



Perché non basta un lavoro qualsiasi «Il lavoro del lavoro»

Intervento di Loretta Chiusoli

Corporate HR Director CRIF

6 Marzo 2024

CRIF - MISSION E VISION

“ **MISSION** / To enhance the **financial inclusion** of consumers and to **generate value** and new **opportunities** for businesses by providing reliable **digital information, intelligence** and **cutting-edge solutions**. ”

“ **VISION** / We are a trusted partner of consumers, companies and financial institutions, helping them to achieve their financial best. ”

Lavoriamo responsabilmente per offrire soluzioni innovative a supporto dei nostri clienti **per migliorare l'accesso al credito** in conformità con la normativa vigente, consentendo alle persone finora escluse e meno servite di accedere ai servizi finanziari digitali.

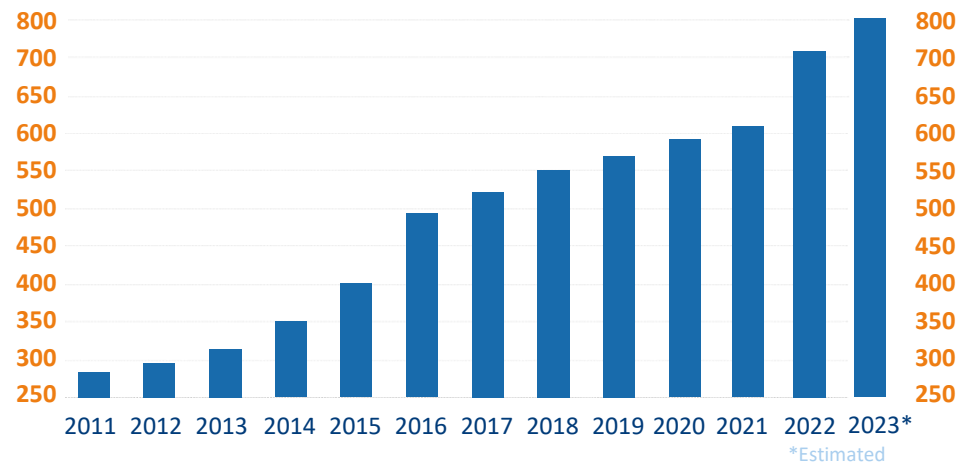


CRIF in primo piano

- 37 ● Paesi con attività dirette
- 85+ ● Società
- 4 ● Continenti
- 6,400+ ● Professionisti al vostro fianco
- 10,500+ ● Istituti finanziari
- 600 ● Assicurazioni
- 90,000+ ● Imprese
- 1,000,000+ ● Consumatori

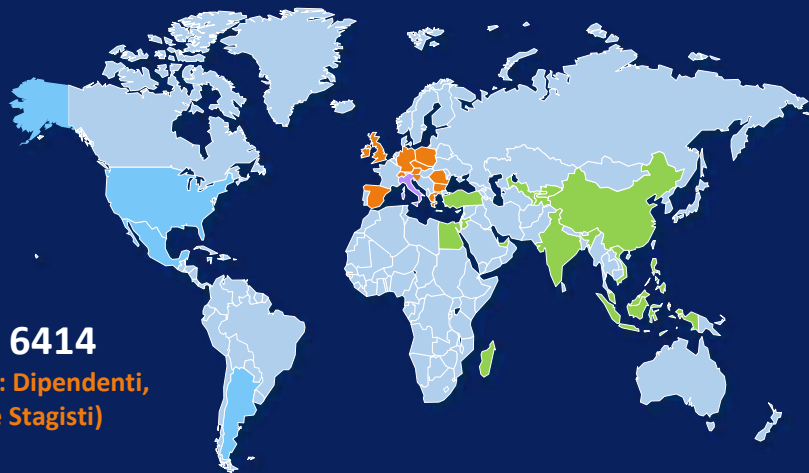
VALORE DELLA PRODUZIONE (milioni di Euro)

Progress in Years



CRIF NEL MONDO

(31 Dicembre 2023)



TOTALE 6414

(Tutto il Gruppo: Dipendenti,
Consulenti e Stagisti)

AREA GEOGRAFICA

EUROPE (ESCLUSA ITALIA)

ITALIA

MEA & ASIA

AMERICA

4

2024 © CRIF

NUMERO E % PERSONE

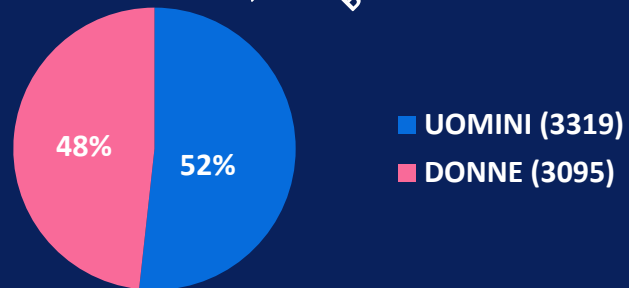
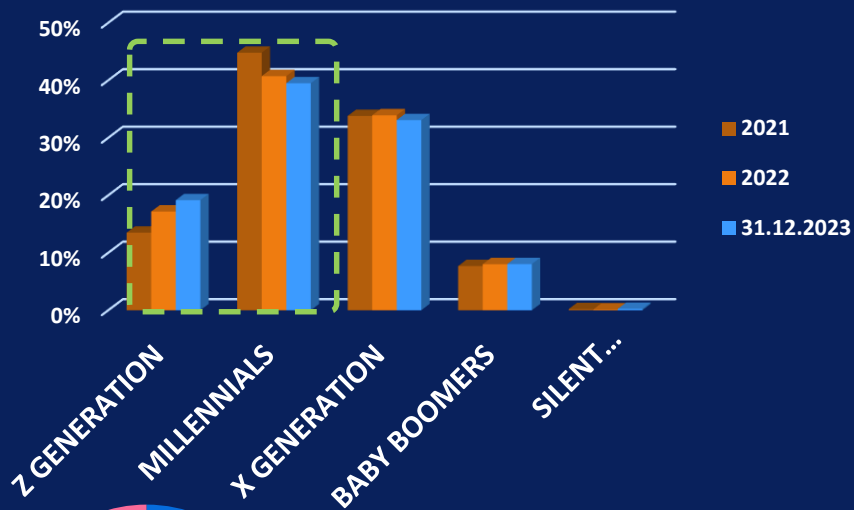
1958 31%

2767 43%

1586 25%

103 1%

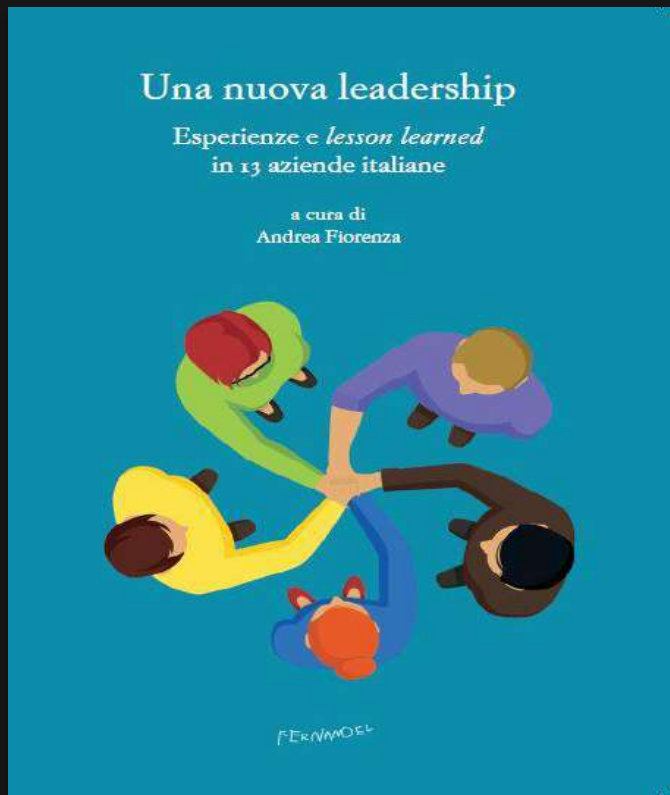
DISTRIBUZIONE PER GENERAZIONI



BO
OM

powered by CRIF

CRIF
Together to the next level



«Come la motivazione ed il coinvolgimento dipendano dal punto di osservazione generazionale»

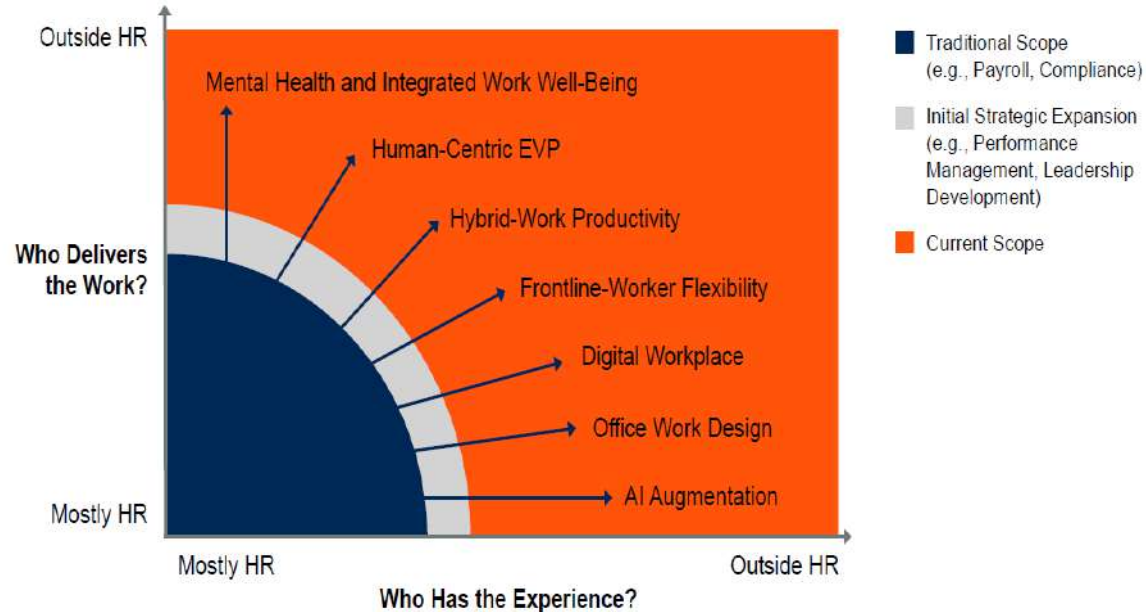
GEN Z (1996 – 2015) - digital native o zoomer

Esprimono:

- l'interesse per lo scopo «sociale» e per il purpose aziendale
- la ricerca continua del feedback (come forma di attenzione, ascolto e considerazione)
- la ricerca di una relazione sana, trasparente, armoniosa e flessibile con i manager
- la ricerca di un buon clima aziendale e di un ambiente di lavoro inclusivo
- il desiderio di crescita non tanto basato sulla carriera ma basato su continuo apprendimento, progetti, creatività e crescita personale

L'EVOLUZIONE DEL RUOLO DELL'HR

New Demands Move HR Beyond Traditional Scope



Gartner: The Top Priorities for HR Leaders in 2024

NUOVI TEMI PRESIDIATI DALL'HR

- mental health and well-being
- human centricity EVP
- digital productivity
- Technology, AI , generative AI, people analytics
- office design
- new life styles and new generations' needs
- sustainability and environment impact

COME PRESIDIARLI ?

- self learning and corporate learning
- Knowledge sharing
- Best practice sharing
- Networking & Community

CRIF 2024 HR STRATEGY & EXECUTION



SUSTAINABILITY STRATEGY

1. **explicit strategy** (based on KPIs and reporting)
2. **sustainability ambassadors network active** everywhere
3. **active participation to 2024 sustainability reporting process**



ENGAGEMENT MODEL

1. to create an **ENGAGEMENT MODEL** to link: sustainability KPIs; welfare & well-being KPIs; social involvement KPIs
2. to measure the above model and people satisfaction with **specific surveys**
3. To **link Engagement model, Sustainability Reporting and Employer Branding Program**



DIGITALIZATION & PEOPLE ANALYTICS

1. **Digitalization «end2end» of all internal processes to complete PAS (People Analytics Suite) implementation in every CRIF country** (PAS as enabler for skills processes: inventory, gap analysis, training and development)
2. **Periodical assessment about innovative skills and training for a continuous skills' improvement**



NEW LEADERSHIP MODEL

1. to create a new plan about **TRUST** (Leadership & Human Centricity; Leadership & Sustainability, Leadership & Open Innovation...)
2. to develop the **CRIF LEVEL UP PROGRAM** (counselling, coaching, mentoring initiatives and peer feedback processes)
3. to execute the concept of **HIGH PERFORMANCE MODEL & STRATEGIC SELLING MODEL**



“FAST GROWTH” MODEL

«Fast Growth» new model based on attraction, development, retention strategies to speed up the internal development of CRIF people through:

- “Train to hire”
- “Train to grow”
- “Plan expectations & Fast track”
- “Move to grow”



BOOM KNOWLEDGE & INNOVATION HUB

New digital and physical hub to develop initiatives for the territory and for CRIF ‘employees / clients / partners:

- **Education programs** with Golinelli Foundation
- **Training paths** for CRIF professionals-clients-partners
- **Call4idea** for young people to speed up their careers
- **Innovation projects** “to match” startups and companies

BO
OM

powered by *CRIF*

BOOM

Il nuovo knowledge &
innovation hub di CRIF



BOOM

powered by 

BOOM: IL PROGETTO A SUPPORTO DELLA COMUNITA' E DEL TERRITORIO

LA PROPOSTA DI BOOM



BOOM EDUCATION: in collaborazione con **Fondazione Golinelli**, laboratori, eventi, campi estivi e giornate formative per scuole di ogni grado e insegnanti.

Le attività in programma per BOOM Education possono essere promosse dalle aziende verso tutti i dipendenti nell'ambito dei programmi di welfare.



INNOVATION & STARTUP MEMBERSHIP: iniziative in ambito open business e open innovation per aziende e startup.

Grazie alla Startup membership le startup avranno accesso a iniziative e servizi dedicati per scalare il business



BOOM LEARNING: percorsi di formazione (online e in presenza) sulle competenze innovative dedicati a professionisti, aziende e giovani in cerca di lavoro (**BOOM ACADEMY finalizzate all'assunzione dei giovani formati**).



BOOM SPACE & CO-WORKING: Spazi dell'hub fisico BOOM a disposizione delle aziende che vorranno organizzare eventi insieme ad aree dedicate al co-working e pitch meeting.

Il 2023 di BOOM NUMERI CHE CREANO VALORE



BOOM Education

+20 iniziative svolte per scuole, privati e docenti



BOOM Learning

277 ore di formazione aziendale e **30** corsi erogati



BOOM Spaces

36 eventi svolti in BOOM



Formazione Post-diploma (ITS)

125 studenti coinvolti per 5 corsi attivati



Progetti di Employer Branding

+ 200 giovani talenti coinvolti



RECAP BOOM 2023



Grazie per l'attenzione!

6 Marzo 2024