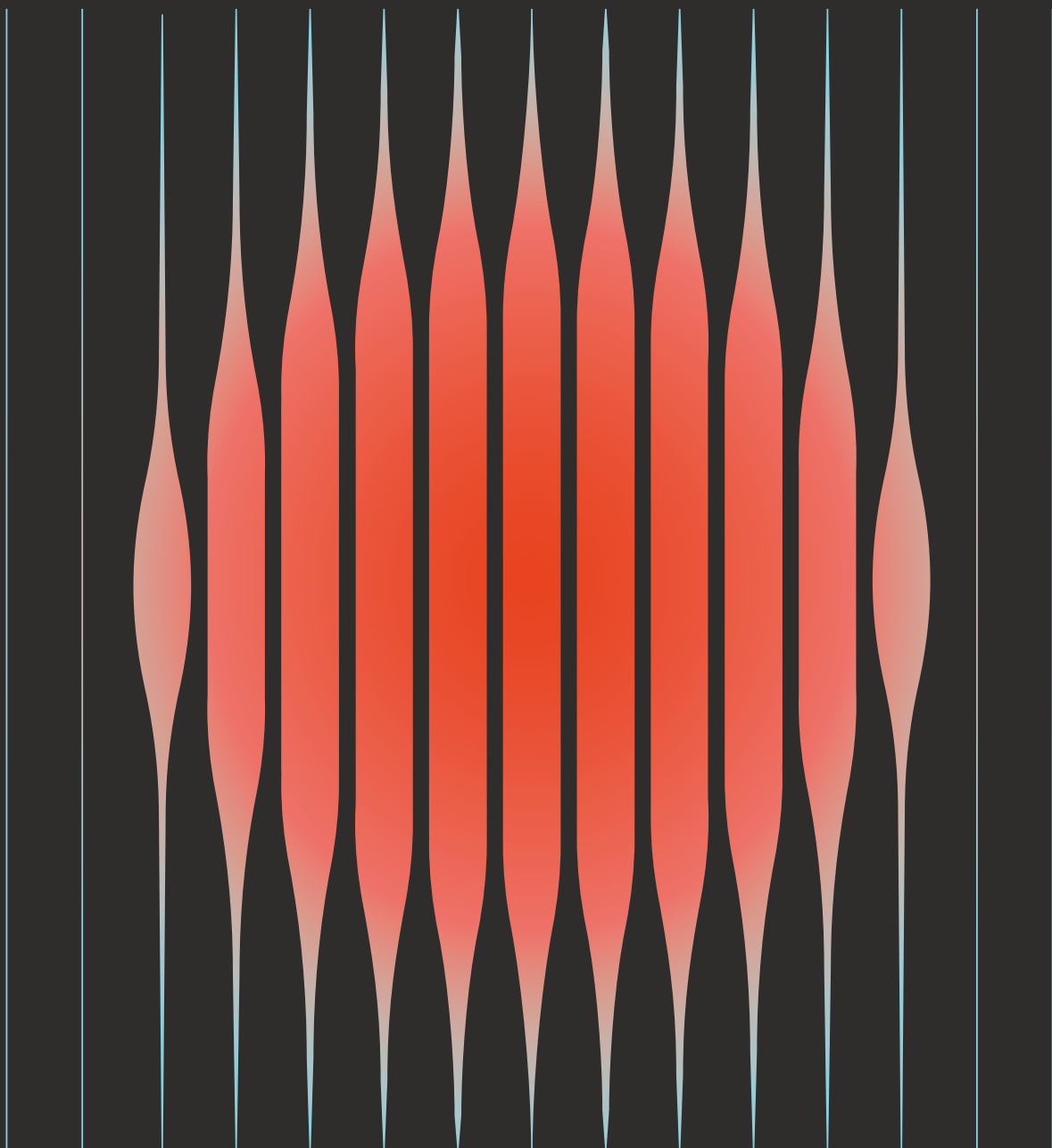

Report Sostenibilità



Edizione 01

2025

jump
.



Jump Group SRL

Sede amministrativa, operativa, progettuale e commerciale
Via Bertini, 207, 47122 Forlì (FC) - Italy
Tel. **+39 352 055 3046** – P.IVA e C.F. 04293540409

Jump Group SRL - Milano

Sede operativa, progettuale e commerciale
Via F. Bocconi 9, 20136 Milano

INDICE

Pg.05 Lettera agli Stakeholders

Pg.07 I nostri Valori

Pg.11 Il nostro percorso
di sostenibilità

Pg.13_II team Sostenibilità

Pg.13_Perché il nostro primo report

Pg.14 Piano Sostenibilità
2025-2027

Pg.15Le azioni intraprese

Pg.18 Environment

Pg.22 Social

Pg.26 Governance

Pg.28 Partnership

Pg.33 Future Goals

WE ARE  A 
< DIGITAL /> CREATIVE
 COMPANY.





Lettera agli stakeholders

Cari stakeholder,



La pubblicazione di questo primo Report di Sostenibilità è il manifesto del nostro impegno a guidare l'evoluzione tecnologica e sociale con innovazione inclusiva. La nostra identità di esploratori e i nostri valori — Attitude before skills e curiosità — ci impongono di agire responsabilmente. L'ambizione di essere tra le aziende digitali più riconosciute in Italia richiede che

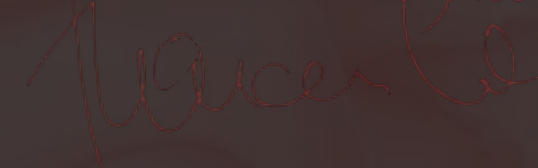
la sostenibilità sia parte integrante del nostro successo.

Il 2025 ha visto per noi progressi significativi. Per quanto riguarda l'impatto sociale, abbiamo messo le persone al centro, per davvero: raddoppio del congedo di paternità a 20 giorni retribuiti, supporto psicologico settimanale e iniziative concrete per l'inclusione, tra cui formazione su accessibilità digitale (WCAG) e collaborazione con il Disability Pride Bologna.

Nell'ambito della Governance, l'ottenimento della certificazione UNI/PdR 125:2022 attesta un sistema strutturato di equità, con un pay gap sotto controllo (0% casi >10%). Con trasparenza, riconosciamo che il gap di leadership femminile (0%) è un'area critica che affronteremo con urgenza e consapevolezza. Il Piano 2025-2027 è focalizzato sull'investimento in capitale umano (es. certificazione Great Place to Work), sulla sicurezza informativa (ISO 27001) e sull'integrazione di criteri ESG nella filiera acquisti e nella gestione della mobilità. Questo Report è la base per un miglioramento continuo e misurabile. Grazie a tutti e tutte in Jump per il costante contributo a questo percorso.

Francesco Ciani Paolo Bertini n. 207
CEO, Jump 47122 FORLÌ (FC)

C.F. e P.IVA 04293540409



MAKE RAMPS
NOT WARS

MANIFESTO

La nostra visione

Guidare le persone e le aziende nella prossima evoluzione tecnologica e sociale.

La nostra visione è comprendere l'innovazione e trasformarla in realtà all'interno della società. Lo facciamo unendo tecnologia e creatività per far evolvere i modelli di business, accompagnando le aziende verso un futuro in cui il digitale sia una risorsa naturale e spontanea.

Jump si basa su **valori condivisi dall'intero team**

e che siamo pronti a sostenere. Valori che ci uniscono ben al di là dei nostri servizi e prodotti e che hanno definito la nostra identità sin dall'inizio e continueranno a farlo, indipendentemente dall'evoluzione della nostra realtà.

Siamo **esploratori e innovatori**: amiamo le sfide e ricerchiamo, all'interno dei nostri progetti, le soluzioni più intelligenti, pensando fuori dagli schemi e focalizzando i nostri obiettivi. Accettiamo e condividiamo il fatto che le grandi imprese sono difficili da compiere, per questo ci spingiamo sempre oltre i nostri limiti, abbracciando l'intelligenza artificiale come alleata operativa e credendo

in un'innovazione che genera progresso solo quando è inclusiva, sostenibile e capace di far crescere le persone, non solo i risultati.

Ci entusiasma la creatività: troviamo energia ed entusiasmo quando i nostri progetti si trasformano in esperienze sociali amate e condivise. Crediamo nella vera sperimentazione creativa, soverchiando regole e pratiche quando ostacolano l'innovazione dei modelli di business.

Puntiamo in alto: la nostra ambizione a lungo termine è quella di essere una delle più riconosciute aziende digitali in Italia e nel mondo. È un obiettivo incredibilmente difficile, ma prima che professionisti siamo esploratori e l'ambizione è un nostro mantra condiviso.

Siamo guidati dalla curiosità: siamo letteralmente ossessionati dalle idee radicali ad alto potenziale, abbracciamo il cambiamento e analizziamo con curiosità l'evoluzione del nostro mercato. Siamo attivisti tecnologici e sociali.

01_Attitude before skills.

L'attitudine prima delle professionalità: cerchiamo prima grandi persone rispetto a grandi professionisti. Entusiasmo, rispetto e trasparenza compongono la nostra attitudine al lavoro e allo sviluppo dei progetti.

02_Positive environment.

Positività e ottimismo sono valori fondamentali per il clima in azienda, contraddistinto dalla serenità che ci guida nell'accogliere con grande entusiasmo le sfide che il mondo ci offre. Coltiviamo una cultura basata su inclusività, parità e sostenibilità sociale, generando valore dentro e fuori dall'ufficio.

03_Change in balance.

Il cambiamento che vorremmo essere nel mondo è quello di portare equilibrio tra tecnologia e design, focalizzandoci sulle esperienze che proponiamo ai nostri clienti.

04_Multidisciplinary, trust and results.

Orizzontalità nelle competenze e della fiducia trasmessa ai clienti e tra colleghi: questo è il nostro motore per sviluppare strategie efficaci che abbiano impatto reale nel business.

05_Welcoming digital talents.

Spazio al talento dei nativi digitali: il nostro valore è quello di aiutare i giovani a esprimere il proprio talento digitale e crescere nel mondo come persone prima che come professionisti.

2. I nostri valori



Percorso Sostenibilità

Nel corso degli anni, Jump ha sviluppato un'attenzione concreta verso i temi ESG, portando avanti diverse iniziative, molte delle quali nate in modo spontaneo e non sempre formalizzate o comunicate all'esterno.

Promuoviamo comportamenti sostenibili anche attraverso azioni semplici, integrate nella quotidianità aziendale.

Un esempio di questo percorso è il bando "Il digitale al servizio del sociale", lanciato nel 2023 per **supportare le organizzazioni non profit della provincia di Forlì-Cesena**. L'iniziativa ha offerto servizi digitali pro bono a realtà del territorio, con l'obiettivo di sostenere progetti a impatto positivo.

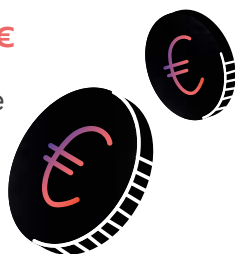
Tra questi, il "Progetto FLOES" dell'associazione Indomita ha rappresentato un caso concreto di collaborazione tra competenze digitali e impegno ambientale, contribuendo alla rimozione dell'equivalente di circa 10.000 bottiglie di plastica dal mare.

Dal 2022 l'azienda si impegna ad aderire con apposito regolamento ad un piano Welfare per tutti i dipendenti della società. Gli importi erogati per anno sono stati i seguenti:

Anno:	2022	2023	2024	2025
Importo Erogato:	circa 17.000€	circa 19.000€	circa 32.000€	circa 44.000€

Con tali importi i dipendenti possono scegliere tra una moltitudine di servizi lasciando a loro, in base alle proprie esigenze di vita, i servizi da scegliere tra cui:

- ★ Rimborsi spese per educazione ed istruzione familiari.
- ★ Rimborso spese per assistenza sanitaria propria o per familiari anziani e non autosufficienti.
- ★ Rimborso spese per acquisto di trasporti pubblici.
- ★ Acquisti di varia natura: viaggi, sport, benessere, tempo libero, corsi di formazione personali, servizi sanitari, servizi alla famiglia.
- ★ Acquisti di Gift Card e Buoni Pasto.
- ★ Rimborsi delle utenze domestiche e degli affitti per l'abitazione principale.
- ★ Versamenti a fondi di previdenza integrativa.



Su questo ultimo punto, abbiamo deciso dal 2023 di incentivare il versamento del TFR dei nostri dipendenti ad un fondo di previdenza complementare, vista l'età anagrafica molto bassa e la problematica sociale che si creerà quando dovranno andare in pensione, attraverso accordi collettivi su fondi pensione, dove l'azienda versa un contributo aggiuntivo del 1% della RAL per incentivarne l'adesione.

Tra le iniziative interne avviate negli ultimi anni, abbiamo sviluppato anche un piccolo **Gruppo di Acquisto Solidale (GAS)** aziendale, nato per incentivare il consumo di prodotti locali e ridurre gli sprechi legati agli acquisti individuali. Attraverso ordini collettivi tra colleghi, siamo riusciti a diminuire gli spostamenti per il ritiro della merce, ridurre l'utilizzo di imballaggi in plastica e cartone e promuovere abitudini di consumo più sostenibili anche nella quotidianità.

Sempre con l'obiettivo di favorire il riutilizzo e ridurre gli sprechi, abbiamo organizzato uno **Swap Party** interno aperto a tutto il team. L'iniziativa ha coinvolto 10 persone e ha permesso di dare nuova vita a vestiti, accessori, libri e oggetti non più utilizzati, creando allo stesso tempo un momento di condivisione e socialità all'interno dell'azienda.

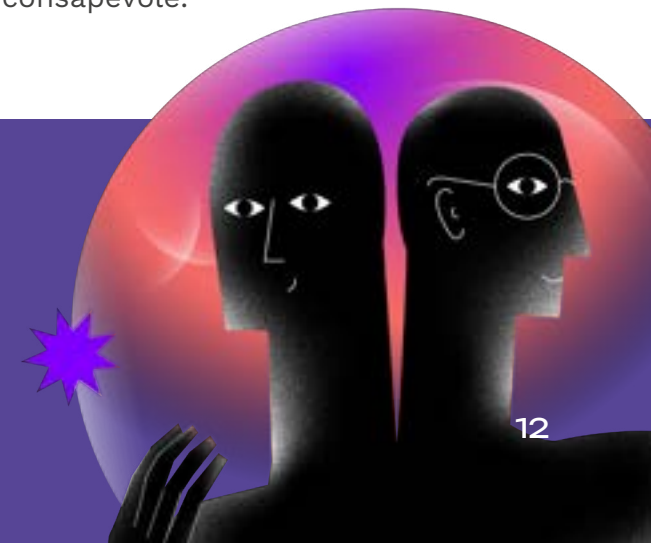
Per favorire l'ascolto e la partecipazione attiva delle persone, negli uffici è presente anche una **cassetta anonima dei suggerimenti**, pensata come spazio libero per proporre idee, miglioramenti e riflessioni sulla vita aziendale.

Il benessere delle persone rappresenta un elemento centrale del nostro approccio alla sostenibilità. In quest'ottica abbiamo organizzato sessioni di yoga aperte a tutto il team, sia in ufficio sia all'aperto, creando momenti dedicati alla pausa, alla rigenerazione e all'equilibrio tra vita personale e lavorativa.

Nel precedente triennio 2022-2024, questo percorso è stato accompagnato anche dall'ottenimento della certificazione SA8000, dall'avvio di attività di reportistica, dall'inserimento di servizi sostenibili nella nostra offerta e dall'organizzazione di workshop interni.

Anche le pratiche più quotidiane fanno parte di questo impegno: tutte le persone in azienda utilizzano borracce distribuite internamente e negli uffici sono presenti erogatori d'acqua, contribuendo a ridurre il consumo di plastica monouso.

Queste iniziative, insieme a molte altre attività meno visibili ma integrate nella quotidianità aziendale, rappresentano la base su cui Jump continua a costruire un percorso di sostenibilità sempre più strutturato e consapevole.



Il team sostenibilità

All'interno di Jump è presente un team sostenibilità che lavora attivamente per integrare questi temi nelle attività quotidiane dell'azienda. Non si tratta di una funzione formale, ma di un gruppo di persone che attribuisce un valore concreto alla sostenibilità e contribuisce a sviluppare iniziative e pratiche coerenti con questo impegno.

Il team è composto da persone che credono fortemente in questi principi anche al di fuori del contesto lavorativo, portando quindi un'attenzione autentica e continua ai temi ambientali e sociali. Questo si traduce in un approccio proattivo, che favorisce la diffusione di una cultura condivisa e orientata alla responsabilità.

Il loro contributo è fondamentale per **accompagnare Jump in un percorso di crescita sempre più consapevole**, trasformando la sostenibilità in un elemento integrato nel modo di lavorare e nelle scelte aziendali.

Perché abbiamo deciso di fare il report

Negli anni, Jump ha portato avanti diverse iniziative in ambito sostenibilità, dimostrando un

impegno concreto sui temi ambientali e sociali. Tuttavia, queste attività non sono state accompagnate da una misurazione strutturata del nostro impatto attraverso dati precisi e sistematici.

Con il progressivo rafforzamento del nostro impegno verso la sostenibilità e la crescita dell'azienda, è emersa la necessità di rendere questo percorso più chiaro, tracciabile e condiviso. Per questo abbiamo deciso di realizzare il nostro primo report di sostenibilità.

L'obiettivo è comunicare in modo trasparente ai nostri stakeholder non solo le iniziative intraprese, ma anche il valore e l'impatto delle nostre azioni, costruendo nel tempo una base solida su cui monitorare i progressi e orientare le scelte future.

Piano di sostenibilità 2025-2027

I nostri valori ci hanno portato a integrare in modo naturale i principi della sostenibilità, scegliendo di aderire all'Agenda 2030. Questo programma globale, sottoscritto nel 2015 da 193 Paesi membri dell'ONU, definisce 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs), articolati in 169 traguardi, che rappresentano un riferimento condiviso per uno sviluppo equilibrato a livello economico, sociale e ambientale.

A partire da questo framework, abbiamo selezionato un insieme di SDGs in coerenza con la nostra identità, con l'obiettivo di definire un orizzonte chiaro e condiviso con tutti

i nostri stakeholder. Questi obiettivi riguardano sia la dimensione interna dell'azienda (per garantire un ambiente di lavoro sano, inclusivo ed efficiente) sia la relazione con l'esterno, promuovendo modelli sostenibili e responsabili verso clienti e partner.

All'interno di questo quadro, abbiamo scelto di focalizzarci in particolare su alcuni SDGs sui quali, anche in relazione al nostro ruolo di digital company, riteniamo di poter generare un impatto concreto:

SDG 5 – Parità di genere

Promuoviamo un ambiente di lavoro equo e inclusivo, impegnandoci a garantire pari opportunità, valorizzazione delle diversità e politiche orientate all'equità.

SDG 3 – Salute e benessere

Mettiamo al centro il benessere delle persone, attraverso iniziative che supportano l'equilibrio tra vita professionale e personale e la qualità dell'ambiente di lavoro.

SDG 10 – Riduzione delle disuguaglianze

Lavoriamo per costruire un contesto inclusivo, prestando attenzione al linguaggio, all'accessibilità e alle opportunità offerte.

SDG 8 – Lavoro dignitoso e crescita economica

Promuoviamo un modello di crescita basato sulla qualità del lavoro, sullo sviluppo delle competenze e sulla creazione di valore nel lungo periodo.

SDG 17 – Partnership per gli obiettivi

Crediamo nella collaborazione come leva per generare impatto, sviluppando relazioni con organizzazioni e realtà del territorio.

Per il triennio 2025-2027 abbiamo definito obiettivi chiari e misurabili, organizzati in alcuni focus strategici principali.

- ★ **Ottenimento Certificazione Uni PdR 125:2022**
- ★ **Ottenimento Certificazione ISO 27001**
- ★ **Great Place to Work**
- ★ **Redazione Report di Sostenibilità**

Il capitale umano rappresenta una leva centrale di sostenibilità: intendiamo investire in certificazioni e strumenti che attestino la qualità dell'ambiente di lavoro e l'attenzione verso le persone, come ad esempio

Great Place to Work.

Un secondo ambito riguarda la **sicurezza delle informazioni**, sempre più rilevante nel contesto digitale in cui operiamo. In questo senso, ci poniamo l'obiettivo di ottenere certificazioni come la ISO 27001, a tutela della gestione dei dati e dei sistemi informativi.

Infine, puntiamo a rafforzare una comunicazione sempre più trasparente, valorizzando il ruolo di report e certificazioni come strumenti per condividere in modo chiaro e responsabile il nostro percorso con stakeholder e clienti.

Il piano di sostenibilità rappresenta quindi una guida concreta per orientare le nostre scelte nei prossimi anni, con l'obiettivo di integrare sempre più questi principi nelle attività quotidiane e nel posizionamento di Jump.

ESG

Per il secondo anno di seguito, anche nel 2025, Jump ha scelto di effettuare una valutazione ESG con l'obiettivo di comprendere in modo più strutturato il proprio posizionamento rispetto ai temi ambientali, sociali e di governance, anche in relazione ad aziende simili per settore e contesto operativo. L'assessment, elaborato secondo la metodologia proprietaria di CRIF, prende in considerazione diversi indicatori legati ai fattori Environmental, Social e Governance, restituendo una valutazione complessiva del livello di sostenibilità aziendale.

Il risultato ottenuto da Jump è pari a una **Classe B**, corrispondente a un Buon livello di sostenibilità.

Nel dettaglio:

- * **Score ESG complessivo: Classe B**
- * **Social score: Classe B**
- * **Environmental score: Classe C**
- * **Governance score: Classe D**

Questa analisi ci ha permesso non solo di avere una fotografia più chiara della situazione attuale, ma anche di individuare le aree su cui continuare a migliorare nei prossimi anni.

In particolare, il risultato evidenzia una buona maturità sugli aspetti sociali, ambito sul quale Jump ha sviluppato negli anni diverse iniziative interne, e conferma l'importanza di continuare a strutturare maggiormente gli aspetti ambientali e di governance.

ENVIRONMENT

Energia Elettrica

Jump utilizza energia elettrica proveniente esclusivamente da fonti rinnovabili certificate. Come riportato nella documentazione del fornitore energetico, il mix energetico associato alla fornitura aziendale è composto al **100% da fonti rinnovabili**, senza ricorso a carbone, gas naturale, prodotti petroliferi o energia nucleare.

Composizione del mix energetico utilizzato per la produzione dell'energia elettrica per la tua attuale fornitura

Fonti rinnovabili:	100%
Carbone:	0%
Gas naturale:	0%
Prodotti petroliferi:	0%
Nucleare:	0%
Altre fonti:	0%

Ecco un confronto dettagliato, mese per mese, dei consumi di energia elettrica (espressi in kWh) per la fornitura di Jump Group S.r.l. tra l'anno 2024 e l'anno 2025. I dati sono estratti dalle tabelle del "Consumo Storico Energia" presenti nelle fatture:

- ★ **Gennaio:** Nel 2024 il consumo è stato di **4.079 kWh**, mentre nel 2025 è sceso a **3.589 kWh**.
- ★ **Febbraio:** Nel 2024 si sono registrati **2.504 kWh**, contro i 2.949 kWh del 2025 (in aumento).
- ★ **Marzo:** Nel 2024 il consumo è stato di **1.598 kWh**, salito a **2.022 kWh** nel 2025.
- ★ **Aprile:** Nel 2024 si sono consumati **1.136 kWh**, scesi a **934 kWh** nel 2025.
- ★ **Maggio:** Nel 2024 il consumo era di **1.137 kWh**, mentre nel 2025 è sceso notevolmente a **755 kWh**.
- ★ **Giugno:** Nel 2024 sono stati registrati **2.854 kWh**, scesi a **2.410 kWh** nel 2025.

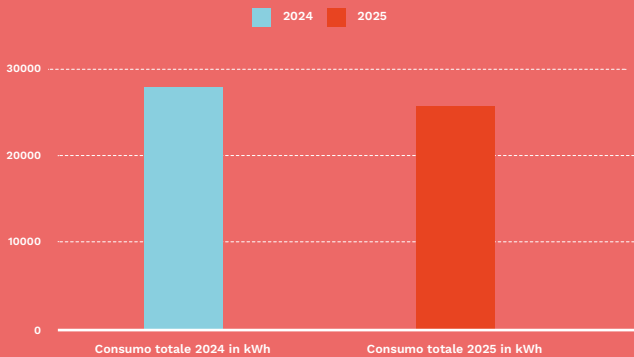
- ★ **Luglio:** Nel 2024 si è avuto il picco estivo con **3.739 kWh**, mentre nel 2025 il consumo si è fermato a **2.718 kWh**.
- ★ **Agosto:** Nel 2024 i consumi sono stati di **2.750 kWh**, in calo nel 2025 a 2.251 kWh.
- ★ **Settembre:** Nel 2024 si sono consumati **1.655 kWh**, saliti a **1.856 kWh** nel 2025.
- ★ **Ottobre:** Questo è il mese con i consumi più bassi in entrambi gli anni: **802 kWh** nel 2024 e **862 kWh** nel 2025.
- ★ **Novembre:** Nel 2024 i consumi sono stati di **2.473 kWh**, in diminuzione a **2.190 kWh** nel 2025.
- ★ **Dicembre:** Nel 2024 si sono registrati **3.090 kWh**, mentre nel 2025 si è rilevato un aumento fino a **3.249 kWh**.

Sintesi dell'andamento: Confrontando le due annate, emerge che durante gran parte dei mesi estivi e primaverili (aprile, maggio, giugno, luglio, agosto) il consumo energetico del 2025 è stato nettamente inferiore rispetto a quello del 2024. Al contrario, in alcuni mesi invernali e autunnali (febbraio, marzo, settembre, ottobre e dicembre), il 2025 ha registrato leggeri aumenti rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Certamente! Calcolando la somma dei singoli mesi e verificando i dati di "Consumo annuo" riportati nei riepiloghi delle bollette di fine anno, ecco il confronto dei consumi totali per la fornitura:

Consumi

Consumo totale 2024: **27.817 kWh**
Consumo totale 2025: **25.785 kWh**



Risultato del confronto: Nel corso del 2025 si è registrata una diminuzione complessiva dei consumi pari a **2.032 kWh** rispetto al 2024.

Questo calo si traduce in una riduzione percentuale di circa il **7,3%** su base annua, un risultato dovuto principalmente al netto risparmio energetico riscontrato nei mesi primaverili ed estivi (da aprile ad agosto), che ha compensato e superato i leggeri aumenti registrati in alcuni mesi invernali e autunnali.

TRASPORTI

Per quanto riguarda i trasporti, il nostro elemento principale riguarda i trasporti di persone.

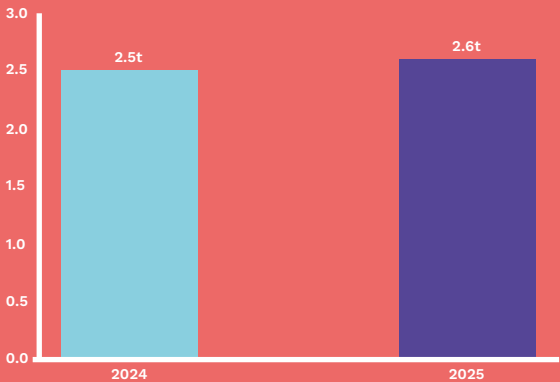
Per quanto riguarda il personale dipendente (50), la modalità ibrida con due giornate di smart working a settimana riduce sensibilmente le emissioni dovute agli spostamenti casa-lavoro. Dunque moltiplicando i giorni lavorativi in presenza (141) con una stima dei chilometri percorsi per il percorso casa-lavoro (30) e utilizzando un valore di emissione di 140g/km (prevalenza auto benzina e diesel) le emissioni di CO2 nel 2025 sono state pari a 23,7 t. Nel 2024 questi consumi sono stati inferiori a causa del minor numero

di dipendenti, ovvero pari a 20,7 t. Oltre a ciò il trasporto su gomme consiste in 5 auto a diesel presenti nella flotta aziendale con un limite di 90.000 km all'anno. Stimando un valore di emissione di 140 g/km di CO2 possiamo ipotizzare che le emissioni per il 2025 siano state pari a 12,6 t. Le emissioni sono state le medesime del 2024.

Il resto del trasporto avviene via treno: per il 2025 le emissioni di CO2 da questa tipologia di trasporto sono state pari a 2,6 t. Nel 2024 le emissioni sono state inferiori a seguito dei minor viaggi in treno, ovvero pari a 2,5 t.

Il totale delle emissioni di CO2 derivante dai trasporti è stata dunque pari a

38,9 t.



RIFIUTI

Per quanto riguarda la gestione dei rifiuti ricicliamo quasi la totalità dei rifiuti prodotti (plastica, carta e organico) mentre produciamo in minima parte rifiuti indifferenziati che vengono destinati e conferiti all'impianto di termovalorizzazione. Nel 2025 abbiamo prodotto 122 kg di rifiuti indifferenziati, pari ad una emissione di CO2 di 0,067 t. Nel 2024 le emissioni sono state inferiori, ovvero pari a 0,034 t.

SOCIAL



FORMAZIONE: linguaggio inclusivo

Abbiamo realizzato un **workshop sul linguaggio** non discriminatorio, partendo dalla consapevolezza che il linguaggio può rafforzare, anche inconsapevolmente, stereotipi e disuguaglianze.

Il percorso ha combinato momenti teorici e pratici, con l'obiettivo di sviluppare maggiore consapevolezza e fornire strumenti concreti applicabili nel lavoro quotidiano. Durante le ore di formazione sono state analizzate situazioni reali, legate alla comunicazione interna, alle relazioni tra colleghi e alla comunicazione esterna.

La componente laboratoriale ha avuto un ruolo centrale: le persone sono state coinvolte attivamente in esercizi e confronti, utili per riconoscere automatismi linguistici e confrontarsi per ripensare alcune abitudini ormai consolidate.

Questa iniziativa rappresenta un primo passo verso la costruzione di una cultura condivisa, in cui **il linguaggio diventa uno strumento consapevole per favorire inclusione, rispetto e qualità delle relazioni.**

“un primo passo verso la costruzione di una cultura condivisa”

FORMAZIONE: accessibilità digitale

Abbiamo realizzato un corso sull'accessibilità digitale, rivolto a tutta l'azienda, con un focus specifico sul nostro ruolo come digital agency e sull'impatto che le nostre scelte progettuali possono avere sugli utenti.

In vista dell'entrata in vigore dell'**European Accessibility Act**, abbiamo scelto di affrontare il tema in anticipo, non solo in ottica di adeguamento normativo, ma anche come **responsabilità etica e professionale.**

Il percorso, guidato dal team Innovation e UX/UI, ha approfondito le principali linee guida internazionali (WCAG), evidenziando come progettare e sviluppare prodotti digitali accessibili significhi garantire un'esperienza realmente fruibile da tutte le persone, comprese quelle con disabilità visive, motorie o cognitive.

Questa attività ha contribuito a **integrare l'accessibilità nei processi di lavoro**, rendendola parte della qualità progettuale e non più un intervento successivo.

INCLUSIONE SOCIALE: Disability Pride Bologna

Abbiamo avviato una collaborazione con Disability Pride Bologna, mettendo le nostre competenze digitali al servizio di un'iniziativa impegnata nella promozione dei diritti e della rappresentazione delle persone con disabilità.

Il contributo di Jump si concretizza nello sviluppo delle **grafiche per il piano editoriale**, con un impegno complessivo di circa 20 ore di lavoro pro bono dedicate al supporto della comunicazione del progetto e all'amplificazione della sua visibilità.

Il Disability Pride nasce per **promuovere un cambiamento culturale nella percezione della disabilità**, superando approcci pietistici e favorendo una visione basata su diritti, autonomia e partecipazione. Il messaggio centrale è chiaro: l'indipendenza non significa fare tutto da soli, ma avere la possibilità di scegliere e vivere pienamente, con il supporto adeguato.

La partecipazione all'evento del 28 settembre 2025 a Bologna ha rappresentato un momento significativo anche per le persone di Jump coinvolte, offrendo un'occasione concreta di ascolto, confronto e consapevolezza. Questo tipo di esperienza contribuisce ad ampliare lo sguardo interno e a rafforzare un approccio più inclusivo anche nei progetti e nelle relazioni quotidiane.

IMPEGNO SOCIALE: donazione per Gaza

In occasione dello sciopero generale del 3 ottobre, Jump ha scelto di trasformare una giornata di partecipazione individuale in un'**azione collettiva concreta.** L'azienda ha deciso di non trattenere il valore economico delle ore di sciopero, destinandolo a un'organizzazione impegnata nel supporto alla popolazione palestinese.

La scelta dell'associazione è avvenuta attraverso un processo di voto interno, che ha coinvolto direttamente le persone del team, **rafforzando il senso di partecipazione e responsabilità condivisa.** Tra le diverse organizzazioni proposte, è stata selezionata Medici Senza Frontiere, attiva nel fornire assistenza sanitaria in contesti di emergenza.

L'importo complessivo della **donazione, pari a 1.000 euro, è stato devoluto a Medici Senza Frontiere per l'emergenza a Gaza.** Di questa cifra, circa l'82% deriva dal valore delle ore di sciopero donate dalle persone di Jump, mentre il restante 18% è stato aggiunto direttamente dall'azienda per contribuire alla copertura dei costi gestionali di MSF, con l'obiettivo di garantire che il contributo raccolto arrivasse integralmente alle attività sul campo.

Questa iniziativa rappresenta un esempio concreto di come Jump scelga di dare valore alle azioni collettive, **trasformando momenti simbolici in contributi tangibili e rafforzando il legame tra valori aziendali e impatto reale.**

Supporto psicologico

All'interno delle iniziative dedicate al benessere delle persone, Jump ha introdotto un servizio di supporto psicologico disponibile **una volta a settimana**.

Il servizio è accessibile su prenotazione e garantisce la massima riservatezza, con l'obiettivo di offrire uno **spazio sicuro** in cui confrontarsi su temi legati al benessere personale e lavorativo.

Nel primo periodo di attività dello sportello sono state coinvolte il **30% del personale**, per un totale di 21 sedute erogate. Il servizio è stato utilizzato per il 54,5% da donne e per il 45,5% da uomini, evidenziando un utilizzo trasversale all'interno della popolazione aziendale.

Questa iniziativa nasce dalla consapevolezza che la salute mentale rappresenti una componente fondamentale del benessere complessivo e un elemento chiave nella costruzione di un **ambiente di lavoro sostenibile nel lungo periodo**.

Benessere e genitorialità

In Jump crediamo che il tempo dedicato alla famiglia sia prezioso quanto quello investito nella crescita professionale. Per questo, a partire da settembre 2025, abbiamo deciso di rafforzare il nostro impegno a supporto della genitorialità.

Policy di paternità

Abbiamo introdotto una nuova policy che **raddoppia i giorni di congedo di paternità** rispetto a quanto previsto dalla normativa italiana, passando da 10 a 20 giorni retribuiti.

Questa scelta permette ai neopapà di avere più tempo per vivere i primi momenti con i propri figli, senza la necessità di rientrare immediatamente al lavoro. La **policy** è inoltre **flessibile**: i giorni possono

essere utilizzati in modo continuativo oppure suddivisi, anche a ore, in base alle esigenze familiari, previo accordo con il proprio team e la funzione People & Culture.

La misura è valida per tutti i neopapà di Jump, indipendentemente dal tipo di contratto, e rappresenta un passo concreto verso un maggiore equilibrio tra vita personale e lavorativa.

Riferimento normativo

In Italia, il congedo di paternità obbligatorio prevede 10 giorni lavorativi retribuiti al 100%, da fruire tra i due mesi precedenti e i cinque mesi successivi alla nascita.

In caso di parto plurimo o morte perinatale, la durata è estesa a 20 giorni. Il congedo è frazionabile a giorni, ma non a ore, e il suo mancato utilizzo può comportare sanzioni per il datore di lavoro.

Cosa abbiamo introdotto in Jump

- ✳ Estensione del congedo di paternità da 10 a 20 giorni retribuiti
- ✳ Applicabilità a tutti i neopapà, indipendentemente dal contratto
- ✳ Possibilità di fruizione flessibile, anche a ore
- ✳ Gestione condivisa con il team e la funzione People & Culture

Questa policy rappresenta un'evoluzione concreta rispetto alla normativa vigente e riflette la volontà di sostenere attivamente il ruolo genitoriale.

Una libreria condivisa

All'interno degli spazi aziendali abbiamo avviato la creazione di una **libreria dedicata ai genitori e ai futuri genitori**.

La raccolta include libri su educazione, crescita, benessere familiare e strumenti utili per affrontare le diverse fasi della genitorialità. Si tratta di uno spazio in continua evoluzione, che cresce anche grazie ai suggerimenti delle persone di Jump.

Questa iniziativa nasce con l'obiettivo di favorire la condivisione di esperienze e conoscenze, contribuendo a creare un ambiente di lavoro più attento alle esigenze delle persone anche al di fuori della sfera professionale.

GOVERNANCE

Un elemento emerso dall'analisi interna riguarda la composizione dei ruoli decisionali e di governance. Attualmente, il Consiglio di Amministrazione di Jump è composto da tre uomini. Si tratta di un aspetto che riteniamo importante evidenziare in modo trasparente, anche perché rappresenta un ambito su cui il percorso aziendale è ancora in evoluzione.

Allo stesso tempo, nei livelli di coordinamento e gestione operativa è presente una maggiore eterogeneità. Oggi **5 Head of su 9 sono donne** e partecipano attivamente ai momenti di confronto e decisione organizzativa che si svolgono con cadenza bisettimanale. Anche tra i Director è presente una componente femminile significativa, con 3 donne su 8 ruoli complessivi.

Questi dati mostrano come il percorso di evoluzione organizzativa stia già attraversando diversi livelli aziendali, pur **evidenziando margini di crescita** nella composizione degli organi di governance più alti.

Nel 2025, Jump ha ottenuto la certificazione UNI/PdR 125:2022, introducendo un sistema strutturato di monitoraggio su equità, inclusione e processi HR.



Equità retributiva

- ✱ **0% casi di gender pay gap >10%** (soglia normativa)
- ✱ Scostamenti per livello generalmente contenuti (es. tra **-9,6% e +5,8%**)

Struttura di governance

- ✱ **1 comitato interno** dedicato alla parità di genere
- ✱ **1 canale di whistleblowing** attivo
- ✱ Presenza di strumenti di ascolto interno (feedback e segnalazioni)

Lettura dei dati

- ✱ Equità retributiva **sotto controllo e conforme**
- ✱ Presenza femminile complessiva (**>50%**)
- ✱ Area di miglioramento: **leadership femminile (0%)**
- ✱ Sistema di governance **formalizzato e monitorato**

Partnership

Jump sviluppa e coltiva collaborazioni con realtà che condividono l'attenzione verso i temi della sostenibilità, dell'innovazione e dell'impatto sociale. Queste partnership rappresentano un elemento importante per amplificare il valore delle iniziative e contribuire a un ecosistema più responsabile.

Salone CSR

La partecipazione al Salone della CSR e dell'Innovazione Sociale rappresenta per Jump un'occasione di confronto e aggiornamento sui principali temi legati alla sostenibilità.

Attraverso questo contesto, l'azienda entra in contatto con best practice, aziende e organizzazioni impegnate nello sviluppo di modelli più sostenibili, rafforzando la propria consapevolezza e il proprio posizionamento su questi temi.

Con lo speech che teniamo annualmente durante le giornate del Salone, in Bocconi, Jump ha la possibilità di raccontare direttamente le proprie iniziative e valori a un ampio pubblico di stakeholder, facilitando la strutturazione di un network che condivide principi e obiettivi per il futuro.



ITS ADRIANO OLIVETTI

Siamo soci attivi di questo Istituto Tecnico superiore e rappresenta un'opportunità per Jump Group in quanto, tramite le docenze svolte all'interno dei corsi, oltre a formare tecnicamente i giovani per introdurli nel mondo del lavoro, ne accoglie in tirocinio. Nel 2025 sono stati 4. Dall'inizio della collaborazione (2019) le assunzioni post tirocinio sono state 5.



UNIVERSITÀ

L'Università di Bologna, con le sue sedi anche in tutto il territorio Romagnolo, rappresenta uno delle fonti principali per la ricerca dei talenti per offrire loro un'opportunità di lavoro. Nel 2025 sono stati 17. Dall'inizio della collaborazione (2019) le assunzioni post tirocinio sono state 13.

Il nostro
impegno
per il futuro.

Il nostro impegno per il futuro

Il percorso di sostenibilità di Jump è in **continua evoluzione**. A partire dalle iniziative già avviate, l'obiettivo per i prossimi anni è rendere questo **impegno sempre più strutturato**, integrandolo in modo sistematico nei processi aziendali e nelle scelte operative.

In particolare, abbiamo individuato alcune aree prioritarie su cui intervenire attraverso lo sviluppo di policy interne più definite e strumenti di monitoraggio più efficaci.

Processi aziendali e scelte operative

Procedura acquisti e scelta fornitori:

Uno degli ambiti di miglioramento riguarda la definizione di una procedura più strutturata per la **selezione e la gestione dei fornitori**. L'obiettivo è integrare criteri di sostenibilità nelle scelte di acquisto, valutando non solo aspetti economici e qualitativi, ma anche elementi legati all'impatto ambientale e sociale. Questo significa, nel tempo, privilegiare partner che condividano principi di responsabilità, trasparenza e attenzione alle persone, contribuendo a costruire una filiera più coerente con i valori di Jump.

Trasferte e mobilità:

Un secondo ambito riguarda la gestione delle trasferte e della mobilità aziendale. L'intenzione è definire **linee guida più chiare che permettano di ridurre l'impatto ambientale degli spostamenti**, favorendo, quando possibile, **soluzioni più sostenibili**. Questo percorso prevede anche una maggiore attenzione alla pianificazione delle trasferte e alla valutazione delle alternative, con l'obiettivo di conciliare esigenze operative e riduzione dell'impatto.

Diffusione della cultura della sostenibilità e iniziative interne

Queste aree rappresentano i primi passi verso un approccio sempre più strutturato alla sostenibilità. L'obiettivo è continuare a migliorare nel tempo, introducendo strumenti, policy e pratiche che rendano l'impegno di Jump sempre più concreto, misurabile e coerente con i propri valori.

Oltre a rafforzare le politiche aziendali e i processi interni, vogliamo continuare a investire nella **diffusione di una cultura della sostenibilità** che coinvolga attivamente tutte le persone di Jump. Crediamo infatti che il cambiamento passi anche attraverso momenti di formazione, confronto e partecipazione,

capaci di trasformare la sostenibilità in una pratica quotidiana e condivisa. Per questo motivo, nel prossimo triennio intendiamo **ampliare il calendario di workshop e iniziative interne**, focalizzandoci su due macro-aree:



Ambiente e stili di vita:

Affronteremo temi ambientali, sociali e di governance con un approccio concreto e partecipativo. Tra gli argomenti che desideriamo approfondire rientrano **l'economia circolare e il riutilizzo attraverso nuovi Swap Party**, l'autoproduzione di prodotti per la cura della persona per promuovere uno stile di vita a minore impatto ambientale, la mobilità sostenibile con progetti di car sharing e car pooling e la promozione di consumi più consapevoli attraverso incontri dedicati alla spesa sostenibile.

Inclusione e benessere delle persone:

Parallelamente, continueremo a investire sulle persone, organizzando momenti di formazione dedicati alla comunicazione accessibile, alla cultura del feedback, al supporto di chi svolge attività di caregiving e alla prevenzione della violenza di genere, con l'obiettivo di costruire un ambiente di lavoro sempre più inclusivo, consapevole e attento al benessere di tutte e tutti.



Il ruolo di Jump come Digital Agency

Infine, vogliamo continuare a riflettere sul ruolo che una digital agency può avere nella transizione sostenibile. Per questo svilupperemo occasioni di confronto sull'**impatto ambientale dell'intelligenza artificiale** e su come integrare i principi della sostenibilità nel nostro modello di business e nei servizi che offriamo ai clienti, affinché la **sostenibilità** diventi sempre più un **elemento distintivo** del modo in cui lavoriamo e generiamo valore.



jump

Jump Group SRL

Sede amministrativa, operativa, progettuale e commerciale
Via Bertini, 207, 47122 Forlì (FC) - Italy
Tel. +39 352 055 3046 – P.IVA e C.F. 04293540409

Jump Group SRL - Milano

Sede operativa, progettuale e commerciale
Via F. Bocconi 9, 20136 Milano