

# Gender Equality Plan (GEP)

Agentur für Energie Südtirol – KlimaHaus

Agenzia per l'Energia Alto Adige - CasaClima

**Deutsche Fassung: Seite 2**

**Versione in lingua italiana: pag. 11**

**English language version: page 20**

## Gender Equality Plan (GEP) – Deutsche Fassung

### Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis .....	2
Einleitung .....	3
Datenerhebung .....	4
Statistische Daten .....	4
Weitere relevante Informationen zu Arbeitsbedingungen und -abläufen in der Agentur .....	7
Fazit der Datenerhebung .....	7
Ziele, Maßnahmen und Indikatoren .....	8
Themenbereich 1: Work-Life Balance und Organisationskultur .....	8
Themenbereich 2: Geschlechtergleichheit in Führungspositionen .....	8
Themenbereich 3: Geschlechtergleichheit in Personalauswahl und Karriere .....	9
Themenbereich 4: Integration der Geschlechterdimension in Forschung und Lehre .....	9
Themenbereich 5: Maßnahmen gegen geschlechterspezifische Gewalt .....	10

### Komponenten der Gender Equality Arbeitsgruppe

- Alessandra Russo (Abteilung Verwaltung & Human Resources)
- Stefan Guadagnini (Abteilung Zentrale Dienste)
- Isabella Pedrazza (Abteilung Kommunikation)
- Benjamin Auer (Abteilung Forschung & Entwicklung)

## Einleitung

Die Agentur für Energie Südtirol – KlimaHaus ist eine Körperschaft öffentlichen Rechts der Landes Südtirol. Sie ist ein anerkanntes Kompetenzzentrum für energieeffizientes und nachhaltiges Bauen und Sanieren. Daneben wurden im Laufe der Jahre die Handlungsfelder und Kompetenzen ständig erweitert und neue Initiativen geschaffen, wie beispielsweise die Programme *KlimaGemeinde* im Bereich des kommunalen Klimaschutzes oder *KlimaFactory* zur Verbesserung der Energieeffizienz im Unternehmen.

KlimaHaus hat sich seit jeher stark im Bereich der Sensibilisierungsarbeit und Beratung engagiert.

Ein wichtiger Bereich ist der ständige Austausch und die institutionelle Zusammenarbeit mit öffentlichen und privaten Stakeholdern, Berufskammern, Wirtschaftsverbänden, dem Verbraucherschutz und anderen Interessensvertretungen. Auch auf internationaler Ebene ist die KlimaHaus Agentur immer stärker vernetzt und wirkt ständig an internationalen Forschungsprojekten mit.

Im Oktober 2017 ist die Agentur gemeinsam mit anderen Forschungseinrichtungen in den NOI Techpark übersiedelt. Dieser bietet ein optimales Umfeld, um auch zukünftig wachsen und sich weiterentwickeln zu können, und zeichnet sich durch attraktive Strukturen und Angebote für die Mitarbeiter\*innen aus.

Die Agentur für Energie Südtirol – KlimaHaus ist seit 2019 ISO 9001:2015 zertifiziert. Das Qualitätsmanagement-System garantiert Prozessqualität und Effizienz der Abläufe.

### **Der Einsatz der KlimaHaus Agentur für die Gleichstellung der Geschlechter**

Die Agentur engagiert sich seit jeher dafür, lt. Direktive des Ministerrats 2/19 „Maßnahmen zur Förderung der Chancengleichheit und zur Stärkung der Rolle der Garantie-Ausschüsse in den öffentlichen Verwaltungen (*Misure per promuovere le pari opportunità e rafforzare il ruolo dei Comitati Unici di Garanzia nelle amministrazioni pubbliche*)“, attraktive Bedingungen für beide Geschlechter zu bieten. Dieser Umstand spiegelt sich unter anderem in den Zahlen zur Belegschaft wider (siehe dazu ff. Kapitel). Daraus gehen zum Beispiel verschiedene Teilzeitmodelle und flexible Arbeitszeiten hervor, sowie die Möglichkeit des *Home Office* und *Smart Working* für alle Beschäftigten. Beide Geschlechter nehmen eine gleichsam bedeutende Rolle in den Tätigkeiten und Projekten der Agentur ein.

Mit dem Ziel, Wege zur Gewährleistung der Gleichstellung der Geschlechter zu definieren, hat die Europäische Kommission im Einklang mit der EU-Strategie für die Gleichstellung von Frauen und Männern 2020-2025 festgelegt, dass öffentliche Einrichtungen, die Finanzmittel aus dem

nächsten Horizon Europe Programm in Anspruch nehmen möchten, einen Geschlechter-Gleichstellungsplan (GEP) vorlegen müssen.

Vor diesem Hintergrund hat die Agentur für Energie Südtirol – KlimaHaus eine Arbeitsgruppe ins Leben gerufen, mit dem Ziel, den GEP auszuarbeiten. Der GEP wurde auf Basis einer internen Erhebung ausgearbeitet und so ausgeführt, dass er übersichtlich und möglichst quantitativ die Ziele, Maßnahmen und Indikatoren darstellt und ohne weiteres aktualisiert werden kann.

Der GEP in der vorliegenden Fassung wurde vom Generaldirektor der Agentur genehmigt und auf der Homepage veröffentlicht.

## Datenerhebung

Die Datenerhebung wurde von der Abteilung Human Resources durchgeführt. Es wurden relevante Kennzahlen für die Ausarbeitung des GEP gesammelt und dargestellt. Die Daten beziehen sich auf den Stichtag 01.01.2025.

### Statistische Daten

Anzahl der Mitarbeiter\*innen: 43

Geschlecht:

- 16 Männer
- 27 Frauen

Sprachgruppenzugehörigkeit lt. DPR vom 26. Juli 1976, Nr. 752:

- Deutsche Sprachgruppe: 20 Mitarbeiter\*innen
- Italienische Sprachgruppe: 22 Mitarbeiter\*innen
- Belarussische Staatsangehörigkeit: 1 Mitarbeiter\*innen

**Einstufung der Mitarbeiter\*innen in der Agentur:**

Führungskräfte	Quadri	1. Kategorie	2. Kategorie	3.+4. Kategorie
Anzahl: 2 2 Männer	Anzahl: 4 3 Frauen und 1 Mann	Anzahl: 3 2 Männer und 1 Frau	Anzahl: 20 7 Männer und 14 Frauen	Anzahl: 13 4 Männer und 9 Frauen

**Arbeitszeiten der Mitarbeiter\*innen:**

Vollzeit 100 % (40 Stunden)	Teilzeit über 50%	Teilzeit 50% und weniger
32 Mitarbeiter*innen, davon 20 Frauen und 12 Männer	8 Mitarbeiter*innen, davon 1 Mann und 7 Frauen	3 Mitarbeiter, davon 3 Männer

**Art der Arbeitsverträge:**

Unbefristeter Vertrag	Befristeter Vertrag
31 Mitarbeiter*innen Davon 20 Frauen und 11 Männer	12 Mitarbeiter*innen Davon 7 Frauen und 5 Männer

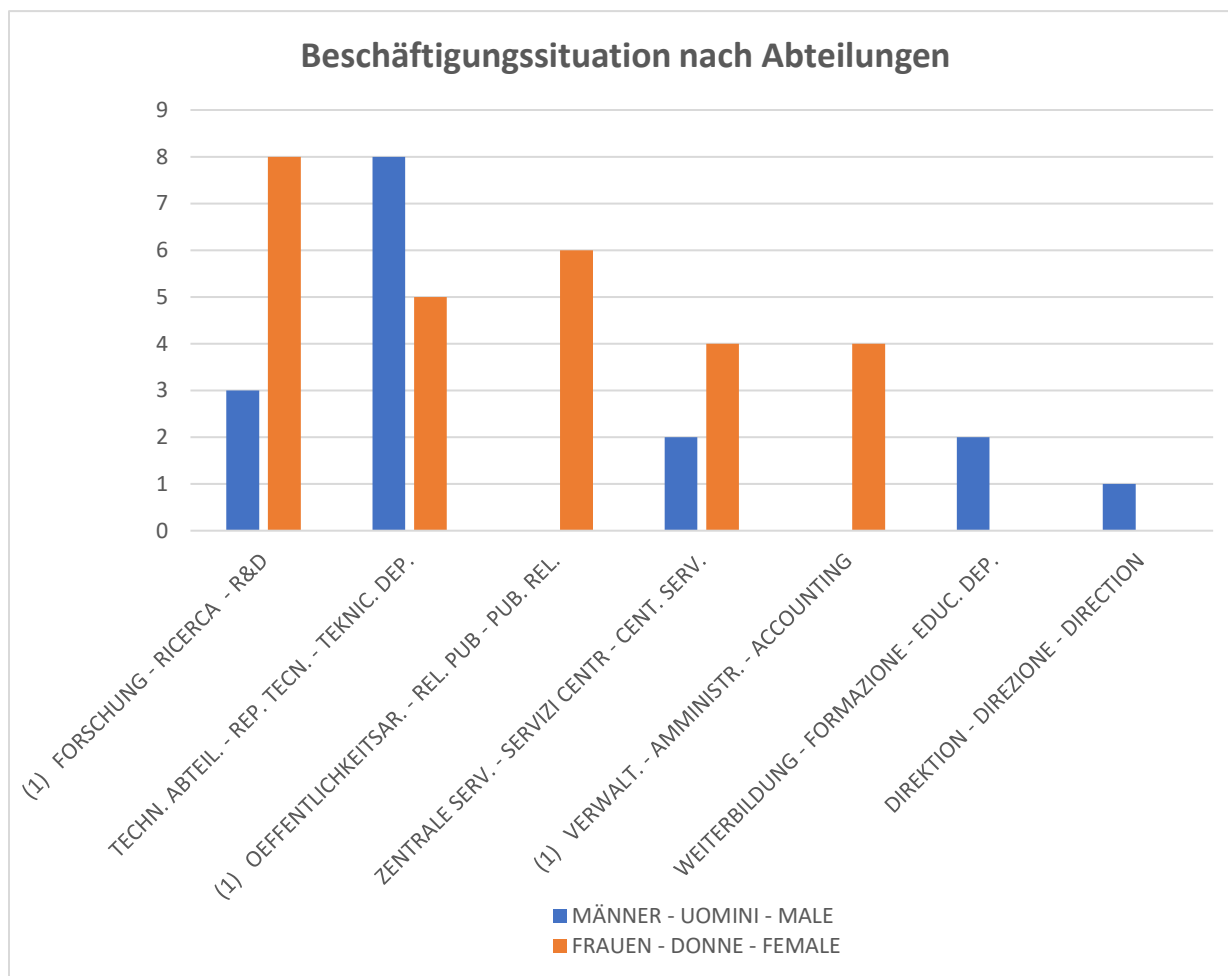
**Ausbildungsniveau der Mitarbeiter\*innen:**

Oberschulabschluss	Universitätsabschluss (3-jährig)	Universitätsabschluss (> 3-jährig)	Forschungsdoktorat
14 Mitarbeiter*innen Davon 8 Frauen und 6 Männer	6 Mitarbeiter*innen Davon 1 Männer und 5 Frauen	21 Mitarbeiter*innen, Davon 13 Frauen und 8 Männer	2 Mitarbeiter*innen Davon 1 Frau und 1 Mann

### Durchschnittliche Gehaltssituation nach Einstufung:

1. Kategorie	2. Kategorie	3.+4. Kategorie
Weibliche Angestellte in dieser Gehaltskategorie beziehen durchschnittlich <p style="text-align: center;"><b>+ 3,38 %</b></p> mehr Gehalt als männliche Angestellte.	Weibliche Angestellte in dieser Gehaltskategorie beziehen durchschnittlich <p style="text-align: center;"><b>- 0,27 %</b></p> weniger Gehalt als männliche Angestellte.	Weibliche Angestellte in dieser Gehaltskategorie beziehen durchschnittlich <p style="text-align: center;"><b>+ 11,06 %</b></p> mehr Gehalt als männliche Angestellte.

### Beschäftigungssituation nach Abteilungen:



Abteilungen, die mit „(1)“ gekennzeichnet sind, werden von einer weiblichen Bereichsleiterin geführt, die übrigen von einem männlichen Bereichsleiter.

## Weitere relevante Informationen zu Arbeitsbedingungen und -abläufen in der Agentur

### **Telearbeit**

Unabhängig von der Rolle im Betrieb ist jedem Mitarbeiter gestattet, 40% seiner Arbeitszeit im Homeoffice bzw. Smart Working zu verrichten.

### **Beitrag für Kinderbetreuung**

Für Kinder unter 3 Jahren bekommen die Eltern in der Agentur (Vater oder Mutter) einen Beitrag für die Betreuung in einer Kindertagesstätte. Der Beitrag richtet sich pro Stunde für die Betreuung und beträgt konstant 1,15 €.

### **Auswahl von neuen Mitarbeiter\*innen**

Jede freie Stelle wird grundsätzlich ausgeschrieben und richtet sich an gleichermaßen an Männer und Frauen. Eine interne Kommission bewertet die eingegangenen Curricula und erstellt eine Auswahl für ein erstes Onlinemeeting. Die zweite und dritte Gesprächsrunde findet grundsätzlich mit den Mitgliedern der Kommission in Präsenz statt. Am Ende des Prozesses wird ein Protokoll zum Auswahlvorgang verfasst.

## Fazit der Datenerhebung

Aus der Analyse gehen lediglich geringfügige Unterschiede in der Einstufung und in der Gehaltssituation zwischen männlichen und weiblichen Beschäftigten hervor.

- In der 1. Kategorie beziehen weibliche Beschäftigte durchschnittlich 3,38% mehr Gehalt als männliche Angestellte;
- In der Kategorie 2 beziehen weibliche Beschäftigte im Durchschnitt leicht weniger (0,27 %) als männliche Beschäftigte;
- In der 3-4. Kategorie beziehen weibliche Beschäftigte durchschnittlich 11,06% mehr Gehalt als männliche Angestellte.

Genauso wird deutlich, dass es keine signifikanten Unterschiede gibt, was die Einsatzbereiche der Beschäftigten und deren Aufstiegsmöglichkeiten innerhalb der Agentur angeht. In der Tat sind mehr Frauen Bereichsleiterinnen als Männer, und Frauen in der 1. Gehaltskategorie beziehen durchschnittlich höhere Gehälter als Männer.

## Ziele, Maßnahmen und Indikatoren

### Themenbereich 1: Work-Life Balance und Organisationskultur

Ziel	Aktion	Zielwert	Zuständigkeit	Ressourcen	Zeitplan
1.A. Regelmäßige Erfassung der Zufriedenheit der Mitarbeiter*innen zur Work-Life Balance und Organisationskultur	Jährliches Monitoring mittels anonymisiertem Fragebogen im KlimaHaus Intranet	Teilnahme von >90% der Beschäftigten mindestens 1x pro Jahr	HR und Central Services	Fragebogen wird von der internen Arbeitsgruppe ausgearbeitet und von Central Services technisch verwaltet – es sind keine externen Ressourcen nötig	Jährlich ab 1. Semester 2022
1.B. Arbeitsorganisation, die eine möglichst umfassende Vereinbarkeit von Familie und Beruf ermöglicht	Kontinuierliche Besprechung in den Bereichsleiter-sitzung	Maximale Flexibilität für die Beschäftigten	HR, Bereichsleiter, Head Office	Finanzielle Mittel für die KITA-Beiträge und Bereitstellung von genügend Arbeitsplätzen für einen Ausbau der Teilzeitmodelle	laufend

### Themenbereich 2: Geschlechtergleichheit in Führungspositionen

Ziel	Aktion	Zielwert	Zuständigkeit	Ressourcen	Zeitplan
2.A. Interne Abläufe dahingehend ausrichten, die Geschlechtergleichheit in allen Positionen der	Unterstützung einer ausgewogenen Vertretung beider Geschlechter in den internen Arbeitsgruppen,	Egalitäre Besetzung (50%) und gleiches Gehalt in den	Head Office	-	kontinuierlich



Agentur sicherzustellen	insbesondere in den Führungspositionen	Positionen der Agentur			
-------------------------	--	------------------------	--	--	--

### Themenbereich 3: Geschlechtergleichheit in Personalauswahl und Karriere

Ziel	Aktion	Zielwert	Zuständigkeit	Ressourcen	Zeitplan
3.A. Interne Abläufe dahingehend ausrichten, die Geschlechtergleichheit bei der Auswahl neuen Personals und internen Karrieresprüngen sicherzustellen	Unterstützung einer ausgewogenen Vertretung beider Geschlechter in den Auswahlkommissionen. Ausschreibung eindeutig an beide Geschlechter gerichtet	Paritätische Besetzung der Auswahlkommissionen bei jeder Personalentscheidung	Head Office	-	laufend
3.B. Aktualisierung der Datengrundlage zu Ist-Zustand und Personaltrends	Monitoring und Zusammenschau der wichtigsten Kennzahlen zur Geschlechtergleichheit in der Agentur	Nr. 1 statistischer Überblick, für die Belegschaft einsehbar	HR	Das Ziel wird unter Einsatz interner Ressourcen erreicht	Jährlich nach Jahresabschluss

### Themenbereich 4: Integration der Geschlechterdimension in Forschung und Lehre

Ziel	Aktion	Zielwert	Zuständigkeit	Ressourcen	Zeitplan
4.A. Frauen verstärkt für technisch-wissenschaftliche Arbeitsbilder sensibilisieren	Bewerbung von Ausbildungs- und Umschulungsangeboten, um die Präsenz von Frauen in technisch-wissenschaftlichen	Integration in den jährlichen Fortbildungsplan der Agentur	Abteilungsleiter*innen	-	jährlich

	Sektoren zu erhöhen.				
--	----------------------	--	--	--	--

## Themenbereich 5: Maßnahmen gegen geschlechterspezifische Gewalt

Ziel	Aktion	Zielwert	Zuständigkeit	Ressourcen	Zeitplan
5.A. Erhebung zu Episoden geschlechterspezifischer Gewalt	Erhebung mittels anonymisiertem Fragebogen	Teilnahme 90% der Beschäftigten	HR	-	2-jährlich
5.B. Anlaufstelle für Themen der Geschlechtergleichheit in der Agentur schaffen	Ernennung 2 Ansprechpersonen (m/w) in der Agentur für Meldungen bzgl. geschlechterspezifischer Gewalt	2 Personen	Direktion	Ressourcen für evtl. Schulung der Beauftragten	laufend
5.C. Sensibilisierung gegen geschlechterspezifische Gewalt am Arbeitsplatz	Bewerbung von Fortbildungsseminaren für die Beschäftigten, in denen das Bewusstsein für psychische und körperliche Gewalt verstärkt wird	Integration in den jährlichen Schulungsplan	HR und Direktion	Kosten für externe Referent*innen und Schulungen	jährlich

Piano per la parità di genere (GEP) – versione in lingua italiana

## Indice dei contenuti

Indice dei contenuti .....	11
Introduzione .....	12
Raccolta dati .....	13
Dati statistici .....	13
Ulteriori informazioni sulle condizioni di lavoro e sui processi dell'Agenzia .....	16
Conclusione della raccolta dati .....	16
Obiettivi, misure e indicatori .....	17
Area tematica 1: Equilibrio vita-lavoro e cultura organizzativa .....	17
Area tematica 2: Parità di genere nelle posizioni dirigenziali.....	17
Area tematica 3: Parità di genere nella selezione del personale e nelle carriere.....	18
Area tematica 4: Integrazione della dimensione di genere nella ricerca e nell'insegnamento.	18
Area tematica 5: Misure contro la violenza di genere.....	19

### Componenti del Gruppo di lavoro sulla parità di genere

- Alessandra Russo (Reparto Amministrazione e Risorse Umane)
- Stefan Guadagnini (Reparto Servizi Centrali)
- Isabella Pedrazza (Reparto Comunicazione)
- Benjamin Auer (Reparto Ricerca e Sviluppo)

## Introduzione

L'Agenzia per l'Energia Alto Adige - CasaClima è un ente pubblico della Provincia di Bolzano. È un centro di competenza riconosciuto per le costruzioni e le ristrutturazioni energeticamente efficienti e sostenibili. Nel corso degli anni, i campi d'azione e le competenze sono stati costantemente ampliati e sono state create nuove iniziative, come il programma *ComuneClima* nell'ambito della protezione del clima comunale o *KlimaFactory* per il miglioramento dell'efficienza energetica nelle aziende.

CasaClima è sempre stata molto impegnata in attività di sensibilizzazione e consulenza.

Un settore importante è il costante scambio e la cooperazione istituzionale con gli stakeholder pubblici e privati, le camere professionali, le associazioni di categoria, la tutela dei consumatori e altri gruppi di interesse. L'Agenzia CasaClima è inoltre sempre più collegata in rete a livello internazionale ed è costantemente coinvolta in progetti di ricerca internazionali.

Nell'ottobre 2017, l'Agenzia si è trasferita nel NOI Techpark insieme ad altri istituti di ricerca. Questo offre un ambiente ideale per la crescita e lo sviluppo futuri ed è caratterizzato da strutture e offerte interessanti per i dipendenti.

L'Agenzia per l'Energia Alto Adige - CasaClima è certificata ISO 9001:2015 dal 2019. Il sistema di gestione della qualità garantisce la qualità e l'efficienza dei processi.

### **L'impegno dell'Agenzia CasaClima per la parità di genere**

L'Agenzia si è sempre impegnata a offrire condizioni interessanti per entrambi i generi, in conformità con la Direttiva 2/19 del Consiglio dei Ministri "*Misure per promuovere le pari opportunità e rafforzare il ruolo dei Comitati Unici di Garanzia nelle amministrazioni pubbliche*". Ciò si riflette, tra l'altro, nelle cifre relative alla forza lavoro (si veda il capitolo successivo). Questo include, ad esempio, vari modelli di part-time e orari di lavoro flessibili, nonché l'opzione dell'*home office* e dello *smart working* per tutti i dipendenti. Entrambi i generi svolgono un ruolo ugualmente importante nelle attività e nei progetti dell'Agenzia.

Con l'obiettivo di definire le modalità per garantire l'uguaglianza di genere, la Commissione Europea ha stabilito, in linea con la Strategia europea per l'uguaglianza di genere 2020-2025, che gli enti pubblici che desiderano ricevere finanziamenti dal prossimo programma Horizon Europe devono presentare un Piano per la parità di genere (GEP = Gender Equality Plan).

In questo contesto, l'Agenzia per l'Energia Alto Adige - CasaClima ha istituito un gruppo di lavoro con l'obiettivo di redigere il GEP. Il GEP è stato sviluppato sulla base di un'indagine interna e

progettato in modo da presentare gli obiettivi, le misure e gli indicatori in modo chiaro e il più possibile quantitativo e da poter essere facilmente aggiornato.

La versione attuale del GEP è stata approvata dal Direttore generale dell'Agenzia e pubblicata sul sito web.

## Raccolta dati

La raccolta dei dati è stata effettuata dal reparto Risorse umane. Le cifre chiave rilevanti sono state raccolte e presentate per la preparazione del GEP. I dati si riferiscono alla data di riferimento 01.01.2025.

### Dati statistici

Numero di dipendenti: 43

Genere:

- 16 Uomini
- 27 Donne

Appartenenza al gruppo linguistico secondo il DPR del 26 luglio 1976, n. 752:

- Gruppo linguistico tedesco: 20 dipendenti
- Gruppo linguistico italiano: 22 dipendenti
- Nazionalità bielorusa: 1 dipendente

### Classificazione dei dipendenti dell'agenzia:

Dirigenti	Quadri	1a categoria	2a categoria	3a + 4a categoria
Quantità: 2 Di questi 2 uomini	Quantità: 4 Di cui 3 donne e 1 uomo	Quantità: 3 Di cui 2 uomini e 1 donna	Quantità: 21 Di cui 7 uomini e 14 donne	Quantità: 13 Di cui 4 uomini e 9 donne

### Orario di lavoro dei dipendenti:

Tempo pieno 100 % (40 ore)	Part-time oltre il 50%	Part-time 50% e meno
32 dipendenti, di cui 20 donne e 12 uomini	8 dipendenti, di cui 1 uomo e 7 donne	3 dipendenti, di cui 3 uomini

### Tipo di contratti di lavoro:

Contratto a tempo indeterminato	Contratto a tempo determinato
31 dipendenti Di cui 20 donne e 11 uomini	12 dipendenti Di cui 7 donne e 5 uomini

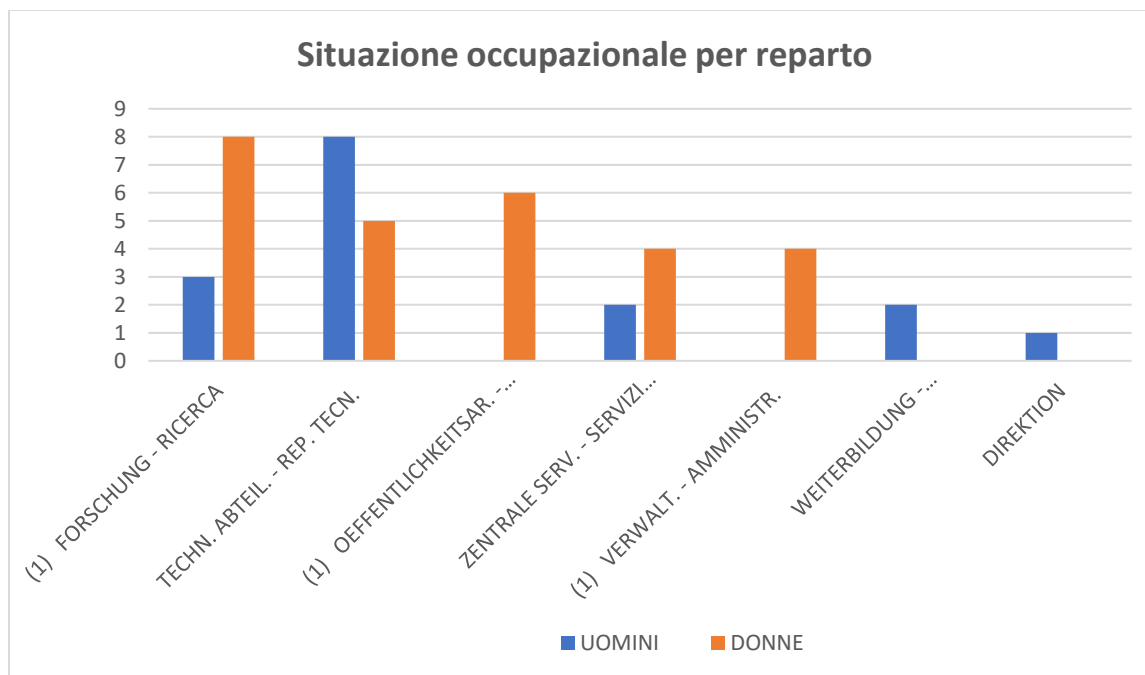
### Livello di istruzione dei dipendenti:

Diploma di scuola secondaria di secondo grado	Laurea (3 anni)	Laurea (> 3 anni)	Dottorato di ricerca
14 dipendenti Di cui 6 donne e 8 uomini	6 dipendenti Di cui 1 uomini e 5 donna	21 dipendenti, Di cui 13 donne e 8 uomini	2 dipendenti Di cui 1 donna e 1 maschio

**Situazione salariale media in base alla classificazione:**

1a categoria	2a categoria	3a + 4a categoria
Le donne in questa categoria salariale guadagnano in media	Le donne in questa categoria salariale guadagnano in media	Le donne in questa categoria salariale guadagnano in media
<b>+ 3,38 %</b>	<b>- 0,27 %</b>	<b>+ 11,06 %</b>
più stipendio rispetto ai dipendenti maschi.	meno stipendio rispetto ai dipendenti maschi.	più stipendio rispetto ai dipendenti maschi.

**Situazione occupazionale per reparto:**



I dipartimenti contrassegnati con "(1)" sono gestiti da un capo reparto donna, gli altri da un capo reparto uomo.

## Ulteriori informazioni sulle condizioni di lavoro e sui processi dell'Agenzia

### Telelavoro

Indipendentemente dal loro ruolo in azienda, tutti i dipendenti possono dedicare il 40% del loro tempo lavorativo al lavoro da casa o allo smart working.

### Contributo per l'assistenza all'infanzia

Per i bambini di età inferiore ai 3 anni, i genitori (padre o madre) ricevono un contributo per la cura dei bambini in un asilo nido. Il contributo è calcolato per ogni ora di assistenza all'infanzia ed è pari a 1,15 euro costanti.

### Selezione di nuovi dipendenti

Ogni posto vacante è sempre pubblicizzato e si rivolge in egual misura a uomini e donne. Una commissione interna valuta i curricula ricevuti ed elabora una selezione per un primo incontro online. Il secondo e il terzo turno di colloqui si svolgono sempre di persona con i membri della commissione. Al termine del processo, viene redatto un verbale della procedura di selezione.

## Conclusione della raccolta dati

L'analisi rivela solo differenze minime nell'inquadramento e nella situazione salariale tra dipendenti uomini e donne.

- Nella prima categoria, le lavoratrici guadagnano in media il 3,38% in più rispetto ai lavoratori maschi;
- Nella categoria 2, le lavoratrici ricevono in media una somma leggermente inferiore (0,27%) rispetto ai lavoratori maschi;
- Nella categoria 3-4, le donne guadagnano in media l'11,06% in più rispetto agli uomini.

È inoltre evidente che non esistono differenze significative per quanto riguarda i settori in cui lavorano i dipendenti e le loro opportunità di promozione all'interno dell'Agenzia. In effetti, le donne che ricoprono il ruolo di capo divisione sono più numerose degli uomini e le donne della prima categoria salariale percepiscono in media stipendi più alti degli uomini.



## Obiettivi, misure e indicatori

### Area tematica 1: Equilibrio vita-lavoro e cultura organizzativa

Obiettivo	Azione	Valore target	Responsabilità	Risorse	Orizzonte temporale
1.A. Indagine periodica sulla soddisfazione dei dipendenti in merito all'equilibrio tra lavoro e vita privata e alla cultura organizzativa	Monitoraggio annuale tramite questionari anonimizzati sull'intranet CasaClima	Partecipazione di >90% dei dipendenti almeno una volta all'anno	Risorse umane e servizi centrali	Il questionario è sviluppato dal gruppo di lavoro interno e gestito tecnicamente dai Servizi centrali - non sono necessarie risorse esterne.	Annualmente dal 1° semestre 2022
1.B. Organizzazione del lavoro che consenta la massima compatibilità tra famiglia e carriera	Discussione continua nelle riunioni dei responsabili di divisione	Massima flessibilità per i dipendenti	Risorse umane, capo divisione, sede centrale	Risorse finanziarie per i contributi KITA e per la creazione di un numero sufficiente di posti di lavoro per l'espansione dei modelli a tempo parziale.	In corso

### Area tematica 2: Parità di genere nelle posizioni dirigenziali

Obiettivo	Azione	Valore target	Responsabilità	Risorse	Orizzonte temporale
2.A. Allineare i processi interni per garantire l'uguaglianza di genere in tutte le posizioni all'interno dell'Agenzia.	Sostenere una rappresentanza equilibrata di entrambi i sessi nei gruppi di lavoro interni, in particolare nelle posizioni dirigenziali	Parità di personale (50%) e parità di retribuzione nelle posizioni dell'Agenzia	Sede centrale	-	continuo

### Area tematica 3: Parità di genere nella selezione del personale e nelle carriere

Obiettivo	Azione	Valore target	Responsabilità	Risorse	Orizzonte temporale
3.A. Allineare i processi interni per garantire l'uguaglianza di genere nella selezione del nuovo personale e nei passaggi di carriera interni.	Sostenere una rappresentanza equilibrata di entrambi i sessi nei comitati di selezione. Bando di gara chiaramente rivolto a entrambi i sessi	Parità di rappresentanza nei comitati di selezione per ogni decisione sul personale	Sede centrale	-	In corso
3.B. Aggiornamento della base dati sulla situazione attuale e sulle tendenze del personale	Monitoraggio e sintesi dei dati chiave più importanti sulla parità di genere nell'Agenzia.	N. 1 Panoramica statistica, accessibile ai dipendenti	HR	L'obiettivo viene raggiunto utilizzando risorse interne	Annualmente dopo la fine dell'anno

### Area tematica 4: Integrazione della dimensione di genere nella ricerca e nell'insegnamento

Obiettivo	Azione	Valore target	Responsabilità	Risorse	Orizzonte temporale
4.A. Sensibilizzare maggiormente le donne ai profili professionali tecnico-scientifici	Promozione di programmi di formazione e riqualificazione per aumentare la presenza femminile nei settori tecnici e scientifici.	Integrazione nel piano di formazione annuale dell'Agenzia	Capi reparto	-	annualmente

## Area tematica 5: Misure contro la violenza di genere

Obiettivo	Azione	Valore target	Responsabilità	Risorse	Orizzonte temporale
5.A. Indagine sugli episodi di violenza di genere	Indagine con questionario anonimo	Partecipazione 90% dei dipendenti	HR	-	2 anni
5.B. Creare un punto di contatto per le questioni di uguaglianza di genere all'interno dell'Agenzia.	Nomina di 2 persone di contatto (m/f) nell'Agenzia per le segnalazioni sulla violenza di genere	2 persone	Gestione	Risorse per l'eventuale formazione dei rappresentanti autorizzati	In corso
5.C. Sensibilizzazione alla violenza di genere sul luogo di lavoro	Organizzare seminari di formazione per i dipendenti per sensibilizzarli alla violenza psicologica e fisica.	Integrazione nel piano di formazione annuale	Risorse umane e gestione	Costi per relatori esterni e corsi di formazione	annualmente

Gender equality plan (GEP) – English language version

## Table of contents

Introduction .....	21
Data collection .....	22
Statistical data .....	22
Targets, measures and indicators .....	27
Thematic area 1: Work-life balance and organisational culture .....	27
Thematic area 2: Gender equality in leadership roles .....	27
Thematic area 3: Gender equality in personnel selection and careers .....	28
Thematic area 4: Integration of the gender dimension in research and teaching .....	28
Thematic area 5: Measures against gender-based violence .....	29

### Members of the Gender Equality Working Group

- Alessandra Russo (Administration & Human Resources Department)
- Stefan Guadagnini (Central Services Department)
- Isabella Pedrazza (Communication Department)
- Benjamin Auer (Research & Development Department)

## Introduction

The Agency for Energy South Tyrol - CasaClima is a public corporation of the Autonomous Province of South Tyrol. It is a recognised competence center for energy-efficient and sustainable construction and renovation. In addition, the fields of action and competences have been constantly expanded over the years and new initiatives have been created, such as the KlimaGemeinde programme in the field of municipal climate protection or KlimaFactory for improving energy efficiency in companies.

CasaClima has always been strongly committed to awareness-raising and consulting.

An important area is the constant exchange and institutional cooperation with public and private stakeholders, professional chambers, business associations, consumer protection and other interest groups. The Agency is also increasingly networked at the international level and is constantly involved in international research projects.

In October 2017, the Agency moved to the NOI Techpark together with other research institutions. This offers an optimal environment for future growth and development and is characterised by attractive structures and offers for employees.

The Agency for Energy South Tyrol - CasaClima has been ISO 9001:2015 certified since 2019. The quality management system guarantees process quality and efficiency.

### **CasaClima's commitment to gender equality**

The Agency has always been committed to providing attractive conditions for both genders according to the Council of Ministers Directive 2/19 "Measures to promote equal opportunities and to strengthen the role of the Guarantee Committees in public administrations (*Misure per promuovere le pari opportunità e rafforzare il ruolo dei Comitati Unici di Garanzia nelle amministrazioni pubbliche*)". This circumstance is reflected, among other things, in the figures on the workforce (see following chapters). This results, for example, in various part-time models and flexible working hours, as well as the possibility of home office and smart working for all employees. Both genders play an equally important role in the Agency's activities and projects.

With the aim of defining ways to ensure gender equality, the European Commission, in line with the EU Strategy for Gender Equality 2020-2025, has stipulated that public bodies wishing to benefit from funding under the next Horizon Europe Programme must submit a Gender Equality Plan (GEP).

Against this background, the Agency for Energy South Tyrol - CasaClima has set up a working group with the aim of drafting the GEP. The GEP was elaborated and designed in such a way that it clearly and as quantitatively as possible presents the objectives, measures and indicators and can be easily updated.

The GEP in the present version was approved by the Director of the Agency and published on the homepage [www.klimahauseragentur.it](http://www.klimahauseragentur.it).

## Data collection

The data collection was carried out by the Human Resources department. Relevant key figures for the preparation of the GEP were collected and presented. The data refer to the cut-off date of 01.01.2025.

### Statistical data

Number of employees: 43

Gender:

- 16 male
- 27 female

Language group affiliation according to DPR of 26 July 1976, No. 752:

- German language group: 22 employees
- Italian language group: 20 employees
- Belarussian nationality: 1 employee

**Classification of employees in the Agency:**

Executives	Area Managers	1 <sup>st</sup> Category	2 <sup>nd</sup> Category	3 <sup>rd</sup> -4 <sup>th</sup> Category
Number: 2 of which 2 male	Number: 4 of which 3 female and 1 male	Number: 3 of which 2 male and 1 female	Number: 21 of which 7 male and 14 female	Number: 13 of which 4 male and 9 female

**Working hours of the employees:**

Full time 100 % (40 hours)	Part time > 50%	Part time < 50%
32 employees, 20 women and 12 men	8 employees, 7 women and 1 man	3 employees, of which 3 male

**Type of employment contracts:**

Permanent contract	Fixed-term contract
31 employees of which 20 women and 11 men	12 employees of which 7 women and 5 men

**Education level of the staff:**

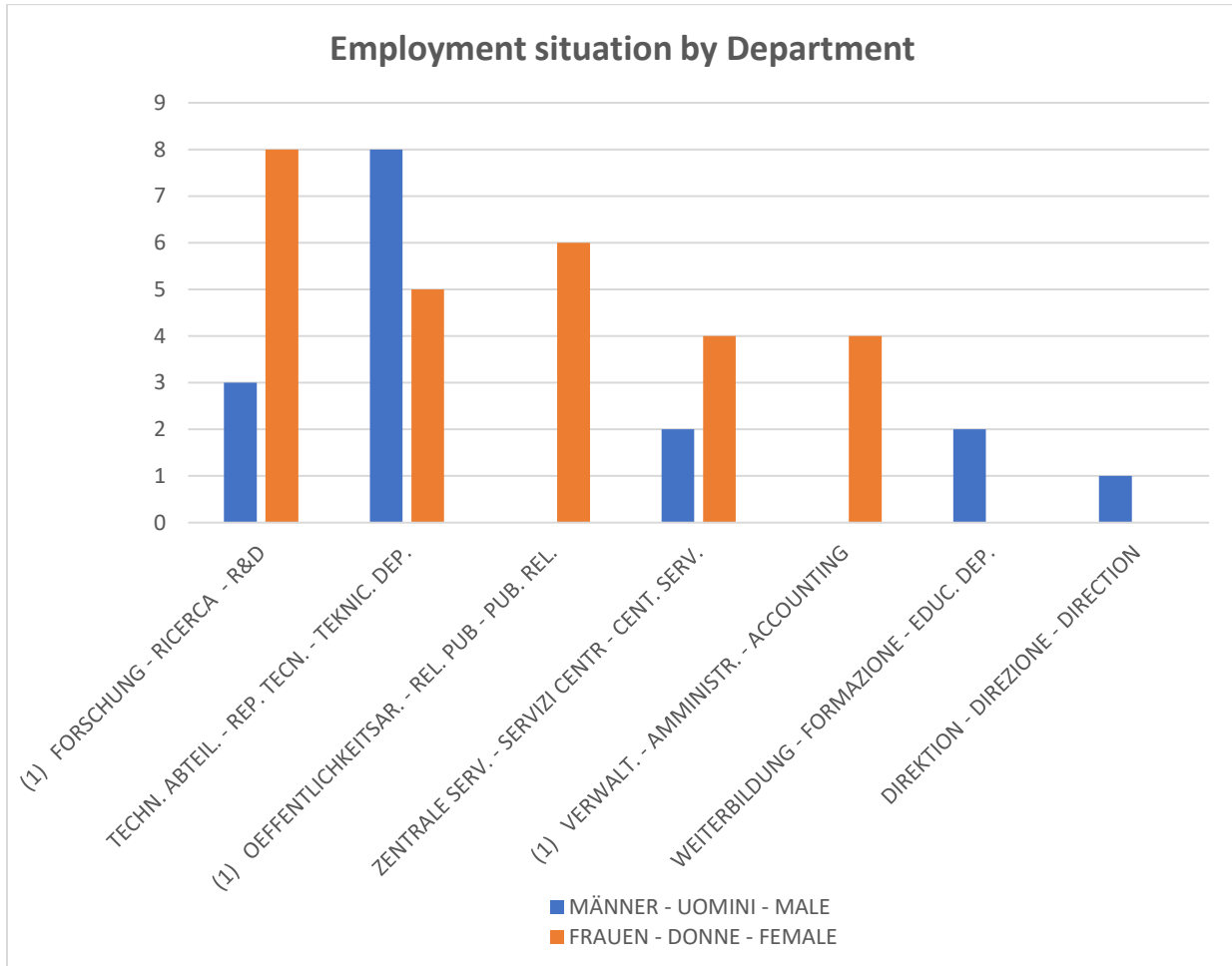
High school diploma	University degree (3 years)	University degree (> 3 years)	PhD
14 employees of which 8 women and 6 men	6 employees of which 5 women and 1 men	21 employees, of which 13 women and 8 men	2 employees, of which 1 woman and 1 man

**Average salary situation by classification:**

1 <sup>st</sup> Category	2 <sup>nd</sup> Category	3 <sup>rd</sup> Category
Female employees in this salary category earn on average  <b>+ 3,38 %</b> more than male employees.	Female employees in this salary category earn on average  <b>- 0,27 %</b> less than male employees.	Female employees in this salary category earn on average  <b>+ 11,06 %</b> more than male employees.



### Employment situation by Department:



Departments marked with "(1)" are headed by a female area manager, the others by a male area manager.

### Further relevant information on working conditions and procedures in the Agency

#### Teleworking

Regardless of the role in the company, each employee is allowed to perform 40% of his or her working time in home office or smart working.

### **Contribution for childcare**

For children under 3 years of age, the parents in the Agency (father or mother) receive a contribution for child care in a day care center. The contribution is based on the hourly rate for childcare and is a constant of 1.15 Euro.

### **Selection of new staff**

Every vacancy is always advertised and is open to both men and women. An internal committee evaluates the curricula received and makes a selection for a first online meeting. The second and third round of interviews are always held with the members of the commission in person. At the end of the process, a protocol on the selection process is written.

### **Conclusion of data collection**

Only minor differences in the classification and salary situation between male and female employees emerge from the analysis.

- In the 1<sup>st</sup> category, female employees receive on average 3,07% more salary than male employees;
- In the 2<sup>nd</sup> category, female employees receive on average only slightly less salary (0,6%) than their male counterparts;
- In the 3<sup>rd</sup> and 4<sup>th</sup> categories, female employees receive on average 11,4% more salary than male employees.

Likewise, it is clear that there are no significant differences in terms of the areas in which employees are employed and their opportunities for promotion within the Agency. In fact, more women are area managers than men, and women in the 1<sup>st</sup> salary category draw higher salaries on average than men.

## Targets, measures and indicators

### Thematic area 1: Work-life balance and organisational culture

Target	Action	Target value	Responsible	Resources	Time
1.A. Regular recording of employee satisfaction regarding work-life balance and organisational culture	Annual monitoring by means of anonymised questionnaire on the CasaClima intranet	Participation of >90% of employees at least once a year	HR and Central Services	Questionnaire is prepared by the internal working group and technically managed by Central Services - no external resources are required	Annually from 2022
1.B. Work organisation that enables the greatest possible compatibility of family and career	Continuous discussion in the area managers' meeting	Maximum flexibility for employees	HR, Area managers, Head Office	Financial resources for day care contributions and provision of sufficient jobs for an expansion of part-time models	continuous

### Thematic area 2: Gender equality in leadership roles

Target	Action	Target value	Responsible	Resources	Time
2.A. Align internal processes to ensure gender equality in all positions in the Agency.	Support a balanced representation of both genders in the internal working groups, especially in leadership positions	Equal staffing (50%) and equal salary in the positions of the Agency	Head Office	-	continuous

### Thematic area 3: Gender equality in personnel selection and careers

Target	Action	Target value	Responsible	Resources	Time
3.A. Align internal processes to ensure gender equality in the selection of new staff and internal career advancement	Support a balanced representation of both genders in the selection committees. Calls for applications clearly addressed to both genders	Equal representation on the selection committees for each personnel decision	Head Office	-	continuous
3.B. Updating the data basis on the current situation and personnel trends	Monitoring and overview of the most important key figures on gender equality in the Agency	No. 1 statistical overview, available for staff to view	HR	The goal is achieved using internal resources	Annually after the closure of the year

### Thematic area 4: Integration of the gender dimension in research and teaching

Target	Action	Target value	Responsible	Resources	Time
4.A. Increasing women's awareness of technical-scientific job profiles	Promote training and retraining opportunities to increase the presence of women in technical and scientific sectors.	Integration into the Agency's annual training plan	Area managers	-	annually

## Thematic area 5: Measures against gender-based violence

Target	Action	Target value	Responsible	Resources	Time
5.A. Survey on episodes of gender-based violence	Survey by means of anonymised questionnaire	Participation of 90% of all employees	HR	-	Every 2 years
5.B. Create contact point for gender equality issues in the Agency	Appointment of 2 contact persons (m/f) in the Agency for reports on gender-specific violence	2 persons appointed	Head Office	Resources for training of the appointed staff members	continuous
5.C. Raising awareness against gender-based violence in the workplace	Promote training seminars for workers to raise awareness of psychological and physical violence.	Integration into the Agency's annual training plan	HR and Head Office	Costs for external speakers and training	continuous