

# LE ESPERIENZE DELLE AZIENDE PARTNER





## KALEIDOS, SOCIAL IMPACT LAB



### DATA

Maggio 2022  
in corso

#### TIPO DI ATTIVITA'

Sviluppo e misurazione di iniziative a impatto sociale

#### TARGET COINVOLTO

Tutta l'azienda e stakeholder esterni

Kaleidos è il Social Impact Lab di Banca Ifis che sviluppa progetti a sostegno di una cultura più inclusiva.

Tra le iniziative prima banca italiana certificata per la parità di genere (Winning Women Institute), cultura sulla D&I (Valore D, orientamento STEM, Meet your Accelerator), programmi per il benessere delle persone (prevenzione, wellbeing, sport), borse-lavoro per la re-inclusione sociale, sostegno dell'ecosistema culturale (Economia della Bellezza), supporto alla ricerca scientifica (Ospedale Bambino Gesù, VIMM UniPadova) e per l'accesso alle cure mediche (Taxi solidale di Fondazione Heal).

#### GLI OBIETTIVI:

- generare un impatto positivo sull'economia reale e creare valore per il territorio, integrando le strategie di business con gli obiettivi sociali e ambientali
- promuovere **progetti a elevato impatto sociale** in tre aree: **comunità inclusive, cultura e territorio e benessere delle persone.**

#### PUNTI DI FORZA

Kaleidos esprime il **purpose della Banca**: creare valore per le persone, esprimendo il potenziale generato dalla diversità, come volano di innovazione sostenibile.

Un **modello di open innovation** che ha l'obiettivo di promuovere l'innovazione grazie a **partnership strategiche** e alla maggiore **collaborazione tra pubblico e privato**, per valorizzare e facilitare la messa a sistema di competenze e nuove idee.

La **valutazione d'impatto**: un modello (replicabile e scalabile), sviluppato in collaborazione con il Politecnico di Milano, in grado di identificare, misurare e monitorare l'impatto generato dalle iniziative strategiche di Banca Ifis in ambito di responsabilità sociale.

L' **Impact Watch**: un osservatorio dedicato a **temi e trend** che abilitano la **transizione sostenibile**, con un focus particolare sulle PMI.



# enel 60 YEARS

## RE-GENERATION ENEL



**DATA**  
Anno 2021

### TIPO DI ATTIVITA'

Iniziativa di e-learning breve, di valenza universitaria, a supporto delle politiche di aging per la valorizzazione del capitale umano

### TARGET COINVOLTO

Tutti i dipendenti over 50 Country Italy (9.000 persone)

Iniziativa dedicata ai **dipendenti over 50**, con almeno il diploma di scuola secondaria superiore, che hanno potuto **studiare online** sulla piattaforma di **e-learning** dell'Università Telematica Internazionale **Uninettuno**.

Il progetto ha consentito di **portare l'Università in azienda**. I partecipanti hanno potuto ottenere **crediti universitari** per il loro **percorso formativo**.

L'**offerta** includeva una selezione di **13 corsi in tre aree scientifiche** di alto valore strategico: Digital Economy, Diritto nella Società Digitale, Information e Digital Technologies.

### GLI OBIETTIVI:

- offrire **opportunità di aggiornamento** e formazione accademica sui temi dell'innovazione tecnologica e della digitalizzazione
- **ridurre il GAP generazionale** sulle tematiche della digitalizzazione, supportando lo sviluppo personale dei partecipanti
- **rafforzare le competenze professionali** per rispondere alle nuove richieste del contesto lavorativo



«Promuoviamo un meccanismo virtuoso di cura dello spazio relazionale, basato su ascolto e condivisione per un ambiente di lavoro in cui motivazione e benessere generino produttività e sostenibilità, in un inedito equilibrio tra persone e ambiente. Intendiamo armonizzare l'evoluzione del business con la capacità delle persone di operare con maggiore autonomia e responsabilità, aggiungendo alle technicalità le passioni: un'inclusione di tipo emotivo per team più forti e dunque produttivi.»

**GUIDO STRATTA – Direttore People & Organisation**

### PUNTI DI FORZA

Un progetto a **sostegno dell'aging** e orientato alla **promozione delle competenze** e del **talento** delle persone, in linea con la **visione di Enel di una transizione energetica inclusiva e partecipata**.

L'iniziativa ha **offerto** alle persone **over 50** l'opportunità di **arricchire** la propria **esperienza** e sviluppare **nuove competenze** nel campo della **digitalizzazione**, che è al centro dell'evoluzione del settore energetico verso un modello più sostenibile.

Circa il **72% dei dipendenti** ammessi agli esami erano in possesso del **solo diploma di scuola superiore**, quindi non aveva mai completato un percorso di studio universitario.

Il progetto ha **riscosso grande consenso** presso la platea, che ha colto con entusiasmo l'opportunità di mettersi in gioco per acquisire nuove competenze.





## WOMEN IN MOTION



### DATA

**Gennaio 2017  
in corso**

#### TIPO DI ATTIVITA'

Campagna di innovazione sociale per il superamento dello stereotipo di genere nelle carriere STEM.

#### TARGET COINVOLTO

Personale tecnico, sia maschile che femminile, in qualità di mentor. L'intero Gruppo FS attraverso una call to action per candidare le scuole.

Women in Motion, (WIM) è un progetto di innovazione sociale rivolto a studentesse e studenti a cui hanno aderito, come Mentor FS oltre 100 donne e dal 2022 anche colleghi uomini, impegnati in tutte le aree tecniche del Gruppo.

Il progetto vuole promuovere la presenza delle donne nei percorsi di studio e professionali STEM, promuovendo modelli di ruolo inclusivi, femminili e maschili, pronti a scardinare quei pregiudizi che vorrebbero alcuni settori lavorativi ad esclusivo appannaggio maschile. Il progetto, ad oggi, conta oltre 100 incontri di orientamento sui mestieri tecnici FS che hanno coinvolto 17.500 studentesse e studenti delle scuole secondarie di primo o secondo grado e delle università, in 18 regioni e in 60 città.

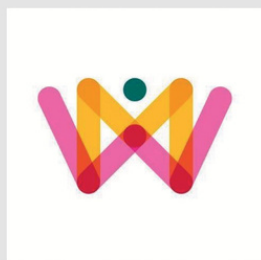
#### GLI OBIETTIVI:

- scardinare l'idea secondo cui alcune professioni sono tipicamente maschili
- motivare le donne a realizzare il loro potenziale e il loro talento
- ampliare la platea dei Mentor includendo nuovi colleghi per implementare le possibilità di rete e promuovere un talento senza genere.



« Siamo un Gruppo che muove persone e merci, ma che allo stesso tempo è anche capace di promuovere un pensiero diverso: il talento non ha genere »

**MASSIMO BRUNO – Chief Corporate Affairs Officer**



#### PUNTI DI FORZA

Women in Motion è un esempio concreto dell'impegno del Gruppo Ferrovie dello Stato contro gli stereotipi di genere.

Il progetto promuove e facilita l'ingresso delle donne nel mondo del lavoro.

Il confronto delle studentesse e degli studenti con le Mentor e i Mentor del Gruppo ha un valore ispirazionale e motivazionale. Aiuta ad abbattere gli stereotipi di genere e offre al target femminile un modello di riferimento per il proprio futuro professionale.





Caring Innovation

# ANTARES: IL VALORE DEL CAMBIAMENTO PER UNA CRESCITA SOSTENIBILE



## DATA

Gennaio 2021  
in corso

### TIPO DI ATTIVITA'

Intervento di ampliamento e ristrutturazione della sede di IBSA Farmaceutici

### TARGET COINVOLTO

Tutta l'azienda

antares, una tra le stelle più luminose del firmamento, è il nome scelto per identificare il progetto di riqualificazione della sede di IBSA Farmaceutici a Lodi.

Un ampio piano di rinnovamento degli edifici e del contesto urbano e sociale in cui si trova inserita l'azienda, che ruota attorno ad alcuni elementi fondamentali: **attenzione alle persone, sostenibilità, innovazione, nuovo impulso a ricerca e sviluppo e produzione all'avanguardia.**

Gli **obiettivi**:

- migliorare il **well-being** degli ambienti lavorativi e coinvolgere con azioni di comunicazione mirata tutto il Personale
- privilegiare la **trasformazione dell'esistente** senza occupare nuovi spazi in un'ottica di sostenibilità e bellezza.



« antares è progettata pensando al benessere delle Persone e alle nuove esigenze lavorative, con l'obiettivo di facilitare la condivisione, il confronto, il networking. La formazione rappresenta il punto di forza per essere parte di un costante processo di cambiamento integrato nel segno della sostenibilità ».

**LUCA CRIPPA – CEO & Managing Director**



### PUNTI DI FORZA

antares ha alla base l'approccio distintivo IBSA ed è disegnata per trasmettere la solidità dell'azienda e sostenerne la **crescita anche in termini di risorse umane.**

Il progetto architettonico è pensato per accogliere tutti i collaboratori con un **approccio focalizzato al benessere.**

La centralità e l'attenzione alle persone traspare anche nella scelta di creare **ambienti** che possano **facilitare la condivisione** e accrescere le opportunità di fare **rete** con partner scientifici e stakeholders nazionali e internazionali.



PHILIP MORRIS ITALIA

## STRATEGIC PLAN FOR GENDER EQUALITY



### DATA

Gennaio 2020  
in corso

### TIPO DI ATTIVITA'

Piano integrato di attività per la gender equality

### TARGET COINVOLTO

Tutta l'azienda

Philip Morris Italia attraverso l'adozione dello **Strategic plan for gender equality** si pone in prima linea per la promozione della parità ed equilibrio di genere.

Il progetto è costruito attraverso una serie di attività, strategicamente definite, che prevedono azioni di **welfare** aziendale, di **comunicazione** e sensibilizzazione sui temi dell'empowerment femminile, il conseguimento di **certificazioni** e riconoscimenti attestanti la parità di genere e l'**assenza di disparità retributive**.

### GLI OBIETTIVI:

- **eliminazione** di ogni **divario retributivo di genere**
- **valorizzazione** del **talento femminile**
- adozione di **programmi per la conciliazione della vita lavorativa e privata**: global parental leave, wellbeing aziendale, smart working, flexible benefits
- organizzazione di campagne di **sensibilizzazione e formazione** sui temi del **gender balance**.



« Per noi il capitale umano è fondamentale e siamo convinti che non possano e non debbano più esistere disparità di nessun tipo. Garantiamo la parità di salario e sono sempre più le donne che ricoprono ruoli apicali. Siamo impegnati con una serie di azioni per favorire l'equilibrio tra dimensione lavorativa e privata »

MARCO HANNAPPEL – AD & Presidente



### PUNTI DI FORZA

La coerenza, semplicità e concretezza delle azioni previste dallo Strategic plan for gender equality:

**Welfare** - Global Parental Leave (consente ad entrambi i genitori di dedicarsi alla cura del/la figlio/a nel periodo successivo alla nascita/adozione); worklife balance (wellbeing aziendale); smart working (accordo anche post pandemia); flexible benefits (personalizzabili con servizi di supporto alla persona)

**Comunicazione e sensibilizzazione** - Video pillole per valorizzare il talento femminile; eventi con ospiti esterni ed esperti sui temi del gender balance; creazione del gruppo WIN (Women Inspiration Network), azioni di sensibilizzazione in occasione del 8/3 e 25/11;

**Certificazione** - Dal 2019 certificati Equal Salary

## TEAM DIVERSITY&INCLUSION



### DATA

**Dicembre 2020  
in corso**



### TIPO DI ATTIVITA'

Intervento organizzativo per sviluppare una cultura aziendale orientata al superamento di ogni tipo di pregiudizio.

### TARGET COINVOLTO

Tutta l'azienda

INWIT ha avviato un **percorso** per il superamento di ogni **discriminazione**, con la **costituzione** del **Team Diversity&Inclusion** con l'obiettivo di proiettare l'azienda verso un futuro equo e inclusivo.

Il **Team**, composto da **persone** provenienti da **diverse funzioni** aziendali, ha l'obiettivo di **promuovere iniziative specifiche** a sostegno di una cultura sempre più **inclusiva** all'interno dell'azienda, operando secondo **imparzialità** e non ammettendo alcuna forma di discriminazione diretta o indiretta, multipla o individuale.

### GLI OBIETTIVI:

- **favorire il confronto** e la **contaminazione** di idee e sensibilità
- **contrastare** ogni forma di **discriminazione**
- **mitigare** eventuali forme di **disagio** e **favorire un benessere aziendale inclusivo e partecipativo**



*« Contaminazione tra le diverse generazioni professionali e scambio costruttivo tra diversità sono pietre miliari nel percorso di trasformazione intrapreso da INWIT verso un modello di business sostenibile, nel quale le persone rappresentano uno dei pilastri della nostra strategia »*

**DIEGO GALLI – Direttore Generale**



### PUNTI DI FORZA

La definizione e approvazione, da parte del Consiglio di amministrazione, di una **Policy D&I**, proposta dal team D&I, riflette l'impegno nel promuovere una **cultura aziendale orientata a contrastare ogni forma di discriminazione**, che renda il luogo di lavoro un ambiente inclusivo e plurale.

La **progettualità**, favorendo il confronto e la contaminazione di idee e sensibilità tra loro diverse, contribuisce al rispetto della dignità individuale e dell'integrità psicofisica, morale e sociale, promuove l'**engagement dei dipendenti** e uno scambio che genera valore, riconoscendo il talento e l'attitudine di ognuno, offrendo le **medesime opportunità di crescita professionale**.



## INSIEME 24 SI

**DATA**  
Settembre 2022  
in corso

### TIPO DI ATTIVITA'

Iniziativa di people engagement per valorizzare il contributo di ogni persona alla realizzazione della strategia

### TARGET COINVOLTO

Tutta l'azienda

**INSIEME 24SI** è la **call to action** rivolta a tutte le persone per contribuire all'**implementazione del Piano industriale 2024 S&I Plus** e partecipare attivamente alla strategia dell'azienda.

**Partecipare, sostenere, innovare:** sono queste le parole chiave che ispirano la **change platform** INSIEME 24 SI, che raccoglie idee e contributi bottom up a partire da sfide lanciate sugli **8 pillar della strategia di sostenibilità**, coerenti con le sfide ESG (Customer Experience, Transizione Green, Innovazione, Valorizzazione delle persone, Diversità e Inclusion, Integrità e Trasparenza, Finanza Sostenibile e Valore al Territorio).

### GLI OBIETTIVI:

- Valorizzare il **contributo proattivo** di tutti per promuovere una **cultura della sostenibilità**
- Favorire **consapevolezza e attenzione** per un impatto positivo verso gli **stakeholder** nell'agire quotidiano di ogni Persona.
- Offrire uno **spazio** in cui **mettersi in gioco in prima persona** con un'idea o con le proprie competenze, diffondendo una cultura dell'innovazione.



*«Puntare sulle persone significa accogliere il rilevante capitale intellettuale che portano in dote in termini di competenze, esperienze e diffusa sensibilità culturale, contribuendo così alla crescita e alla reputazione dell'azienda per facilitarne il processo di trasformazione sostenibile. Coltivare il capitale umano e metterne i talenti a disposizione dell'impresa e della collettività significa per Poste Italiane favorire soprattutto i processi di innovazione e di crescita sociale.»*

**MATTEO DEL FANTE – Amministratore Delegato & DG**



### PUNTI DI FORZA

**INSIEME 24 SI** consente di lavorare in ottica di open strategy, rendendo la **strategia ESG aperta e partecipativa** affinché tutta la popolazione aziendale acquisisca consapevolezza sulle principali sfide di sostenibilità e principi chiave che devono diventare parte integrante dell'agire quotidiano.

È possibile partecipare **proponendo un'idea innovativa** e con impatto per gli stakeholder di Poste italiane oppure mettendo le **proprie competenze** a disposizione dei colleghi che ne hanno proposto una.

Il processo prevede la **selezione delle idee**, in diversi step, per la scelta delle proposte migliori che entrano in una fase di incubazione, tipica delle start up, al fine di realizzare una soluzione prototipale.

I **migliori progetti** scelti dal management vengono **implementati**, entrando a far parte permanentemente dell'organizzazione.