

GILITY SRL SOCIETÀ BENEFIT

# Relazione d'impatto

2025

**GILITY**  
La formazione  
per il futuro



# Indice

**Lettera agli stakeholder** p.3

---

**Premessa: la metodologia e perimetro di rendicontazione** p.4

---

**PARTE PRIMA - Chi siamo** p.6

L'azienda e la governance p.8

La nostra visione e mission come Società Benefit p.11

Le finalità di beneficio comune p.12

L'impatto sullo sviluppo sostenibile p.15

---

**PARTE SECONDA - Relazione sul beneficio comune** p.18

Il beneficio comune di Gility p.19

La creazione di valore per i nostri clienti e per la società p.20

La creazione di valore per le nostre persone p.36

La creazione e la condivisione di valore economico p.46

La valutazione complessiva dell'impatto p.49

---

# Lettera agli stakeholder



**“Poniamo la formazione continua al centro di un modello di crescita sostenibile per le aziende, le persone e la società.”**

Essere una Società Benefit, per Gility, significa tenere insieme due impegni che non possono più viaggiare separati: costruire un progetto economicamente solido e generare impatto reale per le persone e per il tessuto produttivo che serviamo. Ogni scelta – dal prodotto alla consulenza, dalla progettazione dei percorsi alla tecnologia – nasce per rendere la formazione continua una leva concreta di competitività.

Il 2025, terzo anno di questo percorso, è stato un anno di maturazione. Abbiamo consolidato i risultati e, soprattutto, abbiamo reso più strutturato il modo in cui li otteniamo: processi più chiari, offerta e tecnologia più completa, maggiore responsabilità nella governance. La crescita di scala – in ore erogate, corsi, catalogo e progetti – ci ha spinto a rafforzare ulteriormente il sistema che sta dietro all’esperienza di aziende e discenti.

Abbiamo continuato a supportare le imprese con percorsi che rispondono alle sfide più attuali: trasformazione digitale e AI, sostenibilità, leadership e cultura manageriale, DEIB. Lo abbiamo fatto con un approccio che unisce competenza e operatività: da un lato la consulenza per guidare le scelte, dall’altro la capacità di produrre contenuti e progetti formativi che entrano davvero nei processi aziendali.

Anche sul piano interno abbiamo lavorato per essere coerenti con la nostra promessa: un’organizzazione che valorizza chi lavora con noi, che tutela equilibrio e benessere, e che sostiene collaborazione e apprendimento. Perché crediamo che la qualità dell’impatto esterno dipenda dalla qualità del contesto che costruiamo ogni giorno.

Questa Relazione d’Impatto è il nostro modo

di rendere visibile e verificabile il valore generato: non solo cosa abbiamo fatto, ma cosa abbiamo imparato, cosa abbiamo misurato e dove vogliamo migliorare. È un documento di trasparenza, ma anche una bussola: per continuare a far crescere Gility con lo stesso obiettivo di sempre, rendere la formazione un investimento semplice, accessibile e capace di produrre risultati. Perché crediamo che la qualità dell’impatto esterno dipenda dalla qualità del contesto che costruiamo ogni giorno.

**Simone Maggi**

CEO & Co-Founder, Gility

PREMESSA

# Metodologia e perimetro di rendicontazione



La presente relazione descrive l'impatto generato da Gility nel corso del 2025, in coerenza con la normativa sulle Società Benefit. **Nel rispetto dell'articolo unico della Legge 208/2015 , commi 378 lettera c) e 382 lettera a), la Società Benefit deve valutare l'impatto generato attraverso uno standard di valutazione esterno.**

Per la misurazione dell'impatto e dei rischi di sostenibilità **abbiamo scelto il Modello della Buona Impresa aderendo allo Standard di Rendicontazione SABI, promosso dalla Fondazione Buon Lavoro**, un framework terzo e indipendente coerente con gli standard di riferimento del settore, integrandolo con indicatori operativi e survey rivolte agli stakeholder.

Questo modello si basa sul principio che il bene dell'azienda e il bene della società sono inscindibilmente legati, fornendoci un framework solido e adattato alle specificità di Gility per misurare e rendicontare il valore creato. Il modello

si fonda sul principio di "materialità", secondo cui ogni impresa produce e consuma valore in modo diverso, a seconda di fattori come dimensioni, stadio di sviluppo, processi, finalità e caratteristiche distintive. Vengono individuati i temi da rendicontare per l'importanza che rivestono nei confronti dell'azienda e degli stakeholder, elencati nel capitolo "L'impatto sullo Sviluppo Sostenibile". 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 seguenti analizzeremo **le performance del 2025** in termini di creazione di valore per il contesto, attraverso tre pilastri dell'attività:

- 1 **Prodotto**
- 2 **Lavoro**
- 3 **Valore economico**

In questa struttura si inseriscono anche le nostre Finalità di Beneficio Comune, descritte all'inizio di ogni capitolo. Ogni capitolo si apre con un grafico a ragnatela, che rappresenta la valutazione dell'impresa rispetto agli elementi che la qualificano. Questo indicatore è costruito attraverso lo Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa, con una scala di valutazione 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, prestiamo attenzione a presidiare le ricadute sociali e ambientali del business, con l'obiettivo di ridurre il più possibile l'impatto negativo sull'ecosistema.

Questa verifica è affidata alla valutazione del rischio di sostenibilità proposta da SABI, e al rispetto di una serie di Requisiti Minimi, indicati nella sezione iniziale della rendicontazione del Beneficio Comune.



PARTE PRIMA

# Chi siamo

# Gility è **learning technology** sostenuta da CDP Venture Capital e BPER Banca che rende più semplice e accessibile la formazione continua nelle aziende italiane.

In Gility integriamo consulenza strategica con un catalogo di corsi e servizi di progettazione su misura. Il nostro obiettivo è colmare il divario di competenze e trasformare la formazione in un motore concreto di competitività.

Nel 2025 abbiamo continuato a crescere e a rafforzare la proposta di valore: più progetti su misura, più percorsi strutturati (Academy), e un'evoluzione costante della piattaforma per supportare anche contenuti formativi proprietari.



# L'azienda e la governance



Gility viene fondata il 24 giugno 2022 nell'ambito dell'attività 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 di 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, stabilendo le linee guida per la governance e le relazioni tra gli investitori.

Gility non nasce come Società Benefit ma ben presto si afferma nella 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 operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente**

**nei confronti degli stakeholder.**

Per questa ragione, il **18 gennaio 2023** adottiamo lo status di Società Benefit, disciplinato dalla Legge 28 dicembre 2015 n. 208, articolo unico, commi 376-384.

Le Società Benefit hanno due caratteristiche fondamentali:

**A** proteggere e allineare la missione: esplicitano il beneficio comune generato per tutti i portatori di interesse – stakeholder – nell'oggetto sociale del proprio statuto, bilanciando l'interesse dei soci e l'interesse della collettività;

**B** osservare ciò che conta: valutano i propri risultati in termini di impatto positivo sulla società e sull'ambiente con la stessa completezza e con lo stesso rigore adottato per i risultati economico-finanziari.

Rendicontano ogni anno le proprie attività attraverso una relazione di impatto

to, che descrive sia le azioni svolte che i piani e gli impegni per il futuro.

Coerentemente con tale percorso, Gility ha identificato un "Responsabile d'Impatto" o "Benefit Officer", responsabile ai fini del perseguimento delle funzioni e dei compiti volti al perseguimento delle finalità di beneficio comune, come da previsione normativa di cui all'art. 380 della Legge 28 dicembre 2015 n. 208 (Legge di Stabilità 2016) che approva gli obiettivi di beneficio comune e ne monitora i progetti nel corso dell'anno.

La Società è governata da un **Consiglio di Amministrazione** composto da tre membri, tra cui il Presidente e l'Amministratore Delegato, quest'ultimo direttamente coinvolto nell'operatività dell'azienda.

I soci istituzionali partecipano attivamente alla Governance sociale esprimendo ciascuno un componente del Consiglio

di Amministrazione e di comune accordo l'Amministratore Delegato.

Il 12 aprile 2023 è stato 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**.

**L'attività del CdA** è orientata a bilanciare gli interessi degli azionisti con il perseguimento delle **finalità di beneficio comune** e gli interessi degli stakeholder. Il Consiglio si riunisce **in media ogni mese e mezzo**, per monitorare l'andamento del business, valutare le performance e definire le strategie aziendali.

La Società ha nominato un **Collegio Sin-**

**dacale** composto da tre Sindaci, Dottori Commercialisti iscritti nel Registro dei Revisori Legali, ai quali è affidata anche la Revisione Legale dei Conti. Nel 2025 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 ha adottato un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (MOG) ex Legge 231/2001.

Gility continua così a svilupparsi con un modello di governance **solido, trasparente e orientato al valore**, in linea con la sua missione di innovare la formazione continua e generare un impatto positivo sul mercato e sulla società.



# Organigramma Gility



# La nostra **vision e mission** come Società Benefit



Colmiamo il divario di competenze per creare **nuove opportunità di crescita** per persone e aziende. Il nostro impegno è ridurre le disuguaglianze, promuovere la crescita culturale, informativa e digitale, e valorizzare l'inclusione.

Rendiamo la formazione più accessibile e strategica per supportare la competitività delle aziende italiane.

# Le finalità di beneficio comune

I nostri otto obiettivi specifici, recepiti nel nostro statuto e su cui focalizziamo i nostri sforzi.



- 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 Valorizzare il capitale umano attraverso iniziative di lavoro agile e welfare aziendale;
- 8 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.

Nel 2025 abbiamo continuato a tradurre queste finalità in azioni concrete, rafforzando il monitoraggio dei risultati e il dialogo con gli stakeholder.

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.



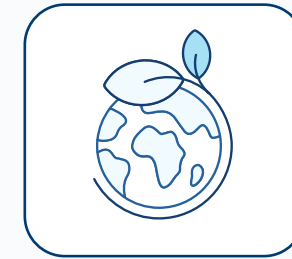
## Relazione con i lavoratori

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** → l'impresa 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)

Impatto	Descrizione	Rilevanza
<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>Core business</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>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>

Impatto	Descrizione	Rilevanza
<b>Cambiamento climatico</b>	I mutamenti a lungo termine che possono interessare le temperature e i modelli meteorologici globali	Trascurabile
<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

**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.

PARTE SECONDA

# Relazione sul beneficio comune

Nel 2025 abbiamo continuato a tradurre queste finalità in azioni concrete, rafforzando il monitoraggio dei risultati e il dialogo con gli stakeholder.

# Il beneficio comune di Gility

ELEMENTO D'IMPATTO

OBIETTIVO

STAKEHOLDER IMPATTATO

SDGs



**EDUCAZIONE, INFORMAZIONE E CULTURA**

**Crescita culturale, informativa e digitale**  
**Formazione** su tematiche di impatto ambientale  
**Software sostenibili** nell'interesse esclusivo di persone e comunità

**IMPRESE CLIENTI**  
**AMBIENTE**  
**SOCIETÀ NEL SUO COMPLESSO**



**DIVERSITÀ, EQUITÀ E INCLUSIONE**

**Crescita** del team, **riduzione disuguaglianze, inclusione** e miglioramento luogo di lavoro  
**Accesso alle tecnologie** dell'informazione e della comunicazione

**LAVORATORI DELLE IMPRESE CLIENTI**  
**SOCIETÀ NEL SUO COMPLESSO**



**BENESSERE DEGLI INDIVIDUI**

**Crescita personale e culturale**

**LAVORATORI DELLE IMPRESE CLIENTI**



**SVILUPPO, BENESSERE E REALIZZAZIONE DEI LAVORATORI**

**Proteggere i diritti** del lavoro e promuovere un ambiente di lavoro sicuro e protetto  
**Valorizzare il capitale umano**

**LAVORATORI DI GILITY**



# La creazione di valore per i nostri clienti e per la società

Nel 2025 abbiamo declinato il beneficio comune attraverso l'offerta di servizi e prodotti formativi, sviluppando un ecosistema che combina piattaforma, consulenza, progettazione e delivery.

ELEMENTO D'IMPATTO



EDUCAZIONE,  
INFORMAZIONE  
E CULTURA

OBIETTIVO

**Crescita culturale, informativa e digitale**

**Formazione** su tematiche di impatto ambientale

**Software sostenibili** nell'interesse esclusivo di persone e comunità

FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE

1 FAVORIRE LA CRESCITA CULTURALE, INFORMATIVA E DIGITALE ALL'INTERNO DELLE IMPRESE

- Creazione, mantenimento ed evoluzione di un'offerta di corsi per sviluppare competenze strategiche e massimizzare il potenziale.
- Progettazione di piani formativi su misura, per rispondere alle esigenze specifiche di ogni impresa e settore.
- Diffusione di una cultura aziendale orientata alla conoscenza e all'apprendimento, attraverso eventi, webinar e contenuti divulgativi.
- Monitoraggio dell'impatto della formazione digitale sulle performance aziendali, attraverso KPI specifici per misurare il miglioramento delle competenze e della produttività.

4 FAVORIRE LA FORMAZIONE SU TEMATICHE DI IMPATTO AMBIENTALE DELLE IMPRESE

- Sviluppo e diffusione di percorsi formativi dedicati alla sostenibilità aziendale, ESG e green skill.
- Sensibilizzazione delle imprese attraverso seminari, eventi e contenuti divulgativi.

6 PROPORRE LO SVILUPPO DI SOFTWARE SOSTENIBILI CHE METTANO A CENTRO L'INTERESSE ESCLUSIVO DI PERSONE E COMUNITÀ

ELEMENTO D'IMPATTO



**BENESSERE  
DEGLI INDIVIDUI**

OBIETTIVO

**Crescita personale e culturale**

FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE

**3 FAVORIRE LA CRESCITA PERSONALE E CULTURALE DEI DIPENDENTI E DEI COLLABORATORI DELLE IMPRESE**

ELEMENTO D'IMPATTO



**DIVERSITÀ,  
EQUITÀ  
E INCLUSIONE**

OBIETTIVO

**Crescita del team, riduzione disuguaglianze, inclusione e miglioramento luogo di lavoro**  
**Accesso alle tecnologie** dell'informazione e della comunicazione

FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE

**2 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 per sensibilizzare le imprese su cultura della formazione, sostenibilità sociale e ambientale.
- Dialogo costante con le aziende per integrare pratiche di inclusione e riduzione delle disuguaglianze nelle strategie aziendali.
- Sviluppo di percorsi formativi su diversity, equity & inclusion (DEI) per sensibilizzare aziende e team su tematiche di inclusione e pari opportunità.
- Promozione della cultura del feedback e della comunicazione aperta, per rafforzare l'engagement e la partecipazione attiva dei dipendenti.

**5 CONSENTIRE L'ACCESSO ALLE TECNOLOGIE DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE EQUO PER TUTTI**

- Progettazione di corsi su competenze digitali di base e avanzate, per ridurre il gap tecnologico tra diversi livelli professionali e sensibilizzazione sull'uso dell'AI.
- Promozione della cybersecurity e della protezione dei dati, per garantire un uso sicuro e consapevole delle tecnologie digitali.
- Diffusione di modelli di formazione ibrida (blended learning), per garantire un'esperienza di apprendimento flessibile e accessibile ovunque.

# Il 2025 in numeri

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.

## KPI D'IMPATTO SUL PRODOTTO



**36.482**

ORE DI FORMAZIONE EROGATA

**+41%** rispetto al 2024  
(25.957 ore)



**5.303**

CORSI EROGATI

**+32%** rispetto al 2024  
(4.028 ore)



**3.755**

PERSONE FORMATE

**-8%** rispetto al 2024



**247**

ORGANIZZAZIONI ACCOMPAGNATE

**-18%** rispetto al 2024

## CHI SI FORMA CON NOI DICHIARA:



**4/5**

IMPATTO POSITIVO SULLA  
CRESCITA PROFESSIONALE\*



**4/5**


SODDISFAZIONE COMPLESSIVA  
DELL'ESPERIENZA FORMATIVA\*

\*Risposte medie alla relativa domanda sulla survey di fine corso su scala Likert a 5 passi

# L'offerta formativa

Il catalogo presenta corsi elearning (on demand e live), in presenza e team building in 9 aree di competenza:

**Soft skill**



**Leadership & Management**



**Benessere Personale & Organizzativo**



**DEIB**  
Diversity, Equity, Inclusion & Belonging



**ESG & Sostenibilità**



**AI, Tech & Digital**



**Professional skill**



**Language & Cultural skill**



**Salute, Sicurezza & Compliance**



**700+**

Corsi

**30+**

Partner

**250+**

Docenti qualificati  
ed enti formativi

**100+**

Corsi su ESG e  
Sostenibilità, DEIB,  
Women empowerment,  
Innovazione

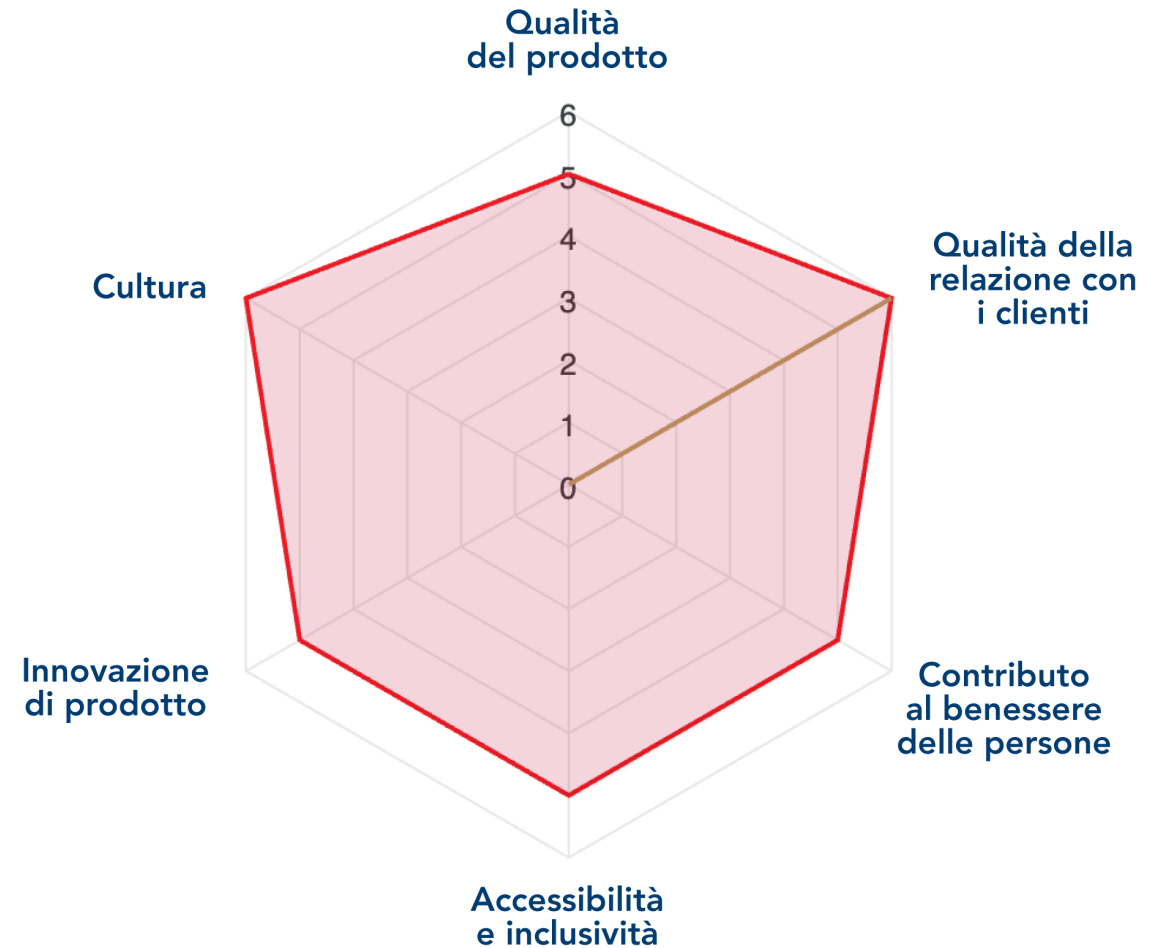


# Valutazione complessiva rispetto alle dimensioni della creazione di valore attraverso il prodotto

Nel 2025 abbiamo consolidato il nostro modello che unisce consulenza, tecnologia e contenuti in un'unica esperienza formativa integrata. Questo rafforza in modo diretto l'SDG 4 (Istruzione di qualità): rendiamo la formazione continua più accessibile, coerente e orientata all'apprendimento reale, grazie a percorsi progettati con attenzione metodologica, misurabili e applicabili nei contesti di lavoro. L'ascolto continuo di mercato e stakeholder ha guidato scelte mirate su piattaforma, governance

e qualità della delivery, rafforzando la nostra capacità di progettare percorsi coerenti, misurabili e realmente applicabili nei contesti di lavoro.

Nel corso dell'anno abbiamo realizzato un numero crescente di percorsi su misura per organizzazioni sempre più strutturate, anche con profili internazionali, costruendo programmi di sviluppo competenze di medio-lungo periodo in grado di coinvolgere popolazioni aziendali ampie e diversificate. Questi



progetti hanno contribuito a rafforzare il nostro posizionamento come partner di riferimento per la formazione continua, capace di coniugare visione strategica e operatività, con un approccio orientato alla performance e alla sostenibilità dei risultati nel tempo.

Parallelamente, abbiamo mantenuto un'attenzione costante al tessuto economico italiano e alle esigenze delle PMI, che restano un'area di cura prioritaria per Gility sin dalla sua fondazione nel 2022. Abbiamo continuato a lavorare per offrire soluzioni semplici da attivare, flessibili nelle modalità e sostenute da un presidio consulenziale concreto, con l'obiettivo di rendere la formazione un abilitatore reale di competitività.

Sul fronte dell'offerta, nel 2025 abbiamo ripensato e razionalizzato la struttura del catalogo adottando un modello organizzato in **nove aree tematiche**, pensato

per rendere la proposta più chiara e coerente con i bisogni reali delle aziende. Questa scelta ci ha permesso di guidare meglio la progettazione dei percorsi, facilitare l'individuazione delle competenze prioritarie e aumentare la capacità di costruire esperienze formative su misura. Abbiamo proseguito l'ampliamento e fidelizzazione dell'ecosistema di partner e della comunità di docenti.

La piattaforma ha continuato a evolvere con miglioramenti funzionali orientati a semplificare la gestione della formazione e ad aumentare l'autonomia delle aziende. Dal punto di vista dell'impatto, questo rafforza l'SDG 9 perché rende più efficiente l'infrastruttura digitale dell'apprendimento e riduce la complessità operativa, liberando tempo e risorse che possono essere reinvestiti nello sviluppo delle persone.

La qualità rappresenta un elemento car-



dine della nostra filosofia aziendale: siamo certificati ISO 9001:2015 (IAF:37) per la progettazione ed erogazione di corsi professionalizzanti, coaching e mentoring. Nel 2025 abbiamo consolidato l'impianto di qualità attivato in linea con gli obiettivi 2024, rendendo sistematiche le survey di valutazione lungo l'intero ciclo formativo. Raccogliamo evidenze sia dalla prospettiva di chi sceglie e governa la formazione (HR e business leader) sia da quella di chi la vive in prima persona (dipendenti e collaboratori), trasformando il feedback in una leva concreta di miglioramento continuo.

Questo presidio rafforza l'affidabilità del prodotto e sostiene un impatto più consistente nel tempo: qualità misurata, decisioni più informate, percorsi più efficaci.

## Customer satisfaction (survey)

Scala 1-4 per gli item di soddisfazione; domanda di raccomandazione su scala 0-10.

### Bontà della consulenza



### Efficacia della formazione



### Risposta della formazione all'aumento delle competenze



### Preparazione docenti e ingaggio dell'aula



### Soddisfazione del servizio



### Quanto ci consiglieresti



## Filiera Virtuosa

Nel 2025 abbiamo continuato a indagare le pratiche di business dei nostri partner, per verificare e promuovere la virtuosità nella nostra filiera.

### Investimenti in innovazione

3.9/4 

### Oltre il 50% collaboratori riceve formazione durante l'anno

4/4 

### Collaborazioni formalizzate in modo adeguato

4/4 

### Promozione politiche welfare e benessere

3/4 

### Promozione DEIB

3/4 

Nel 2025 abbiamo continuato a indagare le pratiche di business dei nostri partner, per verificare e promuovere la virtuosità della filiera Gility. La Partner Survey 2025 restituisce un quadro complessivamente positivo: l'investimento in innovazione di processi e servizi è elevato (media 3,9/4; mediana 4/4), e la formazione interna risulta diffusa, spesso estesa alla maggioranza delle persone o a tutta la popolazione coinvolta, in coerenza con l'SDG 4 e l'SDG 8.

Sul benessere e l'ingaggio, una parte rilevante dei partner dichiara survey periodiche (almeno annuali o più frequenti); dove gli esiti sono noti, vengono riportati prevalentemente risultati "buoni" o "molto buoni". La gestione delle collaborazioni emerge come un punto solido: tutte le risposte indicano relazioni formalizzate ed equamente concordate, a supporto di pratiche di lavoro corrette e trasparenti (SDG 8).

Più articolata la situazione su Diversity & Inclusion: alcune organizzazioni le integrano nella strategia, altre le adottano in modo limitato o non ancora. Il welfare è invece ampiamente presente (lavoro agile, flessibilità, benefit e incentivi), mentre l'impegno verso la comunità locale si distribuisce in modo equilibrato (circa metà sì, metà no). Infine, pur con un'adozione non uniforme di modelli formali come la Società Benefit, emergono segnali di maturità in singoli casi (bilanci di sostenibilità e certificazioni), che confermano l'importanza di presidiare e accompagnare la filiera come leva di impatto coerente con SDG 9, 10 e 11.

# Cultura della formazione e marketing responsabile

## IL NOSTRO ECOSISTEMA DI CONTENUTI 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

Nel 2025 abbiamo continuato a credere in un marketing responsabile: serve a generare valore economico, **ma anche cultura, consapevolezza e competenze** nel tessuto in cui operiamo. È un impegno coerente con la nostra natura di Società Benefit e con un approccio stakeholder-oriented: non ci limitiamo a promuovere il nostro servizio, costruiamo contenuti e iniziative che aiutano HR e aziende a prendere decisioni migliori sulla formazione continua.

Questo orientamento si traduce in un **ecosistema editoriale**, pensato per accompagnare chi si occupa di persone e sviluppo lungo tutto l'anno.

Il blog di Gility presenta approfondimenti verticali, guide operative e analisi che rendono più fruibili anche i temi più complessi (dalla formazione finanziata ai nuovi standard di compliance, fino ai modelli di apprendimento digitale).

In parallelo, la pagina LinkedIn è stata utilizzata come spazio di divulgazione e confronto, con contenuti ad alto valore informativo, casi, strumenti e insight per la community HR.

Un elemento centrale del 2025 è stato il rafforzamento della newsletter Illumina, con la missione di "fare luce" sulla formazione aziendale: offrire chiavi di lettura, linguaggio chiaro e spunti applicabili, valorizzando dati, trend e prospettive. La continuità editoriale, 12 newsletter inviate con regolarità durante l'anno, è stata per noi una scelta di responsabilità.

**Federica Bulega**  
Director of Marketing  
Content, & Co-Founder



Nel 2025 abbiamo attivato due campagne di sensibilizzazione su temi sociali e culturali coerenti con la nostra missione. In occasione della **Giornata internazionale dell'educazione (24 gennaio)** nel 2025 abbiamo raccontato "5 lezioni sulla formazione" attraverso figure italiane che hanno fatto la storia, usando le loro idee come chiavi di lettura per la formazione del presente: la formazione come

pilastro (Adriano Olivetti), la personalizzazione dei percorsi (Maria Montessori), l'innovazione guidata da ricerca e curiosità (Rita Levi-Montalcini), il potere dello storytelling (Federico Fellini) e la contaminazione multidisciplinare come motore di apprendimento (Leonardo da Vinci). L'obiettivo è stato stimolare una riflessione attuale: l'AI e la tecnologia corrono a velocità incredibili, ma la "centralità

umana" resta al cuore dell'evoluzione. In occasione del 25/11, **Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne**, abbiamo scelto di usare i nostri canali per promuovere consapevolezza e attenzione al ruolo che organizzazioni e leadership possono avere nella prevenzione e nella costruzione di contesti di lavoro sicuri e rispettosi.

**GIORNATA INTERNAZIONALE DELL'EDUCAZIONE**

**Adriano Olivetti**  
Luogo di lavoro in uno spazio formativo: fu pioniere nel farlo e nel riconoscere il ruolo delle HR per il successo dell'impresa.

**Maria Montessori**  
Libertà nello scegliere il proprio percorso. Il metodo Montessori ha cambiato l'educazione pedagogica, focalizzandola sulle specificità e i bisogni di ogni individuo.

**Leonardo da Vinci**  
Per lui, ogni sapere era connesso: arte e scienza, tecnologia e natura si intrecciavano in un approccio unico e visionario.

**Rita Levi-Montalcini**  
Ha dedicato la sua vita alla scoperta e all'insegnamento. Un'icona per le donne impegnate nel progresso scientifico.

**Federico Fellini**  
Maestro nel raccontare storie che catturano l'essenza della vita: le storie sono strumenti capaci di rendere i concetti più accessibili e memorabili.

**Aiutateci a diffondere la cultura della formazione**  
Condividi questo post con chi crede nel potere del lifelong learning

**GIORNATA INTERNAZIONALE PER L'ELIMINAZIONE DELLA VIOLENZA SULLE DONNE**

**5 strumenti per riconoscere e contrastare le molestie in ufficio**  
Diffondi consapevolezza con noi

**In Italia 2,3 milioni** di persone hanno subito almeno una molestia sul lavoro nella vita.

**1 donna su 7** ha subito molestie in ambienti professionali.

**Fonte: ISTAT**

**Il ciclo della riflessività di Gibbs**  
Aiuta ad analizzare un evento vissuto per capire le emozioni provate, esaminare le cause e definire un piano d'azione per reagire meglio.

**È utile perché:**

- stimola la comprensione delle emozioni
- riduce la ripetizione di errori o schemi indesiderati
- incoraggia la responsabilità sulle proprie azioni e decisioni

**5D di Hollaback**  
Società no-profit fondata nel 2010  
Cinque modi per intervenire in modo sicuro quando si è testimoni.

**1. DESCRIBERE** interrompi la situazione con una scusa o un diversivo.

**2. DELEGARE** chiedi supporto a chi ha il ruolo per gestire la situazione.

**3. DOCUMENTARE** raccogli informazioni e registra cosa è avvenuto con il consenso della vittima.

**4. DARE SOSTEGNO** offri ascolto e sostegno alla persona coinvolta.

**5. DIRE** interveni a parole, se la situazione lo consente.

**Linguaggio inclusivo e non violento**  
Le parole modellano l'ambiente. Promuovere un linguaggio neutro, chiaro e rispettoso riduce stereotipi, ambiguità e normalizzazioni dannose.

Scegli parole che tutelano per:  
valorizzare includere proteggere

**Conoscenza dei canali interni**  
La prevenzione nasce da regole chiare e accessibili:

- canali sicuri e anonimi
- procedure trasparenti
- tutela dell'anonimato

Formare il team a usarli correttamente significa rendere possibile ciò che altrimenti resterebbe tacito.

**GIORNATA INTERNAZIONALE DELL'EDUCAZIONE**

**Formazione & Competenze**

**Giornata internazionale dell'educazione: 5 lezioni sulla formazione dagli italiani che hanno fatto la storia**

24 gen 2025 • Federica Bulega • 5 minuti

Condividi:

**Indice**

- Adriano Olivetti: formazione continua come pilastro strategico
- Maria Montessori e il potere dell'educazione personalizzata
- Rita Levi-Montalcini: innovare attraverso la ricerca
- Federico Fellini e il valore dello storytelling
- Siamo seduti sulle spalle di giganti

Il 24 gennaio si celebra la **giornata internazionale dell'educazione**, proclamata dall'Assemblea Generale delle Nazioni Unite nel 2018 per onorare la Dichiarazione Universale sull'Educazione per Tutti adottata in Thailandia nel 1990.

Questa ricorrenza globale sensibilizza sul ruolo fondamentale dell'istruzione e della scuola nella crescita delle giovani generazioni e nella costruzione di società più sostenibili, orientate alla pace e al raggiungimento degli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030**.

**ILLUMINA**

La newsletter di Gility che fa luce sulla formazione aziendale

Ricevi ogni mese risorse, articoli e approfondimenti.

**Iscriviti**



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

La consulenza sulla formazione finanziata garantisce la sostenibilità dell'investimento nello sviluppo di competenze.

Il panorama dei finanziamenti per la formazione è complesso e frammentato: identificare le opportunità e aiutare le aziende ad attivarle consente di ridurre i costi associati alla formazione, promuove anche una cultura dell'apprendimento continuo, contribuendo all'equità nel mercato del lavoro e all'inclusione sociale. Questo aspetto è particolarmente signi-

ficativo in un'era dove le competenze cambiano rapidamente e la necessità di aggiornamento è costante. La nostra consulenza inoltre incentiva l'adozione di percorsi formativi su temi di sostenibilità ambientale, sociale ed economica.

**Contribuiamo a elevare la consapevolezza e a promuovere l'adozione di pratiche aziendali responsabili.**

Spesso nelle aziende la formazione finanziata è associata ad una impossibile burocrazia, ma con il partner giusto è una grande opportunità da sfruttare per la crescita delle persone e dell'organizzazione

**Flavio Molinari**  
CSO e Co-founder



# Obiettivi 2026

AZIONE	INDICATORI
<p><b>Rafforzamento del catalogo su competenze e settori specifici come l'intelligenza artificiale, green skill &amp; sustainability, DEIB) per rendere le aziende più responsabili e competitive</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Numero totale docenti e % crescita YoY</li> <li>• Numero totale di corsi presenti nel catalogo e % crescita YoY</li> <li>• Numero di partnership attivate con enti accademici, aziende, e istituzioni</li> </ul>
<p><b>Miglioramento dell'impatto della formazione continua sul tessuto economico italiano potenziamento del servizio di consulenza</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Numero di aziende clienti attive e relativo incremento YoY</li> <li>• Numero di ore formative erogate, crescita YoY</li> <li>• Numero di persone formate</li> <li>• Net Promoter Score</li> </ul>
<p><b>Sostenibilità dei percorsi formativi</b></p>	<p>% di corsi finanziati sul totale</p>
<p><b>Miglioramento continuo dell'esperienza formativa individuale e per l'azienda</b></p>	<p>Indice di soddisfazione dell'esperienza formativa e crescita YoY (rilevato attraverso survey dedicate)</p>
<p><b>Aumento della percezione d'impatto positivo sulla crescita professionale e competenze dei partecipanti</b></p>	<p>Dato medio sull'impatto positivo diretto sulla crescita professionale rilevato tramite survey utenti e crescita YoY.</p>
<p><b>Diffusione attiva della cultura della formazione continua attraverso attività editoriali, eventi e campagne di sensibilizzazione</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Numero di iniziative editoriali e tipologie di contenuti pubblicati (articoli, white paper, podcast, video)</li> <li>• Numero eventi/iniziative di divulgazione organizzati o partecipati</li> </ul>
<p><b>Promozione e diffusione di contenuti e corsi orientati alla sostenibilità, ESG e responsabilità sociale d'impresa</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Numero e tipologia di contenuti formativi prodotti e divulgati relativi a ESG e sostenibilità</li> <li>• Tasso di adesione delle aziende a corsi orientati ai temi della sostenibilità (% sul totale corsi erogati)</li> </ul>
<p><b>Consolidamento dell'attività di ricerca per diventare punto di riferimento autorevole nel settore della formazione aziendale italiana</b></p>	<p>Realizzazione e diffusione del report annuale su trend e dati formazione aziendale</p>
<p><b>Monitoraggio continuo della Filiera Virtuosa</b></p>	<p>Dato quantitativo dalla Partner Survey</p>

# La creazione di valore per le nostre persone

Al cuore di tutto quello che facciamo  
c'è la formazione continua: per le persone  
che formiamo e per chi lavora con noi.

Nel 2025 abbiamo continuato a investire in organizzazione interna, processi e sviluppo professionale, rafforzando un ambiente di lavoro basato su collaborazione, chiarezza e responsabilità diffusa.

#### ELEMENTO D'IMPATTO



**SVILUPPO, BENESSERE  
E REALIZZAZIONE  
DEI LAVORATORI**

#### OBIETTIVO

**Proteggere i diritti** del lavoro e promuovere un ambiente di lavoro sicuro e protetto

**Valorizzare il capitale umano**

#### FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE

##### 7 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 un rimborso di 2 viaggi al mese per raggiungere gli uffici al fine di socializzare con il team.

##### 8 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

- Implementazione di 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 come Town Gility ed Offsite.
- Somministrazione di una survey per l'analisi del clima aziendale per ottenere insight sul benessere dei dipendenti e sulle aree di miglioramento, permettendo all'azienda di adottare misure per rispondere efficacemente alle esigenze emerse.

# La nostra organizzazione

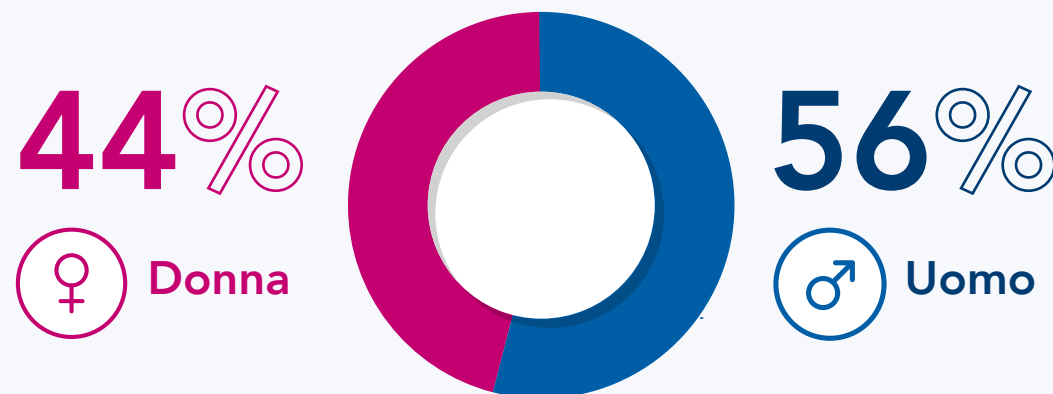
Il nostro team si caratterizza per una **contaminazione virtuosa di esperienze manageriali, tecnologiche e consulenziali** provenienti dal mondo delle startup, da grandi aziende e dal settore della formazione professionale e finanziata. Questa **multidisciplinarietà** favorisce l'innovazione, stimola nuove prospettive e genera sinergie tra competenze specialistiche differenti.

**L'età media del team è 35 anni.** La diversità di genere è un altro aspetto fondamentale della nostra cultura aziendale. Con il 44% del team composto dal genere meno rappresentato, **ci impegniamo a promuovere l'equità**

**di genere e a sostenere la parità di opportunità** in ogni aspetto della vita aziendale.

**I contratti di lavoro 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.

ETÀ MEDIA: **35 anni**



Il personale al 31 dicembre 2025 è composto da 25 lavoratori totali tra dipendenti, collaboratori con carattere di continuità e collaboratori in Somministrazione (+8,7% sul numero lavoratori totali al 31 dicembre 2024) I soci co-founder hanno partecipato alle fondamenta del progetto e posseggono quote della società.

**18** DIPENDENTI

**5** COLLABORATORI  
ESTERNI

**CEO**

Attrarre e **trattenere i talenti è una priorità**: lavoriamo per offrire condizioni e welfare che aiutino davvero le persone, al lavoro e nella vita quotidiana.

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



# Il nostro modello ibrido

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



## Ufficio

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

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

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 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.



## Agilità

L'abbiamo nel nome. Agiamo **velocemente** per offrire sempre soluzioni **semplici** ed efficaci ai nostri clienti. Eliminiamo la burocrazia e abbiamo un mindset sempre orientato alla **risoluzione dei problemi** e all'**orientamento al risultato**.



## Eccellenza

Combiniamo **conoscenza** settoriale, funzionale e normativa per portare **valore** ai nostri clienti, con un **pensiero** sistemico ed "**outside the box**".



## Impatto

Siamo una **Società Benefit** e abbracciamo un modello organizzativo inclusivo e circolare, con il quale portare **risultati** concreti e **misurabili** sulla crescita delle persone, delle aziende e della società in senso più ampio.



## Empatia

Ascoltiamo attentamente le esigenze dei nostri clienti, con i quali collaboriamo per costruire soluzioni formative su **misura**, per rispondere alle sfide reali di ogni azienda. Per noi, la crescita parte dalla **comprensione**.

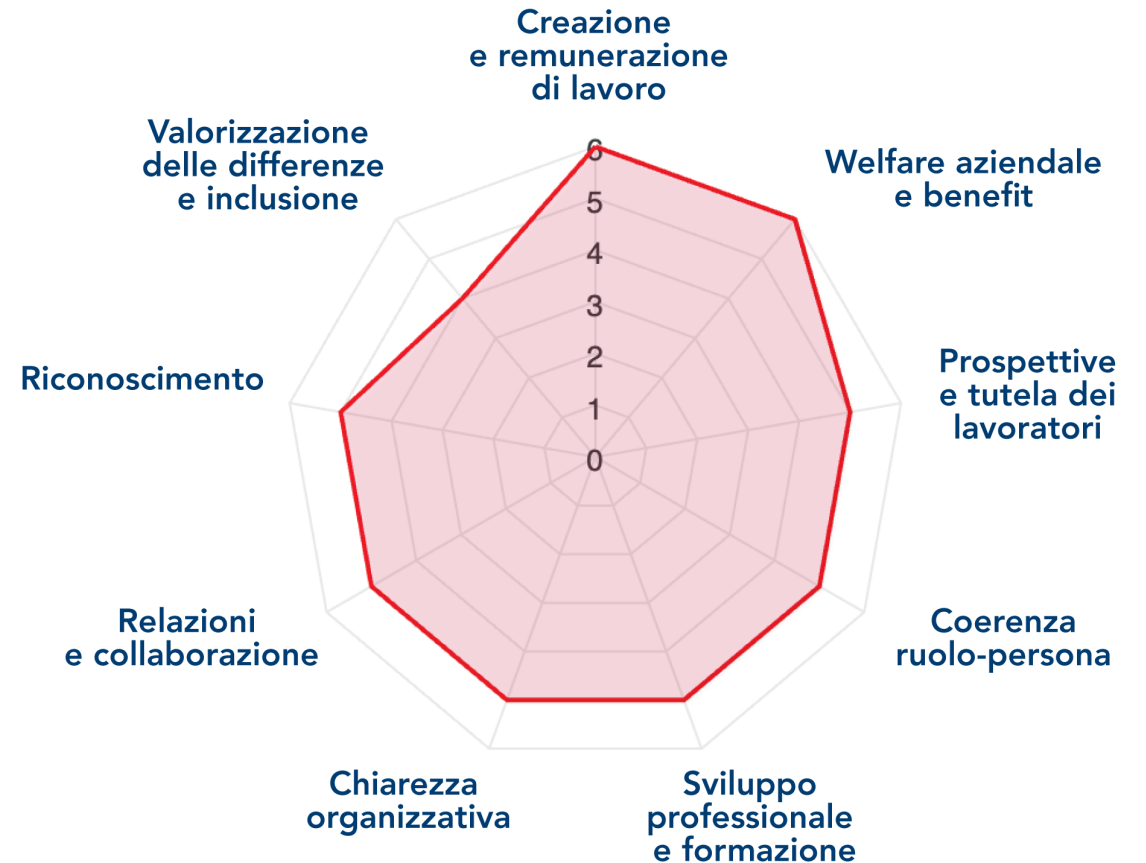
# Valutazione complessiva rispetto alle dimensioni della creazione di **valore** attraverso il lavoro

Nel 2025 Gility ha proseguito il percorso di consolidamento organizzativo avviato negli anni precedenti, in un contesto aziendale in evoluzione che ha richiesto di concentrare energie e priorità su continuità e rafforzamento dei processi. Anche quest'anno è stata mantenuta l'attenzione su collaborazione, comunicazione e sviluppo delle competenze, continuando a favorire momenti di allineamento e scambio tra le persone.

Sono stati previsti momenti ricorrenti di allineamento e scambio, sia in re-

moto sia in presenza, come il team building dedicato al team sales e le **Town Gility** periodiche, i momenti in presenza di celebrazione e confronto dedicati al consolidamento delle relazioni di team. Questi appuntamenti sono stati utilizzati per condividere priorità, aggiornamenti su progetti e risultati, e per rafforzare il senso di squadra.

Le politiche di welfare e di flessibilità sono rimaste centrali, continuando a offrire buoni pasto e welfare spendibile e a garantire la possibilità di lavoro agile,



regolamentato attraverso accordi individuali coerenti con ruoli e responsabilità. L'obiettivo è offrire condizioni pratiche che supportino l'organizzazione del lavoro e l'equilibrio tra vita privata e professionale, in modo sostenibile per l'azienda e per le persone.

Rispetto al piano di misurazione definito, nel 2025 non è stato possibile svolgere la survey di clima e alcune attività previste dalla Relazione d'Impatto 2024, a causa del momento storico e delle priorità organizzative. Di conseguenza, non è stato potuto rilevare alcuni indicatori chiave tramite survey interna, tra cui: tasso di soddisfazione sul welfare, indice di equilibrio vita-lavoro, soddisfazione sul processo di onboarding, percezione della cultura del feedback e percezione complessiva di benessere aziendale. Anche i relativi indicatori di crescita YoY non sono quindi disponibili per l'anno.

Sul fronte della compliance e della tu-

tela del benessere, nel 2025 è stato avviato e implementato il lavoro di analisi dello stress lavoro-correlato. Si tratta di un presidio importante per rendere più strutturata la valutazione dei fattori organizzativi che incidono sul benessere e per definire azioni di miglioramento basate su evidenze. I primi risultati e gli indicatori correlati saranno disponibili e rendicontati nella Relazione d'Impatto 2026.

Per il 2026 l'obiettivo è ripristinare la misurazione periodica tramite survey interna, così da tornare a monitorare in modo continuativo gli indicatori, insieme all'evoluzione delle iniziative di welfare e sviluppo delle competenze.



## Organismo di Vigilanza, Modello 231 e Governance Responsabile

Nel corso dell'esercizio, la Società ha svolto incontri periodici con l'Organismo di Vigilanza (OdV), finalizzati al monitoraggio dell'efficace attuazione del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del decreto legislativo 231 del 2001 e alla verifica dell'adeguatezza degli assetti organizzativi, amministrativi e contabili, ai sensi dell'art. 2086 c.c.

In particolare:

- il Modello 231 è stato aggiornato ed è attualmente vigente per l'anno 2025;
- è stata realizzata una mappatura dell'utilizzo dell'Intelligenza Artificiale nei processi aziendali e nei contenuti formativi, con il coinvolgimento del Responsabile IT, anche in relazione all'AI Act e al Decreto legislativo n. 132 del 2025;
- i referenti 231 hanno partecipato a un workshop di aggiornamento specialistico organizzato da una società di consulenza esterna;
- la Società eroga corsi di formazione completi e strutturati anche sui temi del decreto legislativo 231 del 2001 e dell'Intelligenza Artificiale, contribuendo alla diffusione di una cultura della legalità, della compliance e dell'uso responsabile delle tecnologie;
- il Codice Etico, adottato nel 2024, è allineato alle best practices e il sistema di Whistleblowing risulta pienamente operativo;
- il sito istituzionale è mantenuto costantemente aggiornato.

Tali attività confermano l'impegno della Società nel promuovere una governance solida e sostenibile, coerente con la propria missione benefit e con il ruolo formativo svolto nei confronti di imprese e professionisti.

**Organismo di vigilanza monocratico – Avv. Sapone Santa**

# Obiettivi **2026**

## AZIONE

Miglioramento del welfare aziendale

Promuovere una cultura del feedback continuo e della crescita professionale.

Formazione continua: coaching, sviluppo di hard & soft skill per aumentare la produttività, l'efficienza operativa e la qualità del lavoro.

Ottimizzazione del processo di onboarding per i nuovi talenti e monitoraggio dell'efficacia attraverso feedback continui

Miglioramento well-being aziendale

## INDICATORI

Tasso di soddisfazione dei dipendenti sul welfare aziendale e crescita YoY del dato e **indice di equilibrio vita-lavoro** rilevati tramite survey interna

- **Indice di percezione della cultura del feedback (rilevato tramite survey di clima)**

- **Numero di corsi interni erogati e crescita YoY**
- Numero di ore formative interne erogati e crescita YoY

- **Tempo medio di onboarding**
- Soddisfazione sul processo di onboarding (survey interna)

- Dati dall'analisi stress lavoro correlato
- Aumento della percezione di benessere aziendale (survey interna)

# Il 2025 in numeri

## KPI D'IMPATTO SULLE PERSONE



**61**

CORSI EROGATI

**+205%** rispetto al 2024



**392,5**

ORE DI FORMAZIONE EROGATA

**+401,1%** rispetto al 2024

SU TEMI

Competenze digitali (cybersecurity), Competenze trasversali, Competenze tecniche per ruoli e mansioni



**100%**

DEL PERSONALE COINVOLTO



# La creazione e la condivisione di valore economico

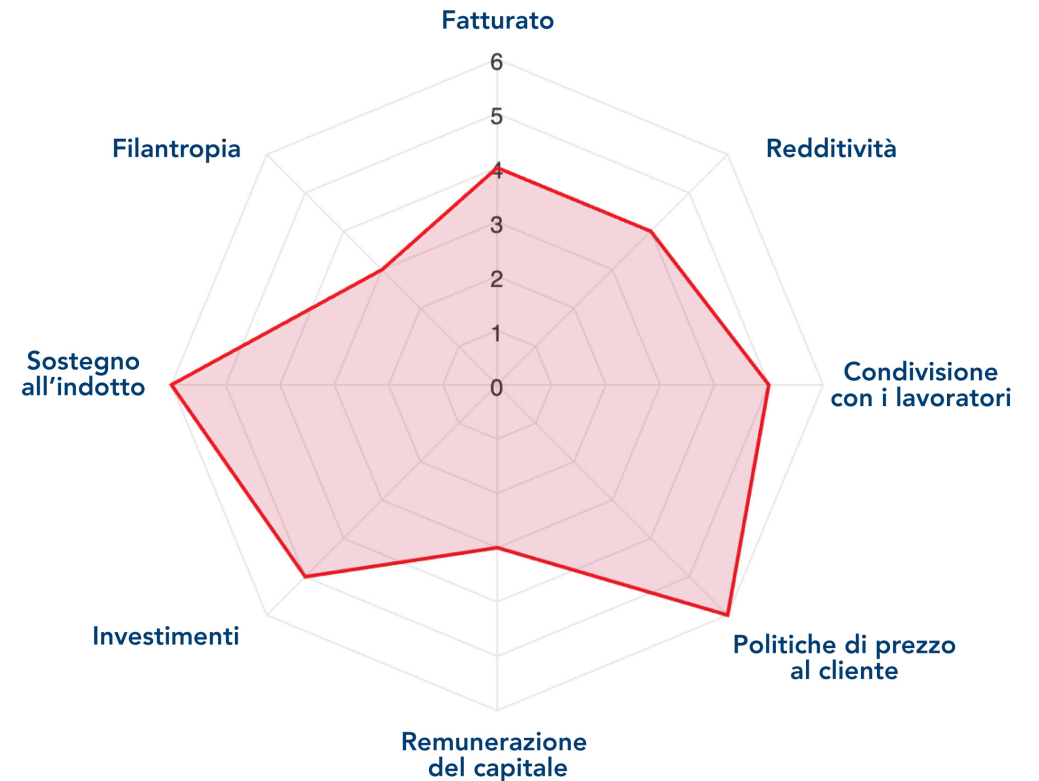
# Valutazione complessiva rispetto alle dimensioni della creazione di **valore economico**

Nel corso del 2025, Gility ha rafforzato la propria posizione nel settore della formazione aziendale in Italia, proseguendo il percorso di consolidamento avviato negli anni precedenti.

I risultati del 2025 confermano un progresso significativo: il fatturato ha raggiunto 1.028.219 €, con un incremento rispetto ai risultati 2024 (€ 577.445), pari a una crescita del + 78,06%. La cresci-

ta riflette una maturazione delle attività operative, una risposta più efficace alle esigenze del mercato e un rafforzamento della capacità di generare valore per aziende, partner e stakeholder. Pur non avendo ancora raggiunto la redditività.

Gli obiettivi per il 2026 su quest'ambito sono il rafforzamento della redditività, la stabilizzazione della crescita e l'ulteriore incremento dell'impatto generato.



# Il 2025 in numeri

## KPI D'IMPATTO SUL VALORE ECONOMICOV



**€ 1.028.219**

FATTUATO ANNUALE

**+78%** rispetto al 2024



**oltre € 1.110.469**

VOLUME D'AFFARI

## Obiettivi **2026**

### AZIONE

**Consolidamento della crescita economica e della sostenibilità finanziaria; incremento della redditività e ottimizzazione risorse.**

### INDICATORI

- Fatturato annuale e crescita YoY
- Dato sul volume d'affari complessivo (fatturato + ordini)
- Volume d'affari complessivo (fatturato + ordini)

# La valutazione complessiva dell'impatto

La valutazione complessiva dell'impatto è stata svolta tramite uno standard terzo e indipendente, coerente con le indicazioni normative per le Società Benefit. L'analisi considera sia il rispetto dei requisiti minimi, sia le principali dimensioni di impatto materiale connesse al modello di business di Gility.

Rispetto ai rischi di sostenibilità, in relazione al settore e alle attività svolte, i requisiti minimi risultano rispettati in tutte le aree in cui l'azienda genera un impatto diretto. Alcuni aspetti possono risultare "in via di definizione" quando l'impatto dell'azienda è limitato o indiretto: in questi casi l'impegno è proseguire nello sviluppo di politiche e pratiche coerenti, così da rafforzare nel tempo la capacità di monitoraggio e gestione.

La tabella di sintesi riporta gli impatti materiali per Gility e una valutazione complessiva del contributo dell'azienda allo sviluppo sostenibile. Il risultato deriva dalla combinazione delle valutazioni assegnate ai singoli elementi del modello, in tutte le aree osservate. In presenza di criticità rilevanti (mancanza di requisiti minimi) la valutazione è negativa; un tema è invece segnalato come punto di attenzione quando anche uno solo degli elementi collegati presenta una valutazione bassa. La valutazione è infine positiva quando non emergono criticità e la media delle valutazioni sui singoli elementi risulta complessivamente più che adeguata.

Nel caso di Gility, gli impatti risultano complessivamente positivi. L'azienda rispetta gli

## 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	✓

adempimenti di trasparenza, rende disponibili agli stakeholder le informazioni non sensibili e adotta criteri di veridicità e correttezza nelle attività di comunicazione.

Sul fronte dell'integrità e della compliance, Gility ha valutato i possibili rischi legati a conflitti di interesse e a fenomeni corruttivi, adottando presidi proporzionati al proprio contesto. Questa attenzione si traduce sia in strumenti interni (Codice Etico e Modello Organizzativo 231), sia nella capacità di promuovere cultura della compliance anche all'esterno, attraverso contenuti e percorsi formativi dedicati.

Per quanto riguarda salute e sicurezza, Gility garantisce il rispetto della normativa applicabile e mantiene attivo un presidio di monitoraggio sui rischi emergenti. Nel 2025 è stato avviato il percorso di valutazione dello stress lavoro-correlato; i primi dati strutturati saranno disponibili nella Relazione d'Impatto 2026.

Dal punto di vista economico, l'azienda mantiene un elevato livello di responsabilità: rispetta gli impegni verso fornitori, collaboratori e dipendenti, con pagamenti effettuati nei tempi stabiliti. Gility adotta inoltre una gestione fiscale etica, senza politiche elusive o aggressive, garantendo puntualità nel versamento delle imposte dovute.

Un'area di attenzione riguarda la Diversity, Equity, Inclusion & Belonging. Pur con una forte sensibilità verso questi temi – coerente anche con l'offerta formativa e con alcune prassi interne – nel 2025 non risulta ancora attivo un sistema formalizzato di monitoraggio o un percorso di certificazione specifico (es. UNI/PdR 125). Rimangono però consolidate pratiche inclusive, tra cui la redazione delle job vacancy con attenzione alla riduzione dei bias di selezione, e una governance che riflette un equilibrio complessivo. La composizione di genere del team è sostanzialmente in linea con il settore.

<b>Diversità, Equità e Inclusione</b>		
<b>Benessere degli individui</b>		
<b>Educazione, informazione e cultura</b>		
<b>Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori</b>		
<b>Salute e sicurezza dei lavoratori</b>		
<b>Progresso della società e innovazione</b>		
<b>Disuguaglianze economiche e sociali</b>		
<b>Sviluppo economico</b>		

## GILITY - RELAZIONE D'IMPATTO 2025

*Sul piano ambientale, l'azienda ha continuato un percorso di consapevolezza e miglioramento, pur non disponendo ancora di strumenti di misurazione formale. Nel 2025 Gility ha proseguito con politiche paperless, azioni di riduzione della plastica monouso e promozione del lavoro agile per limitare gli spostamenti. In parallelo, sensibilizza il team su un uso più consapevole di energia e mobilità. Coerentemente con la propria missione, Gility contribuisce anche indirettamente alla transizione ecologica attraverso percorsi formativi dedicati alla sostenibilità per le imprese.*

*Infine, l'impatto sulle comunità locali rappresenta un'area ancora non strutturata. Nel 2025 l'azienda ha avviato una riflessione interna su possibili linee di azione future, con l'obiettivo di individuare iniziative coerenti con il modello di business e sostenibili nel tempo.*

*Gility continuerà a monitorare questi aspetti*

*e a rafforzare il proprio impegno in pratiche virtuose e misurabili, con l'obiettivo di rendere l'impatto sempre più leggibile, verificabile e orientato al miglioramento continuo.*



**GILITY**  
La formazione  
per il futuro

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