COVERFOP

COVERFOP
Consorzio Vercellese Formazione Professionale

Report di Sostenibilità

Bilancio sociale

2020/2021

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 2020/2021 della Legge n. 40 del 14 febbraio 1987.

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

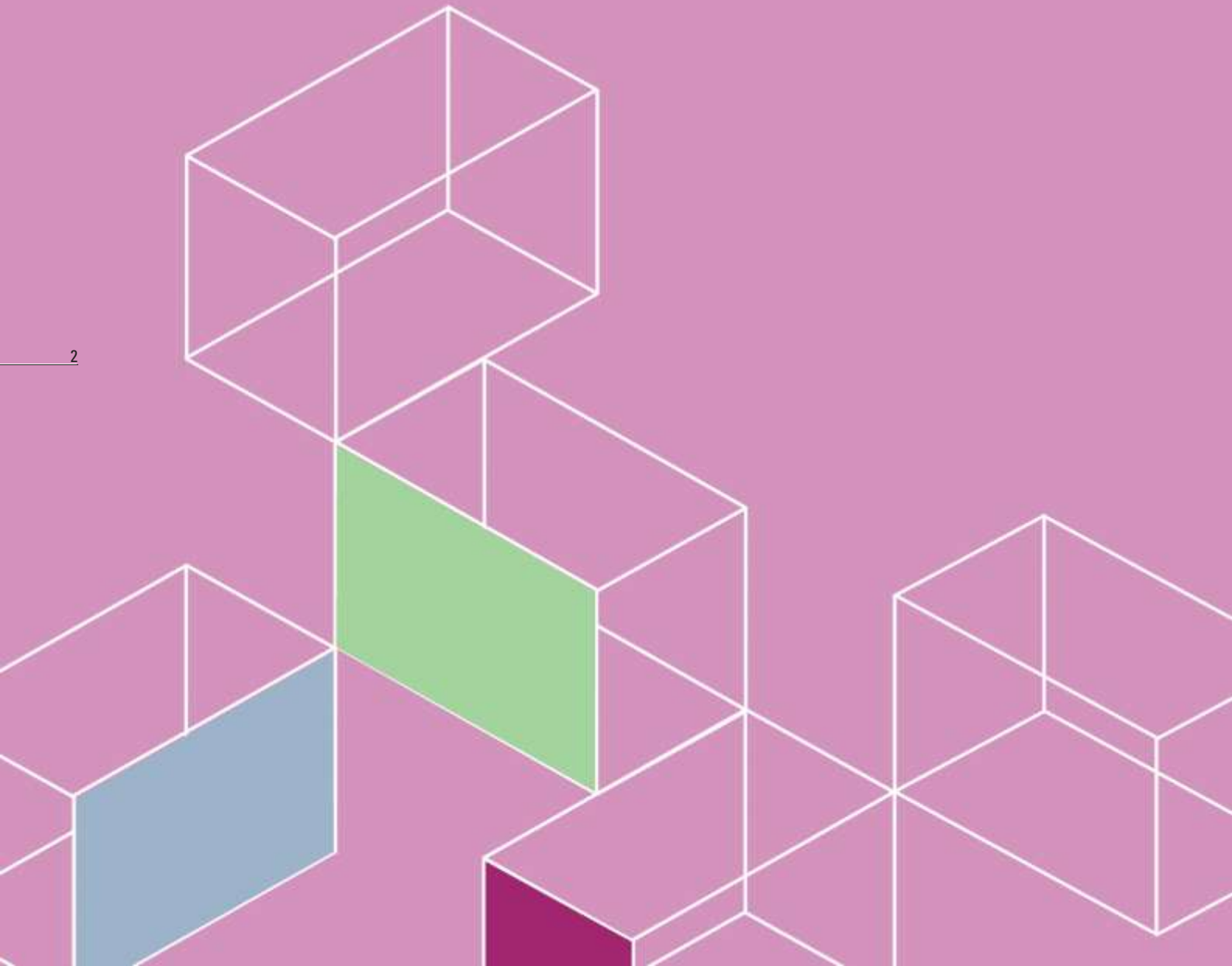
COVERFOP
Consorzio Vercellese Formazione Professionale

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

Report di Sostenibilità
Bilancio sociale
2020/2021

2020/2021



Lettera agli Stakeholder

Gentilissimi,
Da qualche anno Co.Ver.Fo.P ha scelto come modello di Governance il riferimento della “smart agencies”, investendo sul proprio capitale umano, gestendo l’azione strategica su software di simulazione che poggiano sull’analisi delle esperienze per innestarvi innovazione, nuove competenze. Agilità, velocità di pensiero e di azione, costi fissi costantemente monitorati, aggiornamento tecnico esasperato sono le leve su cui l’Agenzia fonda la Sua azione competitiva. Azione che ha saputo reggere alla crisi pandemica e che sempre predilige il comportamento etico all’aggressività competitiva.
I principali finanziatori ci richiedono di trasformare parzialmente il nostro agire per far fronte alla sfida del PNRR e di un Paese in grande affanno. La sfida che Co.Ver.Fo.P. ha accettato è di essere ancora di più protagonista e supporto del Suo territorio. Di essere “ingegnere” e pilota dei tanti progetti che partiranno, a partire dalle Academy (abbiamo già preso parte alla filiera TAC e GreenJobs), con lo scopo di essere al servizio di un nuovo “modo” di rappresentare la Provincia di Vercelli che allarga i suoi confini per tessere reti e collaborazioni.
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. È necessario allargare la massa critica per poter concorrere a decisioni che si spostano sempre più su tavoli nazionali ed europei.
I nuovi orizzonti ricercati, pur rivendicando le radici didattiche e sociali (di cui l’obiettivo di combattere la dispersione scolastica è cardine ed il progetto Stranascuola ne è l’esempio più fulgido), sposteranno lo sguardo di Co.Ver.Fo.P. verso progetti di nuovo turismo sostenibile (soprattutto a Gattinara), espandendo la catena formativa del “food ed investendo in tecnologia e laboratori che guardano a industria 4.0 in collaborazione con Siemens.
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. Il principio è dimostrare che le società partecipate di servizi funzionano e sono il modello da sostenere.
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 e approvati.
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 terzo 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 2020/2021 (dal 1° settembre 2020 al 31 agosto 2021).

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 2020/2021 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 2018/2019 e 2019/2020.

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 2020/2021 della Legge n. 40 del 14 febbraio 1987.

1. L’Agenzia Co.Ver.Fo.P.

Profilo dell’Agenzia

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

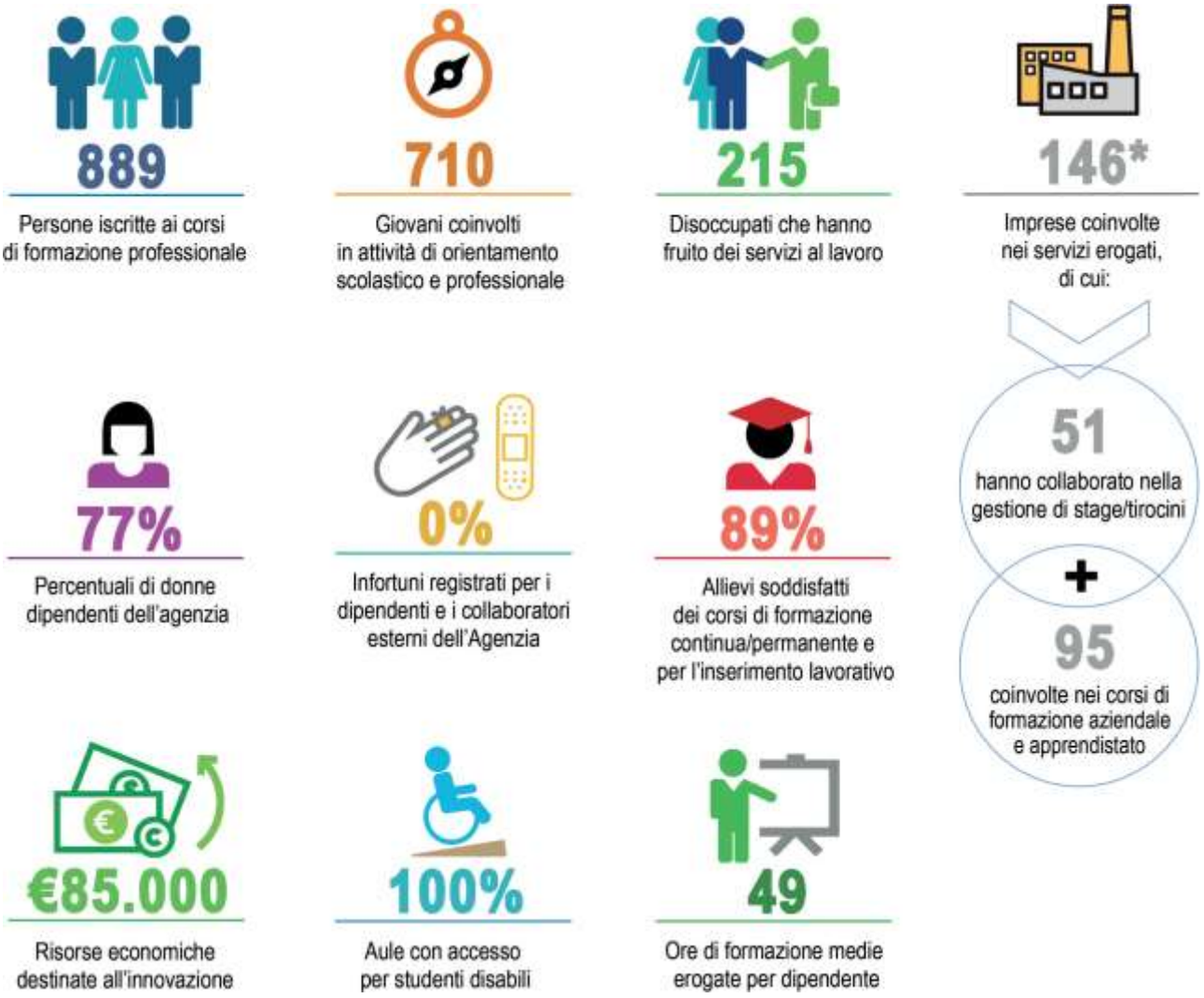
- attività di formazione finanziate da Enti pubblici, comunitari o privati;
- la specializzazione e la qualificazione dei giovani laureati, diplomati delle scuole medie superiori e inferiori per il loro primo inserimento, con mansioni qualificate, nell’attività produttiva;

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.

Le sedi Co.Ver.Fo.P.

Highlights Anno Formativo 2020/21



* 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.

2021 Gennaio 2021. Dopo una lunga fase di progettazione e uno stop imposto dalla pandemia muove i primi passi il progetto Stranascuola, finanziato dalla Fondazione "Con i bambini". Il progetto che si occupa di dispersione scolastica e dell'implementazione di un Osservatorio provinciale sulla dispersione in collaborazione con UPO è particolarmente importante per durata (termine progetto 2024) e per impatto territoriale.

9

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.

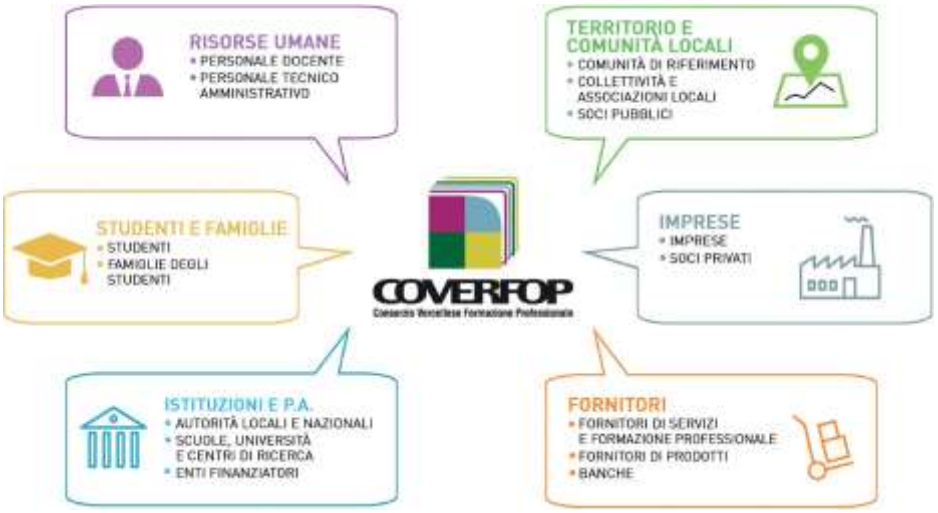
Infine, Co.Ver.Fo.P. risponde del proprio operato a tutte le istituzioni locali e agli enti che, a tutti i livelli, definiscono le politiche formative e del lavoro e che, allo stesso tempo, rappresentano la committenza di Co.Ver.Fo.P.. In particolare, si segnalano: gli organi e i programmi comunitari, 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.IA.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.

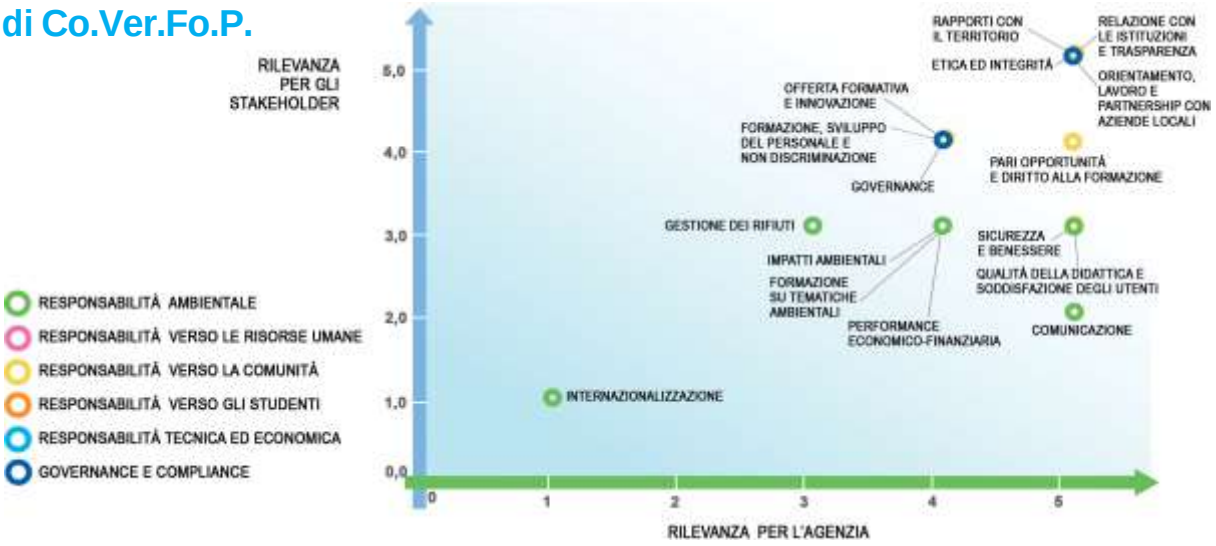
STAKEHOLDER	STRUMENTI DI ENGAGEMENT E COMUNICAZIONE
Studenti e famiglie	Sito dell'agenzia Social network Comunicati stampa Questionari di soddisfazione Registro elettronico APP dedicata Moodle e piattaforma BBB dedicata
Risorse Umane	Portale Intranet Riunioni periodiche Comunicazioni dal vertice aziendale 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 Responsabilità 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** condotto nel 2018, 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 e la loro macroarea di appartenenza, emerse dall'analisi di materialità sopra descritta che nel corso dell'anno formativo 2020/2021 è stata aggiornata a seguito di un workshop che ha coinvolto il top management.

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



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 31.08.2021

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		Al 31.08.2021	
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE
Membri del Consiglio di Amministrazione	71%	29%	86%	14%	86%	14%

Ripartizione del Consiglio di Amministrazione per fasce d'età

Numero persone	Al 31.08.2019			Al 31.08.2020			Al 31.08.2021		
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
Membri del Consiglio di Amministrazione	-	71%	29%	-	71%	29%	-	57%	43%

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 31.08.2021

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.

15

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.

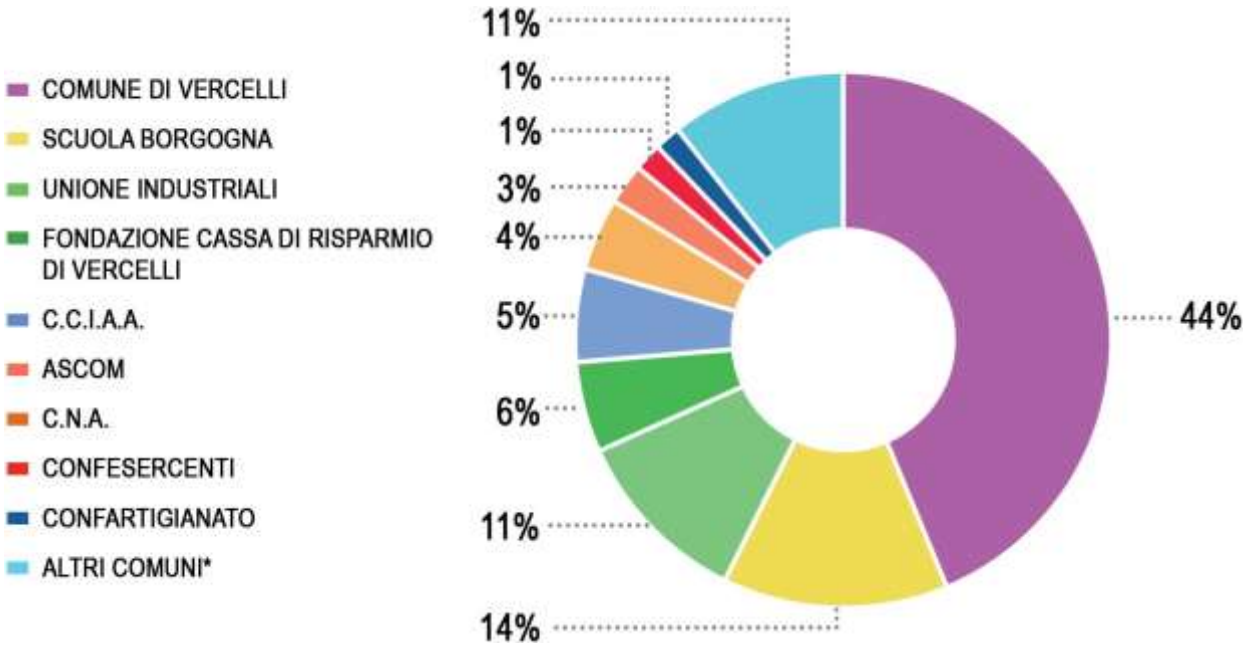
I soci di Co.Ver.Fo.P. costituiscono il maggiore patrimonio dell'agenzia, rappresentando essi la quasi totalità del mondo imprenditoriale vercellese. Tale patrimonio è, per l'azione quotidiana dell'Ente, anche un costante punto di riferimento, spronando costantemente i suoi operatori nel perseguire attività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

Gli attuali soci di Co.Ver.Fo.P. sono Città di Vercelli, Unione Industriale del Vercellese e della Valsesia, Camera di Commercio di Vercelli, Scuola professionale e filologica "Geom. Francesco Borgogna", CNA, 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. 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 2020/2021.

Conto Economico riclassificato al 31.08.2021

CONTO ECONOMICO (IN EURO)	31.08.2020	31.08.2021
Ricavi	1.181.901 €	1.356.795 €
Altri ricavi	8.718 €	2.191 €
Variazione nelle rimanenze di prodotti finiti e prodotti in corso di lavorazione	-	-
Totale Ricavi	**1.190.619 €**	**1.358.986 €**
Consumi di materie prime ed altri	619.709 €	785.207 €
Costi del lavoro	463.824 €	475.779 €
Ammortamenti e perdite di valore delle immobilizzazioni	49.527 €	48.998 €
Variazioni delle rimanenze + oneri diversi di gestione	38.912 €	17.826 €
Totale Costi operativi	**1.171.972 €**	**1.327.810 €**
Risultato operativo	**18.647 €**	**31.176 €**
Proventi finanziari	-	-
Oneri finanziari	13.749 €	27.496 €
Proventi (oneri) finanziari	**(13.749) €**	**(27.496) €**
Utile (perdita) prima delle imposte	**4.898 €**	**3.230 €**
Totale imposte correnti e differite	4.602 €	2.608 €
Utile (perdita) dell'esercizio	**296 €**	**622 €**

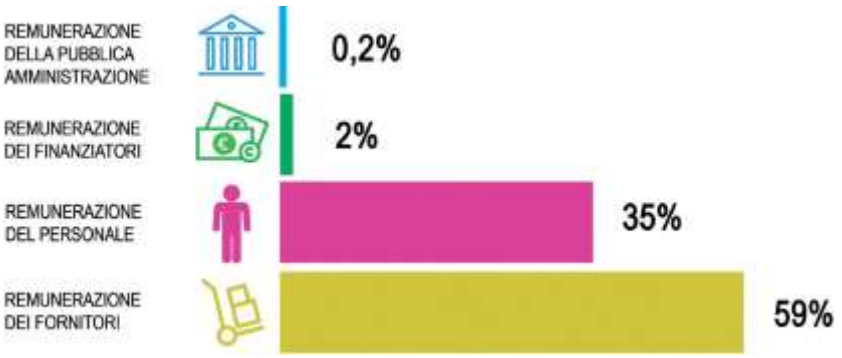
Co.Ver.Fo.P. ha chiuso l'anno 2020/2021 con ricavi totali per **1.356.795 €** e un utile netto di **622 €.** I costi operativi ammontano a **1.327.810 €** e sono composti principalmente da costi del lavoro pari a **475.779 €** e da consumi di materie prima per **785.207 €.**

Valore generato e distribuito

L'esercizio di riferimento del bilancio è stato caratterizzato da un sostanziale incremento dell'attività caratteristica del Consorzio, riportatasi sui livelli storici pre pandemia e sostanzialmente a pieno regime. Durante l'anno formativo sono state erogate circa 15.300 ore di formazione (si intendono ore di formazione erogate a classi, il valore su ore erogate/allievo va moltiplicato circa per 14) a cui debbono essere aggiunte le ore di servizi (orientamento, servizi al lavoro, progetti). Il rilevamento del dato di soddisfazione dell'utenza è evidenziato nel grafico sotto riportato (scala utilizzata 3-8):

La certificazione più reale dei dati riportati è fotografata dall'incremento del valore della produzione che concretizza la missione aziendale (fornire servizi al territorio in un'ottica di qualità e di economicità senza fini di lucro) con il sostanziale pareggio di bilancio. Durante l'anno, come è evidente dal confronto delle relative voci di bilancio, sia a livello economico che patrimoniale, da un lato si è concluso l'utilizzo della Cassa Integrazione straordinaria, riprendendo anche le docenze da parte dei consulenti terzi e dall'altro si sono utilizzate alcune delle "facilitazioni" concesse dal Governo al fine di ridurre l'impatto finanziario derivante dall'evento pandemico, facendo ricorso in particolare alla sospensione Covid dei mutui ed alla contestuale rinegoziazione dei piani di ammortamento.

Prospetto del valore economico distribuito dall'agenzia al 31.08.2021



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. sì 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. 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	31-08-2019	31-08-2020	31-08-2021
Valore monetario di risorse economiche destinate all'innovazione	39.536 €	60.000 €	85.000 €
Innovazione tecnologica (hardware e software, attrezzature, impianti)	15.425 €	40.000 €	60.000 €
Innovazione di processo (Consulenze organizzative, direzionali, ecc.)	24.111 €	20.000 €	250.000 €

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.

A tal proposito sono state messe in campo diverse iniziative, tra cui spiccano: un OpenLaboratory in collaborazione con Siemens dipartimento educativo e un'estensione della rete degli stakeholder alfine di supportare uno sviluppo delle attività in campo sociale e di assistenza alla disabilità.

Obbligo di istruzione: i numeri principali

TIPOLOGIA DI INDICATORE	2018/2019	2019/2020	2020/2021
Numero iscritti ai corsi	145	152	148
Numero corsi erogati	8	8	8
Numero ore di formazione complessivamente erogate	8.500	9.200	8.642
Successo formativo[2]	98%	100%	100%
Numero aziende coinvolte (stage/alternanza duale)	42	51	51
Rientro scolastico/formativo[3]	20%	4%	5%

Per obbligo di istruzione sono da intendersi i percorsi formativi di durata triennale 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.

Formazione continua/permanente: i numeri principali

TIPOLOGIA DI INDICATORE	2018/2019	2019/2020	2020/2021
Numero iscritti ai corsi (escluso apprendistato)	133	259	640
Numero corsi erogati (escluso apprendistato)	9	16	32
Numero ore di formazione complessivamente erogate (escluso apprendistato)	478	832	2.569
Numero aziende complessivamente coinvolte	23	90	105

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

[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.

crescita delle competenze professionali e delle soft skill, strettamente connesse all'innovazione 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	2018/2019	2019/2020	2020/2021
Numero iscritti ai corsi	82	70	101
Numero corsi erogati	5	4	8
Numero ore di formazione complessivamente erogate	3.496	2.390	3.120
Successo formativo	100%	92%	98%
Numero aziende coinvolte (stage/alternanza duale)	73	80	95

Con corsi di formazione per l'inserimento lavorativo è da intendersi la Formazione di brevemedia 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):

- Un'implementazione dei percorsi in obbligo con l'introduzione di un nuovo indirizzo;
- Il rafforzamento delle dotazioni strutturali dei laboratori di automazione industriale e di robotica:
- La conclusione dell'accreditamento nazionale (RAV IeFP);
- Il consolidamento ed il relativo incremento delle attività della sede di Gattinara;
- L'incremento delle attività di orientamento (anche attraverso il progetto Stranascuola);
- L'incremento delle attività di progettazione;
- La revisione delle attività inerenti Servizi al Lavoro.

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. La gestione del sito dello sportello è a cura di Coverfop.

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, 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 sovraprovinciali che si occupano di assistenti familiari favorendo informazione, formazione e matching.

Nell'ambito del sociale in collaborazione con la città di Vercelli Coverfop ha messo a disposizione la propria capacità progettuale su molti bandi diventando sempre più un punto di riferimento per la creazione di reti partenariali e di progetti innovativi.

Ha inoltre collaborato stabilmente con il CPI di Vercelli ospitando circa 40 laboratori/seminari rivolti a persone percettori di ammortizzatori sociali.

Servizi orientativi e servizi al lavoro: i numeri principali

TIPOLOGIA DI INDICATORE	Al 31-08-2019	Al 31-08-2020	Al 31-08-2021
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

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	Al 31-08-2019	Al 31-08-2020	Al 31-08-2021
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 personalizzato, 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.

[4] Il dato è stato stimato.

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, promovendo 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 quinta 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. Da quest'anno ha anche un titolo ufficiale **"IO sto con Frida";**

25 novembre: partecipazione alla rappresentazione teatrale sul tema violenza sulle donne svolto da tutte le scuole di Vercelli;

Tampon box in ogni sede: un progetto dal titolo **"Il ciclo non è un lusso".** ha condotto tutti gli allievi a riflettere sul "period poverty". Il messaggio lanciato è stato un" tocca a noi" agire. Per questo è stato collocato in ogni bagno femminile una **tampon box.** Un contenitore in cui chi ha bisogno prende e chi può lascia. C'è un dato su cui spesso non si riflette abbastanza. La povertà mestruale è associata a una maggior incidenza di ansia e depressione e, in ambito scolastico, difficoltà a concentrarsi. Parlare di **"povertà mestruale"** significa, quindi, parlare di **salute delle donne**.

L'agenzia continua a collaborare al **Progetto EOS,** che gestisce 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	Al 31-08-2019	Al 31-08-2020	Al 31-08-2021
Percentuale di aule con accesso per studenti disabili	100%	100%	100%
Numero corsi specifici rivolti a disabili	7	7	16
Percentuale di persone con disabilità o esigenze educative speciali inserite nei corsi	5%	5%	6%
Percentuale di ragazze/donne inserite nei corsi	66%	70%	70%
Numero di ore di formazione dedicate al tema delle Pari Opportunità nei corsi finanziati (OI, MdL, IFTS)	300	300	420

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	
• Accreditamento n.103/001 ottenuto il 30/06/2003	• Accreditamento n.1153/001 ottenuto il 29/11/2012
Servizi di orientamento	
• Accreditamento n.531/001 ottenuto il 14/09/2004	• 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 sè 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:

- 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. Dopo lo stop pandemico il progetto ha ripreso a camminare;
- 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.
- Skill for talent in questo anno si è concluso il progetto finanziato dal Dipartimento per le Politiche Giovanili che vedeva coinvolti UPO, Formater, Città di Vercelli e Coverfop. Il progetto prevedeva laboratori di orientamento e sessioni di incontro domanda ed offerta, upskilling e certificazione delle competenze in esito
- ForWork progetto di potenziamento delle opportunità di inserimento nel mondo del lavoro rivolto ad immigrati di prima “immissione”. Progetto finanziato da Anpal e coordinato da APL. Il progetto prevedeva brevi formazioni e accompagnamento al lavoro. Coverfop ha coordinato l’area Nord Piemonte.

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 metodologiche, 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 gruppo 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	2018/2019	2019/2020	2020/2021
Obbligo di istruzione	83%	90%	94%
Formazione continua/permanente	98%	95%	89%
Formazione per l'inserimento lavorativo	88%	85%	91%

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 31.08.2021.

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.

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.

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 16.000,00 € 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 Orientali 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 73 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 73 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 a dai social collegati è di circa 10.000 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 diversi Soroptimist 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 ha lo scopo di valorizzare la "terza missione" universitaria. Si intendono 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.

Steps - Scoperta di Tradizioni e Potenzialità in Sperimentazione. Il progetto si pone i seguenti obiettivi:

- Potenziare reti di protezione ed inclusione sociale, promuovere empowerment a favore di persone escluse e vulnerabili
- Promuovere empowerment di comunità attraverso nuove narrazioni
- Incrementare capitale comunitario di conoscenze e competenze sul tema dell'inclusione e del cambiamento generativo, valorizzando il contributo dal basso

Il progetto è finanziato dalla Compagnia San Paolo sul bando Traiettorie Solidali.

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 probono da Co.Ver.Fo.P.) e che ottengono un finanziamento stabile da piemontegiovani;

la **rete antiviolenza vercellese.** Co.Ver.Fo.P. partecipa e fornisce le proprie competenze, formando le operatrici antiviolenza che supportano il centro antiviolenza 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 Espositions, 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

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 nè 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 attuata 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 e 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 e 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	31.08.2019			31.08.2020			31.08.2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Tempo determinato	0	0	**0**	0	0	**0**	0	0	**0**
Tempo indeterminato	3	9	**12**	3	**9**	**12**	3	10	**13**
Totale	**3**	**9**	**12**	**3**	**9**	**12**	**3**	**10**	**13**

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

TIPOLOGIA DI IMPIEGO	31.08.2019			31.08.2020			31.08.2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti full-time	3	7	**10**	3	7	**10**	3	8	**11**
Dipendenti part-time	0	2	**2**	0	2	**2**	0	2	**2**
Totale	**3**	**9**	**12**	**3**	**9**	**12**	**3**	**10**	**13**

Numero totale di collaboratori esterni

TIPOLOGIA CONTRATTO DI COLLABORAZIONE	31.08.2019			31.08.2020			31.08.2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Interinali	1	2	**3**	1	2	**3**	1	2	**3**
Collaboratori a progetto	10	70	**80**	10	80	**90**	6	63	**69**
Collaboratori a P.IVA	10	40	**50**	10	50	**60**	16	72	**88**
Totale	**21**	**112**	**133**	**21**	**132**	**153**	**23**	**137**	**160**

Turnover del personale

Co.Ver.Fo.P. assicura che il processo di selezione di dipendenti e collaboratori sia trasparente e non discriminante, ma che si basi esclusivamente sulla corrispondenza tra i profili ricercati ed i profili posseduti e su considerazioni di competenza, professionalità e merito, secondo quanto riportato nel Codice etico dell'agenzia e con riferimento al sistema qualità ed accreditamento.

Turnover in entrata suddiviso per età e genere

N. PERSONE	2018/2019					2019/2020					2020/2021				
	<30	30-50	>50	Totale	Tasso di turnover	<30	30-50	>50	Totale	Tasso di turnover	<30	30-50	>50	Totale	Tasso di turnover
Uomini	-	-	1	**1**	**33%**	-	-	-	-	**0%**	-	-	-	-	**0%**
Donne	-	2	-	**2**	**22%**	-	-	-	-	**0%**	1	-	-	**1**	**10%**
Totale	-	2	1	**3**	**25%**	-	-	-	-	**0%**	1	-	-	**1**	**8%**
Tasso di turnover	**0%**	**20%**	**100%**	**25%**		**0%**	**0%**	**0%**	**0%**		**33%**	**0%**	**0%**	**8%**	

Nel corso dell'anno formativo 2019/2020, il personale è rimasto invariato rispetto all'anno formativo precedente.

Turnover in uscita suddiviso per età e genere

N. PERSONE	2018/2019					2019/2020					2020/2021				
	<30	30-50	>50	Totale	Tasso di turnover	<30	30-50	>50	Totale	Tasso di turnover	<30	30-50	>50	Totale	Tasso di turnover
Uomini	-	-	-	-	**0%**	-	-	-	-	**0%**	-	-	-	-	**0%**
Donne	-	-	-	-	**0%**	-	-	-	-	**0%**	-	-	-	-	**0%**
Totale	-	-	-	-	**0%**	-	-	-	-	**0%**	-	-	-	-	**0%**
Tasso di turnover	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**

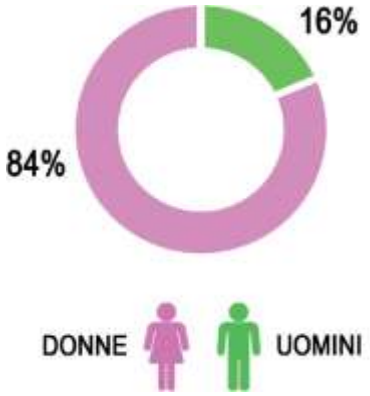
Non discriminazione

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.

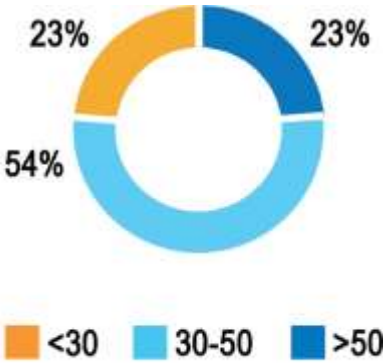
Il rapporto tra le persone che lavorano in Co.Ver.Fo.P. è improntato al reciproco rispetto, alla correttezza, alla collaborazione e alla valorizzazione delle competenze.

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

Personale dipendente per genere al 31.08.2021



Personale dipendente per fasce d'età al 31.08.2021



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

NUMERO PERSONE	31.08.2019			31.08.2020			31.08.2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	8%	0%	**8%**	8%	0%	**8%**	5%	0%	**5%**
Quadri	0%	0%	**0%**	0%	0%	**0%**	0%	32%	**32%**
Impiegati	17%	75%	**92%**	17%	75%	**92%**	11%	53%	**63%**
Totale	**25%**	**75%**	**100%**	**25%**	**75%**	**100%**	**16%**	**84%**	**100%**

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

NUMERO PERSONE	2018/2019				2019/2020				2020/2021			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Dirigenti	0%	0%	8%	**8%**	0%	0%	8%	**8%**	0%	0%	8%	**8%**
Quadri	0%	0%	0%	**0%**	0%	0%	0%	**0%**	0%	46%	0%	**46%**
Impiegati	8%	84%	0%	**92%**	17%	75%	0%	**92%**	23%	8%	15%	**46%**
Totale	**8%**	**84%**	**8%**	**100%**	**17%**	**75%**	**8%**	**92%**	**23%**	**54%**	**23%**	**100%**

Al 31 agosto 2021, la componente femminile rappresenta l'84% 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 2020/2021, 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:

NUOVE LINEE GUIDA PER INSERIMENTO ALLIEVI CON BISOGNI EDUCATIVI SPECIALI NEI CORSI DI FORMAZIONE

- ORIENTAMENTO PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE
- ORIENTAMENTO PER L'INCLUSIONE
- BULLISMO E CYBERBULLISMO: come gestire gli eventi in classe

- MERCATO DEL LAVORO E PROFFESIONI DEL FUTURO IN EPOCA POST COVID
- ORIENTAMENTO PER L'INCLUSIONE
- ORIENTAMENTO PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE
- CORSO LINGUA INGLESE BASE
- RELAZIONI E CONFLITTUALITA' IN UNA CLASSE
- PLAY IT AGAIN SAM PROJECTS FOR INCLUSIVE EDUCATION THAT FOSTER LEARNING FOR ALL
- LA PARTECIPAZIONE A PROGETTI EUROPEI
- DIDATTICA ORIENTATIVA (50 ORE)
- PROGETTAZIONE DI UN INTERVENTO INDIVIDUALIZZATO
- CORSO AGGIORNAMENTO ANTINCENDIO
- CORSO AGGIORNAMENTO ANTINCENDIO
- CORSO DI PRIMO SOCCORSO
- CORSO ANTINCENDIO
- CORSO COMUNICAZIONE EFFICACE- FRONT OFFICE
- AGGIORNAMENTO PRIMO SOCCORSO
- SICUREZZA - ORGANIZZAZIONE- QUALITA' AZIENDALE
- ORIENTAMENTO FORMATIVO: dal progetto scolastico al progetto di vita
- CORSO GESTIONALE PRO FORMA: aggiornamento
- 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	2020/2021		
	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	150	-	**150**
Quadri	-	95	95
Impiegati	75	44	**49**
Totale	**100**	**63**	**69**

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 (prima fra tutte l'Agenzia Provinciale per l'Energia del Vercellese e della Valsesia - APEVV).

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	31-08-2019	31-08-2020	31-08-2021[6]
Energia elettrica (acquistata)[7]	GJ	4	5	238

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.

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.

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

[6] L'a.f. 2020/2021 è stato il primo anno in cui l'Agenzia ha avuto il controllo totale sui POD, per questo il calcolo dei consumi energetici è molto differente rispetto all'anno precedente.

Il dato per l'a.f. 2020/2021 è fonte di una stima.

[7] 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.

Totale emissioni di Co.Ver.Fo.P. (tCO2)[8]

TIPOLOGIA DI EMISSIONI	UNITÀ MISURA	2018/2019	2019/2020	2021/2021
Emissioni scopo 2 location-based	t CO2	0,41	0,49	21
Emissioni scopo 2 market-based	t CO2	1	1	27

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 stress[9]. 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 istallando 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. 6.150 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-

[8] 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:
(2018/2019, 2019/2020, 2020/2021:
https://www.minambiente.it/sites/default/files/archivio/allegati/emission_trading/tabella_coefficienti_standard_nazionali_11022019.pdf
tabella_coefficienti_standard_nazionali_11022019.pdf (mite.gov.it)

[9] 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 scaldalettini 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.

Adesione a progetti antispreco alimentare. Le eventuali eccedenze alimentari prodotte nei laboratori di cucina sono confezionate e poi destinate principalmente a Caritas per essere distribuite come derrate alimentari a persone bisognose.

Suddivisione rifiuti prodotti per metodo di smaltimento (in tonnellate)

Metodo di smaltimento	Unità di misura	31.08.02019			31.08.2020			31.08.2021[10]		
		Pericolosi	Non pericolosi	Totale	Pericolosi	Non pericolosi	Totale	Pericolosi	Non pericolosi	Totale
Riuso	T	-	0,2	**0,2**	-	0,2	**0,2**	-	0,35	**0,35**
Riciclo	T	-	1,7	**1,7**	-	1,5	**1,5**	-	2	**2**
Compost.	T	-	-	-	-	-	-	-	0,2	**0,2**
Recupero[11]	T	-	-	-	-	5	**5**	-	3	**3**
Discarica	T	-	-	-	-	0,6	**0,6**	-	1,8	**1,8**
Totale	**T**	-	-	-	-	**7,3**	**7,3**	-	**7,35**	**7,35**

[10] Il dato per l'a.f. 2020/2021 è fonte di una stima.
[11] 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 autorizza; 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.

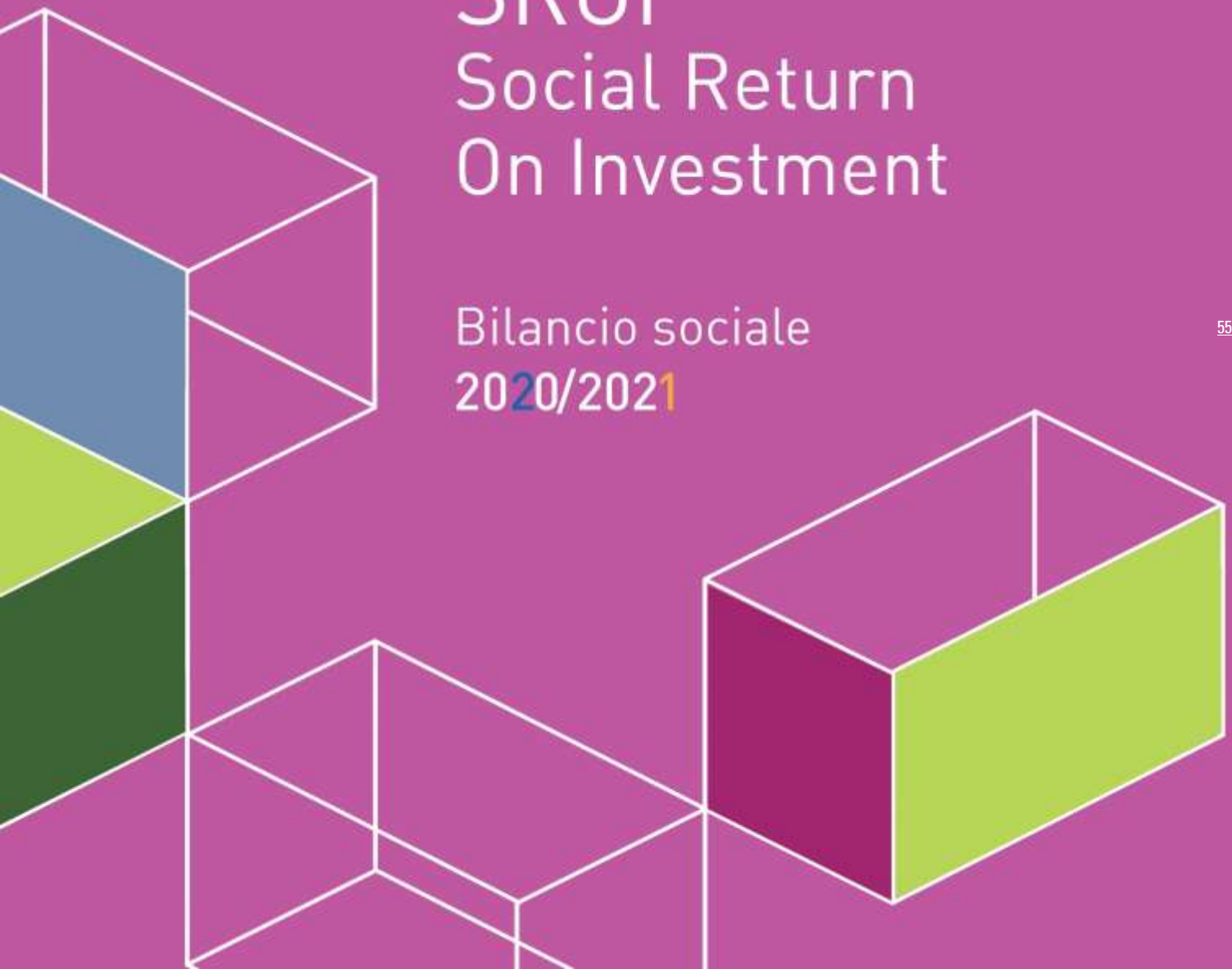
Ogni anno, vengono svolti dall'agenzia eventi programmati (M'illumino di meno, Giornata mondiale dell'ambiente, Ricordo delle vittime da amianto, con visita annuale al parco Eternot) ed eventi frutto di specifiche collaborazioni: tra questi, si segnala il progetto **"Salvate il soldato RAEE",** svolto 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.

Il 2020-21 ha conciso con l'inizio del progetto Treedom. Piccolo progetto che prevede la piantumazione di alberi nelle principali foreste, sviluppando anche sistemi di agroforestazione.

SROI
Social Return On Investment

Bilancio sociale
2020/2021



Che cos'è l'impatto sociale?

Non esiste una definizione univoca di "impatto sociale", esistono tante definizioni quante sono le metodologie utilizzate per misurarlo.

Di seguito si riportano alcune definizioni del concetto di impatto sociale.

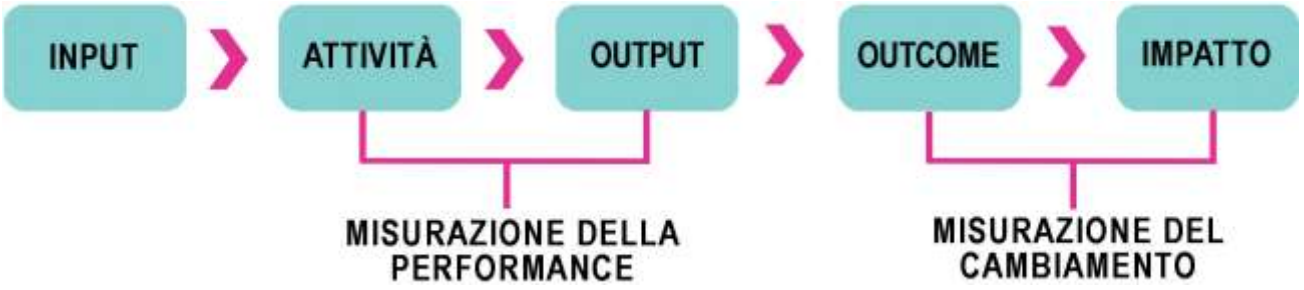
L’approccio progettuale

Nella valutazione di impatto Deloitte propone un approccio standardizzato al fine di **quantificare, misurare e rendicontare gli effetti delle attività di business che hanno un contributo socio-economico positivo nei contesti di operatività.**

La Metodologia

Gli obiettivi generali dell'analisi SROI **(Social Return On Investment)** sono quelli di **misurare il ritorno sociale sull'investimento,** documentando e valutando gli effetti sui cambiamenti sociali. L'approccio SROI parte dall'assunto che il valore finanziario non debba essere l'unico valore misurato e rendicontato e consente quindi di misurare e rendicontare un più **ampio concetto di valore,** che integra nell'analisi i costi ed i benefici sociali, economici ed ambientali. Questo consente di calcolare una ratio tra benefici e costi, valutando quanto valore sociale venga generato per ogni euro investito.

La metodologia SROI è un framework per la misurazione degli **impatti generati** dalle attività di una organizzazione attraverso l'applicazione di un modello **input-output-outcome.**



I SETTE PRINCIPI DELLO **SROI**

È possibile condurre due tipologie di analisi SROI:

VALUTATIVA
condotta ex-post e basata su *outcome* reali già raggiunti

PREVISIONALE
volta a prevedere quanto valore sociale sarà creato se le attività raggiungono gli *outcome* attesi

I principali benefici

L'analisi SROI consente non solo di ottenere una misurazione dell'impatto attendibile e verificabile, ma anche di comparare i **benefici sociali** generati ai **costi sostenuti** per realizzare le attività, andando così a valutare non solo l'**efficaci**a ma anche l'**efficienza** di un progetto.

In generale, la misurazione dell'impatto sociale è utile ad un'organizzazione sia per **analizzare e ridefinire attività e obiettivi** interni, sia per **informare tutti gli stakeholder** coinvolti, interni ed esterni, sul cambiamento avvenuto (o atteso).

Il processo di valutazione ha quindi una **duplice funzione:**

FUNZIONE INTERNA

- Comprendere gli impatti generati
- Identificare linee e criteri strategici
- Identificare progetti più efficaci e ambiti da valorizzare
- Supportare le ragioni di un intervento costruttivo o correttivo

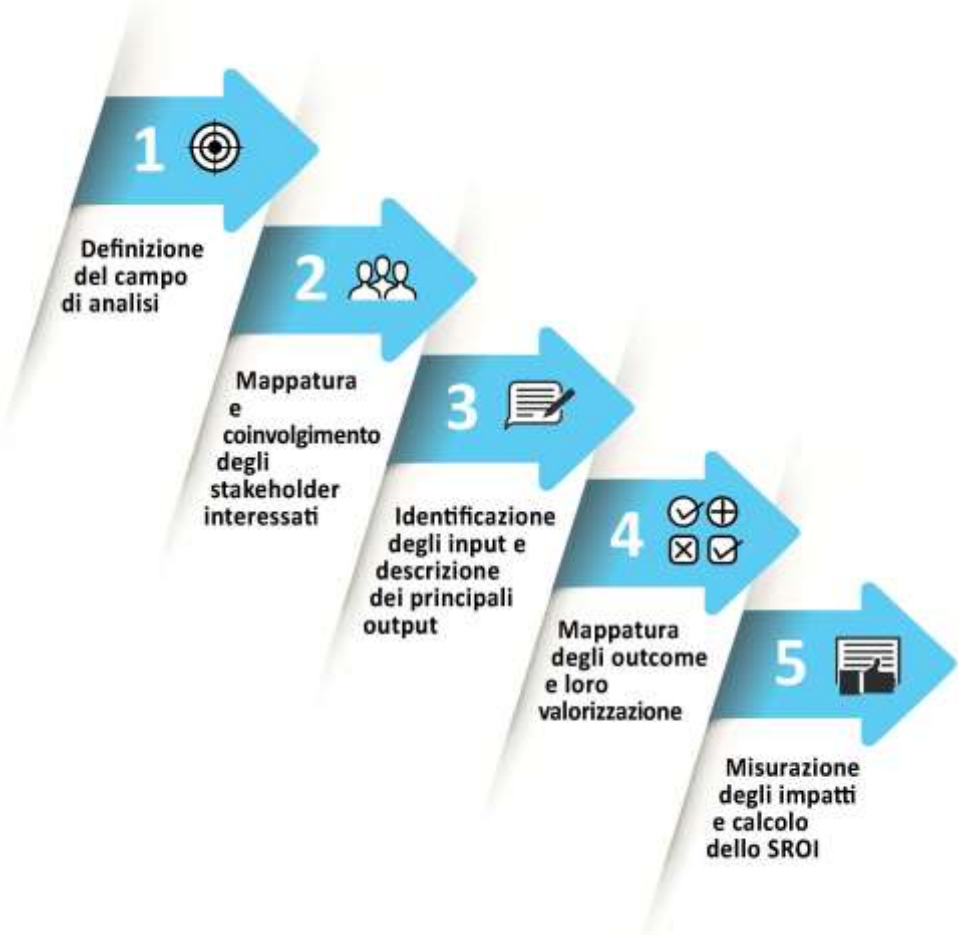
FUNZIONE ESTERNA

- Comunicare gli impatti generati
- Stabilire un dialogo con gli stakeholder e rispondere alle loro richieste informative
- Comunicare ai propri interlocutori l'efficacia dei propri interventi
- Attrarre investimenti a supporto di progetti

Le fasi progettuali (1/4)

Con l'obiettivo di applicare la metodologia SROI alla **valutazione previsionale** dei risvolti sociali delle attività oggetto d'analisi, il Gruppo di Lavoro Deloitte ha misurato il **ritorno sociale delle attività di Co.Ver.Fo.P.** nell'anno formativo 2020/2021.

L'applicazione dell'analisi **SROI** alle attività formative di FASE nel territorio piemontese ha seguito le seguenti **5 fasi progettuali:**



Le fasi progettuali (2/4)

Definizione del perimetro di analisi

L'analisi si è focalizzata su tutte le attività **di formazione erogate da Co.Ver.Fo.P. nell'anno formativo 2020/2021.**

Mappatura e coinvolgimento degli stakeholder rilevanti

Gli stakeholder sono le persone o le organizzazioni che, alla luce dell'analisi, subiscono o determinano gli outcome e influiscono sullo svolgersi delle attività. Per ciascuno stakeholder, sono stati identificati i principali cambiamenti generati dalle attività di Co.Ver.Fo.P. o a cui essi hanno contribuito.

Gli **stakeholder** presi in considerazione sono prevalentemente **collocati sul territorio in cui Co.Ver.Fo.P. opera:** risorse umane, fornitori, imprese, territorio e comunità locali, istituzioni e Pubblica Amministrazione, studenti e famiglie. Di seguito sono evidenziati gli stakeholder che hanno maggiormente influenzato l'**analisi SROI:**

Le fasi progettuali (3/4)

Identificazione degli input e descrizione dei principali output

Gli input identificati sono i **dati economico-finanziari** presenti nei Bilanci delle rispettive Agenzie di Co.Ver.Fo.P.. In particolare, sono stati presi in considerazione i contributi economici ricevuti da parte di:

- **Pubblica Amministrazione** (Regione Piemonte/Enti locali/Fondi nazionali/Comunità europea, ecc);
- **Fondazioni di erogazione e/o Fondi interprofessionali** per la formazione continua dei lavoratori;
- **Privati cittadini e/o aziende.**

Con riferimento agli **output,** sono stati presi in considerazione i seguenti dati:

- Numero **ore di formazione** complessivamente erogate;
- Studenti **iscritti ai corsi** erogati dalle Agenzie di Co.Ver.Fo.P.;
- Percentuale di **allievi che abbiano terminano i corsi** conseguendo il titolo;
- **Placement** (studenti che, terminato il percorso di studi, hanno trovato occupazione per almeno sei mesi o risultano occupati);
- Numero di studenti che hanno usufruito della **didattica a distanza;**
- Numero di studenti che hanno svolto esperienze di mobilità (stage/tirocini) **all'estero;**
- Costo a Bilancio per **spese di personale interno.**

Le fasi progettuali (4/4)

Mappatura degli outcome e loro valorizzazione

Mappatura dei risvolti sociali delle attività oggetto di studio, attraverso la somministrazione di **questionari.** Nello specifico, sono state ottenute **3 risposte da disoccupati e lavoratori e 69 risposte da studenti.** Grazie alle risposte ottenute, sono stati identificati i benefici che le persone coinvolte hanno ricevuto dall'attività di Co.Ver.Fo.P. e, sulla base di questi, sono stati raccolti e consolidati i principali dati dei Bilanci delle Agenzie di Co.Ver.Fo.P. e le informazioni più rilevanti emerse dalle survey.

Successivamente, a ciascun outcome è stato attribuito un valore **monetario** tramite l'identificazione di **proxy finanziarie.**

Tali proxy hanno preso come riferimento il contesto regionale e dei corsi di formazione prevalenti e, allo stesso tempo, hanno preso in considerazione gli **effetti della pandemia da COVID-19,** che hanno influito sul valore della formazione erogata verso gli studenti.

DOMANDA QUESTIONARIO

"Il corso di formazione che hai concluso ha contribuito ad accrescere le tue competenze professionali?"

DOMANDA QUESTIONARIO

"Hai potuto usufruire degli strumenti della didattica a distanza messi a disposizione dall'agenzia durante il periodo pandemico?"

Misurazione degli impatti e calcolo dello SROI

Per il calcolo degli impatti sono stati sottratti eventuali effetti di **deadweight** (valore che sarebbe stato creato indipendentemente dall'attivazione e/o realizzazione delle attività formative) e **drop-off** (diminuzione annuale del valore generato da un outcome) e si sono considerate le possibili **ripercussioni degli impatti nel corso del tempo.**
Successivamente, si è calcolato l'impatto moltiplicando la proxy finanziaria di ciascun outcome per la relativa quantità (al netto del deadweight), ripetendo l'operazione per tutti gli outcome individuati.

Conclusioni (1/2)

Il risultato dell'analisi ha mostrato che per l'anno formativo 2020/2021, **Co.Ver.Fo.P.** ha generato, attraverso le proprie attività, **un ritorno sociale di 4,03€ per ogni euro investito.**

Rispetto al precedente anno formativo (2019/2020 – SROI 1,11 €), si evidenzia un aumento di circa 300% **del ritorno sociale.**

Tale variazione è imputabile al **calo dei contributi totali ricevuti** da Co.Ver.Fo.P. e dagli effetti della **pandemia da COVID 19,** in parte compensati dal **trend crescente** degli **indicatori chiave** (KPI) legati all'**offerta formativa.**

Tenuti in considerazione i diversi impatti che la **pandemia da COVID-19** ha comportato sia in termini di contributi ricevuti da Co.Ver.Fo.P., sia, come emerso dai questionari somministrati, a livello di apprendimento e successiva occupazione degli studenti, la contenuta riduzione del ritorno sociale registratasi nell'anno formativo 2020/2021 va ad attestare il **valore intrinseco** alle attività svolte da Co.Ver.Fo.P. **per il territorio** in cui l'Associazione opera.

Fra i sedici **outcome** presi come riferimento al fine del calcolo dello SROI di Co.Ver.Fo.P., risultano particolarmente **rilevanti** quelli connessi al fattore *placement,* legati all'occupazione degli studenti che hanno portato a termine un percorso formativo per l'inserimento lavorativo, di formazione continua o di qualifica professionale.

Nello specifico, i dati di maggior peso connessi al fattore *placement* sono:

- Numero di **studenti totali** che a 12 mesi dalla conclusione del percorso di formazione risultano **occupati** con contratto da dipendente o di apprendistato;
- **Studenti** che sono riusciti trovare occupazione presso il territorio in cui hanno studiato, contribuendo all'economia locale;
- Studenti che, grazie alla formazione erogata da Co.Ver.Fo.P., hanno potuto **migliorare** la propria **posizione lavorativa,** riqualificandosi in base ai trend e alle richieste del mercato del lavoro (in termini sia retributivi che di mansione);
- Soggetti che, a seguito della conclusione del percorso formativo, hanno ottenuto un contratto da lavoro dipendente, non rientrando quindi nel contesto di **aiuti governativi** (es. *reddito di cittadinanza*).

Tali valori sono il risultato combinato dei **KPI** raccolti, relativi all'offerta formativa, e delle risultanze dei **questionari** somministrati agli studenti, dal cui calcolo è poi emerso il valore di ciascun **outcome.**

Conclusioni (2/2)

L'analisi svolta verrà descritta all'interno del **Bilancio di Sostenibilità 2020/2021 di Co.Ver.Fo.P.,** in modo tale da comunicare i principali impatti generati, nonché l'efficacia di quanto svolto.

Inoltre, la flessibilità e adattabilità della metodologia SROI potrebbe permettere, in futuro, l'utilizzo per **analisi valutative** relative a progetti diversi, o per **analisi previsionali in vista dello sviluppo di nuove iniziative.**

Riferimenti e proxy

Principali documenti di riferimento

- Forecast Social Return on Investment – Australian Government;
- Guida al Ritorno Sociale sull'Investimento – The SROI Network, Human Foundation.

Bibliografia di riferimento per le proxy finanziarie

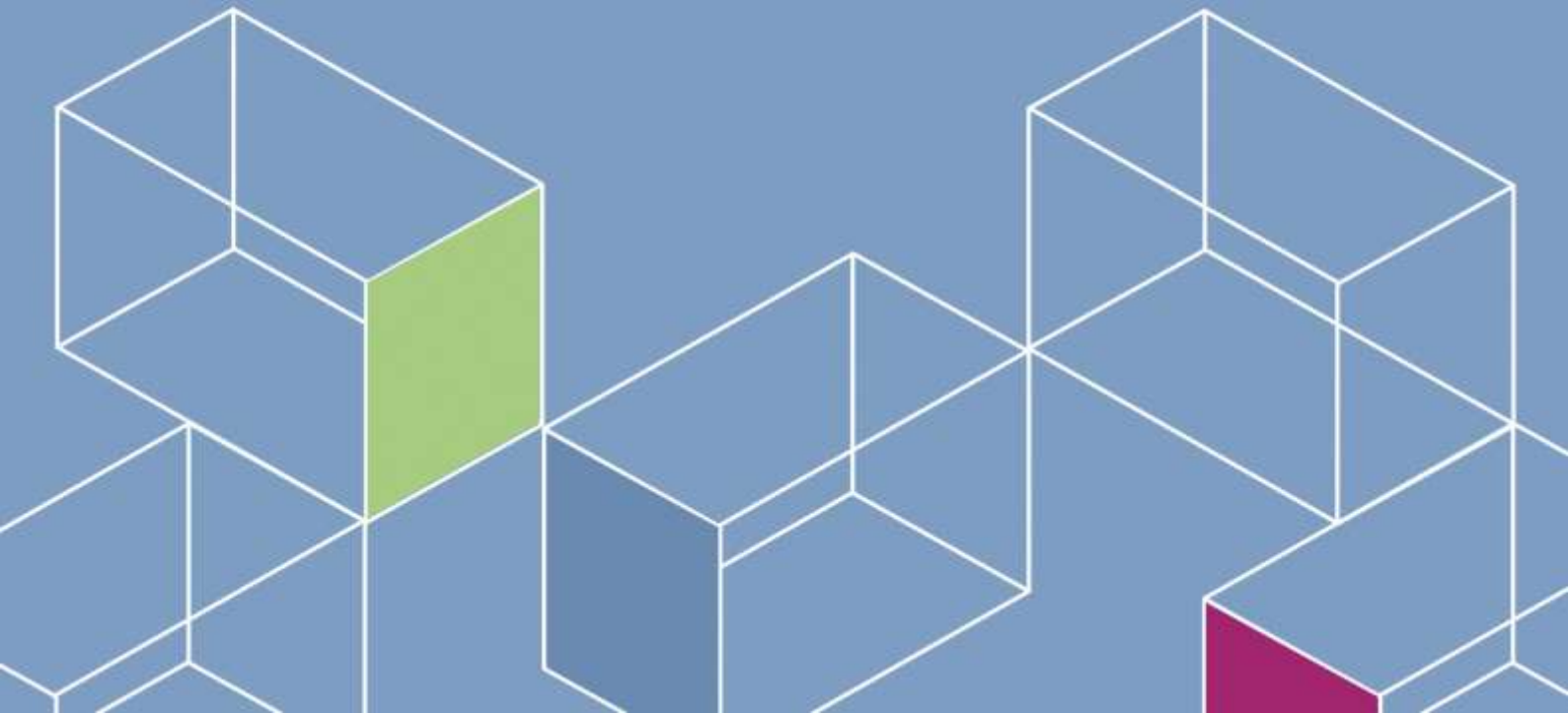
- Catalogo corsi riconosciuti 2022 – Regione Piemonte;
- Contratto Collettivo Nazionale di lavoro (CCNL) Barbieri e parrucchieri 2019-2022;
- Contratto Collettivo Nazionale di lavoro (CCNL) Metalmeccanici 2020;
- Contratto Collettivo Nazionale di lavoro (CCNL) Pubblici Esercizi, Ristorazione Collettiva e Commerciale e Turismo 2018-2021;
- Dati sull'occupazione del territorio vercellese per il 2020 – ISTAT;
- Education at a Glance 2021 – Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (OCSE);
- Opuscolo Tariffe 2021 – Gruppo Torinese Trasporti (GTT);
- Osservatorio Statistico, Reddito/Pensione di Cittadinanza e Reddito di Inclusione – INPS;
- Prezzi vacanze studio – EF (Education First);
- Reddito di cittadinanza, Rapporto Annuale 2020 – Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali;
- Report Salute mentale – ISTAT;
- Testo Unico della Tariffa Professionale degli Psicologi – Consiglio Nazionale Ordine degli Psicologi;
- Addizionale regionale all'IRPEF - Regione Piemonte;
- Costo certificazioni linguistiche - Cambridge.

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

Nella tabella seguente sono state indentificate 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-corruzione
	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
2020/2021



11. GRI Content Index

GRI Standard	Disclosure	Pagina	Omissioni
GRI 101: PRINCIPI D RENDICONTAZIONE (2016)			
GRI 102: GENERAL DISCLOSURE (2016)			
Profilo dell'organizz zione			
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	

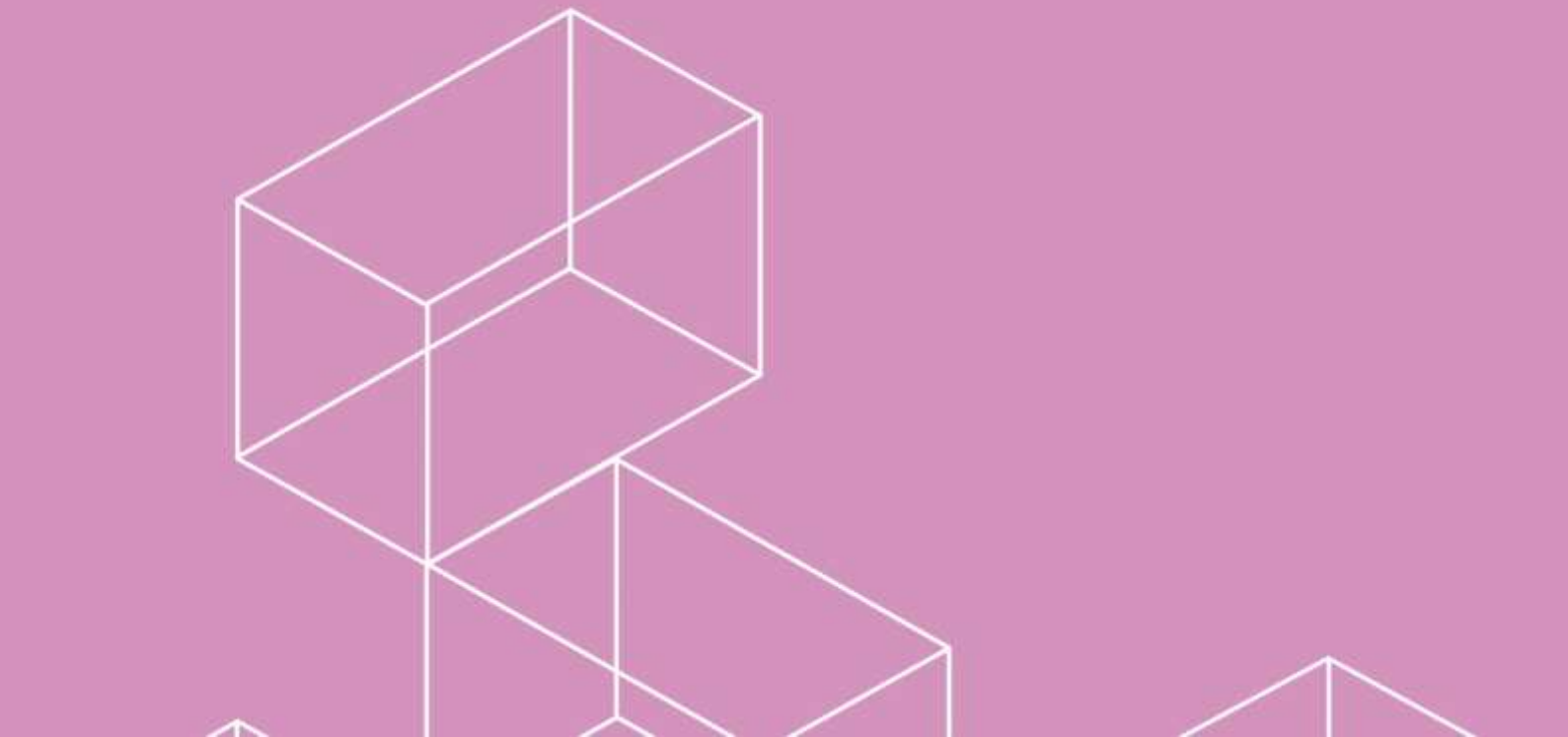
GRI Standard	Disclosure	Pagina	Omissioni
Etica e integrità			
GRI 102: General Disclosures	**102-16** Valori, principi, standard e regole di comportamento dell'Organizzazione	7	
Governance			
GRI 102: General Disclosures	**102-18** Struttura di Governo dell'Organizzazione	12-13	
Coinvolgimento d(gli 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 reporti ng			
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-corruzione	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 dida tica 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 pl cement			
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 ter itorio			
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	



Report di Sostenibilità
Bilancio sociale
2020/2021