

GILITY Srl Società Benefit

# Relazione d'impatto

2023

**GILITY**  
La formazione  
per il futuro



# Indice

**Lettere del CEO** p.3

---

**Premessa – La metodologia** p.4

---

**PARTE PRIMA – Chi siamo** p.7

L'azienda e la Governance p.11

La nostra visione p.13

La nostra missione p.15

L'impatto sullo Sviluppo Sostenibile p.18

---

**PARTE SECONDA – Il Beneficio Comune di Gility** p.22

La creazione di valore per i nostri Clienti e per la Società p.23

La creazione di valore per le nostre Persone p.28

La creazione e la condivisione di Valore Economico p.40

La valutazione complessiva dell'Impatto p.41

---

**Obiettivi per il 2024** p.43

# Lettera del CEO



**Siamo consapevoli di avere una grande responsabilità nei confronti della comunità in cui operiamo**

La nostra prima Relazione di Impatto testimonia il percorso nel nostro primo anno come Società Benefit, riflettendo il nostro impegno a contribuire attivamente al benessere della società, promuovendo un futuro più equo, sostenibile e inclusivo.

Noi di Gility siamo consapevoli di avere una **grande responsabilità nei confronti della comunità in cui operiamo e di poter avere un impatto positivo sulle sfide complesse del mondo di oggi.**

Per consolidare il nostro impegno, abbiamo formalizzato nel nostro statuto la missione di sostenere la crescita culturale, informativa e digitale all'interno delle imprese, il potenziamento delle competenze con l'obiettivo di ridurre le disuguaglianze e, così, favorire un ambiente di lavoro inclusivo che permetta la crescita personale, professionale e culturale.

Inoltre, vogliamo favorire la formazione su tematiche di impatto ambientale e digitale e promuovere politiche interne per migliorare i rapporti sul luogo di lavoro, proteggendo i diritti e promuovendo un ambiente sicuro e protetto, valorizzando le persone attraverso iniziative di lavoro agile e welfare.

Questo documento, che riveste un'importanza centrale insieme al bilancio economico, non rappresenta una formalità, ma una vera e propria roadmap volta a guidare il nostro agire futuro.

**Simone Maggi**

CEO & CO-Founder  
Gility

PREMESSA

## La metodologia

Con questa Relazione di Impatto vogliamo rendicontare in modo **trasparente e completo** le politiche di responsabilità sociale e di sostenibilità messe in atto da Gility come **Società Benefit**.

Le nostre iniziative hanno l'obiettivo di generare valore in maniera sostenibile.

Nel rispetto di quanto stabilito dai commi 378 lettera c) e 382 lettera a) dell'articolo unico della Legge 208/2015, la Società Benefit deve valutare l'impatto generato attraverso uno standard di va-

lutazione esterno. A tale scopo abbiamo scelto di utilizzare il **Modello della Buona Impresa** ([www.labuonaimpresa.it](http://www.labuonaimpresa.it)) aderendo allo Standard di Rendicontazione **SABI**, promosso dalla Fondazione Buon Lavoro.

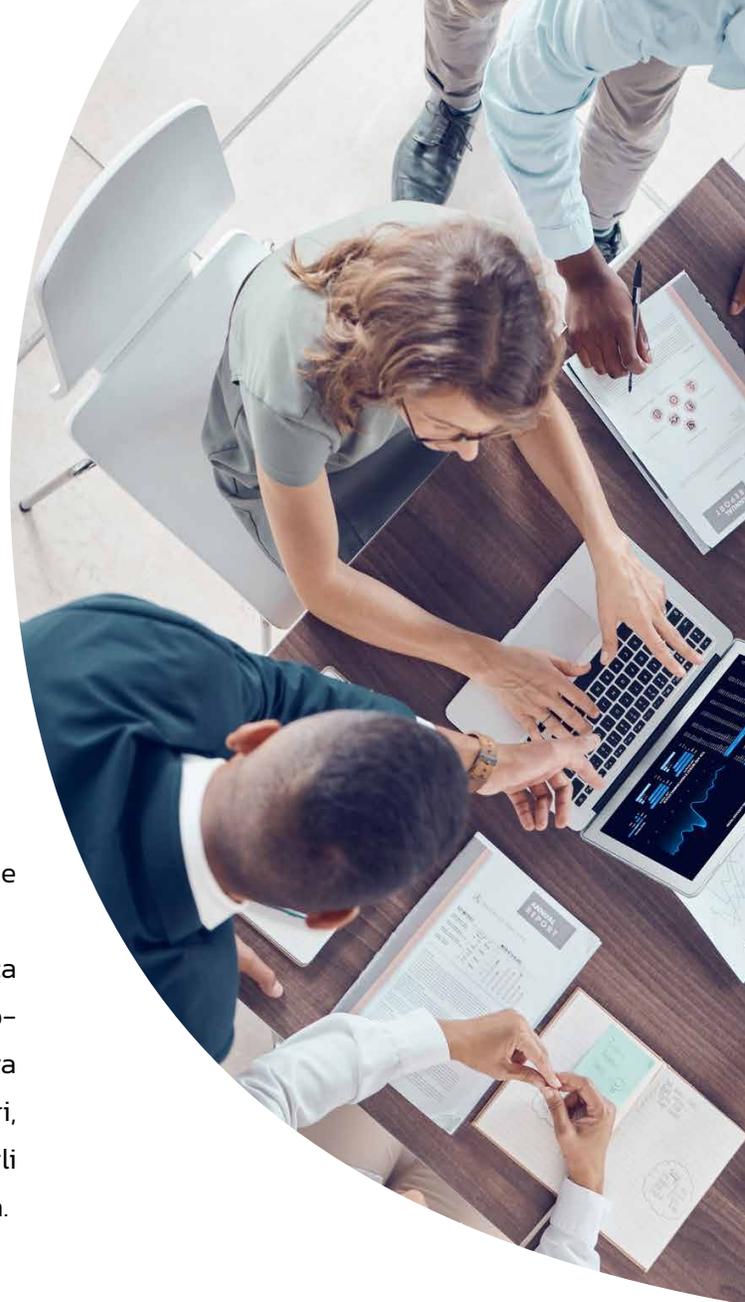
Il modello consente alla nostra Società Benefit non solo di utilizzare un solido framework di rendicontazione del valore creato, ma soprattutto rispecchia la visione dell'economia, dell'impresa e del lavoro che ci caratterizza.

La prospettiva del modello è stata adattata alle caratteristiche uniche di Gility e del nostro prodotto.

Il metodo di reporting della Buona Impresa si fonda sul principio di **"materialità"**, in base al quale ogni impresa produce e consuma valore in modo diverso, a seconda di vari fattori quali dimensioni, stadio di vita e di sviluppo, processi interni, finalità e caratteristiche distintive.

Seguendo questo principio vengono individuati i temi che necessitano di rendicontazione per l'importanza che rivestono nei confronti dell'azienda e degli stakeholder.

Il Modello della Buona Impresa implica che la "rendicontazione" e "la valutazione d'impatto" richiesti dalla normativa sulle Società Benefit, e gli obiettivi futuri, vengano integrati perché affrontano gli stessi elementi chiave in maniera coesa.





Nelle pagine che seguono osserveremo in modo analitico le performance in termini di creazione di valore per il contesto, attraverso i 3 pilastri fondamentali dell'attività della Buona Impresa: **Il Prodotto (1), Il Lavoro (2) e Il Valore Economico (3)**.

In questa stessa struttura tripartita trovano collocazione anche le Finalità di Beneficio Comune di Gility, illustrate all'inizio di ciascun capitolo.

Rispetto alla creazione di valore, ciascuno dei 3 capitoli si apre con un grafico a ragnatela che rappresenta la valutazione dell'impresa rispetto agli elementi che la qualificano, costruita attraverso lo Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa, su una **scala da 1 a 6**.

- 1 = FORTE CRITICITÀ**
- 2 = QUALCHE PROBLEMA**
- 3 = OK MA MIGLIORABILE**
- 4 = BEN PRESIDATO**
- 5 = UN RISULTATO SPECIALE**
- 6 = INSUPERABILE**

Accanto alla tensione verso la creazione di valore attraverso i tre pilastri dell'attività di impresa, Gility, coerentemente con il modello della Buona Impresa, presta attenzione a presidiare le ricadute sociali e ambientali del business, con l'obiettivo di ridurre il più possibile l'impatto negativo sull'ecosistema. Tale verifica è affidata alla valutazione del rischio di sostenibilità proposta da SABI, e al rispetto di una serie di Requisiti Minimi richiesti dal modello, di cui si da conto nella sezione iniziale della rendicontazione del Beneficio Comune.

# PARTE PRIMA

## Chi siamo

Siamo **l'education technology company** che punta a innovare, diffondere e amplificare la formazione continua nelle aziende italiane per supportare la crescita delle competenze.

Il nostro obiettivo è portare la cultura della formazione a un nuovo livello.

La nostra attività di consulenza aiuta le imprese non solo a costruire e gestire progetti di formazione su misura, ma anche ad orientarsi e identificare le opportunità di finanziamento della formazione e attivarle ed erogarle con semplicità.

Selezioniamo costantemente corsi dai contenuti sempre aggiornati e di qualità, per garantire il più elevato standard di esperienza e risultati.

- **Enti Formativi Partner** specializzati su funzioni aziendali e settori di mercato
- **nostri formatori esperti** in temi specifici e metodologie di apprendimento
- **coach certificati**

The screenshot displays the GILITY website interface. At the top, the GILITY logo is on the left, and navigation links for 'Catalogo', 'I tuoi corsi', and 'Azienda' are on the right. A search bar contains the text 'Su cosa vuoi formare la tua azienda?'. Below this, a section titled 'Raggiungere gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile' features 28 courses. Three course cards are visible: 'Leadership al Femminile' (8h, LIVE, 1500€), 'Dalla CSR alla ESG' (4h, LIVE, 750€), and 'ESG SUCCESS Il Dipendente' (2h, LIVE, 50€). A second section, 'Consigliati da Gility per la tua azienda', shows 14 courses. Three cards are visible: 'DIGITAL STRATEGIST' (10h, Intermedio), 'SALES BOMBER' (10h, Intermedio), and 'GDPR' (3h, Principiante).

**Il catalogo in continua espansione presenta corsi online (*on demand e live*) selezionati dai più autorevoli e specializzati enti formativi, business school e fornitori di e-learning in cinque aree di competenza:**

### COMPETENZE TRASVERSALI

Le soft skill, determinano come interagiamo con gli altri e affrontiamo il lavoro. Queste abilità, come la comunicazione efficace, il lavoro di squadra, la gestione del tempo, la capacità di adattamento e la leadership, sono fondamentali perché facilitano la creazione di relazioni solide e contribuiscono a migliorare la produttività e l'efficienza.

### COMPETENZE TECNICHE

Le hard skill sono verticali per un ruolo o mansione. Esempi includono la conoscenza di linguaggi di programmazione, l'abilità nell'uso di strumenti e software, competenze contabili o legali e l'expertise in analisi di dati.

### COMPETENZE DI SOSTENIBILITÀ

Aiutiamo le aziende a raggiungere gli obiettivi dell'Agenda 2030 attraverso percorsi formativi su temi di sostenibilità sociale e ambientale.

### FORMAZIONE OBBLIGATORIA

Il set di corsi e programmi di formazione che un'organizzazione deve fornire ai propri dipendenti per assolvere ad obblighi di legge e prevenire o mitigare rischi. Dettata da normative nazionali o internazionali, regolamenti di settore, o standard di sicurezza e qualità, mira a promuovere un ambiente di lavoro sicuro, responsabile e conforme alle leggi.

### COMPETENZE DIGITALI E TECNOLOGICHE

Le digital skill comprendono un'ampia gamma di abilità per comprendere e usare la tecnologia e i media digitali in modo efficace. Sono diventate essenziali in quasi tutti gli ambiti della vita quotidiana e professionale, data l'onnipresenza della tecnologia digitale e la sua costante accelerazione. In senso trasversale, le digital skill includono anche la comprensione di come le tecnologie digitali influenzino la società, l'economia e la cultura.

**270+**  
CORSI

**22+**  
ENTI FORMATIVI

**100+**  
DOCENTI QUALIFICATI

**40+**  
CORSI

SU ESG E SOSTENIBILITÀ,  
DIVERSITY & INCLUSION, WOMAN  
EMPOWERMENT, INNOVAZIONE



# L’azienda e la **governance**

Gility viene fondata il 24 giugno 2022 nell’ambito dell’attività di co-creazione del Fondo Boost Innovation, che fa capo a CDP Venture Capital Sgr. Il Fondo ha avviato il progetto in collaborazione con BPER Banca attraverso un importante round seed nel 2022 che ha dotato l’azienda di un capitale in prospettiva oltre 12 milioni di euro e selezionato i co-founder.

Alla costituzione, i soci istituzionali hanno firmato un accordo di investimento e dei Patti Parasociali che regolano le relazioni reciproche.

Gility non nasce subito come Società Benefit ma, ben presto, cresce all’interno della Società la consapevolezza del

proprio ruolo sociale e la convinzione di **voler affiancare all’obiettivo del conseguimento dell’oggetto sociale e del soddisfacimento degli interessi degli shareholder, la volontà di perseguire benefici comuni operando in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di diversi stakeholder e della comunità tutta: dipendenti, professionisti, aziende ed enti, e in ogni caso tutti i soggetti comunque coinvolti.**

Per questa ragione, il **18 gennaio 2023** con atto di modifica dello statuto diventiamo con orgoglio Società Benefit, ai sensi della Legge 28 dicembre 2015 n. 208, articolo unico, commi 376–384.



I soci istituzionali sono direttamente coinvolti nella Governance sociale esprimendo ciascuno un componente del Consiglio di Amministrazione e di comune accordo l’Amministratore Delegato. Il 12 aprile 2023 abbiamo deliberato un Aumento di Capitale e un **Piano di Remunerazione e Incentivazione** a supporto riservato inizialmente a dipendenti e Amministratori e poi, in data 7 febbraio 2024, aperto anche a collaboratori e advisor, allo scopo di **rafforzare il legame tra Società e dipendenti e collaboratori**. La Società è governata da un Consiglio di Amministrazione composto da tre membri, tra cui il Presidente e l’Amministratore Delegato. L’Amministratore Delegato è anche direttamente coinvolto nella “operatività” dell’azienda e del Business. La gestione di Gility è diretta a bilanciare l’interesse dei soci, il perseguimento del-

le finalità di beneficio comune e gli interessi degli stakeholder.

Il nostro **Consiglio di Amministrazione** si riunisce periodicamente, in media una volta ogni mese e mezzo, per condividere l’andamento delle attività e del business e definire gli interventi nei vari ambiti gestionali e di prodotto.

La Società ha nominato un **Collegio Sindacale** composto da tre Sindaci, Dottori Commercialisti iscritti nel Registro dei Revisori Legali, ai quali è affidata anche la Revisione Legale dei Conti. Nel 2023 il Collegio Sindacale ha partecipato a tutte le riunioni del Consiglio di Amministrazione e alle Assemblee.

La Società si è dotata di un **Organismo di Vigilanza** monocratico e adottato un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (MOG) ex Legge 231/2001.

# La nostra **visione** come Società Benefit

**Vogliamo ridurre lo skill mismatch per generare nuove opportunità di crescita per persone e aziende, riducendo le disuguaglianze, favorendo la crescita culturale, informativa e digitale, e valorizzando l'inclusione.**

Rendiamo la formazione accessibile per supportare la crescita e lo sviluppo delle PMI italiane.

# Come lo facciamo?



Offriamo una **piattaforma digitale** completamente gratuita, senza costi nascosti o abbonamenti.



**Affianchiamo le aziende** con i nostri esperti per aiutarle a cogliere tutte le opportunità per formare le persone.



Aiutiamo nell'ottenere **incentivi e rimborsi** per sostenere la formazione, abbattendo i costi, così da garantire sostenibilità economica.



Catalogo con **i migliori corsi elearning** degli enti più specializzati.



**Semplifichiamo i processi**, così le aziende possono gestire la formazione facilmente, in pochi clic.



Promuoviamo **la formazione a distanza**, più sostenibile e green.

# La nostra **missione** come Società Benefit

Primario per noi :

**Rendere la  
formazione  
semplice,  
ingaggiante  
e di valore.**



**Con la trasformazione in Società Benefit, abbiamo declinato nello Statuto Sociale il perseguimento del **beneficio comune** attraverso i seguenti obiettivi:**

- 1.** Favorire la crescita culturale, informativa e digitale all'interno delle imprese;
- 2.** Fornire alle imprese la possibilità di crescita del team, di riduzione delle disuguaglianze, di inclusione e miglioramento del luogo di lavoro;
- 3.** Favorire la crescita personale e culturale dei dipendenti e dei collaboratori delle imprese;
- 4.** Favorire la formazione su tematiche di impatto ambientale delle imprese;
- 5.** Consentire l'accesso alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione equo per tutti;
- 6.** Proporre lo sviluppo di software sostenibili che mettano a centro l'interesse esclusivo di persone e comunità;
- 7.** Promuovere politiche interne per migliorare i rapporti e il luogo di lavoro, per proteggere i diritti del lavoro e per promuovere un ambiente di lavoro sicuro e protetto di tutti i dipendenti e collaboratori;
- 8.** Valorizzare il capitale umano attraverso iniziative di lavoro agile e welfare aziendale.

L'essere **Società Benefit** ci impone, ma anche ci consente, di evidenziare e comunicare gli impegni assunti, i risultati raggiunti e gli impatti generati in termini di:



### GOVERNO DELL'IMPRESA

Gestiamo la nostra azienda con integrità e responsabilità. La trasparenza nelle decisioni e l'equità nei rapporti sono i pilastri su cui si fonda la nostra gestione aziendale.



### RELAZIONE CON I LAVORATORI

Riconosciamo il valore fondamentale delle persone che fanno parte della nostra organizzazione. Promuoviamo un ambiente lavorativo inclusivo, supportivo e stimolante, dove ogni individuo può crescere professionalmente e contribuire al successo comune.



### RELAZIONE CON GLI STAKEHOLDER

Interagiamo con clienti, fornitori e partner e persone in generale con il massimo rispetto e cooperazione. Ascoltiamo le esigenze e lavoriamo insieme per creare valore condiviso, consapevoli dell'importanza di costruire relazioni solide e durature.



### IMPEGNO PER L'AMBIENTE

Seppur Gility come società di servizi ha un impatto limitato sulla tutela dell'ambiente, la nostra dedizione si manifesta in iniziative volte a ridurre l'impronta ecologica.

**Attraverso queste azioni e iniziative, ci impegniamo a essere non solo un **punto di riferimento** nel nostro settore, ma anche un esempio di come le aziende possano essere forze positive per il cambiamento e l'innovazione sostenibile.**

# L'impatto sullo Sviluppo Sostenibile

Attraverso l'analisi di materialità proposta da SABI, strumento di autovalutazione del Buon Impatto, abbiamo identificato gli impatti rilevanti effettivi e potenziali, positivi e negativi, intenzionali e non che entrano in gioco nella generazione di valore da parte della nostra azienda.

Rispetto ai **15 "IMPATTI SOCIALI E AMBIENTALI STANDARD"**<sup>1</sup> proposti dallo strumento, indichiamo nella tabella sottostante il livello di rilevanza per la nostra impresa:

**Trascurabile** > aree di fatto poco impattate dall'attività ordinaria dell'azienda.

**Abbastanza rilevante** > Non costituiscono il cuore del nostro impatto, ma sono da tenere in considerazione perché l'attività dell'azienda ha ricadute in questo senso

**Molto rilevante** > Sono gli impatti principali che l'azienda genera, in modo strutturalmente legato alla propria attività e al proprio scopo, su società e ambiente.

**Core business** > nasce in modo specifico per generare un impatto in questa area.

**Molto rilevante** > Sono gli impatti principali che l'azienda genera, in modo strutturalmente legato alla propria attività e al proprio scopo, su società e ambiente.

**Core business** > nasce in modo specifico per generare un impatto in questa area.

<sup>1</sup>identificati osservando i principali standard esistenti (ESRS, GRI, SDGs), la normativa sulle Società Benefit (l. 208/2005, art.1 comma 378, all. 5)



<b>Impatto</b>	<b>Descrizione</b>	<b>Rilevanza</b>
<b>Benessere degli individui</b>	La qualità della vita delle persone, esterne all'impresa, i loro bisogni e le loro aspettative di soddisfazione	<b>Core business</b>
<b>Educazione, informazione e cultura</b>	La diffusione di contenuti educativi, formativi, culturali e di iniziative volte a mantenere e/o migliorare le competenze e le conoscenze dei lavoratori interni all'impresa, ma anche del largo pubblico	<b>Core business</b>
<b>Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori</b>	La crescita individuale e professionale dei collaboratori dell'impresa, lo sviluppo delle competenze, il benessere fisico e mentale e la loro soddisfazione come persone	<b>Core business</b>
<b>Diversità, Equità e Inclusione</b>	Il rispetto e la tutela della diversità, non solo in termini di genere ma anche in considerazione di etnia, disabilità, età, ecc., un trattamento equo e inclusivo per tutti, senza discriminazioni	<b>Molto rilevante</b>
<b>Salute e sicurezza dei lavoratori</b>	La salute, il benessere e la sicurezza, fisica, mentale e della sfera privata dei collaboratori, garantendo i mezzi necessari alla loro protezione e tutela	<b>Molto rilevante</b>



<b>Impatto</b>	<b>Descrizione</b>	<b>Rilevanza</b>
<b>Progresso della società e innovazione</b>	Lo sviluppo e la crescita della società dal punto di vista del cambiamento, del progresso e dell'innovazione, anche di natura tecnologica, digitale, scientifica	<b>Molto rilevante</b>
<b>Disuguaglianze economiche e sociali</b>	Il miglioramento o l'aggravio delle disuguaglianze economiche e/o sociali tra gli individui, ossia di quelle condizioni che possono causare differenze nel possesso di risorse e quindi nella generazione di opportunità di vita	<b>Abbastanza rilevante</b>
<b>Diritti Umani</b>	La tutela dei diritti inalienabili degli esseri umani (essenziali a garantire loro dignità, sopravvivenza e sviluppo), siano essi interni o esterni all'impresa	<b>Abbastanza rilevante</b>
<b>Sviluppo economico</b>	La crescita e lo sviluppo della società dal punto di vista economico, sia all'interno dell'impresa (per collaboratori, investitori, soci, ecc.) che all'esterno (territori limitrofi, comunità intercettate, indotto)	<b>Abbastanza rilevante</b>
<b>Cambiamento climatico</b>	I mutamenti a lungo termine che possono interessare le temperature e i modelli meteorologici globali	<b>Trascurabile</b>

**Gli impatti materiali (abbastanza o molto rilevanti, oltre naturalmente al core business dell'azienda) sono oggetto della valutazione dell'impatto, riepilogata nel capitolo conclusivo della presente relazione.**

Impatto	Descrizione	Rilevanza
<b>Inquinamento</b>	L'immissione o la riduzione di sostanze inquinanti in atmosfera, nelle acque e nel suolo, potenzialmente nocive per la salute umana e/o l'ambiente	Trascurabile
<b>Acque e risorse marine</b>	La buona o cattiva gestione dell'acqua e delle risorse marine (prelievo massivo, spreco, cattivo utilizzo,..)	Trascurabile
<b>Biodiversità ed ecosistemi</b>	La variabilità degli organismi viventi, appartenenti agli ecosistemi terrestri, marini, o acquatici, o a complessi ecologici in generale	Trascurabile
<b>Circolarità e uso delle risorse</b>	L'uso efficiente delle risorse presenti nell'ecosistema, nella produzione e nel consumo, finalizzato ad evitarne la diminuzione e a mantenerne il valore il più a lungo possibile nel tempo, in una logica di economia circolare	Trascurabile
<b>Comunità Locali</b>	Singole persone o gruppi che vivono o lavorano in un determinato contesto e che potrebbero essere interessati dalle attività dell'impresa (es. abitanti in prossimità dei siti produttivi, popoli indigeni, enti territoriali, ecc.)	Trascurabile

## PARTE SECONDA

# Il Beneficio Comune di Gility

# La creazione di valore per i nostri **Clienti** e per la **Società**

## Art. 2 Oggetto Sociale

### Favorire la crescita culturale, informativa e digitale all'interno delle imprese

- Costruzione di un catalogo di esperienze formative elearning per aiutare le aziende a potenziare le proprie persone e progettazione di piani formativi.
- Sostegno di seminari e convegni incentrati sulla diffusione di cultura della formazione.

### Fornire alle imprese la possibilità di crescita del team, di riduzione delle disuguaglianze, di inclusione e miglioramento del luogo di lavoro;

- Realizzazione e diffusione di campagne di comunicazione a favore della diversity & inclusion, della sostenibilità ambientale.
- Sensibilizzazione delle aziende attraverso un dialogo continuo e costante.
- Sostegno di seminari e convegni incentrati sulla sostenibilità sociale.

## Art. 2 Oggetto Sociale

### Favorire la crescita personale e culturale dei dipendenti e dei collaboratori delle imprese

- La produzione del Culture Deck, documento che racchiude e comunica i valori, le norme, le aspettative e le pratiche che definiscono l’identità aziendale e guidano il comportamento di tutti i membri dell’organizzazione. Questo strumento serve non solo a delineare la cultura aziendale, ma anche a rafforzarla, facilitando l’integrazione dei nuovi assunti, promuovendo l’ingaggio dei dipendenti e sostenendo lo sviluppo di un ambiente di lavoro coeso e produttivo.

### Proporre lo sviluppo di software sostenibili che mettano a centro l’interesse esclusivo di persone e comunità

### Favorire la formazione su tematiche di impatto ambientale delle imprese

- Implementazione e sviluppo di policy aziendali incentrate sulla tutela dell’ambiente e che forniscano delle regole precise sulle modalità di riduzione dell’impatto ambientale, tramite comportamenti quotidiani.
- Riduzione del consumo di carta e promozione di un ambiente paperless, favorendo l’uso di documenti digitali per tutte le operazioni. Sensibilizzazione all’uso di stampanti solo ove strettamente necessario. Questa pratica non solo aiuta a salvaguardare l’ambiente ma rende anche i processi più efficienti e accessibili. Utilizzo di DocuSign per la gestione elettronica dei documenti facilita la riduzione dell’uso di carta e migliora l’efficienza operativa, permettendo ai dipendenti e ai partner di firmare documenti in modo sicuro e veloce, da qualunque luogo si trovino.
- Fornitura di borracce riutilizzabili per ridurre il consumo di plastica monouso e l’inquinamento associato.
- Partecipazione a seminari incentrati sulle questioni ambientali.

## Art. 2 Oggetto Sociale

### Consentire l’accesso alle tecnologie dell’informazione e della comunicazione equo per tutti

- Adozione di strumenti di social collaboration per promuovere una comunicazione aperta tra tutti i dipendenti, contribuendo così a un ambiente di lavoro collaborativo e produttivo. La suite di Google per la condivisione di documenti in tempo reale permette ai team di lavorare insieme su progetti, documenti e presentazioni. Questo non solo facilita il flusso di lavoro e la cooperazione ma anche assicura che ogni membro del team possa contribuire attivamente e sentirsi parte integrante del processo decisionale.
- Inoltre, l’uso di Slack come piattaforma di comunicazione aziendale rafforza ulteriormente la cultura di trasparenza e inclusione. Slack consente di creare canali dedicati a specifici progetti o temi, offrendo uno spazio per la discussione aperta e il feedback immediato. Questo strumento promuove non solo una comunicazione efficiente ma anche la condivisione di idee e la risoluzione collaborativa dei problemi.
- L’implementazione di questi strumenti di social collaboration testimonia l’impegno di Gility nel costruire un ambiente lavorativo che valorizza la diversità di opinioni, la condivisione della conoscenza e l’interazione continua tra i membri del team.



Abbiamo svolto una prima mappatura degli **interventi del 2023** nel corso dell'esercizio e ha costituito specifica informativa al Consiglio di Amministrazione a settembre 2023 con riferimento a quanto effettuato nel primo semestre dell'anno. Riconosciamo che le iniziative che abbiamo realizzato sono ancora limitate, poiché siamo ancora in una fase iniziale di sviluppo del business.

**Le attività esercitate vengono monitorate attraverso la piattaforma proprietaria che registra l'erogazione dei corsi, le ore relative e rilascia l'attestato al completamento del corso.**

**100**  
CORSI

**Formazione interna  
per dipendenti e  
collaboratori**

**471**  
ORE

**CORSI:**

**Diversity & Inclusion, Parità di Genere, AI per aziende, Introduzione all'ESG, Feedback, 231, Tableau, Sales Management, Comunicazione e Gestione del Conflitto.**

**Formazione  
aziendale per le  
aziende clienti**

**471**  
CORSI

**2924**  
ORE

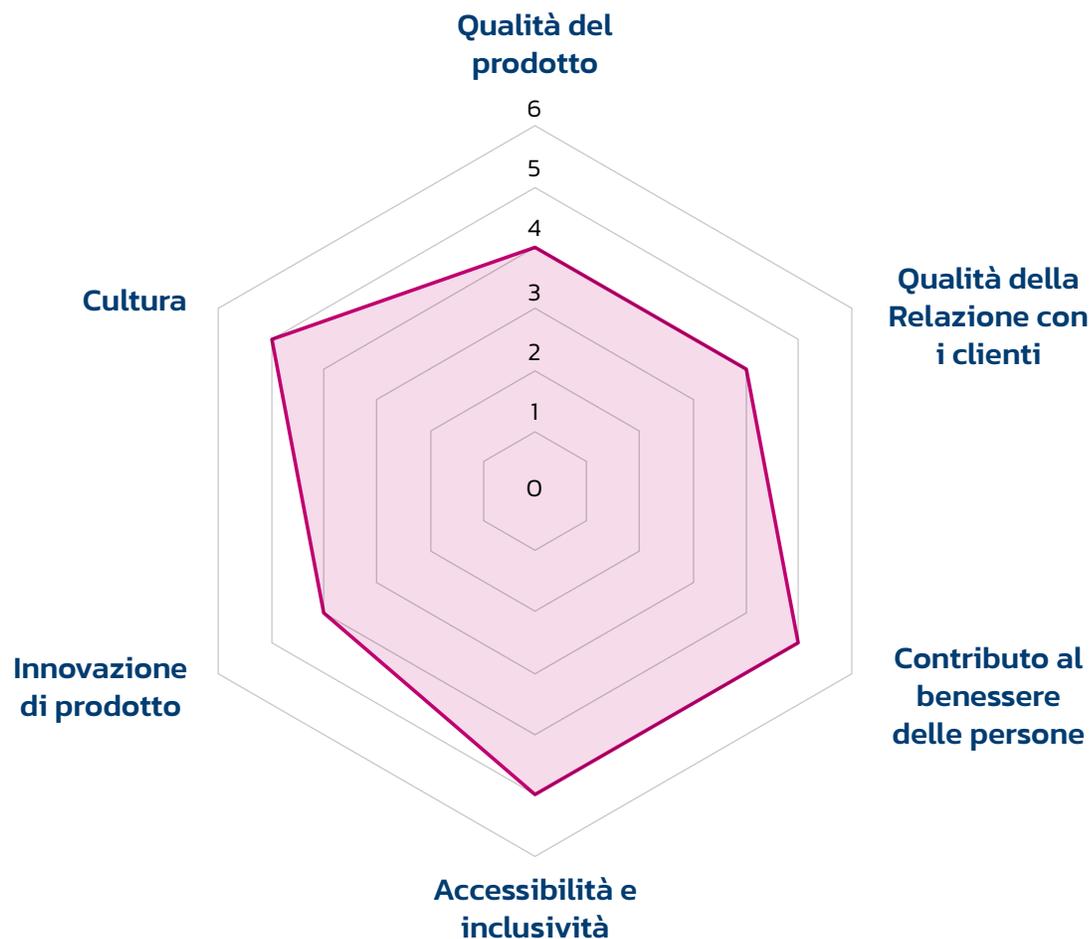
**CORSI:**

**Percorsi di sviluppo sulle soft skill, corsi di lingue (inglese, francese, spagnolo, italiano), percorsi di sviluppo sull'AI e sulle digital skill, corsi verticali per industry e per settore, corsi obbligatori.**

# Valutazione complessiva rispetto alle dimensioni della Creazione di Valore attraverso **il Prodotto:**

Abbiamo svolto una prima mappatura degli interventi del 2023 nel corso dell'esercizio che ha costituito specifica informativa al Consiglio di Amministrazione a settembre 2023 con riferimento a quanto effettuato nel primo semestre dell'anno. Riconosciamo che le iniziative che abbiamo realizzato sono ancora limitate, poiché siamo ancora in una fase iniziale di sviluppo del business.

Allo stesso tempo, tuttavia, valutiamo positivamente quanto finora realizzato sul fronte dei servizi, in particolare rispetto alla capacità di fornire una formazione in grado di contribuire allo Sviluppo di un'Economia Sostenibile, favorendo allo stesso tempo la crescita culturale all'interno delle aziende con cui lavoriamo e, indirettamente, nella società.



# La creazione di valore per le nostre **Person**e

Abbiamo declinato il perseguimento del Beneficio Comune attraverso l'offerta di servizi in una serie di parametri indicati nell'Oggetto Sociale:

## Art. 2 Oggetto Sociale

### Valorizzare il capitale umano attraverso iniziative di lavoro agile e welfare aziendale

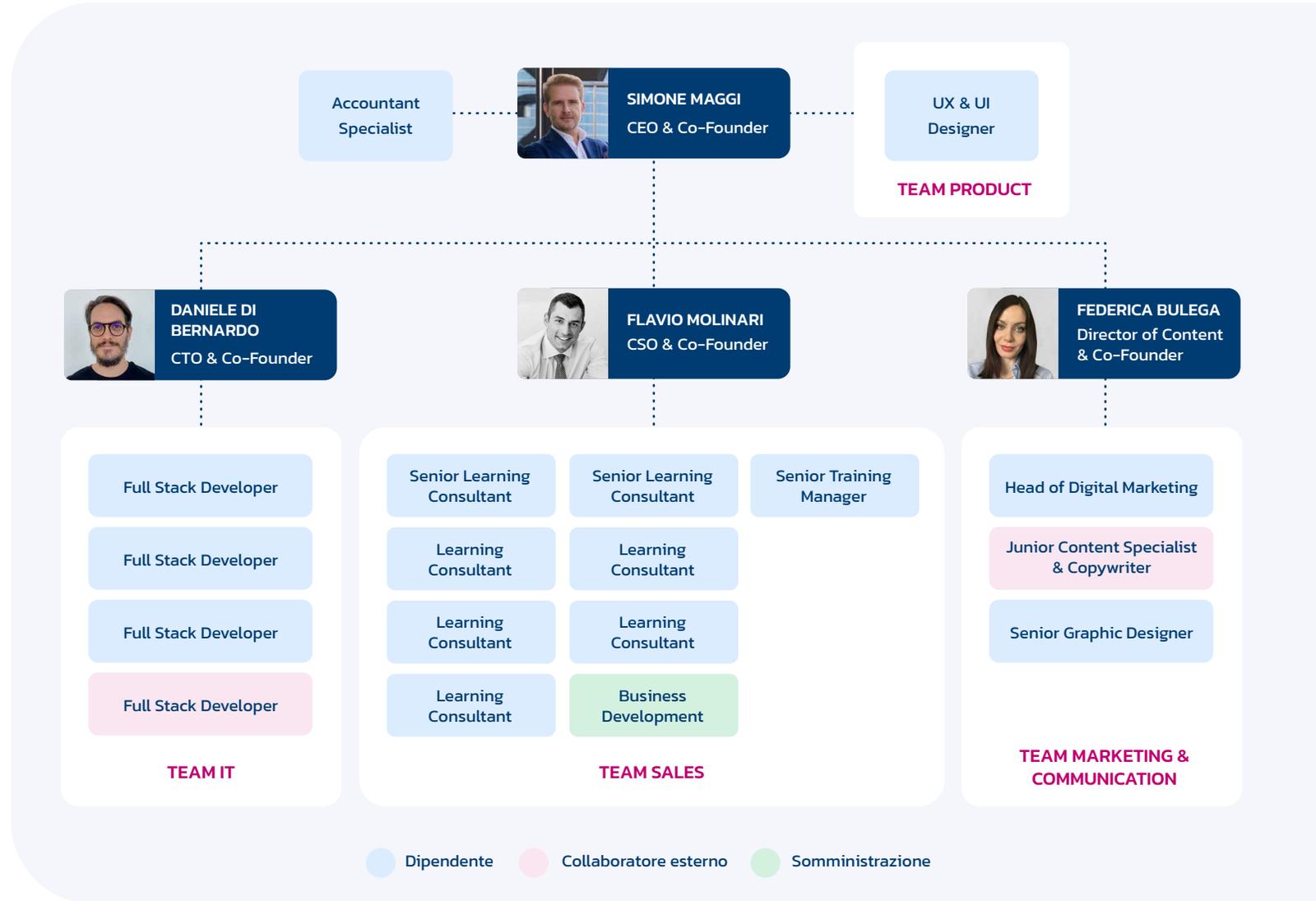
- Implementazione di politiche aziendali capaci di creare un ambiente di lavoro favorevole ed inclusivo, tutelare il work - life balance dei lavoratori attraverso lo smart working e l'inclusione di chi lavora in una città diversa da quella in cui è locata la sede aziendale. La policy prevede infatti un rimborso di 2 viaggi al mese per raggiungere gli uffici al fine di socializzare con colleghi e colleghe, oltre a quelli già previsti per riunioni.

### Promuovere politiche interne per migliorare i rapporti e il luogo di lavoro, per proteggere i diritti del lavoro e per promuovere un ambiente di lavoro sicuro e protetto di tutti i dipendenti e collaboratori

- Off-site: incontro di team building di uno o giorni; Town Gility: assemblea plenaria virtuale mensile per migliorare rapporti e il clima.
- Iniziative che rafforzano il senso di appartenenza e la coesione tra i membri del team, incoraggiando la fiducia e la collaborazione lontano dalle pressioni quotidiane dell'ambiente lavorativo. Tra queste troviamo gli Off-site (incontri di una più giornate di team building) e le assemblee plenarie virtuali mensili chiamate "Town Gility" che permettono a tutti i dipendenti di rimanere informati e di esprimere le proprie idee, contribuendo così a migliorare la comunicazione interna e a rafforzare la cultura aziendale.
- Infine, la somministrazione di una survey per l'analisi del clima aziendale aiuta ad ottenere insight sul benessere dei dipendenti e sulle aree di miglioramento, permettendo all'azienda di adottare misure per rispondere efficacemente alle esigenze del team.

# Organigramma Gility

Nel 2023, secondo anno di vita dalla costituzione, abbiamo posto attenzione all'organizzazione del lavoro, dei processi e delle procedure interne. Il focus principale è stato sulle persone e sulla costruzione del team.



**Il Team al 31 dicembre 2023, è composto da 18 dipendenti, 2 collaboratori esterni con carattere di continuità e 1 collaboratore in somministrazione, oltre al CEO che ha anche una funzione operativa.**



I soci co-founder, la nostra dirigenza, hanno partecipato alle fondamenta e hanno acquisito o acquisiranno nella prima parte del 2024 quote della società. Hanno solida competenza verticale e manageriale in ambito formazione, innovazione e tecnologia:



**Simone Maggi**  
CEO



**Flavio Molinari**  
Chief Sales Officer



**Federica Bulega**  
Director of Content



**Daniele Di Bernardo**  
Chief Technology Officer

Il nostro impegno nell'attrarre e trattenere i talenti è una priorità costante che riflette la profonda considerazione che abbiamo per il **benessere dei nostri collaboratori**, sia nel contesto lavorativo sia nella vita di tutti i giorni.



I nostri **Learning Consultant** hanno solide competenze di Advisory avanzate e specializzate per settori industriali ed esperienza pluriennale sulla formazione finanziata.





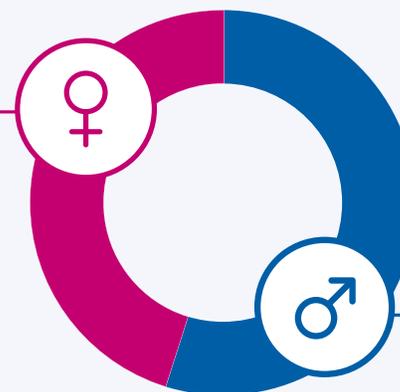
I contratti di lavoro sono a tempo indeterminato e ben esplicitano mansioni e obiettivi. Siamo fermamente impegnati a garantire che la remunerazione di ogni membro del team sia **equa, competitiva e basata esclusivamente sulle competenze**, sulle prestazioni e sui contributi individuali.

Il nostro team è una fusione di talenti unici. **Ingegneri informatici e professionisti provenienti dal mondo startup e digital**, collaborano a stretto contatto **esperti di Learning & Development, professionisti dei servizi HR e consulenti di formazione finanziata**. Questa sinergia di esperienze multidisciplinari, varietà di prospettive e forti competenze specialistiche è la fonte contaminazione culturale, ricerca continua e innovazione.

L'età media del team è **35 anni**. La diversità di genere è un altro aspetto fondamentale della nostra cultura aziendale. Con il 41% del nostro team composto dal genere meno rappresentato, ci impegniamo attivamente a promuovere l'**equità di genere e a sostenere la parità di opportunità** in ogni aspetto della vita aziendale.

**35 ANNI**

**41%**  
DONNA



**59%**  
UOMO

# Il nostro modello **ibrido**

Grazie alla nostra natura ibrida le barriere geografiche non sono un limite alla collaborazione e alla produttività.



## UFFICIO: HACK DELLE PERSONE

La nostra base è a Milano, come noi in evoluzione. La presenza è libera ma sappiamo quanto sia importante per le relazioni, per muovere idee, velocizzare feedback e velocizzare la curva apprendimento. Office è il nostro hack delle persone.



## IBRIDO: HACK DEL TEMPO

Abbiamo tutti necessità di momenti di focus, o di flessibilità. Usiamo questa flessibilità con responsabilità e cerchiamo il massimo dai nostri momenti di focus. Ibrido è il nostro hack del tempo.



## REMOTO: HACK DEI LUOGHI

Siamo talenti e cerchiamo talenti ben oltre ai confini della realtà. Vogliamo essere riferimento per le aziende italiane, possiamo esserlo se saremo noi stessi rappresentanti di tutta Italia. Remote è il nostro hack dei luoghi.

## Le nostre persone e i nostri valori

La nostra cultura si basa su **valori e concetti** fortemente interdipendenti tra loro, che traduciamo in comportamenti contestualizzati. Al cuore di tutto quello che facciamo c'è la formazione continua.

### FORMAZIONE

Obiettivo  
Contesto  
Efficienza  
Performance  
Eccellenza  
Allineamento

Comunicazione  
Responsabilità  
Feedback  
Orizzontalità  
Crescita

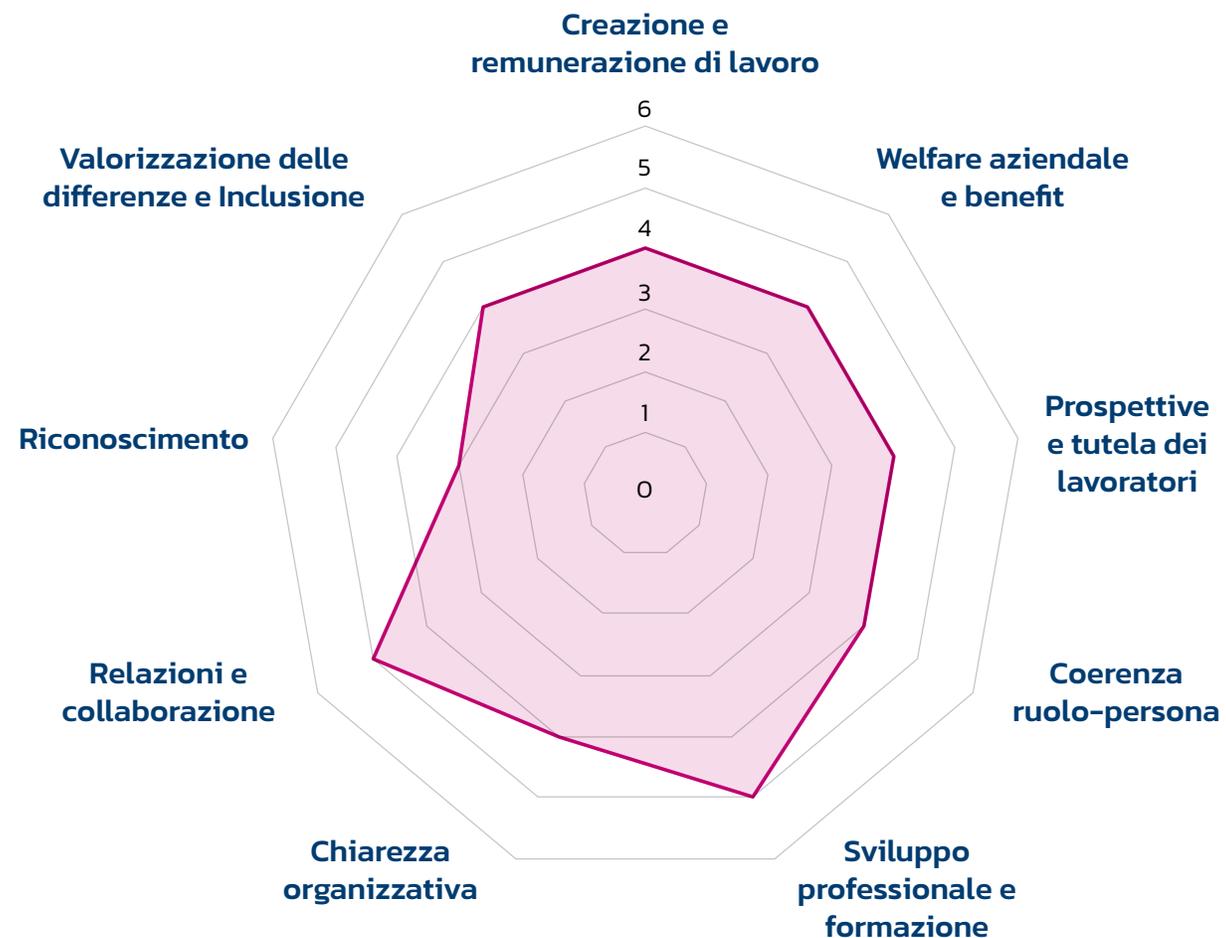
### DAL NOSTRO CULTURE DECK:

- La formazione fa parte del nostro quotidiano
- La formazione individuale è conoscenza condivisa di team
- Lavoriamo per l'obiettivo comune, proponiamo idee ma cercando di mettere da parte l'ego personale
- Siamo pionieri per "re inventare" (distruzione creativa)
- Analizziamo il problema e il contesto e ci prendiamo la responsabilità di agire velocemente
- Siamo in grado di capire le priorità per essere rapidi nelle soluzioni impattanti per il cliente
- Puntiamo a dare il meglio di noi su ogni nostra responsabilità per avere output unici
- Puntiamo all'eccellenza di risultato
- Condivisione e feedback continuo sui nostri canali di comunicazione, diretti e costruttivi
- Ci contaminiamo tra team e ruoli diversi per mettere a sistema le conoscenze di tutti
- Siamo trasparenti e condividiamo tutte le informazioni: il risultato è sempre nostro non solo mio
- Facciamo ricerca continua per continuare ad evolvere costantemente

## Valutazione complessiva rispetto alle dimensioni della Creazione di Valore attraverso **il Lavoro:**

Complessivamente, nell'area della cura delle Persone, Gility raggiunge già oggi buoni risultati, in particolare per quanto riguarda il clima interno e la formazione del personale, come leva di sviluppo e crescita individuale. Sappiamo tuttavia di poter ancora lavorare su alcuni fronti, quali ad esempio la costruzione di un si-

stema di valutazione delle performance, in grado di riconoscere e valorizzare il contributo dei singoli agli obiettivi aziendali, e la messa in atto di meccanismi formali di raccolta di feedback, in modo da orientare le nostre scelte nella direzione di una sempre maggiore creazione di opportunità per le nostre persone.



# Il valore del marketing e della **comunicazione**

Nella nostra missione, il marketing e la comunicazione giocano un ruolo cruciale nel sostenere i nostri obiettivi di sostenibilità.

I principi cardine che guidano il nostro marketing non sono solo quelli di ottenere risultati economici ma anche di restituire valore.

Per questo, non solo attiviamo campagne mirate alla promozione dei nostri servizi e quindi al perseguimento degli obiettivi dei nostri shareholder, ma abbiamo costruito un **ecosistema di contenuti** volto a diffondere **cultura e consapevolezza**.



Per noi, l'intento di generare un valore positivo attraverso la crescita culturale e professionale si concretizza in un ecosistema di contenuti con cui **miriamo a informare, coinvolgere e ispirare il nostro pubblico. Questa include:**

- Il nostro **blog**, progettato come un vero e proprio magazine
- Gli approfondimenti sulla **pagina LinkedIn**
- **Ebook** gratuiti informativi
- La **newsletter Illumina**, che ha la missione di fare luce sugli aspetti più complessi della formazione aziendale

Questa comunicazione non solo aumenta la consapevolezza sulle tematiche di sviluppo sostenibile come la Parità di Genere e la Sostenibilità, ma aiuta anche a diffondere **cultura dell'apprendimento** nel Sistema Paese italiano e crea anche una comunità di individui e organizzazioni allineati agli stessi valori. Attraverso una narrazione coerente e incentrata sugli obiettivi di sostenibilità, possiamo influenzare positivamente le pratiche aziendali e individuali.



# Il valore della consulenza sulla **formazione finanziata**

La consulenza sulla formazione finanziata riveste un ruolo chiave nel garantire la **sostenibilità della formazione** nelle organizzazioni. Aiutiamo le aziende ad accedere a risorse finanziarie dedicate allo sviluppo delle competenze dei loro dipendenti, massimizzando l'efficacia degli investimenti in formazione senza gravare sulle proprie finanze.

Infatti, il panorama dei finanziamenti per la formazione è complesso e comprende **fondi, bandi, avvisi e altri incentivi**: identificare queste opportunità non solo

consente di ridurre i costi diretti associati alla formazione ma promuove anche una cultura dell'apprendimento continuo.

La nostra consulenza gioca un ruolo essenziale anche nella democratizzazione dell'accesso alla formazione professionale. **Facilitando per le imprese di tutte le dimensioni, in particolare PMI, la possibilità di investire facilmente nello sviluppo del capitale umano, contribuiamo all'equità nel mercato del lavoro**

**ro e promuoviamo l'inclusione sociale.**

Questo aspetto è particolarmente significativo in un'era dove le competenze cambiano rapidamente e la necessità di aggiornamento è costante.

Oltre alla sostenibilità economica, la nostra consulenza incentiva l'adozione di

**percorsi formativi su temi di sostenibilità ambientale, sociale ed economica.**

Guidando le aziende verso la scelta di programmi formativi che trattano questi argomenti, contribuiamo a elevare la consapevolezza e a promuovere l'adozione di pratiche aziendali responsabili. In tal modo, le organizzazioni che si affidano a noi non solo migliorano le proprie performance ma generano anche un valore aggiunto che va oltre il profitto.



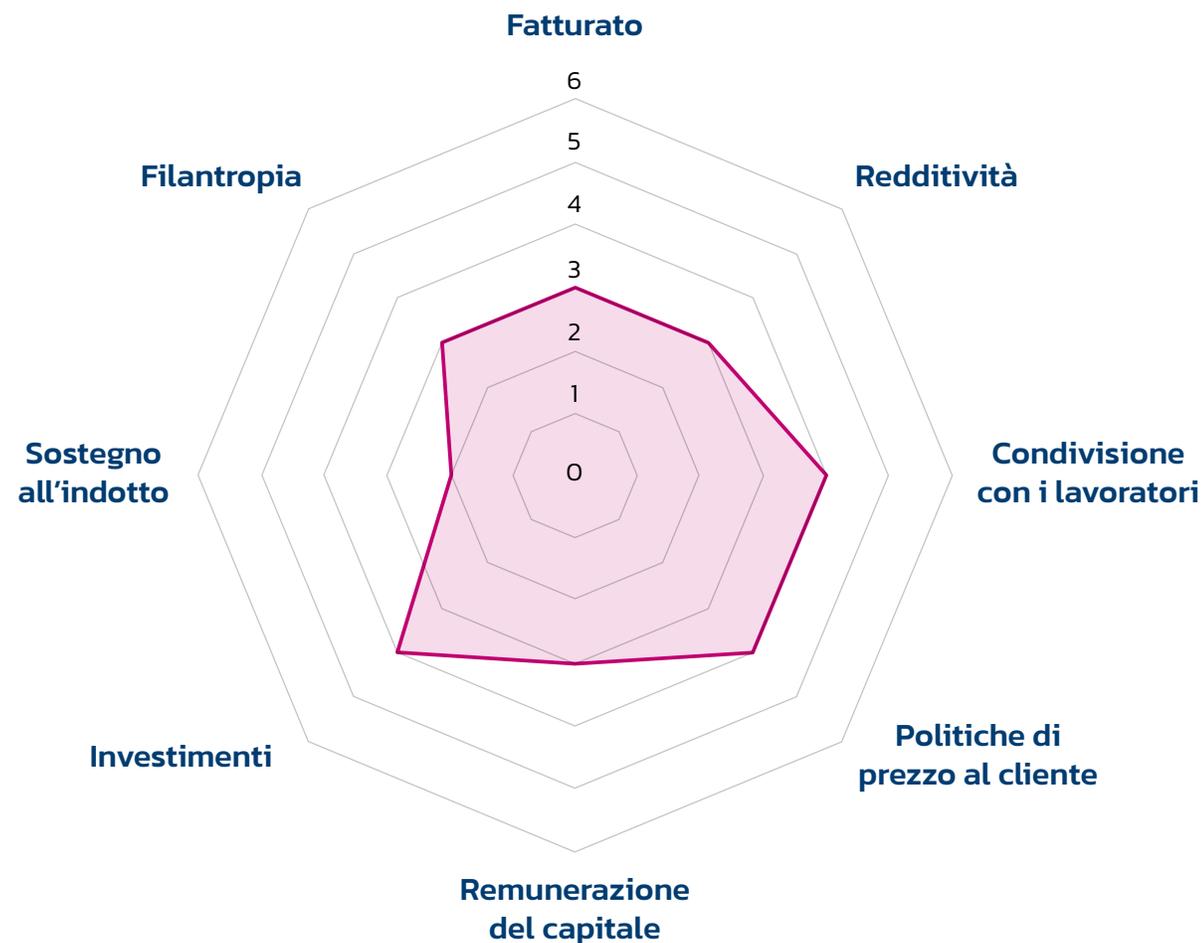
# La creazione e la condivisione di **Valore Economico**

In questa area, Gility non ha potuto identificare, al momento, nessuna specifica finalità di beneficio comune, tenuto conto dello stadio di startup in cui si trova la Società e l'attività svolta, ma siamo consapevoli che la creazione e condivisione di valore economico sia non solo una responsabilità, ma anche una leva d'impatto per qualsiasi impresa.

I risultati del 2023 non possono essere ritenuti soddisfacenti in termini assoluti

(fatturato ridotto, assenza di redditività, ...) ma sono stati valutati in linea con i piani da parte della governance aziendale alla luce dello stadio di vita dell'azienda e di sviluppo dell'attività.

**Valutazione complessiva rispetto alle dimensioni della Creazione di Valore Economico**



# La valutazione complessiva dell'Impatto

La valutazione d'impatto complessiva realizzata attraverso SABI, lo Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa, standard terzo e indipendente coerente con le indicazioni della normativa sulle Società Benefit (L.208/15), ha generato il seguente output.

Minimum requirement	Autovalutazione
Salario dignitoso	✓
Disparità salariali	✓
Salario dignitoso nella filiera	✓
Monitoraggio Diversity & Inclusion	✓
Accessibilità	✓
Parità di genere	✓
Salute e sicurezza dei collaboratori	✓
Salute e sicurezza dei clienti	✓
Rispetto dei diritti umani	✓
Comunità Locali	✓
Monitoraggio e riduzione delle emissioni GhG	⚠
Monitoraggio e riduzione dei consumi di risorse	⚠
Fisco e tasse	✓
Rispetto degli impegni economici	✓
Anticorruzione e Conflitto d'Interessi	✓
Comunicazione e Trasparenza	✓
Monitoraggio e riduzione inquinamento	✓
Monitoraggio e riduzione scarichi idrici	✓
Monitoraggio e riduzione dell'impatto sulla biodiversità	✓

## A: First, do no significant harm: valutazione dei rischi di sostenibilità

Rispetto alla valutazione dei rischi di sostenibilità, in relazione all'industry e al modello di business dell'azienda, si rileva che i requisiti minimi siano rispettati ovunque esistano impatti. Due punti risultano "in via di definizione" riguardano il Monitoraggio la Riduzione delle emissioni e del consumo di risorse. Sono tali perché su di essi un'azienda come Gility non può che avere un impatto molto limitato, purtuttavia, può essere opportuno in futuro adottare politiche e pratiche virtuose in queste aree, in quanto prioritarie per il Pianeta e per gli Stakeholder.

## B: Valutazione degli Impatti materiali

Di seguito, vengono presentati gli impatti materiali per Gility, con una valutazione dell’impatto complessivo generato dall’attività della azienda sullo Sviluppo Sostenibile. Questo output di sintesi è il risultato delle valutazioni assegnate rispetto ai singoli elementi di valutazione del modello, in tutte le aree osservate. Qualora la valutazione presentasse punti di forte criticità (mancanza di requisiti minimi), la valutazione è negativa (rosso). Il tema è invece segnalato come punto di attenzione (giallo) qualora anche uno solo degli elementi di valutazione che vi impattano avesse ricevuto una valutazione bassa. Infine, la valutazione è positiva (verde) se non ci sono valuta-

zioni critiche e la media delle valutazioni sui singoli elementi è più che positiva. Nel caso di Gility, gli impatti sono considerati tutti positivi, con soli due punti di attenzione (Disuguaglianze economico-sociali e Sviluppo Economico Sostenibile), per effetto di una valutazione non pienamente soddisfacente rispetto ai processi di partnership virtuosa con la filiera (punto che viene dunque inserito tra gli obiettivi di miglioramento per il 2024) e per quanto già esposto in relazione allo Sviluppo economico Sostenibile.

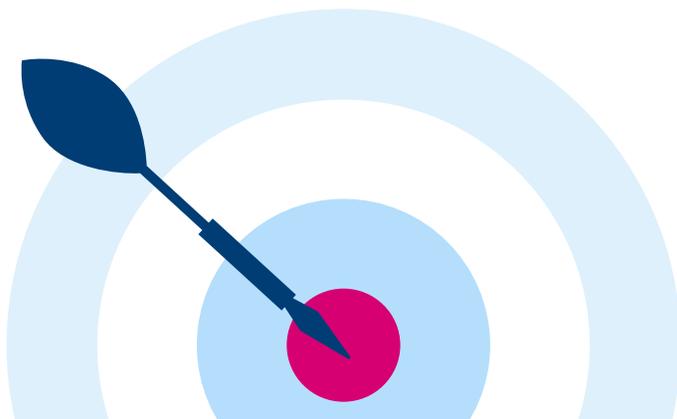
Diversità, Equità e Inclusione	✓	
Benessere degli individui	✓	
Educazione, informazione e cultura	✓	
Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori	✓	
Salute e sicurezza dei lavoratori	✓	
Progresso della società e innovazione	✓	
Disuguaglianze economiche e sociali	⚠	
Diritti Umani	✓	
Sviluppo economico	⚠	

# Obiettivi per il 2024

Per il 2024 vogliamo prenderci l'impegno di intensificare le nostre iniziative di beneficio comune, mirando al raggiungimento di obiettivi sempre più elevati.

Tra le attività programmate intendiamo non solo dare continuità ma anche arricchire le iniziative già intraprese.

**GILITY**



## Cyber Security

Nel 2023, abbiamo avviato iniziative di sensibilizzazione interne di **Cyber Security**. Anche se non sono strutturata e informale, la condivisione di regole e buone pratiche ha gettato le fondamenta per un ambiente digitale più sicuro. Riconoscendo l'importanza critica di questo settore, nel 2024 ci impegniamo ad erogare ai nostri dipendenti formazione specializzata di cyber security, assicurando che tutte le misure di protezione siano sistematicamente integrate nella nostra cultura aziendale.

## Formazione Continua

La **formazione continua** è un pilastro dei nostri valori della nostra politica aziendale. Riteniamo essenziale investire nelle competenze del nostro team: in questo spirito, continueremo a promuovere un ampio spettro di opportunità formative per soddisfare le esigenze di apprendimento e crescita di chi lavora con noi.

## Welfare

Poniamo le persone al centro della nostra missione, con un forte impegno verso il welfare. Introdurremo **Buoni Pasto e Welfare** come parte dei benefici offerti ai nostri dipendenti, dimostrando il nostro impegno a supportare il benessere dei nostri collaboratori anche nelle loro esigenze quotidiane. Ci impegneremo anche a misurare la soddisfazione su queste misure. Ci impegniamo inoltre a supportare attivamente la crescita professionale delle donne.

## Codice Etico

Nel 2024 abbiamo l'obiettivo di sviluppare il **Codice Etico**, il nostro impegno a operare con integrità, trasparenza e rispetto in tutte le nostre attività: questo documento guiderà le nostre decisioni e le nostre azioni, assicurando che ogni membro del team agisca in conformità con i più alti standard etici e legali.

## Fidelizzazione del cliente

Questo impegno si tradurrà anche nel supporto di iniziative volte alla **fidelizzazione del cliente**, attraverso survey e politiche di qualità che mirano a rafforzare la nostra relazione con gli utenti e i partner.

## Filiera Virtuosa

Aspiriamo a diventare un attivatore e un collettore di un sistema virtuoso, **coinvolgendo la filiera e gli stakeholder in generale in un circolo di sostenibilità e responsabilità sociale**. Attraverso questa visione, ci impegniamo a promuovere pratiche di business che non solo generino valore economico, ma contribuiscano positivamente alla società e all'ambiente.

## Qualità dei contenuti

La qualità dei contenuti formativi che forniamo e produciamo rimane una priorità assoluta, poiché è fondamentale per mantenere la fiducia e la **soddisfazione dei nostri clienti**. Continueremo a investire nella progettazione e selezione di contenuti ad alti standard di progettazione.



**GILITY**  
La formazione  
per il futuro



 [www.gility.it](http://www.gility.it) | [info@gility.it](mailto:info@gility.it)