



Bilancio di sostenibilità

2025

Indice

Lettera agli stakeholders	3
01. L'identità di Great Place To Work®	4
1.1 Chi siamo e la nostra missione	5
1.2 Metodo e modello Great Place To Work®	6
1.3 La nostra catena del valore	8
1.4 La nostra struttura aziendale	9
02. Il nostro impegno per la sostenibilità	10
2.1 La nostra strategia di sviluppo sostenibile	11
2.2 Dialogo e coinvolgimento degli Stakeholder	12
2.3 Il processo dell'analisi di materialità	14
2.4 I nostri temi materiali	16
03. Il nostro impegno verso le persone	20
3.1 Garantire il benessere del personale	22
3.2 Incentivare lo sviluppo delle persone	23
3.3 Diversità e inclusione	24
3.4 Salute e sicurezza dei lavoratori	25
04. La tutela ambientale	26
4.1 Gestione dei consumi energetici	27
4.2 Oltre la materialità: scelte volontarie per contrastare il cambiamento climatico	28
05. La nostra governance	32
5.1 Qualità del servizio e soddisfazione dei clienti	33
5.2 Gestione della privacy e protezione dei dati	34
5.3 Etica e trasparenza aziendale	35
Nota metodologica	37
Indice dei contenuti GRI	38

Lettera agli stakeholder

Cari Stakeholder,

Quando abbiamo iniziato a pensare a questo bilancio, qualcuno ci ha chiesto "perché". Nessuna norma ce lo impone, e l'anno scorso lo avevamo già fatto: la novità, in un certo senso, era già alle spalle. Poi ci siamo resi conto che era proprio questo il punto. Tornare a raccontarci, per il secondo anno di fila, senza che nessuno ce lo chieda, è un modo per dirci che questo impegno non era un episodio isolato, ma l'inizio di un'abitudine che vogliamo coltivare. Questo documento non è un adempimento. È un modo per fermarci, guardare indietro al lavoro fatto e, soprattutto, guardare avanti con onestà verso le sfide che ci restano.

Nell'anno passato la nostra azienda è cresciuta, e con questa crescita è cresciuta anche la responsabilità che sentiamo di portare. Più diventiamo grandi, più ci teniamo a lasciare **un'impronta leggera e consapevole** su questa terra: per l'ambiente che ci ospita e per tutte le persone che, in modi diversi, camminano insieme a noi.

È proprio in questo spirito che abbiamo intrapreso, nel corso dell'anno, un progetto che per noi è molto più che un trasloco: lo spostamento verso una nuova sede. Una sede pensata per essere più sostenibile, più a misura d'uomo, costruita attorno all'idea che il luogo in cui si lavora debba rispettare chi lo vive ogni giorno, e l'ambiente che lo circonda. È un progetto trasformativo nel senso più vero della parola: cambia gli spazi, ma parla anche di come vogliamo continuare a essere un'organizzazione. Non ci nascondiamo, però, che l'orizzonte davanti a noi è pieno di incertezza. Il mondo del lavoro sta cambiando a una velocità che – forse – non avevamo mai visto, e da queste sfide nascono, per noi, responsabilità nuove e più grandi. Vogliamo

affrontarle con consapevolezza: un uso responsabile e attento dell'intelligenza artificiale, un'attenzione ancora maggiore alla qualità delle nostre relazioni con voi stakeholder, una cura rinnovata per tutte le persone che compongono la comunità di Great Place To Work® – collaboratrici e collaboratori, clienti, partner, fornitori, lavoratrici e lavoratori, utenti finali dei nostri servizi. È verso di voi, in un mercato del lavoro sempre più incerto, che sentiamo più forte la responsabilità di essere un punto di riferimento, una luce a cui affidarsi. Questa fiducia è per noi un impegno che prendiamo molto sul serio: e chi ci conosce un po' da vicino sa quanto questa parola assuma significato, nel nostro lavoro di tutti i giorni.

Non è un'incertezza astratta. Il nostro European Workforce Study 2025 ha misurato per la prima volta, su scala europea, quanto le persone si sentano davvero bene nel proprio ambiente di lavoro, e l'Italia, in questa fotografia, occupa l'ultimo posto: solo il 43% dei dipendenti italiani considera la propria azienda un eccellente luogo in cui lavorare, contro una media europea del 59%. È un divario che non possiamo permetterci di ignorare, perché dietro un numero così basso ci sono persone, famiglie, comunità intere che meritano di più dal proprio lavoro. È proprio da qui che nasce, ogni giorno, il senso profondo della nostra missione: contribuire a migliorare, concretamente, la qualità del lavoro in Italia. Non come slogan, ma come impegno operativo che portiamo avanti insieme alle organizzazioni con cui lavoriamo. Per questo, nel 2026, rilanceremo lo stesso studio con un impegno rinnovato: vogliamo continuare a misurare, capire e raccontare lo stato di salute del lavoro nel nostro Paese e in Europa, per offrire alle aziende dati solidi su cui costruire ambienti di lavoro migliori.

Continua, in questo percorso, il nostro impegno a integrare la sostenibilità nei nostri servizi, anche affiancando i clienti che vogliono raccontare la parte sociale della loro rendicontazione ESG. E continua, immutato in quasi 25 anni, il legame con Great Place To Work® Institute Inc., che ci conferma come unico rappresentante in Italia: una fiducia che portiamo con orgoglio e responsabilità.

Se dovessimo scegliere una sola immagine per raccontare quest'anno, sarebbe quella di una squadra che si prepara a cambiare casa: si guarda intorno, sceglie cosa portare con sé e cosa lasciare andare, e nel farlo capisce meglio chi è. Lo stiamo facendo con i nostri uffici, ma lo stiamo facendo anche con questo bilancio: ogni anno scegliamo cosa raccontarvi, e ogni anno impariamo qualcosa in più su noi stessi. Non ci basta un grazie di circostanza. Il nostro grazie va a chi, dentro l'azienda, ha reso possibile tutto questo con il proprio lavoro quotidiano, e a chi, fuori, ci ha permesso di crescere con fiducia. Questo bilancio nasce dal contributo di entrambi, e a entrambi lo dedichiamo.

Con gratitudine, costanza e impegno,

Beniamino Bedusa

Presidente, Great Place To Work® Institute Italia

Alessandro Zollo

Amministratore Delegato, Great Place To Work® Institute Italia



A red background with several white squares of various sizes scattered across it. One large square is in the top left corner. Another is in the top right. A small one is in the middle right. A larger one is in the bottom left. A medium one is in the bottom center. A small one is in the bottom right. A large one is in the bottom right corner.

01

L'identità di Great Place To Work

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

1.1 Chi siamo e la nostra missione

1.1.A CHI SIAMO

Great Place To Work® Institute - Italia S.r.l. (di seguito Great Place To Work®) è stata fondata nel 2001 e ha sede a Milano, in Viale Andrea Doria 3. Il marchio Great Place To Work® è nato nel 1991 a San Francisco e nel corso dei decenni ha costruito una **presenza globale in 97 Paesi**, con strumenti tradotti in 92 lingue. A livello mondiale, la rete coinvolge oltre 5,2 milioni di lavoratori e analizza più di 10.000 organizzazioni ogni anno. In Italia, la sede milanese rappresenta questo ecosistema internazionale grazie a un team composto da consulenti, ricercatori, formatori e professionisti delle risorse umane.

Great Place To Work® si è affermata come punto di riferimento nel campo dell'analisi e del miglioramento della **cultura organizzativa**. Si tratta di una realtà che unisce ricerca, consulenza e tecnologia per accompagnare le organizzazioni nella costruzione di ambienti di lavoro di qualità, fondati sul benessere delle persone e su relazioni di fiducia.

La metodologia adottata è riconosciuta e comparabile a livello internazionale: combina l'ascolto strutturato delle opinioni dei collaboratori, attraverso la **Survey Platform** e strumenti digitali proprietari, con l'analisi dell'esperienza lavorativa e la definizione di strategie organizzative su misura. Nel corso del 2025, in Italia, sono state analizzate oltre 410 aziende, coinvolgendo più di 215.000 collaboratori in un percorso partecipativo e trasparente.

Grazie alla piattaforma di ascolto, vengono raccolte e interpretate migliaia di opinioni, offrendo alle aziende insight strategici, benchmark con il più ampio database organizzativo esistente a livello globale e strumenti per rafforzare il proprio Employer Branding. Questo sistema permette alle organizzazioni di comprendere in profondità il proprio clima interno, individuare le aree su cui intervenire e avviare percorsi concreti di miglioramento verso una cultura aziendale sostenibile e inclusiva.

Il percorso di miglioramento si concretizza nella **Certificazione Great Place To Work®**, un riconoscimento ufficiale che attesta la qualità dell'ambiente lavorativo e l'attenzione verso una cultura orientata alla crescita delle persone. La Certificazione può inoltre portare all'inclusione nelle **Classifiche Best Workplaces** a livello nazionale, europeo e globale.

Per Great Place To Work® il valore delle persone è il fulcro di ogni organizzazione. Le aziende che costruiscono una cultura della fiducia, dove ciascun individuo si sente valorizzato, motivato e protagonista dei risultati raggiunti insieme ai colleghi, dimostrano una maggiore capacità di innovare, di affrontare le sfide con resilienza e di generare un impatto positivo. Questi ambienti producono inoltre performance finanziarie superiori e favoriscono una sostenibilità duratura nel tempo, a beneficio di tutti gli stakeholder coinvolti.



1.1.B LA NOSTRA MISSIONE

La missione di Great Place To Work® è accompagnare ogni azienda nel diventare un Great Place To Work® for All.

L'impegno quotidiano è rivolto a trasformare il mondo del lavoro, contribuendo alla nascita di aziende più resilienti, di successo e sostenibili. Great Place To Work® mette a disposizione di leader e organizzazioni il riconoscimento e gli strumenti necessari per creare un'esperienza lavorativa coerente e straordinariamente positiva per le proprie persone.



1.2 Metodo e modello Great Place To Work®

Il modello metodologico di Great Place To Work® è universale e si fonda su oltre 40 anni di ricerche condotte sulle organizzazioni in tutto il mondo. Gli ambienti di lavoro eccellenti nascono dalle **relazioni quotidiane** che le persone vivono all'interno dell'azienda: la fiducia rappresenta il fattore chiave che accomuna queste relazioni. Il questionario di clima Trust Index è stato progettato proprio per misurare il livello di fiducia presente in azienda.

Il **Trust Index Model** e il relativo questionario si articolano in 60 affermazioni e si basano su cinque dimensioni:

Credibilità

Valuta la qualità del dialogo, che deve essere aperto e trasparente, e la competenza e integrità delle persone.

Rispetto

Verifica se le persone si sentono coinvolte, supportate e valorizzate nel proprio percorso professionale.

Equità

Esplora se tutti vengono trattati in modo equo, imparziale e giusto.

Orgoglio

Misura quanto le persone siano fiere del proprio lavoro, del team e dell'immagine aziendale.

Coesione

Rileva il senso di accoglienza, fiducia e collaborazione all'interno del team.

Il modello si basa su due principi fondamentali: la centralità della persona in ogni processo, poiché un Great Place To Work® è un ambiente dove i collaboratori credono nelle persone per cui lavorano, sono orgogliosi di ciò che fanno e stanno bene con i colleghi; e la fiducia come elemento centrale nelle relazioni aziendali, che viene misurata attraverso la Survey e rafforzata lavorando sulle relazioni quotidiane.

Il modello Great Place To Work® for All 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 **punti di forza** e **aree di miglioramento**, con particolare attenzione a temi come la leadership, la comunicazione interna, la gestione organizzativa, la collaborazione tra team, le politiche retributive, l'inclusione e le opportunità di sviluppo professionale.

Il supporto si articola in più fasi integrate:

01. Raccolta e analisi delle **opinioni dei dipendenti** attraverso la Survey Platform, insieme alle informazioni sulle pratiche HR adottate.
02. Possibilità per le aziende di ottenere la **Certificazione**, qualora rispondano a determinati standard di qualità del clima lavorativo.
03. Individuazione annuale, tra le realtà certificate, di quelle che si distinguono maggiormente, con inclusione nelle Classifiche **Best Workplaces**.
04. Messa a disposizione di consulenza e strumenti per interpretare i risultati, confrontarsi con benchmark di settore e individuare azioni di miglioramento concrete.

L'obiettivo di questo percorso è valorizzare gli ambienti di lavoro più consapevoli, inclusivi ed efficaci, dove le persone possano esprimere pienamente 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, posizionandosi come punto di riferimento per l'analisi e il miglioramento della cultura aziendale. La catena del valore dell'organizzazione si fonda sulla fiducia, elemento centrale per costruire ambienti di lavoro eccellenti e promuovere il benessere dei dipendenti.

Le attività principali comprendono:

Analisi del clima aziendale

Tramite Emprising, la piattaforma proprietaria Employee Survey, viene analizzata in forma anonima l'esperienza dei collaboratori all'interno delle organizzazioni. I dati raccolti sulla percezione del clima aziendale vengono accompagnati da benchmark e insight strategici basati sul più ampio database organizzativo al mondo. Questo strumento rappresenta il cuore dell'attività e orienta tutte le azioni successive.

Certificazione Great Place To Work®:

Le aziende che dall'analisi dimostrano di aver costruito un ambiente di lavoro di qualità possono ottenere la Certificazione, riconoscimento ufficiale che attesta la qualità del clima aziendale e l'attenzione verso una cultura orientata alla crescita delle persone.

Classifiche di Employer Branding

La Certificazione può portare alla presenza nelle Classifiche Best Workplaces a livello nazionale, europeo e globale. Queste classifiche contribuiscono significativamente allo sviluppo dell'Employer Branding delle aziende clienti, accrescendone la visibilità e l'attrattività sul mercato del lavoro.

Organizational Consulting

Great Place To Work® affianca le aziende nello sviluppo e nella crescita del business attraverso una consulenza mirata, che parte dall'analisi approfondita dei risultati delle survey, dal confronto con benchmark e dalle best practice delle organizzazioni più virtuose.

Pur avendo le radici in Italia, Great Place To Work® sfrutta la rete globale per cogliere nuove opportunità e operare efficacemente in diversi Paesi, portando la propria esperienza oltre i confini nazionali. A supporto di queste attività, l'organizzazione si avvale di **fornitori specializzati**, in particolare aziende tecnologiche che gestiscono le infrastrutture cloud e i servizi informatici necessari per il funzionamento della **Employee Survey Platform**. Questi partner si occupano della fornitura, manutenzione e aggiornamento degli applicativi software della piattaforma proprietaria per l'analisi del clima aziendale.

A valle della catena del valore si collocano le aziende clienti, che grazie ai servizi offerti possono migliorare concretamente la propria cultura organizzativa, aumentare l'engagement delle persone, rafforzare l'employer branding e ottenere migliori risultati di business.

La **creazione di valore** si estende oltre i partner commerciali per includere le persone che si affacciano o sono già attive nel mercato del lavoro. I report e le classifiche dei Best Workplaces offrono visibilità alle aziende che investono in una cultura positiva, contribuendo a un mercato del lavoro più sano e trasparente. Questo supporta sia i professionisti in cerca di nuove opportunità, fornendo loro dati preziosi per le scelte di carriera, sia i giovani studenti che si preparano a entrare nel mondo del lavoro, aiutandoli a individuare le realtà più virtuose. Great Place To Work® collabora 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 struttura aziendale di Great Place To Work® è organizzata in modo semplice e funzionale, composta al 31 dicembre 2025 da 27 professionisti, di cui 17 donne e 10 uomini, affiancati da 7 consulenti esterni.

L'organizzazione interna è articolata in team specializzati, ciascuno dedicato a uno specifico segmento di clientela. Ogni team è guidato da un Team Leader e comprende figure con ruoli e competenze complementari. Operano inoltre trasversalmente tra i team i **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. Il comitato è formato da quattro donne e due uomini e svolge un ruolo attivo nel definire e attuare le principali iniziative aziendali.

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

17 donne



10 uomini



7 consulenti esterni



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 garantire un ambiente di lavoro efficace e coerente con i valori aziendali, l'**HR Manager** coordina la gestione delle persone e dei processi interni. Ogni mese si svolgono riunioni plenarie per condividere aggiornamenti, discutere temi trasversali e raccogliere i bisogni delle persone. Inoltre, ogni anno viene condotta un'indagine sul clima aziendale attraverso la medesima survey proposta ai clienti, in modo da avere una rappresentazione chiara del pensiero dei dipendenti e individuare punti di forza e aree di miglioramento.

L'attenzione alla **gestione degli impatti ambientali e sociali** delle proprie attività è costante.

L'azienda promuove momenti di formazione e confronto su questi temi, sia all'interno del team che con realtà esterne, perseguendo un modello di sviluppo che integra performance economica e responsabilità sociale e ambientale.

Il nostro impegno per la sostenibilità

- 2.1 La nostra strategia di sviluppo sostenibile
- 2.2 Dialogo e coinvolgimento degli stakeholder
- 2.3 Il processo dell'analisi di materialità
- 2.4 I nostri temi materiali

2.1 La nostra strategia di sviluppo sostenibile

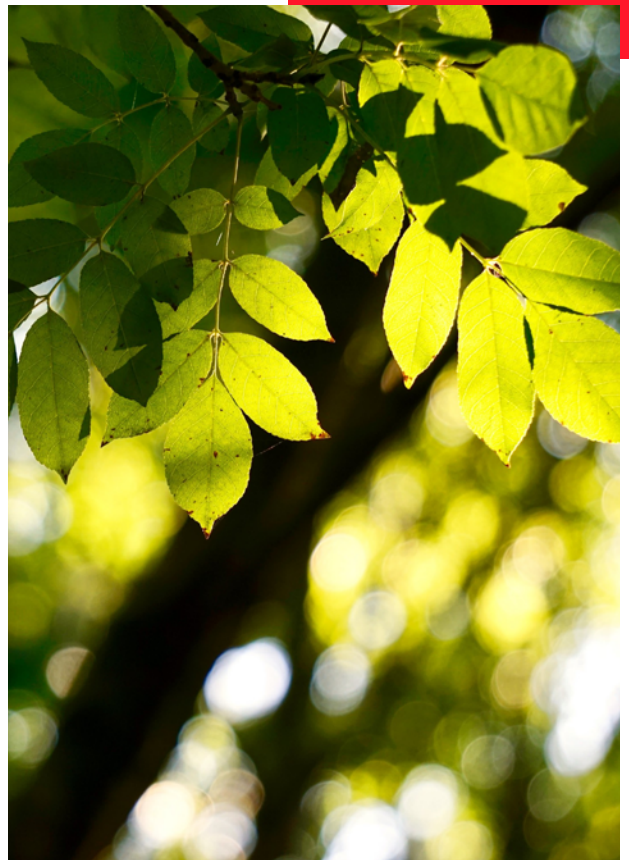
La **strategia di sviluppo sostenibile** di Great Place To Work® è profondamente legata alla sua vocazione per la sostenibilità sociale: costruire ambienti di lavoro eccellenti, inclusivi, equi e partecipativi. La **dimensione sociale** rappresenta il cuore dell'approccio alla sostenibilità, con l'obiettivo di promuovere il benessere delle persone e di sviluppare ambienti di lavoro fondati sulla fiducia, pilastro di una cultura aziendale sana e duratura. Il modello si basa sull'ascolto attivo e sulla valorizzazione delle persone, principi che orientano ogni azione dell'organizzazione e che consentono di accompagnare la crescita delle aziende clienti in modo responsabile, facendo della cultura organizzativa un elemento strategico della sostenibilità. Questi principi trovano espressione ogni giorno in attività concrete e politiche aziendali coerenti, che testimoniano attenzione e responsabilità verso gli impatti sociali e ambientali generati:

- Great Place To Work® partecipa a **iniziative benefiche**, come le maratone solidali promosse da Rete del Dono in favore di Dynamo Camp, contribuendo attivamente alla comunità.
- L'azienda ha ottenuto la **Certificazione di Parità di Genere (UNI/PdR 125:2022)**, a testimonianza dell'impegno per l'inclusione e le pari opportunità nel luogo di lavoro.
- Ha scelto di misurare la propria **carbon footprint** e di rendere **carbon neutral** il proprio evento annuale, estendendo la responsabilità anche agli impatti ambientali.

A queste iniziative si affiancano pratiche interne consolidate: la survey annuale sul benessere del personale, budget dedicati alla formazione continua, programmi di welfare e spazi di lavoro potenziati, e un'attenzione costante all'etica e alla qualità del servizio.

La sostenibilità è parte integrante del modo di lavorare di Great Place To Work®. L'organizzazione opera in coerenza con i principi ESG, condivide le proprie policy con tutto il team e rende pubblico il Codice Etico sul sito aziendale.

Con la **pubblicazione** del **secondo Bilancio di Sostenibilità**, relativo all'anno 2025, l'azienda conferma questo impegno, condividendo in modo trasparente i risultati raggiunti, le aree di miglioramento individuate e gli obiettivi futuri. Si tratta di un ulteriore passo in un percorso avviato lo scorso anno, verso una gestione sempre più consapevole che risponde alle aspettative di informazione e chiarezza sugli aspetti ESG da parte di stakeholder, investitori e della comunità.



2.2 Dialogo e coinvolgimento degli stakeholder

Il coinvolgimento degli stakeholder è una componente strutturale del modo di operare di Great Place To Work® e costituisce uno strumento fondamentale per allineare lo sviluppo aziendale agli interessi e ai bisogni di tutti gli attori coinvolti. Gli stakeholder principali sono stati identificati dal management e dai responsabili di dipartimento, suddividendoli in **18 categorie distinte**, classificate secondo il principio di influenza-dipendenza:

Interni	Esterni	Silenti
Management	Clienti	Figure in cerca di occupazione
Partner (soci)	Aziende partner	Dipendenti di aziende clienti
Dipendenti	Fornitori	
Collaboratori interni	Competitor	
	Associazioni di categoria	
	Organizzazioni sindacali	
	Consulenti esterni	
	Organismo di vigilanza	
	Banche e istituti finanziari	
	Media e stampa	
	Istituti e centri di ricerca GPTW Inc.	

Nel primo anno di rendicontazione, la rilevanza di ciascuna categoria è stata analizzata attraverso un workshop partecipativo con il management e i referenti aziendali. Il criterio adottato si basa sull'analisi dell'influenza esercitata da ciascun gruppo sugli obiettivi aziendali e della dipendenza rispetto alle attività dell'organizzazione, valorizzando anche la presenza di attori silenti che, pur non avendo un ruolo diretto, possono offrire spunti utili per comprendere meglio il contesto esterno.

I risultati ottenuti hanno permesso di rappresentare gli stakeholder all'interno di una matrice, organizzata in quattro quadranti, utile a definire le strategie di dialogo e gestione più opportune per ciascun cluster:

Coinvolti in ogni momento Stakeholder che influenzano in modo significativo le decisioni strategiche e le attività di rendicontazione. Con loro è fondamentale mantenere un dialogo costante e trasparente.	Mantenere soddisfatti e coinvolgere nei processi Soggetti influenti ma meno coinvolti attivamente. È importante aggiornarli costantemente per prevenire eventuali insoddisfazioni.
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.	Monitorare e informare Interlocutori meno strategici nell'immediato, ma comunque parte dell'ecosistema relazionale dell'azienda. Questa categorizzazione ha costituito la base metodologica per lo sviluppo del piano di stakeholder engagement.

Nel secondo anno di rendicontazione, il workshop è stato ripetuto con l'obiettivo di verificare e aggiornare la matrice costruita l'anno precedente. Il management e i referenti aziendali hanno riesaminato le 18 categorie di stakeholder, valutando se il posizionamento in termini di influenza e dipendenza fosse ancora adeguato alla realtà attuale dell'organizzazione. Questo passaggio ha permesso di confermare la validità complessiva dell'impianto originario, apportando al contempo gli aggiustamenti necessari per riflettere l'evoluzione delle relazioni con i diversi portatori di interesse nel corso dell'anno.

L'AMPLIAMENTO DEL COINVOLGIMENTO AGLI STAKEHOLDER ESTERNI

Rispetto al primo anno di rendicontazione, in cui la survey di materialità aveva coinvolto quasi esclusivamente gli stakeholder interni (dipendenti, management, partner/soci e collaboratori interni), nel 2025 Great Place To Work® ha compiuto un passo significativo estendendo la partecipazione anche agli stakeholder esterni. La survey è stata condivisa con **clienti, aziende partner, fornitori e GPTW Inc.**

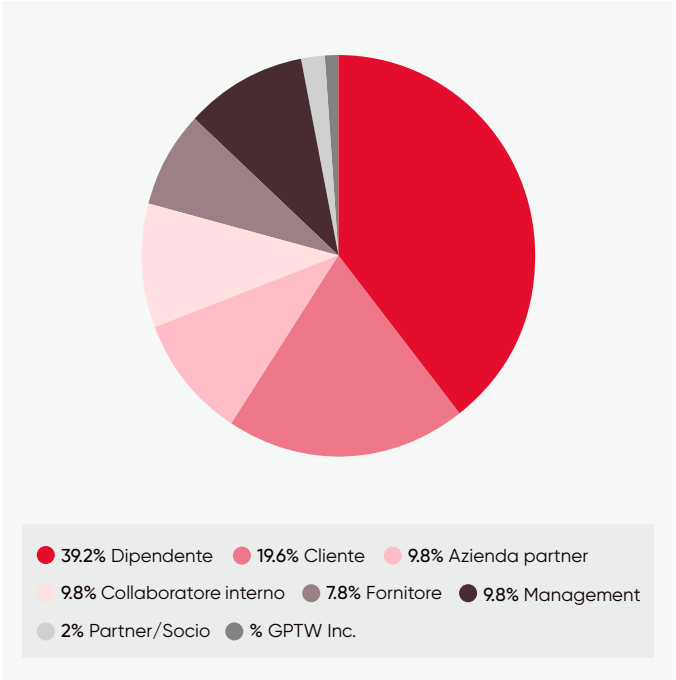
Questa scelta riflette la volontà di rendere il processo di rendicontazione sempre più inclusivo e rappresentativo, raccogliendo una pluralità di prospettive che arricchisce la comprensione delle aspettative e delle priorità ESG per l'organizzazione. Coinvolgere attivamente anche chi opera al di fuori del perimetro aziendale consente di costruire una visione più completa degli impatti generati e di allineare le strategie di sostenibilità non solo alle esigenze interne, ma anche a quelle del più ampio ecosistema di riferimento.

Complessivamente, la survey di materialità del 2025 ha raccolto **51 risposte**, provenienti da:

Stakeholder interni (31 risposte)
20 dipendenti
5 management
5 collaboratori interni
1 partner/socio

Stakeholder esterni (20 risposte)
10 clienti
5 aziende partner
4 fornitori
1 GPTW Inc.

Il passaggio da 33 risposte nel 2024, provenienti quasi interamente da soggetti interni all'organizzazione, a 51 risposte nel 2025, con una componente esterna pari a circa il 39% del totale, testimonia la crescita del percorso di stakeholder engagement intrapreso.



L'obiettivo è continuare ad ampliare progressivamente il perimetro di coinvolgimento, includendo un numero sempre maggiore di voci e garantendo un processo di rendicontazione sempre più solido e partecipativo.

2.3 Il processo dell'analisi di materialità

Nel contesto della rendicontazione di sostenibilità, l'analisi di materialità svolge un ruolo centrale nell'identificazione e nella prioritizzazione dei temi più rilevanti per l'azienda e per i suoi stakeholder. Questa valutazione consente di stabilire obiettivi concreti, selezionare le informazioni da includere nel bilancio e assicurare che le priorità ESG siano integrate nella strategia aziendale, a supporto della creazione di valore nel lungo periodo.

Come nel primo esercizio di rendicontazione, il quadro di riferimento adottato è quello della **Global Reporting Initiative (GRI)**, lo standard più riconosciuto e diffuso a livello internazionale per la rendicontazione della sostenibilità.

Per identificare con precisione gli aspetti più rilevanti per il 2025, l'azienda ha adottato un percorso metodologico rigoroso, strutturato e partecipativo, volto a coniugare in modo trasparente gli impatti generati dall'organizzazione con le reali aspettative dei propri stakeholder.

Questo processo si è sviluppato attraverso quattro fasi strategiche e sequenziali.

ANALISI DEL CONTESTO

Nella fase iniziale sono stati esaminati i principali processi aziendali e analizzate missione, valori, strategie e pratiche di sostenibilità esistenti. A questo si è aggiunta un'attività di benchmarking e lo studio delle tendenze in ambito sociale e ambientale nel settore di riferimento, per ottenere una visione più ampia delle tematiche di sostenibilità più affrontate nel comparto.

IDENTIFICAZIONE DEGLI IMPATTI ATTUALI E POTENZIALI

Nella fase iniziale sono stati esaminati i principali processi aziendali e analizzate missione, valori, strategie e pratiche di sostenibilità esistenti. A questo si è aggiunta un'attività di benchmarking e lo studio delle tendenze in ambito sociale e ambientale nel settore di riferimento, per ottenere una visione più ampia delle tematiche di sostenibilità più affrontate nel comparto.

PRIORITIZZAZIONE DEI TEMI PIÙ SIGNIFICATIVI

A ciascun stakeholder è stato richiesto di valutare su una scala da 1 a 5 l'importanza che i singoli pilastri della sostenibilità (ambientale, sociale e governance) rivestono per l'azienda secondo la propria percezione. Le votazioni hanno consentito di elaborare un punteggio medio che rappresenta il peso associato a ciascuna area ESG. A differenza dell'anno precedente, i risultati sono stati distinti tra la valutazione fornita dagli stakeholder interni e quella degli stakeholder esterni, permettendo di cogliere eventuali differenze di percezione tra le due categorie.

Oltre ad assegnare un punteggio ai singoli pilastri, gli stakeholder hanno prioritizzato le tematiche rilevanti emerse per ogni area ESG dopo il workshop iniziale, posizionando gli argomenti dal più al meno importante in base alla propria percezione dell'azienda. Questo ha generato tre classifiche distinte per le tematiche ambientali, sociali e di governance.



VALUTAZIONE DEGLI IMPATTI

I risultati della survey hanno permesso di definire una soglia di materialità, come richiesto dagli Standard GRI. I temi con le valutazioni più elevate sono stati così convalidati come le principali aree ESG che Great Place To Work® considera nella rendicontazione delle proprie performance. A ciascun tema materiale è stato inoltre associato uno o più Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) delle Nazioni Unite, a dimostrazione dell'impegno nel contribuire a obiettivi di sostenibilità globali.

L'ultima fase del processo è stata supportata dalla costruzione della **matrice di materialità**, strumento che aiuta a dare priorità alle azioni e all'allocazione delle risorse, assicurando che le questioni più critiche ricevano l'attenzione necessaria. Nella matrice del 2025, i due assi rappresentano la **rilevanza** per gli **stakeholder interni** e la rilevanza per gli **stakeholder esterni**, un'evoluzione rispetto al 2024 in cui gli assi erano rilevanza per l'azienda e rilevanza per gli stakeholder. Questa nuova impostazione riflette l'ampliamento del perimetro di coinvolgimento e consente di evidenziare con maggiore precisione le aree di convergenza e le eventuali differenze di priorità tra chi opera dentro e chi opera fuori dall'organizzazione.



2.4 I nostri temi materiali

La matrice di materialità 2025 facilita le decisioni strategiche evidenziando le aree in cui le attività di Great Place To Work® si intersecano maggiormente con gli interessi degli stakeholder, interni ed esterni. I **temi materiali** sono quelli che risultano prioritari in quanto presentano un'elevata rilevanza sia per gli stakeholder interni sia per quelli esterni.

L'analisi condotta per il 2025 ha individuato **sette temi materiali**, lo stesso numero dell'anno precedente, ma con una composizione parzialmente rinnovata che riflette l'evoluzione del percorso di sostenibilità e l'allargamento della base di stakeholder coinvolti. Sono entrati tra i temi materiali **Diversità e inclusione**, **Salute e sicurezza dei lavoratori** e **Cybersecurity e protezione dei dati**, mentre Gestione dei rifiuti ed economia circolare, Formazione e sviluppo del personale e innovazione, Ricerca e sviluppo non rientrano più tra i temi prioritari per il 2025. Nonostante questo "Formazione e sviluppo del personale" resta comunque una tematica monitorata dall'azienda.

● Temi Ambientali ● Temi Sociali ● Temi di Governance



*Temi materiali Bilancio di sostenibilità 2024

I temi materiali confermati rispetto al 2024, talvolta con impatti aggiornati, e quelli nuovi sono illustrati in dettaglio nelle tabelle successive.

ENVIRONMENTAL: TEMI MATERIALI SELEZIONATI

GESTIONE DEI CONSUMI ENERGETICI

Impatto	Tipo	Descrizione
Adozione di elettrodomestici ad alta efficienza	Positivo	Sostituzione degli elettrodomestici con modelli A++, che contribuiscono alla riduzione dei consumi energetici e delle emissioni di CO ₂ .
Limitata possibilità di efficientamento energetico degli immobili	Negativo	L'affitto dei locali aziendali in edifici storici limita la possibilità di effettuare interventi di efficientamento energetico.

SOCIAL: TEMI MATERIALI SELEZIONATI

BENESSERE DEL PERSONALE

Impatto	Tipo	Descrizione
Promozione del work-life balance	Positivo	Implementazione dello smart working (2 giorni a settimana) e di programmi di welfare aziendale per favorire il bilanciamento tra vita lavorativa e vita personale dei dipendenti.
Monitoraggio del benessere del personale	Positivo	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.
Difficoltà di gestione dei carichi di lavoro	Negativo	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.

DIVERSITÀ E INCLUSIONE

Impatto	Tipo	Descrizione
Promozione dell'equità nel mercato del lavoro	Positivo	Attraverso l'adozione di sistemi come la Certificazione della Parità di Genere (UNI/PdR 125:2022), l'azienda agisce come modello positivo per il mercato, incentivando altre realtà a ridurre il divario retributivo e professionale.
Arricchimento del capitale sociale	Positivo	La presenza di team eterogenei favorisce uno scambio di idee che aumenta la produttività interna e genera valore culturale e sociale, riflettendosi nella qualità della consulenza offerta alla comunità esterna.

SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI

Impatto	Tipo	Descrizione
Miglioramento del benessere psicofisico collettivo	Positivo	Il monitoraggio costante dei carichi di lavoro per ridurre lo stress lavoro-correlato contribuisce a mantenere una forza lavoro sana.
Diffusione di una cultura della prevenzione	Positivo	Garantire standard elevati di sicurezza, anche in contesti d'ufficio complessi come sedi strutturate su più piani, educa le persone a comportamenti responsabili.
Complessità gestionale della sicurezza in ambienti fisici	Negativo	La presenza di uffici strutturati su più livelli rende più articolata la gestione delle emergenze e della sicurezza, potendo generare, in caso di inefficienze, impatti negativi sull'integrità fisica del personale.

GOVERNANCE: TEMI MATERIALI SELEZIONATI

ETICA E TRASPARENZA AZIENDALE

Impatto	Tipo	Descrizione
Comunicazione trasparente	Positivo	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.
Cascading poco efficace	Negativo	La scarsa tempestività nel cascading può limitare l'accesso alle informazioni da parte del personale, con impatti potenzialmente negativi sull'operatività aziendale.

QUALITÀ DEL SERVIZIO E SODDISFAZIONE DEI CLIENTI

Impatto	Tipo	Descrizione
Miglioramento continuo della qualità del servizio	Positivo	L'utilizzo delle survey di customer satisfaction favorisce il miglioramento continuo dei servizi offerti ai clienti e degli eventi organizzati per clienti e fornitori.
Difficoltà nell'identificare feedback non attendibili	Negativo	Possibile difficoltà nell'intercettare risposte non veritiere nelle survey di customer satisfaction.

CYBERSECURITY E PROTEZIONE DEI DATI

Impatto	Tipo	Descrizione
Tutela dei diritti fondamentali e dell'anonimato dei lavoratori	Positivo	Attraverso sistemi sicuri di conservazione e autenticazioni a due fattori, Great Place To Work® garantisce che le opinioni sensibili espresse dai dipendenti dei propri clienti rimangano protette.
Conseguenze sociali di violazioni della privacy	Negativo	Nonostante l'adozione di procedure elevate, la centralizzazione di grandi volumi di dati sensibili comporta che un eventuale data breach avrebbe un impatto negativo immediato sulla sicurezza digitale e sulla reputazione di migliaia di individui all'esterno dell'organizzazione.



Il nostro impegno verso le persone

- 3.1 Garantire il benessere del personale
- 3.2 Incentivare lo sviluppo delle persone
- 3.3 Diversità e inclusione
- 3.4 Salute e sicurezza dei lavoratori

La missione di Great Place To Work® di accompagnare ogni organizzazione nel diventare un **ambiente di lavoro eccellente** si realizza, prima di tutto, attraverso la cura dedicata alle proprie persone. L'impegno verso il team va ben oltre i servizi di consulenza offerti ai clienti: l'organizzazione lavora quotidianamente per costruire e mantenere un contesto interno che rispecchi i principi e i valori promossi.

In questo capitolo vengono descritte le strategie adottate per garantire il benessere dei dipendenti e dei collaboratori, le iniziative per sostenere lo sviluppo personale e professionale, le politiche di diversità e inclusione e l'approccio alla salute e alla sicurezza sul lavoro.

Il **team di Great Place To Work®** al 31 dicembre 2025 è composto da 27 persone, di cui 17 donne e 10 uomini. La maggior parte del personale lavora con un contratto a tempo indeterminato (9 uomini e 15 donne), mentre un gruppo più ristretto opera con contratto a tempo determinato (1 uomo e 2 donne).

Tutti i componenti del team hanno un orario di lavoro a tempo pieno, a eccezione di una dipendente donna che opera con contratto part-time. A supporto delle attività aziendali operano inoltre 7 collaboratori esterni, prevalentemente consulenti con contratto di collaborazione. Di seguito si riportano le tabelle che riepilogano la suddivisione del personale per tipologia contrattuale e per tipologia di orario.

Impatto	Tempo indeterminato	Tempo determinato	Totale
Uomini	9	1	10
Donne	15	2	17
Totale	24	3	27

Genere	Full-time	Part-time	Totale
Uomini	10	0	10
Donne	16	1	17
Totale	26	1	27



3.1 Garantire il benessere del personale

In Great Place To Work® la persona è al centro di ogni processo e decisione. La convinzione profonda è che un ambiente fondato sulla fiducia favorisca **benessere, performance di eccellenza** e una **sostenibilità duratura** nel tempo. Per questo motivo l'organizzazione si impegna ogni giorno a prendersi cura del proprio team, ascoltandolo e migliorando costantemente il contesto lavorativo.

Ogni anno viene condotta **un'analisi interna del clima aziendale**, utilizzando la stessa Employee Survey Platform proposta ai clienti. Questo strumento consente di valutare il livello di fiducia delle persone e di raccogliere feedback strutturati, utili a orientare le scelte organizzative e a promuovere iniziative a sostegno della qualità della vita lavorativa.

Sulla base dei risultati emersi, sono state introdotte e mantenute diverse iniziative per il benessere aziendale. Per la gestione flessibile dei benefit viene utilizzata la piattaforma **Coverflex**. Per favorire il benessere psicofisico dei dipendenti, l'azienda mette a disposizione l'abbonamento al piano silver di **Wellhub**, piattaforma che offre accesso a palestre, corsi, applicazioni per il benessere fisico e mentale. A livello organizzativo, per garantire postazioni adeguate a tutti, sono stati ampliati gli spazi di lavoro attraverso l'affitto di un co-working. L'accessibilità ai **benefit aziendali** è garantita a tutte le per-

sone, indipendentemente dalla tipologia contrattuale: tempo determinato, indeterminato, full-time o part-time. L'unica eccezione riguarda l'iscrizione a Ente Mutuo, piano sanitario integrativo riservato per regolamento ai contratti a tempo indeterminato.

Tutti i dipendenti sono inoltre iscritti, come previsto dal CCNL, al **Fondo Sanitario di categoria (Fondo Est)**, che permette di accedere a prestazioni mediche e sanitarie a prezzi agevolati o azzerati.

L'organizzazione pone attenzione anche al costante monitoraggio dei carichi di lavoro, per evitare che singole persone o team si trovino in situazioni di sovraccarico, e per favorire un equilibrio tra vita lavorativa e vita personale. Lo **smart working**, previsto per due giorni a settimana, rappresenta un ulteriore strumento a supporto del work-life balance.

Sul fronte delle **nuove assunzioni** e del **turnover**, nel corso del 2025 sono state effettuate 4 nuove assunzioni, tutte per la sede di Milano: 1 uomo sotto i 30 anni e 3 donne (1 sotto i 30 anni e 2 nella fascia 30-50 anni). Le cessazioni registrate nell'anno sono state 3, tutte relative a donne sotto i 30 anni. Nella tabella sottostante è stato poi calcolato il rapporto tra il numero di assunzioni o cessazioni per una determinata categoria e il totale delle assunzioni o cessazioni nell'anno.

Assunzioni			Cessazioni	
Uomini	N.	% su assunzioni totali	N.	% su cessazioni totali
Meno di 30 anni	1	25	0	0
Tra i 30 e i 50 anni	0	0	0	0
Più di 50 anni	0	0	0	0
Donne	N.	% su assunzioni totali	N.	% su cessazioni totali
Meno di 30 anni	1	25	3	100
Tra i 30 e i 50 anni	2	50	0	0
Più di 50 anni	0	0	0	0

Per quanto riguarda il congedo parentale, nel 2025 hanno maturato il diritto al congedo 3 uomini e 3 donne. Nel corso dell'anno nessun dipendente ha usufruito del congedo parentale.

3.2 Incentivare lo sviluppo delle persone

Great Place To Work® crede nel valore delle proprie persone e investe nella loro crescita attraverso la **formazione continua** e lo **sviluppo professionale**. La formazione non è intesa soltanto come aggiornamento delle competenze, ma come opportunità per alimentare una cultura aziendale orientata all'apprendimento e alla valorizzazione del potenziale di ciascuno. Ogni anno viene destinato un budget specifico alla formazione, sia generale che individuale. I percorsi formativi sono organizzati in base ai diversi ruoli aziendali, con l'obiettivo di rafforzare continuamente le competenze dei dipendenti. L'approccio è flessibile: ogni persona ha la possibilità di proporre temi formativi che ritiene utili per la propria crescita personale e professionale.

Nel corso del 2025 sono stati realizzati corsi di formazione interna per funzione e un corso di inglese rivolto a tutto il personale, erogato in collaborazione con un ente formatore. Sono stati inoltre approfonditi temi di competenza trasversale, come l'utilizzo dell'intelligenza artificiale nel mondo del lavoro. La **media annua di formazione** nel 2025 è stata di 13,8 ore per dipendente, con 13 ore medie per gli uomini e 20,5 ore medie per le donne.

	Ore medie di formazione
Totale dipendenti	13,8
Uomini	13
Donne	20,5

Al termine dei percorsi formativi viene sempre raccolto un feedback da parte dei partecipanti, con l'obiettivo di migliorare la qualità e la pertinenza della formazione erogata e di individuare nuove esigenze.

Sul fronte dello sviluppo professionale, ogni persona è sottoposta a una valutazione periodica delle performance e del percorso di crescita. Il 100% dei dipendenti, indipendentemente dal genere o dal livello professionale, ha ricevuto una valutazione nel corso dell'anno. Il processo prevede un incontro di check-up a metà anno e una valutazione complessiva a fine anno, consentendo a ciascuno di riflettere sul proprio percorso, individuare punti di forza e aree di miglioramento, e pianificare i passi successivi.

Al momento non sono previste procedure formalizzate per la continuità lavorativa e la gestione delle uscite (pre-pensionamento, riqualificazione, servizi di ricollocamento), ma ogni situazione viene valutata e gestita individualmente per garantire il massimo supporto ai collaboratori.



3.3 Diversità e inclusione

Great Place To Work® considera la **diversità e l'inclusione** una ricchezza per l'organizzazione. Promuovere un ambiente di lavoro equo, dove ogni persona possa esprimere il proprio valore indipendentemente dalle caratteristiche individuali, è un principio che guida le scelte aziendali.

A testimonianza concreta di questo impegno, l'azienda ha ottenuto la **Certificazione di Parità di Genere (UNI/PdR 125:2022)**, riconoscimento che attesta l'adozione di politiche strutturate per garantire l'inclusione e le pari opportunità. La Certificazione non rappresenta un punto di arrivo, ma un elemento di un percorso in continua evoluzione, che posiziona Great Place To Work® come modello positivo nel mercato, incenti-

vando anche altre realtà a ridurre il divario retributivo e professionale.

La composizione del team riflette questa attenzione: al 31 dicembre 2025, delle 27 persone in organico, 17 sono donne (il 63%) e 10 sono uomini. La presenza femminile è significativa anche nel comitato interno, composto da 4 donne e 2 uomini, mentre il massimo organo di governo (Presidente e Amministratore Delegato) è composto da 2 uomini.

Sul **piano retributivo**, l'organizzazione monitora il rapporto tra lo stipendio base delle donne e quello degli uomini come indicatore **dell'equità salariale interna**. Per rendere il confronto significativo, il calcolo esclude le due posizioni dirigenziali (Presidente

e Amministratore Delegato, entrambi uomini), la cui retribuzione, legata al ruolo apicale, avrebbe distorto il raffronto tra le restanti fasce professionali. Il dato che emerge (7%), indica che lo stipendio base medio delle donne risulta superiore del 7% rispetto a quello degli uomini a parità di inquadramento non dirigenziale. Si tratta di un risultato che riflette le politiche di valorizzazione adottate dall'azienda e conferma l'assenza di penalizzazioni retributive legate al genere all'interno dell'organizzazione.

Nel corso del 2025 non si sono verificati episodi di discriminazione, a conferma di un ambiente di lavoro rispettoso e inclusivo per tutte le persone.



3.4 Salute e sicurezza dei lavoratori

La salute e la sicurezza sul lavoro rappresentano una priorità per Great Place To Work®. L'azienda ha implementato un **sistema di gestione della salute e sicurezza** conforme al **Decreto Legislativo n. 81/2008**, che copre il 100% dei lavoratori e di tutte le attività svolte presso gli uffici.

Trattandosi di una società di servizi, i rischi legati alle mansioni dei dipendenti non presentano livelli di gravità elevata. I principali fattori di rischio identificati riguardano l'uso prolungato dei videotermini e gli aspetti ergonomici delle postazioni di lavoro. Per l'identificazione e la valutazione dei rischi è stato redatto il **Documento di Valutazione dei Rischi (DVR)**, che descrive le potenziali fonti di pericolo in azienda e le misure per ridurle. A supporto del sistema operano un **Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP)** esterno, un **Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS)** interno e un medico competente esterno. L'organizzazione prevede inoltre una riunione annuale dedicata alla sicurezza, durante la quale vengono analizzate le eventuali criticità e individuati interventi di miglioramento.

Per la prevenzione dei rischi identificati, tutti i lavoratori sono sottoposti alle visite mediche obbligatorie. L'azienda ha inoltre adottato una politica interna sullo smart working come ulteriore strumento per la prevenzione di situazioni di rischio.

Sul fronte della promozione della salute, oltre all'iscrizione al Fondo Sanitario di categoria (Fondo Est) previsto dal CCNL, tutti i dipendenti a tempo indeterminato beneficiano dell'iscrizione a Ente Mutuo, fondo sanitario integrativo a carico dell'azienda che amplia le coperture sanitarie disponibili. A questi si aggiunge il piano Wellhub per il benessere fisico e mentale, già menzionato nella sezione sul benessere del personale.

L'ascolto dei bisogni del personale in materia di salute e sicurezza avviene anche attraverso la survey aziendale annuale, i cui risultati contribuiscono a orientare le scelte dell'organizzazione in questo ambito.

Nel corso del 2025 non si sono verificati infortuni sul lavoro né malattie professionali, sia tra i dipendenti che tra i lavoratori non dipendenti. Le **ore lavorative complessive** nell'anno sono state 46.443 per i dipendenti e 9.031 per i lavoratori non dipendenti.

Per quanto riguarda la prevenzione e mitigazione degli impatti nelle relazioni commerciali, l'organizzazione mantiene un approccio basato su colloqui costanti e monitoraggio delle attività anche per quelle operazioni su cui non ha il controllo diretto.



La tutela ambientale

- 4.1 Gestione dei consumi energetici
- 4.2 Oltre la materialità: scelte volontarie per contrastare il cambiamento climatico

Great Place To Work® nasce con una forte vocazione sociale, ma la consapevolezza che la sostenibilità a lungo termine richieda anche un impegno concreto per l'ambiente è parte integrante della cultura aziendale. Benessere umano e salute del pianeta sono legati in modo indissolubile: per questo la missione di costruire organizzazioni più resilienti, di successo e sostenibili include la responsabilità ambientale tra le componenti delle attività e delle strategie quotidiane.

L'analisi di materialità condotta per il 2025 ha confermato la **gestione dei consumi energetici** tra i temi rilevanti della sfera ambientale. Come già nel primo anno di rendicontazione, l'organizzazione ha scelto di non limitarsi ai soli temi materiali, portando avanti su base volontaria la misurazione delle emissioni dirette (Scope 1) e indirette (Scope 2) e rendendo **carbon neutral** il proprio evento annuale.

4.1 Gestione dei consumi energetici

La gestione dei **consumi energetici** rappresenta un tema significativo per Great Place To Work® e per i suoi stakeholder. Pur non disponendo ancora di un sistema strutturato di monitoraggio o di obiettivi energetici formali, l'organizzazione si impegna ogni giorno a contenere il proprio impatto e a migliorare l'efficienza energetica, consolidando un approccio sempre più consapevole. Trattandosi di una realtà di servizi, i consumi energetici sono assimilabili a quelli di una civile abitazione. Le politiche adottate si concentrano su azioni concrete quali la raccolta differenziata, l'utilizzo di apparecchiature a basso consumo (inclusa l'installazione di illuminazione LED), l'uso degli elettrodomestici in modalità eco e i controlli periodici sui condizionatori per garantirne l'efficienza.

Nel 2025, il **consumo totale di energia elettrica** è stato pari a 9.251 kWh. Di questi, il 47% (4.348 kWh) proviene da **fonti rinnovabili**, mentre il restante 53% (4.903 kWh) da **fonti non rinnovabili**. Il fatturato dell'anno di rendicontazione è stato di 5.724.410 euro. La tabella seguente mette a confronto i consumi energetici del 2025 con quelli del 2024.

	2024	2025
Consumo di energia totale	7.325,5 kWh	9.251 kWh
Consumo di energia elettrica	7.325,5 kWh	9.251 kWh
di cui da fonti rinnovabili	4.029 kWh	4.348 kWh
di cui da fonti non rinnovabili	3.296,5 kWh	4.903 kWh
Percentuale da fonti rinnovabili	55%	47%

Il consumo totale di energia elettrica è passato da 7.325,5 kWh nel 2024 a 9.251 kWh nel 2025. In termini assoluti, la quota di energia da fonti rinnovabili è cresciuta (da 4.029 a 4.348 kWh), ma la sua incidenza percentuale si è ridotta dal 55% al 47% per effetto dell'aumento più che proporzionale della componente non rinnovabile.

Nel corso del 2025 non sono state realizzate specifiche iniziative di riduzione del consumo energetico; tuttavia l'organizzazione conferma l'impegno a proseguire con le buone pratiche già in essere e a valutare ulteriori interventi nei prossimi esercizi.

4.2 Oltre la materialità: scelte volontarie per contrastare il cambiamento climatico

Pur non rientrando tra i temi strettamente materiali, Great Place To Work® ha scelto di affrontare con responsabilità la sfida del cambiamento climatico, impegnandosi a **misurare e monitorare le proprie emissioni di gas serra** secondo criteri riconosciuti a livello internazionale.

Le emissioni sono classificate in tre categorie principali: **Scope 1** (emissioni dirette derivanti dalle attività sotto il controllo operativo dell'azienda), **Scope 2** (emissioni indirette associate all'acquisto di energia elettrica) e **Scope 3** (emissioni indirette generate lungo l'intera catena del valore, sia a monte sia a valle delle attività dirette).

Per il secondo anno consecutivo, Great Place To Work® ha calcolato le proprie emissioni di Scope 1 e Scope 2, adottando come riferimento metodologico il **GHG Protocol**, standard globale ampiamente utilizzato da organizzazioni e istituzioni per la rendicontazione climatica. L'analisi è stata condotta con il supporto tecnico di **Up2You** attraverso la piattaforma proprietaria **CliMax**, validata da RINA per l'aderenza al GHG Protocol.

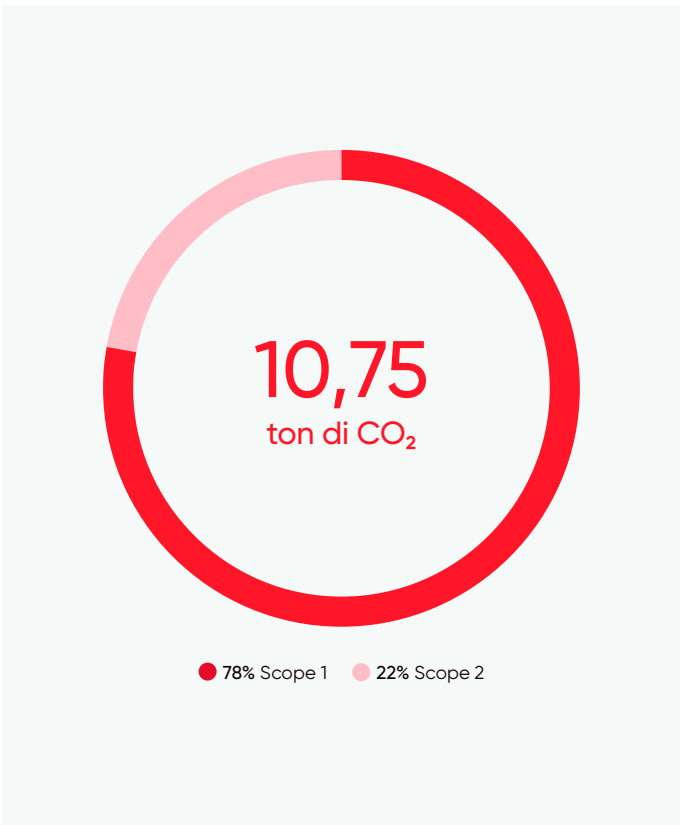


4.2.A CALCOLO EMISSIONI DI SCOPE 1 E SCOPE 2

Il **totale delle emissioni di gas a effetto serra** relative alle attività di Great Place To Work® per il 2025 ammonta a 10,75 tonnellate di CO₂ equivalente, in calo rispetto alle 15,67 tonnellate del 2024 (riduzione del 31%).

Scope	Quantità (ton CO ₂ eq.)
Scope 1	8,44
Scope 2 (location based)	2,31
Totale	10,75

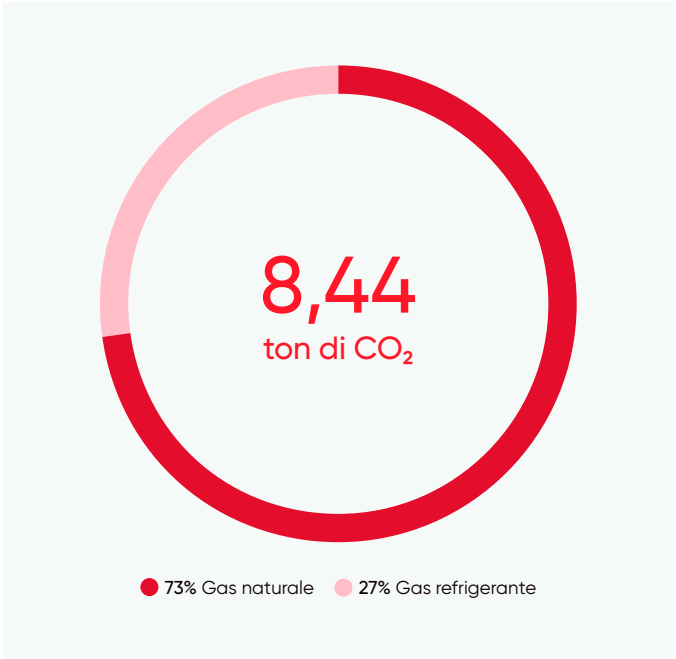
Le emissioni di Scope 1 costituiscono il 78% del totale, mentre quelle di Scope 2 rappresentano il 22%.



EMISSIONI SCOPE 1

Nel 2025, le emissioni dirette ammontano a 8,44 tonnellate di CO₂ equivalente, in significativa riduzione rispetto alle 13,36 tonnellate del 2024. La maggior parte di queste emissioni (73%) proviene dal consumo di gas naturale, mentre la restante quota (27%) deriva dall'utilizzo di gas refrigeranti.

Scope	Quantità (ton CO ₂ eq.)
Gas naturale	6,14
Gas refrigeranti	2,3
Carburante veicoli aziendali	0
Altri consumi diretti	0
Totale Scope 1	8,44



EMISSIONI SCOPE 2

Il calcolo delle emissioni di Scope 2 è stato effettuato secondo entrambe le modalità previste dal GHG Protocol. L'approccio location based considera un fattore di emissione medio calcolato sulla base del mix energetico nazionale italiano. L'approccio market based tiene conto della quota di energia proveniente da fonti rinnovabili acquistata direttamente dall'azienda, purché certificata dal GSE mediante garanzie di origine.

Scope	Quantità (ton CO ₂ eq.)
Emissioni indirette energetiche (location based)	2,31
Emissioni indirette energetiche (market based)	4,08

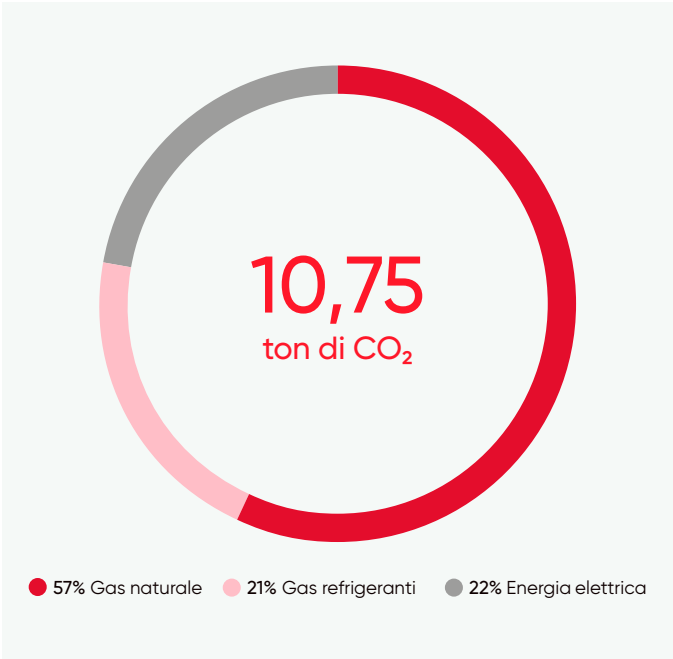


SINTESI DELLE EMISSIONI PER FONTE

La tabella seguente riporta le emissioni totali suddivise per le diverse fonti emissive.

Fonte	2024 (ton CO ₂ eq.)	2025 (ton CO ₂ eq.)
Gas naturale	11,14	6,14
Gas refrigeranti	2,23	2,3
Veicoli aziendali	0	0
Altri consumi diretti	0	0
Totale Scope 1	13,36	8,44
Energia elettrica (location based)	2,31	2,31
Totale Scope 2 (location based)	2,31	2,31
Totale complessivo	15,67	10,75

Il confronto con l'anno precedente evidenzia una riduzione complessiva delle emissioni, dovuta principalmente al calo delle emissioni di Scope 1 (da 13,36 a 8,44 ton CO₂ eq.), con una diminuzione significativa sia del contributo del gas naturale sia dei gas refrigeranti.



4.2.B NEUTRAL EVENT

A conferma dell'impegno nella lotta al cambiamento climatico, Great Place To Work® ha reso carbon neutral anche l'evento annuale del 2025, come già fatto per quello del 2024. Un evento si definisce carbon neutral quando le emissioni di gas serra generate vengono calcolate, ridotte ove possibile e compensate attraverso il supporto a progetti certificati.

Per la misurazione e la gestione dell'impronta carbonica dell'evento, l'organizzazione si è avvalsa del supporto tecnico di Up2You, che ha curato l'analisi e la quantificazione delle emissioni 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.

Categoria	Emissioni (ton CO ₂ eq.)
Spostamenti	23.613,42
Gadget	562,18
Pasti	383,94
Energia elettrica	160
Gas naturale	91,42
Altre attività	1,93
Pernottamenti	0
Digitale	0
Totale	24.812,89



La carbon footprint dell'evento include le emissioni provenienti dal consumo di energia elettrica e gas naturale della location, dai pasti consumati da partecipanti e staff, dagli spostamenti verso la location, dalla distribuzione di gadget, dai pernottamenti, dalla componente digitale e da altre attività (live band/dj set, presidio sanitario).

L'evento del 2025 ha visto la partecipazione di 331 persone in presenza, con 16 membri dello staff e una durata complessiva di 1 giorno (7 ore).

Le emissioni totali dell'evento sono state pari a 24.812,89 kg di CO₂ equivalente, corrispondenti a un'emissione pro capite di 71,51 kg di CO₂ equivalente per partecipante.

La componente più rilevante si conferma quella degli spostamenti, che rappresenta il 95% delle emissioni totali dell'evento. Per contenere questa voce, la scelta della location è stata orientata verso un luogo facilmente raggiungibile, con la maggioranza dei partecipanti proveniente dalla stessa provincia o regione.

Per compensare le emissioni non riducibili, Great Place To Work® ha acquistato crediti di carbonio certificati secondo gli standard **Gold Standard e Verified Carbon Standard (VCS)**, tramite il registro ufficiale di VERRA. I crediti sono stati acquistati attraverso una soluzione che garantisce la massima copertura degli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile** attraverso progetti sia nature based sia technology based, comprendenti la protezione delle foreste, lo sviluppo di fonti energetiche rinnovabili e l'installazione di fornelli solari. Questa strategia ha permesso di raggiungere la carbon neutrality dell'evento, confermando l'impegno di Great Place To Work® per una sostenibilità ambientale concreta e verificabile.

La nostra governance

- 5.1 Qualità del servizio e soddisfazione dei clienti
- 5.2 Gestione della privacy e protezione dei dati
- 5.3 Etica e trasparenza aziendale

Una **governance solida e responsabile** rappresenta il presupposto per il perseguimento della missione di Great Place To Work®: accompagnare le organizzazioni nel costruire ambienti di lavoro fondati sulla fiducia, sul benessere delle persone e sulla sostenibilità nel tempo. La struttura decisionale dell'azienda, guidata dal **Consiglio di Amministrazione** e dal **comitato interno**, mantiene un ruolo attivo nella definizione delle strategie e nella gestione degli impatti ambientali e sociali generati dalle attività aziendali, promuovendo un modello di sviluppo che integra performance economica e responsabilità.

Il Consiglio di Amministrazione e il comitato interno operano con ruoli distinti ma complementari: il vertice aziendale definisce strategia, valori e obiettivi, incluse le politiche di sostenibilità, mentre il comitato assicura un confronto operativo e costante sulle principali tematiche organizzative. La gestione delle dinamiche interne e la cura del personale sono affidate all'HR Manager.

Nell'ambito della governance, l'analisi di materialità condotta per il 2025 ha individuato tre temi prioritari: la qualità del servizio e la soddisfazione dei clienti, la gestione della privacy e la protezione dei dati, e l'etica e la trasparenza aziendale. Rispetto al 2024, la cybersecurity e la protezione dei dati sono entrate tra i temi materiali, a conferma della crescente attenzione degli stakeholder verso la sicurezza delle informazioni, mentre l'innovazione, ricerca e sviluppo non rientra più tra le priorità, pur restando un ambito di impegno costante.

5.1 Qualità del servizio e soddisfazione dei clienti

La qualità del servizio e la soddisfazione dei clienti costituiscono un pilastro della strategia di Great Place To Work®. Il successo delle organizzazioni che l'azienda supporta è strettamente legato all'eccellenza delle prestazioni offerte, e per questo motivo il miglioramento continuo della qualità rappresenta un obiettivo costante.

L'approccio adottato si fonda **sull'ascolto strutturato dei clienti** attraverso survey di customer satisfaction, strumento che consente di raccogliere in modo sistematico le valutazioni sulla qualità del servizio ricevuto. I risultati delle rilevazioni vengono analizzati per individuare punti di forza e aree di miglioramento, orientando le azioni successive verso un perfezionamento progressivo dell'offerta.

Le survey vengono condotte ogni anno con l'obiettivo di monitorare la **qualità percepita dai clienti** e di incrementare progressivamente il livello di soddisfazione. Le valutazioni riguardano diversi aspetti del servizio, dalle **attività svolte dai referenti di progetto** alla gestione operativa delle indagini, fino alle iniziative di marketing, comunicazione ed Employer Branding. Questo sistema di feedback rappresenta uno degli strumenti principali attraverso cui l'organizzazione mantiene un dialogo continuo con la propria base clienti e traduce le indicazioni ricevute in interventi concreti di miglioramento. Le attività svolte dai referenti di progetto hanno ottenuto una media di soddisfazione di **4,72**, superando l'obiettivo di 4,6. Analogamente, la **gestione operativa delle indagini** ha registrato una valutazione media di **4,86**, anch'essa al di sopra dell'obiettivo prefissato di 4,6. Le **attività di marketing, comunicazione ed Employer Branding** hanno infine raggiunto una media di soddisfazione di **4,36**.

L'impegno per la qualità si riflette anche nella capacità di intercettare e gestire eventuali criticità in modo tempestivo, adottando un approccio proattivo che punta a prevenire le insoddisfazioni e a consolidare relazioni di fiducia durature con le aziende clienti.



5.2 Gestione della privacy e protezione dei dati

La protezione dei dati e la sicurezza delle informazioni rappresentano un tema di rilevanza crescente per Great Place To Work®, tanto da essere stato individuato tra i temi materiali per il 2025 sulla base delle indicazioni emerse dalla survey di materialità. La natura stessa delle attività aziendali, che comporta il trattamento di elevati volumi di dati sensibili provenienti dai collaboratori delle aziende clienti, rende la cybersecurity un ambito di responsabilità primaria.

L'organizzazione ha adottato un sistema strutturato di gestione della sicurezza delle informazioni, certificato secondo lo **standard internazionale ISO/IEC 27001:2022**. Nel corso del 2025, la certificazione è stata rinnovata, confer-

mando la conformità ai requisiti previsti dalla norma e l'efficacia dei processi implementati. Il rinnovo ha comportato una verifica approfondita dei sistemi, delle procedure e dei controlli in essere, rafforzando ulteriormente la solidità del framework di protezione dei dati.

Tra le misure adottate, l'azienda garantisce la conservazione sicura dei dati attraverso sistemi di autenticazione a due fattori, che tutelano la riservatezza delle opinioni espresse dai dipendenti delle aziende clienti nell'ambito delle indagini di clima aziendale. La protezione dell'anonimato e della privacy dei rispondenti è considerata un elemento imprescindibile per l'affidabilità del servizio offerto. La formazione del personale su questi temi costituisce un elemen-

to centrale della politica aziendale. Nel 2025 è stata svolta la formazione annuale rivolta a tutto il personale dell'organizzazione sui temi della sicurezza delle informazioni e della protezione dei dati. Materiali formativi e di approfondimento sull'argomento sono inoltre resi disponibili a tutte le persone del team. L'obiettivo è garantire che ogni membro dell'organizzazione sia consapevole dell'importanza della sicurezza dei dati e adotti comportamenti coerenti con le politiche aziendali.

Nel corso del 2025 non si sono verificati episodi di fuga, furto o perdita di dati dei clienti. Non sono state inoltre ricevute denunce comprovate riguardanti violazioni della privacy, né reclami da parte di organi normativi.

Numero totale	
Reclami ricevuti da terze parti e comprovati dall'organizzazione	0
Reclami ricevuti da organi normativi	0
Episodi di fuga, furto o perdita di dati dei clienti	0



5.3 Etica e trasparenza aziendale

Etica e trasparenza sono valori fondamentali per Great Place To Work® e rappresentano temi materiali prioritari per una governance responsabile, orientata a costruire e mantenere relazioni di fiducia stabili con le persone dell'organizzazione e con gli **stakeholder esterni**.

Questi principi trovano espressione in pratiche concrete che attraversano diverse aree dell'attività aziendale. Nei paragrafi che seguono vengono approfonditi tre ambiti chiave: il dialogo con gli stakeholder, le scelte retributive e l'approccio alla legalità e alla responsabilità organizzativa.

5.3.A ASCOLTO E DIALOGO CON GLI STAKEHOLDER

Great Place To Work® promuove un coinvolgimento regolare del proprio ecosistema di stakeholder, a partire dalle persone che compongono il team. L'organizzazione conduce ogni anno **un'indagine sul clima aziendale**, organizza riunioni plenarie mensili e momenti di condivisione della strategia, garantendo trasparenza nella comunicazione interna. Il Presidente e l'Amministratore Delegato riportano costantemente a tutti i lavoratori le decisioni prese e le attività intraprese, attraverso plenarie ricorrenti in cui viene sempre sollecitato un feedback diretto.

All'interno della survey interna vengono inserite anche domande specifiche su temi legati all'etica e alla trasparenza, i cui risultati contribuiscono a individuare aree di miglioramento e a orientare le azioni successive. L'efficacia delle iniziative adottate viene monitorata nelle rilevazioni successive, in un processo di miglioramento continuo.

In caso di criticità o impatti negativi, l'organizzazione adotta un approccio fondato sull'ascolto diretto: dipendenti e collaboratori possono rivolgersi liberamente all'HR Manager o al massimo organo di governo. Il Presidente e l'Amministratore Delegato incoraggiano attivamente la condivisione di eventuali problematiche, nella convinzione che una comunicazione aperta e trasparente sia il presupposto per lavorare efficacemente verso obiettivi comuni. Anche gli stakeholder esterni hanno la possibilità di contattare l'azienda per chiedere chiarimenti o richiedere incontri con il management.

Nel corso del 2025 non sono stati rilevati conflitti di interesse, a conferma dell'efficacia dei processi di prevenzione adottati dal massimo organo di governo. Non sono inoltre emerse criticità significative nella condotta dell'organizzazione durante il periodo di rendicontazione, dato che conferma la solidità dei meccanismi di ascolto e l'impegno verso relazioni trasparenti con tutti i portatori di interesse.



5.3.B MODELLO RETRIBUTIVO

Il **sistema retributivo di Great Place To Work®** si compone di una parte fissa e di una parte variabile, applicata a tutti i dipendenti. La definizione della retribuzione parte dai livelli stabiliti dal **Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro (CCNL)**, a cui si aggiungono valutazioni basate sull'esperienza e sul percorso professionale di ciascuna persona.

Le proposte di revisione o riconoscimento retributivo vengono formulate dai **Team Leader** e sottoposte all'approvazione del Board, mantenendo coerenza con le dinamiche di mercato. Ogni anno vengono condotti **feedback semestrali e revisioni della retribuzione annua lorda (RAL)**, in modo da garantire un allineamento costante tra il contributo delle persone e il loro trattamento economico. Riconoscimenti aggiuntivi, in forma retributiva o di altro tipo, vengono destinati alle persone che si distinguono per merito e risultati.

Il 100% dei dipendenti è coperto da contratti collettivi di lavoro, a garanzia di condizioni minime uniformi e trasparenti per tutte le persone dell'organizzazione.

Nel 2025, il rapporto tra la retribuzione totale annua dell'individuo con la retribuzione più elevata e la retribuzione mediana di tutti i dipendenti si attesta a 1,89. Questo valore risulta in significativa riduzione rispetto al 3,97 registrato nel 2024, evidenziando una struttura retributiva sempre più equilibrata e coerente con i principi di equità perseguiti dall'organizzazione.



5.3.C INTEGRITÀ E RESPONSABILITÀ

L'impegno per l'integrità si concretizza nell'adozione di un Codice Etico che definisce i comportamenti attesi e i principi guida nelle decisioni aziendali. Il documento viene condiviso con tutti i dipendenti ed è disponibile pubblicamente sul sito aziendale, a testimonianza della volontà di operare in piena trasparenza. Le politiche e le procedure anticorruzione sono parte integrante del Codice Etico, accessibile all'intera organizzazione e consultabile anche dall'esterno.

A ulteriore conferma dell'impegno per un ambiente di lavoro equo e inclusivo, l'organizzazione ha mantenuto la **Certificazione di Parità di Genere (UNI/PdR 125:2022)**, che si affianca alla Certificazione ISO 27001 nel quadro delle certificazioni volontarie adottate. Gli impegni in materia di sostenibilità e condotta responsabile sono formalizzati nel Bilancio di Sostenibilità, strumento attraverso cui l'azienda rende pubblici i propri obiettivi e le proprie priorità in ambito ESG.

Nel periodo di rendicontazione non sono stati accertati episodi di corruzione, né sono stati avviati procedimenti disciplinari o licenziamenti riconducibili a condotte illecite. Nessun episodio ha coinvolto partner esterni e non risultano casi legali di dominio pubblico.

Numero totale	
Episodi di corruzione accertati	0
Episodi per i quali sono stati licenziati o disciplinati dipendenti	0
Episodi che hanno coinvolto partner esterni	0
Casi legali di dominio pubblico	0

Non sono state avviate azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, pratiche antitrust o monopolistiche. Non si sono inoltre verificati casi significativi di non conformità a leggi e regolamenti nel corso dell'anno.

L'insieme di questi dati conferma la solidità del sistema di governance adottato da Great Place To Work® e l'attenzione costante dell'organizzazione verso una condotta improntata alla legalità, all'equità e alla responsabilità, a beneficio di tutti gli stakeholder.

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 secondo 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 2025 (esercizio 2025) 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

Informativa GRI	Contenuti	Riferimento nel bilancio
GRI 2 – Informativa generale 2021		
GRI 2-1 Dettagli organizzativi	Denominazione, forma giuridica, sede di Milano (Viale Andrea Doria 3) e anno di fondazione (2001).	Cap. 1.1.a; Cap. 1.4
GRI 2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità	Perimetro limitato a Great Place To Work® Institute – Italia S.r.l., senza consolidamento.	Nota metodologica
GRI 2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Esercizio 1° gennaio – 31 dicembre 2025; frequenza annuale (secondo Bilancio).	Nota metodologica
GRI 2-4 Rielaborazione delle informazioni	Non sono segnalate rielaborazioni di dati rispetto all'edizione precedente.	Nota metodologica
GRI 2-5 Assurance esterna	Bilancio volontario non sottoposto ad assurance esterna.	Nota metodologica
GRI 2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti commerciali	Settore (ricerca, tecnologia e consulenza organizzativa), attività, catena del valore, fornitori e clienti.	Cap. 1.2; Cap. 1.3
GRI 2-7 Dipendenti	27 dipendenti al 31/12/2025 per genere e tipologia contrattuale (tempo determinato/indeterminato, full/part-time).	Cap. 3 (introduzione)
GRI 2-8 Lavoratori non dipendenti	7 collaboratori esterni/consulenti; ore lavorate dai non dipendenti.	Cap. 1.4; Cap. 3.4
GRI 2-9 Struttura della governance e composizione	Consiglio di Amministrazione (4 membri) e comitato interno (6 membri); composizione per genere.	Cap. 1.4
GRI 2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	Nomina da parte del CdA tra i soci attivi.	Cap. 1.4
GRI 2-11 Presidente del massimo organo di governo	Presidenza affidata a Beniamino Bedusa.	Cap. 1.4
GRI 2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	Il vertice aziendale definisce le strategie di sostenibilità e supervisiona la gestione degli impatti.	Cap. 1.4; Cap. 5
GRI 2-13 Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	Comitato interno e HR Manager per la gestione operativa di impatti e processi.	Cap. 1.4; Cap. 5
GRI 2-14 Ruolo del massimo organo di governo nel reporting di sostenibilità	Approvazione del Bilancio da parte del Consiglio di Amministrazione.	Nota metodologica; Cap. 1.4
GRI 2-15 Conflitti di interesse	Nel 2025 non sono stati rilevati conflitti di interesse.	Cap. 5.3.a
GRI 2-16 Comunicazione di criticità	Canali di ascolto verso HR Manager e organo di governo per sollevare criticità.	Cap. 5.3.a

GRI 2-19 Politiche retributive	Modello retributivo con parte fissa e variabile basato sul CCNL.	Cap. 5.3.b
GRI 2-20 Processo per la determinazione della retribuzione	Proposte dei Team Leader approvate dal Board; revisioni semestrali della RAL.	Cap. 5.3.b
GRI 2-21 Rapporto di retribuzione totale annua	Rapporto tra retribuzione più elevata e mediana pari a 1,89 (2025), 3,97 (2024).	Cap. 5.3.b
GRI 2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli stakeholder e strategia di sviluppo sostenibile.	Lettera agli stakeholder; Cap. 2.1
GRI 2-23 Impegni in materia di politiche	Codice Etico, principi ESG e impegni anticorruzione.	Cap. 2.1; Cap. 5.3.c
GRI 2-24 Integrazione degli impegni in materia di politiche	Codice Etico condiviso con il team e pubblicato sul sito aziendale.	Cap. 2.1; Cap. 5.3.c
GRI 2-25 Processi per rimediare agli impatti negativi	Approccio all'ascolto diretto e alla gestione delle criticità e degli impatti negativi.	Cap. 5.3.a; Cap. 3.4
GRI 2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	Possibilità per dipendenti e collaboratori di rivolgersi a HR Manager e organo di governo.	Cap. 5.3.a
GRI 2-27 Conformità a leggi e regolamenti	Nessun caso significativo di non conformità a leggi e regolamenti nel 2025.	Cap. 5.3.c
GRI 2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	18 categorie di stakeholder; matrice influenza-dipendenza; piano di engagement.	Cap. 2.2
GRI 2-30 Contratti collettivi di lavoro	100% dei dipendenti coperto da contratti collettivi (CCNL).	Cap. 5.3.b

GRI 3 – Temi materiali 2021

GRI 3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	Percorso metodologico in quattro fasi secondo gli Standard GRI.	Cap. 2.3
GRI 3-2 Elenco dei temi materiali	Sette temi materiali per il 2025 (E/S/G) e variazioni rispetto al 2024.	Cap. 2.4

AMBIENTE – Tema materiale: Gestione dei consumi energetici

GRI 3-3 Gestione del tema materiale	Politiche e azioni per il contenimento dei consumi e l'efficienza energetica.	Cap. 4.1
GRI 302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Consumo elettrico 2025: 9.251 kWh (47% rinnovabile, 53% non rinnovabile); confronto con il 2024.	Cap. 4.1

Rendicontazione volontaria – Emissioni di GHG (oltre i temi materiali)

GRI 305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	8,44 t CO ₂ eq nel 2025, per fonte (gas naturale, gas refrigeranti); confronto con il 2024.	Cap. 4.2.a
GRI 305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	2,31 t CO ₂ eq (location based) e 4,08 t CO ₂ eq (market based).	Cap. 4.2.a

SOCIALE – Tema materiale: Benessere del personale		
GRI 3-3 Gestione del tema materiale	Welfare aziendale, work-life balance e monitoraggio del benessere tramite survey annuale.	Cap. 3.1
GRI 401-1 Nuove assunzioni e turnover del personale	4 assunzioni e 3 cessazioni nel 2025, ripartite per genere e fascia d'età.	Cap. 3.1
GRI 401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno	Welfare (Coverflex, Wellhub), Ente Mutuo e Fondo Est; accesso esteso a tutte le tipologie contrattuali.	Cap. 3.1
GRI 401-3 Congedo parentale	3 uomini e 3 donne con diritto maturato; nessun utilizzo nel 2025.	Cap. 3.1
Tema monitorato (non materiale nel 2025) – Formazione e sviluppo del personale		
GRI 404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	13,8 ore medie nel 2025 (13 per gli uomini, 20,5 per le donne).	Cap. 3.2
GRI 404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono valutazioni periodiche delle performance	100% dei dipendenti valutati nel 2025.	Cap. 3.2
SOCIALE – Tema materiale: Diversità e inclusione		
GRI 3-3 Gestione del tema materiale	Politiche di pari opportunità e Certificazione della Parità di Genere (UNI/PdR 125:2022).	Cap. 3.3
GRI 405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Composizione per genere: dipendenti 17 donne/10 uomini, comitato 4 donne/2 uomini, vertice 2 uomini.	Cap. 3.3; Cap. 1.4
GRI 405-2 Rapporto tra lo stipendio base e la retribuzione delle donne rispetto agli uomini	Stipendio base medio delle donne superiore del 7% (escluse le posizioni dirigenziali).	Cap. 3.3
GRI 406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Nessun episodio di discriminazione nel 2025.	Cap. 3.3
SOCIALE – Tema materiale: Salute e sicurezza dei lavoratori		
GRI 3-3 Gestione del tema materiale	Sistema di gestione della salute e sicurezza conforme al D.Lgs. 81/2008.	Cap. 3.4
GRI 403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Sistema conforme al D.Lgs. 81/2008 esteso al 100% dei lavoratori e delle attività.	Cap. 3.4
GRI 403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	DVR; rischi da videoterminali ed ergonomici; RSPP esterno e RLS interno.	Cap. 3.4
GRI 403-3 Servizi di medicina del lavoro	Medico competente esterno e visite mediche obbligatorie.	Cap. 3.4
GRI 403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori in materia di SSL	RLS, riunione annuale dedicata alla sicurezza e survey aziendale.	Cap. 3.4

GRI 403-6 Promozione della salute dei lavoratori	Fondo Est, Ente Mutuo e piano Wellhub per il benessere fisico e mentale.	Cap. 3.4
GRI 403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti di SSL nelle relazioni commerciali	Monitoraggio e colloqui costanti anche per attività non sotto controllo diretto.	Cap. 3.4
GRI 403-8 Lavoratori coperti da un sistema di gestione della SSL	100% dei lavoratori e delle attività svolte presso gli uffici.	Cap. 3.4
GRI 403-9 Infortuni sul lavoro	Nessun infortunio nel 2025; 46.443 ore lavorate dai dipendenti e 9.031 dai non dipendenti.	Cap. 3.4
GRI 403-10 Malattie professionali	Nessuna malattia professionale nel 2025.	Cap. 3.4

GOVERNANCE – Tema materiale: Etica e trasparenza aziendale

GRI 3-3 Gestione del tema materiale	Codice Etico, valori aziendali e ascolto degli stakeholder.	Cap. 5.3
GRI 205-2 Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	Politiche anticorruzione incluse nel Codice Etico, condiviso internamente e disponibile pubblicamente.	Cap. 5.3.c
GRI 205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Nessun episodio di corruzione accertato nel 2025.	Cap. 5.3.c
GRI 206-1 Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	Nessuna azione legale avviata nel 2025.	Cap. 5.3.c
GRI 403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori in materia di SSL	RLS, riunione annuale dedicata alla sicurezza e survey aziendale.	Cap. 3.4

GOVERNANCE – Tema materiale: Qualità del servizio e soddisfazione dei clienti

GRI 3-3 Gestione del tema materiale	Ascolto dei clienti tramite survey di customer satisfaction (medie 4,72 / 4,86 / 4,36) e miglioramento continuo. Tema materiale specifico dell'organizzazione, non associato a uno Standard tematico GRI.	Cap. 5.1
-------------------------------------	---	----------

GOVERNANCE – Tema materiale: Cybersecurity e protezione dei dati

GRI 3-3 Gestione del tema materiale	Sistema di gestione conforme a ISO/IEC 27001:2022, autenticazione a due fattori e formazione del personale.	Cap. 5.2
GRI 418-1 Denunce comprovate riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati	Nessun reclamo comprovato né episodio di fuga, furto o perdita di dati nel 2025.	Cap. 5.2

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