

RELAZIONE D'IMPATTO 2024

ener|etica

consulting | solution | service

Indice

1. Lettera agli Stakeholder

2. La nostra Realtà

Vision e Mission

Il Gruppo Eneretica

3. La Buona Impresa: il modello della Relazione

Logiche e modello di riferimento

Finalità di Beneficio Comune

La Stakeholder Map

Il semaforo degli impatti

4. La Governance

5. Il Prodotto

6. Il Lavoro

7. Il Valore Economico

8. La Sostenibilità

9. Prospettive Future e Roadmap d'Impatto

Note metodologiche

Tabelle di Riconciliazione

LETTERA AGLI STAKEHOLDERS

Eneretica Spa

Il Gruppo Eneretica nei primi 20 anni di attività, ha sviluppato la propria strategia sulla volontà di voler definire e realizzare una cultura d'impresa ispirata a principi condivisi, impegni comuni e buone pratiche di responsabilità sociale.

Un lungo percorso di consapevolezza che segna oggi un nuovo passaggio importante, attraverso la trasformazione in Società Benefit e la realizzazione della prima Relazione d'impatto del Gruppo, vogliamo concretizzare l'impegno e la visione aziendale attraverso obiettivi coerenti con i criteri dello sviluppo sostenibile e la misurazione dei risultati che otterremo nei prossimi anni.

La nostra volontà ci vede tutti impegnati verso la trasformazione e la definizione di nuovi modelli di business maggiormente sostenibili dove l'ambiente è considerato parte integrante del sistema impresa.

In questo periodo storico, imprenditori e imprenditrici sono chiamati a prendere una posizione importante: riposizionare le proprie aziende attraverso scelte responsabili che riducano gli impatti sull'ambiente e valorizzino l'operato delle persone che garantiscono i risultati aziendali.

Sostenibilità aziendale è sinonimo di continuità e questo è l'unico percorso possibile per poter garantire la sopravvivenza delle nostre aziende. Per questo motivo, il gruppo Eneretica si impegna a promuovere nuove operatività e a definire le linee guida che guideranno tutte le aziende partner verso un futuro sostenibile, sano e prospero nel rispetto dell'ambiente, delle comunità, del territorio e delle persone.

Siamo consapevoli che c'è ancora molto da fare per raggiungere i nostri ambiziosi obiettivi, ma siamo fermamente convinti che stiamo compiendo passi significativi nella giusta direzione.

Siamo grati per il vostro sostegno e l'opportunità di condividere con voi i nostri progressi in questo importante viaggio.

LA NOSTRA REALTÀ

Eneretica è una società di consulenza e servizi che, grazie all'esperienza acquisita negli ultimi 20 anni, offre supporto a quelle aziende che sono interessate ad espandere il loro business nel mercato italiano e tedesco.

Eneretica è anche una holding a cui fanno capo 18 aziende che operano prevalentemente nel settore dell'efficienza energetica e dell'innovazione tecnologica. Il nostro modello di business è da sempre orientato alle esigenze del mercato: negli anni abbiamo applicato questo modello con le nostre aziende cogliendo, con successo, le opportunità offerte da un contesto economico in continuo cambiamento. È proprio questa storia di successi che oggi rende Eneretica il partner ideale per individuare il corretto posizionamento dei vostri prodotti e servizi sul mercato italiano.

ENERGIA + ETICA = ENERETICA

Operiamo con etica nel mondo dell'energia rinnovabile.

Mettiamo la nostra energia imprenditoriale in attività etiche. Ciò che contraddistingue il nostro operato va oltre il risultato economico e prende in considerazione l'impatto ambientale, la responsabilità sociale e il benessere delle persone.

Questo è il nostro modus operandi.

LA NOSTRA REALTÀ

CONSULENZA

- Elaborazione di strategie di ingresso;
- Analisi di mercato e benchmark;
- Definizione di strategie commerciale.

SERVIZI

Team qualificato e siamo in grado di offrire in modo flessibile e personalizzato i servizi di:

- Marketing e sviluppo rete commerciale;
- Amministrazione, contabilità e finanza;
- Ricerca, sviluppo tecnologico e IT;
- Selezione, sviluppo e formazione risorse umane;
- Servizio assistenza e manutenzione impianti.

SOLUZIONI

- Staff temporaneo specializzato per accompagnare la nuova azienda dal punto di vista strategico, commerciale, normativo, finanziario e burocratico.
- Acquisizione o partecipazioni in aziende che vogliono ampliare il loro business nel mercato italiano delle energie rinnovabili
- Partnership commerciali per rappresentare in modo esclusivo un marchio in Italia.

IL NOSTRO PERCHÈ

PERCHÈ

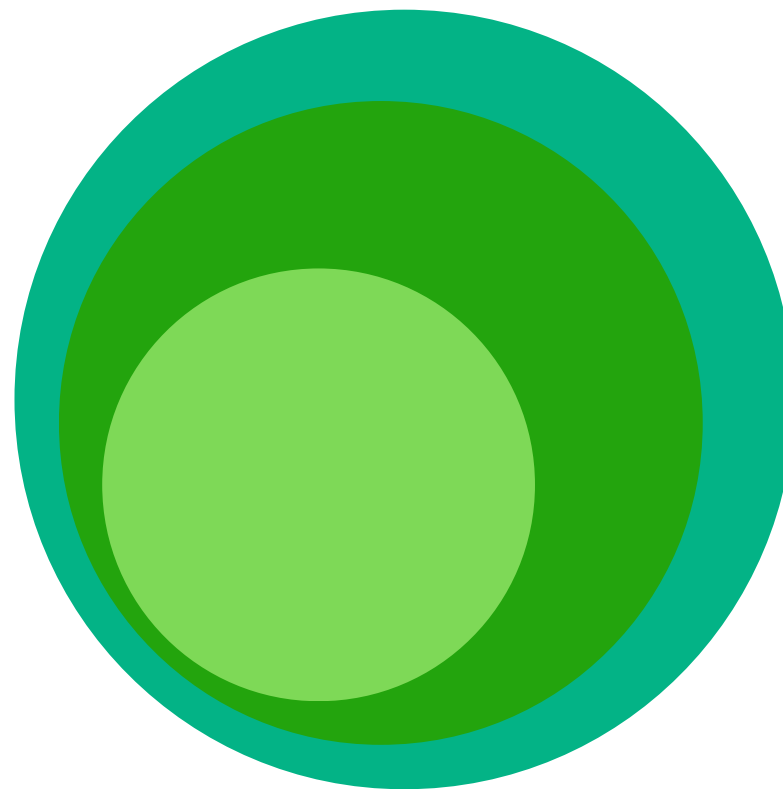
VOGLIAMO CREARE VALORE SOSTENIBILE PER I NOSTRI CLIENTI, I NOSTRI COLLABORATORI, LA NOSTRA SOCIETÀ, IL NOSTRO PIANETA, PER RENDERE, NEL NOSTRO PICCOLO, QUESTO MONDO UN LUOGO MIGLIORE IN CUI VIVERE.

COME

CREANDO IL PRIMO GRUPPO ITALIANO DI SOCIETÀ BENEFIT

COSA

PORTANDO AVANTI BUSINESS ETICI



**Abbiamo una nuova
visione d'impresa**

Ecosistema Eneretica holding per business etici.



I VALORI DI ENERETICA

COERENZA

In Eneretica la credibilità si costruisce attraverso azioni che rispecchiano i nostri valori. **Agire** in coerenza significa garantire un comportamento **trasparente** e responsabile in ogni attività, promuovendo fiducia sia **all'interno, che verso l'esterno**.

SOSTENIBILITÀ

Eneretica si adopera per migliorare i propri **impatti** a livello sociale, ambientale e di governance. Lo facciamo garantendo **solidità economica** e promuovendo pratiche che rispettino il **pianeta** e la società, con uno sguardo rivolto alle **generazioni future**.

FIDUCIA

La fiducia per noi si basa su un **confronto aperto e sincero**, dove tutti si impegnano per un obiettivo comune. Promuoviamo un clima di collaborazione autentico e duraturo, fondato sul **rispetto reciproco** con partner, clienti e collaboratori.

QUALITÀ

Ci impegniamo a garantire **standard elevati in ogni ambito**: dal servizio al prodotto, fino al rispetto degli impegni presi verso le persone. Per noi la qualità è attenzione ad ogni dettaglio con cura e precisione. Puntiamo al raggiungimento degli obiettivi condivisi attraverso l'eccellenza.

TRASPARENZA

Essere trasparenti significa **comunicare** in modo **chiaro e accessibile**, evitando ambiguità. In Eneretica, ci impegniamo a garantire che ogni collaboratore e cliente comprenda pienamente le informazioni e gli obiettivi aziendali del gruppo.

SINERGIA

Unire le forze è fondamentale per affrontare le sfide di un mondo in costante evoluzione. In Eneretica, la sinergia tra **aziende, persone, idee e risorse** crea valore e ci rende capaci di affrontare con successo ogni sfida.

FLESSIBILITÀ

Adattarsi rapidamente ai **cambiamenti** è una delle nostre forze. Eneretica valorizza la flessibilità, consentendo alle aziende e alle persone di trovare **soluzioni nuove e creative** in un contesto in continua trasformazione.

PASSIONE

La passione è il motore che anima ogni persona di Eneretica. È ciò che ci spinge a innovare, migliorare e trovare soluzioni per un futuro più sostenibile, portando **energia**, non solo rinnovabile, ma anche **umana**, in ogni progetto.

L'ECOSISTEMA ENERETICA



Eneretica non è una semplice realtà imprenditoriale: è una famiglia di aziende, unite da una stessa filosofia e da un impegno condiviso.

Dall'efficienza energetica alla consulenza aziendale, ogni società che entra nell'ecosistema porta con sé nuove competenze, nuovi sguardi e una volontà comune: generare valore nel rispetto dell'uomo e dell'ambiente.

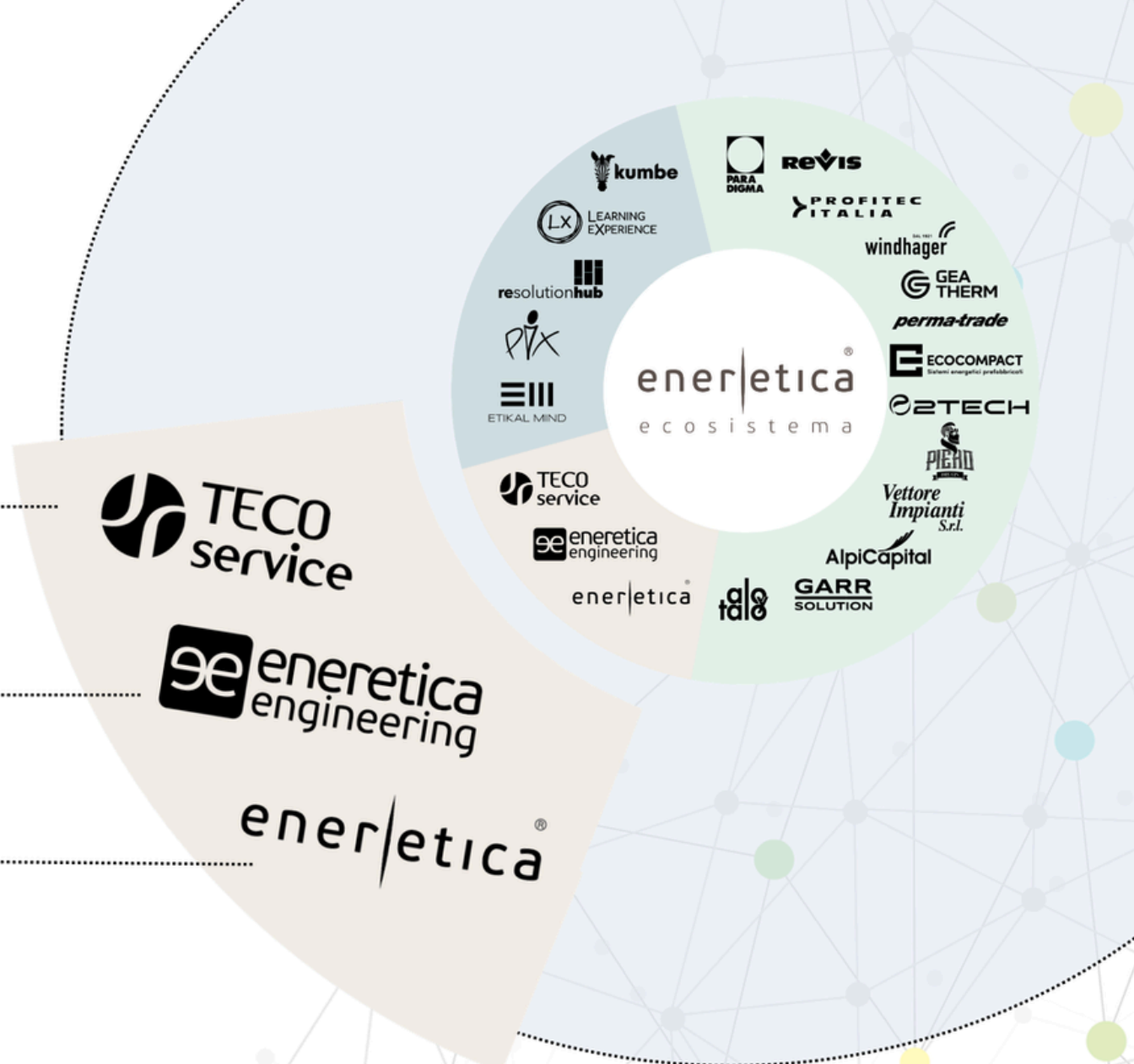
Service

Gestione assistenza impianti

Progettazione tecnica

Servizi alle imprese

ener|etica[®]



Consulting

App e portali web

Formazione e facilitazione

Consulenza società benefit e sostenibilità

Consulenza, formazione e organizzazione aziendale

Consulenza, marketing e comunicazione sostenibile



Solution

Sistemi di climatizzazione ecologica

Sistemi di climatizzazione ecologica

Caldaie ad alta efficienza

Sistemi di riscaldamento a biomassa

Sistemi ventilazione meccanica e radianti

Trattamento ecologico acqua

Produzione sistemi energetici prefabbricati

Produzione pompe di calore



revis

**PROFITEC
ITALIA**

windhager
DAL 1921

**GEA
THERM**

perma-trade

ECOCOMPACT
Sistemi energetici prefabbricati

2TECH



revis

**PROFITEC
ITALIA**

windhager

**GEA
THERM**

perma-trade

ECOCOMPACT

2TECH



**Vettore
Impianti
S.r.l.**

AlpiCapital

**GARR
SOLUTION**

**ener|etica®
ecosistema**

resolutionhub

PIX

ETICAL MIND

**TECO
service**

**ener|etica
engineering**

ener|etica

garr

ener|etica

Solution



**Vettore
Impianti
S.r.l.**

AlpiCapital

talo

**GARR
SOLUTION**

.....• Produzione GIN

.....• Installazione assistenza impianti climatizzazione

.....• Impianti da fonti rinnovabili

.....• Vendita online

.....• Commercializzazione sistemi di climatizzazione

energetica®

LOGICHE E METRICHE DI VALUTAZIONE DEGLI IMPATTI

La presente Relazione d’Impatto è redatta ai sensi della Legge 208/2015 che disciplina le Società Benefit in Italia. Essa rappresenta non solo un obbligo di trasparenza, ma anche uno strumento di gestione e indirizzo strategico, utile per rendere visibili le finalità di beneficio comune perseguite e i risultati conseguiti nel tempo.

L’approccio di rendicontazione integra due standard di riferimento: La Buona Impresa e lo standard ESRS.

Il modello della **Buona Impresa** rappresenta una cornice metodologica che considera l’impresa come un attore sociale impegnato nella creazione di valore non solo sull’aspetto economico-finanziario, ma anche attraverso la definizione di un prodotto di qualità, garantendo un posto di lavoro che risponda alle esigenze dei propri collaboratori interni, controllando e qualificando la catena di fornitura e rispettando i parametri di sostenibilità sia sociale che ambientale e di governance. Tale approccio guida l’azienda nella selezione dei temi materiali, la definizione degli obiettivi di impatto e il modo in cui viene interpretata la creazione di valore sia internamente che da parte degli stakeholder che vengono coinvolti annualmente nella valutazione della performance aziendale.

Nonostante l’azienda non rientri negli obblighi di CSRD - Corporate Sustainability Reporting Directive promossi dall’Unione Europea e entrati in vigore nel gennaio 2024, la seguente rendicontazione segue le linee guida dello standard ESRS, al fine di strutturare una governance aziendale sempre più focalizzata sulla sostenibilità, su un approccio trasparente e comparabile con indicatori quantitativi e qualitativi coerenti con i requisiti europei e condivisi dalle aziende delle nazioni EU.

Lo standard inoltre, è adottato per la rendicontazione consolidata, sempre su base volontaria, della Capo gruppo Energetica.

IL MODELLO DI RIFERIMENTO DELLA SOCIETÀ BENEFIT

Lavoro, Prodotto e Profitto rappresentano, nella loro accezione più ampia, i tre pilastri attorno ai quali si sviluppa l'attività d'impresa. Nell'ambito di ciascuno di questi pilastri si configura naturalmente una relazione con gli stakeholder diretti: Collaboratori, Clienti e Investitori.

Basta questa sua essenza a caratterizzare l'impresa come rilevante attore sociale: ciascuno di noi utilizza prodotti o servizi offerti dalle imprese, dei quali non saprebbe più come fare a meno; molti di noi lavorano per o con un'impresa; tutti coloro che non tengono i loro risparmi sotto il materasso sono anche, direttamente o indirettamente, investitori.

Se questa è l'essenza dell'impresa, occorre poi riconoscere che essa è un sistema complesso, che di fatto interagisce, anche se indirettamente, con tutti gli altri elementi di quel ben più complesso sistema che è la società, incidendo sul suo sviluppo in senso positivo o negativo.

E interagisce, molto direttamente, con il pianeta che abitiamo, consumando e trasformando le risorse che esso ci mette a disposizione in modo finito. Essenzialmente, l'impresa crea valore, più o meno condiviso con la società, e inevitabilmente, consuma risorse, in modo più o meno responsabile. Tutto questo delinea la natura dell'impresa e il suo ruolo nella società, e siccome ad ogni ruolo corrisponde una responsabilità, di questo le dobbiamo chiedere conto e per questo la dobbiamo valutare.



SABI Guidelines 2023: l'impatto dell'impresa

Lo Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa rappresenta una "guida" alla valutazione e al reporting, il cui esito resta interamente in capo all'azienda; lo Strumento non ha l'obiettivo di dare un rating oggettivo né rappresenta una certificazione terza rispetto ai contenuti riportati, ma offre criteri e indicazioni utili all'impresa che voglia "guardarsi dall'esterno" e raccontarsi attraverso questa lente ai propri stakeholder.

LA BUONA IMPRESA

I 5 PILASTRI FONDAMENTALI: LA VISIONE DI FONDO DEL REPORT

LA GOVERNANCE (1)

che osserva la definizione dell'impegno dell'impresa, l'adozione di processi strategici coerenti, la modalità di gestione e valutazione dei risultati.

LA CREAZIONE DI VALORE

attraverso **Prodotto (2)**, **Lavoro (3)** e **Valore Economico (4)**, che osserva la capacità di produrre un impatto attraverso i principali pilastri dell'attività di qualsiasi impresa. Ciascuno di questi pilastri è osservato in 3 dimensioni: la capacità di creare valore; il fatto che lo crei in modo soddisfacente per gli stakeholder; la capacità di continuare a crearlo nel lungo periodo.

LA SOSTENIBILITÀ

sociale e ambientale (5), che guarda tutte le dimensioni sociali e ambientali rilevanti per l'attività d'impresa, valutando la capacità di gestirle in base al principio "Do no relevant harm".

Così, perseguendo in modo responsabile i propri fini, ricercando coscientemente il proprio bene, la Buona Impresa produce al tempo stesso il bene del contesto in cui è inserita.

LE FINALITÀ DEL BENE COMUNE

Energetica SpA, si impegna, inoltre, ad operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di tutte le persone, comunità, territori ed ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti ed associazioni ed altri portatori di interessi. Inoltre, la società, coinvolgendo i suoi stakeholder e attraverso azioni e iniziative aziendali, si impegna:

- a operare per accelerare una trasformazione positiva dei paradigmi economici, di produzione, consumo e culturali, in modo che tendano verso la sistematica salvaguardia dei sistemi naturali e sociali nel proprio settore di riferimento ed in quello delle proprie partecipate
- a mettere a disposizione delle società partecipate ed ai loro clienti di sistemi di pianificazione strategica di sostenibilità economico finanziaria, sociale ed ambientale.
- a promuovere e diffondere dei propri servizi guidati da principi di sostenibilità e trasparenza nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, per conto proprio e di terzi;
- a sviluppare attività di training e coaching verso i propri dipendenti e collaboratori tese a migliorare il rapporto con l'azienda ed il benessere delle persone attraverso una migliore qualità della vita
- nell'organizzazione guidata da principi di sostenibilità e trasparenza nei confronti delle partecipate, dei collaboratori, delle persone, comunità, territori e ambiente, di fiere, convegni, seminari, corsi di formazione e congressi
- affinché il continuo miglioramento delle performance etiche, sociali e ambientali sia una componente fondamentale dell'eccellenza dei prodotti proposti ai clienti. La società si impegna, nello svolgimento delle proprie attività, a rispettare le leggi, le norme e i regolamenti nazionali e internazionali in vigore, così come ad adottare le migliori pratiche specialmente in materia di etica, diritti umani, responsabilità sociale e ambientale, ed esorta i propri fornitori e partner a comportarsi nella medesima maniera

LA STAKEHOLDER MAP

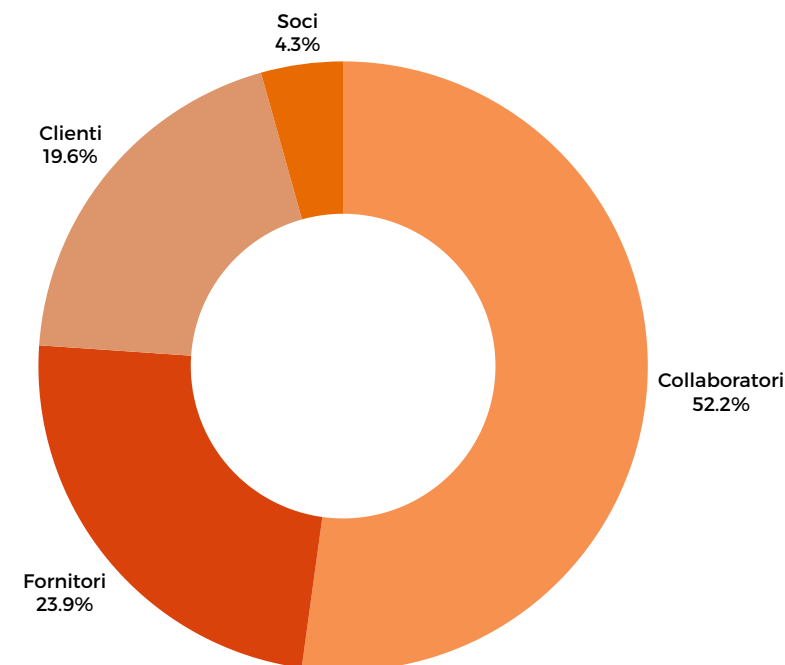
Comprendere il ruolo degli stakeholder in un'azienda è fondamentale per soddisfare le loro aspettative condivise. Gli stakeholder vanno distinti dagli azionisti e possono comprendere chiunque abbia un interesse sostanziale nel successo del prodotto/servizio.

Energetica ha coinvolto i propri portatori di interesse nell'anno 2024, in un'indagine generale promossa tramite survey.

Ai soggetti coinvolti nell'indagine è stato richiesto di esprimere la propria opinione su due aree distintive utili a valutare obiettivi e azioni condivisi in ottica di sviluppo sostenibile per la progettualità dell'anno 2025.

Nello specifico, i questionari hanno raccolto:

- Materialità, rilevanza specifica su aree di competenza;
- Grado di soddisfazione, valutazione dell'azienda su aree di competenza.

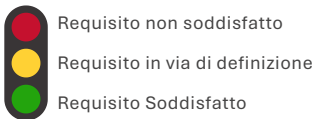


HANNO PARTECIPATO ALLA SURVEY

46 INTERVISTATƏ

IL SEMAFORO DEGLI IMPATTI

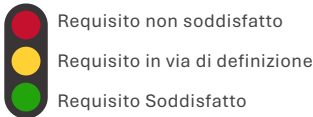
Nel 2024, seguendo il modello della Buona Impresa, abbiamo continuato la mappatura degli impatti e la conseguente valutazione dei rischi.



AREA DI IMPATTO		VALUTAZIONE
GOVERNANCE	Comunicazione e trasparenza	●
	Anticorruzione e conflitto di interessi	●
PRODOTTO	Salute e sicurezza dei clienti	●
LAVORO	Salute e sicurezza dei collaboratori	●
	Salario dignitoso	●
	Disparità salariali	●
	Rispetto dei diritti umani	●
	Monitoraggio Diversity & inclusion	●
	Parità di genere	●
	Accessibilità	●

IL SEMAFORO DEGLI IMPATTI

Nel 2024, seguendo il modello della Buona Impresa, abbiamo continuato la mappatura degli impatti e la conseguente valutazione dei rischi.



AREA DI IMPATTO		VALUTAZIONE
VALORE ECONOMICO	Rispetto degli impegni economici	●
	Fisco e tasse	●
OPERATIONS SOSTENIBILI	Salario dignitoso lungo la filiera	●
	Comunità Locali	●
	Monitoraggio e riduzione delle emissioni GHG	●
	Monitoraggio e riduzione dei consumi di risorse	●
	Monitoraggio e riduzione inquinamento	●
	Monitoraggio e riduzione scarichi idrici	NON APPLICABILE
	Monitoraggio e riduzione dell'impatto sulla biodiversità	NON APPLICABILE

SEZIONE 1:

LA GOVERNANCE

Il modello guarda innanzitutto alla scelta della Buona Impresa di adottare un certo orientamento di fondo e prendere un impegno cogente in questa direzione.

Questo si declina nell'adozione di processi strategici coerenti, in una modalità sistemica di valutazione dei risultati e in un approccio trasparente alla condivisione e alla rendicontazione.

GOVERNANCE E STRUTTURE RESPONSABILI

ASSETTO SOCIETARIO

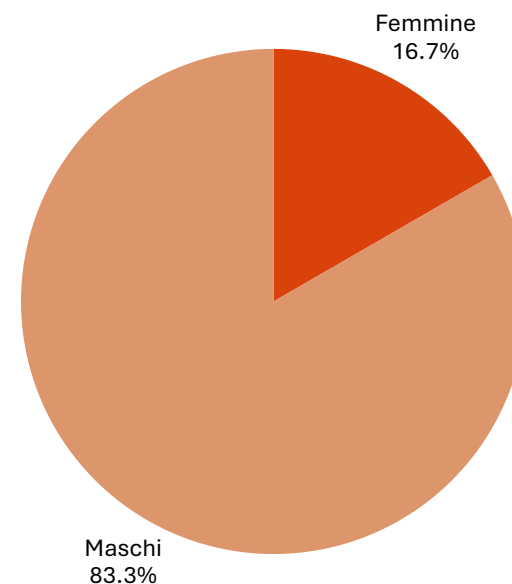
Gli organi di amministrazione, direzione e controllo ricoprono un ruolo fondamentale nell'indirizzare e monitorare la condotta delle imprese, garantendo che le attività aziendali siano svolte nel rispetto delle normative vigenti, dei principi etici e degli interessi degli stakeholder.

Questi organi concorrono a garantire una condotta aziendale trasparente, promuovendo una cultura organizzativa improntata all'etica, alla legalità e alla sostenibilità.

Energetica e le altre aziende del Gruppo, sono seguite da Re-Solution Hub, realtà specializzata in sostenibilità e parte del gruppo Energetica, che fornisce consulenza e supporto su tutti gli aspetti legati alla sostenibilità, dalla redazione di bilanci di sostenibilità alla definizione di strategie ESG, fino all'implementazione di pratiche operative sostenibili.

Energetica opera attraverso un Consiglio di Amministrazione composto da **6 membri** con cariche distinte ed esecutive e deleghe specifiche

COMPOSIZIONE CDA PER GENERE



GOVERNANCE E STRUTTURE RESPONSABILI

ASSETTO SOCIETARIO

Gli organi di amministrazione, direzione e controllo hanno competenze specifiche che concorrono a garantire una condotta aziendale corretta e conforme alla legge.

Gli organi di amministrazione, direzione e controllo hanno competenze specifiche che concorrono a garantire una condotta aziendale corretta e conforme alla legge.

ORGANO DI AMMINISTRAZIONE

- Competenza decisionale e strategica
- Supervisione generale

ORGANI DIRETTIVI

- Gestione operativa
- Responsabilità nella formazione e comunicazione interna (promuovono la conoscenza delle regole aziendali tra i dipendenti, favorendo l'adozione di condotte corrette).

ORGANI DI CONTROLLO

- Vigilanza sull'operato degli amministratori
- Controllo sulla conformità e sulla trasparenza
- Segnalazione di irregolarità

GOVERNANCE E STRUTTURE RESPONSABILI

RESPONSABILE D'IMPATTO

L'organizzazione, secondo gli obblighi di normativa, ha nominato un Responsabile d'impatto interno.

Nella Società Benefit, il Responsabile d'Impatto riveste un ruolo strategico e operativo, con l'obiettivo di assicurare la coerenza tra la gestione aziendale e le finalità di beneficio comune dichiarate nello statuto.

La sua funzione è quella di presidiare la dimensione di impatto, ambientale e sociale dell'impresa, integrandola con la visione economico-organizzativa.

Il Responsabile d'Impatto agisce in raccordo con l'organo amministrativo e il Responsabile della sostenibilità del Gruppo Eneretica. Ha il compito di attuare il piano d'impatto e dell'azienda e rispondere alle richieste del Gruppo in tema di sostenibilità.

È una figura chiave di collegamento tra missione e gestione.

Contribuisce a rendere concreti gli obiettivi di beneficio comune dell'impresa, traducendo i valori in pratiche misurabili, migliorabili e condivise, rafforzando la trasparenza dell'agire aziendale.

Il suo ruolo è previsto dalla Legge 208/2015, che richiede alle Società Benefit di identificare una figura interna o esterna con questo incarico.

GOVERNANCE E STRUTTURE RESPONSABILI

ADOZIONE DEL CODICE ETICO

ENERGIA + ETICA = ENERETICA

Il **CODICE ETICO**, definito ed approvato dal Consiglio di Amministrazione, esprime in termini sistematici ed espone in un unico documento i principi etici fondamentali che l'azienda riconosce, accetta e condivide a guida della condotta imprenditoriale di coloro che operano nell'ambito della Società, adottando principi di legittimità, trasparenza e verificabilità.

Il gruppo imprenditoriale Eneretica è stato creato per fornire un valido contributo all'utilizzo sostenibile delle risorse energetiche, orientato alle esigenze del mercato.

Tutte le aziende del gruppo Eneretica applicano lo stesso codice etico e offrono servizi solamente a persone, organizzazioni o aziende compatibili con questo codice.

Il **CODICE ETICO** ha l'ambizione di essere la carta d'identità dell'etica di Eneretica, nasce sulla scorta della crescente attenzione ai principi per una corretta ed efficiente gestione dell'impresa e della sua responsabilità sociale, in virtù della quale si genera la necessità di divulgare in un unico testo i valori che dovranno essere considerati fondamentali all'interno del gruppo Eneretica.

Essere **T**rasparente ed **I**ntegro nel **C**omportamento in **A**mbiente interno ed esterno.

Per consultare il documento completo clicca qui

GOVERNANCE

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

IL COMITATO DI SOSTENIBILITÀ

Nell'anno 2023 è stato costituito un Comitato di sostenibilità.

Nello spirito dell'approccio responsabile, sostenibile e trasparente che deve governare i rapporti di una Società Benefit con i suoi stakeholder, Eneretica spa SB ha deciso di prevedere nella Governance delle società del gruppo un Comitato di Sostenibilità.

Tale comitato ha lo scopo di coadiuvare la governance dell'azienda comunicando in un'ottica di dialogo e confronto costruttivo il punto di vista dei diversi stakeholder sulla condotta e le strategie sostenibili dell'azienda, attraverso pareri, proposte, idee quant'altro utile al raggiungimento del fine.

- Il Comitato, formalizzato attraverso un Regolamento, nasce dall'esigenza di strutturare un gruppo di lavoro che si occupasse concretamente e sistemicamente della definizione degli obiettivi di sostenibilità aziendali e della realizzazione delle attività a essi correlati.
- Il Comitato di sostenibilità, inoltre, ha il compito di definire Politiche, Metriche, Azioni e Target al fine di raggiungere le strategie di Sostenibilità definite dall'organo incaricato.
- Il Comitato è responsabile della valutazione e della gestione dell'impatto sociale e ambientale generato dalle attività delle società del gruppo Eneretica.
- Il Comitato è composto dai collaboratori facenti parte di tutto il Gruppo Eneretica che accettano la proposta di farne parte ricevuta del Comitato stesso. Tali soggetti sono individuati e possono candidarsi su base volontaria.

GOVERNANCE E STRUTTURE RESPONSABILI

ESG RATING-ECOMATE

Energetica Spa ha deciso di utilizzare la piattaforma **Ecomate** per effettuare un'analisi della sua maturità ESG, al momento della **Relazione d'Impatto**.

Ecomate è una **open ESG-rating agency**, che utilizza un insieme di standard di sostenibilità, per generare un algoritmo in grado di valutare la posizione dell'azienda che condivide le informazioni richieste.

Lo strumento è stato sviluppato sulla base di **diversi standard europei** (EFRAG, EU Taxonomy, B.Corp...) per riuscire a fornire una prospettiva sulla **preparazione e resilienza** dell'impresa rispetto allo scenario economico-politico dei prossimi anni.

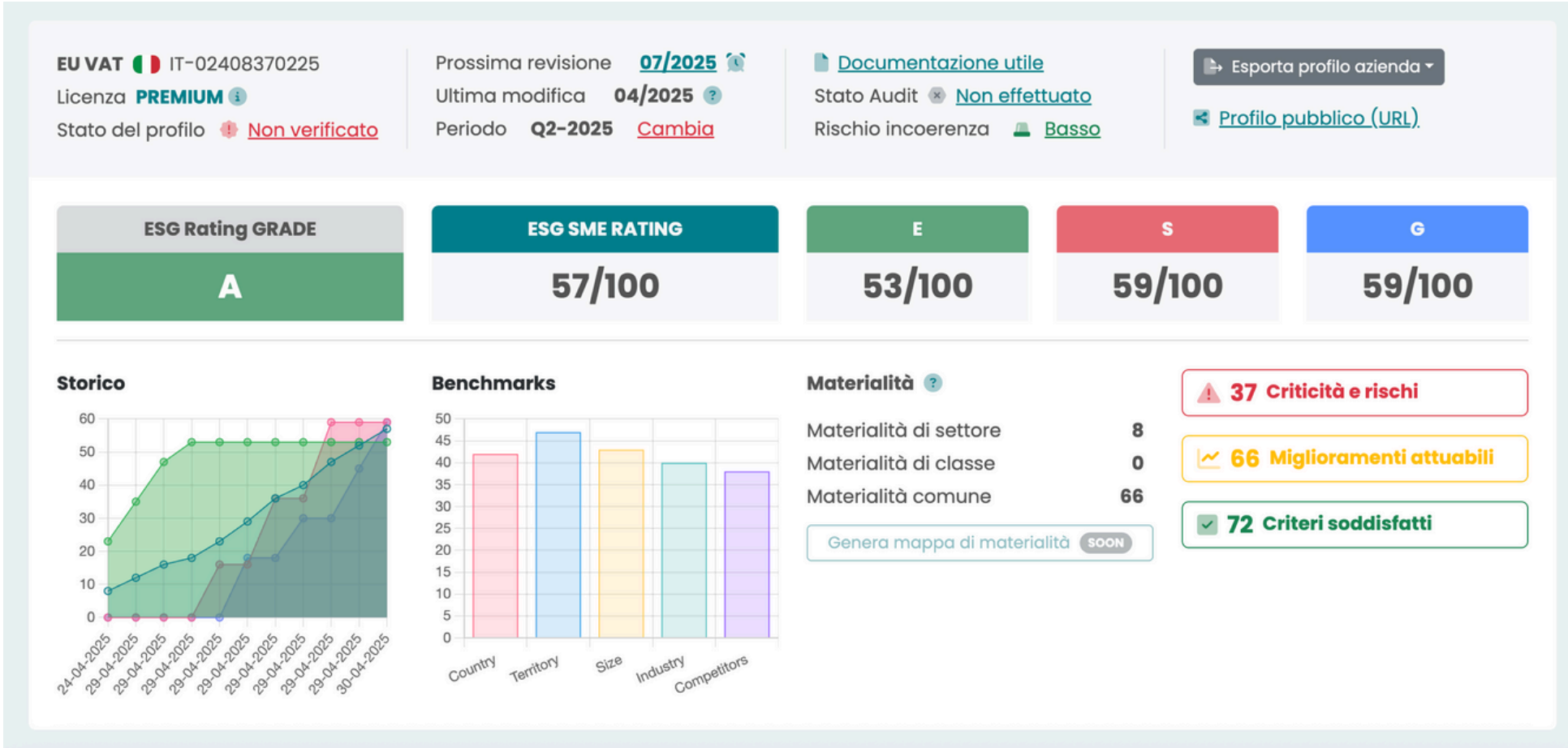
Il processo è governato da un'**architettura trasparente**, validato da un comitato tecnico scientifico aperto e decentralizzato, operante sotto licenza open-science.

Energetica ha deciso di utilizzare questo strumento proprio per la sua trasparenza e aderenza alle novità normative europee, per garantire un risultato aggiornato e veritiero della sua posizione.

Deve essere comunque tenuto in conto che il risultato presentato di seguito è il frutto di un percorso **appena cominciato** e deve essere interpretato più come un **metro di paragone** per gli sviluppi futuri che come un dato a sé stante.

GOVERNANCE E STRUTTURE RESPONSABILI

ESG RATING



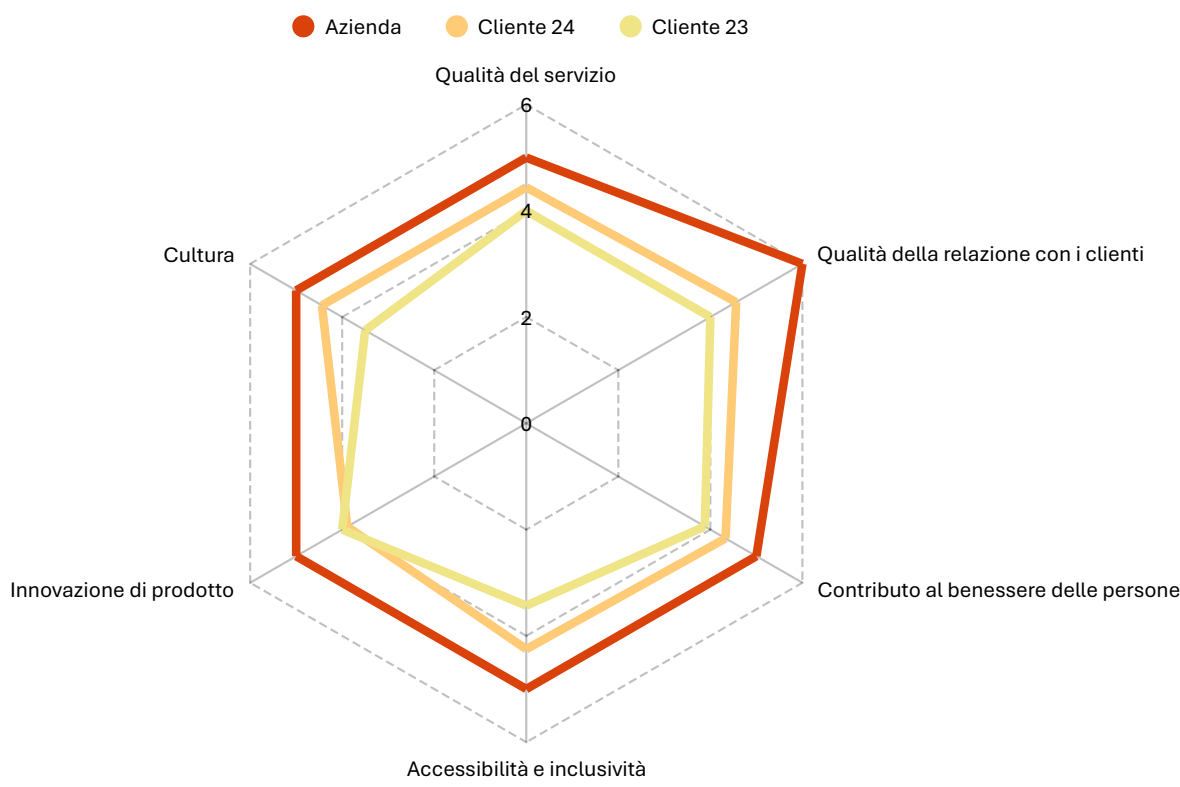
SEZIONE 2:

IL PRODOTTO

Nel modello della Buona Impresa, il prodotto non è soltanto un bene o servizio da offrire al mercato, ma uno strumento di impatto positivo, che crea valore quando risponde concretamente a un bisogno reale, migliorando la vita delle persone e contribuendo al benessere collettivo.

PRODOTTO

LA CREAZIONE DI VALORE: La Valutazione



Elemento	AZIENDA 2024	CLIENTE 2024	CLIENTE 2023
Qualità del servizio	5	4,44	4,00
Qualità della relazione con i clienti	6	4,56	4,00
Contributo al benessere delle persone	5	4,33	3,88
Accessibilità e inclusività	5	4,25	3,43
Contributo al benessere del pianeta	5	3,67	NR
Materie prime	5	4,29	NR
Fine vita del prodotto (economia circolare)	5	4,14	NR
Innovazione di prodotto	5	3,89	4,00
Cultura	5	4,44	3,50
Fidelizzazione dei clienti	6	NR	NR
Politiche di prezzo al cliente	4	3,56	NR

Parametri di riferimento
0 - non applicabile, 1 - forte criticità, 2 - qualche problema, 3 - ok, ma migliorabile, 4 - ben presidiato, 5- un buon risultato, 6- un ottimo risultato, NR- Non Rilevato

QUALITÀ DEL PRODOTTO

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

Offrire un prodotto/servizio che risponda ai bisogni del cliente e soddisfi le finalità per le quali è stato acquistato. In questa sezione si evidenziano le strategie e le attività svolte dalla società per offrire un servizio che soddisfi i bisogni dei clienti.

IL PROCESSO CONSULENZIALE

Energetica offre consulenza ad aziende o start up che vogliono entrare in nuovi mercati o vogliono espandere il loro business.

Attraverso un team specializzato in grado di fare analisi di mercato approfondite e di redigere e implementare business plan efficaci.

I SERVIZI CONSULENZIALI

- Strategie d'ingresso nel mercato;
- Analisi di mercato e benchmark;
- Definizione e implementazione del business plan;
- Consulenza marketing;

IL PUNTO DI FORZA

Energetica trasferisce ad ogni cliente un nuovo metodo di lavoro che migliora le performance aziendali e permette di conseguire obiettivi reali creando totale autonomia e indipendenza dal processo di consulenza.

QUALITÀ DEL PRODOTTO

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

LE SOLUZIONI PROPOSTE

Eneretica individua le soluzioni più adeguate all'azienda per operare sul mercato in modo efficiente, sulla base degli obiettivi che l'azienda si pone o delle risorse di cui dispone.

LE SOLUZIONI

Staff temporaneo specializzato

Accompagnamento strategico, commerciale, normativo, finanziario e burocratico.

Partnership commerciali

Per rappresentare in modo esclusivo un marchio in Italia.

Acquisizione o partecipazioni

In aziende che vogliono ampliare il loro business nel mercato italiano delle energie rinnovabili.

Eneretica Partnership

Gestione generale della tua azienda direttamente da Eneretica o partecipazione e acquisizione.

IL PUNTO DI FORZA

Eneretica struttura flessibile in grado di adattarsi a diverse situazioni e contesti.

Ricerca di soluzioni dinamiche che permettono alle aziende clienti di appoggiarsi a noi per il periodo necessario a crescere e svilupparsi in modo sano.

QUALITÀ DEL PRODOTTO

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

I SERVIZI OFFERTI

- Amministrazione, contabilità, finanza e controllo di gestione;
- Consulenza e servizi di marketing e comunicazione
- Strategia - gestione organizzativa - sviluppo commerciale
- Ricerca, Sviluppo tecnologie e implementazione soluzioni
- Temporary management per progetti dedicati
- Servizi di gestione IT
- Servizi specializzati postvendita
- Selezione, sviluppo e formazione Risorse Umane
- Servizio gestione logistica centralizzata



QUALITÀ DELLA RELAZIONE CON I CLIENTI

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

Prendersi cura del cliente affiancando alla qualità del prodotto/servizio anche una relazione caratterizzata da cordialità, disponibilità, fiducia reciproca.

QUESTIONARI CLIENTI

Analisi dell'indicatore di relazione con il cliente.

Ogni anno l'azienda coinvolge i propri clienti raccogliendo dati in merito alla qualità della relazione con quest'ultimi.

L'analisi dei dati 2024 evidenzia un consolidamento della percezione positiva da parte della clientela in merito alla qualità della relazione umana instaurata con l'azienda.

Il 55,5% degli intervistati ha attribuito una valutazione pari a “sì, molto” o “sì, in modo superiore alle aspettative”, in aumento rispetto al 50% registrato nel 2023. Contestualmente, si registra una riduzione delle risposte in fascia media (“abbastanza” e “sì”) a favore di giudizi più elevati, a conferma di un trend migliorativo.

Questi risultati suggeriscono un progressivo rafforzamento delle competenze relazionali del personale, in termini di cordialità, disponibilità e fiducia, elementi ritenuti sempre più integranti e determinanti dell'esperienza complessiva del cliente, al pari della qualità tecnica del prodotto/servizio.

SICUREZZA E TUTELA DEL CLIENTE

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

Garantire al cliente i migliori standard di sicurezza per tutte le fasi di vita del prodotto o del servizio.

In questa sezione si evidenziano le strategie e le attività svolte dalla società per offrire un servizio che soddisfi i bisogni dei clienti.

MOE - MODELLO ORGANIZZATIVO ENERETICA

L'azienda, per garantire standard qualitativi condivisi e appresi tra tutte le organizzazioni del gruppo, ha introdotto il MOE - Modello Organizzativo Eneretica - un insieme di procedure condivise che assicurino la qualità e l'uniformità dei processi ritenuti fondamentali ai fini di offrire un servizio di qualità e soprattutto uniforme secondo il metodo Eneretica.

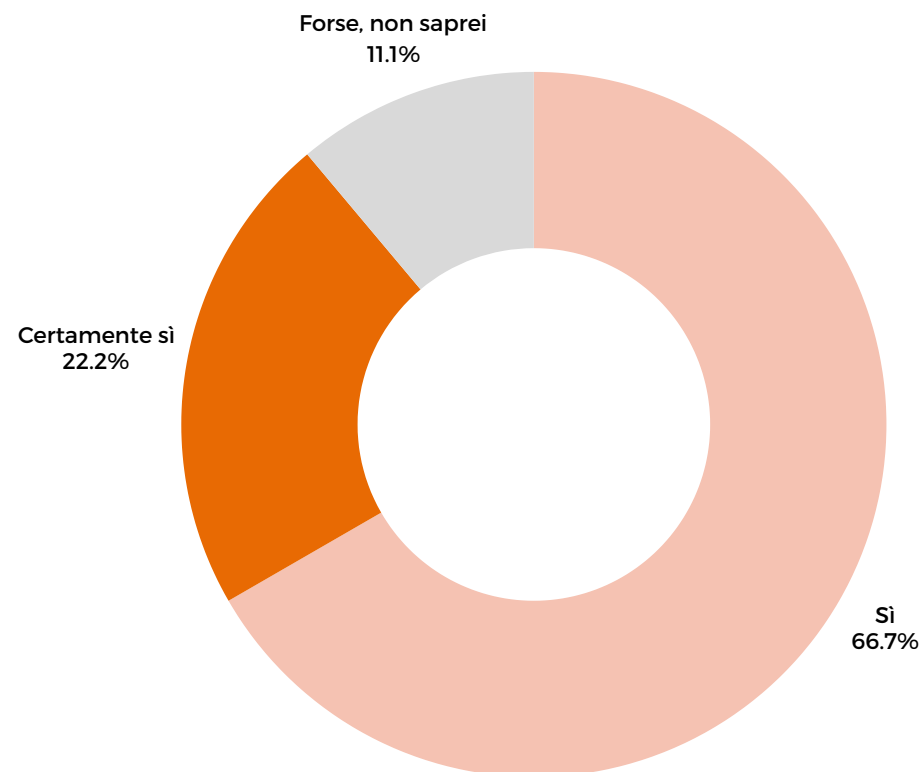
Per rispondere ad un bisogno di aggiornamento continuo e puntuale, ad esempio le evoluzioni normative fiscali e tecniche e a disposizione del Gruppo le potenzialità dei singoli per remare nella stessa direzione con l'obiettivo di snellire, ottimizzare e uniformare i processi, procedure, istruzioni, modelli aziendali.

IL PUNTO DI VISTA DEI CLIENTI

In conclusione, considerando sia il valore che produce per te, sia quello che produce per il contesto, consiglieresti ad altri di acquistare i prodotti/servizi di questa impresa?

Alla domanda conclusiva relativa alla percezione del valore generato dall'impresa per i propri clienti, considerando sia il valore percepito individualmente sia l'impatto generato sul contesto, l'88,9% dei rispondenti (8 su 9) ha espresso un giudizio positivo ("Sì" o "Certamente sì"), con una quota del 22,2% che ha selezionato la modalità più convinta ("Certamente sì").

Solo una risposta è stata incerta ("Forse, non saprei"), e nessuna ha manifestato un'intenzione negativa o contraria.



Parametri di riferimento

Per niente | Poco | Abbastanza | Sì | Sì, Molto | Sì, inmaniera superiore alle mie aspettative

SEZIONE 3:

IL LAVORO

Il lavoro non è solo una prestazione retribuita, ma un luogo di realizzazione personale, crescita collettiva e creazione di legami duraturi tra persone e impresa. Nello stesso modo, l'impresa genera valore quando non esternalizza la responsabilità, ma la condivide con i suoi partner, costruendo filiere orientate all'impatto positivo.

LE PERSONE

ENERETICA IN NUMERI

Al 31 dicembre 2024 in Eneretica l'azienda conta in organico 39 persone di cui tutti i collaboratori assunti con contratto di lavoratore dipendente.

Il **100%** dei collaboratori gode di un contratto a tempo indeterminato.

La maggioranza dei dipendenti ricopre un ruolo da impiegato, in linea con il tipo di business dell'azienda, inoltre, sono presenti 10 operai specializzati.

23 di loro hanno tra i 30 e i 50 anni e 6 hanno meno di 30 anni.

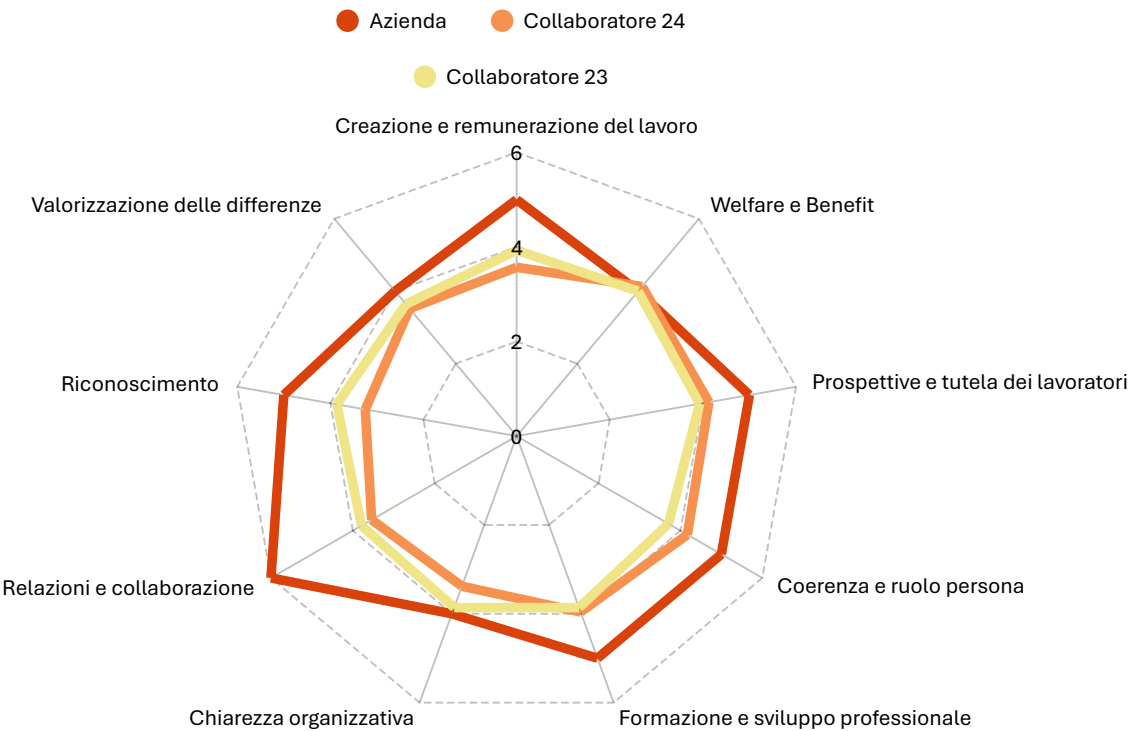
	Donne	Uomini	Altro	Non comunicato	Totale
50. a) Totale dipendenti per genere	19	20	0	0	39
50. b) Dipendenti a tempo indeterminato	19	20	0	0	39
50. b) Dipendenti a tempo determinato	0	0	0	0	0
50. b) Dipendenti a orario variabile (contratto a chiamata)	0	0	0	0	0
50. c) Numero di dipendenti cessati	2				

	<30 anni	30-50 anni	> 50anni
Digirenti	0	0	0
Quadri	0	2	1
Impiegati	5	16	5
Operai	1	5	4

LAVORO

LA CREAZIONE DI VALORE: La Valutazione

Una Società Benefit dovrebbe generare valore creando e organizzando il lavoro, e offrendo occasione di realizzazione professionale alle persone. Rispetto a ognuno degli elementi proposti, viene rilevato la percezione della valutazione del risultato dell'anno in termini di qualità raggiunta dal prodotto/servizio offerto.



Parametri di riferimento

0 - non applicabile, 1 - forte criticità, 2 - qualche problema, 3 - ok, ma migliorabile, 4 - ben presidiato, 5- un buon risultato, 6- un ottimo risultato, NR- Non Rilevato

Elemento	AZIENDA 2024	COLLABORATORI 2024	COLLABORATORI 2023
Creazione e remunerazione del lavoro	5	3,57	3,93
Welfare e Benefit	4	4,13	4,00
Prospettive e tutela dei lavoratori	5	4,13	3,93
Coerenza e ruolo persona	5	4,17	3,71
Formazione e sviluppo professionale	5	3,96	3,86
Chiarezza organizzativa	4	3,38	3,86
Relazioni e collaborazione	6	3,54	3,79
Riconoscimento	5	3,25	3,86
Valorizzazione delle differenze e inclusione	4	3,52	3,64
Coesione con i lavoratori	5	N/R	N/R
Condivisione con i lavoratori	5	3,18	N/R

CREAZIONE E REMUNERAZIONE DEL LAVORO

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

Creare lavoro a condizioni eque e trasparenti, correttamente retribuito e contrattualizzato, in modo congruo rispetto al settore, lo stadio di vita dell'azienda e le aspettative dei lavoratori (dipendenti, collaboratori, imprenditore stesso).

POLITICA AZIENDALE RETIBUTIVA

Dall'analisi delle retribuzioni effettuata in azienda, si evidenzia che il salario più basso corrisposto in Eneretica ammonta a 20.946 € annui, cifra di poco superiore (+0,5%) al salario adeguato secondo il CCNL per la categoria più bassa presente in azienda, pari a 20.817 €.

Salario più basso	20.926 €
Salario adeguato	20.817 €
Differenza percentuale	0,5 %

WELFARE AZIENDALE E BENEFIT

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

Creare un ambiente che possa massimizzare il benessere dei lavoratori e prevedere misure che rendano più semplice la conciliazione vita personale - lavoro.

SMART-WORKING E ORARIO FLESSIBILE

L'azienda prevede una Policy Smart Working attiva che prevede la possibilità di lavorare da casa 3 giorni alla settimana. Tutte le postazioni lavorative presenti nelle abitazioni dei collaboratori e delle collaboratrici Eneretica, sono state verificate e messe a norma di sicurezza e formalizzate al Ministero del Lavoro.

Al momento dell'assunzione, tutti i collaboratori, vengono dotati di:

- un pc/surface/tablet;
- un telefono cellulare.

Applicando i principi di reciproca fiducia e di responsabilità personale, Eneretica non richiede ai propri collaboratori di autenticare la loro presenza tramite timbratrice. L'orario lavorativo è dunque regolamentato dal buon senso personale. Tali aspetti offrono la possibilità di conciliare al meglio l'aspetto personale con l'aspetto lavorativo, organizzando in autonomia permessi e uscite anticipate,.

WELFARE AZIENDALE E BENEFIT

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

Creare un ambiente che possa massimizzare il benessere dei lavoratori e prevedere misure che rendano più semplice la conciliazione vita personale - lavoro.

SPORTELLO **TUTTI IN SALUTE** 2024

Energetica, a seguito delle pratiche di coinvolgimento dei dipendenti effettuate durante l'anno 2024, ha identificato come tema di interesse quello delle difficoltà nell'uso dei fondi per **l'assistenza sanitaria** (EST) e per la **formazione e sostegno ai lavoratori** (EBTER).

Dalla raccolta dei feedback è risultato che la scarsa conoscenza del mezzo era il principale ostacolo all'utilizzo, è stato, quindi ideato uno sportello operativo per raccogliere i dubbi e sensibilizzare i dipendenti all'uso di questa risorsa.

Lo spazio ha preso il nome di: "Tutti in salute" e nel 2024 ha totalizzato 11 richieste di supporto, tutte andate a buon fine.

Inoltre, sono state erogate a tutti i dipendenti **2 ore di formazione** e materiali digitali, per l'accompagnamento all'utilizzo delle piattaforme online dei fondi. Oltre alle ore di formazione erogate, 5 dipendenti di Energetica hanno usufruito dello sportello di supporto.

Richiesta supporto	N° richieste
Fondo EST	9
Fondo EBTER	2
Totale	11

COERENZA RUOLO-PERSONA

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

Curare la coerenza tra il ruolo e le competenze, attitudini e aspirazioni delle persone, in modo da favorire la loro realizzazione professionale.

Eneretica, lavora costantemente per monitorare la soddisfazione dei propri collaboratori e collaboratrici e per garantire la miglior competenza nei ruoli dell'organigramma. Ogni anno vengono svolti colloqui individuali al fine di valutare obiettivi, aspettative, esigenze, grado di soddisfazione reciproca e rafforzare il rapporto collaboratore-azienda.

In caso di necessità, l'azienda sceglie di selezionare talenti e assegnare nuovi ruoli tra le persone all'interno della stessa prima di avviare processi di selezione esterni.

PRATICHE DI ON BOARDING

Le nuove risorse vengono sempre affiancate per un periodo di mentoring all'inizio della collaborazione.

Structogram®

Per favorire un approccio comunicativo condiviso tra tutti i collaboratori e collaboratrici del gruppo, ogni risorse neo assunta partecipa al percorso formativo Structogram® dedicato all'analisi biostrutturale del singolo e alla scoperta della struttura base geneticamente predisposta di una personalità. Tale approccio, facilita notevolmente la comunicazione tra le persone riducendo le relazioni conflittuali e valorizzando le caratteristiche e unicità di ogni membro del team.

Fascia d'età	N° dipendenti
< 30 anni	6
tra 30 e 50 anni	23
> 50 anni	10

FORMAZIONE E SVILUPPO PROFESSIONALE

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

Fornire alle persone occasioni di sviluppo, pianificando e condividendo percorsi volti a sviluppare competenze e capacità, attraverso la formazione e l'esperienza qualificata.

Garantire la crescita e lo sviluppo delle competenze interne dei collaboratori e collaboratrici di Eneretica è un aspetto rilevante della cultura e della strategia aziendale.

Le persone di Eneretica, oltre alla formazione obbligatoria e alle ore di training relative all'implementazione di competenze specifiche messe a disposizione, possono richiedere all'azienda di partecipare a corsi specifici i quali costi di partecipazione vengono parzialmente o totalmente coperti dall'azienda stessa.

PERCORSI EROGATI

- Structogram;
- DAE Corso Completo;
- Corso Pronto Soccorso;
- Corso Carrelli Elevatori;
- Corso Scaffalature;
- Corsi Sulla Sicurezza;
- Formazione Privacy;
- Corso HACCP;



**ORE DI FORMAZIONE
EROGATE**

CHIAREZZA ORGANIZZATIVA

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

Trasmettere alle persone il senso del loro ruolo all'interno del sistema azienda, definendo e comunicando con chiarezza e trasparenza ruoli, processi, scelte, obiettivi (sia individuali che aziendali) e le altre informazioni aziendali rilevanti.

CHAMALEON CHANNEL

In un contesto organizzativo e di mercato in continua evoluzione, la capacità di rimanere aggiornati, connessi e allineati è un fattore strategico. Il Chamaleon Channel - nuova intranet del Gruppo nasce per rispondere a questa esigenza, offrendo uno spazio digitale pensato per garantire un accesso rapido, centralizzato e strutturato alle informazioni rilevanti.

L'obiettivo è facilitare una comunicazione interna agile, tempestiva e coerente, capace di accompagnare le persone attraverso il cambiamento e di favorire una comprensione condivisa dei progetti aziendali.

In un ambiente in cui le decisioni si prendono sempre più velocemente e le iniziative evolvono in tempo reale, disporre di un punto di riferimento chiaro e aggiornato è essenziale.

La nuova piattaforma integra contenuti, strumenti collaborativi e aggiornamenti in tempo reale, diventando il canale principale per informarsi, orientarsi e partecipare attivamente alla vita del Gruppo. È un investimento concreto per rafforzare il senso di appartenenza, migliorare il coordinamento tra le funzioni e promuovere una cultura organizzativa chiara e interconnessa.

RELAZIONI E COLLABORAZIONE

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

Stimolare tra le persone collaborazione, solidarietà, spirito di squadra, valorizzando complementarità, confronto e dialogo sia tra pari che tra capo e collaboratori.

ENERETICA DAY

ENJOY ENERGY

Ogni anno il Gruppo Eneretica organizza un evento dedicato a tutti i collaboratori e collaboratrici e a tutte le aziende partecipate.

Per l'anno 2024 l'Eneretica Day si è svolto presso Locanda Pieve a Dello in provincia di Brescia.

La giornata si è svolta all'insegna del divertimento, della convivialità, ma anche della consapevolezza sui valori aziendali del Gruppo.

L'evento nasce con l'intenzione di voler trasmettere i valori e il senso di appartenenza dell'azienda madre, non solo tra i propri collaboratori e collaboratrici, ma anche tra le aziende partecipate.

Appartenere al gruppo Eneretica significa condividere la visione sostenibile dell'azienda, ma anche sentirsi accettati, inclusi, valorizzati e connessi.

Questo momento di incontro annuale rafforza i rapporti tra le aziende partners e permette a tutti i partecipanti di conoscersi meglio, scambiare idee e sviluppare il proprio business in armonia.

Eneretica Day 2024 hanno partecipato 162 collaboratori e collaboratrici del Gruppo

SOSTENIBILITÀ SOCIALE

LA CREAZIONE DI VALORE: LE AZIONI INTRAPRESE

DIVERSITÀ, EQUITÀ E INCLUSIONE

DIVARIO RETRIBUTIVO	UOMINI	DONNE
Retribuzione media oraria lorda	17,05	14,63
Divario retributivo donna-uomo	0,14	

Il gender pay gap è misurato come differenza percentuale tra la retribuzione media oraria lorda percepita dalle donne rispetto a quella degli uomini; questo dato offre una prospettiva sulla distribuzione dei generi sui livelli di inquadramento, tenendo conto che per la stessa mansione è sempre corrisposta una remunerazione identica.

A livello Nazionale l'ISTAT nel 2022 riporta il dato al 15,9 % per il settore privato, Energetica si trova in linea con la media italiana con un gap del 14%.

All'interno della consapevolezza acquisita come società Benefit vi è anche la sensibilità verso le problematiche legate alla disparità di genere nel mondo lavorativo, e pur avendo da sempre mantenuto una certa attenzione al tema, sarà cura dell'impresa verificare che non si sviluppi terreno fertile per discriminazioni e disparità, sensibilizzando le risorse e attuando politiche adatte.

SALUTE E SICUREZZA

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

In Energetica la sicurezza dei lavoratori è da sempre al primo posto, l'azienda osserva rigorosamente la normativa italiana in materia e forma periodicamente i suoi dipendenti.

L'azienda cerca di diffondere nelle proprie risorse la cura di sé e dell'ambiente di lavoro, con la convinzione che queste buone pratiche risultino, non solo in un rischio di infortuni minore, ma anche in una miglioria nella qualità della vita dei collaboratori e di conseguenza del servizio fornito.

	Dipendenti
88. a) Percentuale di lavoratori propri coperti dal sistema di gestione della salute e della sicurezza dell'impresa in base a prescrizioni giuridiche e/o norme od orientamenti riconosciuti	100
88. b) Numero di decessi dovuti a lesioni e malattie connesse al lavoro	0
88. c) Numero di infortuni sul lavoro registrabili	0
Ore lavorate	48142
88. c) Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	0

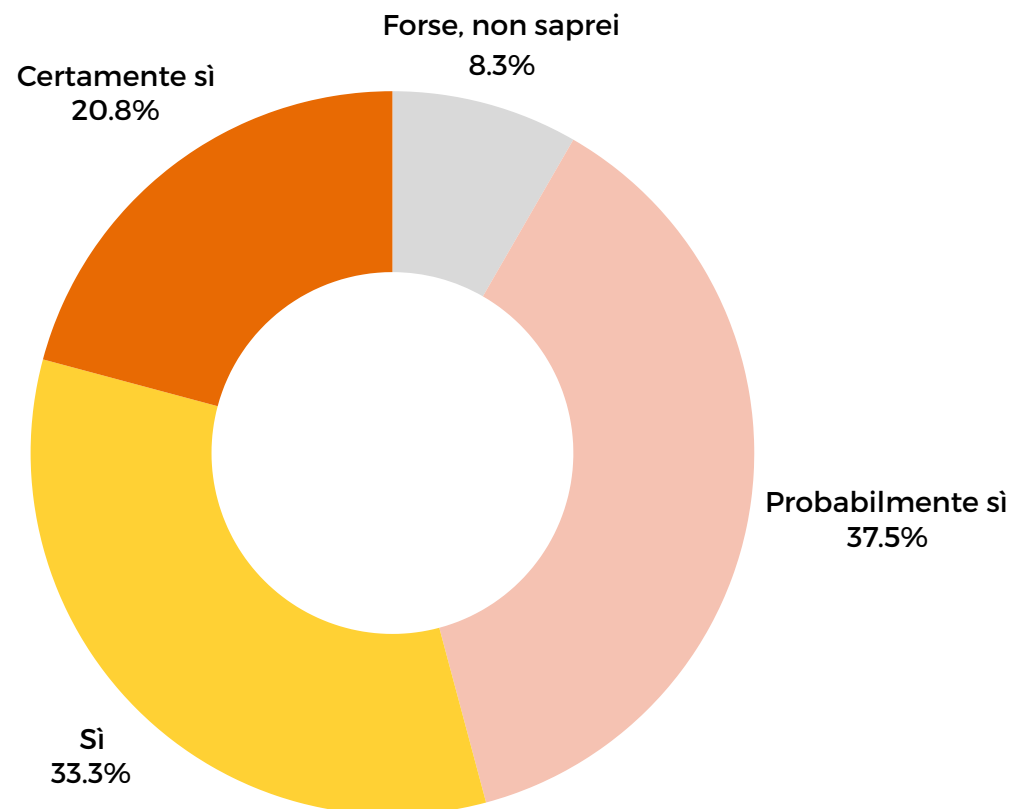
IL PUNTO DI VISTA DEI COLLABORATORI

In conclusione, considerando sia il valore che produce per te, sia quello che produce per il contesto, consiglieresti ad altri di venire a lavorare in questa azienda?

I dati raccolti indicano una propensione complessivamente positiva da parte delle persone nel consigliare l'azienda, tenendo conto sia del valore percepito individualmente sia dell'impatto generato sul contesto.

Il 70,4% dei rispondenti ha espresso un'opinione favorevole ("Probabilmente sì", "Sì" o "Certamente sì"), con un 18,5% che si posiziona sul livello più elevato di convinzione ("Certamente sì").

La presenza del 25,9% di risposte incerte ("Forse, non saprei") evidenzia tuttavia una fascia di collaboratori potenzialmente neutrali. Questo suggerisce l'opportunità di continuare a lavorare su alcuni driver chiave della soddisfazione e del coinvolgimento – come la crescita professionale, il riconoscimento, l'equilibrio vita-lavoro e la coerenza valoriale – al fine di rafforzare ulteriormente il senso di appartenenza.



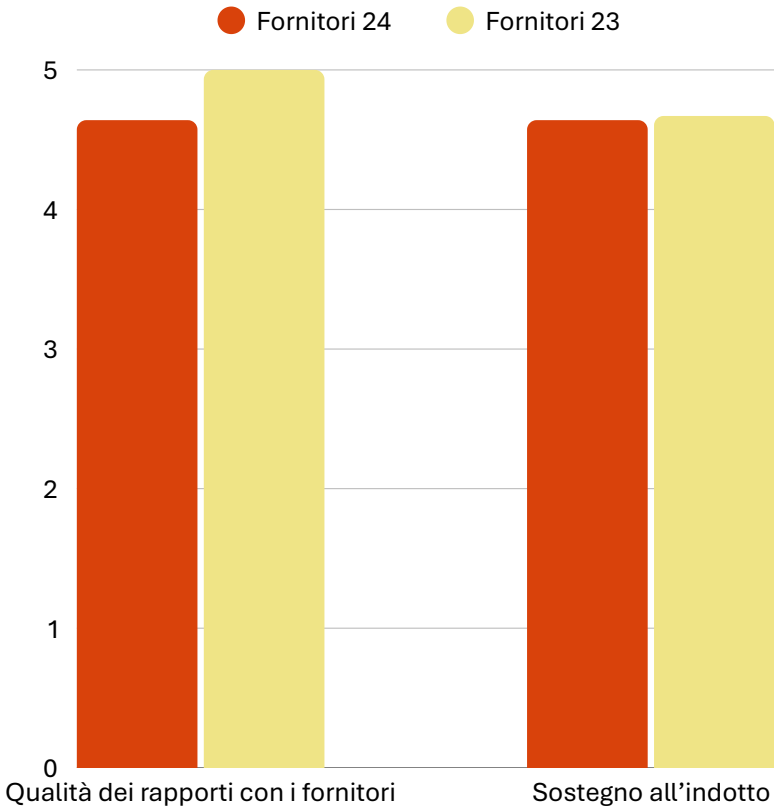
Parametri di riferimento

Per niente | Poco | Abbastanza | Sì | Sì, Molto | Sì, in maniera superiore alle mie aspettative

LAVORO

LA CREAZIONE DI VALORE: La Valutazione dei fornitori

Una Società Benefit dovrebbe generare valore creando e organizzando il lavoro, oltre ad offrire occasioni di realizzazione professionale alle persone. Rispetto a ognuno degli elementi proposti, viene rilevata la percezione dei risultati dell'anno in termini di qualità raggiunta dal prodotto/servizio offerto.



Elemento	FORNITORI 2024	FORNITORI 2023
Qualità dei rapporti con i fornitori	4,64	5,00
Sostegno all'indotto	4,64	4,67

Parametri di riferimento

0 - non applicabile, 1 - forte criticità, 2 - qualche problema, 3 - ok, ma migliorabile, 4 - ben presidiato, 5- un buon risultato, 6- un ottimo risultato, NR- Non Rilevato

QUALITÀ DEL RAPPORTO CON I FORNITORI

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

Creare con i fornitori una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa, in modo da favorire il successo dell'impresa attraverso l'efficacia della collaborazione (ritorno di breve periodo) e la partnership con l'impresa (lungo periodo).

In questa sezione si evidenziano le strategie e le attività svolte dalla società per offrire un servizio che soddisfi i bisogni dei clienti.

Il rapporto con i fornitori viene regolamentato in primis dal Codice Etico che firmano il documento e ne accettano le condizioni lavorative. A tal proposito, la negoziazione con i potenziali fornitori deve essere improntata alla buona fede ed alla trasparenza, avendo cura di evitare trattative ingiustificatamente parziali.

Ogni fornitore è tenuto a informare Energetica, a solo titolo esemplificativo, sulle seguenti informazioni: l'organizzazione aziendale, il personale utilizzato, la loro piena aderenza alle norme vigenti e le precedenti esperienze con altre aziende del settore.

Ogni offerta deve essere valutata in maniera accurata; la scelta dei fornitori, così come la formulazione delle condizioni di acquisto, deve essere imparziale, equa e deve basarsi esclusivamente su parametri tecnici (qualità del bene e/o del servizio, garanzia di assistenza, affidabilità), economici (prezzo – valore del bene e/o del servizio) e deve essere uniformata alle politiche ed alle procedure aziendali.

Tutte le relazioni tra azienda e fornitori vengono consolidate nel tempo e nascono con l'obiettivo di creare solidi rapporti di reciproco scambio nel lungo termine.

Infine, l'azienda seleziona i fornitori iniziando la ricerca dei potenziali all'interno del proprio territorio di riferimento espandendo solo in un secondo momento la ricerca e/o in caso di mancanza di competenze specifiche limitrofe.

DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DEI FORNITORI

Tutti i fornitori Energetica operano all'interno del territorio italiano e hanno almeno una sede sul territorio.

Su un totale di 134 fornitori suddivisi per medio, medio/grandi e grandi rispetto ai volumi di fatturato:

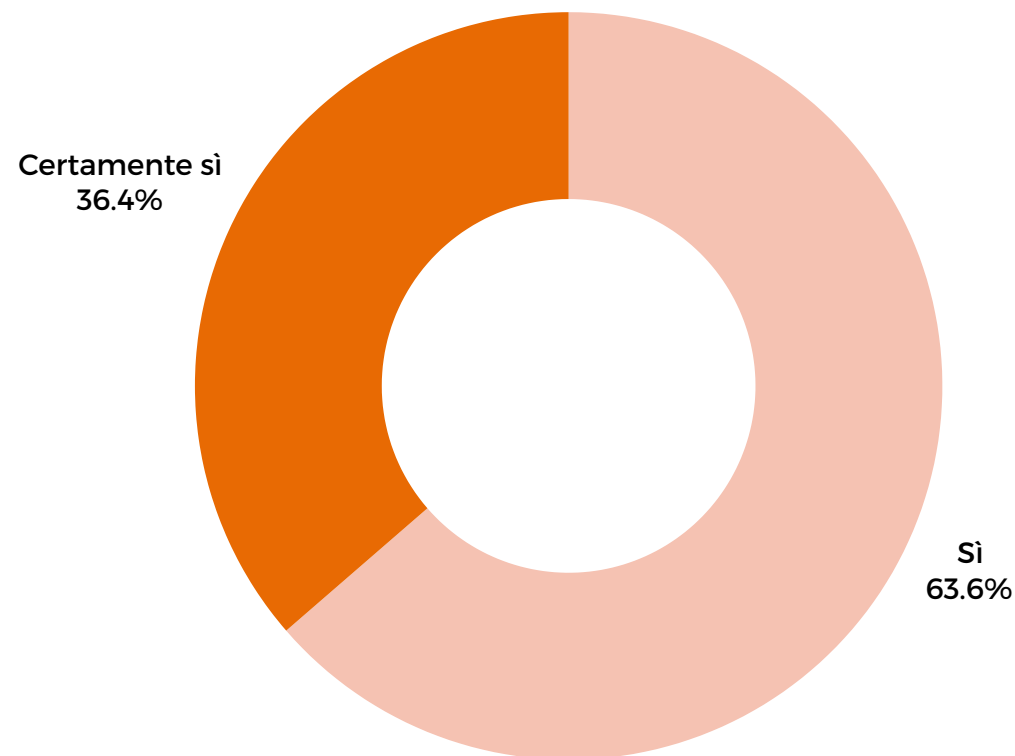
- 27 fornitori operano in provincia di Brescia (BS)
- 29 fornitori operano in provincia di Trento (TN)
- 4 fornitori operano in provincia di Treviso (TV)
- 6 fornitori operano in provincia di Macerata MC (Belforte)

IL PUNTO DI VISTA DEI FORNITORI

In conclusione, considerando sia il valore che produce per te, sia quello che produce per il contesto, desideri che la tua collaborazione con l'azienda permanga nel medio-lungo periodo?

I risultati evidenziano una propensione da parte dei fornitori a proseguire la collaborazione con l'azienda nel medio-lungo periodo.

Il 100% delle risposte si distribuisce su posizioni favorevoli, con il 78,6% che ha espresso un'intenzione chiara e convinta ("Sì" e "Certamente sì"), e il restante 21,4% che si colloca comunque su un orientamento positivo ("Probabilmente sì").



SEZIONE 4:

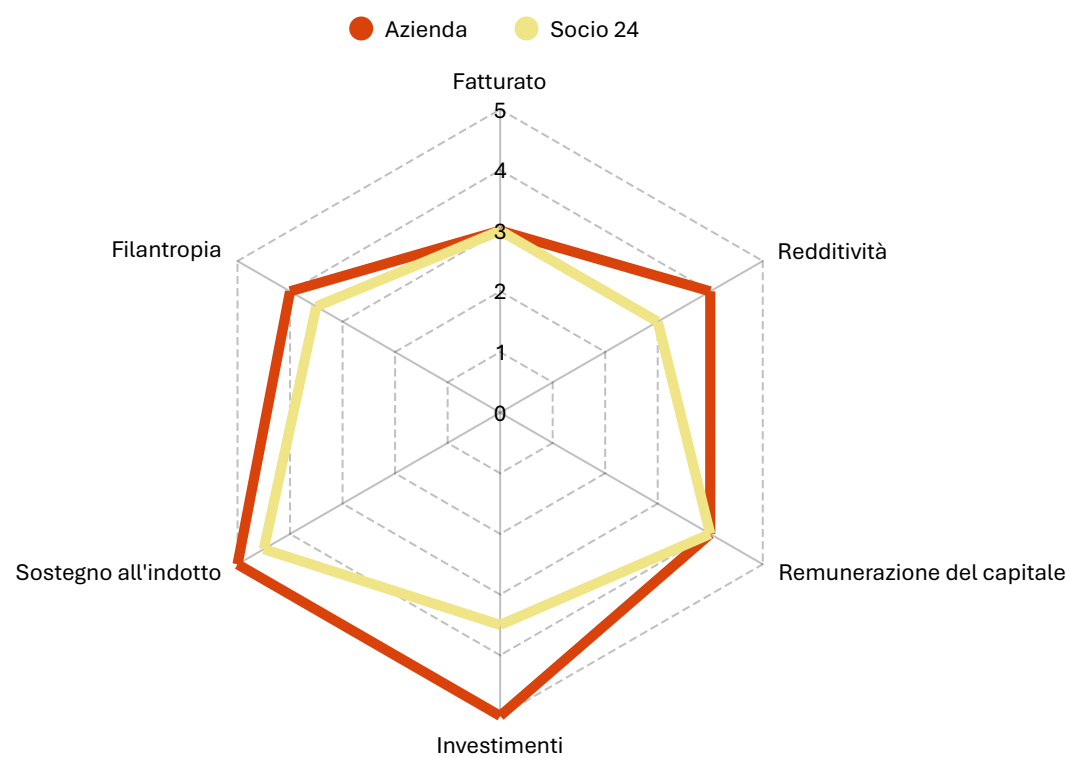
IL VALORE ECONOMICO

Generare valore economico significa creare ricchezza in modo etico, trasparente e condiviso, per sostenere non solo l'impresa, ma anche le persone, le comunità e il pianeta. È un'economia che rigenera, non che consuma.

VALORE ECONOMICO

LA CREAZIONE DI VALORE: La Valutazione

Una Società Benefit dovrebbe creare valore producendo ricchezza economica e curando la condivisione di tale valore con coloro che sono coinvolti nella sua creazione, e nel contesto.



Elemento	AZIENDA 2024	SOCI 2024
Fatturato	3	3,00
Redditività	4	3,00
Remunerazione del capitale	4	4,00
Investimenti	5	3,50
Sostegno all'indotto	5	4,50
Filantropia	4	3,50

Parametri di riferimento

0 - non applicabile, 1 - forte criticità, 2 - qualche problema, 3 - ok, ma migliorabile, 4 - ben presidiato, 5- un buon risultato, 6- un ottimo risultato, NR- Non Rilevato

FILANTROPIA

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

Eventuale destinazione di una parte del valore prodotto dall'azienda a investimenti per comunità, sotto qualunque forma. In questa sezione si evidenziano le strategie e le attività svolte dalla società per offrire un servizio che soddisfi i bisogni dei clienti.

DONAZIONI E SPONSORIZZAZIONI

ENTE	TIPOLOGIA DI EROGAZIONE
ASSOCIAZIONE DI VOLONTARIATO FASERNO-TANOCE	ACQUISTO PANCA DA COMPILEGNO
PROLOCO DI STORO	PRESTAZIONI PROMO-PUBBLICITARIE
SOCIETA' ATLETICA VALCHIESE	EROGAZIONE LIBERALE
CIRCOLO VELA ERIDIO	SPONSORIZZAZIONE
DARZO IN SAGRA	PRESTAZIONI PROMO-PUBBLICITARIE
USD CASTEL CIMEGO	SPONSORIZZAZIONE
ASSOCIAZIONE PAOLO VALENTI	SPONSORIZ.PAOLO VALENTI SUMMER CUP 2024

FILANTROPIA

LA CREAZIONE DI VALORE: AZIONI E KPIS DI MISURAZIONE

Eventuale destinazione di una parte del valore prodotto dall'azienda a investimenti per comunità, sotto qualunque forma. In questa sezione si evidenziano le strategie e le attività svolte dalla società per offrire un servizio che soddisfi i bisogni dei clienti.

DONAZIONI E SPONSORIZZAZIONI

Nel periodo natalizio, l'azienda ha scelto di unire il momento del dono a un messaggio concreto di responsabilità e vicinanza al territorio.

I regali destinati a clienti e collaboratori sono stati selezionati con particolare attenzione all'impatto sociale e ambientale, rafforzando il legame con realtà locali e sostenibili.

Le confezioni natalizie di cioccolata Ritter sono state realizzate in collaborazione con la Cooperativa Sociale La Sorgente, sostenendo percorsi di inclusione e valorizzazione del lavoro sociale.

Ai collaboratori è stato inoltre donato miele biologico prodotto da Agricoltura Campagnari Luca, una realtà impegnata nella salvaguardia della biodiversità e nella sensibilizzazione sui rischi legati ai cambiamenti climatici e all'uso dei pesticidi, testimoniata anche da un videomessaggio ricevuto direttamente dal produttore.

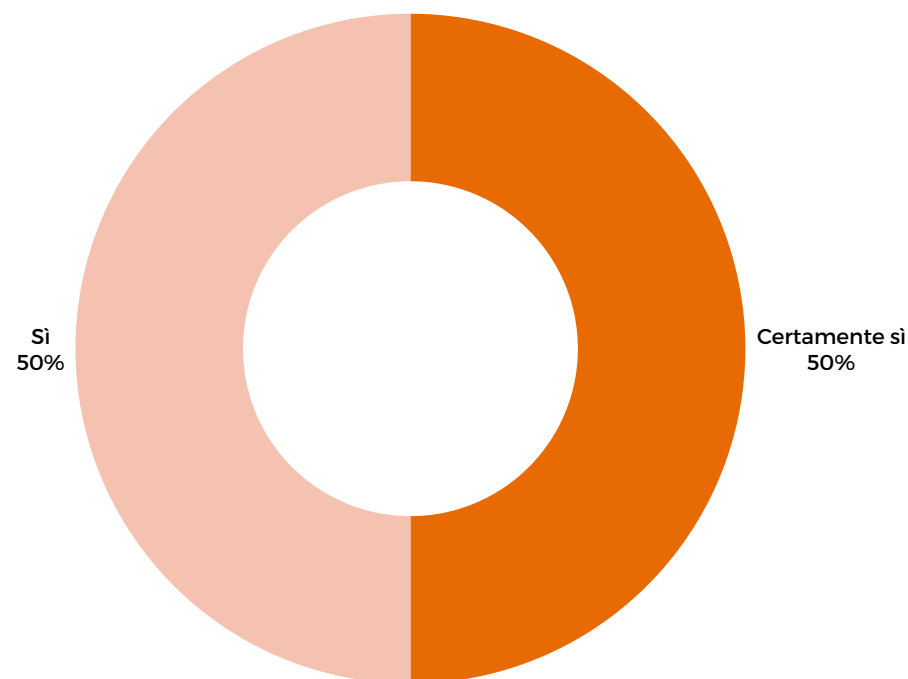
Attraverso queste scelte, l'azienda conferma l'attenzione a creare valore condiviso e a promuovere modelli di consumo consapevoli, anche nei gesti simbolici, rafforzando la coerenza tra pratiche quotidiane e valori di sostenibilità, etica e comunità.

IL PUNTO DI VISTA DEI SOCI

In conclusione, considerando sia il valore che produce per te, sia quello che produce per il contesto, consiglieresti ad altri di investire in questa azienda?

I dati rilevati evidenziano una percezione positiva, seppur su un campione limitato, rispetto all'attrattività dell'azienda come opportunità di investimento. Tutti i rispondenti si sono espressi in modo favorevole, con una distribuzione che include sia valutazioni prudentemente ottimistiche ("Probabilmente sì") sia giudizi pienamente positivi ("Sì" e "Certamente sì").

Questa evidenza suggerisce che l'azienda viene riconosciuta come un soggetto in grado di generare valore non solo economico, ma anche ambientale e sociale



Parametri di riferimento

No | Probabilmente no | Forse, non saprei | Probabilmente sì | Sì | Certamente sì

SEZIONE 5:

LA SOSTENIBILITÀ

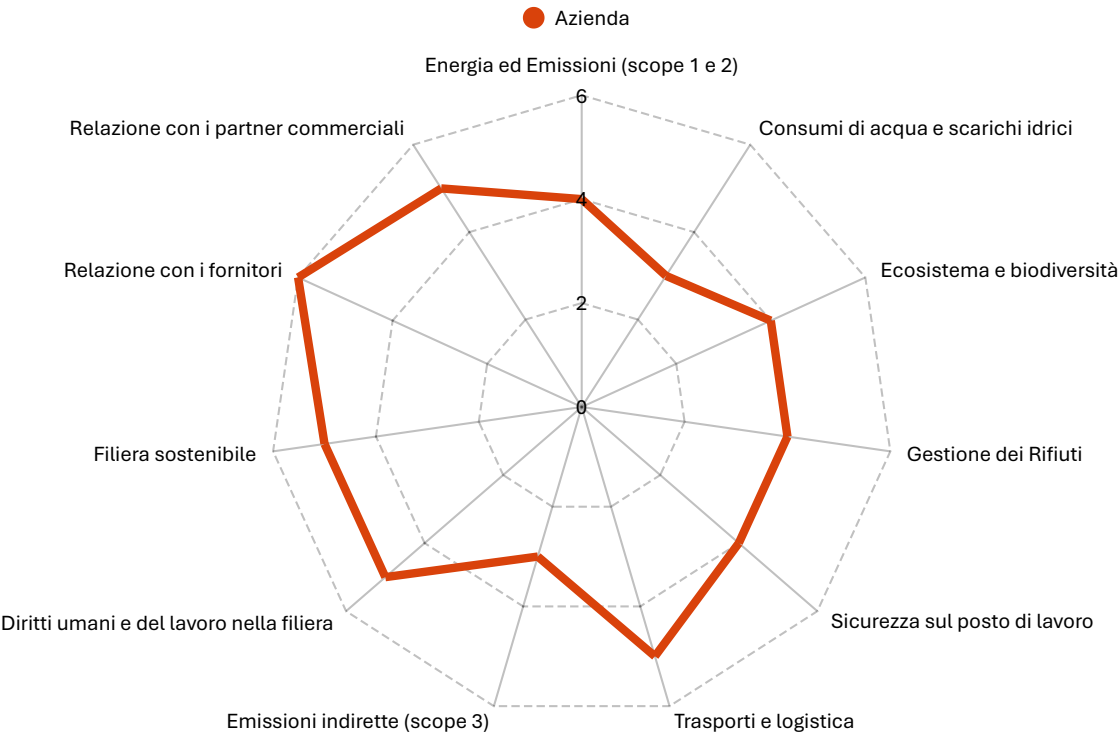
la creazione di valore non può prescindere dalla gestione degli impatti dei processi in ottica di tutela dell'ambiente e della comunità.

la Buona Impresa cerca di agire in base al principio “Do no significant harm”, ossia assicurandosi che le proprie azioni e i propri investimenti non causino danni all'ambiente e alla società, mentre si perseguono attività ad impatto positivo.

OPERATIONS SOSTENIBILI

LA CREAZIONE DI VALORE: La Valutazione

Una Società Benefit è chiamata a creare valore attraverso a gestione responsabile, sostenibile e trasparente di tutte le ricadute delle operations sulla comunità e sull’ambiente.



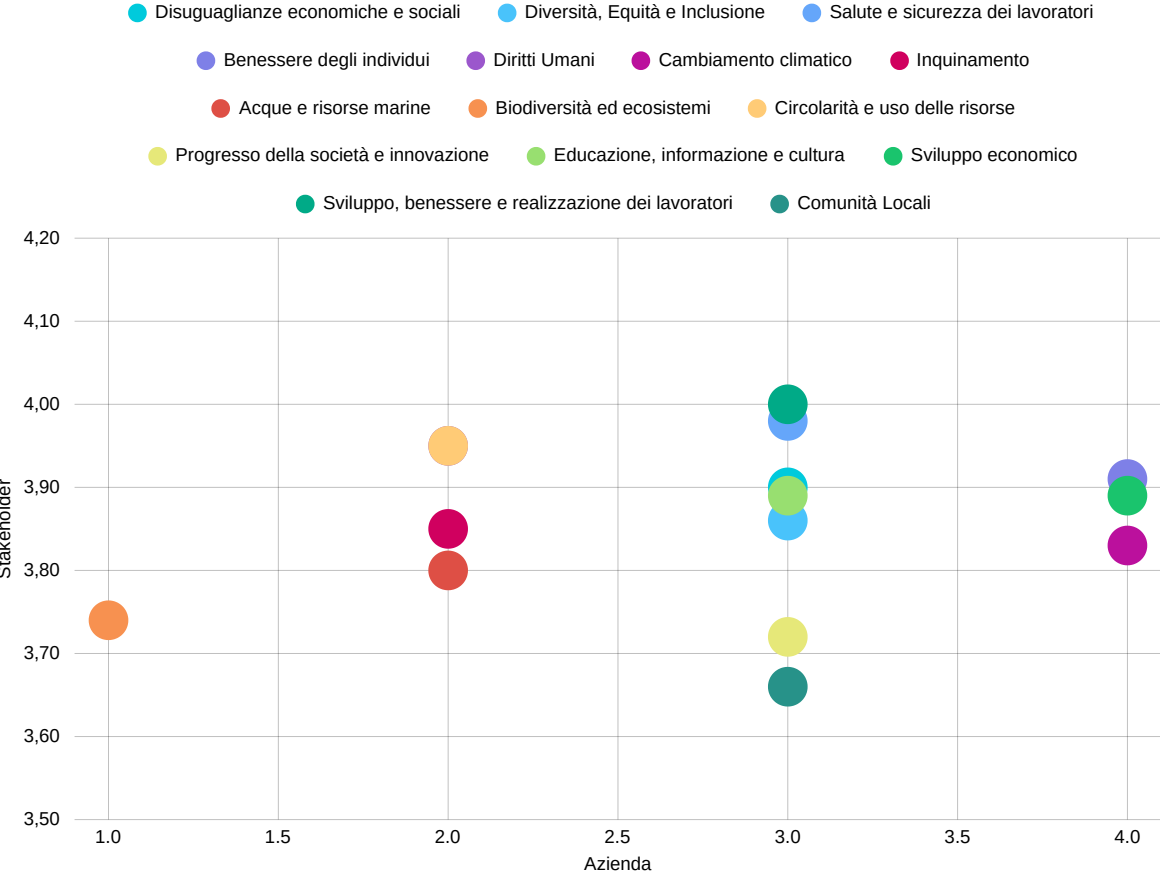
Elemento	AZIENDA 2024
Energia ed Emissioni (scope 1 e 2)	4
Consumi di acqua e scarichi idrici	3
Ecosistema e biodiversità	4
Gestione dei Rifiuti	4
Sicurezza sul posto di lavoro	4
Trasporti e logistica	5
Emissioni indirette (scope 3)	3
Diritti umani e del lavoro nella filiera	5
Filiera sostenibile	5
Relazione con i fornitori	6
Relazione con i partner commerciali	5

Parametri di riferimento
0 - non applicabile, 1 - forte criticità, 2 - qualche problema, 3 - ok, ma migliorabile, 4 - ben presidiato, 5- un buon risultato, 6- un ottimo risultato, NR- Non Rilevato

SOSTENIBILITÀ

LA CREAZIONE DI VALORE: La Matrice di materialità

Una Società Benefit, coerentemente con le sue caratteristiche e dimensioni, dovrebbe gestire in modo responsabile, sostenibile e trasparente le ricadute che ha sulla comunità e sull’ambiente.



Parametri di riferimento
0 - non applicabile, 1 - non rilevante, 2 - poco rilevante,
3 - abbastanza rilevante, 4 - molto rilevante

Elemento	A	S
Disuguaglianze economiche e sociali	3	3,90
Diversità, Equità e Inclusione	3	3,86
Salute e sicurezza dei lavoratori	3	3,98
Benessere degli individui	4	3,91
Diritti Umani	2	3,95
Cambiamento climatico	4	3,83
Inquinamento	2	3,85
Acque e risorse marine	2	3,80
Biodiversità ed ecosistemi	1	3,74
Circolarità e uso delle risorse	2	3,95
Progresso della società e innovazione	3	3,72
Educazione, informazione e cultura	3	3,89
Sviluppo economico	4	3,89
Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori	3	4,00
Comunità Locali	3	3,66

ENERGIA ED EMISSIONI

LA CREAZIONE DI VALORE: LE AZIONI INTRAPRESE RISULTATI MIX ENERGETICO IN OUTPUT

CONSUMI ENERGETICI

CONSUMO DI ENERGIA	2024 (MWh)	2023 (MWh)
37. a) Consumo totale di energia da fonti fossili	286,58	185,27
37. b) Consumo totale di energia da fonti nucleari	0,89	0,88
37. c) i. Consumo di combustibili da fonti rinnovabili, compresa la biomassa (che include anche i rifiuti industriali e urbani di origine biologica), i biocarburanti, il biogas, l'idrogeno da fonti rinnovabili, ecc;	0	0
37. c) ii. Consumo di energia elettrica, calore, vapore e raffrescamento da fonti rinnovabili, acquistati o acquisiti	87,51	4,5
37. c) iii. Consumo di energia rinnovabile autoprodotta senza ricorrere a combustibili	28,70	9,97
37. c) Consumo totale di energia da fonti rinnovabili	116,21	14,47
37. Consumo totale di energia in MWh delle operazioni proprie dell'impresa*	403,68	200,40

*L'incremento dei consumi nell'anno 2024 rispetto al 2023 è dovuto principalmente all'aggiunta della rendicontazione della flotta auto aziendale a partire da quest'anno.

ENERGIA ED EMISSIONI

LA CREAZIONE DI VALORE: LE AZIONI INTRAPRESE

CONSUMI ENERGETICI

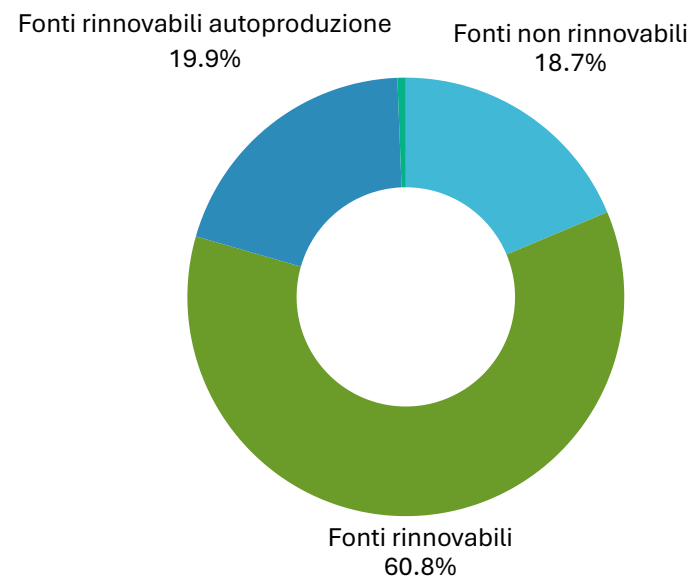
Dal monitoraggio dei consumi effettuato da Eneretica nel corso dell'esercizio 2024 emerge che:

Il consumo totale di energia è di 403,68 MWh di cui il 36% è costituito dal consumo di energia elettrica acquistata nella sede di lavoro.

Invece, il 64% è da imputare al gas naturale utilizzato per il riscaldamento degli interni e al gasolio utilizzato per movimentare la flotta aziendale; il gas naturale pesa di più sul consumo di combustibili (88%).

Il mix delle fonti del contratto di fornitura di elettricità al 2024 favorisce l'energia rinnovabile che copre il 60% del fabbisogno, un 20% è coperto invece, dall'autoproduzione attraverso pannelli fotovoltaici.

MIX ENERGIA ELETTRICA ENERETICA



DAL 2024 L'AZIENDA HA MODIFICATO IL PROPRIO CONTATTO DI ENERGIA ELETTRICA PASSANDO A UN RIFORNIMENTO ENERGETICO 100% RINNOVABILE FORNITO DAL PROPRIO FORNITORE DI ENERGIA.

ENERGIA ED EMISSIONI

LA CREAZIONE DI VALORE: LE AZIONI INTRAPRESE

CONSUMI ENERGETICI

Rappresentare i consumi energetici aziendali nella relazione d'impatto è un elemento cruciale per dimostrare l'impegno dell'azienda verso la gestione responsabile delle risorse e la riduzione dell'impatto ambientale. Nel 2023 Eneretica si è impegnata nel raccogliere e verificare i consumi energetici aziendali e delle aziende del Gruppo con l'obiettivo di valutare obiettivi di riduzione e gestione sostenibile dei consumi per i prossimi anni. Attraverso la verifica e l'analisi dei seguenti dati sarà possibile inoltre calcolare le emissioni aziendali e valutare un piano di riduzione specifico.

Viene riassunto il processo di analisi e raccolta dei dati definito dall'azienda.

IDENTIFICAZIONE DELLE FONTI ENERGETICHE

Sono state identificate le fonti di energia da considerare nell'energy mix secondo gli standard ESRS - E1: FONTI RINNOVABILI , CARBONE, GAS NATURALE, PRODOTTI PETROLIFERI, NUCLEARE, ALTRE FONTI.

L'Unità di Misura stabilita per il calcolo: kilowattora (kWh).

Il periodo di Riferimento: la raccolta dati è stata effettuata sui consumi dell'anno 2023 su base annuale.

I Consumi sono stati ripartiti per sedi aziendale.

RACCOLTA DATI

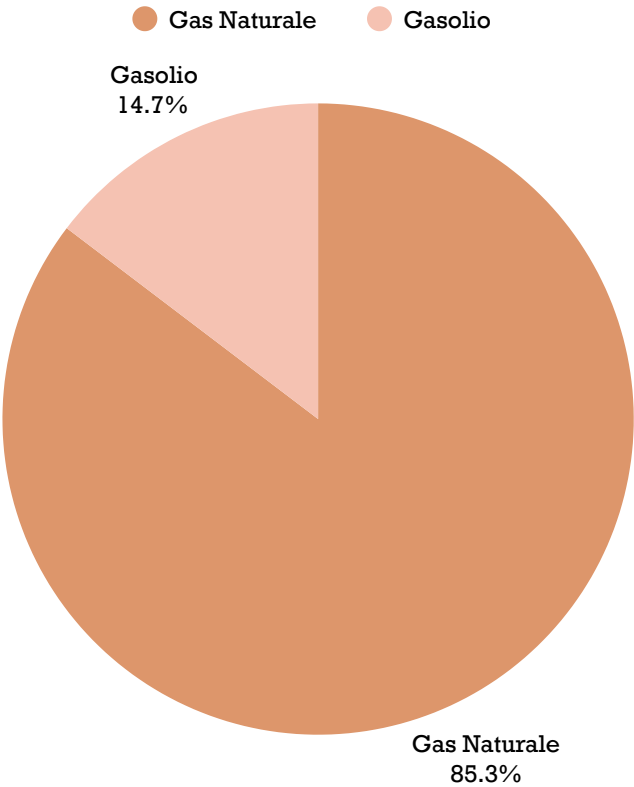
La raccolta dati è avvenuto analizzando utilizzo per ogni sede e tipologia di impianto che consuma energia. Sono state in seguito raccolti e analizzati i seguenti dati:

- Fatture Energetiche;
- Misuratori di Consumo;
- Registri Interni aziendali.
- Energy Mix comunicato da fornitori terzi (anno 2022);

ENERGIA ED EMISSIONI

LA CREAZIONE DI VALORE: LE AZIONI INTRAPRESE

EMISSIONI SCOPE 1



SCOPE 1	2024
48. a) Emissioni lorde di GES di ambito 1 in tCO2eq	49,48
48. b) Percentuale di emissioni di GES di ambito 1 coperta da sistemi regolamentati di scambio di quote di emissioni	0%

Energetica, seguendo le direttive europee, ha indagato le emissioni di CO₂ equivalente generate nell’anno 2024.

All’**ambito 1**, ossia le emissioni generate direttamente , sono imputabili la combustione di **gas naturale** per il riscaldamento delle sedi e in percentuale minore il **gasolio** utilizzato dalla flotta aziendale.

ENERGIA ED EMISSIONI

LA CREAZIONE DI VALORE: LE AZIONI INTRAPRESE

EMISSIONI SCOPE 2

Location based

30,11 tCO₂e

Market based

13,92 tCO₂e

L'**ambito 2** riguarda le emissioni generate dall'acquisto di energia in qualsiasi forma.

Il valore più basso risultante dal calcolo "**Market based**" è il risultato di un contratto di fornitura energetica che favorisce le fonti rinnovabili nel suo mix energetico e una percentuale di fonti non rinnovabili di molto inferiore rispetto al mix nazionale di produzione.

L'intensità emissiva sul fatturato di Eneretica, a fronte di un totale di 63,4 tCO₂e è di **28,8 tCO₂e/Mln€**.

Questo dato è considerato come punto di partenza e base di confronto per analizzare eventuali miglioramenti dei prossimi anni.

FONTI DI ENERGIA	MIX AZIENDA	MIX ITALIA
Fonti rinnovabili	81%	46,3%
Fonti non rinnovabili	18%	53,7%
Nucleare	1%	0%

ENERGIA ED EMISSIONI

LA CREAZIONE DI VALORE: LE AZIONI INTRAPRESE

CENTRALIZZAZIONE SERVIZI DI LOGISTICA

Energetica, nel periodo di rendicontazione, ha predisposto una ristrutturazione organizzativa che ha previsto la centralizzazione del servizio di logistica da parte di Energetica per tutte le aziende del Gruppo.

La centralizzazione del servizio logistico ha comportato una razionalizzazione dei flussi di trasporto, con conseguente incremento dell'efficienza operativa e riduzione delle percorrenze complessive, riducendo potenzialmente le emissioni di Co2. Tale aspetto verrà verificato nell'anno di competenza 2025.

Inoltre Energetica ha previsto un accordo contrattuale con il vettore GLS, che include misure di compensazione delle emissioni di CO₂ derivanti dalle attività di trasporto. L'intervento si inserisce in un più ampio processo di ottimizzazione della supply chain, contribuendo al miglioramento degli indicatori ambientali legati alla logistica e alla mobilità.

CENTRALIZZAZIONE SERVIZI DI LOGISTICA

CLIMATE PROTECT GLS

Climate Protect è la strategia ambientale di GLS, basata sull'ambizione di raggiungere la neutralità ambientale, attraverso la compensazione e la riduzione delle emissioni.

I pilastri di valore della nostra iniziativa sono:

- Utilizzo al 100% energia rinnovabile nelle nostre strutture
- Veicoli per la consegna a ZERO emissioni di CO2
- Calcolo e compensazione dell'impatto di CO2 delle singole spedizioni
- Realizzazione di progetti di riforestazione in diverse parti del mondo.

GLS infine, si fa carico di sostenere economicamente parte della compensazione chiedendo ai propri clienti di condividere tale impegno, che nel dettaglio sarà di 2 centesimi per kilogrammo.

NOTE METODOLOGICHE

La presente Relazione d’Impatto, riferita al periodo 2024, è stata redatta con il supporto di un consulente esterno secondo i principali standard internazionali di rendicontazione della sostenibilità, in particolare i GRI Standards (Global Reporting Initiative), e gli standard europei ESRS (European Sustainability Reporting Standards), inclusi ESRS E1 (Ambiente), ESRS S1 (Lavoro e Diritti Umani) e ESRS G1 (Governance). Questi framework sono stati scelti per garantire un'accurata e completa comunicazione delle performance ambientali, sociali e di governance (ESG), rispondendo così alle esigenze di trasparenza e responsabilità verso gli stakeholder.

Il documento è stato approvato dalla figura nominata dall’azienda come Responsabile della Sostenibilità e dagli organi di controllo, con una valutazione specifica sulla completezza e coerenza dei temi materiali individuati attraverso il processo di analisi di materialità, che ha coinvolto stakeholder interni ed esterni.

Il perimetro di rendicontazione si riferisce esclusivamente alla singola entità giuridica dell’azienda (o, se applicabile, a un gruppo di società come specificato nel documento) e copre tutte le attività, le sedi operative e gli impatti diretti connessi alla gestione dell’organizzazione nel periodo considerato.

La redazione della Relazione d’Impatto è avvenuta su base volontaria, come strumento di responsabilità e trasparenza verso gli stakeholder, e non costituisce una Dichiarazione Non Finanziaria ai sensi del D. Lgs. n. 254/2016 o altra normativa equivalente.

Il presente documento, salvo diversa dichiarazione, non è stato oggetto di verifica, revisione o certificazione da parte di enti terzi indipendenti.

TABELLE DI RICONCILIAZIONE

Le seguenti tabelle mettono in relazione, in base al contenuto, i punti degli standard GRI (2023) con gli standard ESRS e i relativi strumenti di autovalutazione della Buona Impresa, utilizzati per la costruzione dei questionari su cui si basa la presente relazione

ENVIRONMENTAL

 Tabella di riconciliazione GRI - SABI BUONA IMPRESA					
GRI Standards			Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa		
			SEZIONE	DIMENSIONE	ELEMENTO
301-1	ESRS E5	E5-4: 31 (a)	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Materie prime
301-2	ESRS E5	E5-4: 31 (c)	Prodotto	Contributo alla società	Prodotti e servizi sostenibili
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Materie prime
301-3	Minimum Disclosure requirments	Politiche, azioni, obiettivi	Prodotto	Contributo alla società	Prodotti e servizi sostenibili
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Materie prime
302-1	ESRS E1	E1-5: 37, 38, AR 32 (a), (c), (e) and (f)	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Consumi energetici
302-2	Minimum Disclosure requirments	Politiche, azioni, obiettivi	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Consumi energetici
302-3	ESRS E1	E1-5: 40 to 42	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Consumi energetici
302-4	Minimum Disclosure requirments	E1: Politiche, azioni, obiettivi	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Consumi energetici
302-5	Minimum Disclosure requirments	E1: Politiche, azioni, obiettivi	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Consumi energetici
			Prodotto	Contributo alla società	Prodotti e servizi sostenibili
303-1	ESRS 2 ESRS E3	SBM-3 48 (a); MDR-T, 80 (f); E3: 8 (a); AR 15 (a); E3-2: 15, AR 20	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Acqua e scarichi idrici
303-2	ESRS E2	E2-3: 24	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Acqua e scarichi idrici
303-3	Minimum Disclosure requirments	E3: Politiche, azioni, obiettivi	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Acqua e scarichi idrici
303-4	Minimum Disclosure requirments	E3: Politiche, azioni, obiettivi	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Acqua e scarichi idrici
303-5	ESRS E3	E3-4: 28 (a), (b), (d) and (e)	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Acqua e scarichi idrici
304-1	ESRS E4	E4:16 (a) i; 19 (a); E4-5: 35	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Ecosistema e Biodiversità
304-2	ESRS E4	E4-5: 35, 38, 39, 40 (a) and (c)	Prodotto	Contributo alla società	Prodotti e servizi sostenibili
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Ecosistema e Biodiversità
304-3	ESRS E4	E4-3: 28 (b) and AR 20 (e);	Prodotto	Contributo alla società	Prodotti e servizi sostenibili
		E4-4: AR 26 (a)	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Ecosistema e Biodiversità

ENVIRONMENTAL

304-4	ESRS E4	E4-5: 40 (d) i	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Ecosistema e Biodiversità
305-1	ESRS E1	E1-4: 34 (c); E1-6: 44 (a); 46; 50; AR 25 (b) and (c); AR 39 (a) to (d); AR 40; AR 43 (c) to (d)	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Emissioni
305-2	ESRS E1	E1-4: 34 (c); E1-6: 44(b); 46; 49; 50; AR 25 (b) and (c); AR 39 (a) to (d); AR 40; AR 45 (a), (c), (d), and (f)	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Emissioni
305-3	ESRS E1	E1-4: 34 (c); E1-6: 44 (c); 51; AR 25 (b) and (c); AR 39 (a) to (d); §AR 46 (a) (i) to (k)	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Emissioni
305-4	ESRS E1	E1-6: 53; 54; AR 39 (c); AR 53 (a)	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Emissioni
305-5	ESRS E1	E1-3: 29 (b); E1-4: 34 c); AR 25 (b) and (c); E1-7: 56	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Emissioni
305-6	Minimum Disclosure requirements	E2: Politiche, azioni, obiettivi	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Emissioni
305-7	ESRS E2	E2-4: 28 (a); 30 (b) and (c); 31; AR 21; AR 26	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Emissioni
306-1	ESRS 2 ESRS E5	SBM-3: 48 (a), (c) ii and iv; E5-4: 30	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Rifiuti
306-2	ESRS E5	E5-2: 17 and 20 (e) and (f); E5-5: 40 and AR 33 (c)	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Rifiuti
306-3	ESRS E5	E5-5: 37 (a), 38 to 40	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Rifiuti
306-4	ESRS E5	E5-5: 37 (b), 38 and 40	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Rifiuti
306-5	ESRS 1	73	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Rifiuti
307-1			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Rifiuti
308-1	ESRS G1	G1-2: 15 (b)	Prodotto	Contributo alla società	Prodotti e servizi sostenibili
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Supply Chain - valutazione ambientale
308-2	ESRS 2	SBM-3: 48 (c) i and iv	Prodotto	Contributo alla società	Prodotti e servizi sostenibili
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Supply Chain - valutazione ambientale

SOCIAL



Tabella di riconciliazione GRI - SABI

GRI Standards			Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa		
			SEZIONE	DIMENSIONE	ELEMENTO
401-1	ESRS S1	S1-6: 50 (c)	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
			Lavoro	Sostenibilità del modello organizzativo	Coesione con i lavoratori
			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
401-2	ESRS S1	S1-11: 74; 75; AR 75	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Welfare aziendale e benefit
			Valore Economico	Condivisione del valore economico	Condivisione con i lavoratori
401-3	ESRS S1	S1-15: 93	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Welfare aziendale e benefit
402-1	Minimum Disclosure requirements	S1: Politiche, azioni, obiettivi	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
403-1	ESRS S1	S1-1: 23	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
403-2	ESRS S1	S1-3: 32 (b) and 33	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
403-3			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
403-4			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
403-5			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
403-6	Minimum Disclosure requirements	S1: Politiche, azioni, obiettivi	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
403-7	ESRS S2	S2-4: 32 (a)	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
403-8	ESRS S1	S1-14: 88 (a); 90	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
403-9	ESRS S1	S1-4: 38 (a); S1-14: 88 (b) and (c); AR 82	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
403-10	ESRS S1	S1-4: 38 (a); S1-14: 88 (b) and (d); 89; AR 82	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
404-1	ESRS S1	S1-13: 83 (b) and 84	Lavoro	Sviluppo e partecipazione	Formazione e sviluppo professionale
404-2	ESRS S1	S1-1: AR 17 (h)	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
			Lavoro	Sviluppo e partecipazione	Formazione e sviluppo professionale
404-3			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Chiarezza organizzativa
	ESRS S1	S1-13: 83 (a) and 84	Lavoro	Sviluppo e partecipazione	Formazione e sviluppo professionale
405-1			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
	ESRS 2	GOV-1: 21 (d);	Lavoro	Realizzazione professionale	Valorizzazione delle differenze e inclusione
	ESRS S1	S1-6: 50 (a); S1-9: 66 (a) to (b); S1-12: 79	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diversità e Non discriminazione

**BUONA
IMPRESA**

SOCIAL

	ESRS S1	S1-16: 97 and 98	Lavoro	Realizzazione professionale	Valorizzazione delle differenze e inclusione
405-2			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diversità e Non discriminazione
			Lavoro	Realizzazione professionale	Valorizzazione delle differenze e inclusione
406-1	ESRS S1	S1-17: 97, 103 (a), AR 103	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diversità e Non discriminazione
407-1	Minimum Disclosure requirments	S1&S2: Politiche, azioni, obiettivi	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Qualità dei rapporti con i fornitori
			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Qualità dei rapporti con i fornitori
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diritti Umani e del lavoro
			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Qualità dei rapporti con i fornitori
409-1	ESRS S1 ESRS S2	14 (f); S1-1: 22 11 (b); S2-1: 18	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diritti Umani e del lavoro
			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
410-1	Minimum Disclosure requirments	S3: Politiche, azioni, obiettivi	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diritti Umani e del lavoro
411-1	ESRS S3	S3-1: 16 (c), AR 12; S3-4 30, 32 (b), 33 (b), 36	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diritti Umani e del lavoro
			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Welfare aziendale e benefit
412-1			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diritti Umani e del lavoro
			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
412-2			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diritti Umani e del lavoro
412-3			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diritti Umani e del lavoro
413-1	ESRS S3	S3-2: 19; S3-3: 25; S3-4: AR 34 (c)	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Comunità Locali
413-2	ESRS 2 ESRS S3	SBM-3 48 (c); 9 (a) i and (b)	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Comunità Locali
			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Qualità dei rapporti con i fornitori
414-1	ESRS G1	G1-2: 15 (b)	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Supply Chain - valutazione sociale
414-2	ESRS 2	SBM-3: 48 (c) i and iv	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Supply Chain - valutazione sociale
			Prodotto	Contributo alla società	Prodotti e servizi sostenibili
416-1	Minimum Disclosure requirments	S4: Politiche, azioni, obiettivi	Prodotto	Qualità dell'offerta	Sicurezza e tutela del cliente
			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza dei clienti
			Prodotto	Qualità dell'offerta	Sicurezza e tutela del cliente
416-2	ESRS S4	S4-4: 35	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza dei clienti
			Prodotto	Qualità dell'offerta	Sicurezza e tutela del cliente
417-1			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza dei clienti
			Prodotto	Qualità dell'offerta	Sicurezza e tutela del cliente
417-2			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza dei clienti
			Prodotto	Qualità dell'offerta	Sicurezza e tutela del cliente
417-3			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza dei clienti
418-1			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza dei clienti
419-1			Valore Economico	Condivisione del valore economico	Remunerazione dei servizi pubblici

GOVERNANCE

GRI Tabella di riconciliazione GRI - SABI BUONA IMPRESA					
GRI Standards	ESRS	ESRS DATA POINT	Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa		
			SEZIONE	DIMENSIONE	ELEMENTO
2-6	ESRS 2	SBM-1: 40 (a) i to (a) ii, (b) to (c), 42	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
2-7	ESRS 2 ESRS S1	SBM-1: 40 (a) iii; S1-6: 50 (a) to (b) and (d) to (e), 51 to 52	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
2-28	Minimum Disclosure requirements	G1: Politiche, azioni, obiettivi	Valore Economico	Condivisione del valore economico	Filantropia
			Governance	Visione e impegno	Cogenza impegno
2-23	ESRS 2 ESRS G1	GOV-4; MDR-P 65 (b) to (c) and (f); G1-1: 7 and AR 1 (b)	Governance	Visione e impegno	Orientamento di Fondo
2-9	ESRS 2 ESRS G1	GOV-1 §21, §22 (a), §23; 5 (b)	Governance	processi e strumenti	Processi gestionali
2-13	ESRS 2 ESRS G1	GOV-1: 22 (c) i; GOV-2: 26 (a); G1-3: 18 (c)	Governance	processi e strumenti	Processi gestionali
2-12	ESRS 2 ESRS G1	GOV-1: 22 (c); GOV-2: 26 (a) to (b); SBM-2: 45 (d); 5 (a)	Governance	processi e strumenti	Processi e strumenti di condivisione con gli stakeholder
2-9	ESRS 2 ESRS G1	GOV-1: 21, 22 (a), 23; 5 (b)	Governance	processi e strumenti	Processi gestionali
2-10	not covered		Governance	processi e strumenti	Processi gestionali
2-15	not covered		Governance	processi e strumenti	Processi etici
2-12	ESRS 2 ESRS G1	GOV-1: 22 (c); GOV-2: 26 (a) to (b); SBM-2: 45 (d); 5 (a)	Governance	processi e strumenti	Processi gestionali
2-12			Governance	processi e strumenti	processi e strumenti di sostenibilità
2-12			Governance	processi e strumenti	Processi gestionali
2-19	ESRS 2 ESRS E1	GOV-3: 29 (a) to (c); 13	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
2-20	ESRS 2	GOV-3: 29 (e)	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
2-20			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
2-21	ESRS S1	S1-16: 97 (b) to (c)	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro

GOVERNANCE

2-30	ESRS S1	S1-8: 60 (a) and 61	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
2-29	ESRS 2 ESRS S1 ESRS S2 ESRS S3 ESRS S4	SMB-2: 45 (a) i to (a) iv; S1-1: 20 (b); S1-2 25, 27 (e) and 28; S2-1: 17 (b); S2-2: 20, 22 (e) and 23; S3-1: 16 (b); S3-2: 19, 21 (d) and 22; S4-1: 16 (b); S4-2: 18, 20 (d) and 21	Governance	processi e strumenti	processi e strumenti di sostenibilità
3-2			Governance	processi e strumenti	processi e strumenti di sostenibilità
201-1			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
201-1			Valore Economico	Creazione di valore economico	Fatturato
201-2	ESRS 2 SBM-3	48 (a), (d) to (e);			
	ESRS E1	ESRS 2 SBM-3: 18; E1-3 26; E1-9 64	Valore Economico	Condizioni di sostenibilità economico finanziaria	Solidità patrimoniale
201-3			Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
201-4			Valore Economico	Condizioni di sostenibilità economico finanziaria	Indipendenza
202-1	ESRS S1	S1-10: 67-71; <u>AR 72-73</u>	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
202-2	Minimum Disclosure requirements	Politiche, azioni, obiettivi	Lavoro	Realizzazione professionale	Valorizzazione delle differenze e inclusion
203-1	Minimum Disclosure requirements	Politiche, azioni, obiettivi	Valore Economico	Condivisione del valore economico	Reinvestimento degli utili
204-1			Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Comunità Locali
205-1	ESRS G1	G1-3, AR 5	Governance	processi e strumenti	Processi etici
205-2	ESRS G1	G1-3: 20, 21 (b) and (c) and AR 7-8	Valore Economico	Condivisione del valore economico	Remunerazione dei servizi pubblici
207-1	ESRS 1	73	Valore Economico	Condivisione del valore economico	Remunerazione dei servizi pubblici
207-2	not covered		Valore Economico	Condivisione del valore economico	Remunerazione dei servizi pubblici
207-3	not covered		Valore Economico	Condivisione del valore economico	Remunerazione dei servizi pubblici
207-4			Valore Economico	Condivisione del valore economico	Remunerazione dei servizi pubblici

DESCRIZIONE ELEMENTI BUONA IMPRESA

Parametro	Elemento	Descrizione
CONTRIBUTO ALLA SOCIETÀ	CONTRIBUTO AL BENESSERE DEL PIANETA	Realizzare in modo strutturale, attraverso l'offerta di beni e servizi, un impatto positivo nel breve e nel lungo periodo, sulla qualità della vita del cliente (o, indirettamente, sul benessere della società).
	CULTURA	contribuire alla crescita culturale del settore di riferimento, e in generale della società, attraverso la condivisione di informazioni e saperi.
	ACCESSIBILITÀ E INCLUSIVITÀ	favorire l'accessibilità del prodotto a categorie con minore accesso alla sua fruizione, in termini di prezzo, distribuzione, informazioni fornite, etc.
	INNOVAZIONE DI PRODOTTO	Puntare sull'innovazione continua nell'ottica del miglioramento del servizio alle persone e alla società.
QUALITÀ DELL'OFFERTA	QUALITÀ DEL PRODOTTO	Offrire un prodotto/servizio che risponda ai bisogni del cliente e soddisfi le finalità per le quali è stato acquistato.
	QUALITÀ DELLA RELAZIONE CON I CLIENTI	Prendersi cura del cliente affiancando alla qualità del prodotto/servizio anche una relazione caratterizzata da cordialità, disponibilità, fiducia reciproca.
SOSTENIBILITÀ DELL'OFFERTA	FIDELIZZAZIONE DEI CLIENTI	Creare con i clienti una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa, in grado di garantire il successo dell'impresa attraverso l'acquisizione di quote di mercato (ritorno di breve periodo) e l'apprezzamento del brand

ELEMENTI BUONA IMPRESA LAVORO

Parametro	Elemento	Descrizione
IMPEGNO CONTRATTUALE E WELFARE	CREAZIONE E REMUNERAZIONE DEL LAVORO	creare lavoro a condizioni eque e trasparenti, correttamente retribuito e contrattualizzato, in modo congruo rispetto al settore, lo stadio di vita dell'azienda e le aspettative dei lavoratori (dipendenti, collaboratori, imprenditore stesso).
	QUALITÀ DEI RAPPORTI CON I FORNITORI	garantire ai fornitori condizioni contrattuali soddisfacenti, ricercando equità e correttezza lungo la filiera.
	SICUREZZA SUL POSTO DI LAVORO	Offrire un ambiente di lavoro sicuro, accogliente, pulito e curato. Garantire i massimi livelli di sicurezza possibili, adeguandosi alle normative esistenti.
	WELFARE AZIENDALE E BENEFIT	Prevedere misure volte a migliorare la vita privata e lavorativa dei collaboratori, e la conciliazione tra le due.
	PROSPETTIVE E TUTELA DEI LAVORATORI	Trasferire ai lavoratori un senso di sicurezza rispetto al loro lavoro e alla solidità dell'impresa, compatibilmente con lo stadio di vita dell'azienda. Prevedere, in fase di start up, in momenti di crisi aziendale o in situazioni di emergenza socio-economica, la massima trasparenza possibile e l'adozione di misure cautelative.
SOSTENIBILITÀ DEL MODELLO ORGANIZZATIVO	COESIONE CON I LAVORATORI	Creare con i lavoratori una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa, in modo da favorire il successo dell'impresa attraverso l'efficacia del lavoro svolto (ritorno di breve periodo) e la piena adesione al progetto dell'impresa (lungo periodo).

ELEMENTI BUONA IMPRESA LAVORO

SVILUPPO E PARTECIPAZIONE	CHIAREZZA ORGANIZZATIVA	Trasmettere alle persone il senso del loro ruolo all'interno del sistema azienda, definendo e comunicando con chiarezza e trasparenza ruoli, processi, scelte, obiettivi (sia individuali che aziendali) e le altre informazioni aziendali rilevanti.
	VALORIZZAZIONE DELLE DIFFERENZE E INCLUSIONE	Offrire un ambiente inclusivo in grado di favorire la piena espressione di ciascuna persona nella propria unicità e diversità, garantendo a tutti spazi di partecipazione di qualità che ne valorizzino il contributo al risultato comune.
	SOSTEGNO ALL'INDOTTO	Rafforzare l'indotto, con particolare riferimento alle imprese di piccole dimensioni, attraverso la condivisione di competenze, la formazione, la creazione di strumenti economico-finanziari, etc.
	COERENZA RUOLO-PERSONA	Curare la coerenza tra il ruolo e le competenze, attitudini e aspirazioni delle persone, in modo da favorire la loro realizzazione professionale.
	FORMAZIONE E SVILUPPO PROFESSIONALE	Fornire alle persone occasioni di sviluppo, pianificando e condividendo percorsi volti a sviluppare competenze e capacità, attraverso la formazione e l'esperienza qualificata.
	RELAZIONI E COLLABORAZIONE	Stimolare tra le persone collaborazione, solidarietà, spirito di squadra, valorizzando complementarità, confronto e dialogo sia tra pari che tra capo e collaboratori.
	VALORIZZAZIONE DELLE DIFFERENZE E INCLUSIONE	Garantire condizioni inclusive che favoriscano la piena espressione di ciascuna persona nella propria unicità e diversità; favorire l'accesso al lavoro e la qualità della partecipazione anche da parte di categorie che affrontano particolari difficoltà sul mercato del lavoro (giovani, donne, categorie fragili, etc..).
	RICONOSCIMENTO	Riconoscere il contributo del lavoro dei singoli, valorizzando impegno e risultati ottenuti, in modo da favorire soddisfazione, motivazione e partecipazione al progetto.

ELEMENTI BUONA IMPRESA GOVERNANCE

Parametro	Elemento	Descrizione
PROCESSI STRATEGICI	PROCESSI ETICI	Dotarsi di processi che presidino l'etica e la trasparenza. Quali strumenti, processi e pratiche sono stati adottati in termini di etica e trasparenza?
	PROCESSI E STRUMENTI DI SOSTENIBILITÀ	Dotarsi di strumenti, processi e pratiche che presidino la Sostenibilità Sociale e Ambientale. Quali strumenti, processi e pratiche sono stati adottati in termini di presidio della Sostenibilità Sociale e Ambientale?
	PROCESSI E STRUMENTI DI CONDIVISIONE CON GLI STAKEHOLDER	Dotarsi di strumenti, processi e pratiche che garantiscano un buon coinvolgimento degli stakeholder. Quali strumenti, processi e pratiche sono stati adottati ai fini del coinvolgimento degli stakeholder?
VISIONE E ORIENTAMENTO DI FONDO	ORIENTAMENTO DI FONDO	Perseguire allo stesso tempo la prosperità dell'impresa e lo sviluppo della società. Come si pone l'impresa rispetto al proprio ruolo sociale?
	COGENZA IMPEGNO	Assumere formalmente l'impegno a svolgere il proprio ruolo sociale. Quanto è vincolante l'impegno in questo senso?
	SINTONIA SULL'ORIENTAMENTO	Contare su un buon livello di adesione da parte dei vertici e della compagine sociale riguardo a visione, scopo e impegno dell'impresa. L'impresa può contare su un buon livello di adesione da parte dei vertici riguardo a visione, scopo e impegno dell'impresa?

ELEMENTI BUONA IMPRESA VALORE ECONOMICO

Parametro	Elemento	Descrizione
EQUA RIPARTIZIONE VALORE GENERATO	CONDIVISIONE CON I LAVORATORI	Curare la coerenza tra i risultati economici dell'azienda e il valore economico generato per i lavoratori.
	REMUNERAZIONE DEL CAPITALE DI RISCHIO	Creare valore economico per i soci attraverso la distribuzione di dividendi e l'aumento di valore delle quote.
	FILANTROPIA	Eventuale destinazione di una parte del valore prodotto dall'azienda a investimenti per comunità, sotto qualunque forma.
EQUILIBRIO REDDITUALE	FATTURATO	Accrescere la dimensione economica del business.
	REDDITIVITÀ	Produrre un risultato economico (EBIT- ante imposte) positivo, consistente e coerente con dimensioni e stadio di vita dell'impresa.
	POLITICHE DI PREZZO AL CLIENTE	Adottare politiche di prezzo orientate alla creazione di un margine equo per l'azienda.
SOSTENIBILITA' ECONOMICA	FIDUCIA DEGLI INVESTITORI	Creare con gli azionisti una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa, in grado di garantire il successo dell'impresa nel lungo periodo, anche attraverso l'esercizio del capitale paziente.
	INVESTIMENTI	Elaborare strategie di investimento adeguate a sostenere lo sviluppo futuro del business (es. Ricerca e sviluppo, macchinari e impianti, tecnologie, etc.).