

## Accessi smart

È stato sperimentato presso una delle sedi del Gruppo un servizio di **"Self Check-in"** disponibile tramite app che consente di **gestire gli accessi** esterni in maniera più rapida **attraverso** l'adozione di un **processo totalmente digitale**: i dipendenti hanno la possibilità di fornire in anticipo le informazioni di Protezione Dati e Politica di Accesso al palazzo; all'arrivo degli ospiti, ad essi sarà chiesto unicamente di inserire la loro *e-mail* su un dispositivo digitale e i dipendenti riceveranno una notifica del loro

arrivo via *e-mail* e via *sms*. L'obiettivo è quello di estendere il servizio in tutte le sedi aziendali.

## Nota spese digitale

È stata sperimentata una soluzione innovativa per la **compilazione delle note spese** da parte dei dipendenti **tramite mobile**, con l'obiettivo di semplificare il processo di compilazione e invio in approvazione delle note spese e dematerializzare i giustificativi consentendo l'eliminazione del cartaceo. Il progetto sarà presto esteso a tutto il Gruppo.

## Gestione dell'ecosistema

Per favorire l'innovazione e rimanere al passo con l'evolversi del mercato, un'azienda deve mantenere un forte contatto con l'ecosistema circostante, attraverso la partecipazione a *network* e iniziative che coinvolgono *start up*, centri di ricerca, università e grandi imprese. A2A partecipa a:

### Enel Innovation Hub

A2A ha aderito all'*Enel Innovation Hub*, al fine di svolgere attività di *scouting* nei diversi *Innovation Hub* del mondo (San Francisco, Boston, Tel Aviv, Madrid, Mosca). Attraverso sessioni pre-calendariizzate è possibile conoscere le *start up* dell'ambito di interesse. Il momento del *bootcamp* (2 giornate) permetterà una conoscenza reciproca tra A2A e le *start up* selezionate, nonché l'esplorazione di eventuali spazi di collaborazione.

### Elis Open Italy

A2A ha aderito al programma *Open Italy*, un'alleanza di grandi imprese italiane nata per raccogliere e supportare il potenziale innovativo di *start up*, PMI innovative, centri di ricerca, *spin-off* universitari e giovani talenti. In particolare, il programma è finalizzato a raccogliere le esigenze di innovazione delle imprese e a individuare *start up* in grado di soddisfarle, in un'ottica di potenziali future collaborazioni.

### Futureland

A2A ha partecipato come *partner* a *Futureland*, l'evento *tech* di Talent Garden dedicato alle tecnologie emergenti. Hanno partecipato *speaker* di rilievo internazionale ed esperti di innovazione per esplorare le tecnologie che stanno rivoluzionando il mondo del *business*: *blockchain*, intelligenza artificiale e tecnologie *immersive*.

## CYBERSECURITY

Al fine di implementare i processi e le infrastrutture di sicurezza all'interno del Gruppo, è stata creata un'unità organizzativa dedicata alla *cybersecurity*.

Le attività svolte si declinano principalmente nel:

- definire le politiche, i processi e gli standard di sicurezza informatica da applicare all'interno del Gruppo e le misure di sicurezza da adottare durante le fasi di progettazione ed erogazione dei servizi ICT;
- rilevare potenziali debolezze di sicurezza che, se sfruttate, consentirebbero di ottenere l'accesso alle informazioni del Gruppo A2A, e valutarne i rischi informatici connessi, identificando ed attuando le opportune azioni di mitigazione (*Vulnerability Assessment* e *Penetration Test* sulle infrastrutture e sulle applicazioni critiche);
- analizzare i privilegi di accesso associati ai sistemi/applicativi del Gruppo A2A per accertare che tali modalità siano ancora basate su una specifica necessità, garantendo così lo svolgimento delle mansioni sulla base del principio del minimo privilegio, e nel rispetto delle politiche e dei processi aziendali;
- progettare ed implementare le infrastrutture per la tutela della sicurezza delle informazioni aziendali, come sistemi *anti-malware* sulle postazioni di lavoro e sulle reti;
- effettuare attività di monitoraggio, tramite analisi proattive di sistemi e tecnologie di sicurezza informatica (*IPS*, *Firewall*, *Server* ecc.), con l'obiettivo di individuare tempestivamente tentativi di intrusione, di attacco o di abuso dei sistemi provenienti da internet e dalla intranet.

Nel 2017 è stato predisposto un servizio di monitoraggio di sicurezza e di gestione degli incidenti, con l'obiettivo di identificare, analizzare, valutare azioni di risposta e contenimento degli incidenti. Si segnala inoltre, che nel 2018 non si sono verificati incidenti tali da compromettere il *business* aziendale, né tali da causare furti di informazioni sui dati dei clienti.

Lettera agli  
stakeholder

Nota  
metodologica

1  
Il Gruppo A2A  
e il suo modello  
di business

2  
Governance

3  
Strategia di  
sostenibilità

4  
Stakeholder  
engagement  
e Analisi di  
materialità

5  
Capitale  
Finanziario

6  
Capitale  
Manifatturiero

7  
Capitale  
Naturale

8  
Capitale  
Umano

9  
Capitale  
Intellettuale  
A2A  
per le Smart City  
Smart Grid  
Ricerca e Sviluppo  
per l'Economia  
Circolare

Knowledge  
Spillover

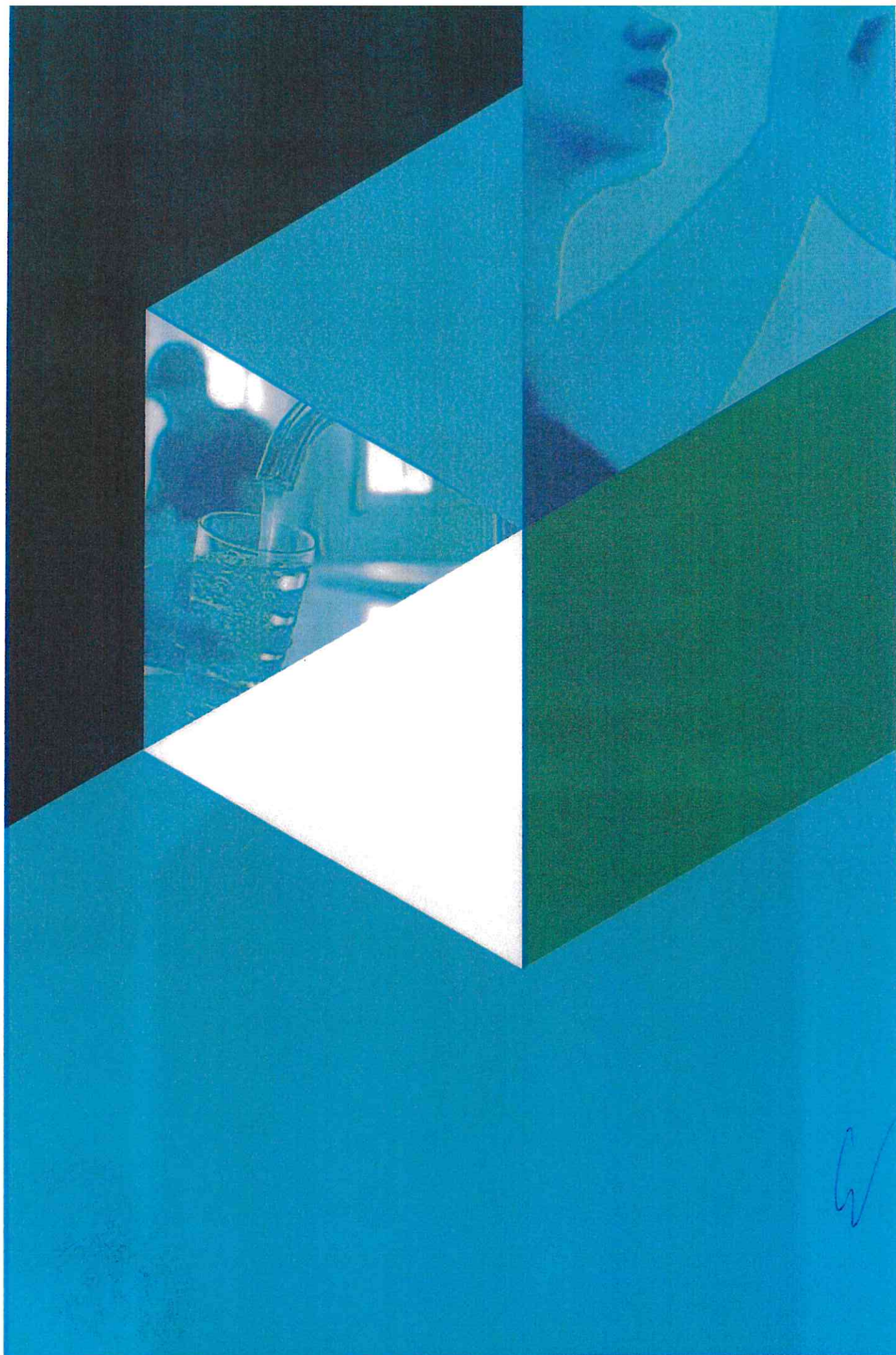
10  
Capitale  
Relazionale

Relazione  
della Società  
di Revisione

GRI  
Content  
Index









# 10 Capitale Relazionale *Clienti*



## INPUT

**Nuove campagne commerciali**  
per i clienti energia volte alla vendita di prodotti  
e servizi per l'efficienza energetica ed offerte  
energia 100% rinnovabile

**Protocollo di intesa per la**  
realizzazione e gestione della rete  
di ricarica per auto elettriche a  
Bergamo e Cremona

Avviata l'offerta "Casa  
calda anche di notte"  
per il teleriscaldamento

Realizzata la Carta  
dei servizi per l'igiene  
ambientale a Brescia

Nuovi progetti per  
efficientamento  
energetico verso terzi

Aggiudicate 9 gare  
dell'illuminazione  
pubblica

Capitale  
Finanziario

Capitale  
Manifatturiero

Capitale  
Naturale

Capitale  
Umano

Capitale  
Intellettuale

Capitale  
Relazionale

## SERVIZI E PROCESSI A2A



1,1 milioni di  
clienti **elettricità**

1,2 milioni di  
clienti **gas**

194.362 utenti  
**acquedotto**

25.681 utenti  
**teleriscaldamento**

433 mila adesioni  
a **Bollett@mail**

3,4 milioni di abitanti serviti  
per l'igiene ambientale

3.096 domande di adesione  
al **Bonus Idrico**

**A2A Calore e Servizi partner** del  
primo smart district di Milano per  
la rete del teleriscaldamento

Tutti i servizi di raccolta rifiuti Amsa  
e Aprica con un **indice di gradimento**  
pari o superiore al 7

## OUTCOME





## RESPONSABILITÀ E SICUREZZA NELLA FORNITURA DI SERVIZI E PRODOTTI

*Sicurezza e affidabilità nell'erogazione dei servizi e sviluppo di piani di gestione delle emergenze volti a prevenire e/o mitigare potenziali fattori esterni che potrebbero compromettere la continuità dei servizi.*

FATTORI DI RISCHIO PER LA SOSTENIBILITÀ	FATTORI DI OPPORTUNITÀ PER LA SOSTENIBILITÀ	MODALITÀ DI GESTIONE (MA)	AZIONI 2018	AZIONE DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ
<p>Possibili interruzioni dei servizi di pubblica utilità.</p> <p>Mancata e/o scorretta gestione delle relazioni con i clienti/utenti.</p> <p>Mancata protezione dei dati personali dei clienti.</p>	<p>Politica di promozione del brand del Gruppo.</p> <p>Elevato livello di gradimento delle Società del Gruppo sul territorio, che storicamente erogano i propri prodotti e servizi con elevati standard di qualità.</p>	<p>Sviluppo di iniziative specifiche di monitoraggio dei processi di erogazione dei servizi.</p> <p>Adozione di appositi piani di aggiornamento e miglioramento dei sistemi informativi a supporto delle relazioni con i clienti (CRM).</p> <p>Sviluppo e aggiornamento continuo dei sistemi informativi e di archiviazione dei dati, sensibili attraverso l'adozione di meccanismi di difesa e protezione delle infrastrutture ICT.</p> <p>Gestione efficiente delle infrastrutture a rete, al fine di prevenire eventuali disservizi o guasti e garantire l'affidabilità nell'esercizio grazie anche ad investimenti di innovazione, attività di manutenzione preventiva e ad una gestione attenta delle squadre di pronto intervento per far fronte a situazioni di emergenza.</p>	<p>Corso di formazione per conciliatori del Servizio Idrico Integrato e del Teleriscaldamento.</p> <p>Monitoraggio del pronto intervento e degli standard ARERA delle reti di distribuzione.</p> <p>App Inforeti, per ricevere informazioni sui cantieri Unareti.</p> <p>Ottimi risultati dall'indagine qualità call center ARERA.</p>	<p><b>SMARTNESS NELLE RETI E NEI SERVIZI</b> - Smart Grid</p>

## QUALITÀ E INNOVAZIONE NELLA FORNITURA DI SERVIZI E PRODOTTI

*Promozione di un'elevata qualità dei servizi e della capacità di rispondere alle aspettative dei clienti attraverso corrette prassi di comunicazione e marketing (compresa la protezione dei dati personali) e tramite nuovi servizi digital.*

FATTORI DI RISCHIO PER LA SOSTENIBILITÀ	FATTORI DI OPPORTUNITÀ PER LA SOSTENIBILITÀ	MODALITÀ DI GESTIONE (MA)	AZIONI 2018	AZIONE DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ
<p>Bassa qualità dei servizi erogati.</p> <p>Possibilità di pratiche commerciali scorrette, attuate direttamente dal Gruppo o da terzi.</p> <p>Perdita di quote di mercato.</p>	<p>Politica di promozione del brand del Gruppo.</p> <p>Elevato livello di gradimento delle Società del Gruppo sul territorio, che storicamente erogano i propri prodotti e servizi con elevati standard di qualità.</p>	<p>Osservanza degli standard di settore e sviluppo continuo dei servizi grazie ad apposite iniziative di <i>Customer Satisfaction</i>.</p> <p>Coinvolgimento e confronto con le associazioni dei consumatori volto a prevenire e denunciare truffe a danno dei consumatori.</p> <p>Adozione di strumenti contrattuali e controlli periodici volti a garantire la correttezza delle pratiche commerciali.</p>	<p>Nuove offerte energia e canali di contatto: PERFETTA2A e SPAZIO A2A.</p> <p>Nuova offerta teleriscaldamento "Casa calda anche di notte".</p> <p>Nuovo servizio "Chiedi il rimborso" di A2A Energia.</p> <p>Indagini CS: Linea Green, A2A Energia, APRICA e AMSA.</p>	<p><b>SMARTNESS NELLE RETI E NEI SERVIZI</b> - Qualità - Digital</p>

### 10.1.1 Relazione con i clienti della BU Mercato

Dal 1° gennaio 2018 è divenuta pienamente operativa la **Business Unit Mercato**, con la *mission* di essere protagonista nell'interpretare le esigenze energetiche di famiglie, imprese e città, attraverso la realizzazione di soluzioni efficaci, innovative e sostenibili, assicurando i più elevati standard di qualità nella vendita e nell'assistenza ai clienti. La BU Mercato opera su tutto il territorio nazionale con un portafoglio di offerte per tutti i segmenti di clienti che spazia dalle forniture di energia elettrica e gas naturale, a prodotti e soluzioni per l'efficienza energetica, l'*e-mobility*, l'illuminazione pubblica e le TLC.



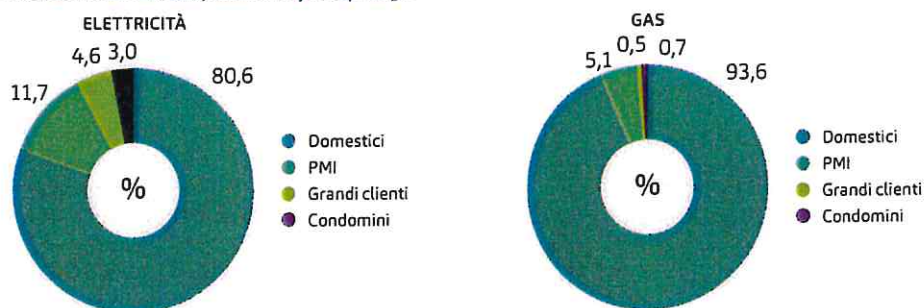
## RELAZIONE CON I CLIENTI DEL SERVIZIO VENDITA ELETTRICITÀ E GAS

Le società di vendita di elettricità e gas del Gruppo sono A2A Energia e LineaPiù.

Nel 2018<sup>4</sup> il numero di clienti totali del servizio vendita elettricità è incrementato del 4%, mentre per il settore gas l'andamento ha subito un lieve calo del 4%.

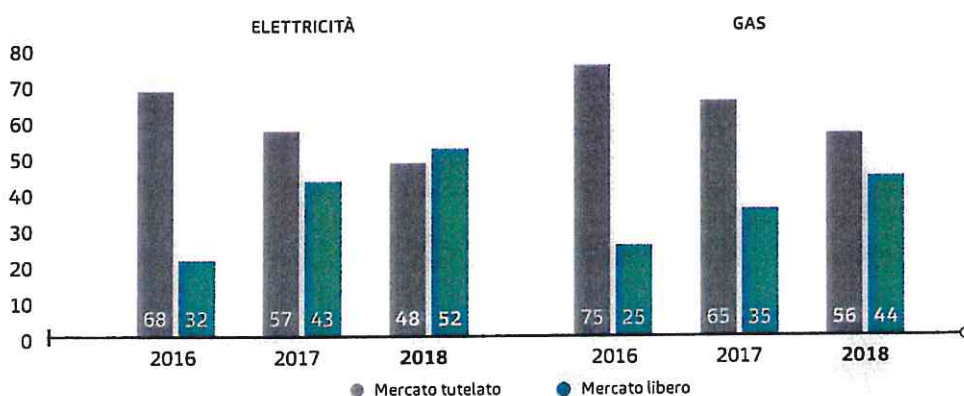
In continuità con lo scorso anno, si è registrato un incremento sul segmento grandi clienti elettricità pari al 10%, determinando un sensibile aumento dell'elettricità venduta (+28,2%) che per il 2018 si è attestata a 10.630 GWh.

Figura 42\_Numero di clienti, suddivisi per tipologia



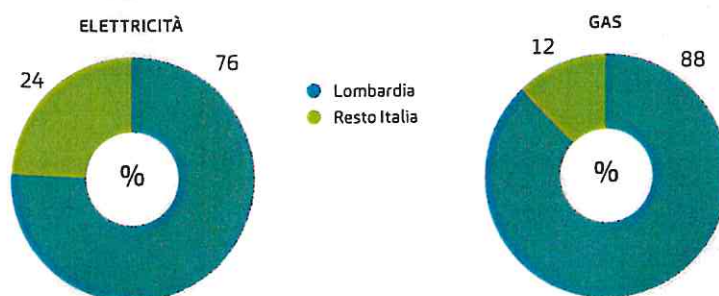
Per entrambe le *commodity* si registra un rilevante incremento dei clienti verso il servizio a mercato libero (+24% per l'elettricità e +20% per il gas) e la costante decrescita dei contratti attivi nel mercato tutelato (-11% per l'elettricità e -17% per il gas), prossimo alla cessazione con termine per il 1 luglio 2020, come previsto dalla Legge 108 del 21 settembre 2018.

Figura 43\_Numero di contratti di fornitura elettricità per tipologia di mercato (%)



La BU Mercato promuove i propri servizi e prodotti su tutto il territorio nazionale proseguendo nella politica di crescita al di fuori dei territori storici. In continuità con gli anni precedenti, anche per il 2018 si registra un aumento di due punti percentuali della quota di elettricità e gas venduti nel resto d'Italia.

Figura 44\_Ripartizione geografica dei volumi venduti



4. Nel 2018 è avvenuta la scissione parziale di A2A Energia a favore di ACSM-AGAM del ramo d'azienda costituito dai clienti della provincia di Varese, pertanto i dati non includono, per tutto il 2018, questo asset.

Lettera agli stakeholder

Nota metodologica

1 Il Gruppo A2A e il suo modello di business

2 Governance

3 Strategia di sostenibilità

4 Stakeholder engagement e Analisi di materialità

5 Capitale Finanziario

6 Capitale Manifatturiero

7 Capitale Naturale

8 Capitale Umano

9 Capitale Intellettuale

10 Capitale Relazionale

Relazione con i Clienti

Relazione con la Comunità

Relazione con i Fornitori

Relazione della Società di Revisione

GRI Content Index





Nuovi prodotti e servizi per un consumo energetico più responsabile e sostenibile

Il mercato dell'energia *retail* è sempre più orientato verso la proposizione di offerte che soddisfino al meglio le esigenze dei clienti, comprendendo prodotti e servizi complementari alla vendita di energia. A questa necessità si accompagna la volontà del Gruppo di promuovere un utilizzo responsabile dell'energia attraverso la promozione di soluzioni ad alta efficienza energetica. Tra le principali proposte del 2018:

- **Caldaia2a**, l'offerta che prevede la vendita di caldaie ad alta efficienza energetica per i clienti domestici del mercato libero, estesa nel 2018 anche ai clienti del segmento *small business*. La proposta commerciale oltre all'installazione della caldaia comprende anche un pacchetto di servizi pensati per soddisfare le esigenze dei clienti. Nel corso dell'anno sono state vendute 167 caldaie (il dato comprende anche l'offerta di Linea Più proposta con le stesse modalità sopra riportate);

➤ Per maggiori informazioni è possibile consultare il sito <http://caldaia.a2aenergia.eu/>

- **Clima2a**, la proposta di condizionatori *smart*, in *partnership* con Samsung ed Innova, che prevede una soluzione "chiavi in mano" dall'installazione al finanziamento del prodotto. Nel corso dell'anno sono state finalizzate 536 vendite clima per un totale di 837 *split* installati, comprensive della medesima offerta proposta da LineaPiù;

➤ Per maggiori informazioni è possibile consultare il sito <http://clima2a.a2aenergia.eu/>

- **Solare A2A e Più Fotovoltaico**, offerte che prevedono l'installazione presso la propria abitazione di un impianto fotovoltaico, garantendo al cliente non solo l'assistenza post-vendita, ma anche la completa gestione delle pratiche amministrative verso tutti gli enti preposti;

➤ Per maggiori informazioni è possibile consultare i siti <http://www.linea-piu.it/offerte/fotovoltaico/piu-fotovoltaico> e <https://casa.a2aenergia.eu/solarea2a>

- **Casa Sicura**, è un pacchetto di servizi di assistenza e manutenzione della caldaia o dei guasti degli elettrodomestici, proposti ai clienti di A2A Energia del mercato libero con possibilità di pagamento rateizzato in bolletta.

➤ Per maggiori informazioni è possibile consultare il sito <https://casa.a2aenergia.eu/casasicura>

## Energia Verde Certificata da fonti rinnovabili

A conferma dell'impegno del Gruppo per un consumo di energia sempre più sostenibile, l'intero portafoglio di offerte per il segmento residenziale è composto, dal 2018, al 100% da prodotti con energia verde certificata. Nel corso dell'anno sono stati venduti **2.229 GWh** di energia verde, con un incremento per A2A Energia del 58% rispetto all'anno precedente, ed un contributo di Linea Più pari a 214 GWh. Nel corso del 2018 sono stati attivati numerosi accordi con i clienti del segmento *business*, a cui si deve il maggior contributo alla crescita rispetto all'anno precedente, per la vendita di prodotti ad energia rinnovabile. Le offerte che promuovono energia verde sono identificate dal marchio registrato "ENERGIA A2A Rinnovabile 100%" che garantisce il rispetto dell'ambiente.

Figura 45\_Energia verde venduta e suddivisione per segmento di mercato

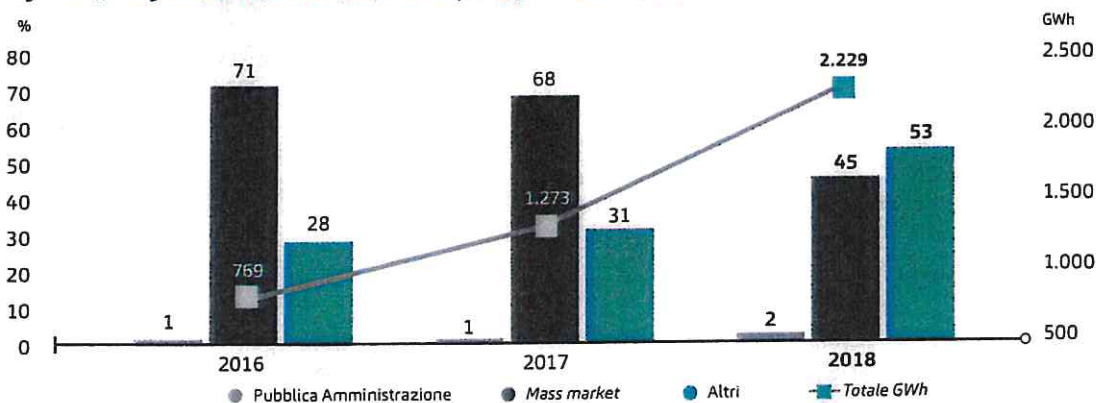


Figura 46\_Distribuzione energia verde mass market per segmento - A2A Energia





### Programma *Loyalty*

**EnergyLink** è il programma vantaggi di A2A Energia e Linea Più grazie al quale i clienti hanno la possibilità di usufruire di sconti o premi esclusivi come ad esempio buoni fornitura di energia elettrica e gas o *voucher* da utilizzare nel tempo libero. Obiettivo del programma è la fidelizzazione del cliente basata su dinamiche di engagement volte principalmente alla promozione di comportamenti virtuosi e sostenibili attraverso una interazione con il cliente completamente "digitale".

➤ Per maggiori informazioni è possibile consultare il sito <https://energylink.a2aenergia>

### Canali di contatto e servizi innovativi

A2A Energia soddisfa le esigenze dei propri clienti offrendo un servizio di ascolto completo e multicanale, attraverso sportelli fisici, nuovi store SpazioA2A, *call center*, canali *social* (pagina *facebook*) ed il servizio di *call-back* disponibile sul sito *internet*. I canali di contatto di A2A Energia propongono al cliente servizi innovativi e *digital*.

Per migliorare l'interazione online dei clienti in tutte le fasi, nel corso del 2018 è stato reso disponibile il nuovo servizio "**Chiedi il rimborso**" che permette di ottenere un rimborso anche per i clienti non domiciliati presso una banca. L'iniziativa permette un migliore monitoraggio dei pagamenti (tracciatura tempestiva ed a basso rischio di frode) e una maggiore coerenza con le nuove abitudini d'uso del denaro, con conseguente minore emissione di assegni. L'attivazione del servizio, sin dai primi mesi, ha mostrato ottimi risultati sia in termini di utilizzo che di soddisfazione dei clienti.

Figura 47\_Numero di contratti elettricità e gas con il servizio **Bollett@mail** e **Bolletta Express**

	2016	2017	2018
A2A Energia	289.613	325.580	<b>367.018</b>
LineaPiù*	-	47.231	<b>66.315</b>
Totale	289.613	331.985	<b>433.333</b>
Incremento %	16,5%	14,6%	<b>30,5%</b>

\* Il dato 2017 di LineaPiù è stato modificato per allinearlo alla metodologia utilizzata da A2A Energia.

Nel 2018 gli **sportelli commerciali** di A2A Energia e Linea Più hanno accolto oltre 246.000 visitatori con un tempo di attesa medio di 06:18 minuti per quelli di A2A Energia e 09:51 minuti per Linea Più.

Nel 2018 A2A Energia ha emesso circa 12,2 milioni di **bollette**, di cui il 20% in formato elettronico. Il servizio **Bollett@mail** e **Bolletta Express** di Linea Più contano 433 mila adesioni (+31% rispetto all'anno precedente).

A2A Energia promuove **Bolletta Free**, il servizio interattivo disponibile in Area Clienti che permette di interagire con la bolletta da qualsiasi dispositivo (*pc*, *tablet* e *smartphone*).

Sempre attivo l'utilizzo della **PEC per i clienti business**, che consente di dare continuità al progetto di digitalizzazione delle comunicazioni di sollecito di pagamento, ottimizzando i tempi e l'efficienza del contatto col il cliente. L'utilizzo del servizio permette di eliminare i costi legati alla produzione/stampa/postalizzazione di analoghi solleciti in forma cartacea; tale beneficio è stato trasferito al cliente con l'eliminazione delle spese di sollecito normalmente previste.

Consolidato inoltre l'utilizzo della **Raccomandata con giacenza digitale**, lanciato nel 2017. Il prodotto permette ai destinatari di scaricare via web le raccomandate in giacenza. Un modo sostenibile e veloce per rendere più efficace la comunicazione verso i clienti offrendo loro la possibilità di poter scegliere la modalità di ritiro della corrispondenza.

I clienti, per il pagamento delle bollette, possono scegliere tra le diverse modalità quella che soddisfa meglio le loro esigenze: la domiciliazione bancaria SEPA che è il metodo più utilizzato (oltre 58% del totale dei pagamenti) seguito da bollettini postali premarcati, bonifici, ricevitorie Sisal e Lottomatica, sportelli commerciali e carta di credito.

Lettera agli stakeholder

Nota metodologica

1 Il Gruppo A2A e il suo modello di business

2 Governance

3 Strategia di sostenibilità

4 Stakeholder engagement e Analisi di materialità

5 Capitale Finanziario

6 Capitale Manifatturiero

7 Capitale Naturale

8 Capitale Umano

9 Capitale Intellettuale

10 Capitale Relazionale

Relazione con i Clienti

Relazione con la Comunità

Relazione con i Fornitori

Relazione della Società di Revisione

GRI Content Index





## A2A ENERGIA ANCORA PIÙ VICINA AI PROPRI CLIENTI

A2A Energia arriva nelle strade di Milano, Brescia e altri comuni della provincia con 5 store "Spazio A2A" e una rete di oltre 100 consulenti commerciali che hanno interagito nel corso del 2018, con oltre 200.000 clienti.

Nasce così un canale di contatto tutto nuovo che ruota intorno ad una diversa esperienza di interazione tra A2A Energia e i clienti: "Spazio A2A" è infatti un piccolo universo cittadino proprio dietro l'angolo di casa, dove un team di consulenti commerciali specializzati è pronto ad accogliere i clienti e il personale tecnico di A2A Energia è a completa disposizione per approfondire ogni necessità e proporre le

soluzioni più adatte alle specifiche esigenze di ogni cliente, che può ricevere tutte le informazioni sui cambiamenti in atto nel mercato energetico in vista della fine del mercato tutelato; scoprire le offerte del mercato libero e le soluzioni per l'efficienza energetica; ricevere assistenza sulle proprie forniture di elettricità e gas.

Gli "Spazio A2A" sono stati realizzati per poter essere sempre più vicini ai cittadini e per raggiungere il maggior numero di persone; cambiano posizione ogni 3 mesi per coprire in maniera capillare i territori dove principalmente opera il Gruppo A2A.

## PERFETTA2A

**PERFETTA2A** è l'offerta nata dal continuo confronto e dialogo con i propri clienti.

Il percorso è iniziato con un'analisi di mercato svolta da un primario istituto di ricerca al fine di comprendere i bisogni dei clienti verso il mercato libero, i dubbi, i timori e le barriere che ne rallentano/ostacolano il passaggio per passare poi ad un vero momento di **co-creazione** con clienti e operatori della vendita.

È la prima offerta Elettricità e Gas a Mercato Libero di A2A Energia con un **prezzo bloccato per 3 anni** ad energia 100% green, che il cliente può personalizzare scegliendo, tra **5 pacchetti disponibili**, **i 3 che preferisce**:

- Fedeltà: prevede un bonus riconosciuto in bolletta al termine di ogni anno trascorso

come cliente di A2A Energia, anche in caso di rinnovo;

- Puntualità: prevede un bonus annuale riconosciuto in bolletta se rispettate le scadenze di pagamento;
- Assistenza: prevede un servizio *premium* di assistenza con numero verde dedicato e polizza assicurativa omaggio per i guasti domestici;
- Ambiente: pacchetto con il quale il cliente adotta a distanza un albero della foresta di A2A Energia (progetto realizzato in collaborazione con Treedom);
- Solidarietà: pacchetto con il quale A2A Energia dona 19 € al Banco dell'Energia Onlus per aiutare le persone in difficoltà.

### Numero verde anti-truffa

A2A è particolarmente impegnata nel garantire ai clienti un servizio improntato alla massima trasparenza e correttezza e ha adottato nel tempo, anche in collaborazione con le Associazioni dei Consumatori, diversi strumenti per semplificare le informazioni fornite ai clienti e regolamentare i comportamenti in modo chiaro: servizio di **conciliazione paritetica**, costituzione dell'**Osservatorio sulle pratiche commerciali scorrette** con l'applicazione del **Codice di Condotta Commerciale**, attivazione del **numero verde "anti-truffa"**, sottoscrizione del **Protocollo di autoregolazione**. Tali azioni sono sempre associate

ad una costante attività di formazione del personale di vendita e di servizio a diretto contatto con i clienti.

Nell'ambito della tutela dei consumatori, il **numero verde "anti-truffa" ha ricevuto 2.488 chiamate**, di cui 636 sono relative a pratiche commerciali scorrette effettuate da operatori noti, mentre 1.104 da aziende sconosciute. Le restanti si sono rivelate relative a richieste di informazioni di varia natura. Non sono state registrate segnalazioni di pratiche commerciali scorrette da parte di A2A Energia attraverso questi canali di contatto.



### Accessibilità dei servizi

Il Gruppo è da sempre vicino ai cittadini meno agiati per migliorare e mantenere l'accesso al servizio di fornitura di elettricità e gas attraverso diverse soluzioni.

A2A eroga il **bonus sociale**, come da disposizioni dell'ARERA, consentendo ai nuclei familiari che si trovano in particolari condizioni di svantaggio economico o nei quali uno dei membri sia affetto da un grave disagio fisico, di avere un risparmio sulla bolletta dell'energia. Il **bonus fisico** viene riconosciuto solo per le forniture di energia elettrica e l'importo varia sulla base della potenza del contatore e della fascia di consumo che stabilisce l'ASL.

Il 70% dei clienti di A2A Energia aventi diritto risiede nella fascia più bassa pari a 193 euro/anno, mentre il restante 30% è suddiviso nelle altre 5 fasce con una media di circa 420 euro/anno.

Figura 48\_Clienti A2A che hanno usufruito del bonus sociale\*

	2016	2017	2018
Bonus Gas	16.459	21.412	<b>24.577</b>
Bonus Elettricità	16.658	20.851	<b>24.394</b>
di cui bonus fisici		1.129	<b>1.961</b>

\* I dati 2016 e 2017 sono stati aggiornati al fine di allineare la metodologia tra le società LineaPiù e A2A Energia.

A2A Energia inoltre ha continuato a supportare il progetto Banco dell'Energia (vedi pag. 147), offrendo la possibilità ai propri clienti di sostenere l'iniziativa, mediante donazioni ricorrenti attraverso la bolletta, veicolando la comunicazione verso i propri clienti ed anche fornitori.

Sempre alta l'attenzione alle fasce maggiormente vulnerabili con il servizio di bolletta stampata in sovraimpressione "nero e braille"; opuscoli informativi in 7 lingue (italiano, inglese, francese, spagnolo, arabo, cinese, rumeno) per i clienti stranieri. Infine sportelli al pubblico con disponibili accessi agevolati e prioritari per clienti disabili, donne in gravidanza e anziani.

➤ Per maggiori informazioni è possibile consultare la sezione Info Point del sito [www.a2aenergia.eu](http://www.a2aenergia.eu)

### La soddisfazione dei clienti

A2A Energia monitora costantemente la soddisfazione dei propri clienti e la qualità dei servizi offerti al fine di acquisire sempre più consapevolezza delle necessità e dei requisiti attesi delle parti interessate, attraverso l'ascolto e la rilevazione della soddisfazione degli utenti stessi per individuare le aree di intervento in un'ottica di miglioramento continuo.

### Indagine Cerved

Come ormai da diversi anni, A2A Energia ha partecipato all'indagine di *Customer Satisfaction Multiclient* "Monitor Energia Cerved 2018" che permette di comparare in chiaro l'Indice di soddisfazione dei clienti (CSI) di A2A Energia con quello dei principali competitor. I risultati della rilevazione 2018 non sono stati ancora resi disponibili dall'Istituto di ricerca.

### Indagine sui clienti del mercato libero

Anche nel 2018 è stata svolta un'indagine quantitativa, in collaborazione con l'Istituto Doxa, con l'obiettivo di rilevare il livello di **soddisfazione dei clienti del mercato libero**. L'indagine ha interessato un campione di clienti residenziali e *small business* raccogliendo 2.803 interviste complessive tramite canale telefonico e web (sistema misto CATI/CAWI).

L'indagine ha confermato elevati livelli di soddisfazione per i clienti del mercato libero, rilevando un indice di soddisfazione pari a 76,5 (scala da 0 a 100) in crescita di 3 punti rispetto all'anno precedente. Tra i principali driver di soddisfazione si segnalano le modalità di sottoscrizione contrattuale e i canali di interazione. I clienti al di fuori dei territori storici in cui opera A2A Energia e i clienti "digitali" registrano l'incremento maggiormente significativo in termini di soddisfazione; i secondi sono anche quelli che risultano più interessati a prendere in considerazione A2A Energia come "fornitore unico multi-servizi".

Anche Linea Più svolge annualmente un'indagine di *Customer Satisfaction* realizzata attraverso interviste telefoniche.

Per l'indagine 2018 sono stati coinvolti 1.150 clienti (domestici e piccole imprese), distribuiti in maniera ponderata per territorio, segmento e tipo di fornitura attiva, per garantire la rappresentatività dei risultati complessivi ma anche l'affidabilità di quelli di dettaglio.

Inoltre, al fine di rilevare il livello di soddisfazione dei Clienti che usufruiscono dei canali di contatto di Linea Più, sono stati effettuati due *oversample* di 300 e 500 casi, rispettivamente per *call center* e numero verde.

La ricerca 2018 ha rilevato un buon livello di soddisfazione, con un CSI (*Customer Satisfaction Index*) pari a 73/100 (+1 rispetto al 2016). Piena soddisfazione per i canali di contatto: sportello (82/100) e numero verde (78/100).

Lettera agli stakeholder

Nota metodologica

1 Il Gruppo A2A e il suo modello di business

2 Governance

3 Strategia di sostenibilità

4 Stakeholder engagement e Analisi di materialità

5 Capitale Finanziario

6 Capitale Manifatturiero

7 Capitale Naturale

8 Capitale Umano

9 Capitale Intellettuale

10 Capitale Relazionale

Relazione con i Clienti

Relazione con la Comunità

Relazione con i Fornitori

Relazione della Società di Revisione

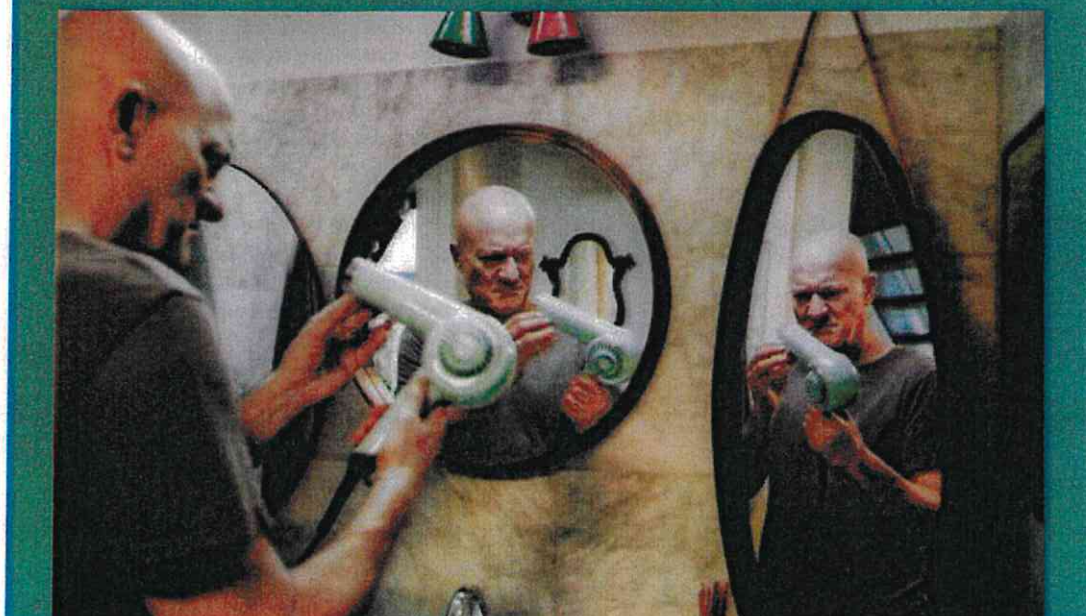
GRI Content Index



## CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE "ASCOLTA UN AMICO"

Nel 2018 A2A Energia per la prima volta ha scelto di raccontarsi attraverso un testimonial: **Claudio Bisio**. Il *claim* della campagna è stato **"Ascolta un amico"**, un messaggio che, sottolineando il concetto di amicizia, ribadisce il rapporto di fiducia che lega A2A Energia ai cittadini, la vicinanza alle persone e l'attenzione alle esigenze della clientela. La campagna nazionale è stata pianificata su diversi canali ad alto impatto e visibilità, nel dettaglio televisione, cinema, radio, stampa e *facebook*.

A seguito di un'indagine volta a verificarne le performance, la campagna di comunicazione è risultata efficace e performante sia nei "nuovi" territori sia nei territori storici in cui A2A Energia è da sempre presente: nei primi ha consentito di rafforzare la notorietà del *brand* ed è stata in grado di veicolare i contenuti chiave della comunicazione (rapporto di fiducia, vicinanza e attenzione alle esigenze dei propri clienti); nei secondi è riuscita ad avvicinare ulteriormente il *target* di riferimento e a consolidare il posizionamento di A2A Energia.



### Indagine Call Center

A2A Energia e Linea Più hanno ricevuto complessivamente, nel 2018, circa 1,3 milioni di chiamate al *call center*. Nel 2018 l'indagine svolta da ARERA semestralmente sulla qualità dei servizi telefonici percepita dai clienti finali, è diventata annuale. Il grado di soddisfazione dei clienti relativo al funzionamento del *call center* di A2A Energia è il migliore tra quelli registrati negli ultimi anni: si conferma superiore alla media nazionale di 5,8 punti percentuali. In particolare per i due aspetti di qualità più importanti (chiarezza e capacità di risolvere rapidamente il problema) il cui "peso" complessivo è superiore al 70%, A2A Energia ha ottenuto un punteggio molto elevato. Anche il grado di soddisfazione dei clienti relativo al funzionamento del *call center* di Linea Più risulta superiore alla media nazionale di 1,7 punti percentuali.

Figura 49\_Soddisfazione dei clienti sul funzionamento dei *call center*

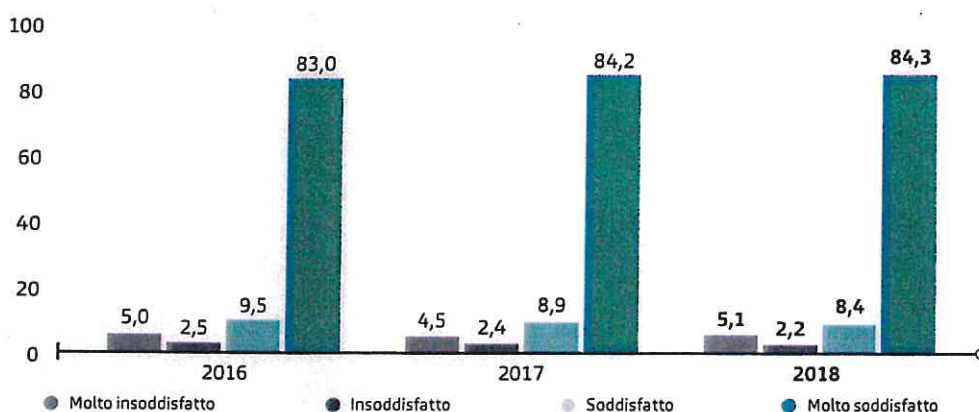
	1° SEMESTRE 2016	2° SEMESTRE 2016	1° SEMESTRE 2017	2° SEMESTRE 2017	2018
A2A Energia	97,1%	95,7%	95,7%	95,2%	<b>98,1%</b>
Linea Più	n.d.	94,5%	93,2%	90,5%	<b>94,0%</b>
Media Nazionale	<b>91,0%</b>	<b>92,4%</b>	<b>93,2%</b>	<b>91,7%</b>	<b>92,3%</b>



### Indagine di soddisfazione *after call*

L'indagine *after call* rileva il grado di soddisfazione dei clienti che utilizzano i servizi di *call center* al termine di una chiamata appena effettuata con gli operatori. Anche per il 2018 i risultati dell'indagine si sono confermati molto positivi per A2A Energia: il 92,7% dei clienti si dichiara essere soddisfatto o molto soddisfatto.

Figura 50\_Soddisfazione dei clienti al termine di una chiamata (percentuale sulle valutazioni registrate)



### Soddisfazione e qualità degli sportelli

Anche nel 2018 è stato rilevato il livello di gradimento del servizio agli sportelli di Bergamo, Brescia e Milano. Il 98% circa degli utenti ha dato un giudizio positivo. Il livello di soddisfazione, che nell'anno precedente risultava essere eccellente, registra un ulteriore incremento dell'1,5%.

Figura 51\_Soddisfazione dei clienti sul servizio reso agli sportelli

	2016	2017	2018
Positivi	95,90%	96,84%	98,30%
Negativi	4,10%	3,16%	1,70%

Anche nei nuovi store "Spazio A2A" i clienti possono rispondere ad una *survey* con l'obiettivo di rilevare la soddisfazione in relazione agli elementi dello store (gradimento generale, posizione, disposizione), all'esperienza (accoglienza, tempo di attesa) e al servizio ricevuto (competenza degli addetti, capacità di risoluzione, servizio in generale). Il 93% dei clienti valuta positivamente tutti gli aspetti oggetto della rilevazione.



Lettera agli stakeholder

Nota metodologica

1 Il Gruppo A2A e il suo modello di business

2 Governance

3 Strategia di sostenibilità

4 Stakeholder engagement e Analisi di materialità

5 Capitale Finanziario

6 Capitale Manifatturiero

7 Capitale Naturale

8 Capitale Umano

9 Capitale Intellettuale

10 Capitale Relazionale

Relazione con i Clienti

Relazione con la Comunità

Relazione con i Fornitori

Relazione della Società di Revisione

GRI Content Index





## EFFICIENZA ENERGETICA

A2A Energy Solutions è la società del Gruppo A2A, all'interno della BU Mercato, che si propone come fornitore di soluzioni energetiche per clienti *business*, condomini, pubblica amministrazione e cittadini, in termini di risparmio energetico, mobilità elettrica sostenibile e soluzioni IoT.

Un intervento significativo di A2A Energy Solutions realizzato nel 2018, è stata l'installazione di una **caldaia a biomassa** legnosa vergine in sostituzione della precedente a gasolio, presso lo stabilimento del Salumificio Bordon (Valtellina), utilizzata per la fornitura del calore necessario per l'attività produttiva del salumificio.

La realizzazione dell'impianto a biomassa legnosa altamente efficiente (rendimento del 90% della potenza di 850 kW) ha quindi permesso l'utilizzo di combustibile proveniente da fonte rinnovabile, a filiera corta, in alternativa all'utilizzo dei tradizionali combustibili fossili, con un risparmio di 250 tep annui.

Le attività previste dal contratto in capo ad A2A Energy Solutions riguardano: progettazione, realizzazione conduzione, manutenzione dell'impianto oltre alla fornitura del combustibile per tutta la durata del contratto (5 anni).

Il piano di sviluppo prevede di incrementare il fabbisogno di calore per il ciclo produttivo dagli attuali 1,8 GWh<sub>t</sub> a 3,3 GWh<sub>t</sub> in 4 anni (2019-2022).

A novembre 2018 è stata sostenuta con esito positivo la verifica di Ente terzo per rilascio di **nuova certificazione UNI CEI 11352 di Linea Green come ESCO**, in relazione ai contratti a garanzia di risultato (*Energy Performance Contracts* – EPC).

## PROGETTI PER EFFICIENTAMENTO ENERGETICO VERSO TERZI DI LINEA GREEN

Nel 2018 è entrato a regime il nuovo sistema di cogenerazione (motore endotermico a gas naturale da 70 kW<sub>e</sub> e 115 kW<sub>t</sub>) installato presso il centro sportivo natatorio "La Faustina" di Lodi.

Nel corso dell'anno è stato complessivamente registrato un risparmio di 52 tep, pari a 155 tonnellate di CO<sub>2</sub>, per un rendimento complessivo medio annuo dell'89%.

Inoltre, a seguito di contrattualizzazione con nuovi clienti, Linea Green ha proceduto alla progettazione ed all'installazione di 5 sistemi di monitoraggio dei consumi su altrettante realtà industriali energivore della provincia di Brescia, Cremona e Piacenza.

Nel corso del 2019 verranno monitorati i consumi per procedere alla redazione della Diagnosi Energetica secondo quanto previsto dal D.Lgs. 102/14.

Nel 2018 sono anche state redatte e completate 4 diagnosi energetiche per clienti del settore industriale e terziario individuando molteplici interventi di efficientamento energetico che verranno sviluppati nel corso del 2019.



## E-MOVING

Nel 2018 la controllata del Gruppo **A2A Energy Solutions** ha visto estendere i suoi servizi per la mobilità sostenibile in 3 importanti comuni della Lombardia: Bergamo, Cremona e Rovato.

In particolare, nella città di **Bergamo**, è stato firmato un protocollo d'intesa per la realizzazione e la successiva gestione per 8 anni di una rete di ricarica per i veicoli elettrici composta da 32 colonnine di cui: 8 colonnine *high power* (da 22 kW a 50 kW in corrente continua) e 24 colonnine *normal power* (fino a 22 kW in corrente alternata). Il primo anno, le ricariche dei veicoli effettuate su tutte le colonnine *e-moving* della città di Bergamo saranno gratuite tramite *app* per tutti gli utenti. Al termine del primo anno, i clienti occasionali potranno facilmente effettuare la ricarica tramite *smartphone* accedendo ai servizi bancari con credito virtuale, mentre gli utenti abituali potranno associare al loro profilo una carta di credito. La *app* permetterà anche di verificare lo stato della ricarica.

Per il **comune di Cremona** si prevede l'installazione e la gestione per 8 anni di 10 colonnine di ricarica, mentre con l'installazione di 3 colonnine, **Rovato** è divenuta una delle prime città non capoluogo di provincia ad entrare nel circuito *e-moving*. Per gli accordi con questi due comuni è stato rilevante il ruolo di Linea Più, che ha previsto un vero e proprio "pacchetto" dedicato all'iniziativa, per lo sviluppo della mobilità elettrica in questi territori, che consente di accedere ad una ampia rete di servizi: dal noleggio a lungo termine dell'auto a condizioni privilegiate, al *wallbox* per la ricarica a casa, fino alla tessera per ricaricare l'auto gratuitamente in tutte le colonnine del circuito. Le prime colonnine saranno installate nei primi mesi del 2019. Le infrastrutture permetteranno la ricarica in contemporanea di 2 veicoli elettrici e saranno collocate in postazioni strategiche per la mobilità cittadina.

Tutte le colonnine del circuito *e-moving*, sono alimentate con **energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili**, certificata dal marchio "Energia A2A Rinnovabile 100%".

Le nuove colonnine di Bergamo, Cremona e Rovato si aggiungono (oltre ai punti di ricarica dei quadricicli e del *carsharing* elettrico presenti a Milano) a quelle installate a **Milano, Brescia** ed in **Valtellina**, per un totale di 168 colonnine di cui 13 *fast charge*. Il servizio nel 2018 ha erogato **137.000 ricariche** per un totale di 1,3 GWh (4,5 TJ), corrispondenti a 8,4 milioni di km percorsi a zero emissioni, con un **risparmio di circa 1.000 tonnellate di CO<sub>2</sub>**.

Nel corso del 2018 il Gruppo bancario UBI ha aggiunto al proprio parco auto la nuova Renault ZOE, un'autovettura elettrica a zero emissioni dirette, in un progetto di mobilità sostenibile in collaborazione con A2A che ha fornito e installato il primo *wallbox* di ricarica.

In arco Piano, sono previsti investimenti per circa 30 milioni di euro sulla mobilità sostenibile.

## ILLUMINAZIONE PUBBLICA

Il 2018 ha visto l'entrata in vigore della direttiva europea 244/09, che mette al bando i "prodotti ad alto consumo energetico". In questa categoria di prodotti figurano le lampadine alogene. In tale ottica, molteplici sono le iniziative anche della Pubblica Amministrazione di razionalizzare l'uso dell'energia e di dare maggiore attenzione alla "sostenibilità ambientale", così come stabilito dalla "Energy Efficiency Directive" (2012/27/EU). Ulteriore impulso sarà fornito sia dalla maggiore applicazione dei Criteri Ambientali Minimi (CAM) nelle gare di appalto, sia dalla definizione di clausole di risparmio obbligatorio nei contratti di servizi energetici attivati dalla pubblica amministrazione, come ad esempio nell'illuminazione pubblica.

Per cogliere appieno questa opportunità, nel 2018 è stata siglata una partnership tra A2A Illuminazione Pubblica e Varese Risorse per la partecipazione a gare per la gestione degli impianti d'illuminazione pubblica nei territori comunali, vedendo le due realtà coinvolte mettere in campo il loro *know-how*, l'esperienza e la vocazione all'innovazione a servizio della città.

Nel 2018 le gare aggiudicate hanno riguardato i comuni di Garbagnate Milanese, Nova Milanese, Cornaredo, Pero, Melzo, Cantello, Cesate, Crevoladossola e Messina.

Le gare, il cui valore complessivo è di circa 77 milioni di euro, con contratti di durata dai 6 ai 20 anni, prevedono l'installazione di oltre 48 mila punti luce a LED, gestite anche da remoto tramite telecontrollo, interventi di miglioramento dei pali, la realizzazione di nuove linee elettriche e la riqualificazione dei quadri elettrici esistenti.

Oltre al risparmio energetico, la trasformazione a LED dell'illuminazione di questi Comuni consentirà una riduzione di migliaia di tonnellate di CO<sub>2</sub> riversate in atmosfera, ed ulteriori benefici ambientali legati alla minor consumo di RAEE.

Lettera agli stakeholder

Nota metodologica

1 Il Gruppo A2A e il suo modello di business

2 Governance

3 Strategia di sostenibilità

4 Stakeholder engagement e Analisi di materialità

5 Capitale Finanziario

6 Capitale Manifatturiero

7 Capitale Naturale

8 Capitale Umano

9 Capitale Intellettuale

10 Capitale Relazionale

Relazione con i Clienti

Relazione con la Comunità

Relazione con i Fornitori

Relazione della Società di Revisione

GRI Content Index





## 10.1.2 Relazione con i clienti del servizio di teleriscaldamento

Il Gruppo è attivo nella produzione, distribuzione e vendita di calore nelle città di Milano, Sesto San Giovanni (Mi), Novate (Mi), Cassano d'Adda (Mi), Brescia, Bovezzo (Bs), Concesio (Bs), Bergamo tramite la società A2A Calore & Servizi e nelle città di Lodi, Cremona, Crema (Cr) e Rho (Mi) tramite la società Linea Green.

Il servizio è attualmente erogato a circa 25.700 utenze (singole unità abitative nel caso di riscaldamento autonomo o interi stabili nel caso di riscaldamento centralizzato), per una volumetria servita di circa 111,4 milioni di metri cubi (+1% rispetto al 2017).

Figura 52\_Volumetria servita dalla rete di teleriscaldamento (Mm³)

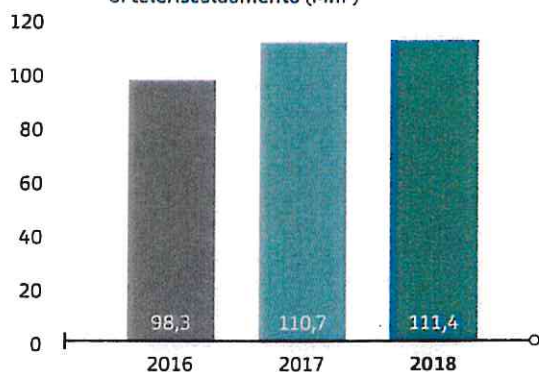
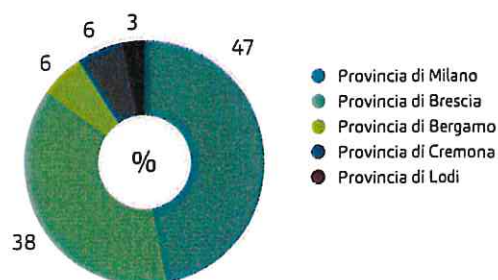


Figura 53\_Distribuzione geografica della volumetria servita dal teleriscaldamento (%)



Per favorire lo sviluppo del servizio di teleriscaldamento, A2A Calore e Servizi nel 2018 ha proposto l'offerta **"Casa calda anche di notte"** che prevede oltre all'azzeramento del contributo di allaccio e a un incentivo per la rottamazione della vecchia caldaia, anche un'innovativa formula di prezzo bioraria.

Questa offerta permette di far funzionare gli impianti 24 ore al giorno, evitando il picco di richiesta mattutino conseguente allo spegnimento notturno, mantenendo il calore dell'appartamento costante, con un maggior *comfort* e un contenimento delle spese energetiche.

La campagna di lancio è stata accompagnata da una diffusa comunicazione, finalizzata a sensibilizzare i clienti ad un uso ottimale e consapevole dei propri impianti di riscaldamento. È stata svolta inoltre un'intensa formazione finalizzata a supportare gli operatori del settore indirizzandoli al buon uso di tecniche e metodi efficienti per una migliore gestione degli impianti alimentati da teleriscaldamento.

### UPTOWN. IL PRIMO SMART DISTRICT DI MILANO IN PARTNERSHIP CON A2A CALORE SERVIZI

Nell'area urbana di Cascina Merlati è nato da poco il primo *smart district* di Milano: *Uptown*. Un'area *green* sotto numerosi punti di vista: non solo contribuisce alla qualità dell'aria con i suoi 25 ettari di verde ma è anche il primo quartiere italiano totalmente *carbon free*. Infatti, grazie alla rete del teleriscaldamento di A2A Calore e Servizi questo distretto si autosostenta

dal punto di vista energetico e addirittura contribuisce alla riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> nella città.

Il servizio di teleriscaldamento sarà inoltre accessibile in tutto il quartiere di Cascina Merlati consentendo di sfruttare al meglio il calore recuperato dal Termovalorizzatore di Silla 2.

Un altro servizio gestito dalle società del Gruppo riguarda la razionalizzazione della gestione energetica degli immobili attraverso interventi di miglioramento dell'efficienza, quali la trasformazione a metano di centrali termiche alimentate con combustibili liquidi, la gestione calore di condomini e la gestione energetica di grandi complessi immobiliari e di pubbliche amministrazioni.

Nel 2018 il Gruppo ha effettuato, tramite le società specializzate, **28 trasformazioni** di impianti pari a 17.400 kW di potenza installata, rispettivamente 9.480 kW da A2A Calore & Servizi e 7.920 kW da Linea Green.

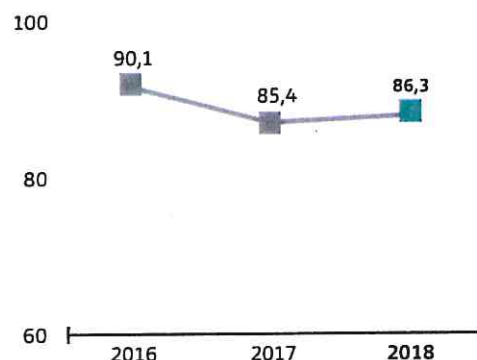


## Qualità dei servizi erogati e attenzione al cliente

Il Gruppo anche per il teleriscaldamento, è dotato di una **Carta della Qualità** che fissa i principi ed i criteri per la gestione del servizio, al fine di garantire la soddisfazione dei clienti.

➔ È possibile consultare la Carta dei servizi anche online:  
[http://www.a2acaloreservizi.eu/home/cms/a2acaloreservizi/societa/comunicazione/doc\\_pubblicazioni/carta\\_qualita.pdf](http://www.a2acaloreservizi.eu/home/cms/a2acaloreservizi/societa/comunicazione/doc_pubblicazioni/carta_qualita.pdf)

Figura 54\_Livello di soddisfazione dei clienti allacciati alla rete di teleriscaldamento di Cremona



da utenti singoli, il cui voto rilevato ha visto confermare un'elevata soddisfazione per il servizio, con un aumento rispetto all'anno precedente.

## Indagini di *customer satisfaction* Linea Green

Nell'ottobre del 2018 è stata condotta un'indagine, attraverso interviste telefoniche, su un campione di un terzo dei clienti allacciati alla rete di teleriscaldamento di Cremona, e su una quota di clienti di altri comuni tale da rendere consistente la lettura del dato anche per le altre città servite.

Per quanto riguarda la tipologia di utenza la maggioranza degli intervistati è costituita

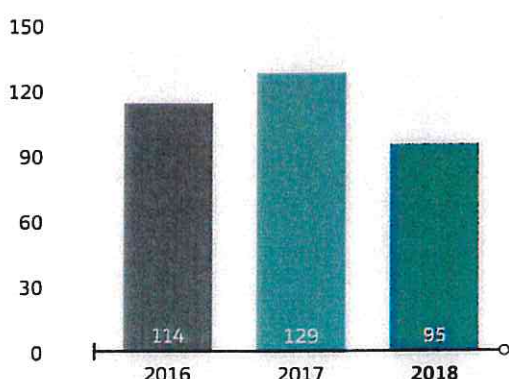
## 10.1.3 Relazione con i clienti del servizio idrico integrato

Attraverso le società A2A Ciclo Idrico e ASVT il Gruppo A2A gestisce i servizi del ciclo idrico integrato nei territori della provincia di Brescia.

Nel 2018 sono 194.362 gli utenti allacciati al servizio di acquedotto, 652.754 gli abitanti allacciati alla rete fognaria e 640.967 quelli serviti dal servizio di depurazione.

Il servizio di distribuzione di acqua potabile, nel 2018, non ha subito interruzioni, eccetto alcuni tratti messi fuori servizio per consentire la riparazione dei guasti accidentali.

Figura 55\_Comuni serviti Servizio idrico integrato



## Qualità dei servizi erogati e attenzione al cliente

Il Servizio Idrico Integrato è regolato dall'ARERA che monitora alcuni parametri, tra i quali quelli relativi agli obblighi del servizio telefonico di pronto intervento e al tempo di arrivo sul luogo di chiamata per le segnalazioni relative alla situazioni di pericolo, fissando degli standard generali di qualità contrattuale (Figura XX).

Figura 56\_Indicatori generali del servizio di pronto intervento

2018	STANDARD	A2A CICLO IDRICO		ASVT	
		CASI CHE RISPETTANO LO STANDARD	TEMPO MEDIO EFFETTIVO	CASI CHE RISPETTANO LO STANDARD	TEMPO MEDIO EFFETTIVO
Tempo di risposta alla chiamata di pronto intervento	≥120 secondi	92,8%	50,5 secondi	92,8%	50,5 secondi
Tempo di arrivo sul luogo di chiamata di pronto intervento	3 ore	92,9%	2 ore	99,9%	0,7 ore

Lettera agli stakeholder

Nota metodologica

1  
Il Gruppo A2A e il suo modello di business

2  
Governance

3  
Strategia di sostenibilità

4  
Stakeholder engagement e Analisi di materialità

5  
Capitale Finanziario

6  
Capitale Manifatturiero

7  
Capitale Naturale

8  
Capitale Umano

9  
Capitale Intellettuale

10  
Capitale Relazionale

Relazione con i Clienti

Relazione con la Comunità

Relazione con i Fornitori

Relazione della Società di Revisione

GRI  
Content  
Index





Il servizio telefonico di pronto intervento per segnalazione disservizi, irregolarità o interruzione nella fornitura è gratuito da rete fissa e mobile ed attivo 24 ore su 24 tutti i giorni dell'anno. Il servizio fornisce, qualora necessario, istruzioni sui comportamenti e i provvedimenti generali da adottare immediatamente per tutelare la propria e l'altrui incolumità, in attesa dell'arrivo sul luogo della squadra di pronto intervento.

Per comunicare con i cittadini il Gruppo mette a disposizione diversi canali, oltre a materiali informativi. Nel 2018 il servizio **call center** di A2A Ciclo Idrico ha evaso circa 94.205 mila chiamate, mantenendo ottimi livelli di qualità del servizio, con un tempo medio di attesa di 72 secondi, aumentato lievemente rispetto ai volumi di chiamate.

Nel 2018 presso gli sportelli di A2A Ciclo Idrico sono stati serviti circa 39.250 clienti (con un aumento del 27,5% rispetto al 2017), serviti mediamente in 15 minuti.

Dal 1 luglio 2018 è stato istituito il **bonus sociale idrico** o bonus acqua, una misura volta a ridurre la spesa per il servizio di acquedotto di una famiglia in condizione di disagio economico e sociale, attraverso l'erogazione di una componente compensativa *una tantum* per la fornitura di acqua.

Nel 2018 sono pervenute attraverso il portale 3.096 domande di adesione al Bonus. A2A Ciclo Idrico ha lanciato tale iniziativa dal dicembre 2016 su base volontaria, ed assunta in autonomia dalla società, ciò conferma l'attenzione del Gruppo per il territorio e per le fasce economicamente più deboli della popolazione.

Oltre agli aspetti relativi alla qualità e all'accesso al servizio, le società sono da sempre impegnate, in un'ottica di massima trasparenza, a mostrare come tutta l'acqua erogata dagli acquedotti di A2A Ciclo Idrico ed ASVT sia conforme ai limiti fissati dalla legge. Per questo motivo sono **disponibili online i valori dei principali indicatori di qualità dell'acqua** distribuita presso i vari punti di monitoraggio o case dell'acqua.

Proseguono le iniziative per sensibilizzare gli utenti verso modelli di comportamento e di consumo responsabile della risorsa idrica, tra tutti il **progetto Acquisicura**, l'offerta che prevede un contributo per le spese sostenute per lo spostamento del contatore idrico al confine tra la proprietà privata e la proprietà pubblica e un contributo per l'acquisto di un manometro oltre

alla possibilità di sottoscrivere una polizza assicurativa, che ha visto nel 2018 oltre 1.460 richieste di sgravio per dispersione idrica a valle del punto di consegna delle quali 1.008 già evase, per un totale di circa 1,5 milioni di euro rimborsati agli utenti. Le richieste di nuove adesioni alla polizza assicurativa sono state 745 e 142 utenti hanno beneficiato di questo servizio.

## "CORSO DI FORMAZIONE PER CONCILIATORI DEL SERVIZIO IDRICO INTEGRATO E DEL TELERISCALDAMENTO"

Nell'ambito del protocollo ADR con le associazioni consumatori, nel 2018 è stato organizzato, in collaborazione con *Consumers' Forum*, il "corso di formazione per negoziatori del Servizio Idrico Integrato e del Teleriscaldamento" dove è stato presentato ai mediatori l'inquadramento normativo e regolatorio dei due servizi.

Per il teleriscaldamento in particolare si è trattato di:

- disciplina contrattuale, di allacciamenti ed esercizio del diritto di recesso da parte dell'utenza;
- i reclami più ricorrenti nel teleriscaldamento;
- esperienze delle Associazioni dei consumatori;
- trasparenza e monitoraggio dei prezzi di fornitura del servizio;
- interventi in materia di sistemi di misura, di servizio di sub-fatturazione dei consumi e di separazione contabile (es. interventi di efficienza energetica D.Lgs.102/14).

Per il Servizio Idrico Integrato le tematiche presentate sono state:

- gli obiettivi di qualità tecnica della delibera n.917/17;
- le procedure ADR nel servizio idrico integrato;
- gli aspetti normativi, regolatori e modalità applicative del Bonus sociale idrico;
- approfondimento sulla Delibera 664/15 relativa al metodo tariffario del servizio.

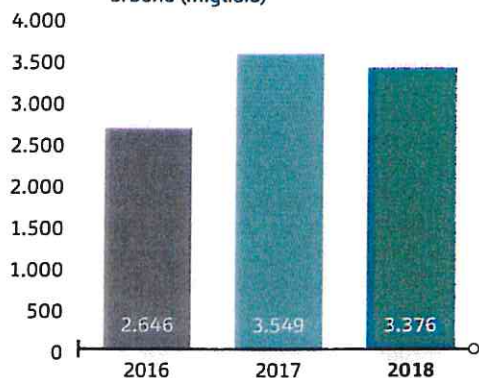
➤ Per maggiori informazioni sulla qualità dell'acqua e sui dati relativi alle concentrazioni dei parametri caratteristici dell'acqua distribuita consultare il supplemento al presente Bilancio oppure la sezione Qualità dell'Acqua dei siti A2A Ciclo Idrico e ASVT: <http://qualitaacqua.a2acicloidrico.eu/QualitaH2oWeb/> e <http://qualitaacqua.asvt-spa.it/QualitaH2oWeb/>



## 10.1.4 Relazione con i clienti del servizio di igiene urbana

Il Gruppo, tramite le Società Amsa, Aprica, Linea Gestioni e Rieco, gestisce i servizi di igiene urbana di 215 comuni della Lombardia per un totale di oltre 3,4 milioni di cittadini serviti, nelle province di Milano, Brescia, Bergamo, Como, Lodi, Lecco, Monza e Brianza, Mantova e Cremona.

Figura 57\_Numero totale utenti dei servizi di igiene urbana (migliaia)



Nel 2018, Aprica ha acquisito il servizio di igiene ambientale in nuovi comuni della provincia di Genova: Rapallo e Zoagli.

### Iniziative per la responsabilizzazione degli utenti e per raggiungere un'elevata RD

Giunti ad elevati livelli di raccolta differenziata, la capacità incrementale per innalzare ulteriormente il tasso di differenziata richiede l'implementazione di **iniziative sempre più capillari e puntuali** volte a raggiungere determinate attività della comunità o specifiche categorie di rifiuto. Di seguito si riportano alcune iniziative messe in campo dalle società del Gruppo nel 2018.

Nel 2018, durante le feste e le attività estive, circa **il 90% degli oratori di Brescia ha promosso, al proprio interno, la raccolta differenziata**. Aprica, in collaborazione con il Centro Oratori, ha cercato di diffondere la cultura della raccolta differenziata anche attraverso la consegna a ciascun oratorio di un kit formato da contenitori per la carta, l'organico, il vetro ed l'indifferenziato.

Al termine di ciascuna "Ecofesta" è stato anche effettuato il ritiro dell'olio vegetale usato (olio di frittura).

Gli oratori coinvolti nel progetto sono riusciti a raggiungere circa l'83% di raccolta differenziata (dato stimato).

Tra maggio e giugno presso i **mercati rionali di Brescia** hanno sostato gli Ecocar, mezzi mobili di APRICA che ritirano piccoli elettrodomestici e rifiuti pericolosi. Durante quelle occasioni gli operatori hanno provveduto anche a distribuire gratuitamente un sacco di compost di qualità da 20 litri, proveniente dall'impianto di A2A Ambiente a Bedizzole, come alternativa naturale ai concimi chimici. A ottobre, durante la fiera Ecomondo, è stato anche presentato il nuovo modello dell'Ecocar, progettato dal personale Aprica per facilitare e ridurre i tempi di lavoro degli operatori.

➔ Per sapere dove e quando trovare le sue postazioni possono essere consultati i Servizi di zona sull'App PULiamo.

Lettera agli stakeholder

Nota metodologica

1 Il Gruppo A2A e il suo modello di business

2 Governance

3 Strategia di sostenibilità

4 Stakeholder engagement e Analisi di materialità

5 Capitale Finanziario

6 Capitale Manifatturiero

7 Capitale Naturale

8 Capitale Umano

9 Capitale Intellettuale

10 Capitale Relazionale

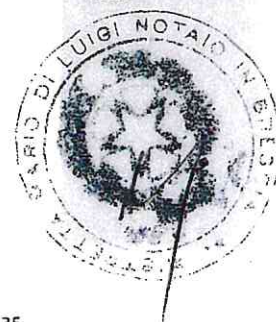
Relazione con i Clienti

Relazione con la Comunità

Relazione con i Fornitori

Relazione della Società di Revisione

GRI Content Index





Nel settembre 2018 AMSA, Assobioplastiche e Comieco hanno lanciato la **campagna di comunicazione "Hai detto umido?"** per scoprire e imparare a **differentiare correttamente i nuovi prodotti compostabili**.

Infatti, molti oggetti che oggi si trovano in commercio (bicchieri, stoviglie, sacchi per la spesa, ...) vengono realizzati con materiali compostabili, e possono essere quindi gettati nell'umido insieme agli scarti di cucina per essere trasformati in compost.

La campagna dedicata ai nuovi materiali compostabili è stata veicolata *online* e sul territorio attraverso l'Ufficio Mobile di Amsa, uno sportello itinerante presso cui è possibile richiedere informazioni, segnalare problematiche inerenti la raccolta, ricevere materiale informativo e prenotare il ritiro dei rifiuti ingombranti.

L'Ecoisola invece, è un'iniziativa nata da una collaborazione di AMSA con il consorzio Ecolight, e promossa dal Comune di Milano, che mira a raccogliere sul territorio cittadino i rifiuti da apparecchiature elettriche ed elettroniche e sorgenti luminose.

L'Ecoisola è un innovativo cassonetto interamente automatizzato: per utilizzarlo l'utente deve strisciare nell'apposita fessura la tessera sanitaria (Carta Regionale dei Servizi), quindi selezionare il tipo di rifiuto che intende conferire, inserendolo successivamente all'interno dello sportello dedicato che si aprirà automaticamente. Una volta pieni i contenitori interni, sarà la stessa macchina ad

avvisare gli operatori che interverranno per il suo svuotamento.

La sperimentazione, con l'installazione nel 2018 di 5 ecoisole in altrettanti Municipi di Milano, proseguirà fino a luglio 2019, con l'inserimento di altre 4 ecoisole nei restanti Municipi.

Sul territorio di Milano, attualmente sono presenti cinque riciclerie, siti per raccogliere rifiuti non conferibili con la raccolta "porta a porta". Oltre all'obiettivo di estendere la presenza sul territorio con la realizzazione di ulteriori altre cinque riciclerie (una ricicleria per ogni Municipio di Milano), è stata individuata un'area, con una superficie pari a circa 10.300 m<sup>2</sup>, che prevede al suo interno il primo centro di riuso. In quest'area i cittadini potranno portare oggetti usati di cui vogliono disfarsi, evitando perciò che diventino rifiuto e dando loro una "seconda vita" con altre persone che li riutilizzeranno.

La ricicleria sarà gestita da AMSA, mentre il centro di riuso sarà condotto da un gestore che sarà individuato con un bando dell'Amministrazione Comunale.

## Qualità dei servizi erogati e attenzione al cliente

Amsa e Aprica mantengono un rapporto diretto con il cittadino e il cliente attraverso diversi canali. Per quanto riguarda il servizio di *call center*, i livelli di *customer satisfaction* sono molto alti.

Figura 58\_Qualità del servizio di *call center*

	AMSA	APRICA
Accessibilità delle linee e del servizio (tempi di linea liberi rispetto ai tempi di presenza degli operatori)	100%	100%
Tempo medio di attesa al telefono (secondi)	47	45
Percentuale di chiamate andate a buon fine	97%	93%

Inoltre, come servizio di supporto e responsabilizzazione della clientela, tutte le società del Gruppo che si occupano di igiene ambientale hanno messo a disposizione dei cittadini un'applicazione dedicata alla raccolta differenziata. Per AMSA ed Aprica è possibile utilizzare l'applicazione **"PULlamo"**; per Linea Gestioni l'app **"rifiutiAMO"**: questi applicativi forniscono agli utenti indicazioni circa i giorni di raccolta dei rifiuti presso la propria abitazione e tutte le informazioni necessarie per una corretta raccolta differenziata, consentono di richiedere il ritiro dei rifiuti ingombranti, di segnalare situazioni anomale e di conoscere l'ubicazione delle piattaforme ecologiche.

I servizi offerti da Amsa, Aprica, Linea Gestioni (Gruppo LGH) sono regolati da un'apposita **Carta dei Servizi**, che descrive modalità, tempi e qualità dei servizi offerti ai cittadini nei comuni serviti.



## CARTA DELLA QUALITÀ DEI SERVIZI COMUNE DI BRESCIA

Tra le attività di Aprica, a completamento del progetto di modifica delle modalità di raccolta dei rifiuti, è stata realizzata la **Carta della Qualità dei Servizi** di igiene urbana di Brescia, un documento biennale che riassume le modalità di gestione dei servizi e gli standard di qualità definiti con l'amministrazione comunale di Brescia, che Aprica si impegna a rispettare attraverso il corretto svolgimento delle attività. Il documento è stato stampato a marzo 2018 in oltre 100.000 copie e spedito alle famiglie della città.

➤ Le Carte dei Servizi sono consultabili sui siti delle diverse società.

### Indagine di *customer satisfaction* relativa ai servizi AMSA

Come tutti gli anni, anche nel 2018 è stata effettuata un'indagine di *Customer Satisfaction* sui servizi che Amsa offre ai **cittadini**, gestita direttamente dal Comune di Milano, secondo quanto previsto dal vigente Contratto di servizio.

L'indagine è stata svolta con l'obiettivo di verificare il livello di soddisfazione dei residenti della città nei confronti dei servizi erogati e di identificare i punti di forza e le eventuali aree di intervento. Il questionario è stato somministrato telefonicamente a 5.500 cittadini residenti a Milano, di cui 500 stranieri.

Tutti i servizi hanno raggiunto un indice di gradimento superiore al 7. Particolarmente apprezzato il servizio di raccolta rifiuti (7,74). In sensibile crescita il servizio di pulizia e lavaggio di strade e marciapiedi, che passa da 7,29 nel 2017 a 7,56 nel 2018.

Molto alta la soddisfazione anche per tutti i canali di contatto (*app* 8, numero verde 7,9, sito internet 7,68, sportello 7,64) e il servizio di ritiro dei rifiuti ingombranti (7,88).

Annualmente viene indagata anche la soddisfazione degli **operatori commerciali** del comune di Milano. In questo caso sono state effettuate 200 interviste ai referenti di diversi settori di attività (servizi alberghieri, bar, ristoranti, commercio dettaglio/ingrosso e industrie/attività di produzione).

La soddisfazione globale per questo *target* in merito ai servizi offerti da Amsa è risultata pari a 7,5 (voto medio). Anche in questo caso molto alta la soddisfazione per i canali di contatto e in particolare per il numero verde (8,3 vs 7,3 nel 2017). 7,7 il voto medio di soddisfazione per il servizio raccolta rifiuti e 7 per la pulizia e lavaggio strade e marciapiedi.

Amsa ha indagato il livello di soddisfazione dei cittadini anche in 13 **comuni limitrofi** (Bresso, Buccinasco, Cesate, Cormano, Corsico, Novate Milanese, Paderno Dugnano, Pero, San Donato, Segrate, Settimo Milanese, Trezzano sul Naviglio, Pioltello) in cui l'azienda svolge la sua attività. In questo caso sono state svolte un totale di 1.760 interviste, dalle quali è emerso che il livello di soddisfazione globale dei cittadini è molto alto e oscilla tra 7,8 a 8,3. Il più soddisfatto è risultato essere il comune di Pero.

Lettera agli stakeholder

Nota metodologica

1  
Il Gruppo A2A e il suo modello di business

2  
Governance

3  
Strategia di sostenibilità

4  
Stakeholder engagement e Analisi di materialità

5  
Capitale Finanziario

6  
Capitale Manifatturiero

7  
Capitale Naturale

8  
Capitale Umano

9  
Capitale Intellettuale

10  
**Capitale Relazionale**

*Relazione con i Clienti*

*Relazione con la Comunità*

*Relazione con i Fornitori*

Relazione della Società di Revisione

GRI Content Index





### Indagine di soddisfazione Aprica nel Comune di Bergamo

Aprica biennialmente svolge un'indagine di *Customer Satisfaction* con l'obiettivo di sondare la soddisfazione del servizio offerto ai cittadini del comune di Bergamo. Per questa indagine sono state effettuate 1.000 interviste alle utenze domestiche e 300 alle utenze commerciali attraverso la metodologia CATI (*Computer Aided Telephone Interviewing*).

In generale, cresce la soddisfazione per tutti i servizi offerti, portando la valutazione globale da un voto medio di 7,77 nel 2016 a un 7,84 nel 2018.

Molto alta la valutazione sulle modalità di gestione dei rifiuti urbani, sia globale (8,29) sia sugli aspetti specifici. Gli intervistati sono particolarmente soddisfatti degli orari (8,20) e della frequenza di raccolta (8,08). Cresce anche la soddisfazione per la pulizia di strade e marciapiedi (7,44).

Elevata la soddisfazione anche per i canali di contatto tradizionali (numero verde 8,25, sportello 8,79, sito 8,03) mentre sono ancora poco utilizzati canali *social* e *l'app*.



### Indagine di soddisfazione Linea Gestioni nelle aree di Lodi, Crema, Cremona e in Franciacorta

Nel 2018 è stata condotta una *Customer Satisfaction Audit* per il servizio di **igiene ambientale** effettuato da Linea Gestioni nelle aree di Lodi, Crema, Cremona e in Franciacorta. Sono state effettuate 2.410 interviste telefoniche per indagare il livello di soddisfazione degli utenti in merito ai servizi di raccolta rifiuti, pulizia stradale e canali di contatto. In linea generale la soddisfazione è molto buona e superiore alla media nazionale. Livelli più alti di soddisfazione si riscontrano in Franciacorta.

Particolarmente apprezzato il servizio di raccolta rifiuti porta a porta, con un CSI pari a 94,6 e stabile rispetto al 94,5 del 2017.

Una analisi delle priorità di intervento conferma la scelta del gruppo di puntare sempre più su un sistema di raccolta porta a porta. Sempre in riferimento al tema della introduzione e diffusione del sistema di raccolta porta a porta va sottolineato che i livelli di soddisfazione nei confronti del servizio da parte degli utenti che sono passati al porta a porta nel 2016, si sono allineati alla media generale dei clienti di LGH.



A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized 'W' or similar character.



## 10.1.5 Correttezza e trasparenza nelle relazioni con i clienti

Nel 2018 il Gruppo non ha ricevuto sanzioni per situazioni di non conformità a leggi o regolamenti inerenti i servizi di fornitura e relative attività di *marketing*, di sponsorizzazione e comunicazione.

Nel corso del 2018 A2A Energia ha presentato ricorso al TAR della regione Lazio contro la sanzione, irrogata ad ottobre 2017 dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, per il non tempestivo adeguamento da parte di A2A Energia del canale di pagamento bollette *online* mediante carta di credito secondo quanto previsto dal Codice del Consumo del giugno 2014.

Si segnala, inoltre, la chiusura, senza erogazione di sanzioni, del procedimento A512 avviato dall'AGCM nel maggio 2017, su segnalazioni di alcuni *competitors*, per presunto abuso di posizione dominante da parte di A2A Energia nel mercato della vendita di energia elettrica.

Inoltre, con Determinazione DSAI/65/2018/ con l'Autorità ha avviato un procedimento nei confronti di A2A Energia S.p.A. volto ad accertare violazioni in materia di fatturazione dei consumi energetici, relativamente all'applicazione di specifici corrispettivi ai clienti finali per la ricezione di fatture in formato cartaceo. In data 14 dicembre la Società ha tempestivamente presentato una proposta di impegni e la posizione risulta tuttora in fase di valutazione da parte dell'Autorità.

In data 12 dicembre 2018 AGCM ha infine avviato, su segnalazione di AMA (società operante nei servizi ambientali detenuta al 100% dal Comune di Roma), un procedimento istruttorio per l'accertamento di una presunta intesa restrittiva della concorrenza, in violazione dell'art. 101 TFUE nei confronti di A2A S.p.A. ed altre Aziende operanti nel settore dei rifiuti urbani. Il Procedimento dovrebbe concludersi entro la fine del 2019.



Lettera agli stakeholder

Nota metodologica

1  
Il Gruppo A2A e il suo modello di business

2  
Governance

3  
Strategia di sostenibilità

4  
Stakeholder engagement e Analisi di materialità

5  
Capitale Finanziario

6  
Capitale Manifatturiero

7  
Capitale Naturale

8  
Capitale Umano

9  
Capitale Intellettuale

10  
**Capitale Relazionale**

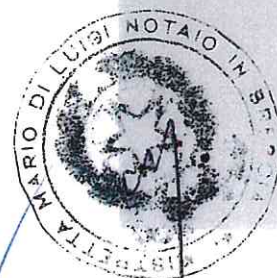
*Relazione con i Clienti*

*Relazione con la Comunità*

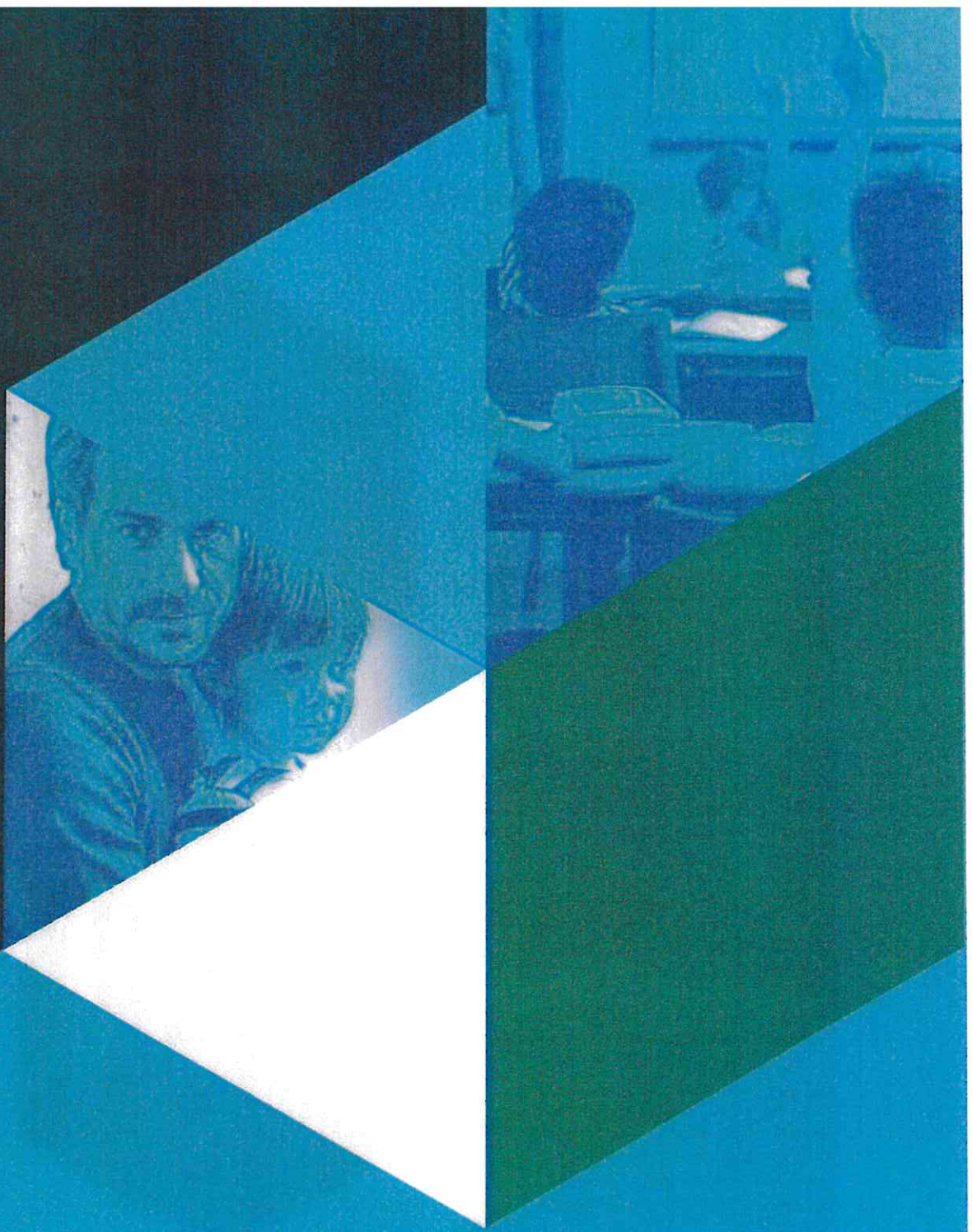
*Relazione con i Fornitori*

Relazione della Società di Revisione

GRI  
Content Index







W



# 10

## Capitale Relazionale Comunità



### INPUT

Nuova tappa di  
forumAscolto in Piemonte

Oltre 460 iniziative  
di ascolto e coinvolgimento  
dei nostri *stakeholder*

**Progetto Scuola**  
con iniziative mirate di educazione ambientale  
e visite agli impianti del Gruppo

Promosso il bando **Doniamo Energia 2**,  
finalizzato a supportare situazioni di vulnerabilità  
economica e sociale su tutto il territorio lombardo

Capitale  
Finanziario

Capitale  
Manifatturiero

Capitale  
Naturale

Capitale  
Umano

Capitale  
Intellettuale

Capitale  
Relazionale

### SERVIZI E PROCESSI A2A



Selezionati i due progetti  
vincitori della *call* «CreiAMO  
FVG», che hanno ricevuto un  
contributo economico e un  
percorso di *light incubation*

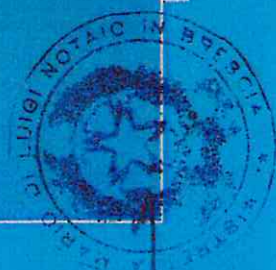
4,2 milioni di euro alla comunità  
in sponsorizzazioni, liberalità  
e contributi a teatri e fondazioni

59 mila studenti e docenti  
coinvolti in visite agli impianti  
ed attività di educazione  
ambientale

352 comunicazioni  
ai media  
e oltre 350 incontri  
con giornalisti

6.000 persone in situazione  
di vulnerabilità intercettate  
e supportate con il bando  
Doniamo Energia

### OUTCOME





## RAPPORTO CON GLI STAKEHOLDER DEL GRUPPO

*Sviluppo delle attività di business nel pieno rispetto degli stakeholder promuovendo attività di comunicazione trasparente e collaborazione; partecipazione a tavoli di lavoro con Enti ed Istituzioni capaci di influenzare le strategie nazionali e internazionali; promozione di progetti per la creazione di valore condiviso nel territorio e nelle comunità locali (es. attività di rigenerazione urbana); individuazione dei bisogni e delle necessità degli stakeholder attraverso attività progettuali capaci di rispondere efficacemente alle loro aspettative (es. social needs).*

FATTORI DI RISCHIO PER LA SOSTENIBILITÀ	FATTORI DI OPPORTUNITÀ PER LA SOSTENIBILITÀ	MODALITÀ DI GESTIONE (MA)	AZIONI 2018	AZIONE DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ
<p>Errata percezione delle attività e dei business sviluppati dal Gruppo.</p> <p>Mancata rispondenza alle aspettative degli stakeholder rispetto ai temi sociali e ambientali.</p> <p>Mancanza di trasparenza nei rapporti e nelle comunicazioni.</p> <p>Mancato adeguamento dei business con gli scenari regolatori in continua evoluzione.</p>	<p>Politica di promozione del brand del Gruppo.</p> <p>Elevato livello di gradimento delle Società del Gruppo sul territorio, che storicamente erogano i propri prodotti e servizi con elevati standard di qualità.</p> <p>Piano di sviluppo di iniziative mirate alla valorizzazione del patrimonio architettonico e paesaggistico.</p>	<p>Diffusione di una corretta percezione delle attività di business del Gruppo con particolare riferimento agli impatti ambientali e sociali del Gruppo nel territorio.</p> <p>Sviluppo di piani di comunicazione e ascolto dedicati alle specificità dei territori in cui opera il Gruppo.</p> <p>Iniziative di stakeholder engagement dirette (forum territoriali) e indirette (survey).</p> <p>Sviluppo di un dialogo continuo con le istituzioni nazionali e sovranazionali legato ai temi dell'energia e dell'ambiente.</p> <p>Collaborazione attiva e trasparente nella definizione di scenari sicuri e sostenibili per lo sviluppo del settore e delle attività di business regolate.</p> <p>Programma di sviluppo di impianti di illuminazione architettonica.</p>	<p>Rinnovati alcuni accordi con le Università per attività di ricerca e innovazione legate al miglioramento tecnico e ambientale delle attività e dei business del Gruppo.</p> <p>Organizzati dei "Regulatory Breakfast" per approfondire le tematiche regolatorie emergenti.</p> <p>Attività di relazione e coinvolgimento delle principali Associazioni Consumatori e Ambientaliste.</p> <p>Avviati i 15 progetti vincitori del Bando "Doniamo Energia", promosso in collaborazione con Fondazione Cariplo.</p> <p>Sponsorizzate iniziative territoriali per 750 mila euro.</p>	<p><b>PEOPLE INNOVATION</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Stakeholder engagement</li> <li>- Trasparenza</li> <li>- Brand perception</li> </ul>

## EDUCAZIONE AMBIENTALE E ALLA CITTADINANZA ATTIVA

*Sensibilizzazione della comunità locale sull'uso responsabile delle risorse, dell'energia e sull'importanza di riutilizzare la materia al fine di minimizzare gli sprechi; promozione di iniziative di educazione ambientale (es. scuole), di cittadinanza attiva e conoscenza delle attività del Gruppo, anche attraverso l'organizzazione di visite presso gli impianti.*

FATTORI DI RISCHIO PER LA SOSTENIBILITÀ	FATTORI DI OPPORTUNITÀ PER LA SOSTENIBILITÀ	MODALITÀ DI GESTIONE (MA)	AZIONI 2018	AZIONE DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ
<p>Mancata e/o superficiale conoscenza, da parte dell'opinione pubblica, dei temi di sostenibilità.</p>	<p>Modifiche culturali nei comportamenti dei consumatori, che tengono sempre più in conto aspetti di sostenibilità ambientale e sociale come criteri di scelta nell'acquisto di beni e servizi.</p>	<p>Promozione di iniziative di sensibilizzazione dei temi della sostenibilità presso i cittadini.</p> <p>Organizzazione di attività di educazione ambientale con gli studenti delle scuole.</p> <p>Organizzazione di attività di visita degli impianti del Gruppo.</p>	<p>Cresciuta la partecipazione al Progetto Scuola con oltre 29.200 studenti in visita agli impianti.</p> <p>3.000 studenti coinvolti nella mostra "Il Gioco delle 4R", incentrata sul ciclo dei rifiuti.</p> <p>Organizzati eventi ed iniziative dedicate ai docenti ed ai dirigenti scolastici.</p> <p>533 classi di 196 istituti di 24 province italiane coinvolte nel progetto "Missione Terra", con eventi conclusivi a Milano e Brescia.</p>	<p><b>PEOPLE INNOVATION</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Educazione</li> </ul>



## 10.2.1 Relazione con Enti e Istituzioni

Il ruolo e la natura delle attività di A2A impongono un dialogo ed un confronto costante con le Istituzioni nazionali, con le Regioni e con gli Enti locali. Lo strumento che definisce e disciplina le relazioni con Enti e Istituzioni è il Codice Etico di A2A, all'interno del quale è esplicitato che il Gruppo non eroga contributi di alcun genere, direttamente o indirettamente, a partiti politici, movimenti, comitati e organizzazioni politiche e sindacali, né a loro rappresentanti o candidati, sia in Italia che all'estero, ad esclusione dei contributi dovuti sulla base di specifiche normative.

Nel 2018 le principali tematiche trattate sono state:

- la presentazione dei principali *dossier* di interesse per il Gruppo alle nuove rappresentanze istituzionali nazionali e locali;
- la normativa per il rinnovo delle concessioni idroelettriche in Italia;
- la normativa sul superamento della maggior tutela nel mercato dell'energia elettrica e del gas;
- le proposte normative relative al ciclo idrico;
- la disciplina dell'*end of waste*;
- il *capacity market*;
- il monitoraggio delle misure previste nella Strategia Energetica Nazionale;
- l'interlocuzione con le Regioni Sicilia, Puglia e Friuli Venezia Giulia per supportare i progetti di riconversione degli impianti A2A di S. Filippo del Mela (ME), Brindisi e Monfalcone;
- il supporto per la definizione del nuovo contratto per la gestione del Termovalorizzatore di Acerra e Stir di Caivano, rispettivamente con Regione Campania e Città metropolitana di Napoli;
- apertura canali strutturati di comunicazione con le istituzioni europee;
- interlocuzione con le associazioni imprenditoriali, ambientaliste, consumatori;
- consolidamento del presidio sui Comuni soci.

### LE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

A2A aderisce a più di 80 diverse associazioni di categoria, tra cui:

- **Utilitalia**, la federazione che riunisce le aziende operanti nei servizi pubblici dell'acqua, dell'ambiente, dell'energia elettrica e del gas. L'associazione è presieduta attualmente dal Presidente di A2A;
- **Confindustria** ed, in particolare, **Elettricità Futura**, **Assolombarda** e **Green Economy Network**, la "rete" promossa per creare opportunità di scambio di informazioni e di accordi commerciali tra le imprese che offrono prodotti, tecnologie e servizi per la sostenibilità ambientale ed energetica;
- **AIRU** (Associazione Italiana Riscaldamento Urbano), finalizzata a promuovere e divulgare l'applicazione e l'innovazione dell'impiantistica energetica territoriale nel settore del teleriscaldamento e teleraffrescamento;
- **Valore D**, la prima associazione di imprese in Italia che da dieci anni si impegna per l'equilibrio di genere e per una cultura inclusiva nelle organizzazioni e nel nostro Paese.

Lettera agli stakeholder

Nota metodologica

1  
Il Gruppo A2A e il suo modello di business

2  
Governance

3  
Strategia di sostenibilità

4  
Stakeholder engagement e Analisi di materialità

5  
Capitale Finanziario

6  
Capitale Manifatturiero

7  
Capitale Naturale

8  
Capitale Umano

9  
Capitale Intellettuale

10  
**Capitale Relazionale**

Relazione con i Clienti

Relazione con la Comunità

Relazione con i Fornitori

Relazione della Società di Revisione

GRI Content Index





## 10.2.2 Rapporti con Università e Centri Ricerca

Per A2A mantenere un confronto costante con il mondo universitario e della ricerca permette di disporre di competenze innovative e all'avanguardia, di offrire i propri ambiti di attività quali spazi per sperimentare progetti di innovazione e, allo stesso tempo, di contribuire, attraverso attività di coinvolgimento e testimonianze, ad una formazione universitaria più orientata al mondo del lavoro. Anche nel 2018 sono stati molteplici i rapporti e le attività intraprese con questa categoria di *stakeholder*.

Anzitutto sono stati rinnovati alcuni accordi con le Università, in particolare l'Università degli studi di Brescia e l'Università Cattolica di Brescia, per attività di ricerca e innovazione legate al miglioramento tecnico e ambientale delle attività e dei business del Gruppo. In particolare le attività saranno focalizzate sui temi dell'economia circolare, dell'efficienza energetica e della *smart city*.

Nel settembre 2018 è stato sottoscritto l'accordo di partenariato tra A2A Calore e Servizi, Alfa Acciai, DHPlanet, Siat Italia e l'Università di Brescia per partecipare al Bando di Regione Lombardia "Accordi per la ricerca e l'innovazione" dedicato al sostegno delle attività di ricerca e sviluppo di nuove tecnologie sostenibili e di nuovi prodotti e servizi. A2A Calore e Servizi sarà capofila del partenariato e presenterà, con il supporto di IBS Consulting, un innovativo progetto che sviluppa un **sistema intelligente di recupero energetico da siti produttivi**. L'intervento proposto si caratterizza per la possibilità di avviare sistemi di recupero termico negli impianti di Alfa Acciai e di immissione di calore nella limitrofa rete di teleriscaldamento di A2A Calore e Servizi.

A2A ha sostenuto (con Acque Bresciane, Legambiente Brescia e Atelier Europeo) il **progetto "Rendering"** dell'Università di Brescia, in *partnership* con INSTM, il Centro Servizi Multisetoriale e Tecnologico (CSMT) e Regione Lombardia. Il progetto mira ad ottimizzare il recupero energetico dei fanghi di depurazione e il loro riutilizzo, in alternativa ad altre risorse naturali, per la produzione di composti "green". Il punto di partenza di *Rendering* è rappresentato dai risultati di altri progetti di ricerca recentemente conclusi sulla stabilizzazione

delle ceneri leggere che derivano dai processi di termovalorizzazione dei rifiuti solidi urbani e l'obiettivo del nuovo progetto è duplice: da un lato, favorire la termovalorizzazione dei fanghi insieme ai rifiuti urbani, processo in grado di ridurre la produzione dei gas serra rispetto all'incenerimento dei soli fanghi; dall'altro, utilizzare i prodotti derivati dal trattamento di questi scarti per la produzione di nuovi eco-materiali.

Oltre a progetti di ricerca, A2A collabora con le Università anche per migliorare i servizi interni delle stesse.

A settembre 2018 A2A Ciclo Idrico ha installato una **casetta dell'acqua nel giardino del collegio universitario** a Brescia, in grado di erogare acqua dell'acquedotto, sia naturale che gassata, a disposizione di tutti i frequentatori del collegio. La finalità è la riduzione dei consumi di acqua in bottiglie di plastica e la conseguente produzione di rifiuti, oltre alla sensibilizzazione sulla buona qualità dell'acqua proveniente dall'acquedotto. Aprica e Fondazione ASM supporteranno inoltre l'Università Cattolica di Brescia nell'iniziativa di **riduzione dei rifiuti in plastica** attraverso la distribuzione gratuita di borracce in alluminio e l'installazione, nel 2019, di erogatori di acqua potabile collegati all'acquedotto cittadino.





### 10.2.3 A2A e gli Stakeholder della regolazione

Il Gruppo A2A opera in settori fortemente regolamentati siano essi gestiti in regime di monopolio naturale (quali le infrastrutture di distribuzione e di trasporto dell'energia elettrica, del gas e del calore, e il ciclo idrico integrato) o in regime di libero mercato (come le attività di generazione e vendita di energia e di altri servizi ai clienti). La Legge di Bilancio 2018 ha, inoltre, esteso le competenze di regolazione e controllo dell'Autorità per l'energia elettrica il gas e il sistema idrico (AEEGSI che cambia nome in ARERA - Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente) al ciclo dei rifiuti urbani e assimilati, anche differenziati.

Il Gruppo adotta una politica di monitoraggio e gestione del rischio normativo e regolatorio al fine di mitigarne, per quanto possibile, gli effetti negativi. Il monitoraggio consiste in un presidio articolato su più livelli, che prevede *in primis* il dialogo collaborativo con le istituzioni (ARERA, Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, Ministero dello Sviluppo Economico) e con gli organismi tecnici del settore (Gestore dei Servizi Energetici, Gestore dei Mercati Energetici, Terna, Enti di normazione), nonché la partecipazione attiva nelle Associazioni di categoria e nei gruppi di lavoro istituiti presso gli stessi enti.

Sono stati implementati strumenti di monitoraggio e controllo (come la *Regulatory Review* elaborata semestralmente o la *Regulatory Agenda* redatta in occasione del Budget/Piano) costantemente aggiornati al fine di considerare i potenziali impatti della regolazione sulle società del Gruppo e di prevedere un costante dialogo con le *Business Unit*, non solo per la simulazione degli impatti sull'attività corrente ma anche per la valutazione delle nuove iniziative tenuto conto del quadro regolatorio di medio periodo.

Vengono presidiati anche gli ambiti normativi europei, tramite la partecipazione ai tavoli delle associazioni comunitarie di riferimento, che permette di conoscere "in anticipo" quello che sarà oggetto di recepimento nella legge italiana.

È stato, altresì, costituito il Comitato Istituzionale e Regolatorio, composto dal Presidente e dall'Amministratore Delegato, oltre che dai responsabili delle strutture "Relazioni Istituzionali Nazionali e Internazionali" e "Affari Regolatori e Mercato". Tale Comitato si riunisce periodicamente coinvolgendo di volta in volta i responsabili delle BU/aree di staff interessate, al fine di trasferire loro le novità normative e regolatorie, concordare una posizione aziendale sulle norme in evoluzione, nonché raccogliere le istanze del *business* per veicolarle agli *stakeholder* di riferimento.

La diffusione della "cultura" della Regolazione e della dimensione dei rischi ed opportunità da essa derivanti viene effettuata anche tramite l'organizzazione di momenti di approfondimento interno (che hanno preso la forma di *Regulatory Breakfast*) sulle tematiche di particolare rilevanza per i settori sui quali opera il Gruppo, permettendo così agli *stakeholder* interni di focalizzarsi (anche grazie al coinvolgimento di esperti esterni) sull'evoluzione del quadro di regole e degli scenari tecnologici, in particolar modo su quelli *disruptive* rispetto allo scenario esistente.

Infine, grazie alla partecipazione ad eventi e momenti di approfondimento organizzati da centri di ricerca e *think tank* specializzati, viene favorito il confronto con le realtà accademiche e le comunità di ricercatori, oltre che con i diversi sistemi industriali e le Associazioni dei Consumatori. Alla luce dello scenario evolutivo delle politiche su energia e clima, tali occasioni stimolano la convergenza dei diversi *stakeholder* rispetto agli obiettivi di sostenibilità, decarbonizzazione ed economia circolare.

La Struttura Organizzativa presidia, rispettivamente da gennaio 2017 e da gennaio 2019, anche il rischio regolatorio per il Gruppo LGH e per il Gruppo ACSM AGAM al fine di monitorarne e gestirne in modo coordinato gli impatti.

Lettera agli stakeholder

Nota metodologica

1 Il Gruppo A2A e il suo modello di business

2 Governance

3 Strategia di sostenibilità

4 Stakeholder engagement e Analisi di materialità

5 Capitale Finanziario

6 Capitale Manifatturiero

7 Capitale Naturale

8 Capitale Umano

9 Capitale Intellettuale

10 Capitale Relazionale

Relazione con i Clienti

Relazione con la Comunità

Relazione con i Fornitori

Relazione della Società di Revisione

GRI Content Index





## 10.2.4 A2A e i rapporti con le Associazioni e i Comitati Territoriali

Il rapporto ed il dialogo con il territorio di riferimento sono alla base dell'identità stessa del Gruppo ed incidono fortemente sul grado di accettazione delle sue attività di *business*. Questo dialogo si fonda anche su una costante attività di relazione con le associazioni consumatori e ambientaliste, nazionali e locali, e con i numerosi comitati territoriali.

In continuità con gli anni precedenti, nel 2018 sono state svolte diverse attività, tra cui:

- organizzazione di incontri, nei principali territori di riferimento e negli impianti, riservati a rappresentanti delle associazioni consumatori e ambientaliste e comitati per la **presentazione e l'approfondimento di iniziative e progetti riguardanti tutte le società del Gruppo**;
- approfondimento ed estensione delle aree di attività interessate attraverso incontri specifici e partecipazione a convegni su tematiche consumeriste, sociali (focus su povertà energetica collegata al progetto di responsabilità sociale Banco dell'Energia) e ambientali;
- redazione, con le associazioni consumatori territoriali e le amministrazioni comunali, delle carte della qualità dei servizi ambientali nei comuni gestiti da Aprica;
- costante dialogo con le associazioni campane che sono impegnate sul territorio nell'attività di promozione e supporto per il progetto di A2A "Missione Terra Global Goal" e per le visite al Termovalorizzatore di Acerra;
- coordinamento delle attività collegate al protocollo di risoluzione stragiudiziale delle controversie, definita anche ADR (*Alternative Dispute Resolution*), per le conciliazioni paritetiche e gestione della segreteria di conciliazione per il Servizio Conciliazione ARERA gestito da Acquirente Unico.

Con riferimento alle richieste di **conciliazione**, il 2018 è stato l'anno di consolidamento dell'attività avviata con il nuovo **protocollo di intesa siglato nel 2016 tra A2A e le Associazioni Consumatori nazionali per la promozione della conciliazione paritetica multiservizi finalizzata alla risoluzione stragiudiziale delle controversie (ADR)** che dovessero insorgere tra i consumatori ed A2A in

relazione ai rapporti di fornitura e distribuzione di gas, energia elettrica, acqua e teleriscaldamento. Secondo quanto introdotto dal Testo Integrato Conciliazione (TICO), approvato dall'ARERA, a partire dal gennaio 2017, i clienti di energia elettrica e gas, domestici e non, devono obbligatoriamente attivare lo strumento della conciliazione (strumento ADR), per definire le controversie non risolte a livello di reclamo con gli operatori, prima di ricorrere al giudice ordinario. Il tentativo di **conciliazione obbligatorio può essere esercitato tramite gli organismi previsti dal TICO, tra cui l'organismo ADR A2A – Associazioni Consumatori**, Camere di Commercio e altri organismi riconosciuti. L'obbligo di attivare la conciliazione sarà introdotto progressivamente anche per gli altri settori regolati. Il tentativo di conciliazione in caso di insuccesso diventa condizione indispensabile per poi eventualmente procedere all'azione giudiziale, mentre, il verbale di accordo, costituisce titolo esecutivo tra le parti.

Per quanto concerne le **conciliazioni paritetiche** nel 2018 le pratiche ricevute hanno registrato un leggero incremento rispetto all'anno precedente, la segreteria di conciliazione dell'**Organismo ADR A2A - Associazioni Consumatori** ha ricevuto 44 richieste per conto di clienti gas, elettricità e idrico: 42 richieste riguardanti A2A Energia, 1 Unareti e 1 A2A Ciclo Idrico, aventi ad oggetto principalmente aspetti legati alla misurazione dei consumi e alla fatturazione. Per quanto riguarda il Servizio Conciliazione ARERA **gestito da Acquirente Unico, le richieste sono raddoppiate**; sono state infatti ricevute 92 domande: 85 riguardanti A2A Energia e 7 relative ad Unareti. Unareti ha inoltre ricevuto **122 convocazioni** (obbligatorie) come ausilio tecnico, in quanto necessario ed indispensabile ai fini della corretta ed efficace trattazione delle controversie per conciliazioni avviate dai clienti di altre Società di vendita.

Si è inoltre provveduto, in coordinamento con altri organismi ADR, ad organizzare dei corsi di formazione *online* per Conciliatori del comparto energia coordinati da Consumers' Forum.



## BANCO DELL'ENERGIA ONLUS

Nel corso del 2018, hanno preso avvio i 15 progetti vincitori del Bando "Doniamo Energia", promosso in collaborazione con Fondazione Cariplo, con l'obiettivo di supportare famiglie in situazioni di vulnerabilità economica e sociale su tutto il territorio lombardo. Gli enti selezionati hanno lavorato per intercettare precocemente le persone fragili e favorire la loro riattivazione, sostenendole nel pagamento delle spese urgenti (come ad esempio le bollette di qualunque operatore energetico), ma anche cercando di dare risposte più ampie, che tengano conto delle problematiche collegate al lavoro e ai legami sociali. Nel 2018 sono state intercettate 6.000 persone, che potranno così contare su percorsi e iniziative personalizzate, grazie alle quali potranno rafforzare relazioni rilevanti all'interno della propria comunità e attivarsi in azioni di "restituzione" a beneficio della collettività.

Forte di questa prima esperienza positiva, nei primi mesi del 2018, Banco dell'Energia Onlus, con il sostegno di A2A e delle Fondazioni AEM e ASM, ha attivato una nuova raccolta fondi, finalizzata al sostegno di una seconda edizione del bando "Doniamo Energia2", in collaborazione con Fondazione Cariplo. Il nuovo obiettivo di Banco dell'Energia è raccogliere 1 milione di euro entro il 31 luglio 2019, mentre Fondazione Cariplo reitererà l'impegno di raddoppiare tale cifra, permettendo di destinare complessivamente un nuovo contributo di 2 milioni di euro.

➤ Per maggiori informazioni [www.bancodellenergia.it](http://www.bancodellenergia.it)

Questa seconda edizione ricalca nel perimetro di azione, negli obiettivi e nei contenuti la precedente, presentando peraltro elementi di innovazione che focalizzano maggiormente il tema della "fuel poverty".

A dicembre del 2018 è stata pubblicata la graduatoria dei progetti aggiudicatari: 16 progetti per un totale di 205 organizzazioni che lavoreranno in rete. Le famiglie potranno richiedere gli aiuti ed essere inserite nei programmi di recupero, rivolgendosi direttamente agli enti capofila secondo il territorio di appartenenza.

Sono diversi gli strumenti per partecipare a questa innovativa raccolta fondi: oltre alla bolletta, è possibile effettuare una donazione libera tramite bollettino postale, bonifico o carta di credito. A2A contribuirà raddoppiando le donazioni effettuate dai clienti domestici di A2A Energia.

A fine 2018, grazie ad una *partnership* con Ubi Comunità, UBI Banca ha annunciato l'emissione di un nuovo prestito obbligazionario solidale (Social Bond) "UBI Comunità per Banco dell'Energia Onlus", per un ammontare complessivo di 20 milioni di euro i cui proventi, pari a 100.000 euro, sono stati devoluti a titolo di liberalità a favore del Banco dell'Energia Onlus.

Lettera agli  
stakeholder

Nota  
metodologica

1  
Il Gruppo A2A  
e il suo modello  
di business

2  
Governance

3  
Strategia di  
sostenibilità

4  
Stakeholder  
engagement  
e Analisi di  
materialità

5  
Capitale  
Finanziario

6  
Capitale  
Manfatturiero

7  
Capitale  
Naturale

8  
Capitale  
Umano

9  
Capitale  
Intellettuale

10  
**Capitale  
Relazionale**

Relazione  
con i Clienti

Relazione con  
la Comunità

Relazione con  
i Fornitori

Relazione  
della Società  
di Revisione

GRI  
Content  
Index





## 10.2.5 Investimenti responsabili nella Comunità

Il Gruppo ha da sempre dato il proprio sostegno a molteplici attività ed iniziative a scopo sociale, che hanno permesso di collaborare a stretto contatto con la comunità di riferimento.

Nel 2018, gli **investimenti complessivi** del Gruppo per la comunità sono stati di circa 4,2 milioni di euro, comprensivi di contributi in sponsorizzazioni, liberalità e supporto alle Fondazioni del Gruppo.

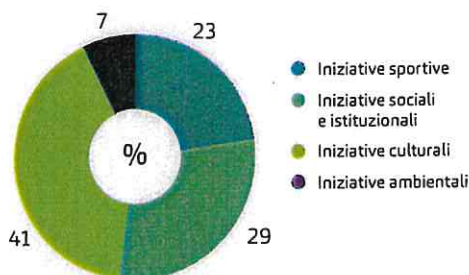
I contributi sono stati inferiori rispetto all'anno precedente, ma in linea con il 2016, in quanto nel 2017 erano inclusi un contributo *una tantum* di un milione di euro alla Fondazione Musil di Brescia e l'ultima *tranche* del progetto pluriennale di sostegno per il restauro della Sala delle Asse presso il Castello Sforzesco di Milano.

Le **sponsorizzazioni** in attività sportive, sociali, ambientali e culturali a favore del territorio ammontano a circa 749 mila euro.

Tra le principali sponsorizzazioni si segnalano:

- la **X Conferenza Nazionale sull'Efficienza Energetica 2018** e la **XI edizione del Festival dell'Energia**, due dei maggiori eventi nazionali dedicati alle tematiche energetiche, con focus su politiche climatiche e tematiche di sostenibilità;
- la **47sima edizione della Stramilano**, la **XII edizione della Stagione concertistica Milano Arte Musica**, il Cantiere-evento del Teatro Lirico, l'iniziativa **About a City**, evento dedicato alle trasformazioni degli ambienti urbani contemporanei e del futuro, e **STEM in the City** su Milano;
- la seconda edizione del **Festival Internazionale delle Luci sul Castello** di Brescia, nonché l'allestimento per le **luminarie natalizie** di Brescia e **Smart Future Academy 2018**;
- il **Magna Graecia Film Festival** in Calabria;
- il contributo alla **Stagione sportiva del New Basket Brindisi**;
- la Fiera dei Librai ed il **Symposium On Urban Mining** a Bergamo;
- le **iniziative culturali, sociali, sportive e ricreative** del Comune di Corteolona e Genzone (PV);
- la gara ciclistica **Carnia Classic Fuji/Zoncolan** in Friuli Venezia Giulia;
- la **XXXII edizione del Sondrio Festival** e l'**Energy2Run - Giro dei laghi di Cancano** in Valtellina;
- il **TonoSummerFest**, la **5ª Stagione Teatrale "quiNteatro"** di Milazzo e il **10º Campionato Italiano VVF Beach Volley** in Sicilia;
- il **programma culturale** del Comune di Cremona;
- l'edizione 2018 del **Festival Altrestorie** nel Comune di Crema.

Figura 59\_Sponsorizzazioni per area di attività



Oltre alle sponsorizzazioni, vi sono altre iniziative finalizzate a contribuire ad uno sviluppo sostenibile dei territori in cui il Gruppo è presente.

Tra queste vi sono le attività relative all'assegnazione di borse di studio agli studenti.

A2A, in collaborazione con la Fondazione Intercultura, ha messo a disposizione **25 borse di studio** per programmi estivi di 4 settimane all'estero, dando ai vincitori la possibilità di soggiornare e frequentare corsi di lingua in Europa, America o Asia.

In aggiunta, A2A e LGH sono impegnate a supportare i propri dipendenti attraverso l'erogazione di borse di studio per i propri figli. Nel 2018 A2A ha premiato i 100 studenti più meritevoli, figli di colleghi di Bergamo e Brescia, con delle borse di studio per i risultati scolastici ottenuti (sono stati premiati 25 studenti della scuola media inferiore, 50 della scuola media superiore e 25 per il conseguimento del diploma di maturità).

LGH ha istituito "**LGH e lode!**", un premio di studio riservato ai figli dei dipendenti impegnati negli studi superiori o universitari. Le borse di studio, dell'importo di 500 € per i neo diplomati e di 1.000 € per i neo laureati, sono state assegnate a 8 studenti.

LGH ha inoltre istituito il premio **LGH Start Up 2018**, al fine di supportare, dare spazio e visibilità a giovani imprese che, partendo da un'idea originale, siano riuscite a proporre al mercato nuovi prodotti o servizi. Il premio è stato rivolto alle società iscritte al registro delle *start up* innovative da non più di 24 mesi, con sede legale nelle province di Cremona, Brescia, Lodi, Pavia. Il vincitore si è aggiudicato un premio in denaro di 5.000 € lordi, la possibilità di utilizzare gli spazi del Cobox di Cremona per 6 mesi, e l'opportunità di richiedere 50 ore di consulenza da parte di personale qualificato del Gruppo LGH.



Anche nel 2018, l'**Associazione Volontari di Protezione Civile del Gruppo** ha dato il proprio contributo alla comunità. I volontari sono infatti stati chiamati ad intervenire a Milano in occasione del deragliament del convoglio ferroviario Cremona-Milano Garibaldi. Inoltre, nel mese di ottobre, due squadre di volontari hanno partecipato con Regione Lombardia ai lavori di messa in sicurezza e ripristino degli impianti elettrici e di illuminazione di alcuni paesi del

Cadore (alto Veneto) colpiti dall'alluvione e dalle trombe d'aria. Inoltre, nel centro di Formazione di Lovero, oltre 300 ragazzi hanno partecipato ad attività di formazione e sensibilizzazione sulle attività di protezione civile internazionale, all'interno di un più ampio progetto di Cittadinanza Attiva Europea che prevedeva anche una visita alla sede della Comunità Europea di Strasburgo e una ad un campo di concentramento nazista.

## IL DUOMO SI ACCENDE DI SPLENDORE: NUOVA ILLUMINAZIONE ESTERNA DELLA CATTEDRALE

Il 20 dicembre si è accesa la nuova illuminazione esterna del Duomo di Milano. Il progetto, commissionato dalla Veneranda Fabbrica del Duomo e approvato dalla Soprintendenza Belle Arti e Paesaggio di Milano, è stato frutto di un accordo stipulato congiuntamente lo scorso febbraio con il Comune di Milano e A2A per la

valorizzazione dell'illuminazione esterna della Cattedrale.

Il Duomo oggi rappresenta a pieno titolo un "modello" virtuoso anche dal punto di vista della sostenibilità ambientale, grazie all'allacciamento alla rete del teleriscaldamento e alla nuova illuminazione a led.

### 10.2.6 Educazione e formazione

A2A sta investendo molto nel coinvolgimento e nella sensibilizzazione delle nuove generazioni sui temi relativi all'educazione ambientale, con l'obiettivo di favorire la crescita di una coscienza ecologica e di incentivare un comportamento consapevole a servizio del miglioramento della qualità della vita nei territori. Da ciò nascono numerose iniziative e attività, rivolte in particolare al mondo della scuola: lezioni in classe, visite guidate agli impianti, seminari per i docenti, concorsi e mostre didattiche (per maggiori informazioni: [scuole.a2a.eu](http://scuole.a2a.eu)).

Le visite guidate alle sedi e agli impianti si svolgono tutto l'anno, riscontrando sempre un grande interesse. Nel 2018 è ulteriormente cresciuta la partecipazione (+7%), con oltre 33.600 visitatori, di cui 29.200 studenti.

**Casa dell'Energia e dell'Ambiente** a Milano si è confermata il sito più visitato con oltre 7.800 presenze. Questa struttura, sede operativa della **Fondazione AEM**, è uno spazio museale aperto a scolaresche e cittadini, dove si possono conoscere ed approfondire i temi legati al mondo dell'energia e della sostenibilità. La Fondazione AEM è da sempre impegnata nel sostegno alla ricerca scientifica, alla formazione e allo sviluppo di conoscenze e competenze innovative nel campo dell'energia e della sostenibilità ambientale su tutto il territorio lombardo, in particolar modo nelle aree di Milano e della Valtellina. Parallelamente, sui territori di Brescia e Bergamo, è attiva la **Fondazione ASM**, con attività dedicate al sociale, alla promozione dell'arte e della cultura, oltre che alla formazione e alla tutela in campo ambientale.

Lettera agli stakeholder

Nota metodologica

1  
Il Gruppo A2A e il suo modello di business

2  
Governance

3  
Strategia di sostenibilità

4  
Stakeholder engagement e Analisi di materialità

5  
Capitale Finanziario

6  
Capitale Manifatturiero

7  
Capitale Naturale

8  
Capitale Umano

9  
Capitale Intellettuale

10  
Capitale Relazionale

Relazione con i Clienti

Relazione con la Comunità

Relazione con i Fornitori

Relazione della Società di Revisione

GRI Content Index





La tabella sottostante mostra i principali **progetti di educazione ambientale** del Gruppo, che hanno coinvolto le scuole nel 2018, a livello sia nazionale che locale.

INIZIATIVA	DESCRIZIONE	TERRITORIO DI RIFERIMENTO
<b>"CIAK: L'AMBIENTE"</b>	Prosegue l'iniziativa <b>"CIAK: L'AMBIENTE"</b> in collaborazione con <b>MIC - Museo Interattivo del Cinema</b> , una rassegna cinematografica sulla sostenibilità ambientale, dedicata alle scuole primarie e secondarie di I e II grado. Lo scorso anno, la seconda edizione, ha visto la partecipazione di oltre 750 giovani spettatori negli 8 appuntamenti proposti.	Milano
<b>Il Gioco delle 4 R</b>	La mostra didattica interattiva <b>Il Gioco delle 4 R</b> , indirizzata alle scuole primarie e secondarie di primo grado, è incentrata sul ciclo dei rifiuti. Si tratta di un percorso divertente che aiuta a riflettere su quattro parole-chiave: riduzione, riuso, riciclo e recupero. I ragazzi, attraverso quiz e giochi, sono stimolati ad assumere comportamenti sostenibili, ridurre gli sprechi e a mettere in pratica il riciclo e il riutilizzo. La mostra è stata allestita a Milano, in Casa dell'Energia dell'Ambiente, in tre sedi di Municipi e in due scuole (IC Galvani e IC Elsa Morante), coinvolgendo un totale di circa 3.000 partecipanti, col programma di proseguire la sua attività in altre zone della città. Nei mesi di aprile e maggio, la mostra è stata ospite del secondo circolo didattico di Acerra (NA) con la partecipazione di 25 classi e circa 700 studenti.	Nazionale
<b>"Maccheariachefa" e "Riciclo Aperto"</b>	Realizzata da Fondazione AEM, presso la Casa dell'Energia e dell'Ambiente di Milano, la mostra <b>Maccheariachefa</b> utilizza il fumetto d'autore come mezzo per sensibilizzare sul tema della qualità dell'aria. Sono stati coinvolti 1.400 studenti in laboratori di disegno. Casa dell'Energia e dell'Ambiente ha anche aderito a <b>Riciclo Aperto</b> , la manifestazione di Comieco che apre le porte degli impianti della filiera del riciclo di carta e cartone alle scuole in tutta Italia.	Milano
<b>"La nostra energia per l'ambiente"</b>	A Brescia prosegue <b>"La nostra energia per l'ambiente"</b> , la trasmissione televisiva realizzata in collaborazione con Teletutto, con il contributo della Fondazione ASM e con il patrocinio del Comune di Brescia. Al programma partecipano 12 classi delle scuole primarie e delle scuole secondarie della città.	Brescia
<b>"Rifiuto: da scarto a risorsa"</b>	Il percorso didattico sulle tematiche ambientali, realizzato presso la Casa dell'Energia e dell'Ambiente di Milano, ospita il laboratorio <b>"La fabbrica della carta"</b> , sviluppato in collaborazione con Comieco, per sperimentare come si possono creare nuovi fogli di carta riciclando i vecchi giornali.	Milano
<b>"Conoscere l'energia"</b>	Il percorso didattico della Casa dell'Energia e dell'Ambiente di Milano sensibilizza e prepara gli studenti al consumo intelligente di energia.	Milano
<b>"Liter of Light"</b>	Il progetto di solidarietà internazionale coinvolge 60 studenti, sul tema dell'accesso all'energia. I ragazzi, accompagnati da educatori, realizzano delle vere e proprie lampade a led che vengono poi installate in alcuni paesi dell'Africa, dove manca la rete elettrica.	Milano
<b>«L'Energia a 360°»</b>	L'iniziativa, promossa da A2A e AEV Energie, è rivolta agli studenti del quarto e quinto anno delle scuole secondarie di II grado con lo scopo di fornire un quadro generale ed alcuni specifici approfondimenti su aspetti di particolare interesse ed attualità legati al mondo dell'energia.	Valtellina
<b>"Missione Terra"</b>	<b>"Missione terra - S.O.S.tieni il tuo pianeta"</b> è un progetto incentrato sulla sensibilizzazione verso il rispetto dell'ambiente e delle risorse naturali, dell'acqua e dell'energia (vedi box dedicato).	Nazionale
<b>"STEMintheCity"</b>	A2A è stata partner di <b>"STEMintheCity"</b> , un'iniziativa del Comune di Milano nata per promuovere la diffusione delle discipline tecnico-scientifiche e una nuova cultura digitale tra le nuove generazioni. A2A ha organizzato in particolare due laboratori di robotica, dedicati a ragazzi delle scuole secondarie di II grado. Inoltre, durante l'evento inaugurale di Stem è intervenuta la responsabile dell'impianto idroelettrico di Mese, che ha spiegato alle studentesse intervenute la sua esperienza di primo responsabile donna di impianti di produzione di energia elettrica in Italia.	Milano

Al di là delle visite e delle iniziative territoriali, A2A ha proposto, nell'ambito dei contratti di servizio con alcuni comuni lombardi, incontri pubblici e lezioni in classe sui temi dell'educazione ambientale e della sostenibilità, laboratori incentrati sul riciclo e sul risparmio, sulla riduzione dei rifiuti e dello spreco alimentare che hanno coinvolto circa 13.000 persone.

A Como sono state proposte anche alcune repliche dello spettacolo teatrale **"Facciamo la differenza"** centrato sui temi della raccolta differenziata e della riduzione dei rifiuti, che ha coinvolto circa 400 studenti tra scuole primarie e secondarie di I grado.

Inoltre, sono stati organizzati eventi ed **iniziative dedicate ai docenti ed ai dirigenti scolastici**, tra i quali alcuni **workshop**, come quelli di Brescia e di Milano, che hanno coinvolto circa 200 partecipanti, affrontando temi come la diversità e la lotta allo spreco alimentare.



## MISSIONE TERRA

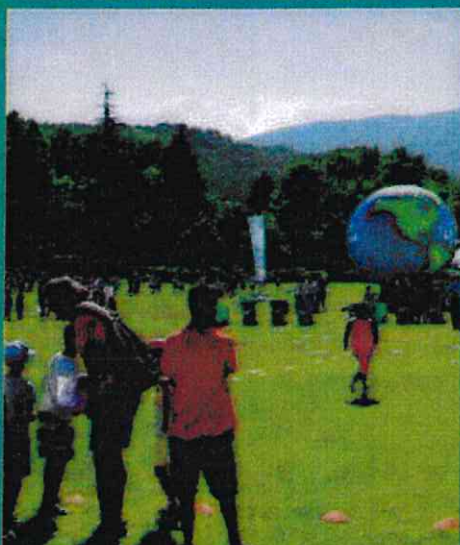
Per l'anno 2018 il focus delle proposte di A2A per le scuole è stato il progetto **"Missione terra"**, declinato in diverse iniziative, quali eventi, una prova educativa nazionale e la distribuzione gratuita di un gioco in scatola a tutte le classi partecipanti e a quelle che visitavano gli impianti del gruppo. La prova educativa "Missione terra - S.O.S. tieni il tuo pianeta", aperta a tutte le scuole primarie e secondarie di I grado, verteva sui temi della sostenibilità ambientale, con un forte ingaggio alla salvaguardia del pianeta terra. Alle classi partecipanti è stato chiesto di giocare con il gioco in scatola "Missione terra" e poi progettare una nuova «carta prova» con 4 domande, inerenti ai 4 temi del gioco (acqua, energia, rifiuti e spreco) con le relative risposte. Hanno partecipato 533 classi, 196 istituti di 24 province italiane. Le sei classi vincitrici (3 per le primarie e 3 per le secondarie di I grado) sono state premiate durante eventi territoriali organizzati nelle scuole. A conclusione di questo percorso e di un anno scolastico ricco di momenti didattici sulle tematiche ambientali, che hanno coinvolto oltre 60.000 partecipanti tra studenti e docenti in tutta Italia, sono stati organizzati **due importanti eventi** a Milano e Brescia.

Il 19 Aprile si è svolto all'Arena Civica di Milano **"Missione Terra - La sfida finale"**, organizzato da Amsa e A2A, in collaborazione con il Comune di Milano, per lanciare un messaggio a tutte le scuole di Milano sulla sostenibilità ambientale, ingaggiandole a diventare "custodi della terra". L'evento ha visto la partecipazione di oltre 800 ragazzi di 35 classi di terza, quarta, quinta di 16 scuole primarie di Milano e dell'area metropolitana milanese. Le classi



si sono sfidate su diverse tipologie di giochi, dai quiz a gare sportive, sul riciclo e la riduzione dei rifiuti, sul risparmio di acqua e energia, sulla raccolta differenziata e sulla lotta allo spreco. Una sfera gonfiabile di 5 metri di diametro ha lanciato il messaggio della giornata: "La terra è nostra!" ed è stata utilizzata come corner fotografico per le foto ricordo delle classi, a testimonianza del loro impegno a diventare "custodi della terra".

Anche a Brescia è stato realizzato, a fine giugno, con un format analogo, l'evento "Missione terra" al Parco Castelli aperto ai grest e alle famiglie che ha visto la partecipazione di un migliaio di persone. Infine, durante la Milano Green Week (27-30 settembre 2018), A2A ha partecipato all'evento **Milano Kids Festival** organizzato nel Parco City Life, con un laboratorio che ha riproposto il gioco in scatola "Missione terra - S.O.S. tieni il tuo pianeta" e la sfera "La terra è nostra" per le foto ricordo di grandi e piccini.



Lettera agli stakeholder

Nota metodologica

1 Il Gruppo A2A e il suo modello di business

2 Governance

3 Strategia di sostenibilità

4 Stakeholder engagement e Analisi di materialità

5 Capitale Finanziario

6 Capitale Manifatturiero

7 Capitale Naturale

8 Capitale Umano

9 Capitale Intellettuale

10 Capitale Relazionale

Relazione con i Clienti

Relazione con la Comunità

Relazione con i Fornitori

Relazione della Società di Revisione

GRI Content Index

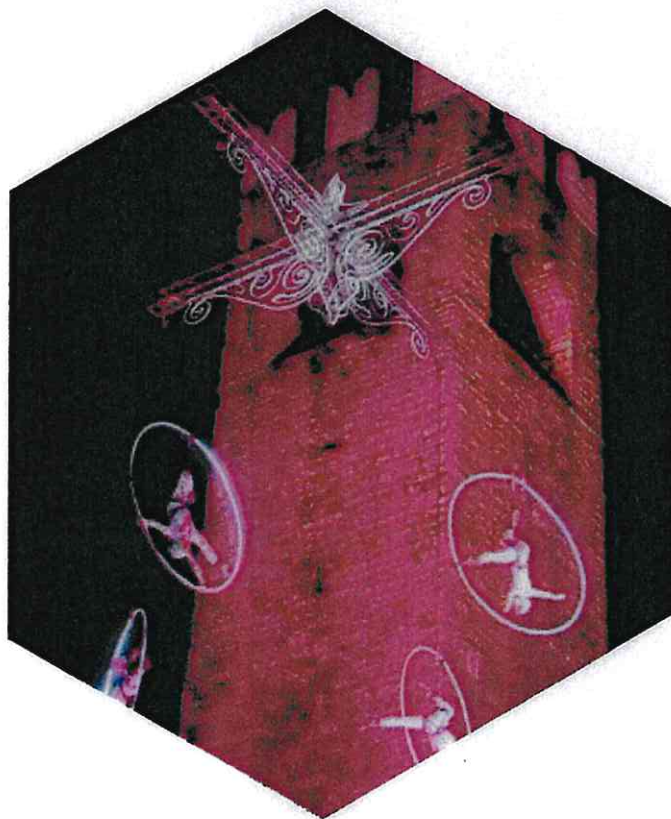




## 10.2.7 Comunicazione esterna

Nel corso del 2018 l'attività di **Ufficio Stampa** ha prodotto un totale di 352 comunicazioni ai media. L'82% delle comunicazioni sono state diffuse come comunicati stampa e note, il restante 18% come lettere. Nel 2018 sono state circa 350 le occasioni di incontro con i giornalisti fra interviste e colloqui *one-to-one*, conferenze stampa e *press visit*.

Il Gruppo A2A è presente sui seguenti **canali social**: Facebook, LinkedIn e Twitter. La comunicazione attraverso i 9 profili social attivi, con una fanbase di oltre 150.000 utenti, permette un contatto più diretto con i cittadini e i clienti, informandoli su temi centrali per il Gruppo quali, ad esempio, l'economia circolare, la *smart city* e il risparmio energetico. Inoltre è possibile avviare flussi di *social media caring* per intercettare tempestivamente le necessità e le segnalazioni da trasmettere ai canali di *customer care*: complessivamente sono state risolte circa 2.700 richieste pervenute da parte degli utenti.



I canali hanno registrato oltre 50.000 interazioni nell'arco del 2018. Infine, l'attività permette di conoscere e raccogliere i principali temi discussi in rete, cogliendo spunti per progettare nuovi servizi e prodotti.

Al fine di offrire una migliore comunicazione delle attività e dei servizi delle società del Gruppo, nel 2018 sono stati interamente rivisti i siti web delle società che si occupano di ambiente: A2A Ambiente, Amsa e Aprica. L'intero progetto è stato caratterizzato da tre aree di sviluppo principali tra loro fortemente connesse: il racconto della vicinanza delle società ai territori in cui operano attraverso la presentazione dei propri progetti; l'approfondimento del modello di economia circolare del Gruppo e le sinergie tra i servizi per il territorio e per le imprese; il potenziamento dei servizi digitali in termini di *customer care*.

È stata inoltre interamente rivista l'app Illuminiamo al fine di presentare l'attività svolta da A2A Illuminazione Pubblica sul territorio attraverso la possibilità di monitorare lo stato di avanzamento dei singoli progetti per i Comuni.

In occasione delle celebrazioni dei "Dieci anni più cento" di A2A, è stata inaugurata anche una nuova sezione editoriale del sito di Gruppo chiamata "Storie". Una rappresentazione della CITTA2A permette agli utenti di scoprire i servizi del Gruppo A2A, che da sempre guardano al futuro, attraverso il racconto delle sue storie.



## A2A E I SUOI 10 ANNI PIÙ 100

10 anni che si accompagnano a una storia iniziata più di un secolo fa con AEM e AMSA a Milano e ASM e Brescia.

A2A ha festeggiato il suo compleanno con due eventi, uno a Milano e uno a Brescia, due momenti di condivisione per ribadire il solido legame che la società ha con il territorio in cui opera.

Il 17 ottobre al Teatro Dal Verme di Milano si è svolta la Jazz Special Night: Nick The Nightfly, storica voce di Radio Monte Carlo, ha condotto la serata accompagnato dalle note della sua Orchestra, Sarah Jane Morris, le sensazionali performance di Emilio Soana e la grande voce di Nicky Nicolai accompagnata dall'entusiasmo di Stefano di Battista al sax. Ha chiuso la serata Mario Biondi che ha coinvolto il pubblico

con una selezione dei suoi più grandi successi.

L'intero incasso della vendita dei biglietti della serata, già *sold out* dopo pochi giorni, è stato devoluto al Banco dell'Energia Onlus.

Il 28 ottobre invece, a Brescia, Piazza Paolo VI è stata trasformata in un grande teatro a cielo aperto grazie alla *Extreme Acrobatic Night* spettacolo della compagnia *Kitonb Project*. Una performance unica fatta di acrobazie, danze aeree, installazioni tridimensionali e giochi di luce. Una grande struttura metallica attraversata da funi elastiche è stata la scenografia centrale dello spettacolo che ha voluto rappresentare la creazione del mondo attraverso la luce ed il calore del sole, la forza dell'acqua, l'energia del vento e i colori della terra che cambiano con il susseguirsi delle stagioni.



Lettera agli  
stakeholder

Nota  
metodologica

1  
Il Gruppo A2A  
e il suo modello  
di business

2  
Governance

3  
Strategia di  
sostenibilità

4  
Stakeholder  
engagement  
e Analisi di  
materialità

5  
Capitale  
Finanziario

6  
Capitale  
Manifatturiero

7  
Capitale  
Naturale

8  
Capitale  
Umano

9  
Capitale  
Intellettuale

**10  
Capitale  
Relazionale**

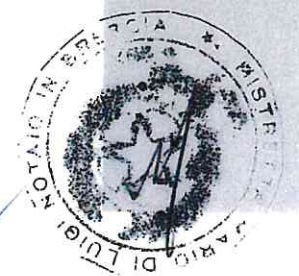
Relazione  
con i Clienti

Relazione con  
la Comunità

Relazione con  
i Fornitori

Relazione  
della Società  
di Revisione

GRI  
Content  
Index







W



# 10 Capitale Relazionale Fornitori



## INPUT

Nuova procedura  
per l'accesso all'Albo  
Fornitori, con l'obbligo  
di sottoscrizione del  
Patto di Integrità

1.682 visite di verifica  
sui cantieri stradali

91% dei controlli  
effettuati conformi  
alla normativa

Capitale  
Finanziario

Capitale  
Manifatturiero

Capitale  
Naturale

Capitale  
Umano

Capitale  
Intellettuale

Capitale  
Relazionale

## SERVIZI E PROCESSI A2A



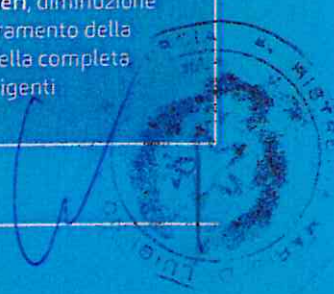
1,5 miliardi di euro ordinato a fornitori,  
di cui il 91,6% italiani

82% degli ordini emessi a fornitori in possesso  
di almeno una certificazione\*

3% del valore dell'ordinato  
a cooperative sociali e onlus

Aumento della **sicurezza sui cantieri**, diminuzione  
degli impatti ambientali, miglioramento della  
qualità delle opere e garanzia della completa  
conformità alle norme vigenti

## OUTCOME





## GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA

Adozione di politiche di selezione dei fornitori, dei collaboratori, dei partner commerciali impiegando processi equi e trasparenti che prevedano l'integrazione di criteri di sostenibilità; promozione di pratiche di responsabilità sociale tra i fornitori, stimolando il miglioramento dell'affidabilità e della sicurezza nell'erogazione dei servizi.

FATTORI DI RISCHIO PER LA SOSTENIBILITÀ	FATTORI DI OPPORTUNITÀ PER LA SOSTENIBILITÀ	MODALITÀ DI GESTIONE (MA)	AZIONI 2018	AZIONE DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ
<p>Rischi per la salute e la sicurezza dei lavoratori di imprese terze.</p> <p>Possibilità di comportamenti eticamente scorretti.</p> <p>Non <i>compliance</i> alla normativa ambientale.</p>	NON ANCORA IDENTIFICATO	<p>Coinvolgimento continuo dei fornitori con l'obiettivo di diffondere i temi della sostenibilità.</p> <p>Adozione di controlli per la verifica dei requisiti di idoneità del fornitore, certificazioni QAS e altre eventuali certificazioni specifiche per categoria merceologica.</p> <p>Adeguamento delle procedure aziendali che prevedano la sottoscrizione da parte del fornitore di un patto etico e di una dichiarazione di <i>compliance</i> al protocollo di legalità.</p> <p>Progressivo sviluppo di un processo di qualifica e scelta di fornitori, <i>partner</i> commerciali e collaboratori che integri elementi di sostenibilità.</p>	<p>Revisionata la procedura per accedere all'Albo Fornitori, che prevede, da parte del fornitore, la sottoscrizione di un Patto d'Integrità.</p> <p>Previsti <i>audit</i> presso le sedi dei fornitori per verificare quanto dichiarato in sede di richiesta di qualifica.</p> <p>Effettuate ispezioni a 41 appaltatori e 36 subappaltatori operanti su cantieri della BU Reti e Calore.</p>	PEOPLE INNOVATION - Responsible Procurement

Nell'anno 2018 sono stati emessi **20.120 ordini** per forniture, servizi o lavori dalle società del Gruppo, per un importo complessivo di circa **1,5 miliardi di euro**. Il **91,6%** dell'ordinato è concentrato su **fornitori italiani**.

Figura 60\_Valore dell'ordinato per Business Unit

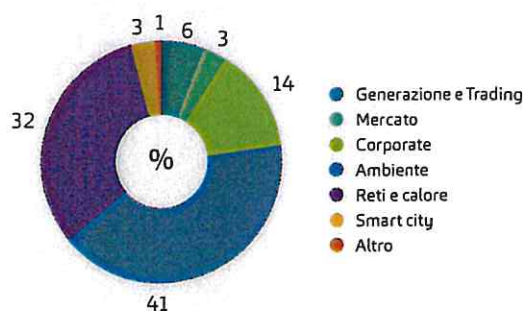
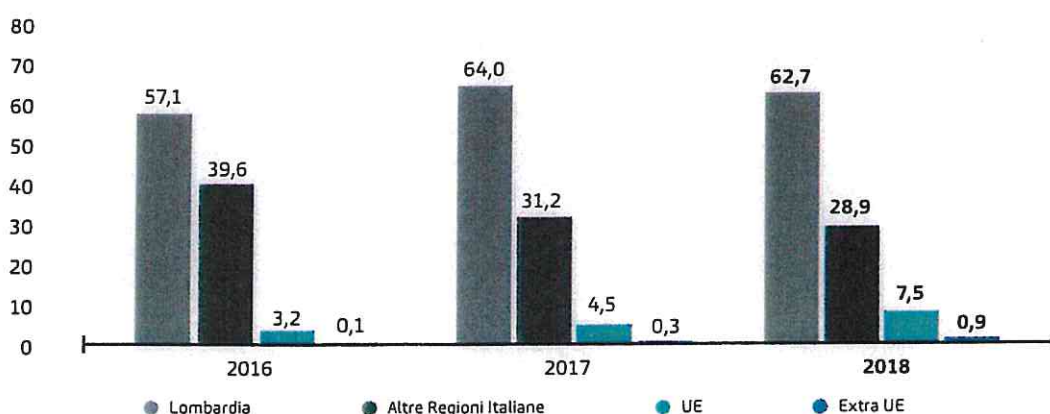


Figura 61\_Ripartizione geografica dell'ordinato [GRI 204-1] (%)



Oltre a quanto speso per forniture, lavori e servizi, circa 1,7 miliardi di euro sono stati impiegati per l'acquisto dei combustibili utilizzati nelle centrali del Gruppo o veicolati come vettore ai clienti finali, di cui l'89% per il gas naturale. Gli acquisti di carbone sono stati fatti per il 44% dalla Colombia, per il 36% dalla Russia, per il 13% dall'Indonesia e per il 7% dal Kazakistan.



### 10.3.1 Gestione sostenibile della catena del valore

Al fine di creare valore nel lungo periodo, il Gruppo A2A mira ad instaurare con la propria catena di fornitura un rapporto responsabile, attraverso cui consolidare rapporti equi e trasparenti. Infatti, il Gruppo opera con fornitori che applicano alti standard in materia di salute e sicurezza del personale e di tutela dell'ambiente. A questo scopo, A2A ha adottato un specifico sistema di accertamento di idoneità delle imprese, in modo da poter assicurare la sussistenza delle capacità tecniche ed economico-finanziarie rispondenti ai requisiti previsti dalla legge e a quelli del Codice Etico di Gruppo (nel rispetto del modello organizzativo ex D.Lgs. 231/01).

Nel 2018, **2.306 fornitori** erano in possesso di **almeno una certificazione qualità, ambiente e sicurezza** e di questi ne sono stati attivati con almeno un ordine 1.144. Inoltre, il valore degli ordini emessi dal Gruppo A2A affidato a fornitori in possesso di almeno una certificazione ammonta a circa **l'82% del valore complessivo dei nostri ordini**.

Nell'attività di selezione e qualifica dei fornitori, A2A si rivolge a tutte le società interessate a partecipare alle gare indette dal Gruppo, garantendo il mantenimento di un Albo Fornitori qualificato per categoria merceologica, al quale i *buyer* devono attingere per la definizione della *vendor list* di gara. La qualifica ottenuta ha una validità di 36 mesi ma può essere revocata anticipatamente qualora intervengano fattori di rischio o valutazioni di *performance* negative. Ad ogni fornitore qualificato viene attribuito un punteggio (*global scoring*) calcolato come media della valutazione preventiva, effettuata sulla base delle informazioni raccolte durante la qualifica (indici infortunistici, certificazioni ottenute, *rating* finanziario, ecc.) e della valutazione della *performance*, data dal comportamento del fornitore durante l'esecuzione del contratto. Qualora il *global scoring* attribuito a un fornitore sia insufficiente, A2A si riserva di mettere in atto provvedimenti quali la sospensione, la revoca della qualifica o l'avvio di attività di *audit*.

Nel 2018 durante i processi di qualifica per l'iscrizione o rinnovo all'albo, ben **982 fornitori sono stati valutati su tematiche sociali e 975 su tematiche ambientali**.

Figura 62\_Fornitori qualificati del Gruppo A2A suddivisi per certificazione posseduta

	2016	2017	2018
ISO9001	2.800	1.981	<b>2.103</b>
ISO14001	915	566	<b>633</b>
OHSAS18001	662	610	<b>611</b>
SA8000	22	62	<b>51</b>
Rispondenti al questionario TenP ( <i>Global Compact</i> )	22	71	<b>166</b>
<b>Totale fornitori con almeno una certificazione</b>	<b>2.843</b>	<b>2.215</b>	<b>2.306</b>
<i>di cui attivati con ordine</i>	<i>nd</i>	<i>nd</i>	<b>1.144</b>

Lettera agli  
stakeholder

Nota  
metodologica

1  
Il Gruppo A2A  
e il suo modello  
di business

2  
Governance

3  
Strategia di  
sostenibilità

4  
Stakeholder  
engagement  
e Analisi di  
materialità

5  
Capitale  
Finanziario

6  
Capitale  
Manifatturiero

7  
Capitale  
Naturale

8  
Capitale  
Umano

9  
Capitale  
Intellettuale

**10  
Capitale  
Relazionale**

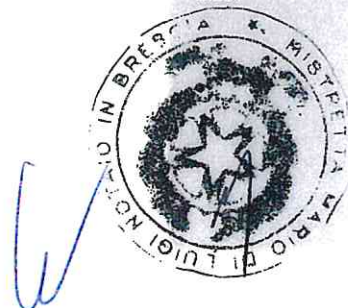
Relazione  
con i Clienti

Relazione con  
la Comunità

Relazione  
con i Fornitori

Relazione  
della Società  
di Revisione

GRI  
Content  
Index





## LE NOVITÀ INTRODOTTE CON IL NUOVO PROCESSO DI QUALIFICA DEI FORNITORI

### Accettazione del Patto di Integrità e verifica reputazionale per le aziende che intendono accedere all'Albo Fornitori del gruppo A2A

Nella fase di registrazione al Portale, tutti i fornitori dovranno sottoscrivere il Patto di Integrità. La mancata sottoscrizione dello stesso, infatti, determina l'impossibilità per il fornitore di accedere al modulo «qualifica» per richiedere l'iscrizione all'Albo Fornitori A2A, nonché di accedere al modulo «subappalti».

Alla verifica economico/finanziaria e tecnico/professionale, si aggiunge la verifica "reputazionale", che si sostanzia nello svolgimento di attività volte ad acquisire elementi informativi rilevanti con riguardo ai profili reputazionali dei potenziali fornitori e dei subappaltatori. Ai fornitori viene attribuito un *integrity risk rating*, sulla base del quale può essere decisa la preclusione all'accesso al Portale Fornitori di A2A.

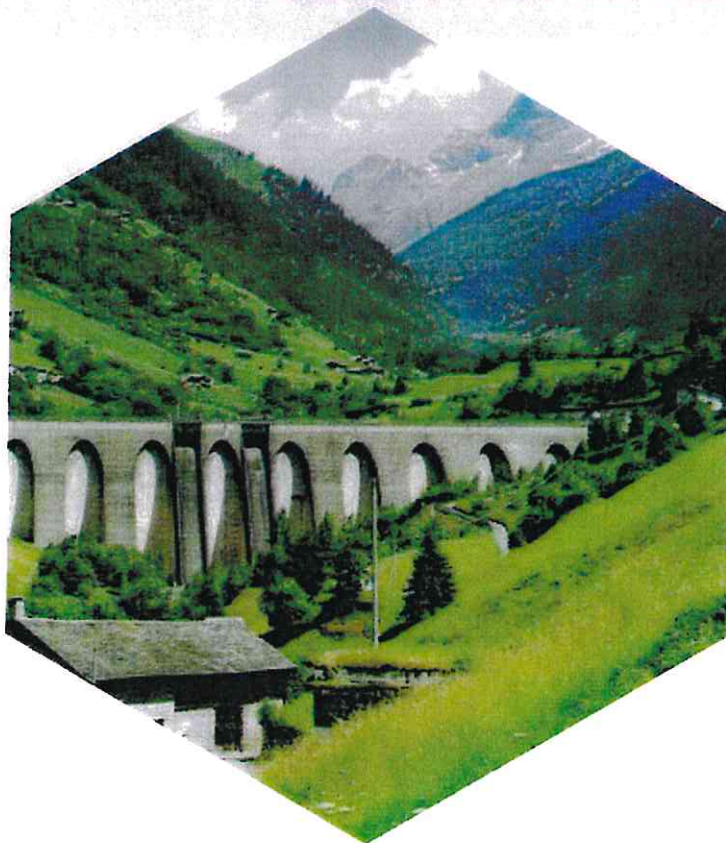
### Audit sul Campo

Il processo di qualifica può prevedere anche *audit* presso le sedi dei fornitori per verificare quanto dichiarato in sede di richiesta di qualifica, con riferimento agli aspetti tecnici, ai requisiti ambientali e di sicurezza.

Gli *audit* possono essere richiesti anche qualora insorgano, durante l'esecuzione dei contratti, particolari non conformità nella fornitura di beni o nell'esecuzione di appalti o servizi, con l'obiettivo di individuare le cause delle mancate performance e proporre le azioni di miglioramento (*action plan*).

### Valutazione Tecnica

Per le categorie merceologiche presidiate dai *category leader*, è inoltre prevista una ulteriore verifica tecnica del fornitore che si propone per la qualifica, che sarà strutturata sulla base di un questionario specifico per categoria. L'ottenimento di una valutazione tecnica positiva è propedeutica alla valutazione finale del Responsabile della struttura di *Vendor Management* per l'ottenimento della qualifica.



✓



### 10.3.2 Gestione dei cantieri

L'attenzione alla sicurezza sul posto di lavoro, non solo nelle proprie attività, ma lungo tutta la catena di fornitura, rappresenta sempre più per il Gruppo un tema di fondamentale importanza. Per tale ragione A2A, e in particolare la BU Reti e Calore, ha iniziato dal 2016 ad effettuare rigorosi controlli sulla gestione dei cantieri per lavori affidati a società esterne, anche nell'ottica di responsabilizzare e sensibilizzare le aziende appaltatrici.

Le verifiche riguardano in particolare:

- l'aderenza a quanto previsto dal capitolato d'appalto, in termini di realizzazione delle opere commissionate nei tempi, coi materiali previsti e con l'effettuazione dei collaudi richiesti;
- la conformità alle disposizioni in materia di salute e sicurezza sul lavoro (D.Lgs. 81/08) ed ambientale (D.Lgs. 152/06).

Nel 2018 il Gruppo ha effettuato **ispezioni a 41 appaltatori e 36 subappaltatori (+38% rispetto al 2017)** ed è **raddoppiata la percentuale di cantieri ispezionati**, passando dal 6% del 2017 al 12% sul totale di quelli aperti nel 2018.

Le **visite di controllo** sono state fatte su un campione di cantieri stradali (considerando il censimento dei cantieri aperti e le differenti tipologie di interventi) con l'ausilio di apposite **check list e rilevazioni fotografiche**, condividendo successivamente le risultanze delle verifiche tramite report periodici analitici trasmessi alle strutture aziendali interessate. La **check list** prevede tre livelli di anomalia (rosso = bloccante, arancione = grave e giallo = rilevante). Nel caso di anomalie rosse, i responsabili del cantiere vengono immediatamente allertati per adottare, nel più breve tempo possibile, le opportune contromisure coinvolgendo gli appaltatori.

Figura 63\_Verifiche ispettive dei cantieri - sintesi

	2016	2017	2018
Numero ispezioni effettuate	1.406	727	1.682
N. controlli effettuati	24.196	15.572	25.612
di cui conformi	80%	90%	90%
Società interessate	Unareti, A2A Ciclo Idrico, A2A Calore & Servizi	Unareti, A2A Ciclo Idrico, A2A Calore & Servizi, A2A Illuminazione Pubblica	Unareti, A2A Ciclo Idrico, A2A Calore & Servizi
Aree interessate	Provincia: Milano, Bergamo e Brescia	Provincia: Milano, Bergamo e Brescia	Provincia: Milano, Bergamo e Brescia
Azioni correttive pianificate	Pianificate azioni formative ed informative che, nei primi mesi del 2017, hanno coinvolto sia gli operatori interni che le imprese appaltatrici	Completamento delle azioni formative pianificate nel 2016. Introduzione del tablet per controlli in linea. Informazione costante dei risultati delle ispezioni a tutte le parti interessate	Informazione costante dei risultati delle ispezioni a tutte le parti interessate
n. azioni correttive intraprese	nd*	36*	83
Risultati attesi	Minimizzare le anomalie con conseguente aumento della sicurezza, diminuzione degli impatti ambientali, miglioramento della qualità delle opere e garanzia della completa conformità alle norme vigenti		

\* L'attività di segnalazione sistematica e tracciata è stata introdotta da Maggio 2017.

Lettera agli stakeholder

Nota metodologica

1 Il Gruppo A2A e il suo modello di business

2 Governance

3 Strategia di sostenibilità

4 Stakeholder engagement e Analisi di materialità

5 Capitale Finanziario

6 Capitale Manifatturiero

7 Capitale Naturale

8 Capitale Umano

9 Capitale Intellettuale

**10 Capitale Relazionale**

Relazione con i Clienti

Relazione con la Comunità

Relazione con i Fornitori

Relazione della Società di Revisione

GRI Content Index











## Relazione della società di revisione indipendente sulla dichiarazione consolidata di carattere non finanziario ai sensi dell'art. 3, c. 10, D.Lgs. 254/2016 e dell'art. 5 del regolamento Consob adottato con Delibera n. 20267 del 18 gennaio 2018

Al Consiglio di Amministrazione della  
A2A S.p.A.

Ai sensi dell'articolo 3, comma 10, del Decreto Legislativo 30 dicembre 2016, n. 254 (di seguito "Decreto") e dell'articolo 5 del Regolamento CONSOB n. 20267/2018, siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato ("limited assurance engagement") della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario della A2A S.p.A. e sue controllate (di seguito il "Gruppo") relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2018 predisposta ai sensi dell'art. 4 del Decreto, e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 3 aprile 2019 (di seguito "DNF").

### Responsabilità degli Amministratori e del Collegio Sindacale per la DNF

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione della DNF in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti nel 2016 dal GRI - Global Reporting Initiative (di seguito "GRI Standards"), da essi individuato come standard di rendicontazione.

Gli Amministratori sono altresì responsabili, nei termini previsti dalla legge, per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di una DNF che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono responsabili inoltre per l'individuazione del contenuto della DNF, nell'ambito dei temi menzionati nell'articolo 3, comma 1, del Decreto, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo e nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività del Gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dallo stesso prodotti.

Gli Amministratori sono infine responsabili per la definizione del modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, nonché, con riferimento ai temi individuati e riportati nella DNF, per le politiche praticate dal Gruppo e per l'individuazione e la gestione dei rischi generati o subiti dallo stesso.

Il Collegio Sindacale ha la responsabilità della vigilanza, nei termini previsti dalla legge, sull'osservanza delle disposizioni stabilite nel Decreto.

### Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza del Code of Ethics for Professional Accountants emesso dall'International Ethics Standards Board for Accountants, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale. La nostra società di revisione applica l'International Standard on Quality Control 1 (ISQC Italia 1) e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Lettera agli  
stakeholder

Nota  
metodologica

1  
Il Gruppo A2A  
e il suo modello  
di business

2  
Governance

3  
Strategia di  
sostenibilità

4  
Stakeholder  
engagement  
e Analisi di  
materialità

5  
Capitale  
Finanziario

6  
Capitale  
Manifatturiero

7  
Capitale  
Naturale

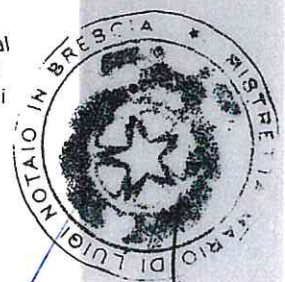
8  
Capitale  
Umano

9  
Capitale  
Intellettuale

10  
Capitale  
Relazionale

**Relazione  
della Società  
di Revisione**

GRI  
Content  
Index



*[Handwritten signature]*



## Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità della DNF rispetto a quanto richiesto dal Decreto e dai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo quanto previsto dal principio "International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information" (di seguito "ISAE 3000 Revised"), emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) per gli incarichi limited assurance. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che la DNF non contenga errori significativi. Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'ISAE 3000 Revised ("reasonable assurance engagement") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

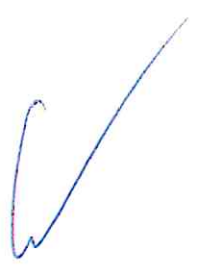
Le procedure svolte sulla DNF si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della Società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nella DNF, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

1. analisi dei temi rilevanti in relazione alle attività ed alle caratteristiche del Gruppo rendicontati nella DNF, al fine di valutare la ragionevolezza del processo di selezione seguito alla luce di quanto previsto dall'art. 3 del Decreto e tenendo presente lo standard di rendicontazione utilizzato;
2. analisi e valutazione dei criteri di identificazione del perimetro di consolidamento, al fine di riscontrarne la conformità a quanto previsto dal Decreto;
3. comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario inclusi nella DNF ed i dati e le informazioni inclusi nel Bilancio Consolidato del Gruppo A2A;
4. comprensione dei seguenti aspetti:
  - o modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, con riferimento alla gestione dei temi indicati nell'art. 3 del Decreto;
  - o politiche praticate dall'impresa connesse ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto, risultati conseguiti e relativi indicatori fondamentali di prestazione;
  - o principali rischi, generati o subito connessi ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto.

Relativamente a tali aspetti sono stati effettuati inoltre i riscontri con le informazioni contenute nella DNF e effettuate le verifiche descritte nel successivo punto 5, lett. a).

5. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nella DNF.  
In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione della A2A S.p.A. e con il personale della Linea Group Holding S.p.A., A2A Energiefuture S.p.A., A2A Calore e Servizi S.r.l., Lomellina Energia S.r.l. e Acsm-Agam S.p.A., e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione della DNF.







Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo:

- a livello Gruppo
  - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nella DNF, e in particolare a modello aziendale, politiche praticate e principali rischi, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
  - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.
- per le società A2A Energiefuture S.p.A. (centrale termoelettrica di Monfalcone), A2A Calore e Servizi S.r.l. (Impianto di Brescia - Lamarmora) e Lomellina Energia S.r.l. (Termovalorizzatore di Parona), che abbiamo selezionato sulla base delle loro attività, del loro contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della loro ubicazione, abbiamo effettuato visite in loco nel corso delle quali ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.

## Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che la DNF del Gruppo A2A relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2018 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e dai GRI Standards.

## Altri aspetti

Con riferimento all'esercizio chiuso il 31 dicembre 2016, il Gruppo ha predisposto un Bilancio Integrato, i cui dati sono utilizzati a fini comparativi all'interno della DNF. Detto Bilancio Integrato è stato sottoposto in via volontaria ad un esame limitato in conformità all'ISAE 3000 da parte di EY, che ha espresso delle conclusioni senza rilievi.

Milano, 16 aprile 2019

EY S.p.A.

  
Paolo Zocchi  
(Socio)

Lettera agli  
stakeholder

Nota  
metodologica

1  
Il Gruppo A2A  
e il suo modello  
di business

2  
Governance

3  
Strategia di  
sostenibilità

4  
Stakeholder  
engagement  
e Analisi di  
materialità

5  
Capitale  
Finanziario

6  
Capitale  
Manifatturiero

7  
Capitale  
Naturale

8  
Capitale  
Umano

9  
Capitale  
Intellettuale

10  
Capitale  
Relazionale

**Relazione  
della Società  
di Revisione**

GRI  
Content  
Index





# GRI Content Index

## General Standard Disclosure

INDICATORI		DOCUMENTO PRINCIPALE	SUPPLEMENTO
<b>Profilo dell'organizzazione</b>			
D 102-1	Nome dell'organizzazione	8	
D 102-2	Attività e Servizi forniti	8-13	
D 102-3	Ubicazione sede aziendale	Colophon	
D 102-4	Ubicazione delle operazioni	10-11; 63; 65; 71	
D 102-5	Assetto proprietario	55	
D 102-6	Mercati serviti	10-11	
D 102-7	Dimensioni dell'organizzazione	9	
D 102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	95-98	25-26
D 102-9	Catena di fornitura dell'organizzazione	12-13; 155-157	
D 102-10	Cambiamenti avvenuti durante l'anno nell'organizzazione o nella catena di fornitura	Nota metodologica	
D 102-11	Principio precauzionale ( <i>risk management</i> )	24-27; 54; 62; 76-78; 96-97; 112; 122; 142; 156	
D 102-12	Iniziative esterne che l'organizzazione sottoscrive	32	
D 102-13	Lista della associazioni di categoria a cui l'organizzazione aderisce	143	
EU 1	Capacità installata	61; 63; 65; 71	
EU 2	Energia netta prodotta	61; 66	13
EU3	Numero di clienti divisi per categoria	121; 123	
EU 4	Lunghezza delle reti di trasmissione e distribuzione	61; 68	14
EU 5	Allocazione delle quote di emissione e rispetto del protocollo di Kyoto	81	
<b>Strategia</b>			
D102-14	Lettera agli <i>stakeholder</i>	2-3	
D102-15	Impatti, rischi e opportunità	24-27; 54; 62; 76-78; 96-97; 112; 122; 142; 156	
<b>Aspetti etici</b>			
D102-16	Mission, valori, codici di condotta e principi	14-15; 20-23	
D102-17	Meccanismi interni ed esterni per fornire consigli su compartimenti etici, legali ed illegali	20-21	
<b>Governance</b>			
D102-18	Struttura di <i>governance</i> dell'organizzazione	18-19	
D102-20	Posizioni interne con responsabilità in ambito economico, ambientale e sociale	18-19	
D102-21	Processi per la consultazione su temi di natura economica, ambientale e sociale tra gli <i>stakeholder</i> e il più alto organo di governo	18-19; 50	
D102-22	Composizione del più alto organo di governo e dei suoi comitati	18-19	
D102-23	Presidente del più alto organo di governo	18	
D102-27	Formazione del più alto organo di governo su temi di natura economica, ambientale e sociale	18-19	
D102-32	Indicazione del comitato o della posizione che verifica e approva il Bilancio di sostenibilità	Nota metodologica	



INDICATORI		DOCUMENTO PRINCIPALE	SUPPLEMENTO
<b>Coinvolgimento degli Stakeholder</b>			
D102-40	Stakeholder del Gruppo	46-47	
D102-41	Dipendenti coperti da accordi collettivi	99	
D102-42	Processo di identificazione	46-48	
D102-43	Approccio all' <i>engagement</i> , incluso frequenze e tipologie di attività	46-48	
D102-44	Temi emersi dallo <i>stakeholder engagement</i>	50-51	
<b>Parametri di bilancio</b>			
D102-45	Entità incluse nel bilancio	Nota metodologica + BC*	
D102-46	Processo per la definizione dei contenuti del report e del perimetro	50-51	
D102-47	Aspetti materiali identificati nel processo di definizione dei contenuti	50-51	
D102-48	Informazioni su eventuali " <i>restatement</i> " rispetto al precedente report	Nota metodologica	
D102-49	Eventuali cambiamenti rispetto agli aspetti materiali del precedente report	Nota Metodologica; 50-51	
D102-50	Periodicità di rendicontazione (annuale, semestrale,...)	Nota metodologica	
D102-51	Data del report più recente	Nota metodologica	
D102-52	Ciclo di rendicontazione	Nota metodologica	
D102-53	Contatti per informazioni sul report	Colophon	
D102-54	Dichiarazione di rendicontazione secondo i <i>GRI Standards</i>	Nota metodologica	
D102-55	<i>GRI Content Index</i>	164	
D102-56	Documento di <i>Assurance</i>	161	

\* Bilancio Consolidato 2018 - Allegato 3. Elenco delle imprese incluse nel Bilancio Consolidato.

Lettera agli stakeholder

Nota metodologica

1  
Il Gruppo A2A e il suo modello di business

2  
Governance

3  
Strategia di sostenibilità

4  
Stakeholder engagement e Analisi di materialità

5  
Capitale Finanziario

6  
Capitale Manifatturiero

7  
Capitale Naturale

8  
Capitale Umano

9  
Capitale Intellettuale

10  
Capitale Relazionale

Relazione della Società di Revisione

**GRI Content Index**

General Standard Disclosure

Specific Standard Disclosure





## Specific Standard Disclosure

INDICATORI		RIFERIMENTI E OMISSION	
		DOCUMENTO PRINCIPALE	SUPPLEMENTO
<b>Performance economica (GRI 201)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	50-51; 54	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	54	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	54	
D 201-1	Valore economico diretto generato e distribuito	54	10-12; 52
<b>Impatti economici indiretti (GRI 203)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	50-51; 54	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	54	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	54	
D 203-1	Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi forniti	59; 64; 66-67; 69-70; 72-73	12; 52
D 203-2	Principali impatti economici indiretti	53-54; 130; 141; 147-148; 155-156	58
<b>Pratiche di approvvigionamento (GRI 204)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	50-51; 156	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	156	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	156	
D 204-1	Percentuale di spesa concentrata su fornitori locali	156	48; 58
<b>Anticorruzione (GRI 205)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	26; 50-51	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	26	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	26	
D 205-1	Divisioni interne monitorate per rischi legati alla corruzione	20-21	51
D 205-3	Casi di corruzione segnalati e confermati e relative azioni intraprese	21	51
<b>Comportamento anti-competitivo (GRI 206)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	26; 50-51	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	26	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	26	
D 206-1	Azioni legali per comportamenti anti-competitivi, <i>anti-trust</i> e pratiche di monopolio	139	49-50; 59 + BC* + RG**
<b>Materiali (GRI 301)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	50-51; 76	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	76	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	76	
D 301-1	Materie prime utilizzate per peso e volume	75; 86-87; 89; 91	18; 20; 22; 24; 54
<b>Energia (GRI 302)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	50-51; 77	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	77	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	77	
D 302-1	Consumo dell'energia all'interno dell'organizzazione	75; 87-88	18; 20; 22; 24; 54

\* Bilancio Consolidato 2018 - paragrafo 3. Note illustrative - Altre Informazioni - 9) Aggiornamento delle principali vertenze giudiziarie e fiscali in corso.

\*\* Relazione sulla Gestione 2018 - paragrafo 3. Evoluzione della regolazione ed impatti sulle Business Unit del Gruppo A2A.



INDICATORI		RIFERIMENTI E OMISSIONI	
		DOCUMENTO PRINCIPALE	SUPPLEMENTO
<b>Acqua (GRI 303)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	50-51; 76-77	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	76-77	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	76-77	
D 303-1	Prelievo totale di acqua per fonte	82; 87; 89; 91	18; 20; 22; 24; 54
<b>Biodiversità (GRI 304)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	50-51; 78	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	78	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	78	
D 304-1	Localizzazione e dimensioni di terreni posseduti, affittati o gestiti in aree (o adiacenti ad aree) protette o in aree a elevata biodiversità esterne alle aree protette	83	
* L'indicatore sulla biodiversità non è completamente disponibile. Il Gruppo si impegna nei prossimi anni a rendere disponibile l'indicatore. Lo stesso KPI è anche uno degli obiettivi presenti nel Piano di Sostenibilità 2019-2023.			
<b>Emissioni (GRI 305)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	50-51; 77	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	77	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	77	
D 305-1	Emissioni dirette di GHG	75; 80	19; 21; 23-24; 54
D 305-2	Emissioni indirette di GHG	75; 80	19; 21; 23-24; 54
D 305-7	NO <sub>x</sub> , SO <sub>x</sub> e altre emissioni significative	75; 87; 90; 92	19; 21; 23-24; 54
<b>Scarichi e rifiuti (GRI 306)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	50-51; 76	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	76	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	76	
D 306-1	Acqua totale scaricata per qualità e destinazione	75; 87; 90; 93	18; 20; 22; 55
D 306-2	Peso totale dei rifiuti per tipo e metodo di smaltimento	75; 86-87; 90; 93	19; 21; 23-24; 55
<b>Conformità su aspetti ambientali (GRI 307)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	26; 50-51	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	26	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	26	
D 307-1	Non conformità con i regolamenti di materia ambientale	-	50; 59
<b>Valutazione fornitori su aspetti ambientali (GRI 308)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	50-51; 156	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	156	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	156	
D 308-1	Nuovi fornitori valutati secondo criteri ambientali	157	59
<b>Occupazione (GRI 401)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	50-51; 96	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	96	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	96	
D 401-1	Nuove assunzioni e tasso di turnover	95; 98	26-27; 55
<b>Salute e sicurezza sul lavoro (GRI 403)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	50-51; 96	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	96	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	96	
D 403-1	Percentuale dei lavoratori rappresentati nel Comitato per la salute e la sicurezza	95; 100	32; 55
D 403-2	Tipi e percentuale di infortuni sul lavoro, malattia professionale, giorni persi, assenteismo e infortuni legati al tipo di lavoro	100	31-33; 56

Lettera agli stakeholder

Nota metodologica

1  
Il Gruppo A2A e il suo modello di business2  
Governance3  
Strategia di sostenibilità4  
Stakeholder engagement e Analisi di materialità5  
Capitale Finanziario6  
Capitale Manifatturiero7  
Capitale Naturale8  
Capitale Umano9  
Capitale Intellettuale10  
Capitale Relazionale

Relazione della Società di Revisione

**GRI Content Index**

General Standard Disclosure

Specific Standard Disclosure





INDICATORI		RIFERIMENTI E OMISSIONI	
		DOCUMENTO PRINCIPALE	SUPPLEMENTO
<b>Sviluppo e formazione (GRI 404)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	50-51; 96	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	96	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	96	
D 404-1	Ore medie annue di formazione per dipendente	95; 104 Il dato fa riferimento al solo perimetro A2A (senza Gruppo ACSM-AGAM)	30-31
<b>Diversità e pari opportunità (GRI 405)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	50-51; 97	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	97	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	97	
D 405-1	Ripartizione degli organi di governo e dei dipendenti per sesso e altri indicatori di diversità	18; 106	25, 28-29; 56
<b>Non discriminazione (GRI 406)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	27; 50-51	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	27	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	27	
D 406-1	Episodi di discriminazione e azioni correttive prese	20	51
<b>Libertà di associazione e contrattazione collettiva (GRI 407)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	27; 50-51	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	27	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	27	
D 407-1	Libertà di associazione e di contrattazione collettiva	99	56
<b>Valutazione dei diritti umani (GRI 412)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	27; 50-51	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	27	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	27	
D 412-2	Formazione dei dipendenti nelle politiche sui diritti umani	20	
<b>Comunità locale (GRI 413)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	50-51; 142	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	142	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	142	
D 413-1	Attività che prevedono un coinvolgimento delle comunità locali	46-48; 143-151	
<b>Valutazione fornitori su impatti sociali (GRI 414)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	50-51; 156	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	156	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	156	
D 414-1	Nuovi fornitori valutati secondo criteri sociali	157	58



INDICATORI		RIFERIMENTI E OMISSIONI	
		DOCUMENTO PRINCIPALE	SUPPLEMENTO
<b>Politica pubblica (GRI 415)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	50-51; 142	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	142	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	142	
D 415-1	Contributi finanziari a partiti, politici e relative istituzioni	143	51
<b>Salute e sicurezza dei consumatori (GRI 416)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	50-51; 122	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	122	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	122	
D 416-2	Casi di non conformità su salute e sicurezza dei prodotti/servizi	-	49; 50
EU 25	Numero di incidenti che hanno coinvolto la comunità, inclusi i procedimenti giudiziari	-	50; 59
<b>Etichettatura di prodotti e servizi (GRI 417)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	50-51; 122	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	122	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	122	
D 417-3	Incidenza della non conformità per attività di <i>marketing</i>	139	59
<b>Privacy dei consumatori (GRI 418)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	50-51; 122	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	122	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	122	
D 418-1	Reclami motivati riguardanti violazioni della <i>privacy</i> dei clienti e la perdita di dati	22; 119	59
<b>Conformità su aspetti sociali (GRI 419)</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	26; 50-51	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	26	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	26	
D 419-1	Non conformità con i regolamenti nell'area socio economica	-	49; 59

Lettera agli stakeholder

Nota metodologica

1  
Il Gruppo A2A e il suo modello di business2  
Governance3  
Strategia di sostenibilità4  
Stakeholder engagement e Analisi di materialità5  
Capitale Finanziario6  
Capitale Manifatturiero7  
Capitale Naturale8  
Capitale Umano9  
Capitale Intellettuale10  
Capitale Relazionale

Relazione della Società di Revisione

GRI  
Content  
IndexGeneral  
Standard  
DisclosureSpecific  
Standard  
Disclosure

Handwritten signature in blue ink.



INDICATORI	RIFERIMENTI E OMISSIONI	
	DOCUMENTO PRINCIPALE	SUPPLEMENTO

#### *Electric Utility Sector Supplement*

<b>Demand side management</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	50-51; 112	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	112	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	112	
<b>Ricerca e sviluppo</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	50-51; 112	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	112	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	112	
<b>Gestione efficiente</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	50-51; 62	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	62	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	62	
EU 11	Rendimento medio del parco termoelettrico	-	17
EU 12	Perdite di trasmissione e distribuzione in percentuale del totale di energia	-	23
<b>Accessibilità del servizio</b>			
D 103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro confine	50-51; 122	8-9
D 103-2	Approccio del <i>management</i> e suoi componenti	122	
D 103-3	Valutazione dell'approccio del <i>management</i>	122	
EU 28	Indice di frequenza di interruzione del servizio	-	39-40
EU 29	Indice di durata media di interruzione del servizio	-	39
EU 30	<i>Availability factor</i> medio del parco impianti	-	13



INDICATORI		RIFERIMENTI E OMISSIONI	
		DOCUMENTO PRINCIPALE	SUPPLEMENTO
<b>Altri indicatori GRI Standards - DNF Gruppo A2A</b>			
<b>Performance economica (GRI 201)</b>			
D 201-2	Conseguenze economiche e altri rischi/opportunità dovuti al cambiamento climatico	25-26	
<b>Anticorruzione (GRI 205)</b>			
D 205-2	Comunicazione e formazione su <i>policy</i> e procedure sul tema dell'anti-corruzione	21	
<b>Energia (GRI 302)</b>			
D 302-3	Indicatori di <i>energy intensity</i>	86	17
D 302-4	Riduzione dei consumi di energia	64; 67; 72-73; 81; 116	
D 302-5	Riduzione del consumo energetico richiesto da prodotti e servizi	130-131	
<b>Acqua (GRI 303)</b>			
D 303-3	Acqua riciclata e riutilizzata	-	18; 20; 22
<b>Emissioni (GRI 305)</b>			
D 305-3	Altre emissioni indirette GHG	75; 80	
D 305-4	Intensità delle emissioni GHG	80	
D 305-5	Iniziative di riduzione delle emissioni di GHG	92; 107; 112; 115; 130	
<b>Occupazione</b>			
EU 17	Giorni lavorati dai dipendenti degli appaltatori e subappaltatori per opere di costruzione e manutenzione	-	31
EU 18	Dipendenti di imprese terze coinvolti in formazione su salute e sicurezza	101	31
<b>Diversità e pari opportunità (GRI 405)</b>			
D 405-2	Rapporto dello stipendio base e di quello medio delle donne rispetto agli uomini a parità di categoria	108	

Lettera agli stakeholder

Nota metodologica

1  
Il Gruppo A2A e il suo modello di business

2  
Governance

3  
Strategia di sostenibilità

4  
Stakeholder engagement e Analisi di materialità

5  
Capitale Finanziario

6  
Capitale Manifatturiero

7  
Capitale Naturale

8  
Capitale Umano

9  
Capitale Intellettuale

10  
Capitale Relazionale

Relazione della Società di Revisione

**GRI**  
**Content**  
**Index**  
General  
Standard  
Disclosure

Specific  
Standard  
Disclosure





✓



## A2A S.p.A.

**Sede legale:**

Via Lamarmora, 230 - 25124 Brescia  
T [+39] 030 35531 F [+39] 030 3553204

**Sede direzionale e amministrativa:**

Corso Porta Vittoria, 4 - 20122 Milano  
T [+39] 02 77201 F [+39] 02 77203920

**Realizzato da:**

S.O. Comunicazione Esterna e Media Relations  
S.O. Ambiente, Salute e Sicurezza  
T [+39] 02 77201 - [sostenibilita@a2a.eu](mailto:sostenibilita@a2a.eu) - [www.a2a.eu](http://www.a2a.eu)

Si ringraziano tutti i colleghi di A2A che hanno collaborato alla realizzazione del presente Bilancio.

**Progetto grafico e impaginazione:**

BOUTIQUE CREATIVA  
MERCURIO GP

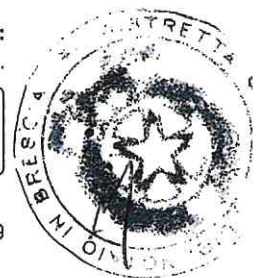
**Stampa:**

AGEMA S.p.A.



Milano, aprile 2019

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized 'A' followed by a checkmark-like flourish.







[www.a2a.eu](http://www.a2a.eu)

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized, cursive letter 'A' followed by a checkmark-like flourish.

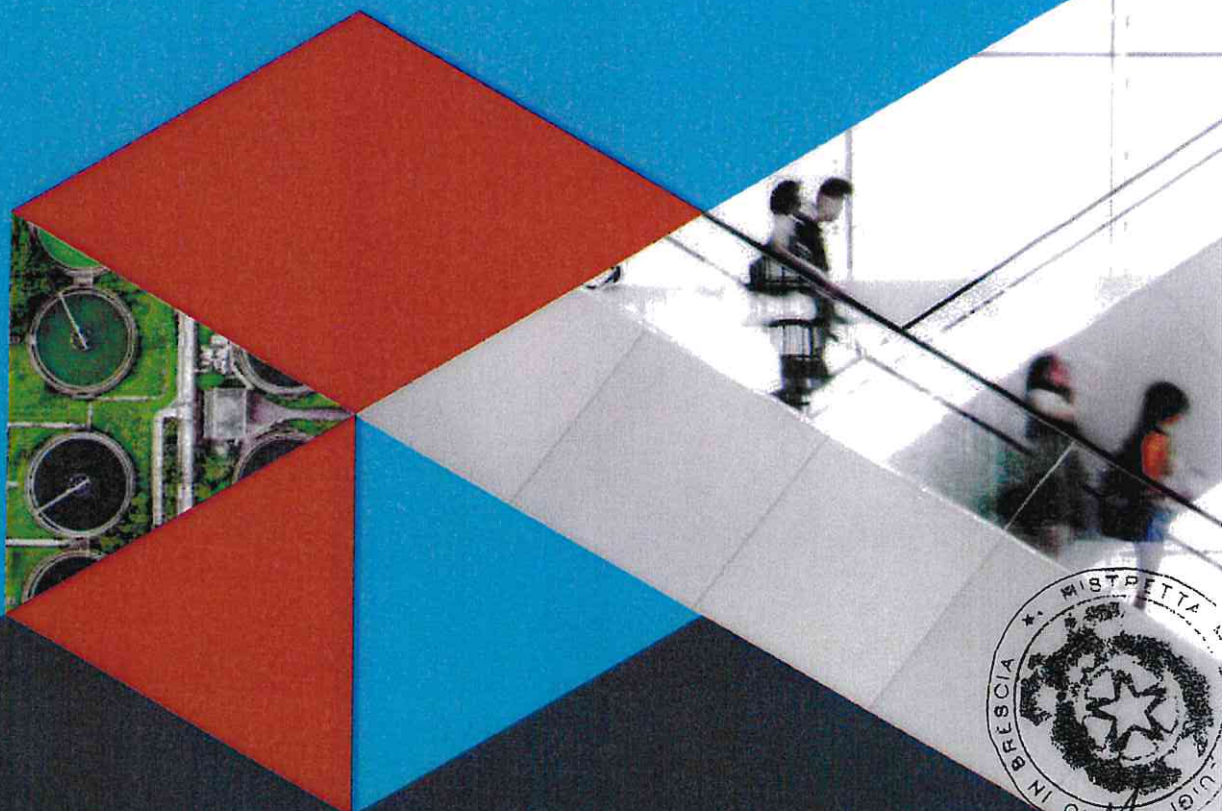






a2a

PRESENTE NEL FUTURO



2018

## Supplemento Bilancio Integrato

Dichiarazione Consolidata  
di carattere non finanziario  
ai sensi del D. Lgs 254/2016

W



# Indice

Stakeholder engagement e analisi di materialità	2
Capitale Finanziario	10
Capitale Manifatturiero	13
Capitale Naturale	17
Capitale Umano	25
Capitale Relazionale	35
Il Gruppo Acsm Agam	51



A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized 'W' or similar character.

# Stakeholder engagement e analisi di materialità

Figura 1\_iniziative di stakeholder engagement attivate nel 2018

STAKEHOLDER COINVOLTI	MODALITÀ DI COMUNICAZIONE E COINVOLGIMENTO	TEMATICHE TRATTATE DURANTE LE ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO, IDENTIFICATE PER BU
Associazioni Consumatori	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incontri (fisico, call, web)</li> <li>Convegni, conferenze stampa, eventi</li> <li>Gruppi di lavoro/comitati</li> <li>Visite agli Impianti</li> </ul>	<b>Gruppo</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Incontro con le varie BU del Gruppo per illustrare le novità del mercato e le attività che si andranno ad effettuare sui territori. Presentazione dati conciliazioni. Momento di dialogo con le associazioni consumatori.</li> </ul>
		<b>BU Ambiente</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Visita Impianto Acerra riservata a presidenti nazionali e territoriali</li> </ul>
		<b>BU Reti e Calore</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Incontri propedeutici ad un accordo stragiudiziale con Codacons sui temi di contratti commerciali scorretti sul teleriscaldamento a danno di alcuni condomini</li> <li>Advocacy Federconsumatori per intervento referendum acqua pubblica Brescia</li> <li>Accordo Codacons - pianificazione comunicazione teleriscaldamento</li> </ul>
		<b>BU Mercato</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Presentazione proposta progetto comunicazione sulla mobilità elettrica</li> <li>Incontro con associazioni consumatori dedicato ad A2A Energia: presentazione nuove azioni commerciali, azioni predisposte per accompagnare il consumatore verso il mercato libero, aggiornamenti ADR</li> <li>Verifica posizioni associazioni consumatori su indagine AGCM verso A2A Energia</li> <li>Verifica e analisi dati risultati indagine commerciale</li> <li>Incontro formativo dedicato agli operatori Adiconsum sul superamento del mercato tutelato e sulle attività di A2A Energia</li> </ul>
		<b>BU Corporate</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Partecipazione agli eventi delle associazioni con attività di responsabilità sociale ed educazione ambientale</li> <li>Incontri conoscitivi con nuovi vertici</li> <li>Valutazione proposte di collaborazione</li> <li>Incontri Organo Paritetico di garanzia 2018 dell'Organismo ADR A2A, corsi conciliatori, presentazione dati conciliazioni</li> </ul>
		<b>Smart City</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Presentazione del progetto di posa fibra ottica A2A Smart City-Open Fiber</li> </ul>
		<b>BU Ambiente</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Definizione attività A2A Ambiente 2018</li> <li>Distribuzione compost orti Legambiente</li> <li>Definizione attività di collaborazione 2018 con Legambiente Lombardia</li> <li>Partecipazione conferenza nazionale sull'efficienza energetica di Amici della Terra</li> </ul>
		<b>BU Reti e calore</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Incontri su Brescia e Milano per la definizione del questionario agli stakeholder sugli investimenti sulla rete gestita da Unareti</li> <li>Definizione attività di collaborazione 2018 con Legambiente Lombardia</li> <li>Visita a impianto Vetrobalsamo per illustrare il recupero di calore immesso in rete</li> <li>Presentazione Piano investimenti A2A Ciclo Idrico</li> <li>Intervento a "Fa la Cosa Giusta" su investimenti e innovazioni teleriscaldamento su Milano</li> </ul>
		<b>BU Mercato</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Proposta collaborazione Legambiente su mobilità elettrica</li> </ul>
		<b>BU Corporate</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Presentazione attività alle varie associazioni ambientaliste</li> <li>Incontri conoscitivi con nuovi vertici</li> <li>Valutazione collaborazioni e modalità di ascolto delle esigenze territoriali</li> </ul>
Associazioni Ambientaliste	<ul style="list-style-type: none"> <li>Convegni, conferenze stampa, eventi</li> <li>Incontri (fisico, call, web)</li> <li>Visite agli impianti</li> </ul>	<b>BU Generazione e Trading</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Incontri sui temi della decarbonizzazione e riconversione centrale di Monfalcone</li> </ul>