche** come l'utilizzo della lavatrice a pieno carico e l'attenzione allo spreco, in linea con una logica di **consumo consapevole**.

## 3.2 Gestione dei consumi energetici

La gestione dei consumi energetici è un tema importante per noi e per i nostri stakeholder. Anche se non abbiamo ancora un sistema strutturato di monitoraggio o obiettivi energetici formali, ci impegniamo ogni giorno a **ridurre il nostro impatto** e a migliorare l'efficienza, costruendo un approccio sempre più consapevole alla **gestione dell'energia**.

A questo scopo, abbiamo messo in atto diverse azioni concrete:

**sostituzione** integrale degli **infissi** e installazione di pompe di calore per ridurre la dispersione termica sia nella stagione invernale che in quella estiva;

**sostituzione** dell'illuminazione con soluzioni a basso consumo, come i **LED**;

utilizzo degli **elettrodomestici** in modalità **eco**;

**controlli periodici** sui **condizionatori**, per garantirne l'efficienza;

**aggiornamento** del nostro **server**, scegliendone uno più efficiente dal punto di vista energetico.

Nel 2024, il nostro consumo totale di energia elettrica è stato di 7.325,5 kWh. Di questi, il 55% (4.029 kWh) proviene da fonti rinnovabili, mentre il restante 45% (3.296,5 kWh) da fonti non rinnovabili.

Rispetto al 2023, i **consumi** totali sono aumentati, un dato coerente con la crescita del nostro team, passato da 28 a 33 persone. Tuttavia, il consumo medio per persona è diminuito, passando da 245 kWh nel 2023 a 222 kWh nel 2024. Un segnale che le nostre azioni hanno un impatto concreto.



## 3.3 Oltre la materialità: scelte volontarie per contrastare il cambiamento climatico

### Calcolo emissioni di Scope 1 e Scope 2

Anche se non emerso tra i temi per noi materiali, in Great Place To Work® abbiamo scelto di affrontare con responsabilità la sfida del cambiamento climatico, impegnandoci a misurare e **monitorare le nostre emissioni** di gas serra seguendo criteri riconosciuti a livello internazionale.

Le emissioni sono classificate in tre categorie principali:

**Scope 1:** le emissioni dirette derivanti dalle attività sotto il controllo operativo dell'azienda;

**Scope 2:** le emissioni indirette associate all'acquisto di energia elettrica;

**Scope 3:** le emissioni indirette generate lungo l'intera catena del valore aziendale, sia a monte sia a valle delle attività dirette.

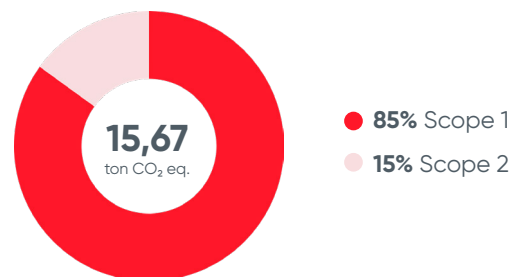
A partire dal 2024, abbiamo calcolato le nostre emissioni di Scope 1 e Scope 2, adottando come riferimento metodologico il GHG Protocol, standard globale largamente utilizzato da organizzazioni e istituzioni per la rendicontazione climatica.

Questa scelta rappresenta un passo fondamentale per comprendere l'impatto climatico delle nostre attività e per individuare con maggiore precisione le aree a maggiore intensità emissiva.

Per misurare e gestire la propria impronta carbonica del 2024, Great Place To Work® Italia si è avvalsa del supporto tecnico di Up2You: startup greentech e B Corp certificata, specializzata in **soluzioni di sostenibilità** per le aziende. Up2You ha condotto l'analisi e la quantificazione delle emissioni utilizzando la piattaforma proprietaria CliMax. Questo ha permesso all'azienda non solo di acquisire dati quantitativi attendibili, ma anche di impostare una strategia di **gestione delle emissioni** orientata al miglioramento continuo.

Il totale delle emissioni di gas a effetto serra relative alle attività di Great Place To Work® per il 2024 è riportato nella seguente tabella:

Scope	Quantità (in ton CO <sub>2</sub> eq.)
Scope 1	13,36
Scope 2	2,31
Totale	15,67



Il grafico mostra una sintesi delle **emissioni** di gas serra per Scope 1 e Scope 2, espresse in tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente. L'analisi evidenzia che le emissioni di Scope 1 costituiscono la **maggioranza**, rappresentando il 85% del totale, mentre quelle di Scope 2 ammontano al 15%.



## Emissioni Scope 1

Nel periodo di rendicontazione, l'azienda ha generato un totale di **13,36 tonnellate di CO<sub>2</sub>** equivalente da fonti dirette. La maggior parte di queste emissioni (83%) proviene dal consumo di gas naturale, mentre le restanti emissioni (17%) derivano dall'utilizzo di gas refrigeranti.

La tabella seguente presenta il dettaglio delle **emissioni dirette di gas serra** relative allo Scope 1.

Fonte	Quantità (in ton CO <sub>2</sub> eq.)
Gas naturale	11,14
Gas refrigeranti	2,23
Totale	13,36

Nel calcolo delle emissioni Scope 1 sono state considerate anche le voci "**Carburante veicoli aziendali**" e "Altri consumi diretti"; tuttavia, i relativi valori risultano nulli in quanto non applicabili.

## Emissioni Scope 2

Il calcolo delle emissioni per lo Scope 2 può essere effettuato secondo due modalità.

**Location based:** considera per l'energia elettrica consumata un fattore di emissione medio, calcolato sulla base del mix energetico nazionale rispetto al paese nel quale l'azienda opera (Italia).

**Market based:** tiene conto della quantità di energia proveniente da fonti rinnovabili acquistata direttamente dall'azienda, purché sia certificata dal GSE mediante l'emissione di un certificato d'origine.

La tabella seguente riporta il risultato delle emissioni di GHG di Great Place To Work® relative alla categoria Scope 2 secondo entrambi gli approcci.

Dato	Quantità (in ton CO <sub>2</sub> eq.)
Emissioni indirette energetiche – Location based	2,31
Emissioni indirette energetiche – Market based	3,35

## Neutral event

A testimonianza del nostro impegno nella lotta al cambiamento climatico, abbiamo deciso di rendere carbon neutral il nostro evento annuale. Un evento si definisce "carbon neutral" quando le **emissioni di gas serra** vengono calcolate, ridotte ove possibile e compensate attraverso il supporto a progetti certificati di compensazione delle emissioni.

Per la misurazione e la gestione della propria impronta carbonica, Great Place To Work® Italia si è avvalsa del supporto tecnico di Up2You che ha curato l'analisi e la quantificazione delle emissioni dell'evento mediante il software proprietario "Neutral Event", validato da **RINA** e conforme alle linee guida del GHG Protocol. Up2You ha inoltre gestito **l'acquisto di crediti di carbonio certificati** per la compensazione e fornito raccomandazioni per ridurre le emissioni degli eventi futuri.

L'impronta carbonica dell'evento include le emissioni provenienti da:

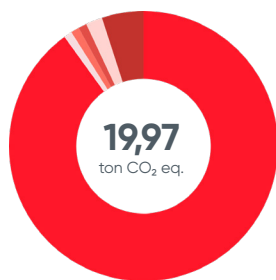
- consumo di **energia elettrica** e gas naturale della location dell'evento;
- pasti consumati, da partecipanti e staff;
- spostamenti verso la location dell'evento da parte di partecipanti e staff;
- distribuzione di **gadget**;
- pernottamenti, da partecipanti e staff;
- componente digitale legata alla realizzazione dell'evento online;
- altre attività: live band/dj set, **presidio sanitario** e fuochi d'artificio.

Le **emissioni totali** dell'evento sono state di **19.965,52 kg di CO<sub>2</sub>** equivalente, corrispondenti ad un'emissione pro capite di 68,85 kg di CO<sub>2</sub> equivalente.

La tabella seguente riporta il risultato delle emissioni dell'evento suddivise per categoria:

Categoria	Emissioni [kg CO2 eq.]
Pasti	256,70
Gas naturale	80,37
Elettricità	182,86
Spostamenti	17.936,99
Gadget	438,41
Altre attività	1,93
Pernottamenti	1.068,26
Digitale	0

Il grafico mostra una sintesi dell'impronta carbonica di ciascuna categoria. L'analisi evidenzia come la categoria più rilevante sia stata quella degli Spostamenti (90% delle emissioni totali), seguita da Pernottamenti (5%) e i Gadget (2%).



- 1% Pasti
- 1% Gas naturale
- 1% Elettricità
- 90% Spostamenti
- 2% Gadget
- 0% Altre attività
- 5% Pernottamenti
- 0% Digitale

Great Place To Work® ha già implementato iniziative di riduzione dirette per mitigare l'impatto del proprio evento. In particolare, l'evento è stato plastic free, eliminando la **distribuzione di gadget** realizzati in plastica, materiale ad alto impatto per consumo energetico, emissioni e inquinamento ambientale. Questa scelta ha permesso di azzerare le emissioni associate alla produzione e allo smaltimento di tali materiali.

Infine, per compensare le emissioni non riducibili, Great Place To Work® Italia ha acquistato crediti di carbonio certificati secondo gli standard **Gold Standard** e **Verified Carbon Standard (VCS)**. Tali crediti sono stati acquistati tramite il registro ufficiale di VERRA, l'ente internazionale che sviluppa e gesti-

sce il programma Verified Carbon Standard, il più utilizzato al mondo per la certificazione dei progetti di riduzione e rimozione delle emissioni. I crediti VCS garantiscono che ogni **tonnellata di CO<sub>2</sub> compensata** corrisponda a un'effettiva riduzione o rimozione verificata e tracciabile, grazie a controlli rigorosi e trasparenza dei dati. Questa operazione assicura che il contributo alla neutralità carbonica sia concreto, misurabile e riconosciuto a livello globale.

Questa strategia ha permesso di raggiungere la **piena neutralità carbonica dell'evento**, confermando il nostro impegno per una sostenibilità ambientale concreta e verificabile.



# 04.

## Il nostro impegno verso le persone

- 4.1 Garantire il benessere del personale 29
- 4.2 Incentivare lo sviluppo delle persone 31



In Great Place To Work®, la nostra missione di supportare ogni organizzazione a diventare un "Great Place To Work® for All" si realizza innanzitutto attraverso l'attenzione che dedichiamo alle nostre le persone. Il nostro impegno verso il team va ben oltre i servizi di **consulenza** che offriamo ai clienti: lavoriamo costantemente per creare e mantenere un ambiente interno per che rispecchi i principi e i **valori** che promuoviamo ogni giorno.

In questo capitolo descriviamo le strategie che Great Place To Work® adotta per garantire il benessere dei nostri dipendenti e collaboratori, creando un ambiente in cui le nostre persone credono, sono orgogliosi del proprio operato e si sentono a proprio agio con i colleghi. Approfondiremo inoltre le iniziative con cui sosteniamo attivamente lo **sviluppo personale e professionale**, investendo nella **formazione continua** per attrarre e trattenere talenti che possano crescere insieme a noi.

## 4.1 Garantire il benessere del personale

### Composizione e diversità del team

Il nostro team conta complessivamente 27 persone, con una prevalenza femminile (18 donne) rispetto a quella maschile (9 uomini). La maggior parte dei componenti svolge la propria attività con un contratto a **tempo indeterminato** (8 uomini e 14 donne), mentre un gruppo più ristretto lavora con contratto a tempo determinato (1 uomo e 4 donne). Tutti i membri del gruppo hanno un orario di **lavoro garantito** e prevalentemente a tempo pieno, fatta eccezione per una sola dipendente donna che opera con contratto part-time.

Di seguito presentiamo due tabelle che riassumono la suddivisione del personale per tipologia di contratto e tipologia di assunzione.

Genere	Tempo indeterminato	Tempo determinato	Totali
Uomini	8	1	9
Donne	14	4	19

Genere	Full-time	Part-time	Totali
Uomini	9	0	9
Donne	18	1	19

Nel 2024, il nostro organo di governo risulta composto esclusivamente da uomini, di cui il 33% nella fascia d'età 30-50 anni e il restante 67% oltre i 50 anni.

Sul tema della parità retributiva, il rapporto salariale donne/uomini è pari a 0,73 nella fascia di età inferiore ai 30 anni, mentre nella fascia compresa tra i 30 e i 50 anni il rapporto risulta più bilanciato con un rapporto pari a 1,06. Non è invece disponibile un campione femminile nella fascia di età oltre i 50 anni.

## Mettere le persone al centro: ascolto e benessere

In Great Place To Work® mettiamo la persona al centro di tutto ciò che facciamo. Crediamo fortemente che un ambiente di fiducia favorisca benessere, **performance di eccellenza** e una **sostenibilità a lungo termine**. Per questo ci impegniamo ogni giorno a prenderci cura del nostro team, ascoltandolo e migliorando costantemente l'ambiente in cui operiamo.

Ogni anno conduciamo un'analisi interna del clima aziendale, utilizzando la stessa Employee Survey Platform che proponiamo ai nostri clienti. Questo strumento ci permette di valutare il livello di fiducia delle nostre persone e raccogliere feedback strutturati che ci aiutano a **orientare le nostre scelte** e a promuovere iniziative a sostegno della qualità della vita lavorativa. Grazie a questi risultati, abbiamo introdotto diverse iniziative per migliorare il benessere aziendale. Per una gestione più flessibile dei benefit, abbiamo adottato la piattaforma Co-verflex. Inoltre, per incentivare il benessere psicofisico dei nostri dipendenti, abbiamo attivato un abbonamento integrato a Wellhub, che offre accesso a palestre, corsi online, terapeuti e nutrizionisti. A livello organizzativo, abbiamo ampliato gli spazi di lavoro prendendo in affitto un co-working per garantire postazioni adeguate a tutti.

In Great Place To Work® garantiamo l'**accessibilità ai benefit aziendali a tutte le nostre persone**, indipendentemente dal tipo di contratto, sia esso a tempo determinato, indeterminato, full-time o part-time. L'unica eccezione riguarda l'assistenza sanitaria integrativa, riservata per regolamento ai contratti a tempo indeterminato. Attualmente, 6 dei nostri dipendenti soddisfano i criteri per usufruire del congedo parentale, un diritto riconosciuto a tutti i membri del nostro personale.

Grazie a queste iniziative, nel 2024 abbiamo registrato un miglioramento di 6 punti nel Trust Index, il nostro indicatore che misura la fiducia tra collaboratori e azienda, dimostrando la validità delle iniziative intraprese.

## Salute e sicurezza sul lavoro

La salute e la sicurezza sul lavoro rappresentano per noi una priorità assoluta. Il nostro sistema di gestione rispetta le disposizioni del Decreto Legislativo n. 81/2008 e copre tutte le attività dell'ufficio, dalla consulenza all'utilizzo dei videoterminali.

Per identificare i rischi legati alla salute e alla sicurezza sul lavoro e prevenirli, abbiamo redatto un Documento di Valutazione dei Rischi (DVR), che descrive tutte le potenziali fonti di pericolo in azienda e le misure per ridurle. A supporto di questo processo, ci avvaliamo di figure specialistiche come un **Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP)** esterno, un Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS) interno e un medico competente esterno. In aggiunta, organizziamo una riunione annuale dedicata alla sicurezza, durante la quale vengono analizzate le eventuali criticità e individuati gli interventi di miglioramento.

Sul fronte del benessere e della medicina del lavoro, offriamo un'assicurazione sanitaria integrativa tramite Ente Mutuo, oltre a Fondo Est previsto dal **CCNL**, l'abbonamento silver alla piattaforma Wellhub per il benessere psicofisico e monitoraggio costantemente i carichi di lavoro.

Tutti i nostri dipendenti e collaboratori sono pienamente informati e coinvolti nello sviluppo e aggiornamento del sistema di salute e sicurezza attraverso **riunioni periodiche**, e il 100% delle persone è coperto dal nostro sistema di gestione della salute e sicurezza.



## 4.2 Incentivare lo sviluppo delle persone

In Great Place To Work® crediamo fortemente nel valore delle nostre persone e investiamo nella loro crescita attraverso una formazione continua e uno sviluppo professionale mirato. Per noi, la **formazione** non è solo un modo per aggiornare le competenze, ma è soprattutto un'opportunità per coltivare una cultura aziendale basata sull'apprendimento continuo e sulla valorizzazione del potenziale individuale. Questo tema è **strategico** per la nostra azienda ed è particolarmente sentito nel nostro settore.

Ogni anno destiniamo un budget dedicato alla formazione, sia generale che individuale, e organizziamo percorsi specifici in base ai diversi ruoli aziendali con l'obiettivo di aumentare e rafforzare continuamente le competenze dei nostri dipendenti. Il nostro **approccio** è **flessibile** e permette a ciascuna persona di proporre i temi che ritiene più utili per la propria crescita personale e professionale. Inoltre, abbiamo realizzato corsi mirati per singole funzioni e altri aperti a tutti, come il corso di inglese, per potenziare **competenze trasversali**.

Nel corso del 2024 abbiamo rafforzato questo impegno coinvolgendo tutti i nostri 33 dipendenti e collaboratori, con una **media annua di formazione di 54 ore per gli uomini e 68 ore per le donne**, per un totale di 2145 ore di formazione erogate. Abbiamo prestato particolare attenzione alle figure chiave, come i consulenti e i Customer success manager, che hanno ricevuto in media 68 ore di formazione ciascuno.

In Great Place To Work®, investiamo in modo mirato nello sviluppo professionale e nella **crescita delle competenze** dei nostri dipendenti, con un budget dedicato. Sebbene al momento non esistano procedure standardizzate per la continuità lavorativa e la gestione delle uscite, ogni situazione è valutata e gestita individualmente per garantire il massimo supporto ai nostri collaboratori.

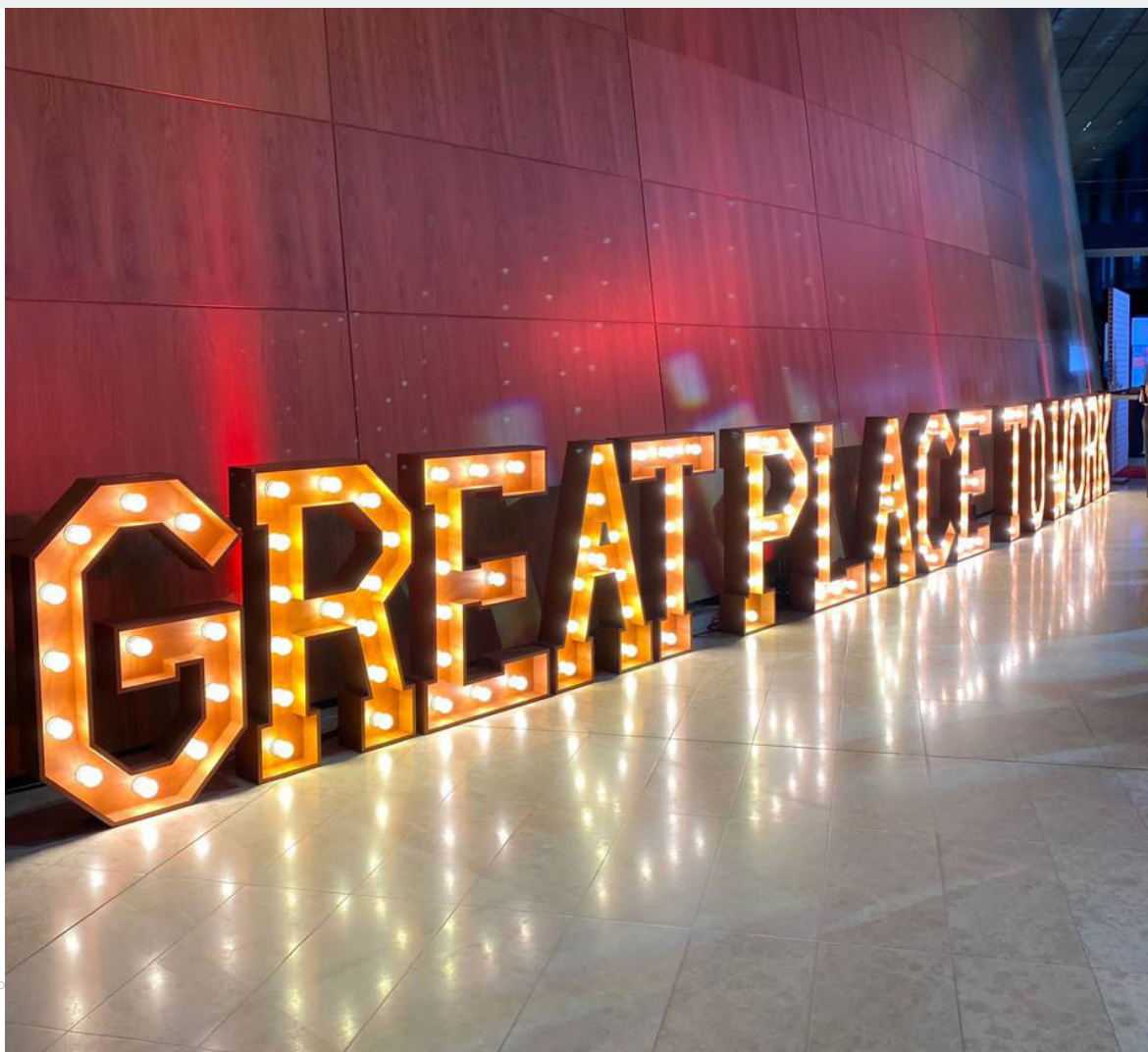
Infine, siamo convinti che il feedback continuo sia fondamentale per crescere. Per questo motivo, prevediamo per ogni persona una **valutazione periodica delle performance** e dello sviluppo professionale, con un incontro di check-up a metà anno e una valutazione completa a fine anno. Questo processo coinvolge tutti, indipendentemente dal ruolo, e permette a ciascuno di riflettere sul proprio percorso, individuare punti di forza e aree di miglioramento, pianificando insieme i prossimi passi per la propria crescita.



# 05.

## La nostra governance

5.1	Qualità del servizio e soddisfazione dei clienti	33
5.2	Innovazione, ricerca e sviluppo	34
5.3	Etica e trasparenza aziendale	35



Per Great Place To Work®, una buona governance è fondamentale per il perseguimento della nostra missione aziendale: aiutare le organizzazioni a diventare luoghi di lavoro di successo e sostenibili, ponendo la fiducia e le persone al centro. Infine, il nostro organo di governo, formato dal Consiglio di Amministrazione e del comitato interno mantiene un ruolo attivo nella **gestione degli impatti ambientali** e sociali legati alle attività aziendali, promuovendo un modello di sviluppo che unisce performance economica, innovazione e responsabilità.

Il nostro Consiglio di Amministrazione e il comitato interno hanno ruoli distinti ma complementari: il vertice definisce strategia, valori e obiettivi, comprese le politiche di sostenibilità, mentre il comitato garantisce un confronto operativo e continuo sulle principali tematiche organizzative. Infine, la gestione delle dinamiche interne e il **benessere del personale** rientrano tra le responsabilità dell'HR Manager.

Nell'ambito della governance, i temi materiali che sono emersi come prioritari sono la qualità del servizio e la soddisfazione dei clienti, l'etica e la **trasparenza aziendale**, nonché l'innovazione, la ricerca e lo sviluppo. Questi aspetti rappresentano i pilastri su cui costruiamo il nostro impegno verso una **governance responsabile** e orientata al **miglioramento continuo**.

## 5.1 Qualità del servizio e soddisfazione dei clienti

In Great Place To Work®, la qualità del servizio e la soddisfazione dei clienti sono fondamentali in quanto il successo delle organizzazioni che supportiamo dipendono direttamente dall'eccellenza delle nostre prestazioni.

Il nostro costante impegno per il miglioramento si traduce in un approccio proattivo, che vede nel feedback dei nostri clienti uno strumento fondamentale per valutare e perfezionare continuamente i servizi offerti. L'efficacia di questo approccio è confermata dai **risultati delle survey** condotte nel 2024. Le attività svolte dai referenti di progetto hanno ottenuto una media di soddisfazione di 4,66, superando l'obiettivo di 4,5. Analogamente, la gestione operativa delle indagini ha registrato una valutazione media di 4,59, anch'essa al di sopra dell'obiettivo prefissato. Le attività di marketing, comunicazione ed **Employer Branding** hanno infine raggiunto una media di soddisfazione di 4,48.

In aggiunta a ciò, ogni anno, conduciamo una valutazione per monitorare la qualità percepita dai clienti con l'auspicio di un aumento della **percentuale di soddisfazione**.

La fiducia e la sicurezza dei dati sono per noi priorità assolute. Siamo lieti di confermare che, nel periodo in esame, non abbiamo riscontrato denunce relative a violazioni della privacy, perdite di dati dei clienti o reclami da parte delle autorità di regolamentazione. Questo risultato riflette il nostro impegno rigoroso nella **protezione delle informazioni** e nella gestione etica dei dati, elementi imprescindibili per costruire e mantenere relazioni di lunga durata con i nostri partner.

Great  
Place  
To  
Work.®



Great  
Place  
To  
Work.  
Certified

## 5.2 Innovazione, ricerca e sviluppo

L'innovazione, ricerca e sviluppo rappresenta per noi un tema di importanza materiale nella nostra strategia di Governance. Noi crediamo che la capacità di sviluppare continuamente nuovi prodotti e servizi, supportati da un'attenta analisi dei dati e da attività di ricerca, sia essenziale per creare valore per i nostri clienti e per consolidare la nostra posizione di **leader nel settore**.

La nostra politica aziendale riflette questo impegno intrinseco: siamo costantemente aperti all'introduzione di nuove tecnologie che possano portare valore aggiunto alle nostre operazioni e ai servizi che offriamo. In linea con questa visione, abbiamo già intrapreso azioni concrete per potenziare i nostri processi interni e migliorare l'efficienza complessiva. Ad esempio, abbiamo sviluppato e implementato con successo uno **strumento basato sull'Intelligenza Artificiale** per la pre-valutazione della documentazione richiesta ai nostri clienti, con un investimento di circa € 34.000, ottimizzando tempi e precisione. Parallelamente, abbiamo rafforzato la nostra infrastruttura digitale integrando il software Hubspot con vari strumenti aziendali, un'operazione che ha richiesto un investimento di circa € 42.000, con l'obiettivo di migliorare ulteriormente l'efficienza e la semplicità delle operazioni quotidiane.

Il nostro **costante impegno** verso il miglioramento ci spinge a ricercare soluzioni innovative che possano generare un impatto positivo e duraturo per noi e per tutti i nostri stakeholder.



## 5.3 Etica e trasparenza aziendale

Per noi di Great Place To Work®, etica e trasparenza rappresentano valori fondamentali e temi materiali prioritari per garantire una **governance responsabile** e costruire relazioni di fiducia stabili, sia con le nostre persone che con gli stakeholder esterni.

Questi principi si traducono in pratiche concrete che coinvolgono diverse aree della nostra attività. Nei paragrafi seguenti approfondiamo tre ambiti chiave attraverso cui promuoviamo etica e trasparenza: il dialogo con gli stakeholder, le scelte retributive e il nostro **approccio alla legalità** e alla responsabilità organizzativa.

### Ascolto e dialogo con gli stakeholder

Coinvolgiamo regolarmente il nostro ecosistema di stakeholder, a partire dalle persone che lavorano con noi. Organizziamo indagini annuali sul clima aziendale, riunioni plenarie mensili e momenti di kick-off per garantire trasparenza e condivisione della strategia aziendale. Inseriamo inoltre domande specifiche nella survey interna per raccogliere feedback su temi legati all'etica e alla trasparenza.

I risultati ci aiutano a individuare aree di miglioramento e a implementare **azioni concrete**, il cui impatto viene monitorato nelle rilevazioni successive. In caso di criticità o impatti negativi, adottiamo un approccio trasparente basato sull'ascolto diretto: i dipendenti e collaboratori possono rivolgersi liberamente all'HR Manager o all'organo di governance. Anche gli stakeholder esterni possono contattarci per chiedere chiarimenti o fissare **incontri con il management**.

Siamo orgogliosi di comunicare che, durante il periodo di riferimento, non sono stati rilevati conflitti di interesse né criticità significative nella condotta dell'organizzazione. Questo conferma la solidità dei nostri meccanismi di ascolto e il nostro impegno per una **relazione solida** e trasparente con tutti i portatori di interesse.

### Modello retributivo

Applichiamo un sistema retributivo composto da una parte fissa e una variabile per tutti i dipendenti. Le proposte di revisione o **riconoscimento retributivo** vengono avanzate dai Team Leader e sottoposte all'approvazione del Board, mantenendo coerenza con le dinamiche di mercato.

Nel corso del 2024, l'analisi del rapporto tra la retribuzione lorda annua più elevata e la retribuzione mediana dei dipendenti ha rivelato un valore di 3,97. Questo dato è in linea con i parametri di riferimento stabiliti per le PMI italiane, che generalmente registrano un rapporto valore medio di 4,3<sup>1</sup>. La conformità a questi benchmark evidenzia una politica retributiva equilibrata e in linea con le migliori pratiche di mercato, confermando l'impegno dell'azienda nel **mantenere un'equità salariale interna**, pur riconoscendo e incentivando le posizioni di maggiore responsabilità e specializzazione.

### Integrità e responsabilità

Abbiamo adottato un Codice Etico che definisce comportamenti attesi e principi guida nelle nostre decisioni. Il documento viene condiviso con tutti i dipendenti ed è disponibile pubblicamente sul nostro sito, a testimonianza del nostro impegno concreto verso la **trasparenza** e la **responsabilità**.

A riprova del nostro impegno per un ambiente di lavoro equo e inclusivo, abbiamo inoltre ottenuto la certificazione UNI/PdR 125:2022 nell'ambito della nostra politica per la parità di genere.

Il nostro senso di responsabilità si estende anche alla prevenzione di comportamenti illeciti. Nel periodo di riferimento, non sono stati segnalati episodi di corruzione, né sono state avviate azioni legali per pratiche anticoncorrenziali, antitrust o monopolistiche.

Confermiamo, infine, l'**assenza di episodi di discriminazione**, a riprova del nostro costante impegno a garantire un ambiente di lavoro equo e rispettoso per tutti.



<sup>1</sup> [https://www.assolombardaservizi.it/wp-content/uploads/2024/02/ilovepdf\\_merged-52.pdf](https://www.assolombardaservizi.it/wp-content/uploads/2024/02/ilovepdf_merged-52.pdf)

# Nota metodologica

Il Bilancio di Sostenibilità di Great Place To Work® Institute - Italia S.r.l. è lo strumento attraverso il quale l'azienda comunica volontariamente a tutti i suoi stakeholder le proprie pratiche gestionali, politiche, performance e impegni futuri in relazione agli aspetti ambientali, sociali e di governance (ESG).

Il documento offre una visione complessiva degli impatti generati su queste dimensioni, attraverso informazioni e indicatori di natura sia qualitativa sia quantitativa. Questi elementi rappresentano il contributo continuo di Great Place To Work® Italia alla creazione di valore per le proprie persone e i propri stakeholder.

Per garantire una rappresentazione chiara e affidabile delle performance, il presente Report è stato redatto in conformità agli Standard del Global Reporting Initiative (GRI). Tale scelta riflette l'impegno di Great Place To Work® Italia verso la trasparenza e la responsabilità. La sezione "GRI Content Index" alla fine di questo documento elenca gli indicatori GRI trattati e rimanda ai capitoli nei quali è possibile approfondire le singole tematiche.

Per il nostro primo Bilancio di Sostenibilità abbiamo adottato un approccio di materialità singola, integrando sia la prospettiva della rilevanza per l'azienda che per i propri stakeholder. Questo processo è stato condotto coinvolgendo direttamente gli stakeholder, sia interni che esterni, e combinando i loro contributi con un'analisi approfondita del modello di business, delle attività aziendali, del contesto esterno e delle priorità strategiche dell'organizzazione, secondo i principi e le linee guida stabiliti dagli standard GRI e dalle migliori pratiche internazionali.

Per ulteriori dettagli in merito alla definizione e alla priorità attribuita ai temi materiali, si rimanda al capitolo "Il processo dell'analisi di materialità".

Il presente Bilancio di Sostenibilità si riferisce al periodo compreso tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2024 (esercizio 2024) e include esclusivamente le attività di Great Place To Work® Institute - Italia S.r.l., senza estensioni a un perimetro di consolidamento più ampio. La redazione del report ha coinvolto trasversalmente l'intera struttura organizzativa rientrante nel perimetro di rendicontazione, garantendo una rappresentazione completa e fedele delle attività e delle iniziative dell'azienda.

La versione finale del Bilancio di Sostenibilità è stata sottoposta all'approvazione del Consiglio di Amministrazione di Great Place To Work® Institute - Italia S.r.l. prima della sua pubblicazione. Il documento è stato redatto con il supporto metodologico di Up2You S.r.l. Società Benefit.

Il perimetro di rendicontazione, per tutte le tematiche per cui sono disponibili dati e che risultano rilevanti, include la sede centrale dell'azienda situata a Milano (MI) in Viale Andrea Doria 3.

# Indice dei contenuti GRI

Indicatori GRI	Contenuti	Pagine
	<b>Informativa generale</b>	p. 5-20, 29
GRI 2-1	Dettagli sull'organizzazione	
GRI 2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità	
GRI 2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	
GRI 2-6	Attività, catena del valore e altre relazioni d'affari	
GRI 2-7	Dipendenti	
GRI 2-8	Lavoratori che non sono dipendenti	
GRI 2-9	Struttura e composizione della governance	
GRI 2-10	Nomina e selezione del più alto organo di governance	
GRI 2-11	Presidente del più alto organo di governance	
GRI 2-12	Ruolo del massimo organo di governo nella supervisione della gestione degli impatti	
GRI 2-13	Delega di responsabilità per la gestione di impatti	
GRI 2-15	Conflitto di interessi	
GRI 2-16	Comunicazione delle criticità	
GRI 2-17	Competenze collettive del massimo organo di governo	
GRI 2-18	Valutazione della performance del massimo organo di governo	
GRI 2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	
GRI 2-23	Impegni assunti tramite policy	
GRI 2-24	Integrazione degli impegni in termini di policy	
GRI 2-25	Processi volti a rimediare agli impatti negativi	
GRI 2-26	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollecitare criticità	
GRI 2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	
GRI 3-1	Processo per determinare i temi materiali	
GRI 3-2	Elenco dei temi materiali	

Indicatori GRI	Contenuti	Pagine
<b>Gestione dei rifiuti ed economia circolare</b>		p. 22
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	
GRI 303-1	Interazioni con l'acqua come risorsa condivisa	
GRI 306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	
GRI 306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	
GRI 306-3	Rifiuti prodotti	
GRI 306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	
GRI 306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	
<b>Efficienza energetica</b>		p. 23
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	
GRI 302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	
GRI 302-3	Intensità energetica	
GRI 302-4	Riduzione del consumo di energia	
<b>Cambiamento climatico</b>		p. 24-25
GRI 305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	
GRI 305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	
<b>Benessere del personale</b>		p. 29-30
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	
GRI 401-2	Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	
GRI 401-3	Congedo parentale	
GRI 403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	
GRI 403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	
GRI 403-3	Servizi di medicina del lavoro	
GRI 403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	
GRI 403-6	Promozione della salute dei lavoratori	

Indicatori GRI	Contenuti	Pagine
GRI 403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	p. 29-30
GRI 405-1	Diversità nella governance e tra i dipendenti	
GRI 405-2	Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	
<b>Formazione e sviluppo del personale</b>		p. 31
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	
GRI 404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	
GRI 404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	
GRI 404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	
<b>Qualità del servizio e soddisfazione dei clienti</b>		p. 33
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	
GRI 418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	
<b>Innovazione, ricerca e sviluppo</b>		p. 34
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	
<b>Etica e trasparenza aziendale</b>		p. 35
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	
GRI 2-15	Conflitto di interessi	
GRI 2-16	Comunicazione delle criticità	
GRI 2-19	Politiche retributive	
GRI 2-20	Processo di determinazione della retribuzione	
GRI 2-21	Rapporto sulla retribuzione totale annuale	
GRI 205-2	Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	
GRI 205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	
GRI 206-1	Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	
GRI 406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	

# Great Place To Work®



## Great Place To Work®

Viale Andrea Doria 3,  
20124, Milano (Italia)  
Office +39 02 367 686 50  
IT\_info@greatplacetowork.com

[www.greatplacetowork.it](http://www.greatplacetowork.it)