



COVERFOP
Consorzio Vercellese Formazione Professionale

Report di Sostenibilità

Bilancio sociale
2019/2020



COVERFOP
Consorzio Vercellese Formazione Professionale



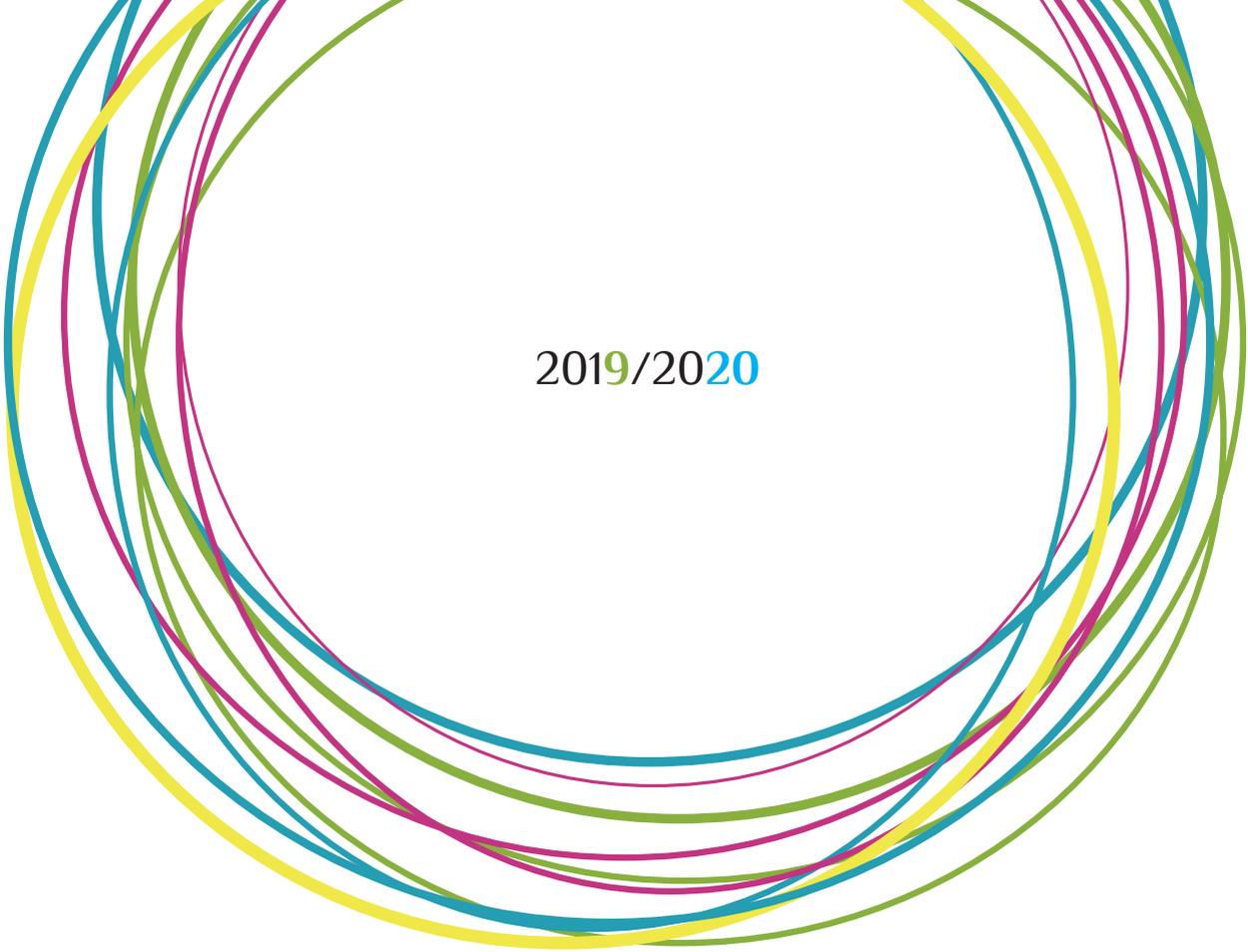
A.N.A.P.I.A.
NAZIONALE

Attività di ricerca autorizzata e finanziata dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali - Ammortizzatori Sociali - nell'ambito della "Promozione dell'Innovazione dei Processi Formativi" contributo anni 2019/2020 della Legge n. 40 del 14 febbraio 1987.

*Supporto tecnico-metodologico:
Deloitte & Touche S.p.A.*

Indice

Lettera agli Stakeholder	3
Nota metodologica	4
1. L'Agenzia Co.Ver.Fo.P.	5
2. La sostenibilità per Co.Ver.Fo.P.	9
3. Governance dell'agenzia e assetto organizzativo	12
4. Trasparenza	14
5. Performance economica	17
6. Responsabilità verso gli studenti	20
7. Responsabilità verso la comunità	34
8. Responsabilità verso le risorse umane	37
9. Responsabilità ambientale	46
10. Perimetro, impatto degli aspetti materiali e raccordo con il GRI	52
11. GRI Content Index	55



2019/2020

Lettera agli Stakeholder

Gentilissimi,

con la pubblicazione di un bilancio sociale intendiamo consolidare la principale vocazione di Co.Ver.Fo.P. che è quella di lavorare con il territorio vercellese e per il territorio vercellese. Investire in intelligenze e professionalità affinché il vercellese, di cui l'Ente è espressione, possa avvalersi dei suoi servizi ed attrarre attività e figure professionali che possano aumentare sempre più il valore del territorio stesso.

Affinché il modello di **Governance** si concretizzi, Co.Ver.Fo.P. ha scelto di essere “smart agencies”, fondando la sua azione sull'abilità ad utilizzare le esperienze fatte, le competenze accumulate declinandole in nuove conoscenze con meccanismi e procedure innovativi. La risposta “reattiva” data durante il periodo pandemico è la più concreta dimostrazione di quanto l'essere “smart agencies” sia una scelta opportuna e vincente.

Il futuro ci vedrà impegnati su molteplici fronti. La nuova programmazione Europea e l'utilizzo dei fondi del PNRR si intersecheranno con una rivoluzione del mondo del lavoro già individuabile. La sfida che Co.Ver.Fo.P. pone è di essere protagonista con il Suo territorio. Di essere “ingegnere” e pilota dei tanti progetti che partiranno, a partire dalle nuove **Academy**, con lo scopo di essere al servizio di un nuovo “modo” di rappresentare la Provincia di Vercelli.

L'allargamento dell'orizzonte di attività e la condivisione delle risorse umane e delle competenze strategiche pone sicuramente tra gli obiettivi di breve periodo il consolidamento di nuove **reti** con territori vicini e con i relativi stakeholder.

I nuovi orizzonti ricercati, pur rivendicando le radici didattiche e sociali (di cui l'obiettivo di combattere la dispersione scolastica è cardine), sposteranno lo sguardo Co.Ver.Fo.P. verso un nuovo turismo (soprattutto a Gattinara), il food, l'ambiente (green), l'industria 4.0 e l'IT con particolare riferimento alla sicurezza ed alle applicazioni **ADAS** (Advanced Driver Assistance Systems)

La grande energia sarà ancora ricercata nella rete dei comuni soci, che saranno nel futuro immediato gli assi portanti della valorizzazione del nostro concetto di **rete** territoriale.

Come si potrà constatare nelle pagine seguenti, tutte le nostre attività non possono prescindere dagli aspetti etici, morali e sociali che si concretizzano non in dichiarazioni di intenti, ma nell'esecuzione quotidiana di buone pratiche come la partecipazione alla Rete Antiviolenza, alla Rete Antidiscriminazione e al sostegno alle politiche sociali come testimoniano i tanti progetti in questo ambito presentati.

Questi sono i nostri obiettivi, le nostre volontà e le nostre visioni che vogliamo condividere con tutti Voi.

Linda Barbolan
Presidente di Co.Ver.Fo.P.



Nota metodologica

Il presente documento rappresenta il secondo Report di Sostenibilità del Consorzio Vercellese per la Formazione Professionale “Geom F. Bologna” S.c. a r.l. (di seguito anche “Co.Ver.Fo.P.”) e ha l’obiettivo di descrivere in modo trasparente le iniziative e i principali risultati raggiunti in termini di performance di sostenibilità nel corso dell’esercizio 2019/2020 (dal 1° settembre 2019 al 31 agosto 2020).

Il Report di Sostenibilità rendiconta i temi di sostenibilità che sono rilevanti tenuto conto delle attività e delle caratteristiche dell’agenzia, come illustrato nella matrice di materialità contenuta nel presente documento nel capitolo “La sostenibilità per Co.Ver.Fo.P.”.

Il presente Report di Sostenibilità è stato redatto in conformità ai GRI Sustainability Reporting Standards definiti nel 2016 dal GRI - Global Reporting Initiative, secondo l’opzione “In accordance - Core”. In appendice al documento è presente il “GRI Content Index”, con il dettaglio dei contenuti rendicontati in conformità al GRI.

La redazione del presente documento ha l’obiettivo di consentire una chiara e precisa indicazione delle informazioni considerate significative per gli stakeholder secondo i principi di balance, comparability, accuracy, timeliness, clarity e reliability espressi dai GRI Standards.

Il perimetro dei dati e delle informazioni rendicontati nel Report di Sostenibilità è lo stesso del Bilancio di Esercizio del CO.VER.FO.P. Si precisa inoltre che nel corso del 2019/2020 non si sono verificate, rispetto al precedente anno, variazioni significative relative alle dimensioni, alla struttura organizzativa, all’assetto proprietario ed ai sistemi di approvvigionamento del Co.Ver.Fo.P. Si precisa inoltre che, in ciascun

capitolo, eventuali dati quantitativi per i quali è stato fatto ricorso a stime sono debitamente identificati. Le stime si basano sulle migliori informazioni disponibili o su indagini a campione.

Al fine di permettere la comparabilità dei dati nel tempo è stato inserito, laddove possibile, il confronto con i dati relativi all’anno 2017/2018 e 2018/2019.

La periodicità della pubblicazione del presente documento è impostata secondo una frequenza annuale.

Il Report di Sostenibilità è disponibile anche sul sito internet di Co.Ver.Fo.P. (<http://www.coverfop.it/>), nella sezione “Trasparenza”. Per richiedere maggiori informazioni in merito alle politiche di responsabilità sociale di Co.Ver.Fo.P. e alle informazioni presenti all’interno del presente documento, è possibile scrivere all’indirizzo mail: claudio.osenga@coverfop.it.

Attività di ricerca autorizzata e finanziata dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali - Ammortizzatori Sociali - nell’ambito della “Promozione dell’Innovazione dei Processi Formativi” contributo anni 2019/2020 della Legge n. 40 del 14 febbraio 1987.

1. L'Agencia Co.Ver.Fo.P.

Profilo dell'Agencia

Co.Ver.Fo.P. collabora con il territorio vercellese e lavora per lo sviluppo dello stesso. Per tale ragione, l'agenzia investe in intelligenze e professionalità affinché il vercellese, di cui l'Ente è espressione, possa avvalersi dei suoi servizi ed attrarre attività e professionalità.

Il modello educativo è da ricondursi nel più ampio campo della visione "laica" dell'educazione. Il modello ha lo scopo di contribuire a realizzare, pre-

Le sedi Co.Ver.Fo.P.



valentemente a favore di aziende, di privati, di Enti pubblici e di Enti privati presenti sul territorio:

- attività di formazione finanziate da Enti pubblici, comunitari o privati;
- la specializzazione e la qualificazione dei giovani laureati, diplomati delle scuole medie superiori e inferiori per il loro primo inserimento, con mansioni qualificate, nell'attività produttiva; la riqualificazione, riconversione ed elevamento delle capacità professionali dei lavoratori dipendenti e dei lavoratori autonomi;
- l'acquisizione e diffusione, nel territorio, delle conoscenze tecniche e scientifiche, pertinenti alla finalità della Società consortile;
- fornire alle aziende consortili ed esterne, ad enti pubblici o privati, tutta l'assistenza in materia di formazione e sviluppo, di supporto tecnologico, organizzativo e amministrativo.

Highlights Anno Formativo 2019/20



481

Persone iscritte ai corsi di formazione professionale



531

Giovani coinvolti in attività di orientamento scolastico e professionale



250

Disoccupati che hanno fruito dei servizi al lavoro



131*

Imprese coinvolte nei servizi erogati, di cui:



75%

Percentuali di donne dipendenti dell'agenzia



46

Ore di formazione medie erogate per dipendente



95%

Allievi soddisfatti dei corsi di formazione continua/permanente

51

hanno collaborato nella gestione di stage/tirocini

+

80

coinvolte nei corsi di formazione aziendale e apprendistato



€ 60.000

Risorse economiche destinate all'innovazione



100%

Aule con accesso per studenti disabili



0

Infortuni registrati per i dipendenti e i collaboratori esterni dell'agenzia

* Le aziende interessate dalle attività formative e di inserimento lavorativo sono stimate. Esiste una procedura di qualità (P06) che monitora le aziende e le valuta annualmente. Il numero di aziende che co-lavorano con Co.Ver.Fo.P. nelle attività formative è inferiore a quelle che co-lavorano per le attività di inserimento lavorativo.

Vision, Mission e Valori

La “missione” di Co.Ver.Fo.P. è di far crescere la cultura del lavoro (soprattutto locale) e di garantire i basilari principi etici di trasparenza, rispetto della legalità e senso di responsabilità, sia all'interno dell'agenzia sia all'esterno. In particolare, l'azione si conformerà ai seguenti principi, che regolano l'agire stesso dell'Agenzia:

- **Uguaglianza e Pari opportunità:** tutti possono accedere ai Servizi senza discriminazione legate alle condizioni personali e/o sociali. Nello stesso modo viene garantita parità di trattamento in materia di occupazione e di condizioni di lavoro senza alcun pregiudizio in merito a sesso, età, religione, disagio, nazionalità, orientamento sessuale e convinzioni personali degli utenti;
- **Imparzialità:** ogni azione sarà ispirata soltanto da principi di legittimità, prestando particolare attenzione ad evitare ogni discriminazione od arbitrio. Allo scopo, Co.Ver.Fo.P. ha adottato un regolamento etico ispirato ai principi del D.Lgs 231/01;
- **Gratuità:** i servizi sono erogati senza alcun onere per i destinatari;
- **Continuità:** l'erogazione dei Servizi viene garantita con la continuità necessaria al raggiungimento degli obiettivi e fabbisogni dei destinatari, assicurando una preventiva informazione ai destinatari nel caso di funzionamento irregolare dovuto a cause di forza maggiore;
- **Partecipazione:** è garantita (attraverso il sistema qualità di Co.Ver.Fo.P.) la possibilità per tutti gli utenti di esprimere la propria valutazione sui Servizi erogati. Tale fondamentale momento valutativo (che può esprimersi con lo strumento della segnalazione, del suggerimento o del reclamo) è assicurato utilizzando apposita modulistica;
- **Comunicazione e Trasparenza:** è garantito il diritto di accesso alle informazioni generali e personali. Inoltre, nelle comunicazioni si garantisce il rispetto dei principi sanciti D.Lvo 196/03 (testo unico sulla privacy);
- **Qualità:** qualità nel sistema di Co.Ver.Fo.P. significa attenzione alle prestazioni del servizio (monitoraggio sui livelli di efficacia ed efficienza) ed alle esigenze del singolo utente (rilevando costantemente il livello di soddisfazione).

La Storia



1999 Il Consorzio Vercellese per la Formazione Professionale nasce su iniziativa dei suoi soci fondatori - Città di Vercelli, Unione Industriale del Vercellese e della Valsesia, Camera di Commercio, Scuola professionale “Geom. Francesco Borgogna”, CNA, Confesercenti, API, IAA Formater - per salvaguardare il patrimonio di cultura e di esperienza che altrimenti sarebbe andato disperso con la chiusura del Centro di Formazione Professionale Regionale. Nel 2002 sono entrati a far parte del Consorzio anche CNOS-FAP, Civitatis Schola, Confartigianato e Consorzio dei Comuni per lo Sviluppo del Vercellese.

Nel tempo alcuni soci hanno ceduto le quote: nello specifico prima API, in seguito Civitatis Schola (scuola di formazione della città di Cossato che ha preso atto della vocazione prevalentemente provinciale di Co.Ver.Fo.P.) ed in ultimo Cnos-FAP (che inizialmente era entrato nel partenariato per consentire la conclusione di un atto di deposito dei laboratori di meccanica di precisione e saldo-carpenteria) che Co.Ver.Fo.P. ha ereditato dalla scuola regionale) ed altri molto importanti sono subentrati. Negli anni la quota pubblica è rimasta praticamente invariata.

2006 Co.Ver.Fo.P. ha aperto una nuova sede a Gattinara, all'interno di Villa Paolotti.

2012 La sede di Gattinara viene ampliata spostandosi dall'ala sinistra dell'edificio all'ala destra, raddoppiando gli spazi a disposizione degli utenti. Nella primavera del 2019, a seguito di un accordo con il comune di Gattinara e con l'Enoteca Regionale la sede è stata ulteriormente ampliata ed è diventata motore del progetto EgoGusto (hub di valorizzazione territoriale).

2016 La sede di Vercelli inizia ad ospitare il Cpia Biella-Vercelli a seguito di un atto di intenti sottoscritto tra città di Vercelli e Co.Ver.Fo.P.

2017 Nasce il progetto LIFT, richiesto dai Sindaci in assemblea. Il progetto permette la creazione di una rete di sportelli informativi sul lavoro e di orientamento alle popolazioni locali; sono altresì dei punti di assistenza tecnica sempre in materia di lavoro.

2018 Prende vita il progetto EgoGusto. Un hub di valorizzazione del territorio e dei suoi prodotti tipici. Si trova a Gattinara all'interno dell'enoteca regionale e di Villa Paolotti. Nasce anche attraverso un grande investimento di Coverfop e della città di Gattinara che permette di far attrezzare un moderno laboratorio di cucina e panificazione “connesso” con il mondo esterno.

2020 Dicembre 2020. L'assemblea approva un nuovo statuto che oltre ad alcune modifiche minori stabilisce la durata del Consorzio al 31 dicembre 2060.

2. La sostenibilità per Co.Ver.Fo.P.

Approccio alla sostenibilità

L'impresa socialmente responsabile considera, nella definizione della propria strategia, nella declinazione delle politiche e nei comportamenti di gestione quotidiani, gli interessi di tutti gli stakeholder e gli impatti che il proprio operato può avere a livello economico, sociale e ambientale.

Le agenzie di formazione sul territorio si pongono come obiettivo della loro attività lo sviluppo della comunità con lo scopo di formare persone pronte a rispondere alle esigenze del territorio e delle aziende.

Considerando il ruolo svolto dall'agenzia, la cultura della sostenibilità risulta fondamentale e con essa la comunicazione delle attività cuore della realtà di Co.Ver.Fo.P.: tali attività possono essere condivise in modo pragmatico e concreto con il territorio, così da saper cogliere le opportunità, le sfide e ampliare i propri impatti positivi.

Stakeholder di Co.Ver.Fo.P.

Una strategia di sostenibilità accurata implica un'attività di identificazione degli stakeholder tipici dell'organizzazione.

Per Co.Ver.Fo.P., gli stakeholder si identificano innanzitutto nelle persone che beneficiano dei servizi offerti e nelle figure professionali che lavorano con l'agenzia: allievi e corsisti, famiglie, aziende, sindacati, dipendenti e collaboratori, fornitori.

La compagine sociale assume un ruolo di primo piano: essa definisce il sistema di governance dell'Agenzia e rappresenta le istanze e i bisogni del territorio su cui Co.Ver.Fo.P. agisce. Si citano tra questi: il Comune di Vercelli, Fondazione Cassa di Risparmio di Vercelli, Camera di Commercio I.A.A. di Vercelli e l'Unione Industriale del vercellese e della Valse.

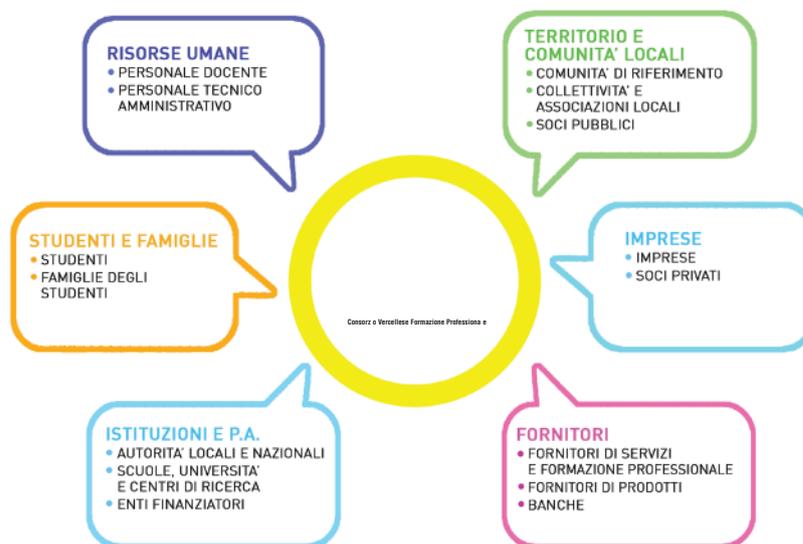
Infine, Co.Ver.Fo.P. risponde del proprio operato a tutte le istituzioni locali e agli enti che, a tutti i livelli, definiscono le politiche formative e del lavoro e che, allo stesso tempo, rappresentano la committenza di Co.Ver.Fo.P.. In particolare, si segnalano: gli organi e i programmi comunitari, il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, la Regione Piemonte, la Fondazione CRC.

Con il fine di identificare delle categorie specifiche di stakeholder per l'agenzia, nel 2018, attraverso un workshop che ha visto la partecipazione dei rappresentanti di alcune delle agenzie che costituiscono l'associazione F.A.S.E.¹ (APRO, CFP CEMON, C.I.A.C., Co.Ver.Fo.P, FOR.AL) sono state definite 6 macro categorie di portatori di interesse.

¹ Associazione Formazione Associata Sviluppo Economico

Gli Stakeholder dell'agenzia

L'agenzia sviluppa forme di comunicazione e dialogo costanti con gli Stakeholder al fine di comprendere e anticipare le nuove tendenze ed esigenze formative del territorio.



10

STAKEHOLDER	STRUMENTI DI ENGAGEMENT E COMUNICAZIONE
Studenti e famiglie	Sito dell'agenzia Social network Comunicati stampa Questionari di soddisfazione Registro elettronico APP dedicata Moodle e piattaforma BBB dedicata
Risorse Umane	Portale Intranet Riunioni periodiche Comunicazioni dal vertice aziendale Comunicati affissi in bacheca Co.Ver.Fo.P. wall
Fornitori	Sito dell'agenzia Meeting periodici
Imprese	Sito dell'agenzia Meeting periodici Comunicazioni dal vertice aziendale Newsletter
Istituzioni e Pubblica Amministrazione	Sito dell'agenzia Meeting con istituzioni e/o enti locali Meeting con istituzioni nazionali Tavoli tecnici
Territorio e comunità locale	Sito dell'agenzia Comunicati stampa Meeting con istituzioni e/o enti locali Social media

Analisi di materialità

La valutazione delle **tematiche materiali** e la costruzione della matrice di materialità è stata effettuata col fine d'identificare e prioritizzare le tematiche rilevanti per Co.Ver.Fo.P. e che, al contempo, influenzano significativamente i suoi stakeholder.

Inizialmente, è stata condotta un'analisi di **benchmarking** per identificare le principali tematiche di sostenibilità nel settore Istruzione e Formazione. Come riferimento, sono stati considerati alcuni dei principali player del settore, tra cui Università, Scuole private, Agenzie di formazione professionale e servizi al lavoro e Fondazioni.

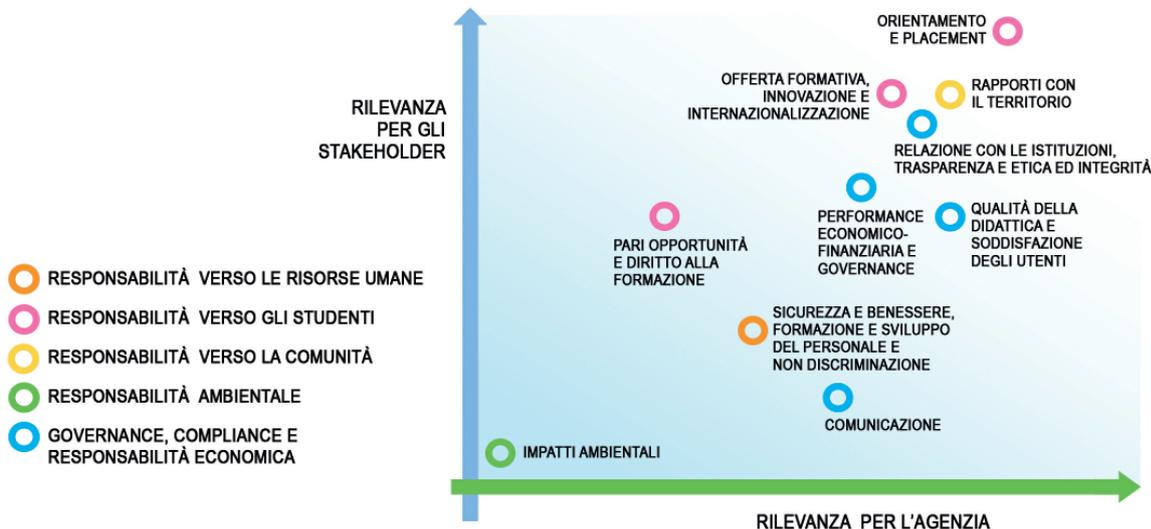
Le tematiche principali, oggetto del presente Report di Sostenibilità, sono suddivise in cinque macrocategorie: Governance, Compliance e Responsabilità Economica, Responsabilità verso la Comunità, Responsabilità verso gli Studenti, Responsabilità verso le Risorse Umane e Respon-

sabilità Ambientale. Per ogni macrocategoria, sono state individuate le tematiche materiali e il grado di rilevanza secondo l'agenzia e secondo gli stakeholder.

Il **processo di definizione degli aspetti materiali** ha coinvolto tutte le agenzie parte dell'associazione FASE ed è stato sviluppato in linea con i principali standard internazionali. Con il fine di valutare la rilevanza di ciascuna tematica, ogni agenzia ha provveduto a compilare un questionario definendo una rilevanza per ciascuna tematica proposta sia dal punto di vista dell'agenzia sia dal punto di vista dei suoi principali portatori di interesse.

La matrice di materialità qui di seguito rappresenta graficamente le tematiche rilevanti emerse e la loro macroarea di appartenenza.

Matrice di materialità di Co.Ver.Fo.P.



3

3. Governance dell'agenzia e assetto organizzativo

Il modello di governance dell'agenzia si compone dei seguenti organi sociali: Assemblea dei Soci, Consiglio di Amministrazione, Presidente e Collegio Sindacale.

Nello specifico, il Consiglio di Amministrazione di Co.Ver.Fo.P. risulta essere così composto:

Composizione del Consiglio di Amministrazione al 31.08.2020

Nome Cognome	Carica
Linda Barbolan	Presidente
Alessandro Scheda	Vicepresidente
Marco Barasolo	Consigliere effettivo
Rodolfo Viazzo	Consigliere effettivo
Gabriele Gastaldi	Consigliere effettivo
Filippo Sarasso	Consigliere effettivo
Edoardo Bodo Corona	Consigliere effettivo

In relazione alla composizione del CdA del Co.Ver.Fo.P., si segnala la seguente ripartizione per genere e fasce d'età:

Ripartizione del Consiglio di Amministrazione per genere

Numero persone	AL 31.08.2019		AL 31.08.2020	
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE
Membri del Consiglio di Amministrazione	71%	29%	86%	14%

13

Ripartizione del Consiglio di Amministrazione per fasce d'età

Numero persone	AL 31.08.2019			AL 31.08.2020		
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
Membri del Consiglio di Amministrazione	0%	71%	29%	0%	71%	29%

Per Statuto Co.Ver.Fo.P. ha un Collegio dei revisori che resta in carica tre anni, con temporalità sfalsate rispetto al CdA.

Composizione del collegio sindacale al 31.08.2020

Nome Cognome	Carica
Tino Candeli	Presidente del Collegio Sindacale
Cristiano Baucè	Sindaco effettivo
Andrea Calvi	Sindaco effettivo

L'agenzia si è, inoltre, dotata di un **Organismo di Vigilanza** che ha il compito di vigilare sul funzionamento e l'osservanza del Modello 231 adottato dall'agenzia e, al contempo, di curarne l'aggiornamento e vigilare sulla sua reale efficacia ed attuazione, disponendo di poteri di iniziativa e controllo (autonomia). L'OdV è composto dal Direttore Generale e dal Presidente del Collegio Sindacale e viene nominato dal CdA.

4. Trasparenza

Etica ed integrità

Co.Ver.Fo.P. considera obiettivo primario lo svolgimento etico delle attività di formazione, orientamento, inserimento lavorativo e più in generale ogni attività da esso svolta nell'interesse degli utenti, nel rispetto delle normative in materia e in armonia con il sistema istruzione-formazione regionale e nazionale.

L'agenzia è consapevole che dal perseguimento corretto di tale obiettivo primario discende la creazione di valore per la sensibilizzazione di tutti gli stakeholders intendendosi per tali tutti i soggetti pubblici o privati, individui, gruppi, aziende ed istituzioni che abbiano a qualsiasi titolo contatti e/o che abbiano un interesse nelle attività di Co.Ver.Fo.P.. Gli amministratori ed i dirigenti incoraggiano e facilitano la partecipazione più ampia possibile degli stakeholders attraverso forme di coinvolgimento assembleare, informative e la pubblicazione delle proprie attività.

In particolare, gli Amministratori e il Direttore dell'Ente sono tenuti a ispirarsi ai principi del Codice Etico, nel fissare gli obiettivi, nel proporre gli investimenti e realizzare i progetti, e in qualsiasi decisione o azione relativa alla gestione dell'Ente stesso. Allo stesso modo, i responsabili delle funzioni aziendali, nel dare concreta attuazione all'attività di direzione dell'agenzia, dovranno ispirarsi ai medesimi principi, sia all'interno,

rafforzando in tal modo la coesione e lo spirito di reciproca collaborazione, sia nei confronti dei terzi con i quali entrino in rapporto.

Co.Ver.Fo.P. si impegna pertanto ad assicurare la massima diffusione del Codice Etico, anche attraverso l'utilizzo di adeguati strumenti conoscitivi, di formazione e di sensibilizzazione in merito ai suoi contenuti. Ogni azione, operazione e transazione effettuata da Co.Ver.Fo.P. è trasparente, verificata e verificabile, e conforme a quanto indicato nel **Modello di Organizzazione, Controllo e Gestione ex D.Lgs. 231/01** Co.Ver.Fo.P. provvede a comunicare e dare formazione rispetto al Codice Etico, e quindi alle procedure anticorruzione in esso contenute, a tutti i dipendenti e ai componenti del Consiglio di Amministrazione. Con riferimento ai partner commerciali, i principali ricevono comunicazione in merito alle procedure anticorruzione adottate da Co.Ver.Fo.P..

Il Modello è attualmente in fase di aggiornamento e in attesa di essere nuovamente adottato dall'agenzia, completo delle nuove integrazioni e modifiche.

Relazioni con le istituzioni e trasparenza

In considerazione della sua natura societaria, Co.Ver.Fo.P. si pone come obiettivo di comprendere, analizzare e dare risposte concrete a tutti gli stakeholder che a vario titolo vengano in contatto con essa e che sono interessati a condividerne gli sviluppi, le politiche ed il buon andamento aziendale. Sotto questo aspetto, Co.Ver.Fo.P. posiziona la sua visione aziendale alla luce del rilevante partenariato pubblico, ponendosi continuamente come ponte per iniziative di rete, di sviluppo territoriale nonché di ascolto, aiuto e consulenza al territorio ed ai suoi attori principali.

Inoltre, l'obiettivo principale della strategia aziendale, di espansione e consolidamento, passa attraverso una strategia di governo aperto. Affinché si instauri una relazione di fiducia tra Co.Ver.Fo.P. e il territorio in cui opera, è necessario costituire un sistema territoriale di trasparenza e condivisione di obiettivi e decisioni, che supporti la conoscenza e la formazione, attribuendole la capacità di dinamizzare nuovamente settori economici.

Uno dei principi fondamentali a cui l'Ente si ispira è infatti la trasparenza, costantemente perseguita dall'agenzia in tutte le sue attività, tramite ad esempio la pubblicazione dei bilanci, dei profili e dei compensi degli amministratori e dei sindaci, attraverso la tracciabilità completa delle operazioni e tramite il rifiuto di comportamenti di turbativa della concorrenza.

Co.Ver.Fo.P. attua azioni trasparenti nella gestione dei fondi pubblici e condanna azioni volte a destinare contributi o finanziamenti a finalità diverse da quelle per cui sono stati concessi.

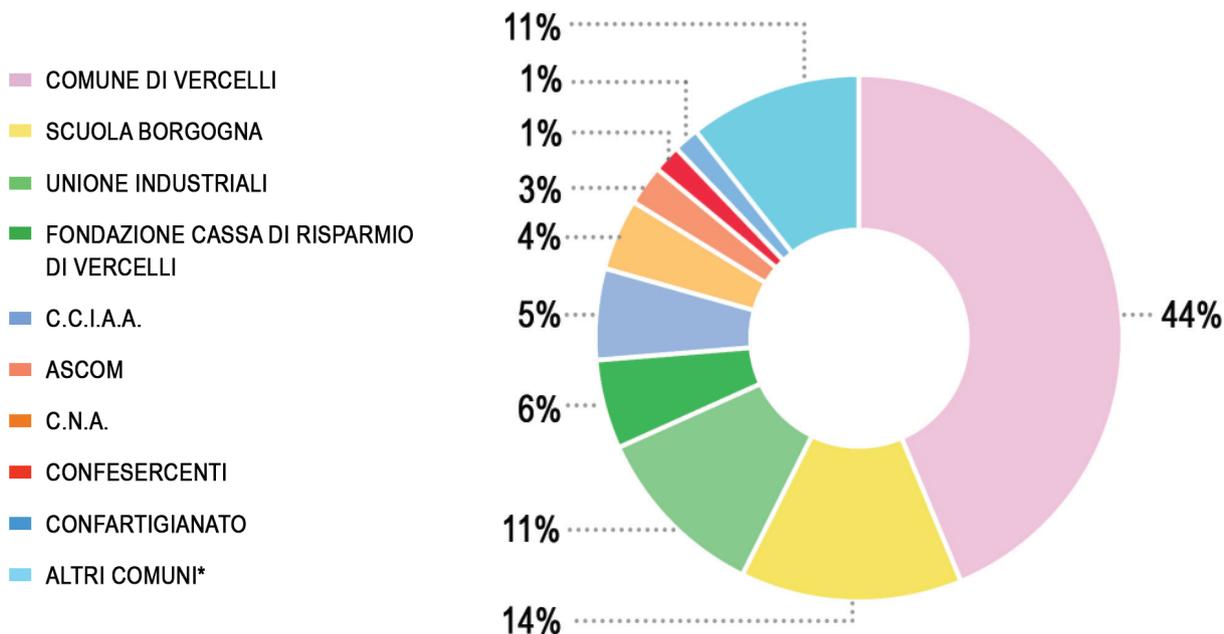
I soci di Co.Ver.Fo.P. costituiscono il maggiore patrimonio dell'agenzia, rappresentando essi la quasi totalità del mondo imprenditoriale vercellese. Tale patrimonio è, per l'azione quotidiana dell'Ente, anche un costante punto di riferimento, spronando costantemente i suoi operatori nel perseguire attività di rete sinergiche allo sviluppo del vercellese.

Gli attuali soci di Co.Ver.Fo.P. sono Città di Vercelli, Confindustria Novara, Vercelli, Valsesia, Camera di Commercio Monte Rosa Laghi Alto Piemonte, CNA Piemonte Nord, Confesercenti, ASCOM Vercelli, 50 comuni del vercellese ex Consorzio dei Comuni per lo Sviluppo del Vercellese, Unione Artigiani di Vercelli, Fondazione Cassa di Risparmio di Vercelli.

Il socio di riferimento è la Città di Vercelli che detiene la maggioranza relativa delle quote e nomina il Presidente del CdA.

Nel prospetto sottostante, sono descritti nel dettaglio alcuni degli enti e le relative quote di partecipazione al capitale sociale dell'Agenzia.

Possesso da parte di organismi governativi di quote partecipative all'interno del capitale sociale dell'agenzia



*Altri Comuni del Vercellese: Crescentino, Santhià, Trino, Cigliano, Livorno Ferraris, Saluggia, Tronzano Vercellese, Alice Castello, Bianzè, Borgo D'Ale, Borgo Vercelli, Asigliano Vercellese, Caresana, Caresanablot, Desana, Fontanetto Po, Moncrivello, Palazzolo Vercellese, Pezzana, San Germano Vercellese, Stroppiana, Villata, Albano Vercellese, Arborio, Balocco, Buronzo, Carisio, Casanova Elvo, Collobiano, Costanzana, Crova, Formigliana, Ghislarengo, Greggio, Lamporo, Lenta, Lignana, Motta Dei Conti, Olcenengo, Oldenico, Pertengo, Prarolo, Quinto Vercellese, Rive, Ronsecco, Salasco, Sali Vercellese, San Giacomo Vercellese, Tricerro, Villarboit.

Nei rapporti con le istituzioni territoriali, l'agenzia opera costantemente, tramite convenzioni e atti di programma, affinché i rapporti si configurino secondo le tecniche gestionali dell'Open Government.

Ciò permette all'ecosistema territoriale di partecipare attivamente alle decisioni interne all'agenzia, elaborando, ad esempio, sistemi di analisi dei fabbisogni condivisi e di monitoraggio delle "criticità" aziendali a livello territoriale, così come database dei fabbisogni aziendali messi in sinergia, e conseguentemente di favorire una collaborazione orizzontale.

A tal proposito, Co.Ver.Fo.P. si è posta l'obiettivo di riattribuire ruoli al fine di consentire maggiore progettualità territoriale, attraverso una maggiore circolazione e scambio di idee e una maggiore frequenza di momenti e tavoli di confronto.

5

5. Performance economica

Co.Ver.Fo.P. è un Ente a forte partecipazione pubblica la cui gestione corretta di risorse (che per il 90% sono fondi pubblici) è fondamentale per rispondere ai principi di trasparenza, economicità ed efficienza a cui si ispira. Affinché le politiche aziendali si concretizzino, è necessario che l'Ente presti particolare attenzione a tale fattore e che persegua politiche di gestione oculata.

Di seguito, si riporta una rappresentazione del valore economico generato dal Co.Ver.Fo.P. nell'anno formativo 2019/2020.

Conto Economico riclassificato al 31.08.2020

CONTO ECONOMICO (IN EURO)	31.08.2019	31.08.2020
Ricavi	1.251.631 €	1.181.901 €
Altri ricavi	21.995 €	8.718 €
Variazione nelle rimanenze di prodotti finiti e prodotti in corso di lavorazione	-	-
Totale Ricavi	1.273.626 €	1.190.619 €
Consumi di materie prime ed altri	48.213 €	33.837 €
Costi del lavoro	562.987 €	463.824 €
Ammortamenti e perdite di valore delle immobilizzazioni	40.355 €	49.527 €
Altri costi operativi	-	-
Totale Costi operativi	1.240.030 €	1.171.972 €
Risultato operativo	33.596 €	18.647 €
Proventi finanziari	19	-
Oneri finanziari	31.027 €	13.749 €
Proventi (oneri) finanziari	(31.008) €	(13.749) €
Utile (perdita) prima delle imposte	2.588 €	4.898 €
Totale imposte correnti e differite	2.168 €	4.602 €
Utile (perdita) dell'esercizio	420 €	296 €

Co.Ver.Fo.P. ha chiuso l'anno 2019/2020 con ricavi totali per euro **1.190.619 €** e un utile netto di euro **296 €**. I costi operativi ammontano a euro **1.171.972 €** e sono composti principalmente da costi del lavoro pari a euro **463.824 €** e da consumi di materie prima per euro **33.837 €**.

Valore generato e distribuito

Come indicato in precedenza, il valore economico complessivo generato dall'agenzia nell'anno 2019/2020 risulta pari a euro 1.190.638 €, di cui circa il 96% è utilizzato per coprire i costi mentre il 4% è trattenuto (cioè destinato a copertura degli ammortamenti e all'incremento delle riserve di patrimonio). In particolare, il valore generato dall'agenzia nel corso del 2019/2020 è stato utilizzato per la remunerazione dei dipendenti e dei fornitori. Il personale dipendente di CFP CEMON ha infatti beneficiato del 42% del valore distribuito mentre, ai fornitori è stato distribuito il 56% del valore distribuito.

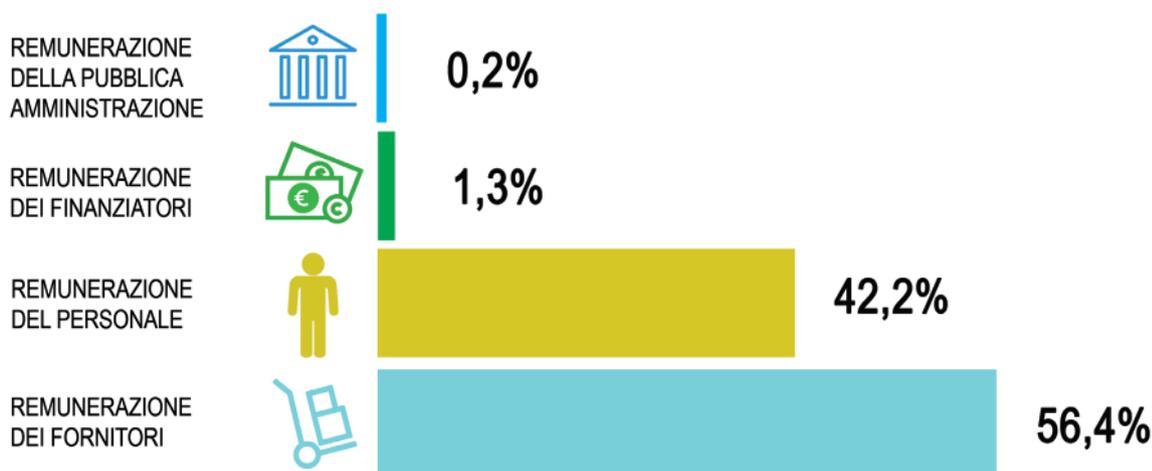
Il valore generato e distribuito rappresenta la differenza tra i ricavi e costi sostenuti per: l'acquisto di beni e servizi – remunerazione dei fornitori – rappresentati dai costi operativi e altri costi; il capitale umano – remunerazione del personale - rappresentati dai costi del personale; le tasse - remunerazione alla Pubblica Amministrazione – rappresentate dalle imposte; i tassi di interesse – remunerazione ai finanziatori – rappresentati dagli oneri finanziari).

Il prospetto di valore aggiunto riportato è stato calcolato sulla base del Conto Economico dell'agenzia in data 31.08.2020.

Prospetto del valore economico distribuito dall'agenzia al 31.08.2020

18

Prospetto del valore economico distribuito dall'agenzia al 31.08.2020



Catena di fornitura

Co.Ver.Fo.P. ha adottato un regolamento per la gestione dei fornitori (D0705) con approvazione in ultima modifica dell'atto da parte del Cda del 12 febbraio 2019.

Il documento, in ottemperanza ai principi di trasparenza, di rotazione e di parità di trattamento, riporta i criteri secondo cui l'agenzia intende istituire e gestire il proprio Albo Fornitori. Inoltre, Co.Ver.Fo.P., mediante tale strumento, intende dotarsi di una procedura che risponda ai principi di un comportamento etico (nel rispetto dei fondi pubblici gestiti e del proprio assetto societario a larga partecipazione pubblica) nella scelta di un fornitore. I principi ispiratori del regolamento sono:

- trasparenza e correttezza nelle relazioni con i fornitori;
- non discriminazione nella scelta dei fornitori;
- tutela della concorrenza;
- semplificazione dei procedimenti.

L'Albo dell'agenzia risulta articolato secondo le categorie di fornitori con cui Co.Ver.Fo.P. si interfaccia:

- Sezione I: Fornitori di servizi di docenza e/o assimilabili (personale educativo non docente, orientatori, Case Manager);
- Sezione II: Fornitori di servizi non di docenza;
- Sezione III: Fornitori di beni;
- Sezione IV: Fornitori di lavori.

L'agenzia, nella scelta del contraente, rispetta i criteri di qualità fissati dalla procedura di qualità interna P06. I principali criteri di qualificazione, adottati per i fornitori non di docenza, sono: certificazione qualità, prezzo, puntualità.

Le spese sono richieste dai singoli responsabili all'ufficio amministrativo, che provvede a richiedere al Direttore Generale un parere di congruità tecnica. Il parere è espresso per iscritto e successivamente al tale parere il rappresentante legale autorizza la spesa.

6

6. Responsabilità verso gli studenti

Offerta formativa, innovazione e internazionalizzazione

L'Ente ha insita, nel proprio atto costitutivo, la vocazione prioritaria a svolgere servizi formativi ed innovativi restituendo al territorio piemontese capacità competitive.

L'offerta formativa di Co.Ver.Fo.P. è composta dalle seguenti macrocategorie:

- Corsi della Direttiva “Obbligo Formativo”;
- Corsi formazione sociale;
- Corsi della Direttiva “Mercato del Lavoro”;
- Corsi della Direttiva Formazione Continua a domanda Individuale;
- Percorsi integrati scuola/formazione;
- Corsi rivolti alle PA del vercellese.

Tramite i servizi offerti, l'agenzia vuole assicurare le risorse economiche e umane necessarie e porre in essere tutte le attività utili a sostenere l'innovazione ed il cambiamento del territorio in cui opera.

A tal proposito, l'agenzia ha messo in atto diversi investimenti monetari per lo sviluppo e l'innovazione della propria struttura e dei servizi offerti, come riportato nella tabella sottostante:

Investimenti in innovazione effettuati dall'agenzia negli anni formativi

TIPOLOGIA DI INDICATORE	31-08-2018	31-08-2019	31-08-2020
Valore monetario di risorse economiche destinate all'innovazione	18.486 €	39.536 €	60.000 €
Innovazione tecnologica (hardware e software, attrezzature, impianti)	13.200 €	15.425 €	40.000 €
Innovazione di processo (Consulenze organizzative, direzionali, ecc.)	5.286 €	24.111 €	20.000 €

L'agenzia si impegna a soddisfare le esigenze e le aspettative espresse ed implicite dei propri utenti, delle famiglie e degli educatori e, al contempo, le politiche territoriali sul lavoro e le esigenze di qualificazione e flessibilità all'interno delle aziende, ponendo massima attenzione al contesto per sostenerne lo sviluppo.

Obbligo di istruzione: i numeri principali

TIPOLOGIA DI INDICATORE	2017/2018	2018/2019	2019/2020
Numero iscritti ai corsi	131	145	152
Numero corsi erogati	8	8	8
Numero ore di formazione complessivamente erogate	8.420	8.500	9.200
Successo formativo ²	96%	98%	100%
Numero aziende coinvolte (stage/alternanza duale)	42	42	51
Rientro scolastico/formativo ³	6%	20%	4%

Per obbligo di istruzione sono da intendersi i percorsi formativi di durata triennale/biennale per la Qualifica Professionale e di durata annuale per il Diploma Professionale. Essi sono rivolti a giovani di età compresa tra i 14 e i 24 anni, che hanno terminato il primo ciclo di istruzione, anche assunti in Apprendistato Art. 43 - D. Lgs 81/2015, privi di titoli di studio superiori. Finalità: promozione della crescita educativa, culturale e professionale, l'assolvimento dell'obbligo di istruzione e del diritto/dovere di istruzione e formazione, conseguimento della Qualifica Professionale, contrasto alla dispersione scolastica/formativa, promozione del successo formativo e dell'inserimento lavorativo dei giovani.

21

Formazione continua/permanente: i numeri principali

TIPOLOGIA DI INDICATORE	2017/2018	2018/2019	2019/2020
Numero iscritti ai corsi (escluso apprendistato)	236	133	259
Numero corsi erogati (escluso apprendistato)	20	9	16
Numero ore di formazione complessivamente erogate (escluso apprendistato)	588	478	832
Numero aziende complessivamente coinvolte	35	23	90

Per formazione continua/permanente sono da intendersi azioni di breve durata di aggiornamento, qualificazione, riqualificazione dei lavoratori occupati, su iniziativa individuale o aziendale. Il sistema di formazione continua rivolto alle persone occupate è teso all'aggiornamento e alla crescita delle competenze professionali e delle soft skill, strettamente connesse all'inno-

² Il successo formativo è calcolato nel seguente modo: [allievi che terminano i corsi conseguendo il titolo/allievi iscritti].

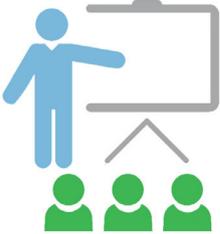
³ Percentuale di allievi qualificati che proseguono gli studi negli Istituti Scolastici o IV Anno.

vazione organizzativa e tecnologica del sistema produttivo e ai cambiamenti del mercato del lavoro. La Formazione Continua è parte del concetto più ampio di Formazione Permanente, ossia dell'apprendimento lungo tutto l'arco della vita personale e professionale (lifelong learning), finalizzato alla promozione della cittadinanza attiva e consapevole, al sostegno all'adattabilità e all'occupabilità.

Formazione continua/permanente: i numeri principali

TIPOLOGIA DI INDICATORE	2017/2018	2018/2019	2019/2020
Numero iscritti ai corsi	89	82	70
Numero corsi erogati	5	5	4
Numero ore di formazione complessivamente erogate	2.550	3.496	2.390
Successo formativo	100%	100%	92%
Numero aziende coinvolte (stage/alternanza duale)	73	73	80

Con corsi di formazione per l'inserimento lavorativo è da intendersi la Formazione di breve-media durata finalizzata all'incremento delle opportunità di inserimento socio-lavorativo di giovani e adulti attraverso misure di empowerment delle competenze tecnico-professionali e delle soft skill. Percorsi di qualificazione, specializzazione e abilitazione professionale rivolti a persone disoccupate e soggetti vulnerabili (giovani a rischio/neet, persone con disabilità, migranti, persone in regime di detenzione).



Nel 2017 la società Amazon si è insediata a Vercelli. Le parti sociali hanno chiesto a Co.Ver.Fo.P. di prestare assistenza logistica e tecnica per la formazione degli aspiranti candidati ad essere assunti dalla multinazionale americana. Ad oggi (con una formazione basica di 3 giorni) sono state formate circa 70 classi composte da una media di 25-30 persone. La ricaduta dell'attività è di difficile quantificazione, ma sicuramente alta soprattutto in termini di servizio al territorio.

La strategia di medio termine dell'agenzia prevede, in generale, l'utilizzo delle proprie esperienze, competenze accumulate e nuove conoscenze per lo sviluppo di meccanismi e procedure innovativi. In particolare, Co.Ver.Fo.P. intende delineare una strategia di espansione e consolidamento, al fine di preparare l'Ente ad affrontare eventuali problemi di contrazione dell'attività e, al contempo, distinguersi dai propri competitors.

L'Ente ha previsto, nel breve periodo, di raggiungere specifici obiettivi, definito anche all'interno del documento di programmazione dell'Ente (o riesame della Direzione):

- Potenziare l'attività della sede di Gattinara;
- Attivare percorsi su linee di finanziamento nuove per l'Ente;
- Consolidare le attività di Servizio Al Lavoro;
- Aumentare le attività a libero mercato;
- Riposizionare la "vocazione" dell'Ente.

In merito all'internazionalizzazione, Co.Ver.Fo.P. ha scelto di appoggiare lo sportello EUROPE DIRECT di Vercelli, inizialmente con proprio personale che ne ha consentito l'avvio e, successivamente, appoggiando e assecondando le iniziative dello sportello. La Rete d'informazione EUROPE DIRECT, lanciata nel 2005 (a Vercelli dal 2013), agisce come intermediario tra l'Unione europea e i cittadini a livello locale.



Orientamento e placement

Al fine di consolidare la posizione di Co.Ver.Fo.P. all'interno della sua rete territoriale, è strategico per l'Ente essere in grado gestire attività di supporto alle popolazioni in tema di lavoro e orientamento al lavoro. Quest'attività consente di conoscere le esigenze del mercato del lavoro e, in particolare, di dialogare con le aziende del territorio e di conoscere la situazione dei lavoratori che incontrano difficoltà nell'inserimento o re-inserimento nel mondo del lavoro. In questo modo, l'agenzia ha la possibilità di posizionarsi come interlocutore esperto e credibile all'interno delle politiche territoriali del lavoro.

L'agenzia considera, infatti, prioritario soddisfare le suddette politiche e le esigenze di qualificazione e flessibilità all'interno delle aziende e pone massima attenzione al contesto per sostenerne lo sviluppo.

Le iniziative di orientamento e placement organizzate dall'agenzia comprendono le attività di analisi dei fabbisogni delle aziende del territorio che vengono illustrate all'utente, le tecniche di ricerca attiva del lavoro, di preparazione per affrontare colloqui lavorativi e l'aiuto nella stesura del proprio Curriculum Vitae.

Le diverse azioni dell'agenzia sono quindi finalizzate a dare all'utente strumenti efficaci non solo per l'inserimento lavorativo, ma anche per il consolidamento dell'impiego o per la ricerca di una nuova occupazione.

In particolare, nel corso del 2018, l'Ente ha partecipato alle politiche di sostegno al reddito (REI) e a diversi bandi regionali indirizzati ai disoccupati da più di sei mesi e ai disabili, così come legati a situazioni di svantaggio o garanzia giovani.

Infine, l'agenzia ha gestito il coordinamento di WeTakeCare, un progetto volto alla creazione di reti sovrapprovinciali che si occupano di assistenti familiari favorendo informazione, formazione e matching.

Servizi orientativi e servizi al lavoro: i numeri principali

TIPOLOGIA DI INDICATORE	2017/2018	2018/2019	2019/2020
Numero totale di persone (disoccupati) che hanno fruito dei Servizi al Lavoro dell'Agenzia	720	750	250
Numero di persone (studenti) che hanno fruito dei Servizi di Orientamento dell'Agenzia	102	120	531
Numero di imprese complessivamente coinvolte nelle attività dei Servizi Orientativi e nei Servizi al Lavoro dell'Agenzia ⁴	Dato stimato: 300 aziende	Dato stimato: 300 aziende	90

⁴ Il dato è stato stimato per entrambi gli anni formativi.

Di seguito, si riportano i principali risultati raggiunti dall'agenzia con riferimento al placement, che considera il numero di allievi/tirocinanti che a 12 mesi dalla conclusione del corso/tirocinio risultano occupati (con qualsiasi forma contrattuale) o abbiano lavorato per almeno 6 mesi.

Percentuale di placement dell'offerta formativa dell'agenzia

PLACEMENT PER TIPOLOGIA DI CORSO DI FORMAZIONE	2017/2018	2018/2019	2019/2020
Obbligo di istruzione	55%	58%	77%
Corsi di formazione per l'inserimento lavorativo	53%	53%	52%

L'agenzia opera attraverso un'applicazione del gestionale Proforma, appositamente personalizzata, per la profilazione del cliente (imprese, allievi, utenti SAL); inoltre, un questionario somministrato al singolo utente consente di rilevare le singole aspettative e di conoscerne i bisogni. Tale rilevazione abbinata alla profilazione consente all'agenzia di definire e offrire agli utenti i migliori servizi (offerte di lavoro, partecipazione a bandi, empowerment personale, etc.).

Le opportunità identificate dall'agenzia in tale ambito riguardano principalmente:

- **Collaborazione territoriale:** l'agenzia vorrebbe concentrarsi sulla collaborazione territoriale in modo da ampliare la rete e di aumentare la visibilità e credibilità dell'Ente;
- **Efficacia delle politiche formative:** l'Ente vorrebbe migliorare l'efficacia delle proprie politiche formative e, di conseguenza, le proprie performance di collocazione lavorativa, al fine di valorizzare i percorsi formativi e di attrarre nuovi utenti, anche con semplici politiche comunicative;
- **Aspettative dei soci:** l'agenzia si impegna a rispettare le richieste dei soci soprattutto in termini di analisi al fine di pianificare adeguate politiche territoriali.

Pari opportunità e diritto alla formazione

Co.Ver.Fo.P. è da sempre impegnata nel garantire il diritto alle pari opportunità per tutti gli studenti e gli utenti finali dell'agenzia. Per tale ragione, è stata nominata la **responsabile per le pari opportunità** la quale, attraverso la sua costante presenza all'interno delle associazioni imprenditoriali e nella Città di Vercelli, oltre che referente delle Pari Opportunità presso l'ITAS, contribuisce in modo determinante alla diffusione ed al consolidamento della Rete (azioni di mainstreaming di tipo verticale e orizzontale). È inoltre consigliere supplente per le pari opportunità della Provincia di Vercelli.

Inoltre, l'attività di Co.Ver.Fo.P. si connota da sempre per un forte impegno nell'ambito della non discriminazione. Le sedi dell'agenzia costituiscono due nodi della rete provinciale per l'antidiscriminazione, a cui Co.Ver.Fo.P. aderisce e che promuove, essendo la responsabile per le pari opportunità animatrice della rete stessa.

Questo impegno è stato formalizzato nel codice etico dell'agenzia, dove viene esplicitata la promessa di Co.Ver.Fo.P. di operare secondo i principi di ascolto delle persone e delle organizzazioni, accogliendo ogni persona con dignità e rispetto, senza distinzioni e discriminazioni di genere, orientamento sessuale, etnia, religione, disabilità, opinioni politiche, età, convinzioni personali, e offrendo pari opportunità a tutti i dipendenti sulla base delle loro qualifiche professionali e delle capacità individuali di ciascuno, senza alcuna discriminazione di religione, sesso, razza, credo politico o sindacale. Inoltre, Co.Ver.Fo.P. si assicura che il processo di selezione di dipendenti e collaboratori sia trasparente e non discriminante, bensì basato sulla corrispondenza tra i profili ricercati ed i profili posseduti e su considerazioni di competenza, professionalità e merito, così come riportato nel documento “Bilancio di competenze (D0201)” facente parte del sistema qualità ed accreditamento.

A livello organizzativo, Co.Ver.Fo.P. ha predisposto appositi strumenti di verifica sulle conoscenze degli operatori in termini di Pari Opportunità: ad esempio, viene somministrato un questionario di clima interno in cui si analizzano anche le problematiche relative alle P.O., sia in termini di politica “di genere” che in termini di flessibilità e conciliazione dei tempi di vita e di lavoro.

Inoltre, sono stati istituiti **percorsi formativi del personale** sulle tematiche di conciliazione, politiche attive e mainstreaming “di genere” e “empowerment”, il tutto attraverso la costruzione di un sistema di rete tra le Istituzioni di parità territoriali (Comitato per l'imprenditorialità femminile e la Consigliera di parità provinciale), al fine di rafforzare la capacità di gestione delle risorse in un'ottica di genere. A tale proposito, da tempo si è sviluppato un lavoro fattivo con il Comune di Vercelli, per incentivare il PAP “Piano di Azioni Positive”.

Infine, in ogni percorso formativo svolto è presente un modulo di PO in cui sono illustrate buone prassi metodologiche. Nella trattazione d'aula si richiede al docente di sensibilizzare l'utenza (quindi con impatti molto forti sulla popolazione) alla conoscenza e consapevolezza della

legislazione in materia (trattando ad esempio di congedi parentali, tutela della maternità, orario di lavoro, lavoro a tempo parziale, lavoro a tempo determinato) e più in generale al richiamo ai principi costituzionali e delle carte dei diritti universali.

Co.Ver.Fo.P. ha dimostrato il suo impegno verso questa tematica, promuovendo varie iniziative tra cui:

- **Progetto Coccole**, costituito da moduli formativi e momenti di socializzazione e formazione laboratoriale con coetanei diversamente abili all'interno del percorso Operatore del Benessere;
- **8 marzo: mi festeggio**, un'iniziativa giunta alla quarta edizione che rappresenta una "non celebrazione" della giornata con le autorità femminili locali e con le dipendenti di Co.Ver.Fo.P. che scelgono di accedere al laboratorio estetico. L'idea è quella di un momento di pausa e relax preso, volutamente in quel giorno. Quest'anno l'iniziativa è stata estesa, in collaborazione con i servizi sociali di Vercelli, alle donne che hanno difficoltà a concedersi un momento di relax per questioni economiche e/o di emarginazione sociale;
- **25 novembre**: partecipazione alla rappresentazione teatrale sul tema violenza sulle donne svolto da tutte le scuole di Vercelli;
- **Svolgimento di due seminari** in collaborazione con Anpi di Vercelli sul tema "8 ore e lavoro femminile".

In aggiunta, l'agenzia ha collaborato al **Progetto EOS**, che ha previsto l'apertura di un Centro Antiviolenza nella città di Vercelli e formando le operatrici.

La tabella di seguito riportata mostra i dati principali relativi al supporto e promozione delle pari opportunità e diritto alla formazione.

Pari opportunità e diritto allo studio: i numeri principali

TIPOLOGIA DI INDICATORE	2017/2018	2018/2019	2019/2020
Percentuale di aule con accesso per studenti disabili	100%	100%	100%
Numero corsi specifici rivolti a disabili	1	7	7
Percentuale di persone con disabilità o esigenze educative speciali inserite nei corsi	10%	5%	5%
Percentuale di ragazze/donne inserite nei corsi	65%	66%	70%
Numero di ore di formazione dedicate al tema delle Pari Opportunità nei corsi finanziati (OI, MdL, IFTS)	65	300	300

Ogni azione dell'Ente si sviluppa trasversalmente sulle tematiche delle pari opportunità e non discriminazione. Co.Ver.Fo.P. è cresciuto nel tempo come uno degli attori (ed esperti) principali sui temi in provincia di Vercelli. Ciò ha consentito di stabilizzare collaborazioni, aumentare le competenze del personale e permeare l'azione dell'Ente di buone prassi operative, fin quasi a confonderle con l'azione quotidiana.

Nel medio periodo è intenzione dell'ente aumentare la sua dimensione di rete soprattutto con stakeholder e pari operanti nel settore Istruzione e formazione. Lo scopo è condividere progetti altrimenti non realizzabili singolarmente da Co.Ver.Fo.P. (nidi aziendali e/o per allievi, progetti sperimentali di telelavoro).

Obiettivo più generale è invece la progettazione del Servizio Civile Nazionale con tema comunicazione e pari opportunità, su tutta la rete partner.

L'agenzia è, inoltre, impegnata a garantire ambienti di lavoro e studio sicuri e salubri per chiunque acceda alle strutture dell'agenzia. In tale ottica, l'agenzia pone in essere attività sicure per la tutela della sicurezza e salute degli alunni e più in generale dei cittadini, a tutela dell'integrità di tutte le persone coinvolte nell'agire dell'agenzia.

A conferma dell'impegno di Co.Ver.Fo.P., **non si sono verificati infortuni per gli studenti all'interno e all'esterno delle strutture dell'agenzia**, per entrambi gli anni formativi di riferimento.



Qualità della didattica e soddisfazione degli utenti

Co.Ver.Fo.P. intende operare nel mercato della formazione professionale piemontese attraverso politiche di sviluppo della qualità mirata al soddisfacimento delle aspettative, dei bisogni e delle richieste delle diverse tipologie di clienti/allievi, ponendo la qualità della formazione professionale come obiettivo primario di una realtà aperta ai bisogni e alle esigenze del territorio vercellese nel quale opera.

Per tale ragione, Co.Ver.Fo.P. è **certificato UNI EN ISO 9001** dall'Ente CERMET per le attività di progettazione, erogazione e gestione di servizi formativi e orientativi, sia per la sede di Vercelli che per la sede di Gattinara, e ha definito una propria **Politica per la Qualità**, che definisce i principi base dell'agire dell'agenzia.

Accreditamenti ottenuti dalla Regione Piemonte

Sede di Vercelli	Sede di Gattinara
Servizi di istruzione e formazione professionale	
<ul style="list-style-type: none">• Accreditamento n.103/001 ottenuto il 30/06/2003	<ul style="list-style-type: none">• Accreditamento n.1153/001 ottenuto il 29/11/2012
Servizi di orientamento	
<ul style="list-style-type: none">• Accreditamento n.531/001 ottenuto il 14/09/2004	<ul style="list-style-type: none">• Accreditamento n.1150/001 ottenuto il 29/11/2012

In aggiunta, l'agenzia ha ottenuto:

- accreditamento come provider ECM (Educazione Continua in Medicina) da parte della Regione Piemonte;
- accreditamento come Test Center ECDL da AICA (Associazione Italiana per l'Informatica ed il Calcolo Automatico) dall'anno 2006 (sede di Vercelli);
- accreditamento presso l'**Ordine degli Assistenti Sociali Consiglio nazionale** per l'erogazione di corsi di formazione continua rivolti ad Assistenti Sociali con relativa concessione di crediti formativi;
- accreditamento presso la Regione Piemonte per le principali tipologie corsuali legate alla **sicurezza sul lavoro** (Rspp, PLE, carrelli elevatori, Gru autocarro) con codice A408/2014.

La qualità dell'offerta formativa di Co.Ver.Fo.P. è basata principalmente sul riconoscimento delle esigenze degli allievi, sul rispetto delle loro "differenze" intrinseche e soggettive, e sul loro accompagnamento lungo tutto il percorso didattico. Presupposto fondamentale di tali obiettivi è l'utilizzo di strumenti didattici innovativi, frutto di una continua sperimentazione indirizzata alla ricerca di "nuovi modi di fare formazione".

A tal proposito, sono state definite nuove tecniche di formazione esperienziale, inerenti alle professioni sociosanitarie: tali tecniche permettono di migliorare la conoscenza di sé stessi e delle proprie emozioni, rispondendo alle necessità lavorative specifiche delle relazioni di cura. In tal senso, la metodologia si focalizza, in particolare, su esercizi basati sulla corporeità, sullo sviluppo delle tecniche di ascolto e sul role-playing.

In aggiunta, l'agenzia favorisce l'utilizzo del proprio sito tra docenti e allievi, al fine di sviluppare le potenzialità di una comunità virtuale: l'allievo può, infatti, avvalersi - come e quando vuole - delle varie occasioni di apprendimento, anche al di fuori delle consuete connotazioni spazio-temporali di un corso. In questo modo, è possibile instaurare una continua interazione tra studenti e docenti, favorendo (proprio in virtù del range più ampio di fruizione didattica) una migliore e più assidua valutazione in itinere da parte dei formatori.

Gli eventi e progetti svolti e portati a termine sul tema sono stati molteplici. Di seguito vengono riportati i tre progetti che si sono distinti per la loro significatività:

- Una giornata di studio all'interno del salone LO.V. "web reputation" svolto in collaborazione con Disum e Agenzie interinali di recruiting
- Hub Vercelli Andrea Raineri, progetto finanziato dalla fondazione Cassa di Risparmio di Vercelli. Il progetto vuole essere un incubatore sperimentale in cui far crescere competenze su soggetti deboli e lavorare con aziende per il loro inserimento. La valutazione del progetto e il suo svolgimento vedono le realtà interessate lavorare in cooperazione senza soluzione di discontinuità tra ruoli diversi;
- Un accordo di collaborazione stipulato con Siemens. L'idea (che ha già mosso i primi passi con la formazione di docenti interni) è di portare a Vercelli un laboratorio Siemens di automazione industriale che sia "aperto" al territorio. In questo modo, Siemens potrà svolgere una funzione formativa e, contemporaneamente, l'ente potrà acquisire le ricadute positive prodotte dall'iniziativa.

Dalla coerenza tra istanze progettuali e destinatari delle stesse discende tutto il processo di erogazione didattica che, anche grazie alle innovazioni metodologiche, permette di avvicinarsi il più possibile al valore massimo di successo formativo da parte dell'allievo. A questo proposito, è compito dell'équipe didattica (responsabile delle innovazioni meto-

dologiche, coordinatori dei corsi, progettisti, orientatori e singoli formatori) la stesura del documento di qualità interna che calendarizza le scadenze fondamentali della vita corsuale (riunioni di inizio attività, collegi docenti, briefing con il team di lavoro, ecc.), intese come momenti di confronto, verifica ed eventuale ricalibrazione degli obiettivi.

Lo step successivo è rappresentato da una selezione preliminare dei corsisti, per meglio comprendere se le esigenze di questi ultimi possano trovare riscontro nella proposta corsuale di riferimento. Nello specifico, viene somministrato ai candidati il test “AMOS” (Erickson), valutando gli stili cognitivi e le componenti motivazionali dell’apprendimento.

L’agenzia è costantemente impegnata nel monitoraggio in itinere dell’intero processo: pertanto i registri personali dei docenti e quelli generali di classe vengono sottoposti a periodici controlli, per verificare la trasparenza nell’assegnazione dei voti (in un numero minimo stabilito a seconda della tipologia corsuale) e la congruenza tra gli argomenti riportati a registro e quelli indicati nella progettazione.

Un ulteriore controllo, in tal senso, viene effettuato dall’applicativo ProForma: un sistema informatizzato che agevola la “visione d’insieme” del processo formativo, indicandone comunque le specificità ed offrendo in tempo reale la “fotografia” dello stato di avanzamento del programma didattico.

Un percorso formativo ha successo anche grazie alla qualità del lavoro dei propri docenti che vengono messi in condizione di supervisionare continuamente il loro operato grazie a ProForma ed all’App dedicata e di essere monitorati a loro volta, tramite il test di soddisfazione compilato dagli allievi a fine corso ed il documento interno (D0701) di valutazione della loro attività nel corso dell’anno formativo.

Grado di soddisfazione generale medio degli allievi

TIPOLOGIA DI CORSO	2017/2018	2018/2019	2019/2020
Obbligo di istruzione	83%	83%	90%
Formazione continua/permanente	98%	98%	95%
Formazione per l’inserimento lavorativo	88%	88%	85%

Co.Ver.Fo.P. ha, inoltre, monitorato l’efficacia delle attività messe in atto, secondo diversi indicatori quali la rilevanza della strategia adottata, la rilevanza politica, l’innovatività, la sostenibilità, la trasferibilità (in contesti analoghi) e la riproducibilità (in contesti diversi).

L'agenzia si è dotata di un **Regolamento di contabilità** e verifica e monitora lo scostamento dei risultati attraverso il Controllo di Gestione dell'ente, che è a sua volta gestito attraverso l'applicativo ProForma. Gli indicatori di efficacia ed efficienza economica monitorano l'andamento della gestione in relazione alla attività. Si riportano di seguito i dati salienti della rilevazione di tali parametri al 31.08.2018.

Parametri economici	Obbligo d'istruzione (MA)	Formazione per l'inserimento lavorativo (MB)	Formazione Continua/ Permanente (MB)
Rapporto tra ore allievi rendicontate e ore allievi approvate	100%	100%	100%
Rapporto tra importi rendicontati e importi approvati	99,76%	99,42%	100%

Per tutte le tipologie di formazione, è stato erogato il 100% delle ore di formazione approvate (MA: 7.280, MB: 3.496 e MC: 240) mentre, con riferimento agli investimenti preventivati i corsi MA e MB risultano leggermente inferiori rispetto agli importi preventivati; la formazione continua/permanente ha, invece, raggiunto il 100% di efficienza.

Comunicazione

La comunicazione, per le attività di Co.Ver.Fo.P., assume tre aspetti rilevanti:

- Istituzionale. In qualità di società partecipata, per Co.Ver.Fo.P. è fondamentale comunicare correttamente sia sotto l'aspetto etico (rispetto dei principi legislativi, non utilizzo dei canali comunicativi per fini politici, religiosi, speculativi) che sotto l'aspetto della forma (è necessario rispettare l'importanza del partenariato e quindi utilizzare forme comunicative che seguano un'etichetta neutra);
- Persecuzione della missione aziendale. Comunicare significa attrarre potenziali fruitori dei servizi ed offrire un servizio di qualità;
- Sociale. È necessario che il territorio conosca l'attività dell'Ente e ne possa giudicare le ricadute sociali.

In generale, l'agenzia assicura l'attuazione di una politica aziendale che ponga in primo piano la trasparenza gestionale, la correttezza economica e l'etica del comportamento, anche nelle attività di comunicazione.

Il modello di comunicazione di Co.Ver.Fo.P. è improntato a campagne di comunicazione ideate e pensate su singole grandi tematiche: per ogni attività viene preparato un piano di comunicazione sia di tipo strategico (analisi dello scenario, obiettivi, targeting) sia di tipo operativo (scelta delle leve di comunicazione, contenuti, partner).

Co.Ver.Fo.P. ha scelto una linea editoriale di “content curation”, basata quindi sulla chiarezza dei contenuti e, al contempo, rifugge ogni genere di Marketing aggressivo e limita al minimo la produzione di materiale cartaceo (nel rispetto dei principi di sostenibilità). Per garantire, infatti, completezza e coerenza delle informazioni, i contenuti dell'informazione devono essere sempre documentati o documentabili e prevedono il coinvolgimento sia del personale interno, come il responsabile Marketing, i responsabili di sede o la Direzione (per approvazione pianificazioni generali) sia figure esterne, quali i volontari di Servizio Civile con progetti specifici o professionisti esterni (soprattutto per le parti tecnologiche).

Gli strumenti di comunicazione utilizzati dall'Agenzia, rivolti sia all'interno che all'esterno, sono molteplici e spaziano dal sito istituzionale, aggiornato almeno settimanalmente sulla base dei corsi in partenza, ai social media (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube), includendo anche materiale cartaceo “targettizzato” e personalizzato per iniziativa; tra gli strumenti di comunicazione, nel periodo preso in considerazione dal presente documento, va segnalata la nascita di una collaborazione stabile con diverse testate locali.

L'obiettivo di medio periodo è di costruire un cruscotto di valutazione delle attività di comunicazione, basato su modelli web-metrics, in grado di dare risposte che guidino le campagne future. Il cruscotto dovrebbe, quindi, servire a comprendere se la comunicazione messa in atto necessita cambiamenti o non ha ancora esplicitato interamente la sua efficacia.

7. Responsabilità verso la comunità

Iniziative rivolte al territorio

Co.Ver.Fo.P. nasce dal territorio vercellese e la sua missione principale è restituire allo stesso territorio servizi, lavoro, opportunità. Questa è una missione vincolante in ogni sua scelta di tipo operativo od economico.

Per tali ragioni, nel corso dell'anno formativo 2019/2020, l'agenzia ha avviato diverse iniziative e progetti rivolte allo sviluppo del territorio in cui opera. Di seguito, se ne riportano alcuni esempi.



PROGETTO LIFT (Lavoro, Informazione, Formazione e Territorio). Il progetto ha lo scopo di offrire un servizio di informazione e orientamento al lavoro. Tale servizio, ad oggi attivo in 6 comuni, ha avuto un impatto numerico di circa 600 persone a cui è stato reso un servizio e di circa il doppio transitati negli sportelli per semplici informazioni. Il costo medio del progetto è di circa 16.000 € di cui circa un terzo è restituito dai comuni attraverso la stipula di apposite convenzioni. L'attuale benchmark sulle persone che hanno richiesto un servizio riporta che circa il 50% (con rilevazione a sei mesi) ha attivato un contratto di lavoro o si è iscritta ad un percorso di politica attiva.



SALONE ORIENTAMENTO E LAVORO LOV (Lavoro e Orientamento a Vercelli). Il comune di Vercelli ha richiesto a Co.Ver.Fo.P. di collaborare con Informagiovani, e locale CPI per lo svolgimento annuale di un salone di due giorni in cui erogare servizi di orientamento al lavoro, consulenze, workshop e convegni. Al salone partecipano mediamente tra le 800 e le 1200 persone e il costo sostenuto dall'agenzia (pro bono) è di circa 3000,00 € per ogni edizione.



SERVIZIO CIVILE. Co.Ver.Fo.P. partecipa ad una rete di servizio civile, guidata dalla città di Vercelli, a cui partecipano l'UPO (Università del Piemonte Orientale) nelle sedi di Vercelli, Novara, Alessandria), una vasta rete museale vercellese (museo Borgogna, Museo Leone, Mac, Museo del Tesoro del Duomo, museo Civico di Casale Monferrato), l'Arcidiocesi di Vercelli, i comuni di Santhià, Gattinara, Tronzano, Livorno

Ferraris, Cigliano, Casale Monferrato, i consorzi Socio-Assistenziali Cisas e Unione Montana, i centri diurni e le comunità alloggio della città di Casale Monferrato, . Attualmente la rete gestisce 68 volontari ma, considerata la crescita dell'iniziativa, l'agenzia si è posta l'obiettivo di arrivare a circa 80 volontari entro il 2022. L'impatto sulla popolazione (stimato come partecipanti ai bandi di selezione) è di circa 300 persone per gli attuali 68 selezionati. L'attività di Co.Ver.Fo.P. consiste nel mettere a disposizione:

- formatori (ad ogni volontario è erogata una formazione individuale di almeno 80 ore);
- le proprie sedi per attività formative sia dei volontari sia degli OLP (operatori locali di progetto una figura simile al tutor);
- la propria struttura di marketing per le attività di comunicazione dei progetti, per il sito vercelligiovani.it, e per la pagina di offerte di lavoro del sito citato (pagina ad aggiornamento quotidiano). La stima di popolazione raggiunta dal sito e dai social collegati è di circa 10000 persone con interazione.



EGOGUSTO. Un hub di valorizzazione del territorio e dei suoi prodotti tipici. Si trova a Gattinara all'interno dell'enoteca regionale. Quindi il vino è il protagonista (si formano sommelier ed assaggiatori di vino, di grappa, olio, di caffè, di riso, di formaggi e di salumi) e dei suoi produttori. Vuole essere un luogo di valorizzazione della cultura legata al territorio (con convegni, eventi, incontri). Ovviamente si cucinerà e si imparerà a cucinare. Eccellenza di pasticceria e arte bianca.



#RICUCIVITA. Progetto di piccola sartoria svolto in collaborazione con Soroptmist International d'Italia (club Vercelli) e con diversi club del territorio piemontese. Il progetto prevede laboratori di base e di produzione di piccoli oggetti (borse mare) svolti all'interno della sezione femminile del carcere di Vercelli.



TESI SOSTENIBILI. Progetto svolto in collaborazione con UPO, Arpa Piemonte, Città di Vercelli, Pastorale Universitaria della Diocesi di Vercelli, Associazione Itaca che allo scopo di valorizzare la “terza missione” universitaria, intende attuare azioni culturali di comunicazione e divulgazione in relazione diretta con il territorio e i suoi attori per valorizzare la conoscenza prodotta all’interno dell’Ateneo così da contribuire allo sviluppo sostenibile (ambientale, sociale ed economico) della società.

In aggiunta, Co.Ver.Fo.P. mette a disposizione la sua struttura di progettazione e di Servizi Al Lavoro ai comuni che hanno richiesto al finanziamento progetti PPU – Progetti di Pubblica Utilità. Ad oggi, ne hanno usufruito il comune di Vercelli ed il comune di Santhià. E’ stata anche rogata

Co.Ver.Fo.P. è, inoltre, un creatore di reti territoriali. Di seguito, si riportano le ultime e più significative reti create:

- la **rete degli informagiovani** della città di Vercelli, del comune di Gattinara, del comune di Santhià e del comune di Trino che hanno partecipato ad un bando regionale (progettato pro-bono da Co.Ver.Fo.P.) e che ottengono un finanziamento stabile da piemontegiovani;
- la **rete anti violenza vercellese**. Co.Ver.Fo.P. partecipa e fornisce le proprie competenze, formando le operatrici anti violenza che supportano il centro anti violenza EOS. Su questi temi l’agenzia è stata premiata nella sezione WeWoman for Expo (con un progetto dal titolo SAIDA) ed ha aderito ad una carta d’intenti che vuole essere uno dei lasciti immateriali di Expo Milano 2015 al BIE – Bureau International des Expositions, i.e. l’organismo che governa le Esposizioni Universali. La carta “Expo welcomes everyone” vuole promuovere la lotta contro ogni genere di discriminazioni (genere, età, disabilità, origine etnica, fede religiosa, orientamento sessuale) nelle future Esposizioni Universali (Dubai 2020) ed Internazionali (Antalya 2016; Astana 2017);
- la **rete WeTakeCare** che riunisce i 7 consorzi di gestione servizi socioassistenziali delle province di Vercelli e VCO. Il progetto, finanziato al capofila città di Vercelli e progettato da Co.Ver.Fo.P., ha l’obiettivo di creare una rete di sportelli che si occupano di assistenti familiari (dalla formazione al matching con le famiglie. Il bacino potenziale di utenza della rete è di circa 347.000 persone.



8. Responsabilità verso le risorse umane

Le persone di Co.Ver.Fo.P. Formazione

L'Ente è consapevole che le risorse umane sono un fattore indispensabile per l'esistenza, lo sviluppo ed il successo di una qualsiasi impresa. Per questo motivo Co.Ver.Fo.P. tutela e promuove il valore delle risorse umane allo scopo di migliorare ed accrescere il patrimonio e la competitività delle competenze possedute da ciascun collaboratore nel contesto organizzativo dell'azienda.

Co.Ver.Fo.P. rispetta la dignità e l'integrità morale di ogni dipendente e collaboratore; non tollera richieste o minacce atte a indurre le persone ad agire contro la legge ed in violazione del Codice Etico né atti di violenza psicologica e/o comportamenti discriminatori o lesivi della dignità della persona.

I dipendenti e i collaboratori di Co.Ver.Fo.P. svolgono le funzioni di loro competenza secondo i principi di onestà, correttezza, impegno e rigore professionale, nonché operano, nello svolgimento delle attività loro rimesse, in conformità alle disposizioni legislative vigenti.

Ogni azione, operazione, negoziazione e, più in generale, qualsiasi attività posta in essere dal personale dell'agenzia formativa, deve uniformarsi alle regole di correttezza gestionale, trasparenza, completezza e veridicità delle informazioni, nonché ai regolamenti aziendali.

I criteri di collaborazione, lealtà e rispetto reciproco devono improntare i rapporti tra i dipendenti di qualsiasi livello, e tra questi ed i terzi con cui essi vengano in contatto in ragione delle attività lavorative svolte.

In particolare, ai dipendenti e ai collaboratori è fatto obbligo di:

- osservare diligentemente le disposizioni del Codice Etico, astenendosi da ogni comportamento ad esso contrario;
- assicurare, nell'espletamento dei propri compiti, il rispetto della legge e perseguire esclusivamente l'interesse pubblico;
- ispirare le proprie decisioni ed i propri comportamenti alla cura dell'interesse pubblico che gli è affidato;
- riferire all'Organismo di Vigilanza, quale garante del Codice Etico, qualsiasi notizia relativa a presunte violazioni del presente Codice Etico verificatesi nel contesto aziendale;
- offrire la massima collaborazione nell'accertamento delle possibili e/o presunte violazioni del presente Codice Etico;
- informare i terzi che entrino in rapporto con l'Agenzia circa le prescrizioni del Codice Etico e richiederne l'osservanza;
- esigere il rispetto delle disposizioni del Codice Etico nello svolgimento delle attività per le quali tali soggetti siano in relazione con l'Agenzia.

**Numero di dipendenti per tipologia contrattuale
(tempo determinato/tempo indeterminato)**

TIPOLOGIA DI CONTRATTO	31.08.2018			31.08.2019			31.08.2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Tempo determinato	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tempo indeterminato	3	7	10	3	9	12	3	9	12
Totale	3	7	10	3	9	12	3	9	12

Numero di tipologia di impiego contrattuale (full-time/part-time)

TIPOLOGIA DI IMPIEGO	31.08.2018			31.08.2019			31.08.2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti full-time	3	5	8	3	7	10	3	7	10
Dipendenti part-time	0	2	2	0	2	2	0	2	2
Totale	3	7	10	3	9	12	3	9	12

Numero totale di collaboratori esterni

TIPOLOGIA CONTRATTO DI COLLABORAZIONE	31.08.2018			31.08.2019			31.08.2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Interinali	1	2	3	1	2	3	1	2	3
Collaboratori a progetto	10	50	60	10	70	80	10	80	90
Collaboratori a P.IVA	5	60	65	10	40	50	10	50	60
Totale	16	112	128	21	112	133	21	132	153

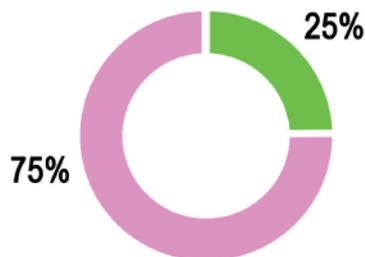
Non discriminazione

Co.Ver.Fo.P. offre pari opportunità a tutti i dipendenti sulla base delle loro qualifiche professionali e delle capacità individuali di ciascuno, senza alcuna discriminazione di religione, sesso, razza, credo politico o sindacale.

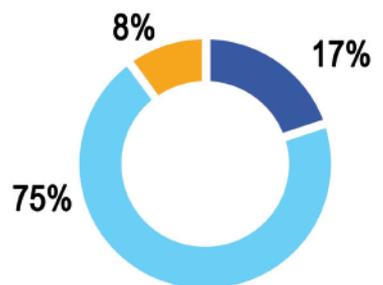
Il rapporto tra le persone che lavorano in Co.Ver.Fo.P. è improntato al reciproco rispetto, alla correttezza, alla collaborazione e alla valorizzazione delle competenze.

Di seguito si riporta la suddivisione del personale dell'agenzia per genere e fascia d'età:

**Personale dipendente per genere
al 31.08.2020**



**Personale dipendente per fasce d'età
al 31.08.2020**



Composizione % del personale dipendente di Co.Ver.Fo.P. per categoria professionale e genere

NUMERO PERSONE	31.08.2018			31.08.2019			31.08.2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	10%	0%	10%	8%	0%	8%	8%	0%	8%
Impiegati	20%	70%	90%	17%	75%	92%	17%	75%	92%
Operai	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Totale	30%	70%	100%	25%	75%	100%	25%	75%	100%

Composizione % del personale dipendente di Co.Ver.Fo.P. per categoria professionale e fascia d'età

NUMERO PERSONE	2017/2018				2018/2019				2019/2020			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Dirigenti	0%	0%	10%	10%	0%	0%	8%	8%	0%	0%	8%	8%
Impiegati	10%	80%	0%	90%	8%	84%	0%	92%	17%	75%	0%	92%
Operai	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Totale	10%	80%	10%	100%	8%	84%	8%	100%	17%	75%	8%	100%

Al 31 agosto 2020, la componente femminile rappresenta il 75% del personale Co.Ver.Fo.P., in linea rispetto all'anno precedente. Con riferimento alle fasce d'età, la componente del personale più significativa è rappresentata dai dipendenti con età compresa tra i 30 e i 50 anni.

Sicurezza e benessere

Co.Ver.Fo.P. riconosce l'importanza strategica della tematica sicurezza e benessere dei propri dipendenti all'interno dell'Ente, in particolare il suo impatto sul proseguimento dei propri obiettivi strategici e sulla garanzia della qualità della formazione erogata.

A tal proposito, Co.Ver.Fo.P. si impegna a promuovere e garantire la salute e la sicurezza sul lavoro dei propri dipendenti e collaboratori in tutte le sedi in cui gli stessi siano chiamati a svolgere la propria attività lavorativa, nonché promuove condizioni di lavoro sicure.

L'agenzia si impegna, inoltre, a garantire condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale e ambienti di lavoro sicuri e salubri, anche tramite la diffusione di una cultura della sicurezza e della consapevolezza dei rischi, promuovendo comportamenti responsabili e rispettosi del sistema di sicurezza adottato e delle procedure aziendali che ne formano parte. I dipendenti, i collaboratori e chiunque altro - a vario titolo - acceda alle strutture dell'agenzia, sono chiamati a concorrere personalmente al mantenimento della sicurezza.



In tale ottica l'Agenzia si impegna dunque:

- ad attuare **attività sicure** per la tutela della sicurezza e salute degli alunni e più in generale dei cittadini, dei propri dipendenti e di tutti coloro che lavorano per l'Agenzia, accedendo nei relativi uffici;
- a garantire che tutti coloro che prestano la propria attività lavorativa per l'agenzia siano **informati e formati** in merito ai rischi connessi alla sicurezza cui gli stessi si trovino - di volta in volta - esposti;
- a **riesaminare periodicamente** e a **monitorare continuativamente** le prestazioni e l'efficienza del proprio sistema a presidio dei rischi connessi alla sicurezza, per mantenere luoghi di lavoro sicuri a tutela dell'integrità di tutte le persone coinvolte nelle attività dell'agenzia.

Le pratiche e le azioni messe in atto da parte dell'agenzia, hanno permesso che, nel corso dei due anni formativi di riferimento, **non si verificasse alcun tipo di infortunio, né tra i dipendenti né tra i collaboratori esterni.**

Inoltre, al fine di garantire un ambiente lavorativo favorevole ai propri dipendenti, nel breve periodo l'ente si pone l'obiettivo di completare le analisi ambientali di tutte le sue sedi e, nel breve-medio periodo, di completare le opere di miglioramento del confort ambientale delle sedi.

Formazione e sviluppo

Co.Ver.Fo.P. riconosce il valore del proprio personale considerandolo un fattore indispensabile per l'esistenza, lo sviluppo ed il successo di una qualsiasi impresa. Per questo motivo l'agenzia tutela e promuove il valore delle risorse umane allo scopo di migliorare ed accrescere il patrimonio e la competitività delle competenze possedute da ciascun collaboratore nel contesto organizzativo dell'azienda.

Inoltre, Co.Ver.Fo.P. si impegna a creare luoghi di apprendimento e crescita professionale e umana, aperti al confronto e allo sviluppo delle culture siano esse professionali, tecniche o umanistiche. Il rapporto tra le persone che lavorano in Co.Ver.Fo.P. è improntato al reciproco rispetto, alla correttezza, alla collaborazione e alla valorizzazione delle competenze.

Gli assi su cui Co.Ver.Fo.P. punta riguardo alla formazione del proprio personale sono: aumentare le competenze trasversali (al fine di meglio comprendere il proprio ruolo e di essere di aiuto proattivo agli allievi), rafforzare le competenze distintive (con la formazione tecnico specifica e con la formazione su metodologie d'aula), e consolidare la competenza su attività di orientamento e di integrazione con le politiche attive del lavoro (Dossier delle evidenze, apprendistato).

A questi obiettivi prioritari si affiancano le costanti formazioni obbligatorie (sicurezza, privacy) e le formazioni di supporto allo svolgimento di attività formative. In particolare, Co.Ver.Fo.P. da sempre ha puntato a rafforzare le capacità progettuali (al fine di introdurre costantemente piccole innovazioni didattiche e metodologiche) e amministrative (l'uso "pervasivo" del gestionale ProForma come ausilio a tutto il sistema "corso"). Alcune di queste tematiche sono state affrontate nelle ultime sessioni di formazione formatori (con altri Enti Formativi) e poi successivamente rafforzate con formazioni interne.

Durante il 2019/2020, Co.Ver.Fo.P. ha promosso varie attività e corsi volti alla formazione dei propri dipendenti, in particolare, riguardanti salute e sicurezza, servizi al lavoro, aggiornamenti su metodi d'insegnamento (metodi di progettazione di percorsi per utenti con esigenze speciali), tecniche di marketing e predisposizione del budget, rendicontazione e gestione amministrativa dei progetti europei.

Inoltre, l'ente supporta la formazione tecnica del proprio personale attraverso aggiornamenti o corsi riguardanti:

- ABB - progettazione e realizzazione di una cabina MT/BT a Regola d'Arte;
- LOVATO Electric - Soluzione per la protezione, l'avviamento e il controllo di motori elettrici;
- BEGHELLI - Luce e led illuminazione ordinaria e illuminazione di emergenza tecnologia led;
- LINERGYE - Illuminazione di Sicurezza, DEHN - "Protezione contro le scariche atmosferiche e le sovratensioni scelta ed applicazione degli spd";

- La SLA e gli ausili della comunicazione;
- Le cure palliative nei malati terminali;
- Integrazione sociosanitaria;
- Rischio chimico e organizzazione del lavoro dlgs 81/08;
- Morbo Alzheimer.
- Formazione su: Moodle, Didattica a Distanza, Didattica integrata a Distanza
- Il ruolo del peer in un sistema di Controllo di Gestione ABC

Ore di formazione medie pro-capite erogate, suddivise per categoria professionale e genere

NUMERO DI ORE	2019/2020		
	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	100	-	100
Impiegati	50	39	41
Totale	67	39	46

9

9. Responsabilità ambientale Impatti ambientali dell'agenzia

L'agenzia si impegna, nella sua attività formativa, a porre prioritaria attenzione nella programmazione ai mutamenti della società ed al progresso tecnologico e scientifico.

Il rispetto dell'ambiente, inteso come riduzione degli sprechi, salvaguardia dell'habitat ma anche risparmio delle risorse economiche, diventa quindi di fondamentale importanza per chi fornisce servizi di formazione. Le buone pratiche e i diversi approcci vengono facilmente appresi sui banchi scolastici, per emulazione e per convinzione. Quindi, non è soltanto fondamentale l'imposizione di comportamenti corretti all'interno delle strutture dell'agenzia, ma anche la spiegazione coerente di tali pratiche attraverso testimonianze ed esempi concreti positivi.

Riguardo alle tematiche ambientali, Co.Ver. Fo.P. attiva costantemente politiche ed azioni finalizzate alla promozione di buone prassi, incrementando costantemente la rete ambientale con cui collabora da anni (ARPA).

Inoltre, l'ente supporta la formazione tecnica del proprio personale attraverso aggiornamenti o corsi riguardanti Gewiss S.p.A- sistema a LED per l'illuminazione industriale sostenibile e LOVATO Electric - Efficienza energetica secondo il nuovo standard IEC 60034-2-1.

Ad oggi, non esistono indicatori sull'efficacia delle azioni messe in atto se non il monitoraggio delle attività formative calendarizzate, la quantità di rifiuti "differenziati" e la produzione di energie da fonti alternative. Pertanto, l'agenzia si è posta l'obiettivo di medio periodo di introdurre metodi di misurazione dell'impatto delle politiche adottate.

Consumi energetici

L'agenzia è impegnata costantemente nella riduzione della domanda di mobilità, incentivando gli studenti ad un utilizzo di metodi di spostamento alternativi e meno inquinanti (a piedi o in bici). La promozione di stili di vita e di consumo sostenibili avviene anche in campo tecnologico, proponendo percorsi volti alla diffusione delle energie alternative (fotovoltaico, geotermico, ecc) ed alla conoscenza e tutela dell'ambiente (accompagnatori naturalistici, certificatori energetici, power-manager).

Si riportano di seguito i consumi energetici interni disaggregati tra le varie utenze dell'agenzia.

Totale consumi di energia di Co.Ver.Fo.P. (GJ) ⁵

TIPOLOGIA DI CONSUMO	UNITÀ DI MISURA	2017/2018	2018/2019	2019/2020
Energia elettrica acquistata ⁶	GJ	4	4	4

Iniziative messe in atto per ridurre il consumo energetico

Iniziative	Ambito	Unità di misura	Risultato 2018/2019	Baseline (consumi)	Anno di riferimento	Risparmio ottenuto	% Risparmio ottenuto
Pannelli fotovoltaici	Elettrico	kWh	1.310	8.500	2018/2019	6.340	85%

Inoltre, l'Ente si impegna a proseguire la modernizzazione di qualunque strumento consumi energia o risorse sostituendoli con strumentazioni a minore impatto ambientale.

In conformità con quanto previsto dal Greenhouse Gas (GHG) Protocol, il principale standard di rendicontazione delle emissioni, le emissioni sono state suddivise in diverse tipologie. In particolare, le emissioni di Scopo 1 derivano dai consumi di gas naturale e gasolio e le emissioni di Scopo 2 dai consumi di energia elettrica acquistata.

⁵ I fattori di conversione utilizzati per il calcolo del consumo energetico sono: per l'energia elettrica 1 kWh = 0,0036 GJ.

⁶ Si segnala che il Gruppo non ha fatto ricorso all'acquisto di certificati di Garanzie di Origine (GO) per l'acquisto di energia elettrica da fonti rinnovabili

Il GRI prevede due diversi approcci per calcolare le emissioni appartenenti alla categoria Scopo 2 “Market-based” e “Location-based”. L’approccio “Market-based” prevede l’utilizzo di un fattore di emissione definito su base contrattuale con il fornitore di energia elettrica e tiene conto dei certificati acquistati dall’azienda che attestano l’approvvigionamento di energia elettrica da fonti rinnovabili (es. Garanzie di Origine). Invece, l’approccio “Location-based” prevede l’utilizzo di un fattore medio di emissione associato allo specifico mix energetico nazionale per la produzione di energia elettrica. Tale approccio tiene in considerazione il fattore di conversione dell’energia con riferimento alla generazione della stessa nel paese in cui è stata acquistata.



Totale emissioni di Co.Ver.Fo.P. (tCO2)⁷

TIPOLOGIA DI EMISSIONI	UNITÀ MISURA	2017/2018	2018/2019	2019/2020
Emissioni scopo 2 location-based	t CO2	0,39	0,41	0,49
Emissioni scopo 2 market-based	t CO2	1	1	1

Consumi idrici

L'acqua utilizzata dall'agenzia, acquistata da terzi, viene per lo più impiegata per uso domestico negli uffici e nelle sedi di formazione. In tutti i bagni dell'edificio sono stati installati rubinetti a getto programmato, al fine di evitar inutile spreco di acqua, e di dimenticarsi di lasciarli aperti.

Si segnala che, nessuna sede dell'agenzia è situata in aree del Piemonte soggette al fenomeno del water stress⁸. L'agenzia si avvale del Aqueduct Tool sviluppato dal World Resources Institute per identificare le aree potenzialmente a rischio. Le categorie considerate come water stress si riferiscono alla categorizzazione "extreme scarcity" (scarsità estrema) e "scarcity" (scarsità) dello strumento.

Rifiuti

L'Agenzia cerca costantemente di educare l'utenza a ridurre lo spreco di carta, incentivando azioni di riciclo (circa 650.000 fogli riciclati nel 2018), scoraggiando l'utilizzo di dispense cartacee in favore delle versioni telematiche ed installando asciugamani elettrici in ogni bagno. Nell'ultimo anno la stampa di dispense è stata espressamente vietata (e quindi ormai ha un ruolo marginale) ed è stato utilizzato Moodle come repository di dispense.

In ogni aula è possibile trovare appositi contenitori colorati per la raccolta differenziata e i docenti stessi sono incaricati del controllo dello smaltimento dei rifiuti.

Con particolare riferimento alle attività e ai corsi svolti nei laboratori, si riportano di seguito le prassi implementate per tutte le sedi dell'agenzia e per tutti gli studenti partecipanti:

Laboratorio elettrico. Si è instaurata la buona prassi di utilizzare filo elettrico da bobine controllate e il riutilizzo degli scarti, dove possibile. 6150 metri di cavo elettrico sono stati riciclati, di cui 800 ribobinato. Annualmente, gli scarti di filo elettrico avanzato sono raccolti dagli allievi e smaltiti se-

⁷ Per il calcolo Location-based sono stati utilizzati i fattori di emissione TERNA 2018 - Confronti internazionali mentre per il calcolo secondo il metodo "Market-based" sono stati utilizzati i fattori di residual mix pubblicati da AIB. Con riferimento alle emissioni di Scopo 1 sono stati utilizzati i fattori di conversione Minambiente:

(2017/2018, 2018/2019, 2019/2020:

https://www.minambiente.it/sites/default/files/archivio/allegati/emission_trading/tabella_coeficienti_standard_nazionali_11022019.pdf
[tabella_coeficienti_standard_nazionali_11022019.pdf](https://www.minambiente.it/sites/default/files/archivio/allegati/emission_trading/tabella_coeficienti_standard_nazionali_11022019.pdf) (mite.gov.it)

⁸ Lo strumento del WRI è disponibile online alla pagina web: <https://www.wri.org/our-work/project/aqueduct>. Per l'analisi, sono stati tenuti in considerazione i risultati emersi nella colonna "baseline water stress".

condo i principi della raccolta differenziata attraverso convenzioni con cooperative che si occupano dello smaltimento di tale materiale.

Laboratorio Estetico. Al fine di ridurre al minimo i consumi elettrici, gli studenti sono invitati ad utilizzare gli scaldalattini solo quando strettamente necessario, a riutilizzare quando possibili cere non consumate e ad utilizzare l'autoclave per diminuire l'uso di prodotti usa e getta.

Laboratorio di cucina. Sono state definite alcune linee guida con l'obiettivo di evitare grandi sprechi di cibo all'interno dei laboratori. Tra queste rientrano l'utilizzo, ove possibile, di tecniche di conservazione (sottovuoto, congelazione, etc.), lavori didattici su monoporzioni, la valorizzazione e lavorazione degli scarti e, infine, la suddivisione dei contenitori, iniziando così la raccolta differenziata già all'interno del laboratorio.

Laboratorio di cucito. Sono state definite alcune linee guida con l'obiettivo di utilizzare per lo più materiale riciclato. Si presta particolare attenzione al taglio della stoffa per evitare la produzione di ritagli non utilizzabili. In ogni caso la "missione" che è spiegata agli allievi in laboratorio è apprendere attraverso le "Tre R" (ridurre, riutilizzare e riciclare): **Ridurre** i propri rifiuti, **Riutilizzare** quello che può ancora avere un impiego, **Riciclare** quello che invece non può avere una seconda vita

Suddivisione rifiuti prodotti per metodo di smaltimento (in tonnellate)

Metodo di smaltimento	Unità di misura	31.08.2018			31.08.2019			31.08.2020		
		Pericolosi	Non pericolosi	Totale	Pericolosi	Non pericolosi	Totale	Pericolosi	Non pericolosi	Totale
Riuso	T	-	-	-	-	0,2	0,2	-	0,2	0,2
Riciclo	T	-	-	-	-	1,7	1,7	-	1,5	1,5
Recupero ⁹	T	-	-	-	-	4,2	4,2	-	5	5
Discarica	T	-	-	-	-	0,6	0,6	-	0,6	0,6
Altro	T	-	-	-	-	0	0	-	0	0
Totale	T	-	-	-	-	6,7	6,7	-	7,3	7,3

⁹ E' incluso il recupero attraverso produzione di energia.

Tra i rifiuti pericolosi prodotti vanno evidenziate soltanto piccole quantità di materiale, composte da: toner esausti, stoccati temporaneamente (in attesa dei raccolti in Ecobox) e il cui smaltimento è gestito da una cooperativa autorizzata; materiale medico e scarti di materiale utilizzato per trattamenti estetici (rifiuti di sterilizzazioni e/o materiale considerato pericoloso al momento dello smaltimento).

L'agenzia, inoltre, recupera i rifiuti nobili (rame da filo elettrico) che vengono conferiti semestralmente a cooperative sociali che valorizzano economicamente tale rifiuto e utilizzano il ricavato per le loro attività sociali.

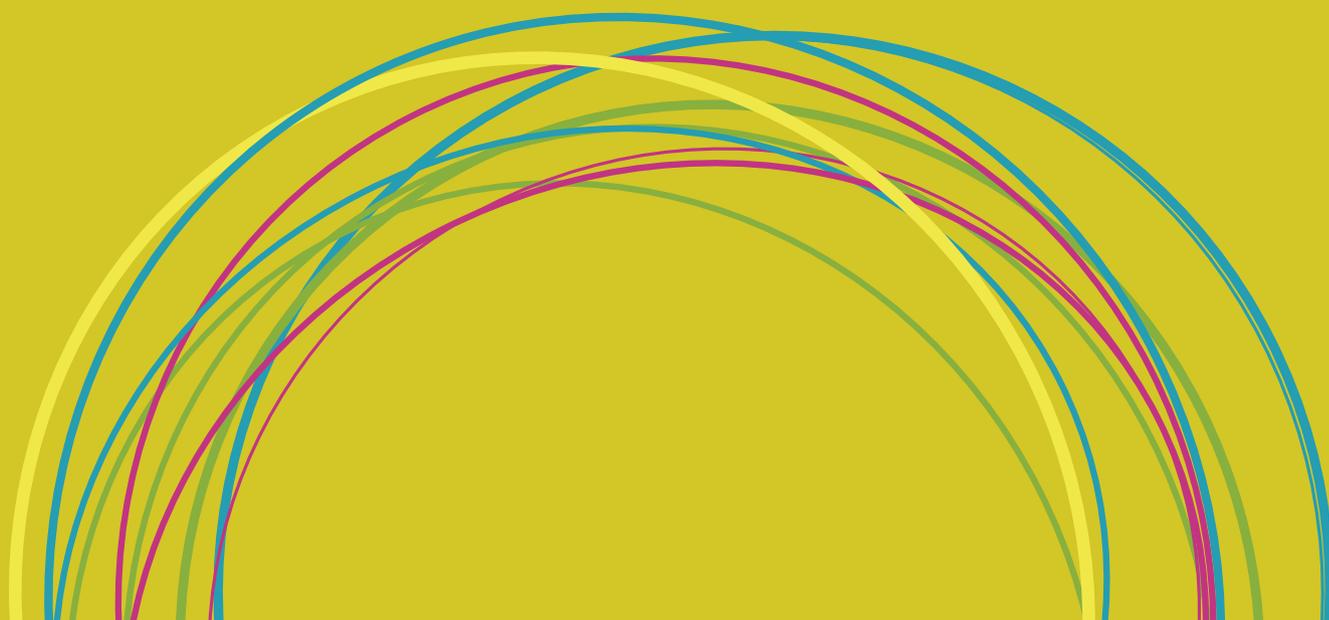
Ogni anno, vengono svolti dall'agenzia eventi programmati (M'illumino di meno, Giornata mondiale dell'ambiente, Ricordo delle vittime da amianto, con visita annuale al parco Eternot) ed eventi frutto di specifiche collaborazioni: tra questi, si segnala il progetto **“Salvate il soldato RAEE”**, svolto in collaborazione con ASM (Gruppo Iren), municipalizzata per i servizi ambientali, idrici ed energetici.

Il progetto sinteticamente ha previsto una serie di appuntamenti e lezioni svolti alternativamente tra docenti e responsabili di ASM sul tema “importanza del riciclo dei rifiuti elettronici”. Si sono svolte attività di gruppo (scrittura messaggi pubblicitari, tabelloni, esercitazioni) e sopralluoghi nei centri di raccolta. Da settembre, un contenitore per la raccolta RAEE sarà installato nella sede di Vercelli che verrà aperto anche al conferimento di rifiuti elettronici prodotti in casa. ASM ha sottoscritto una carta di impegno con Co.Ver.Fo.P. per procedere direttamente nella sede dell'Agenzia al ritiro di tali rifiuti.

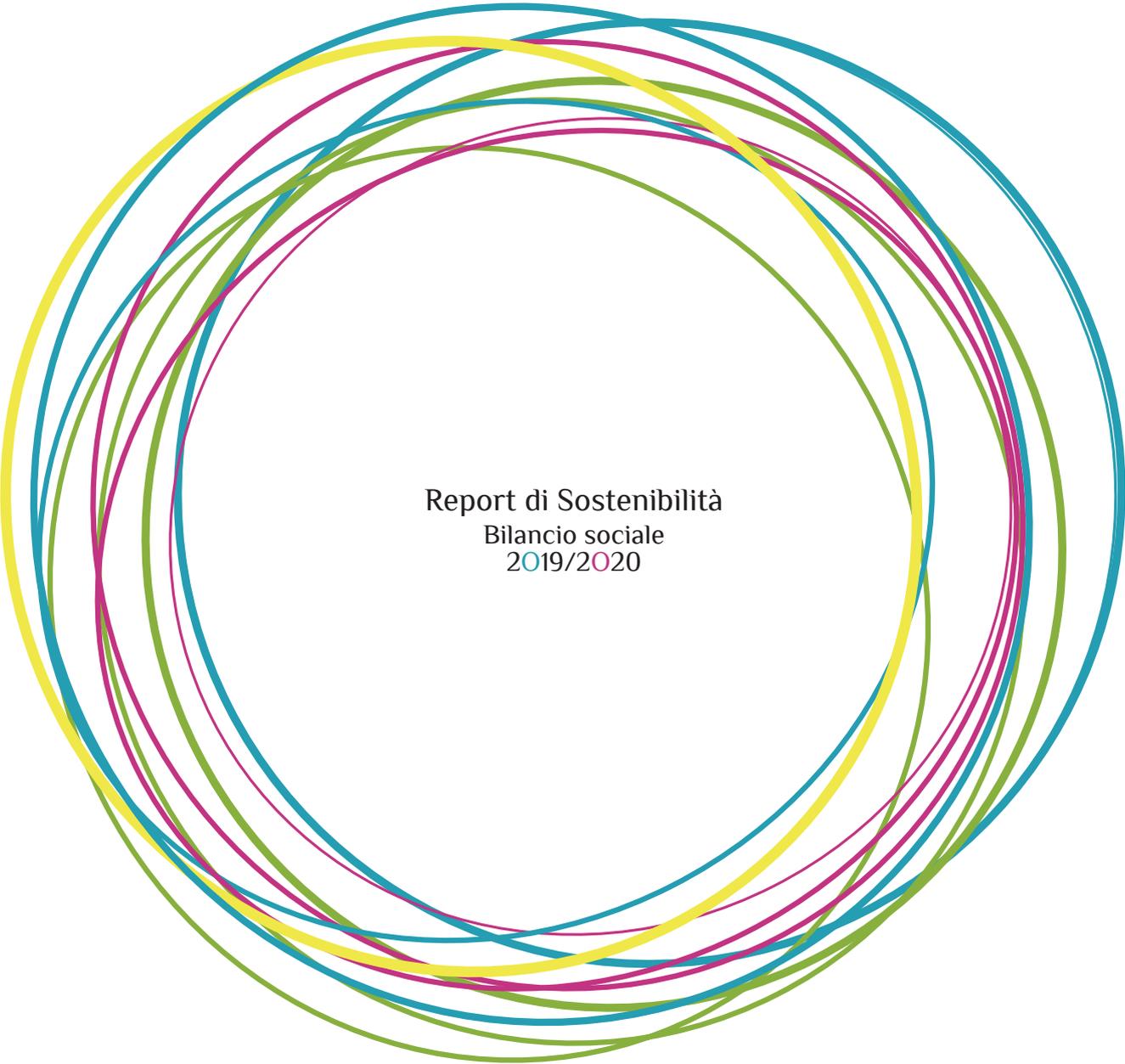
10

10. Perimetro, impatto degli aspetti materiali e raccordo con il GRI

Nella tabella seguente sono state identificate le attività e/o il gruppo di attività che sono state definite materiali, l'area di impatto delle stesse con riferimento alle attività e al perimetro dell'agenzia ed il relativo coinvolgimento delle agenzie nelle stesse. Per coinvolgimento diretto si rimanda al fatto che la tematica risulta materiale in seguito ad un'attività direttamente controllata dalle agenzie mentre nel coinvolgimento indiretto rientrano tutti quegli aspetti che le agenzie contribuiscono a causare attraverso le attività collegate. La tabella illustra inoltre il raccordo tra tematiche materiali e tematiche "specific" del GRI Content Index.



Macro-area	Tematiche materiali	Perimetro di impatto	Coinvolgimento dell'organizzazione	Tematica GRI
Governance, Compliance e Responsabilità Economica	Relazioni con le istituzioni, trasparenza, etica ed integrità	Agenzia	Diretto	Conformità socioeconomica Anti-corrruzione
	Performance economica-finanziaria e governance	Agenzia	Diretto	Performance economica
	Qualità della didattica e soddisfazione degli utenti	Agenzia	Diretto	N/A
	Comunicazione	Agenzia	Diretto	Etichettatura di prodotti e servizi Privacy dei clienti
Responsabilità verso la Comunità	Rapporti con il territorio	Agenzia	Diretto	N/A
Responsabilità verso gli Studenti	Orientamento e placement	Agenzia	Diretto	N/A
	Offerta formativa, innovazione e internazionalizzazione	Agenzia	Diretto	N/A
	Pari opportunità e diritto alla formazione	Agenzia	Diretto	N/A
Responsabilità Ambientale	Impatti ambientali	Agenzia	Diretto	Energia Scarichi e rifiuti
Responsabilità verso le risorse umane	Sicurezza e benessere, formazione e sviluppo del personale e non discriminazione	Agenzia	Diretto	Occupazione Salute e sicurezza sul lavoro Formazione e istruzione Non-discriminazione Diversità e pari opportunità



Report di Sostenibilità
Bilancio sociale
2019/2020



11. GRI Content Index

GRI Standard	Disclosure	Pagina	Omissioni
GRI 101: PRINCIPI DI RENDICONTAZIONE (2016)			
GRI 102: GENERAL DISCLOSURE (2016)			
Profilo dell'organizzazione			
GRI 102: General Disclosures	102-1 Nome dell'organizzazione	5	
	102-2 Principali marchi, prodotti e/o servizi	20-25	
	102-3 Sede principale	5	
	102-4 Aree geografiche di operatività	5	
	102-5 Assetto proprietario e forma legale	5, 12-16	
	102-6 Mercati serviti	5	
	102-7 Dimensione dell'organizzazione	5-6, 13,17, 37-38	
	102-8 Caratteristiche della forza lavoro	38-39	
	102-9 Catena di fornitura dell'Organizzazione	19	
	102-10 Cambiamenti significativi dell'Organizzazione e della sua catena di fornitura	Non si segnalano cambiamenti significativi avvenuti nel biennio 2019/2020.	
	102-11 Applicazione dell'approccio prudenziale alla gestione dei rischi	L'organizzazione applica il principio di precauzione	
	102-12 Iniziative esterne	Non si segnalano iniziative esterne per l'occupazione nel corso del biennio 2019/2020.	
	102-13 Principali partnership e affiliazioni	10	
Strategia			
GRI 102: General Disclosures	102-14 Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale	3	

GRI Standard	Disclosure	Pagina	Omissioni
Etica e integrità			
GRI 102: General Disclosures	102-16 Valori, principi, standard e regole di comportamento dell'Organizzazione	7	
Governance			
GRI 102: General Disclosures	102-18 Struttura di Governo dell'Organizzazione	12-13	
Coinvolgimento degli stakeholder			
GRI 102: General Disclosures	102-40 Elenco degli stakeholder	10	
	102-41 Accordi di contrattazione collettiva	Tutti i dipendenti dell'agenzia risultano coperti da accordi di contrattazione collettiva.	
	102-42 Identificazione e selezione degli stakeholder	9-10	
	102-43 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	11	
	102-44 Aspetti chiave emersi dal coinvolgimento degli stakeholder	11	
Pratiche di reporting			
GRI 102: General Disclosures	102-45 Entità incluse nel Bilancio Consolidato	4	
	102-46 Definizione dei contenuti del Report e del perimetro dei topic materiali	4	
	102-47 Elenco dei topic materiali	11	
	102-48 Modifiche di informazioni contenute nei precedenti Report	4	
	102-49 Cambiamenti significativi in termini di topic materiali e loro perimetro	4	
	102-50 Periodo di rendicontazione	4	

GRI Standard	Disclosure	Pagina	Omissioni
GRI 102: General Disclosures	102-51 Data di pubblicazione del Report più recente	4	
	102-52 Periodicità di rendicontazione	4	
	102-53 Contatti per informazioni sul Report	4	
	102-54 'Indicazione dell'opzione "In accordance" scelta	4	
	102-55 Indice dei contenuti GRI	55-60	
	102-56 Attestazione esterna	Non è presente alcuna attestazione esterna.	

TEMATICHE MATERIALI

Performance economico-finanziaria e governance

GRI 103: Management Approach	103-1 Materialità e perimetro	4, 11, 52-53	
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	17-18	
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	17-18	
GRI 201: Economic Performance	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	18	

Relazioni con le istituzioni, trasparenza, etica e integrità

GRI 103: Management Approach	103-1 Materialità e perimetro	4, 11, 52-53	
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	14-15	
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	14-15	
GRI 205: Anti Corruzione	205-2 Comunicazione e formazione su policy e procedure anti-corrruzione	14	

GRI Standard	Disclosure	Pagina	Omissioni
GRI 205: Anti Corruzione	205-3 Casi di corruzione accertati e azioni intraprese	Non si sono verificati casi di corruzione nel corso degli anni formativi 2017/18 2018/2019 - 2019/2020	
GRI 419: Conformità socio-economica	419-1 Non-compliance a regolamenti e leggi in materia sociale ed economica	Nel periodo di rendicontazione in oggetto, non sono state rilevate sanzioni significative in relazione a leggi e regolamenti in materia socioeconomica.	

Impatti ambientali

GRI 103: Management Approach	103-1 Materialità e perimetro	4, 11, 52-53	
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	46-51	
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	46-51	
GRI 302: Energia	302-1 Consumi energetici interni all'organizzazione	47	
	302-4 Riduzione del consumo di energia	47	
GRI 303: Acqua	303-1 Prelievo di acqua per fonte	49	
GRI 305: Emissioni	305-1 Emissioni dirette di gas ad effetto serra (Scopo 1)	49	
	305-2 Emissioni indirette di gas ad effetto serra (Scopo 2)	49	
GRI 306: Scarichi e rifiuti	306-2 Rifiuti per tipo e metodo di smaltimento	50	

Sicurezza e benessere, formazione e sviluppo del personale e non discriminazione

GRI 103: Management Approach	103-1 Materialità e perimetro	4, 11, 52-53	
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	37-45	
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	37-45	
GRI 401: Occupazione	401-1 Nuovi assunti e turnover del personale	39	

GRI Standard	Disclosure	Pagina	Omissioni
GRI-403: Salute e sicurezza sul lavoro	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza lavorativa	42-43	
	403-2 Identificazione del pericolo, misurazione del rischio, indagine sugli incidenti	42-43	
	403-3 Servizi per la salute sul lavoro	42-43	
	403-4 Partecipazione dei lavoratori, consultazione e comunicazione sulla salute e sicurezza lavorativa	42-43	
	403-5 Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza professionale	42-43	
	403-6 Promozione della salute lavorativa	42-43	
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti diretti sulla salute e sicurezza lavorativa collegati alle relazioni commerciali	42-43	
	403-9 Infortuni sul lavoro	42-43	
GRI 404: Formazione e istruzione	404-1 Ore medie di formazione per anno e per dipendente	45	
GRI 405: Diversità e Pari Opportunità	405-1 Diversità degli organi di governo e dei dipendenti	40-41	
GRI 406: Non discriminazione	406-1 Casi di discriminazione e azioni intraprese	Nel periodo di rendicontazione in oggetto, non si sono verificati casi di discriminazione all'interno dell'agenzia.	
Comunicazione			
GRI 103: Management Approach	103-1 Materialità e perimetro	4, 11, 52-53	
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	33	
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	33	
GRI 417: Etichettatura di prodotti e servizi	417-3 Casi di non-conformità relativi all'attività di marketing	Nel periodo di rendicontazione in oggetto, non si sono verificati casi di non conformità relativi alle attività di marketing.	

GRI Standard	Disclosure	Pagina	Omissioni
GRI 418: Privacy dei clienti	418-1 Reclami riguardanti la violazione della privacy e la perdita dei dati dei clienti	Nel periodo di rendicontazione in oggetto, le agenzie non hanno ricevuto alcun reclamo per la perdita di dati sensibili.	
Offerta formativa, innovazione e internazionalizzazione			
GRI 103: Management Approach	103-1 Materialità e perimetro	4, 11, 52-53	
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	20-23	
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	20-23	
Qualità della didattica e soddisfazione degli utenti			
GRI 103: Management Approach	103-1 Materialità e perimetro	4, 11, 52-53	
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	29-32	
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	29-32	
Orientamento e placement			
GRI 103: Management Approach	103-1 Materialità e perimetro	4, 11, 52-53	
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	24-25	
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	24-25	
Rapporti con il territorio			
GRI 103: Management Approach	103-1 Materialità e perimetro	4, 11, 52-53	
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	34-36	
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	34-36	
Pari opportunità e diritto alla formazione			
GRI 103: Management Approach	103-1 Materialità e perimetro	4, 11, 52-53	
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	26-28	
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	26-28	

2019
2020



COVERFOP
Consorzio Vercellese Formazione Professionale

Report di Sostenibilità
Bilancio sociale
2019/2020



COVERFOP
Consorzio Vercellese Formazione Professionale

www.coverfop.it