



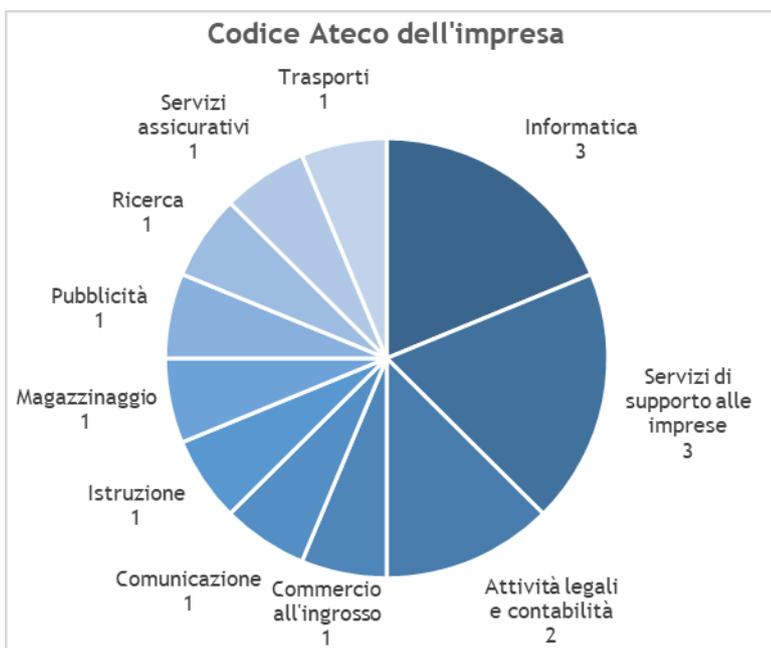
Esiti della rilevazione 2023 sui fornitori e partner di AlmaLaurea srl

Tra il 10.10.2023 e io 15.11.2023 AlmaLaurea Srl ha distribuito, presso i propri fornitori e partner, un questionario (anonimo e facoltativo) volto a comprendere i contesti delle realtà a sé vicine e migliorare la propria organizzazione promuovendo valori ed etica condivisi.

L'obiettivo era anche di disporre di informazioni utili alla predisposizione del nuovo Piano Strategico di AlmaLaurea Srl, puntando a una crescita sostenibile e inclusiva che valorizzi talenti, competenze e ambizioni.

Caratteristiche dei fornitori e partner rispondenti

Il questionario è stato inviato a 35 referenti, tra fornitori e partner, 16 dei quali hanno compilato; il tasso di risposta è stato dunque pari al 45,7%.



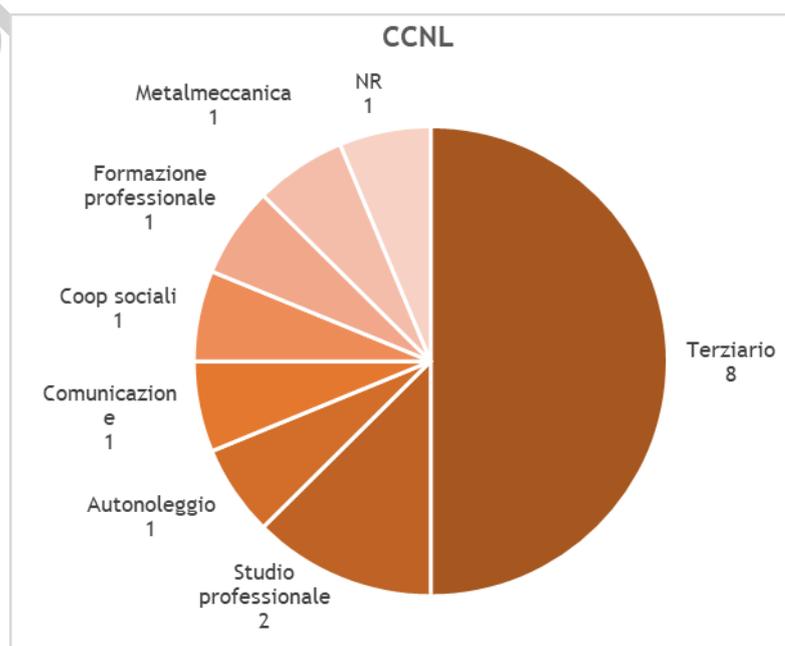
Codice Ateco

Dei 16 rispondenti, 3 operano nel ramo dell'informatica, 3 nell'ambito dei servizi di supporto alle aziende e 2 nell'ambito delle attività legali e della contabilità.

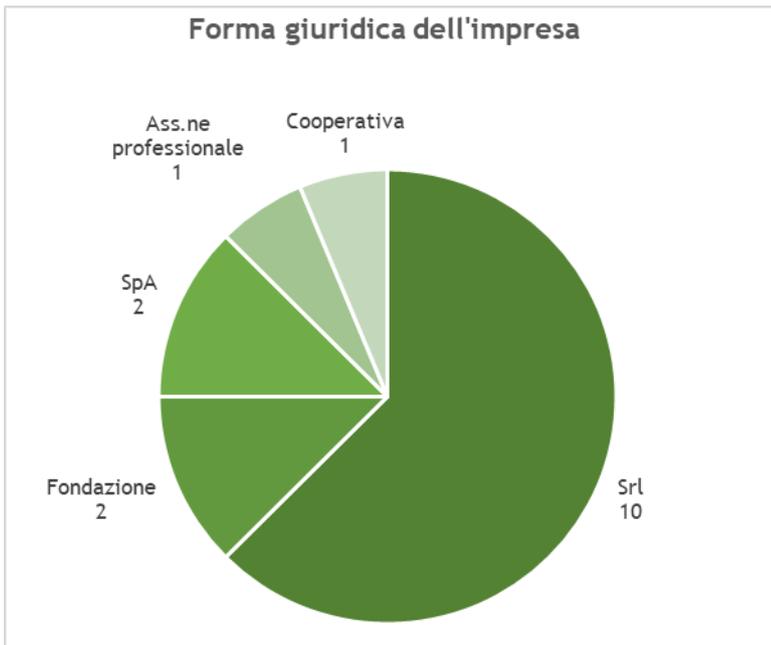
I restanti si distribuiscono in modo eterogeneo in svariati ambiti: commercio all'ingrosso, comunicazione, istruzione, magazzinaggio, pubblicità, ricerca, servizi assicurativi, trasporti.

Altrettanto vario è il **Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro (CCNL)** applicato alla maggior parte dei propri lavoratori da parte dei fornitori e partner rispondenti, seppure in tal caso si rilevi una certa concentrazione nella modalità Terziario, che raccoglie 8 risposte, seguito da 2 rispondenti che rappresentano altrettanti Studi professionali.

I restanti applicano vari contratti, tra cui Autonoleggio, Comunicazione, Coop sociali, Formazione professionale e Metalmeccanica.



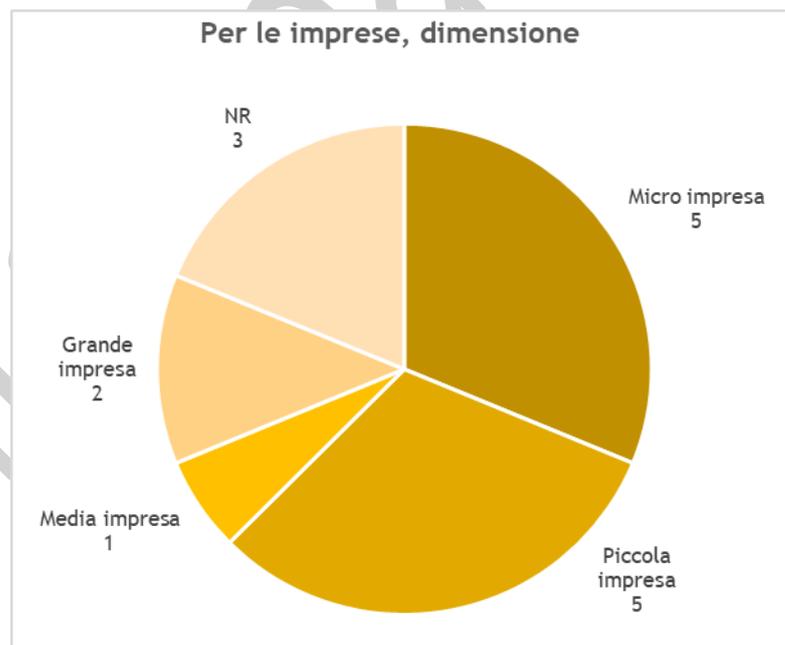
Forma giuridica dell'impresa

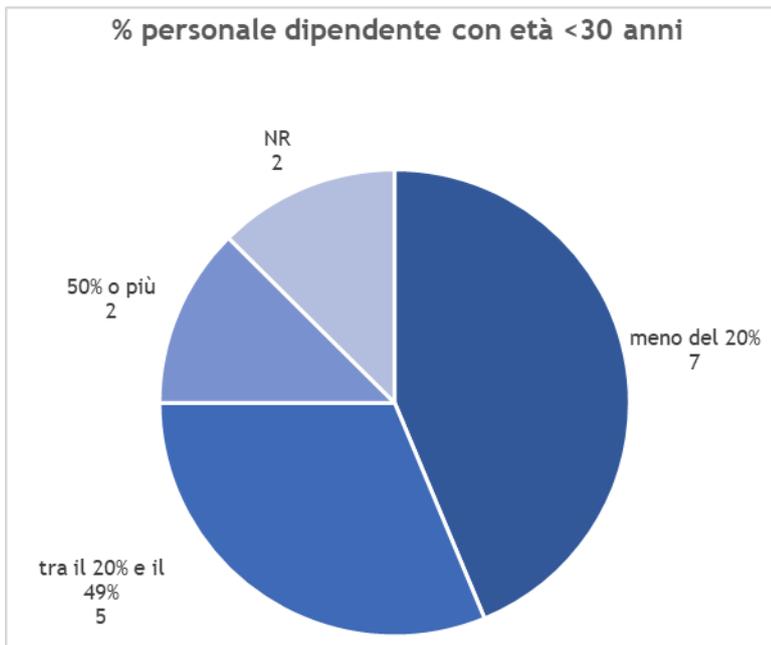


Per quanto attiene alla **forma giuridica** dei 16 fornitori e partner rispondenti, 10 sono una Società a Responsabilità Limitata, 2 una Fondazione e 2 una Società per Azioni. Si evidenzia infine 1 Associazione professionale e 1 Cooperativa.

Ai fornitori e partner qualificatisi come imprese è stato chiesto di specificare anche la propria **dimensione**, che si evidenzia come tendenzialmente contenuta. Infatti, 5 rappresentano un micro impresa, ossia con meno di 10 occupanti e un fatturato o bilancio annuo non superiore a 2 milioni di Euro; altrettanti si qualificano come piccola impresa, ossia con un numero di occupanti tra 10 e 49 e un fatturato o bilancio annuo non superiore a 10 milioni di Euro. Si identifica con una media impresa (occupanti tra 50 e 249; fatturato annuo non superiore a 50 milioni di Euro e bilancio annuo non superiore a 43 milioni di Euro) 1 solo fornitore e partner, mentre con una grande impresa (occupanti superiori a 249; fatturato annuo superiore a 50 milioni di Euro e bilancio annuo superiore a 43 milioni di Euro) 2 fornitori e partner. Si segnala che 3 rispondenti non hanno fornito alcuna risposta.

Per le imprese, dimensione

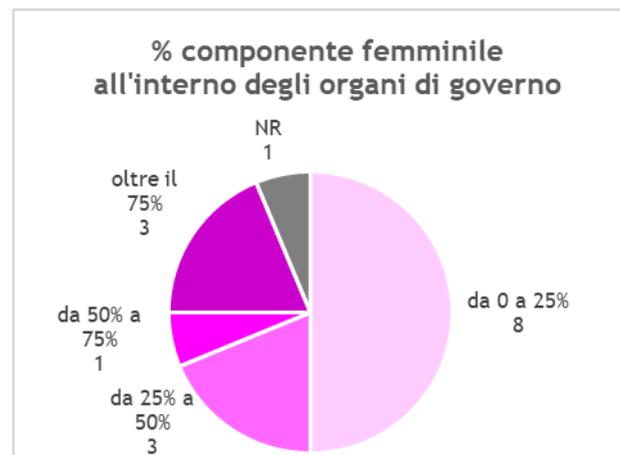
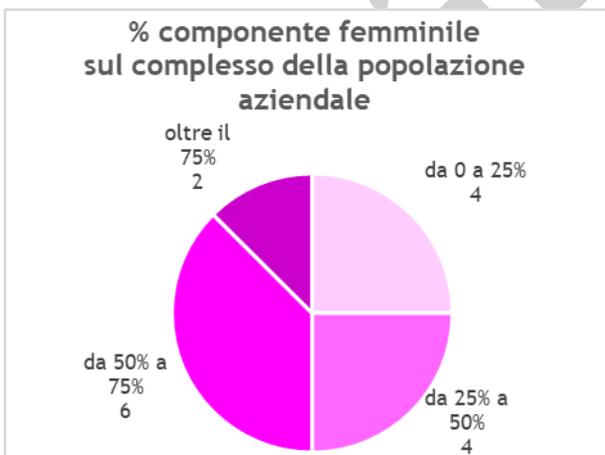




I fornitori e partner di AlmaLaurea Srl rappresentano aziende relativamente "giovani", al cui interno sono presenti **dipendenti con meno di 30 anni**, oppure si tratta di realtà più "mature"?

Sulla base delle risposte fornite emerge che la quota di dipendenti sotto i 30 anni è inferiore al 20% (sul complesso dei dipendenti) in 7 realtà; in 5 realtà, invece, la quota di under-30 è compresa tra il 20% e il 49%. Solo in 2 realtà, infine, la quota di dipendenti sotto i 30 anni è superiore al 50%.

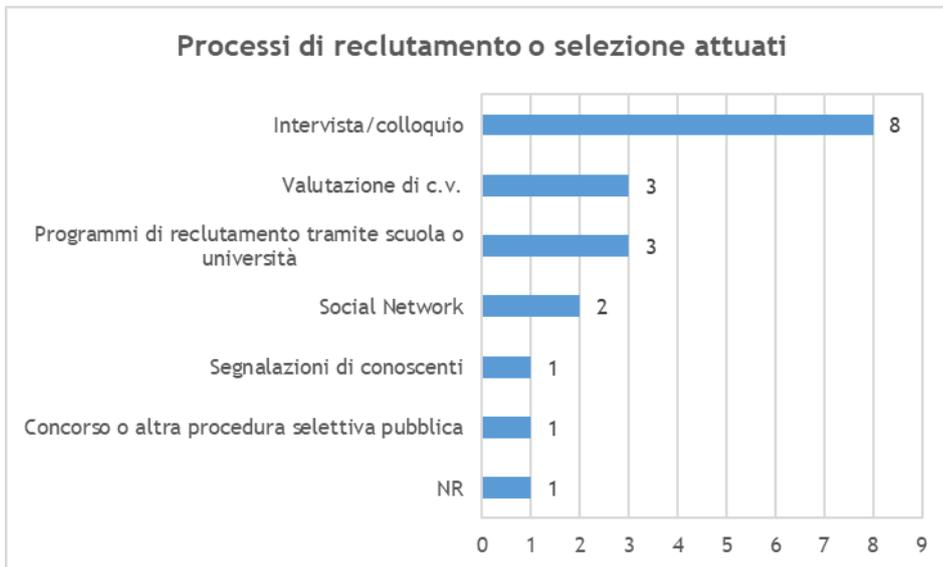
Un'attenzione particolare è stata dedicata all'individuazione delle cosiddette **imprese femminili**, intese sia dal punto di vista della presenza femminile in azienda, indipendentemente dal ruolo, sia dal punto di vista della quota di componente femminile all'interno degli organi di governo. I risultati che emergono sono interessanti. La metà dei fornitori e partner di AlmaLaurea Srl ha, in organico, più della metà di personale femminile: più in dettaglio, 6 hanno dal 50% al 75% di donne rispetto al complesso della popolazione aziendale, 2 hanno oltre il 75% di donne in organico. I restanti si dividono equamente tra quanti hanno al più il 25% di personale femminile (si tratta di 4 rispondenti) e quanti ne hanno dal 25% al 50% (altri 4 rispondenti).



Rivolgendo l'attenzione alla **componente femminile negli organi di governo**, la situazione si modifica apprezzabilmente: infatti, la metà (8 rispondenti) dichiara che la componente femminile rappresenta al più il 25%, cui si aggiungono altri 3 rispondenti che dichiarano che la componente femminile è compresa tra il 25% e il 50%. Solo 1 rispondente rileva che le donne, nei propri organi di governo, rappresentano tra il 50% e il 75%, mentre altri 3 dichiarano che la componente femminile supera il 75%.

Seppure le numerosità siano molto contenute si è provato a mettere in comunicazione le due informazioni relative alla presenza femminile, in azienda e nei propri organi di governo, evidenziando che all'aumentare della presenza femminile in azienda aumenta la probabilità che le donne ricoprano posizioni apicali, ossia negli organi di governo.

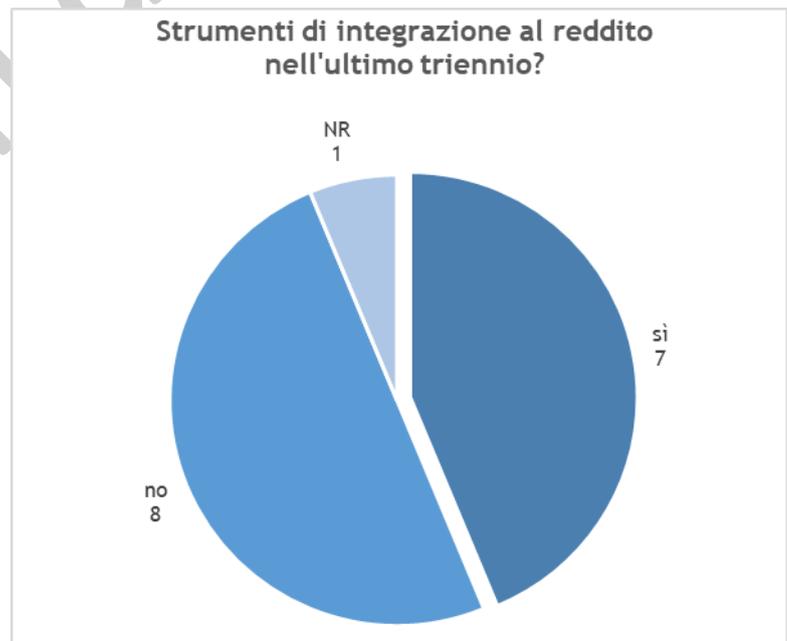
Processi di selezione e di valorizzazione del personale

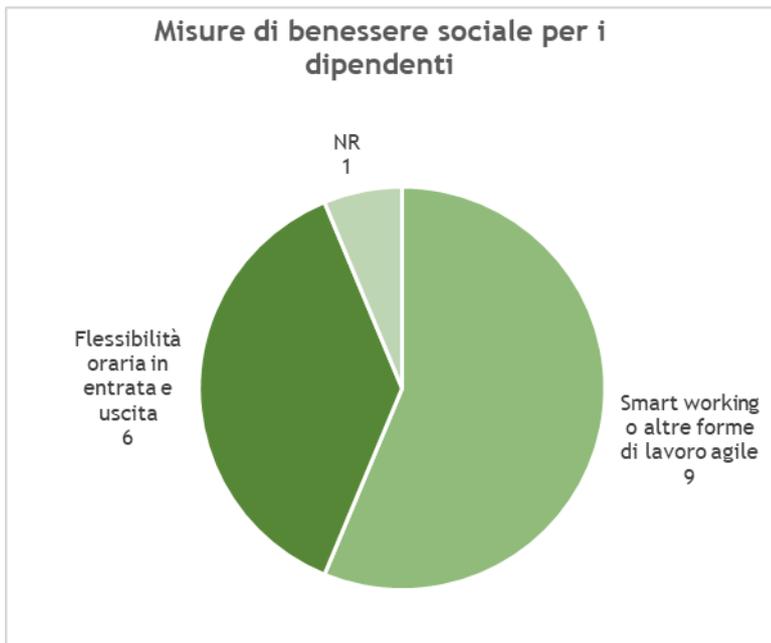


Ai fornitori e partner è stato inoltre chiesto come avviene il reclutamento del proprio personale: la metà (8) si affida a intervista o colloquio, 3 alla valutazione del CV oppure a programmi di reclutamento tramite scuola o università, 2 ai social network, mentre

solo 1 alla segnalazione di conoscenti oppure a concorso o procedura selettiva pubblica. Si segnala che erano ammesse più risposte.

Dalle dichiarazioni rilasciate emerge che 7 fornitori e partner, sui 16 rispondenti, hanno fatto ricorso a **strumenti di integrazione al reddito** nell'ultimo triennio. È maggioritaria, dunque, la componente (8 rispondenti) di chi dichiara di non averne fatto ricorso.



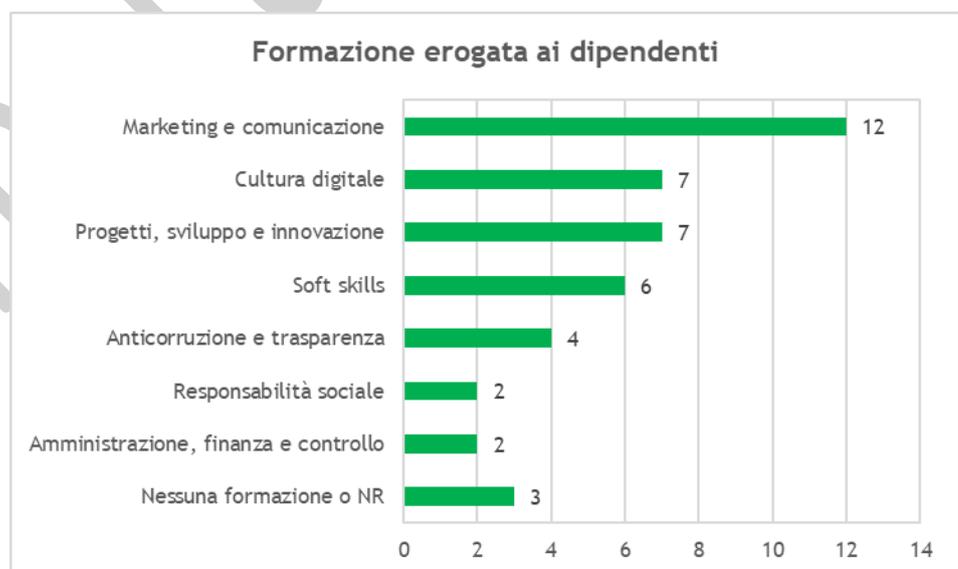


È stato inoltre chiesto se sono attive delle misure specifiche volte a incrementare il **benessere dei dipendenti**. Le opzioni proposte dal questionario erano numerose: congedi e permessi ulteriori rispetto a quelli obbligatori; flessibilità oraria in entrata e uscita; banca delle ore; smart working o altre forme di lavoro agile; bonus nascita; contributi o convenzioni per asili nido; contributi o convenzioni per attività extra-scolastiche dei figli dei dipendenti; servizi di supporto alla genitorialità (es. nido aziendale, spazio studio, baby sitter a domicilio). Le risposte

fornite si concentrano in due specifiche voci: in particolare, 9 in smart working o altre forme di lavoro agile e 6 in flessibilità oraria in entrata e uscita. Le altre misure di benessere non sono attive nelle realtà aziendali dei fornitori e partner di AlmaLaurea Srl.

È stato anche chiesto se si stia valutando l'implementazione futura di altre misure. Si evidenziano singole risposte rese relativamente a: settimana corta; piano di rientro dalla maternità; sviluppo delle risorse umane, iniziative di sostenibilità.

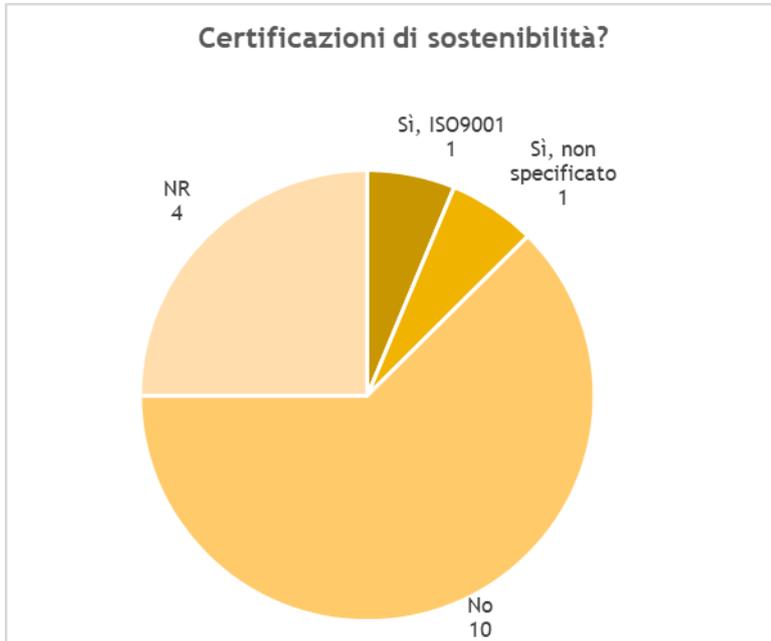
La stragrande maggioranza dei fornitori e partner ha erogato **formazione** ai propri dipendenti: sono infatti solo 3 i rispondenti che non hanno fornito dettagli al riguardo. Tra i temi affrontati nel corso delle attività di formazione rivolte ai dipendenti emergono i corsi di Marketing e comunicazione (erogati



da 12 rispondenti), quelli di Cultura digitale (7 rispondenti) e Progetti, sviluppo e innovazione (7 rispondenti). Meno seguiti i corsi legati alle Soft skill (6 rispondenti) e quelli Anticorruzione e trasparenza (4 rispondenti); del tutto marginali quelli in responsabilità sociale (2 rispondenti) e Amministrazione, finanza e controllo (2 rispondenti). Si evidenzia che erano ammesse più risposte: prendendo dunque in considerazione il numero di corsi erogati ai propri dipendenti, è

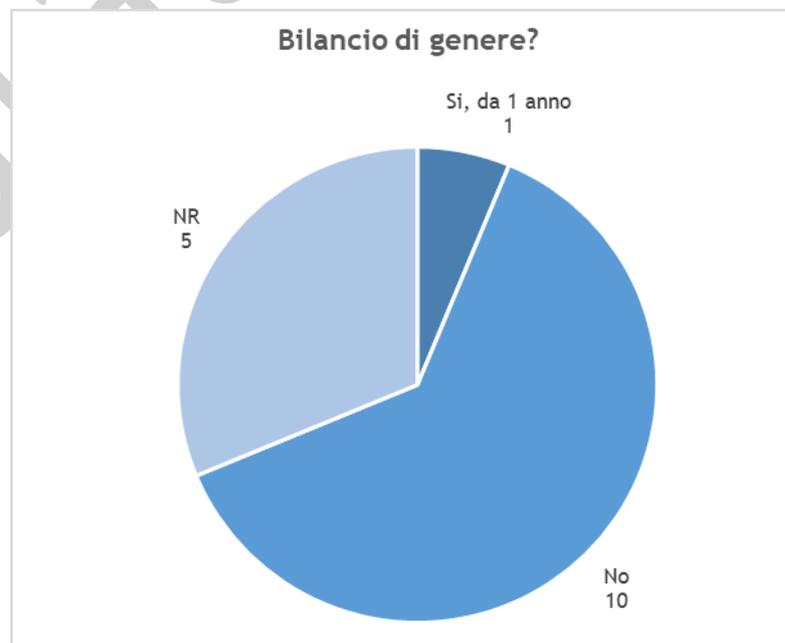
interessante osservare che 5 imprese hanno erogato al più 2 diversi tipi di corsi di formazione, altrettanti 3 diversi tipi di corsi; solo 3 imprese hanno erogato più di 4 tipi di corsi (tra cui 1 che ne ha erogati ben 7 distinti tipi).

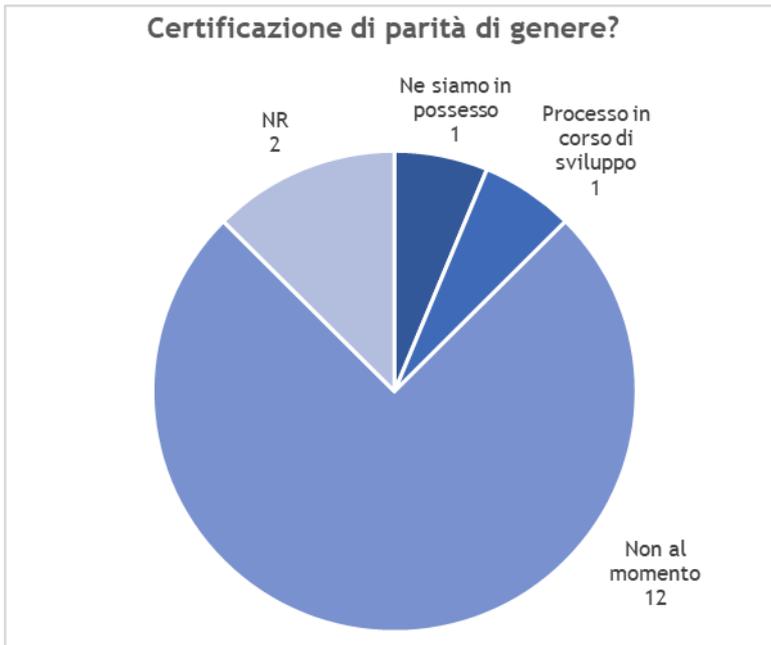
Certificazioni di sostenibilità



La maggior parte (10 rispondenti) dei fornitori e partner di AlmaLaurea Srl non dispone di certificazioni di sostenibilità. Sono solo 2 quanti dichiarano invece di disporre, mentre 4 non forniscono alcuna risposta.

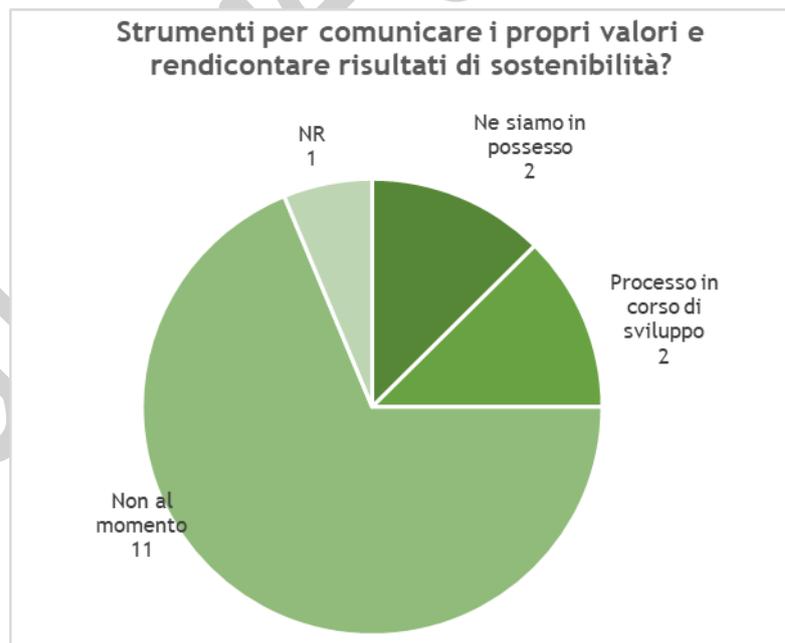
Anche relativamente al **bilancio di genere**, sono 10 i fornitori e partner di AlmaLaurea Srl che dichiarano di non averlo realizzato; solo 1 dichiara di averlo fatto, da un anno, mentre sono 5 coloro che non forniscono alcuna risposta.

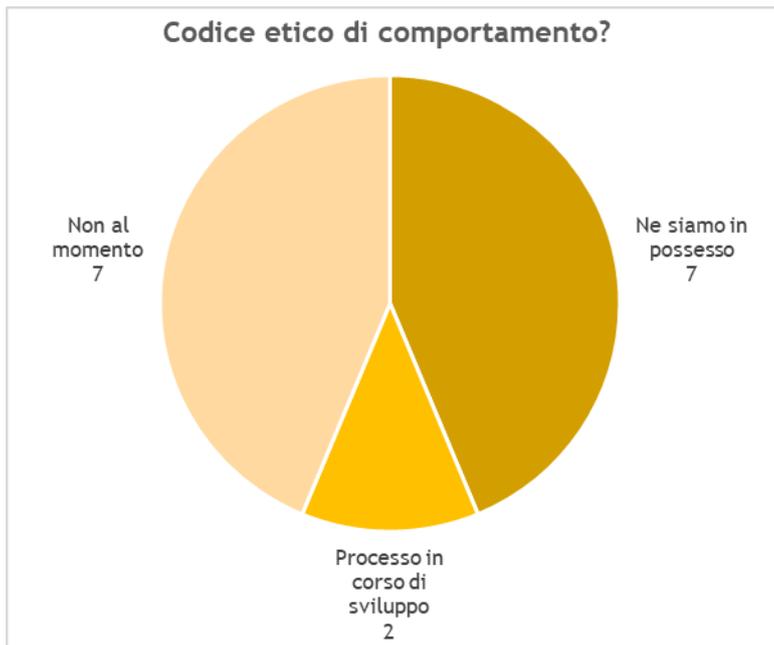




Sono ancora di più (12) le aziende che non sono in possesso della **certificazione di parità di genere** (UNI PdR 125:2022); 1 azienda ne è invece in possesso e 1 ha un processo in corso di sviluppo. In questo caso sono 2 i non rispondenti.

Tra i rispondenti, 11 dichiarano che la propria azienda non ha adottato **strumenti per comunicare i propri valori e rendicontare i risultati di sostenibilità** (es. Bilancio sociale-ambientale, di sostenibilità) ai propri stakeholder di riferimento (es. dipendenti, fornitori, clienti, investitori, pubbliche amministrazioni). In questo caso è però maggiore il numero di chi si è già attivato in tal senso: 2 dichiarano di aver adottato tali strumenti, 2 dichiarano che il processo è in corso di sviluppo. Solo 1 azienda non fornisce alcuna risposta.





Molto più diffuso, tra i fornitori e partner di AlmaLaurea Srl, il Codice etico di comportamento, in possesso di 7 aziende rispondenti; a queste si aggiungono 2 rispondenti che dichiarano che il processo è in corso di sviluppo. Sono comunque 7 le aziende che dichiarano che il Codice etico di comportamento non è adottato nella propria realtà.

AlmaLaurea