

# 10 Capitale Relazionale



*Clienti*

## INPUT

### Canali di contatto innovativi

Efficienza energetica:  
noleggio operativo fotovoltaico,  
rimozione amianto e pacchetti  
con finanziamento per condomini

### Acquisizione *Sun City Energy*

Aggiudicate 10  
gare per la gestione  
dell'illuminazione  
pubblica

### Protocolli di intesa con i comuni per la mobilità elettrica

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

## SERVIZI E PROCESSI A2A

93%

Clienti soddisfatti di "Spazio A2A"

15.000 adesioni  
al nuovo servizio Bollett@mail  
di A2A Ciclo Idrico

63% delle lampade  
semaforiche di Milano a LED

7,8 soddisfazione dei  
cittadini  
per il servizi di AMSA

10 milioni di km  
percorsi a zero emissioni  
grazie a e-moving

## OUTCOME



## RESPONSABILITÀ E SICUREZZA NELLA FORNITURA DI SERVIZI E PRODOTTI

Garantire 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



## QUALITÀ E INNOVAZIONE NELLA FORNITURA DI SERVIZI E PRODOTTI

Promuovere 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*.





### 10.1.1 Relazione con i clienti della Business Unit Mercato

La **Business Unit Mercato**, di cui fanno parte A2A Energia S.p.A, A2A Energy Solutions S.r.l. ed A2A Illuminazione Pubblica S.r.l., con tutte le relative società controllate e partecipate, è stata costituita con l'obiettivo 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* e l'illuminazione pubblica. I dati della seguente sezione sono stati calcolati al 31/12/2019.

#### SERVIZIO VENDITA ELETTRICITÀ E GAS

A2A Energia in particolare ha l'obiettivo di rafforzare il proprio ruolo di società di riferimento nei territori target ampliando il proprio portafoglio di offerta ai clienti domestici, ai condomini, alle imprese e alla pubblica amministrazione, proponendo nuovi prodotti e servizi (VAS, *Value-Added Services*) correlati alla vendita di gas naturale ed energia elettrica, valorizzando la correttezza e la trasparenza della relazione commerciale e l'eccellenza del servizio.

Il 2019 ha visto A2A Energia coinvolta ed impegnata in operazioni societarie volte a consolidare la propria posizione e quella del Gruppo A2A nella vendita di energia elettrica e gas. In particolare, **dal 1° maggio 2019 è divenuta efficace la fusione per incorporazione di Linea Più, società del Gruppo LGH, in A2A Energia che ora gestisce quasi 2,5 milioni di forniture**; nell'ottica dell'attenzione e della vicinanza ai territori, che contraddistingue i fondamentali della *partnership* industriale LGH-A2A, sono state mantenute tutte le sedi operative della società incorporata lasciando in utilizzo il marchio Linea Più in abbinamento al marchio commerciale di A2A Energia.

Ad ottobre 2019 A2A Energia ha acquisito il 45% di ASM Energia S.p.A, società di vendita di gas ed energia elettrica operante nel territorio della Lomellina, con un portafoglio di oltre 40mila clienti, di cui circa 30mila gas, situati nei comuni di Vigevano, Mortara e nei territori limitrofi.

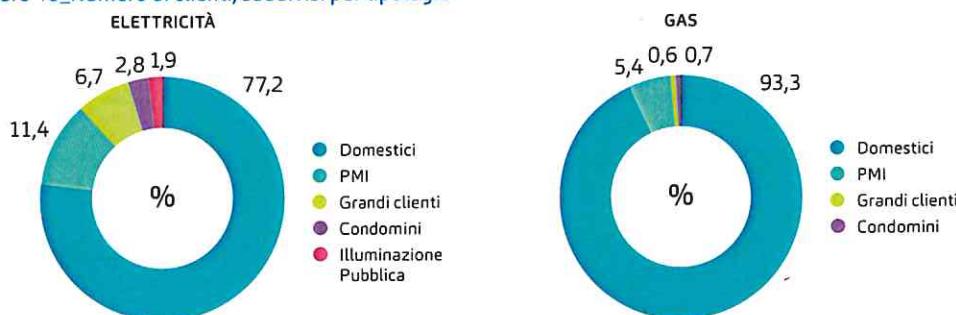
Infine, nella seconda metà del 2019, A2A Energia si è aggiudicata alcune importanti gare di rilevanza nazionale; in particolare, alla società sono stati assegnati 5 lotti nella gara Consip Energia Elettrica edizione 17, per un volume complessivo di circa 2,5 TWh/anno. I lotti riguardano le regioni Trentino Alto Adige e Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna, Toscana, Umbria e Marche, Abruzzo e Molise. Per due lotti (Trentino Alto Adige e Friuli Venezia Giulia; Umbria e Marche) si tratta di un rinnovo dell'anno precedente, mentre per gli altri tre lotti si tratta di una nuova acquisizione. L'aggiudicazione dei cinque lotti Consip fa seguito a diverse altre gare pubbliche recentemente assegnate ad A2A Energia, tra le quali si segnalano i tre lotti previsti dalla gara CET – Consorzio Energia Toscana per la fornitura alle Pubbliche Amministrazioni della Regione, per un volume di oltre 700 GWh nell'anno 2020, portando il totale dei volumi aggiudicati tramite gara a circa 4,3 TWh/anno.

**Nel 2019 la società ha venduto 1.987 milioni di metri cubi di gas metano e 13.278 GWh di energia elettrica.**

In continuità con lo scorso anno, si è registrato un incremento sul segmento grandi clienti elettricità pari al 56%, determinando un sensibile aumento dell'elettricità complessivamente venduta aumento (+25% rispetto al 2018).

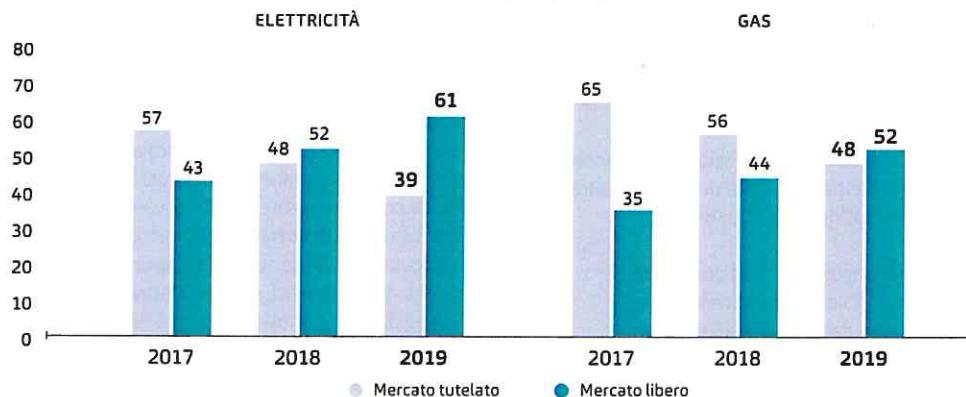
**Il numero di clienti totali del servizio vendita elettricità è aumentato dell'8%, mentre per il settore gas l'andamento non ha subito rilevanti variazioni.**

Figura 48\_Numeri di clienti, suddivisi per tipologia



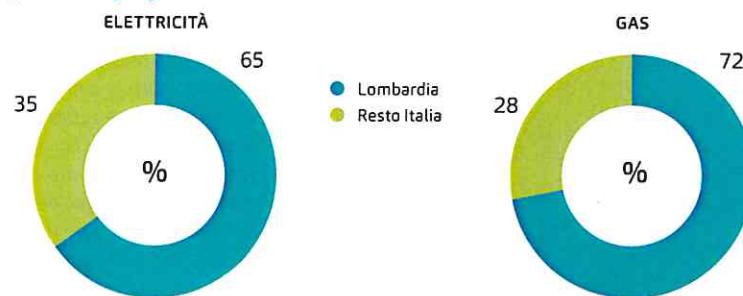
Per entrambe le commodity si registra un rilevante incremento dei clienti verso il servizio a Mercato Libero (+28% per l'elettricità e +19% per il gas) e la costante decrescita dei contratti attivi nel Mercato Tutelato (-13% per l'elettricità e -14% per il gas) la cui cessazione con termine iniziale al 1 luglio 2020, è stata rinviata al 1 gennaio 2022 (d.l. 162/2019).

**Figura 49\_Numeri di contratti di fornitura elettricità per tipologia di mercato (%)**



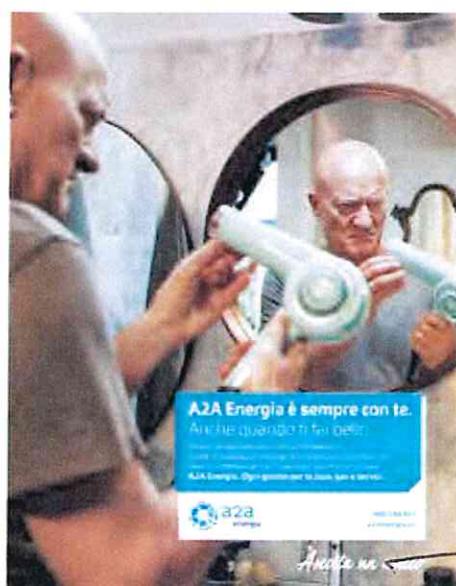
A2A Energia promuove i propri servizi e prodotti su tutto il territorio nazionale proseguendo nella politica di crescita anche al di fuori dei territori storici: in continuità con gli anni precedenti, nel 2019 si è registrato un aumento importante della quota di elettricità e gas venduti nel resto d'Italia, rispettivamente il 36% per l'elettricità, con un aumento di 11 punti percentuali rispetto al 2018, e il 28%, con un aumento di 16 punti percentuali rispetto allo scorso anno. Di seguito la ripartizione dei volumi a livello di Gruppo.

**Figura 50\_Ripartizione geografica dei volumi venduti**



### Campagne di comunicazione

Nel 2019 A2A Energia è stata impegnata nella prosecuzione della campagna di awareness nazionale con il *testimonial* Claudio Bisio e il suo *claim* ormai noto: **"Ascolta un amico"**, un messaggio che, sottolineando il concetto di amicizia, vuole ribadire il rapporto di fiducia che lega A2A ai cittadini, la vicinanza alle persone e l'attenzione alle esigenze della clientela.



Lettera agli stakeholders  
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

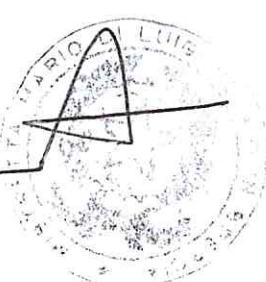
Relazione con i Clienti

Relazione con la Comunità

Relazione con i Fornitori

Relazione della Società di Revisione

GRI Content Index



A2A Energia ha lanciato per la prima volta due offerte dedicate al mondo della Serie A: sono le **offerte Passione Inter e Passione Milan**, nate dall'originale doppia *partnership* con Inter e Milan, come *Official Energy Partner*.

Le offerte prevedono un prezzo fisso dell'energia per 24 mesi e la fornitura di energia 100% rinnovabile. Inoltre, per chi vorrà aderire è stato previsto uno sconto del 10%, per 2 anni, sulla componente energia e sulla materia prima gas, uno sconto del 10% allo store ufficiale della propria squadra e la possibilità di vincere biglietti per assistere alle partite della propria squadra del cuore vivendo un'esperienza esclusiva.

A promuovere l'iniziativa, lo spot "Passioni diverse, un'unica energia", in onda da novembre su TV e radio nazionali e ripreso dalla principali testate giornalistiche. È questo il *claim* della campagna, dove A2A Energia si inserisce come *trait d'union* tra le due squadre, storicamente contrapposte e nemiche, per cariarle di energia.

Ma la "passione" non avrà solo i colori di Inter e Milan. Contemporaneamente, limitatamente al territorio di Brescia e provincia, sarà *on air* la **Campagna Passioni** nella veste di *Official Energy Partner* di Brescia Calcio (veicolata esclusivamente su media locali).



## PARTNERSHIP E CONVENZIONI

Nell'ambito delle proprie attività promozionali, A2A Energia ha siglato, nel 2019, *partnership* e convenzioni con diversi soggetti:

### - Convenzione tra Banca del Territorio

**Lombardo e A2A Energia:** l'accordo offre un prezzo fisso delle componenti energia elettrica e materia prima gas ai clienti e ai soci iscritti alla banca a condizioni estremamente vantaggiose ed esclusive, sia in termini economici che di servizio. La convenzione è un'occasione unica che dà subito tanti benefici: energia elettrica prodotta al 100% da fonti rinnovabili, prezzo fisso delle componenti energia elettrica e materia prima gas per 2 anni, prezzo della luce a scelta monorario o biorario in base alle proprie abitudini di consumo, 1 mese di luce e 1 mese di gas in omaggio per il cliente BTL oppure 2 mesi di luce e 2 mesi di gas in omaggio per il socio BTL. Attivare l'offerta a mercato libero è semplice, non sono previsti costi di attivazione e interventi al contatore. I clienti e i soci della BTL possono aderire presso qualsiasi sportello di filiale.

**Partnership con Cityscoot:** l'iniziativa, partita ad agosto 2019, prevedeva che i clienti che si recavano presso uno store SpazioA2A ricevessero in omaggio una cartolina con un codice per utilizzare il servizio di noleggio scooter di Cityscoot gratuitamente per i primi 40 minuti. Da fine ottobre la promozione è stata inserita all'interno del programma vantaggi di *Energy Link* per dare in omaggio ai clienti iscritti i medesimi 40 minuti di noleggio gratuito dello scooter. La promozione verrà prorogata fino al 31/05/20.

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

Il mercato *retail* dell'energia è sempre più orientato verso la proposizione di offerte che soddisfino al meglio le esigenze dei clienti, proponendo prodotti e servizi correlati alla vendita di energia elettrica e gas.

In linea con il mercato, A2A Energia promuove un utilizzo responsabile dell'energia attraverso la promozione di prodotti e soluzioni ad alta efficienza energetica. Di seguito le principali proposte del 2019:

- **PERFETTA2A:** 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 3 pacchetti preferiti tra i 5 disponibili:
  1. Fedeltà: prevede un bonus riconosciuto in bolletta al termine di ogni anno trascorso come Cliente di A2A Energia, anche in caso di rinnovo;
  2. Puntualità: prevede un bonus annuale riconosciuto in bolletta se rispettate le scadenze di pagamento;
  3. Assistenza: prevede un servizio *premium* di assistenza con numero verde dedicato e polizza assicurativa omaggio per i guasti domestici;
  4. Ambiente: pacchetto con il quale il Cliente adotta a distanza un albero della foresta di A2A Energia (progetto realizzato in collaborazione con Treedom);
  5. Solidarietà: pacchetto con il quale A2A Energia dona 19€ al Banco dell'energia Onlus per aiutare le persone in difficoltà.

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

- **Caldaia2a**, l'offerta che prevede la vendita di caldaie ad alta efficienza energetica per i clienti domestici del Mercato Libero e i clienti del segmento *Small Business*. La proposta commerciale, oltre all'installazione della Caldaia, comprende anche un pacchetto di servizi pensati per soddisfare le diverse esigenze dei clienti. Nel corso dell'anno sono state vendute 189 caldaie.

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

- **Clima2a**, la proposta di condizionatori *smart*, in *partnership* con Samsung, che prevede una soluzione "chiavi in mano" dall'installazione al finanziamento del prodotto. Nel corso dell'anno sono state finalizzate 490 vendite per un totale di 838 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 <https://casa.a2aenergia.eu/solare2a> e <http://www.linea-piu.it/offerte/fotovoltaico/piu'-fotovoltaico>

- **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; nel 2019 sono state attivate 1.415 offerte.

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

- **Energy Check Up**. A2A Energia ha lanciato una offerta che prevede la sottoscrizione dei contratti di fornitura a Mercato Libero, relativi all'Offerta Prezzo Sicuro Elettricità e Gas, abbinata alla fruizione gratuita di un servizio innovativo e digitale di *check up* energetico curato dalla *start up* Greenovation, con l'obiettivo di aumentare la consapevolezza dei clienti sull'efficienza energetica.

↗ Per maggiori informazioni è possibile consultare il sito <https://casa.a2aenergia.eu/green?&ga=2.162734783.2083623340.1579081891-848608730.1574096488#intro>

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**

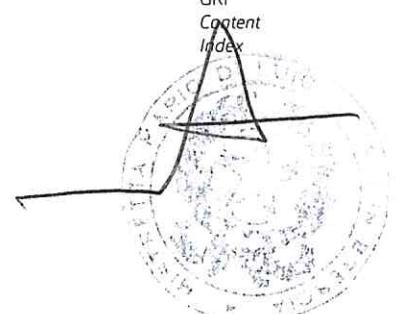
**Relazione  
con i Clienti**

Relazione con  
la Comunità

Relazione con  
i Fornitori

Relazione  
della Società  
di Revisione

GRI  
Content  
Index



## Energia Verde certificata da fonti rinnovabili

A conferma dell'impegno di A2A Energia per un consumo di energia sempre più sostenibile, l'intero portafoglio di offerte per il segmento residenziale è composto ormai dal 2018 al 100% da energia verde certificata. Nel corso dell'anno le società del Gruppo hanno venduto **2.276 GWh di energia verde**,

con un lieve incremento del 2% rispetto all'anno precedente.

Le offerte di A2A Energia che promuovono energia verde sono identificate dal suo marchio registrato "ENERGIA A2A Rinnovabile 100%" che garantisce il rispetto dell'ambiente.

**Figura 51\_Energia verde venduta e suddivisione per segmento di mercato**



**Figura 52\_Distribuzione energia verde mass market per segmento - A2A Energia**



## Programma Loyalty

**EnergyLink** è il programma vantaggi di A2A Energia, 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, nonché la possibilità di effettuare donazioni. 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 completamente "digitale". Nel corso dell'anno il numero di clienti iscritti al programma è più che raddoppiato passando da circa 40mila del 2018 a oltre 98mila del 2019.

➤ Per maggiori informazioni è possibile consultare il sito <https://www.a2aenergia.eu/pfedelta/index.html>

## 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*.

A partire dal 1 ottobre 2019 è *online* una **nuova pagina web di A2A Energia** che offre una panoramica di tutti i servizi **green** offerti dalla società.

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

Al fine di cogliere appieno le esigenze dei clienti, A2A Energia ha messo in atto un' iniziativa di coinvolgimento dei clienti per la **co-progettazione della nuova App**. Il processo di co-progettazione ha seguito diverse fasi: un'analisi iniziale di *benchmarking* con i principali competitor; a seguire interviste con clienti di diversi operatori che hanno consentito di identificare 4 diversi profili di utenti;

un workshop, finalizzato a condividere idee e guidare i partecipanti (clienti compresi) nella prototipazione dell'applicazione, anche attraverso attività di *gamification*.

I bisogni espressi dai 4 prototipi sono stati sintetizzati in un unico *output*, per definire i requisiti necessari al soddisfacimento delle esigenze di tutti i profili individuati e poter dare così avvio alla fase di sviluppo futuro.

Nel 2019 il **call center** di A2A Energia ha ricevuto complessivamente circa 1,3 milioni di chiamate; gli **sportelli commerciali** hanno accolto oltre 240.000 visitatori con un tempo di attesa medio di 12'54" minuti per quelli di A2A Energia e 10'30" minuti per gli sportelli di Linea Più.

Prosegue il progetto **"SpazioA2A"**, avviato nel 2018 con l'obiettivo di informare i consumatori sui cambiamenti in atto nei mercati energetici e promuovere la sottoscrizione delle offerte a Mercato Libero di A2A Energia attraverso l'apertura di 5 *temporary store* e la costituzione di una rete di oltre 100 consulenti commerciali che operano all'interno dei negozi SpazioA2A, nei centri commerciali, negli ipermercati e in occasione delle principali manifestazioni del territorio. Avviata inizialmente nei territori di Milano e Brescia, a partire da luglio 2019 l'attività è stata estesa anche al territorio di Bergamo con la costituzione di un nuovo *team* di consulenti e la presenza continuativa nei principali centri commerciali della provincia. In occasione della 18esima edizione del concorso "Premi CMMC 2019", promosso dal Club CMMC - *Customer Management Multimedia Competence*, **A2A Energia è stata premiata nella categoria "Customer Experience"** per l'introduzione di postazioni di *Virtual Assistant* nei negozi SpazioA2A. Tali postazioni consentono di mettere in collegamento, attraverso una videochiamata, i clienti che si trovano nei *temporary store* **SpazioA2A** con i consulenti degli sportelli di A2A Energia per ricevere assistenza sui contratti a Mercato Libero. Le postazioni consentono inoltre di condividere o acquisire documenti da remoto, garantendo attraverso un canale digitale la stessa esperienza e lo stesso livello di assistenza dei tradizionali sportelli fisici.

Inoltre, nell'ambito dell'Avviso Pubblico "Eventi dei quartieri", promosso dal Comune di Milano per animare alcune località meno centrali della città, A2A Energia ha presentato il **progetto "A2A in periferia"**, studiato per una copertura

capillare e completa delle aree più decentrate della città di Milano. Un progetto che unisce, attraverso un'unica strategia di comunicazione, un servizio di assistenza al cittadino presso i presidi fissi (relativamente a contratti a Mercato Libero di elettricità e gas, attività di consulenza sui temi dell'efficienza energetica, della mobilità sostenibile e dei cambiamenti normativi previsti nei mercati di elettricità e gas) e un presidio di 25 piazze periferiche con animazione ed intrattenimento gratuito nei fine settimana, con eventi e laboratori dedicati ai più piccoli sui temi dell'efficienza energetica, della mobilità elettrica e della sostenibilità ambientale. Durante i 25 eventi realizzati nel corso del 2019, i consulenti di A2A Energia hanno fornito a quasi 10.000 cittadini consigli e suggerimenti per un utilizzo più efficiente dell'energia e per risparmiare sulle proprie bollette energetiche.

Con riferimento agli **strumenti di fatturazione**, nel 2019 A2A Energia ha emesso circa 11,9 milioni di bollette. Il servizio **Bollett@mail e Bolletta Express** del brand Linea Più contano **536 mila adesioni** (23,7% in più rispetto all'anno precedente). In continuità con gli scorsi anni il rilevante decremento del numero di fogli contenuti nelle fatture, grazie al formato bolletta 2.0, e l'adesione al servizio di bolletta digitale hanno permesso di risparmiare circa 233 alberi.

A2A Energia promuove inoltre **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 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 anche 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

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



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.

A luglio 2019 A2A Energia ha proseguito il proprio percorso di efficientamento del processo di rimborso ai clienti con contratti non domiciliati, **lanciando Plick come strumento alternativo all'assegno di traenza e al bonifico tradizionale.**

Grazie allo sforzo congiunto tra la Società di vendita, UniCredit e la fintech PayDo, per la prima volta uno strumento di *instant payment*, originariamente utilizzato solo da consumatori finali, è stato trasformato in una modalità di rimborso B2C. Con Plick anche i clienti che non forniscono direttamente ad A2A Energia le proprie coordinate bancarie per la gestione dei pagamenti e dei rimborsi, possono incassare il credito sul proprio conto corrente senza doversi recare in banca e senza vincolo di orario, purché connessi a Internet. Il servizio è valido per i conti correnti aperti in tutta la SEPA.

La fruizione del servizio non necessita il *download* di una App: dopo aver richiesto da Area clienti di essere rimborsato tramite Plick, il Cliente riceve una notifica al proprio indirizzo e-mail o al proprio numero di cellulare certificato e, seguendo le istruzioni, completa il processo inserendo IBAN, dato fiscale e codice di sicurezza.

Alla fine del 2019 è stato avviato anche un progetto pilota di valutazione del gradimento da parte dei clienti di ulteriori strumenti di rimborso alternativi all'assegno, quale ad esempio la conversione del credito in buoni acquisto.

In linea con la tendenza che vede ormai l'83% della popolazione Italiana multicanale (*internet user* sono 43,9 milioni) i clienti A2A Energia confermano la loro propensione all'utilizzo del web con quasi **5 milioni di visite per il 2019**, con l'aumento delle iscrizioni all'Area clienti, con la richiesta del servizio Bolletta@mail e Bolletta Express che risultano sempre in evoluzione positiva rispetto all'anno precedente.

**Figura 53\_Numeri di contratti elettricità e gas con il servizio Bollett@mail e Bolletta Express**

	2017	2018	2019
A2A Energia	325.580	367.018	<b>458.659</b>
Linea Più	47.231	66.315	<b>76.122</b>
Lumenergia	-	-	<b>1.362</b>
<b>Totale</b>	<b>372.811</b>	<b>433.333</b>	<b>536.143</b>

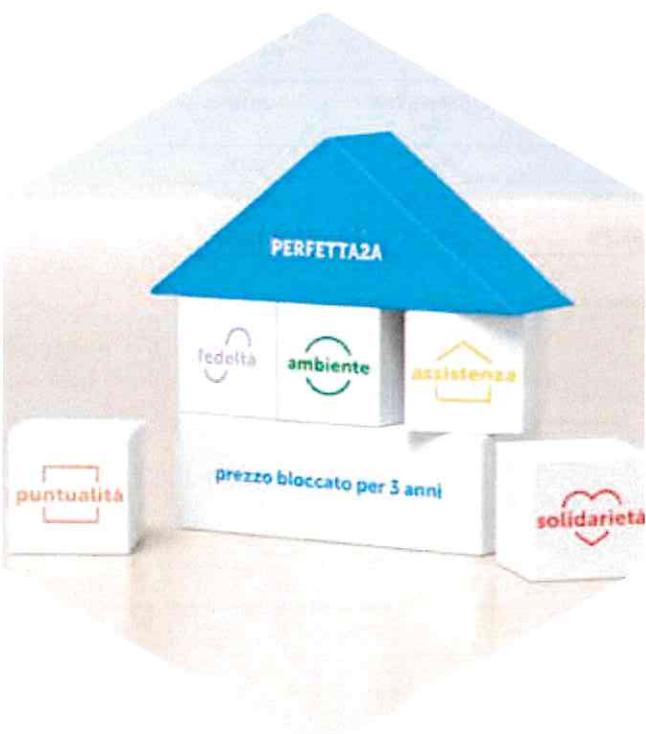
È stato lanciato nel 2019 da A2A Energia l'innovativo servizio **Cambio CasA2A**, che consente di gestire, in tutta Italia, il trasloco delle utenze di luce e gas con semplicità, incaricando A2A Energia di tutti gli adempimenti necessari per la chiusura e voltura dei contratti verso i fornitori coinvolti. Il servizio è gratuito fino a febbraio 2020 e consentirà a chi vorrà usufruirne di aderire all'offerta Prezzo Sicuro A2A a Mercato Libero. Per utilizzare il servizio basta collegarsi alla pagina di [cambiocasa.a2aenergia.eu](http://cambiocasa.a2aenergia.eu), compilare il modulo online e caricare i documenti richiesti. Al resto pensa A2A Energia e l'iter delle pratiche potrà essere seguito dal Cliente in modo chiaro e trasparente.

## 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 2.137 chiamate, di cui 378 sono relative a pratiche commerciali scorrette effettuate da operatori noti, mentre 657 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

Le società di vendita del Gruppo sono da sempre vicine ai cittadini meno agiati per migliorare e mantenere l'accesso al servizio di fornitura di elettricità 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.

**Figura 54\_Clienti A2A che hanno usufruito del bonus sociale**

	2017	2018	2019
Bonus Gas	21.412	24.577	<b>26.292</b>
Bonus Elettricità	20.851	24.394	<b>29.519</b>
<i>di cui bonus fisici</i>	1.129	1.961	<b>1.494</b>

A2A Energia inoltre ha continuato a supportare il progetto Banco dell'energia (vedi pag. 169), veicolando la comunicazione verso i propri clienti e fornitori, che possono sostenere l'iniziativa, mediante donazioni ricorrenti attraverso la bolletta. 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 consultare la sezione *Info Point* del sito [www.a2aenergia.eu](http://www.a2aenergia.eu)

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**

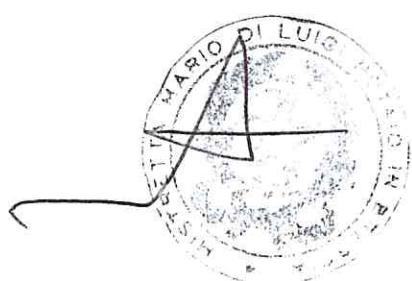
Relazione  
con i Clienti

Relazione con  
la Comunità

Relazione con  
i Fornitori

Relazione  
della Società  
di Revisione

GRI  
Content  
Index



## La soddisfazione dei clienti

A2A Energia monitora costantemente la soddisfazione dei propri clienti sulla qualità dei servizi offerti, al fine di acquisire sempre più consapevolezza della percezione delle proprie attività ed individuare le aree di intervento, in una logica di miglioramento continuo del proprio operato.

### Indagine Cerved

Come ogni anno, A2A Energia ha partecipato all'indagine di *Customer Satisfaction Multiclient "Monitor Energia e gas Cerved ON"* 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 sono stati resi disponibili nel corso del 2019: A2A Energia detiene la *leadership* nel mercato del gas, dove conferma il primo posto per le aziende, e ha conquistato la posizione più alta presso i privati; si colloca sul podio anche nel mercato energia *target business*.

### Indagine sui clienti del Mercato Libero

Come negli scorsi anni, anche nel 2019, è stata svolta un'indagine quantitativa, con l'obiettivo di rilevare il livello di **soddisfazione dei clienti del Mercato Libero di A2A Energia e del brand Linea Più**. L'indagine, in collaborazione con l'istituto CFI Group, ha interessato un campione di clienti residenziali e *small business*, raccogliendo 5.295 interviste complessive tramite canale telefonico e web (sistema misto CATI/CAWI).

L'indagine ha confermato per A2A Energia elevati livelli di soddisfazione per i clienti, rilevando un indice di soddisfazione pari a 76,2 (scala da 0 a 100), dato allineato a quello dello scorso anno. Con riferimento alle attività del *brand* Linea Più, il livello di soddisfazione rilevato è stato pari a 76,7, in crescita di circa 4 punti rispetto all'anno precedente.

In generale, per entrambe le società le percezioni risultano molto positive sul segmento residenziale.

### Indagine call center

Nel 2019 ARERA ha pubblicato i risultati, relativi al 2018, del grado di soddisfazione dei clienti per il funzionamento del *call center* di A2A Energia che è risultato 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 è il *Best Performer* tra tutte le società coinvolte dall'indagine. 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.

Nella tabella sono riportate, per ciascun fattore della qualità, le percentuali dei clienti soddisfatti, ossia gli intervistati che hanno ritenuto il servizio uguale o migliore rispetto alle attese iniziali. Il dato aziendale è confrontato con quello totale. Nella tabella si è riportato l'impatto / importanza di ciascun fattore sulla soddisfazione complessiva.

**Figura 55\_Soddisfazione dei clienti sul funzionamento dei call center**

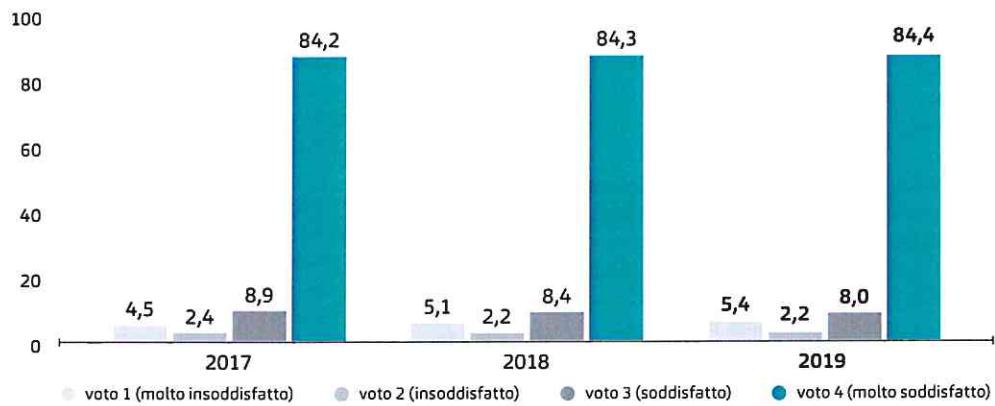
SODDISFAZIONE DEI CLIENTI SUL FUNZIONAMENTO DEI CALL CENTER	1° SEMESTRE 2017	2° SEMESTRE 2017	2018*
A2A Energia	95,7%	95,2%	98,1%
Linea Più	93,2%	90,5%	94,0%
Media Nazionale	93,2%	91,7%	92,3%

\* Dal 2018 l'indagine è svolta su base annua. Il dato 2019 sarà comunicato nella seconda metà dell'anno. Il risultato per l'annualità 2019 ancora non è disponibile.

### 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 2019 i risultati dell'indagine si sono confermati molto positivi per A2A Energia: il 92,4% dei clienti si dichiara essere soddisfatto o molto soddisfatto.

**Figura 56\_Soddisfazione dei clienti al termine di una chiamata (percentuale sulle valutazioni registrate)**



### Soddisfazione e qualità degli sportelli

Anche nel 2019 è stato rilevato il livello di gradimento del servizio agli sportelli di Bergamo, Brescia e Milano. Il 99% circa degli utenti ha dato un giudizio positivo. Il livello di soddisfazione, che nell'anno precedente risultava essere eccellente, registra un ulteriore incremento dello 0,4%.

**Figura 57\_Soddisfazione dei clienti sul servizio reso agli sportelli**

	2017	2018	2019
Positivi	96,8%	98,3%	<b>98,7%</b>
Negativi	3,2%	1,7%	<b>1,3%</b>

### Indagine di soddisfazione sulla *customer experience*

Nel 2019 è stata effettuata un'indagine per comprendere l'**efficacia dei canali di contatto per la sottoscrizione di nuovi contratti o l'acquisto di nuovi servizi**, sia per i clienti potenziali, che per quelli attuali. In particolare, per i **clienti potenziali** sono stati presi in considerazione il sito web, il servizio *call me back* e il servizio di *teleselling*; per i **clienti attuali** sono stati considerati i canali *call center* e gli SpazioA2A.

I risultati dell'indagine mostrano un positivo indice di soddisfazione dei clienti. Per i potenziali clienti gli aspetti più positivi sono la valutazione dell'operatore nel servizio *call me back* e, in generale, tutti gli *item* che descrivono il servizio di *teleselling*.

Con riferimento ai clienti, gli operatori del *call center* ricevono il punteggio più alto grazie alla capacità di proporre offerte, chiarezza, cortesia e competenza nell'indirizzare i bisogni; gli SpazioA2A sono complessivamente valutati positivamente soprattutto per il personale, con margini di miglioramento per quanto riguarda la comodità degli spazi e la gradevolezza degli ambienti.

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

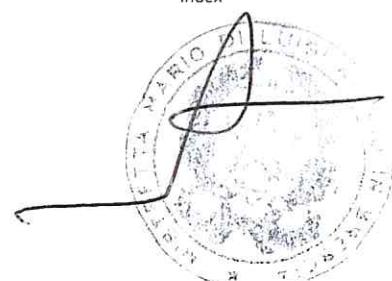
Relazione  
con i Clienti

Relazione con  
la Comunità

Relazione con  
i Fornitori

Relazione  
della Società  
di Revisione

GRI  
Content  
Index



## EFFICIENZA ENERGETICA

A2A Energy Solutions è la società della BU Mercato che si propone come ESCo e partner tecnologico delle aziende, supportandole con **diagnosi energetiche** e **audit**, progettazione e realizzazione di interventi tramite **Energy Performance Contract**, noleggio operativo, implementazione di strumenti per incentivare l'uso razionale dell'energia e attività di **Energy Management**.

Nel 2019 sono stati siglati complessivamente 27 contratti, che nel corso del 2020 entreranno in esercizio, contribuendo significativamente alla riduzione di CO<sub>2</sub>:

- **18 progetti di noleggio operativo per installazione di impianti fotovoltaici per un totale di 2,7 MW di potenza installata;** attraverso il noleggio operativo è possibile disporre di un impianto fotovoltaico, senza sostenerne direttamente la spesa dell'acquisto, ma corrispondendo un canone periodico. Il contratto di noleggio ha una durata indicativa di 10 anni e, alla scadenza del contratto, il cliente ha la facoltà di rilevare l'impianto, senza costi aggiuntivi. Per le imprese questa soluzione comporta diversi vantaggi, tra i quali: risparmi in bolletta, sgravio dagli oneri fiscali e dalla responsabilità di gestire spese di copertura assicurativa, manutenzione e adempimenti amministrativi;
- **9 progetti di rimozione dell'amianto con installazione di impianti fotovoltaici incentivati per un totale di 6,4 MW di potenza installata.**

Lo scorso 9 agosto, è stato pubblicato il nuovo Decreto Ministeriale di incentivazione delle fonti rinnovabili elettriche (D.M. "FER1"), che introduce nuovi meccanismi d'incentivazione per gli **impianti fotovoltaici di nuova costruzione, eolici on-shore, idroelettrici e a gas di depurazione**. La costruzione di impianti in D.M. "FER1" viene proposta a clienti in sostituzione di coperture di edifici e fabbricati rurali su cui possa essere operata la completa rimozione dell'amianto, poiché consente, oltre alla rimozione dei materiali pericolosi, la possibilità di sfruttare l'energia prodotta per autoconsumo.

## INTERVENTO DI EFFICIENZA ENERGETICA NEL SETTORE PLASTICO

Nel 2019 è stato effettuato un intervento di efficientamento del processo produttivo presso un'azienda attiva nella produzione di granulati di polipropilene ottenuti grazie alla rigenerazione della materia plastica, rifiuti speciali non pericolosi e sottoprodotti provenienti da processi industriali.

Nella condizione pre-intervento il processo produttivo veniva svolto in 2 stabilimenti distinti a 3 km di distanza dove il secondo stabilimento riceveva il prodotto in uscita da un processo di "addensazione" (lavorazione meccanica a caldo dei rifiuti triturati) particolarmente energivoro, e veniva finalizzato con un processo di estrusione (creazione di lastre/fogli plastici).

L'efficientamento ha riguardato l'intero processo produttivo mediante una completa trasformazione del processo, raggruppandolo in un unico stabilimento ed eliminando la fase di addensazione. Il nuovo processo prevede una fase di preparazione a freddo e l'ottimizzazione dell'attività finale attraverso l'installazione di "forzatori".

I risultati ottenuti dopo il primo anno di attività del nuovo impianto in termini di miglioramento dell'impatto ambientale sono i seguenti:

- eliminazione del trasporto su camion dei semilavorati con il risparmio di circa 60 kg di CO<sub>2</sub> giornaliera;
- riduzione del 60% dei consumi d'acqua grazie all'ottimizzazione dei processi;
- risparmio di energia elettrica pari a 1,5 GWh e ottenimento di 971 Titoli di Efficienza Energetica.

Con l'obiettivo di arricchire la propria offerta nel settore dell'energia da fonti rinnovabili distribuite (DERs) e dei servizi legati all'efficienza energetica, ad aprile 2019 **A2A Energy Solutions ha acquisito SunCity Energy Srl**, società focalizzata sui *business* di aggregazione e dispacciamento di energia proveniente da fonti rinnovabili 100% italiane, e ha avviato un progressivo piano di ingresso nel capitale del Gruppo SunCity. L'operazione consentirà di arricchire l'offerta di A2A per le PMI italiane.

**A2A Energy Solutions** inoltre ha siglato con i Comuni di Milano e Bergamo due protocolli di intesa finalizzati a promuovere e a sensibilizzare la cittadinanza sulle tematiche legate all'efficienza energetica. Questi protocolli nascono dalla consapevolezza che il patrimonio immobiliare italiano risulta per lo più datato e poco efficiente dal punto di vista energetico, pertanto l'obiettivo è proprio promuovere la realizzazione sul territorio cittadino di interventi di riqualificazione ed efficientamento energetico delle abitazioni, intervenendo sull'involucro edilizio degli stabili per garantirne un miglior isolamento termico.

A supporto di queste iniziative, **A2A Energy Solutions ha anche siglato un accordo con Intesa Sanpaolo finalizzato a promuovere gli interventi di efficientamento energetico negli edifici**. Grazie a questo accordo, infatti, A2A Energy Solutions mette a disposizione dei condomini soluzioni quali la riqualificazione dell'impianto termico centralizzato, l'installazione di un impianto fotovoltaico o solare termico, piuttosto che la realizzazione di un "cappotto termico", o il *relamping* dell'illuminazione. Scelta la soluzione di efficienza energetica ideale, il condominio potrà richiedere a Intesa Sanpaolo un finanziamento (della durata massima di 10 anni e fino ad un massimo dell'80% dell'investimento) che avrà condizioni dedicate, una riduzione del 50% delle spese di istruttoria e la garanzia di tempi certi e contenuti per la conclusione delle istruttorie.

## E-MOVING

Per A2A *Energy Solutions*, lo sviluppo e la promozione della mobilità elettrica ricoprono un ruolo primario. Dal 2018, infatti, l'*e-mobility* non rappresenta più un'attività sperimentale, ma gode di un'attenzione e di un assetto rigoroso dal punto di vista economico e industriale, requisiti necessari per una sua crescita organica.

Sebbene l'azienda si sia concentrata prevalentemente in Lombardia con le sue attività, il percorso di crescita intrapreso ha offerto la possibilità di installare colonnine di ricarica anche al di fuori del perimetro regionale. Nel 2019, infatti, è stata stipulata una convenzione con il Comune di **Monfalcone** che ha previsto l'installazione di **4 colonnine Quick Charge**, con potenza per singola presa fino a 22 kW, sul territorio cittadino. L'installazione delle colonnine è stata completata a fine dicembre, mentre l'inaugurazione e l'avvio del servizio sono stati ad inizio 2020.

Nel 2019 sono state inaugurate le prime colonnine previste dagli accordi stipulati con i Comuni di Bergamo, Cremona e Rovato (Bs).

A **Bergamo** sono state installate e attivate 32 colonnine. Ogni colonnina dispone di due stalli riservati ai veicoli in ricarica ed il servizio è offerto con logiche promozionali a tutte le tipologie di veicoli e motori elettrici per il primo anno. Per rendere il sistema da subito fruibile, il Comune di Bergamo ha attivato la consegna a domicilio della tessera *E-moving* a tutti i proprietari di veicoli elettrici presenti nel database del servizio mobilità del Comune. A **Cremona** sono state installate 8 colonnine *Quick Charge*, e 2 *Fast Charge*, con potenza fino a 50 kW, previste dall'accordo con il Comune. Anche a Rovato sono state inaugurate nel 2019 le prime 2 colonnine *Quick Charge* previste dall'accordo con il Comune. La terza colonnina, di tipo *Fast Charge*, prevista all'uscita del casello autostradale A4, sarà inaugurata nel corso del 2020.

Con riferimento al **territorio bresciano**, in cui erano già presenti 19 colonnine di ricarica, A2A *Energy Solutions* ha effettuato il rinnovo tecnologico di tutta la rete di ricarica per veicoli elettrici *E-moving* della città, attraverso la sostituzione completa delle colonnine con altrettante di nuova generazione, e l'estensione della rete con 4 nuove colonnine di cui una *Fast Charge*. Una ulteriore colonnina *Quick Charge* è stata installata presso il nuovo *Green Energy Point* A2A di via Malta.

Lettera agli stakeholders

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

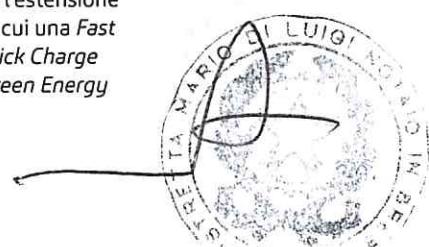
Relazione con i Clienti

Relazione con la Comunità

Relazione con i Fornitori

Relazione della Società di Revisione

GRI Content Index



Alle nuove colonnine su suolo pubblico, si aggiunge un'importante novità che riguarda i principali parcheggi in struttura gestiti dal Gruppo Brescia Mobilità. Infatti, all'interno dei 6 principali parcheggi in struttura è stato attivato un apposito spazio riservato alla ricarica elettrica con *wallbox*, un'infrastruttura di ricarica installata a muro, che permette la ricarica in contemporanea di due veicoli elettrici (sia automobili sia furgoni) grazie a due prese di Tipo 2 fino a 22 kW.

In totale a Brescia sono quindi presenti 30 colonnine con 60 punti di ricarica.

A Milano, nel 2019, è stato inaugurato un **secondo E-Hub** per la ricarica dei veicoli elettrici della flotta aziendale della società di Gruppo Unareti, con 12 colonnine, 3 *wallbox* per un totale di 30 punti di ricarica. Sono stati installati inoltre ulteriori 24 punti di ricarica ad uso esclusivo di Unareti presso l'autoparco di Brescia.

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

Le nuove colonnine di Monfalcone, 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 198 colonnine, di cui 24 *fast charge*. Il servizio nel 2019 ha **erogato 145.000 ricariche** per un totale di 1,5 GWh (5,6 TJ), corrispondenti a 10,3 milioni di km percorsi a zero emissioni, con un **risparmio di oltre 1.000 tonnellate di CO<sub>2</sub>**.

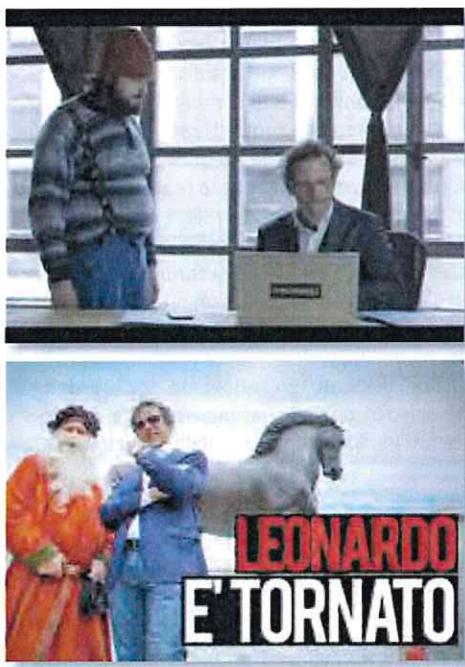
Nell'ambito delle proprie attività dedicate alla mobilità elettrica, A2A è stata partner della Conferenza Nazionale della Mobilità elettrica 2019 (*E\_mob*) ed è stata sponsor tecnico della 1000 Miglia Green 2019.

La **Conferenza Nazionale della Mobilità elettrica 2019** si è sviluppata in tre giornate: la prima, più istituzionale, dedicata alle *best practice*; la seconda, più tecnica, dedicata agli approfondimenti del settore; la terza, più divulgativa, pensata per il grande pubblico con il raduno di mezzi elettrici e i *test drive* per tutti. La conferenza è organizzata da **E\_mob**, un insieme di istituzioni, aziende e associazioni attive nel promuovere la mobilità elettrica come strumento per rendere più sostenibile il comparto dei trasporti.

La prima edizione della **"1000 Miglia Green 2019"**, la gara di regolarità per vetture elettriche e ibride in stile 1000 Miglia, ma in versione ecologica, è partita da Brescia ed è arrivata, in tre tappe, a Milano a settembre 2019. A2A, come sponsor tecnico, ha messo a disposizione, grazie a Unareti, l'*E-Hub* di via Ponte Nuovo a Milano, che ha permesso la ricarica delle oltre 40 vetture in gara.

## CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE A2A ENERGY SOLUTIONS

Nell'anno delle celebrazioni dei 500 anni dalla morte di Leonardo da Vinci, anche A2A *Energy Solutions* ha voluto rendere omaggio al genio del rinascimento italiano, dedicandogli una ironica campagna di comunicazione, realizzata dallo staff della nota pagina social "**Il Milanese Imbruttito**". Sono stati realizzati due video per ricordare le tecnologie che rendono oggi più bella la città, migliorando la qualità della vita dei cittadini, dalla mobilità elettrica all'illuminazione pubblica a LED. Nei video, il protagonista, "Il Milanese Imbruttito", prototipo del milanese scaltro ed efficiente, racconta di avere scelto le soluzioni innovative e sostenibili di A2A *Energy Solutions*, salvando il *budget*, mentre il suo antagonista sprovveduto, il "Giargiana", ricorre ancora a soluzioni non efficaci e poco sostenibili. Ma la storia "imbruttita" continua e il Milanese Imbruttito racconta a un Leonardo Da Vinci che si è risvegliato nel cuore della nuova Milano, quali meraviglie tecnologiche stanno trasformando il volto della città.



## ILLUMINAZIONE PUBBLICA

L'entrata in vigore delle direttive europee che impongono una razionalizzazione dell'uso dell'energia, l'applicazione dei Criteri Ambientali Minimi (CAM) nelle gare di appalto, nonché la definizione di clausole di risparmio obbligatorio nei contratti di servizi energetici attivati dalla PA, stanno orientando le pubbliche amministrazioni italiane ad utilizzare sempre più servizi che rispettino specifici requisiti di sostenibilità ambientale. Un esempio di applicazione di questa tendenza è la gestione dell'illuminazione pubblica nei territori comunali.

A2A Illuminazione Pubblica è la società del Gruppo che gestisce impianti di illuminazione pubblica, artistica, semaforica e di lampade votive. Da alcuni anni la società, che punta sulla diffusione della tecnologia LED ad alto rendimento, partecipa a diverse gare per la gestione degli impianti d'illuminazione pubblica nei comuni, espandendosi geograficamente rispetto all'originario territorio lombardo.

Nel 2019 A2A Illuminazione Pubblica si è aggiudicata le gare nei Comuni lombardi di Bovisio Masciago, Casalmaggiore, Robbiate, Zibido San Giacomo e Cologno Monzese, nei Comuni piemontesi di Castelletto sopra Ticino e Pieve Vergonte, e nei Comuni di Fiorenzuola (Emilia Romagna), Bisignano (Calabria) e Treviso (Veneto).

Le gare prevedono l'**installazione di quasi 36 mila punti luce a LED**, gestiti anche da remoto tramite telecomando, 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 consentirà una riduzione di migliaia di tonnellate di CO<sub>2</sub> riversate in atmosfera, ed ulteriori benefici ambientali legati alla minor produzione di RAEE.

A Milano, la società, di concerto con l'amministrazione comunale, intende realizzare un piano di interventi sulla rete degli impianti semaforici che ne migliori l'efficienza energetica e la continuità di esercizio. Il piano di efficientamento prevede la **conversione a LED delle 8.394 lanterne semaforiche ancora a incandescenza**. Ad oggi, il 63,5% delle 23 mila lanterne semaforiche installate a Milano è già a LED.

Nell'ambito dell'illuminazione artistica, A2A Illuminazione Pubblica ha rinnovato, nel corso degli ultimi anni, i sistemi di illuminazione di numerosi siti architettonici lombardi significativi, dal Duomo di Milano al Palazzo della Loggia di Brescia. Nel 2019, sono stati interessati da interventi di questo tipo le mura della città alta a Bergamo, il Belvedere di Palazzo Lombardia e i giardini della Guastalla a Milano.

## ILLUMINAZIONE PALAZZO LOMBARDIA

La nuova luce del 39° piano di Palazzo Lombardia, sede della Regione, è valorizzata da scenografie luminose visibili a grande distanza, che esaltano l'edificio ed enfatizzano il contesto urbano: il **Belvedere** conferma e rafforza il valore simbolico del Palazzo. Il progetto di A2A Illuminazione Pubblica, in collaborazione con i partner tecnici Signify e Algorab, sottolinea l'importanza dell'illuminazione come elemento architettonico e il suo ruolo nella trasformazione dello *skyline* urbano. Per la nuova illuminazione, sono state adottate tecnologie innovative grazie alle quali il Belvedere di Palazzo Lombardia potrà essere vestito di combinazioni cromatiche, utilizzando 143 apparecchi di illuminazione a LED RGB ed il sistema di controllo DMX.



## ILLUMINAZIONE MURA VENEZIANE

È stato approvato da A2A e dal Comune di Bergamo un piano di completa sostituzione dell'impianto di illuminazione dei bastioni delle Mura Veneziane, un'imponente costruzione architettonica, dall'inestimabile valore artistico, diventata **Patrimonio dell'Unesco** nel luglio del 2017. Si tratta di un intervento da un milione di euro, che partirà ad inizio 2020 e va ad inserirsi nel progetto di rinnovamento dell'illuminazione pubblica avviato dal Comune circa due anni fa. Ad oggi, infatti, sono già state sostituite 15 mila lampade presenti a Bergamo Bassa; e l'obiettivo non è solo la valorizzazione della bellezza della città, ma anche il risparmio energetico e il rispetto dell'ambiente. Il nuovo sistema di illuminazione consente un risparmio di 50 mila euro all'anno, ma soprattutto evita l'emissione di circa 1.600 tonnellate di CO<sub>2</sub> l'anno.



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

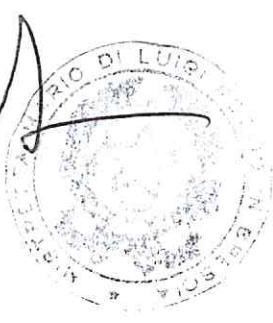
Relazione con i Clienti

Relazione con la Comunità

Relazione i Fornitori

Relazione della Società di Revisione

GRI Content Index

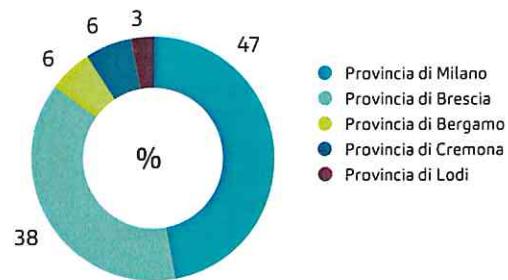


## 10.1.2 Relazione con i clienti del servizio di teleriscaldamento

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. Dal 31 gennaio 2020, inoltre, A2A Calore & Servizi opera anche nel comune di Cologno Monzese (Mi).

Il servizio è attualmente erogato a oltre 26.500 utenze (singole unità abitative nel caso di riscaldamento autonomo o interi stabili nel caso di riscaldamento centralizzato), per una volumetria servita di circa 112 milioni di metri cubi.

**Figura 58\_Distribuzione geografica della volumetria servita dal teleriscaldamento (%)**



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.

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 2019 il Gruppo ha effettuato, tramite le società specializzate, **37 trasformazioni** di impianti pari a 11.015 kW di potenza installata, rispettivamente 6.685 kW da A2A Calore & Servizi e 4.330 kW da Linea Green.

Per favorire lo sviluppo del servizio di teleriscaldamento, A2A Calore & Servizi ha proseguito nel 2019 la promozione della tariffa bioraria avviata nel 2018 con la proposta **"Casa calda anche di notte"**. Grazie alla formula di prezzo bioraria è possibile far funzionare gli impianti di riscaldamento condominiali anche di notte. Ciò consente di mantenere una temperatura notturna costante e più elevata negli appartamenti, senza spegnere gli impianti, evitando così il picco di domanda e di consumo mattutino. Per il singolo cliente l'applicazione della tariffa bioraria si traduce in un maggiore comfort notturno e nella riduzione delle spese energetiche, mentre, a livello di sistema, la bioraria può portare benefici ambientali consentendo di ridurre il ricorso alle fonti fossili per la copertura del picco mattutino.



## 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:  
[https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/a2a-be/a2a/gbb-uploads/DBL1f1-carta\\_qualita\\_acs.pdf](https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/a2a-be/a2a/gbb-uploads/DBL1f1-carta_qualita_acs.pdf)

A2A Calore & Servizi ha ideato, promosso e organizzato un *format* di corsi sul teleriscaldamento con lo scopo di formare ed informare i clienti/cittadini e gli operatori del settore sul suo buon uso, sulla manutenzione più efficiente degli impianti e sulle nuove tecnologie, con un preciso obiettivo: rendere ancora più sostenibile questa tecnologia, orientata alla salvaguardia dell'ambiente e alla qualità di vita.

I corsi sono stati pensati per 4 tipologie di *target*: manutentori di impianti termici, amministratori di condominio, clienti finali, architetti e ingegneri.

Nel 2019 sono stati organizzati 4 incontri: due rivolti esclusivamente ai manutentori associati al Collegio dei Periti industriali di Bergamo, uno svolto in collaborazione con lo Sportello Energia del Comune di Milano per amministratori di stabili e manutentori, e l'ultimo, nato da una sinergia altrettanto qualificante che vede la realizzazione di un appuntamento formativo (con rilascio di crediti) dedicato agli ingegneri sul tema del *design*, in collaborazione con l'Ordine degli Ingegneri della Provincia di Milano, ASSIMPREDIL ANCE di Milano-Lodi-Monza e Brianza e Fondazione Politecnico di Milano.

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

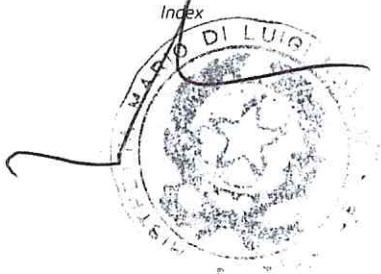
Relazione con i Clienti

Relazione con la Comunità

Relazione con i Fornitori

Relazione della Società di Revisione

GRI Content Index



## BOLLETTE PIÙ CHIARE PER I CLIENTI

Nel 2019 è stato predisposto un nuovo *layout* grafico per le bollette di A2A Calore & Servizi, A2A Smart City e A2A Ciclo Idrico, in linea con gli interventi effettuati negli anni scorsi sulle bollette di A2A Energia.

Tra le principali novità introdotte:

- maggior evidenza, nel primo foglio, alle informazioni più importanti (scadenze, importi da pagare, dati del contratto), in modo da garantire una migliore comprensibilità e chiarezza delle bollette, lasciando anche uno spazio dedicato alle modalità di contatto per informazioni, segnalazioni e reclami;
- miglioramento delle informazioni di dettaglio nei fogli successivi, come la composizione della spesa con le specifiche letture e relativi periodi

di riferimento, gli altri importi, le imposte e tutti gli elementi identificativi della fornitura (potenza contrattuale, tipologie di uso e di prezzo, eventuali agevolazioni).

Per facilitare maggiormente il rapporto con il cliente, le nuove bollette contengono anche uno spazio per eventuali informazioni aggiuntive che possono essere di interesse per il cliente e quelle indicate dall'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente (ARERA).

Le nuove bollette, disponibili anche in formato digitale, sono già state rese operative per le società A2A Calore & Servizi e A2A Smart City, mentre per A2A Ciclo Idrico si procederà entro la primavera del 2020.

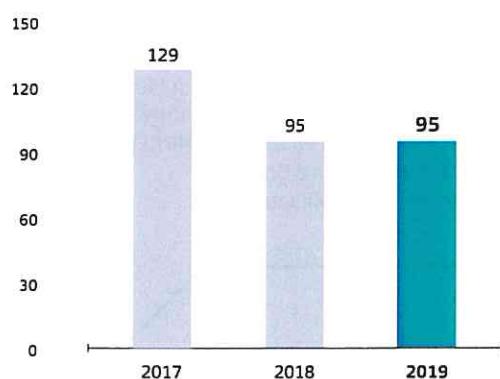
### 10.1.3 Relazione con i clienti del servizio idrico integrato

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 2019 sono 217.545 gli utenti allacciati al servizio di acquedotto, 657.628 gli abitanti allacciati alla rete fognaria e 581.251 quelli serviti dal servizio di depurazione.

Il servizio di distribuzione di acqua potabile, nel 2019, non ha subito interruzioni, eccetto alcuni tratti messi fuori servizio per consentire la riparazione dei guasti accidentali.

**Figura 59\_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 cui 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 60).

**Figura 60\_Indicatori generali del servizio di pronto intervento**

2019	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	92,5%	50,8 secondi	92,6%	48 secondi
Tempo di arrivo sul luogo di chiamata di pronto intervento	3 ore	95,2%	1,73 ore	99,9%	0,7 ore

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 posto della squadra di pronto intervento.

Per comunicare con i cittadini il Gruppo mette a disposizione diversi canali, oltre a materiali informativi. Nel 2019 il servizio **call center** di A2A Ciclo Idrico ha evaso 119.803 chiamate (+25mila rispetto al 2018), mantenendo ottimi livelli di qualità del servizio, con un tempo medio di attesa di 152 secondi, anche a causa dell'incremento del numero di chiamate.

Nel 2019 presso gli sportelli di A2A Ciclo Idrico sono stati serviti 44.829 clienti (con un aumento del 14,2% rispetto al 2018), serviti mediamente in 15 minuti.

Inoltre, nel mese di dicembre è stato messo **online il nuovo portale web di A2A Ciclo Idrico**, che ha permesso di unificare i servizi **online** già presenti sul sito, presentandoli con una nuova veste grafica, e di integrare

tutte le attività di tipo commerciale (richiesta preventivi, nuovi contratti, verifica bollette e stato pagamenti, ecc.). Il portale rappresenta un primo passo verso una completa revisione dei canali di contatto con l'utente.

Tra le attività di digitalizzazione dei servizi offerti ai clienti, si segnala anche la campagna di **sensibilizzazione all'adozione della Bollett@mail** svolta da A2A Ciclo Idrico ed ASVT nel corso del 2019. L'obiettivo della campagna, che ha portato all'attivazione di circa 15.000 bollette digitali, è stato quello di favorire la diffusione di un servizio che rende più facile e sicura la ricezione, il reperimento e la conservazione della bolletta da parte dei clienti finali e che ha comunque un impatto ambientale positivo legato alla riduzione del consumo di carta stampata.

A partire dalla metà del 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 corso del 2019, sono pervenute attraverso il portale 5.849 domande di adesione al Bonus.

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.

➤ 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: <https://qualitaacqua.a2acicloidrico.eu/QualitaH2oWeb/> e <https://qualitaacqua.asvt-spa.it/QualitaH2oWeb/>

Anche nel 2019 è proseguito il **progetto Acquasicura**, sviluppato per favorire l'adozione di accorgimenti necessari per controllare le eventuali dispersioni idriche a valle del punto di consegna e ridurre i rischi di danno economico. L'offerta 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. È inoltre possibile sottoscrivere una polizza assicurativa (riservata alle utenze domestiche) contro le perdite d'acqua a condizioni vantaggiose.

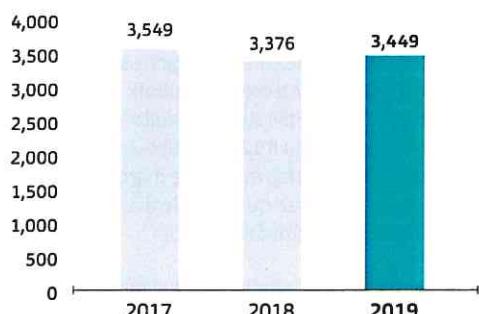
Nel 2019 sono state presentate 1.725 richieste di sgravio per dispersione idrica a valle del punto di consegna, delle quali 1.378 già evase per un totale di circa 2,3 milioni di euro rimborsati agli utenti. Inoltre, le richieste di nuove adesioni alla polizza assicurativa sono state 870 e, complessivamente, 253 utenti hanno beneficiato di un rimborso.

Infine, nell'ambito della realizzazione della nuova rete dedicata alla fognatura e all'acquedotto nel Comune di Calvisano (Bs) e nelle frazioni di Mezzane, Malpaga e Viadana, A2A Ciclo Idrico ha effettuato una serie di attività informative per la cittadinanza, tra cui: l'invio a tutti i cittadini di una lettera sulla attività previste e i moduli per richiedere l'allacciamento alla fognatura e all'acquedotto; l'apertura di uno sportello temporaneo per gli utenti; il posizionamento di uno stand informativo durante una sagra comunale.

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

Il Gruppo, tramite le società Amsa, Aprica, Linea Gestioni e La Bi.Co due, gestisce i servizi di igiene urbana di 218 comuni per un totale di oltre 3,4 milioni di cittadini serviti, nelle province di Milano, Brescia, Bergamo, Como, Lodi, Lecco, Monza e Brianza, Mantova, Cremona e Genova.

**Figura 61\_Numeri totali utenti dei servizi di igiene urbana (migliaia)**



A partire da febbraio 2019, Aprica ha avviato, per la prima volta, la sua attività di raccolta e di igiene ambientale al di fuori dei confini della Lombardia, nei Comuni liguri di Rapallo e Zoagli, servendo una popolazione complessiva di circa 33.000 abitanti. A Zoagli il servizio è svolto con il sistema porta a porta integrale in alcuni quartieri in zona collinare, mentre nel resto del territorio la raccolta è effettuata con cassonetti stradali; i cassonetti per l'organico e l'indifferenziato sono dotati di sportello con apertura mediante tessera elettronica. A Rapallo è in corso la sperimentazione di un servizio misto nella frazione San Massimo: porta a porta per plastica/metalli, carta/cartone e indifferenziato, e raccolta con cassonetti per vetro e organico. Il cassonetto per l'organico è dotato di uno sportello con apertura tramite tessera elettronica. Nel resto del territorio la raccolta è effettuata con cassonetti stradali ad accesso libero.

Lettera agli stakeholders

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



## Iniziative per la promozione della raccolta differenziata

Per ottenere elevati livelli di raccolta differenziata, oltre ad un servizio adeguato, è necessario supportare e incentivare comportamenti corretti da parte dei cittadini anche attraverso iniziative e campagne informative che in modo capillare riescano a raggiungere la popolazione.

Amsa, a Milano, ha attivato numerose campagne di questo tipo. Tra queste, la **campagna "Solo cose piccole" con Max Laudadio**, volta a ridurre il fenomeno dell'uso improprio dei cestini stradali per il conferimento dei rifiuti domestici.

Inoltre, nel 2019 è stato completato il **progetto "Una differenziata al top"**, avviato nel 2017 nel dipartimento Silla ed esteso progressivamente a tutta la città. L'iniziativa ha introdotto alcune variazioni nelle modalità di raccolta dei rifiuti: la riduzione da bisettimanale a settimanale del ritiro dell'indifferenziato e la raccolta congiunta di carta e cartone domestico. Diversi gli strumenti di comunicazione utilizzati: da incontri pubblici presso i municipi, alle comunicazioni agli amministratori di condominio, alla distribuzione a domicilio di circa 30mila pieghevoli e calendari, alle informazioni sul sito web. Il progetto ha contribuito all'incremento delle percentuali di raccolta differenziata nella città di Milano, che si attesta al 61,5% della raccolta.

Considerando l'elevato incremento di imballaggi legato allo sviluppo vertiginoso dell'*e-commerce* (soprattutto carta e cartone), Amsa ha deciso di realizzare, nei

giorni che precedono le festività natalizie, una campagna di **comunicazione** specificamente dedicata **al tema del corretto smaltimento della carta e del cartone**. Per la campagna è stato realizzato un breve video che, in maniera divertente, fornisce indicazioni pratiche per lo smaltimento degli imballaggi. La campagna è stata pianificata sul circuito Telesia (metropolitana) e attraverso web e *social*. Per la prima volta Amsa, per questa occasione, ha sperimentato una collaborazione con Amazon attraverso *banner* che sono stati veicolati direttamente tramite i canali del gigante dell'*e-commerce*.

È, inoltre, in fase di progettazione una campagna per migliorare la raccolta differenziata presso l'area della Darsena, su richiesta dal Comune di Milano.

L'Amministrazione Comunale, nel 2019, ha promosso un'ampia campagna di comunicazione dedicata all'ambiente, denominata "#MilanoCambiaAria", per comunicare le scelte innovative della città per quanto riguarda la sostenibilità e la qualità dei servizi pubblici ai cittadini e ai turisti. In questo ambito, Amsa ha collaborato con la realizzazione della **campagna "Io scelgo la differenziata"**, che aveva l'obiettivo di sensibilizzare tutti i cittadini sull'adozione nel quotidiano di stili di vita consapevoli, attraverso azioni, come la scelta della differenziata. Sono stati utilizzati diversi strumenti: schermi digitali, *newsletter*, *totem*, locandine, cartoline e manifesti presenti in metropolitana, *banner* sul web e attività sui *social*.

## UN SACCO ETNICO

Il Progetto UN SACCO ETNICO è un innovativo progetto di coinvolgimento della ristorazione etnica a Milano attraverso la mediazione culturale, svolto in *partnership* con EStA', Urban Genoma e la ristorazione etnica. Si è scelto un campione iniziale di 100 esercizi per poi svolgere l'attività di dettaglio su 20 ristoranti suddivisi tra la zona Paolo Sarpi e Porta Venezia/Centrale.

Il progetto è stato impostato come una campagna di comunicazione in lingua – araba o cinese – direttamente a contatto con l'esercente/ristoratore, con la finalità di spiegare e rimuovere qualsiasi dubbio sul corretto svolgimento della raccolta differenziata e sulla divisione dei rifiuti. Per comprendere meglio le effettive problematiche,

sono state compiute analisi merceologiche sui rifiuti prodotti dai ristoranti scelti. I risultati hanno mostrato dati positivi sul tema dello spreco alimentare (es. solo il 12% del cibo ancora edibile gettato come rifiuto), ma anche margini di miglioramento (es. assenza quasi totale di sacchetti compostabili per la raccolta dell'umido).

Il progetto si è concluso con la condivisione di un piano di miglioramento della raccolta differenziata specifico per ciascun esercizio commerciale e la consegna dei diplomi di partecipazione e delle vetrofanie. A ottobre 2019 è stata realizzata la pubblicazione "Un sacco et(n)ico – Raccolta differenziata e ristorazione multiculturale in due quartieri di Milano".

Al fine di incrementare il livello di raccolta differenziata anche negli uffici pubblici, **Aprica e Amsa stanno attivando alcuni progetti all'interno dei Comuni di Bergamo e Milano.** Il Comune di Bergamo ha richiesto ad Aprica di individuare una soluzione efficace ed economica per sostituire, negli uffici comunali, i contenitori della raccolta differenziata. A seguito di diversi sopralluoghi che hanno consentito di valutare le dimensioni, le tipologie ed il numero dei contenitori necessari, nonché le collocazioni ottimali, sono state proposte quattro tipologie di contenitori (indifferenziato, vetro e metalli, carta e plastica) in polipropilene alveolare di colore differente per tipologia di rifiuto. Entro il mese di febbraio 2020, saranno consegnati al Comune 2.000 contenitori (500 per ogni tipologia). Amsa ha predisposto un progetto simile, attualmente nella fase di studio preliminare, per il Comune di Milano.

## PREMI PER LA RACCOLTA DIFFERENZIATA E LA RIDUZIONE DEI RIFIUTI

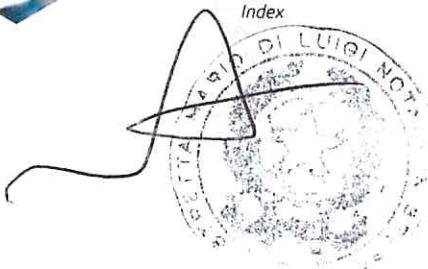
A marzo 2019, nell'ambito della nona edizione della Settimana Europea per la Riduzione dei Rifiuti (SERR), la città di Bergamo è stata premiata per la realizzazione di due progetti di riduzione dei rifiuti: la raccolta degli oli vegetali esausti prodotti da utenti domestici (e il relativo corretto smaltimento) e l'uso dell'Ecovan, un mezzo di trasporto attraverso il quale i cittadini possono conferire rifiuti domestici pericolosi, come farmaci scaduti, oli minerali e vegetali, batterie, batterie per auto, tubi al neon, lampade fluorescenti, pneumatici, ecc..

A maggio 2019, il tour del supereroe Capitan Acciaio, l'iniziativa promossa da RICREA (Consorzio Nazionale per il Riciclo e il Recupero degli imballaggi in Acciaio), è arrivato a Como e ha coinvolto adulti e bambini in Piazza Volta con attività, laboratori e divertenti quiz. Per l'impegno nella raccolta differenziata degli imballaggi in acciaio, il Consorzio RICREA ha conferito ad Aprica e alla città di Como uno speciale riconoscimento.

**Nei territori liguri, in cui Aprica ha iniziato a svolgere il servizio di raccolta, è stata realizzata una importante campagna di comunicazione, per informare i cittadini sulle nuove modalità del servizio e diffondere la cultura del rispetto e della difesa dell'ambiente.** In particolare, sono stati organizzati incontri pubblici, durante i quali i tecnici di Aprica hanno spiegato le novità del servizio e risposto ai dubbi dei cittadini. I mezzi operativi e gli adesivi per i cassonetti stradali sono stati personalizzati con una grafica che richiamava la campagna di comunicazione in corso. In occasione dell'avvio del servizio, ai cittadini è stato distribuito un kit per la raccolta differenziata, composto da una tessera elettronica personale, borse per la separazione in casa dei rifiuti e una guida alla raccolta differenziata sulla quale sono stati indicati gli orari e i giorni di raccolta delle distinte frazioni di rifiuti e tutti i servizi svolti sul territorio. Sono stati avviati nuovi servizi come la raccolta di oli esausti, pile e farmaci con contenitori dedicati e l'attività di monitoraggio e di sensibilizzazione dei cittadini mediante alcuni *steward* ambientali.



- |    |  |
|----|--|
| 1  | Lettera agli stakeholder                   |
| 2  | Nota metodologica                          |
| 3  | Il Gruppo A2A e il suo modello di business |
| 4  | Governance                                 |
| 5  | Strategia di sostenibilità                 |
| 6  | Analisi di materialità                     |
| 7  | Capitale Finanziario                       |
| 8  | Capitale Manifatturiero                    |
| 9  | Capitale Naturale                          |
| 10 | Capitale Umano                             |
|    | Capitale Intellettuale                     |
|    | Relazione con i Clienti                    |
|    | Relazione con la Comunità                  |
|    | Relazione con i Fornitori                  |
|    | Relazione della Società di Revisione       |
|    | GRI Content Index                          |



## 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*, nonostante l'elevato numero di chiamate (oltre 470mila in totale), i livelli di *customer satisfaction* sono molto alti.

**Figura 62\_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)	39	64
Percentuale di chiamate andate a buon fine	98%	93%

In aggiunta, Amsa e Aprica svolgono un servizio di chiamate in *outbound (recall)* degli utenti che non sono riusciti ad entrare immediatamente in contatto con gli operatori telefonici. Digitando l'apposito tasto, i clienti possono lasciare il proprio numero telefonico ed essere ricontattati entro poche ore. Il servizio è utilizzato e molto apprezzato e ha permesso alle società di ricontattare, rispettivamente, circa 10.000 e 3.700 utenti nell'arco di tutto il 2019.

Particolare rilevanza va poi data alle app **PULLiamo** (per Amsa e Aprica) e **rifiutiAMO** (per Linea Gestioni) che consentono, in qualsiasi luogo ed in qualsiasi momento, di:

- segnalare situazioni di degrado ambientale (cestini pieni, siringhe abbandonate, discariche abusive);
- conoscere le corrette modalità di smaltimento dei rifiuti, grazie ad un completo e rapido motore di ricerca;
- essere aggiornato sui giorni di raccolta e di spazzamento strade grazie al completo calendario integrato;
- chiedere assistenza per il ritiro dei rifiuti ingombranti;
- sfruttare la geo-localizzazione per trovare la piattaforma ecologica più vicina ed altri servizi sul territorio.

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 Bergamo

Aprica ha aggiornato la **Carta della Qualità dei Servizi** di igiene urbana di Bergamo, un documento biennale che riassume le modalità di gestione dei servizi e gli *standard* di qualità, definiti con l'amministrazione comunale di Bergamo, che Aprica si impegna a rispettare attraverso il corretto svolgimento delle attività.

Il documento è stato stampato a ottobre 2019 in 10.000 copie e consegnato durante la distribuzione annuale del *kit* di sacchi.

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

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

Come ogni anno, anche nel 2019 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 4.255 cittadini residenti a Milano.

In generale, la valutazione complessiva da parte dei cittadini nel 2019 ha ottenuto un punteggio pari a 7,8, appena superiore al punteggio 2018 (7,7). La tabella riportata nel Supplemento al presente documento mostra le valutazioni ottenute sulle diverse voci.

Annualmente viene indagata anche la soddisfazione degli operatori commerciali milanesi. 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 in merito ai servizi offerti da Amsa è risultata pari a 7,4 (voto medio). Risulta particolarmente elevata la soddisfazione per i canali di contatto: sito e numero verde presentano un livello di soddisfazione pari, rispettivamente, a 7,7 e 7,6.

Amsa ha, inoltre, indagato il livello di soddisfazione dei cittadini anche in 13 comuni limitrofi serviti (Bresso, Buccinasco, Cesate, Cormano, Corsico, Novate Milanese, Paderno Dugnano, Pero, San Donato, Segrate, Settimo Milanese, Trezzano sul Naviglio, Pioltello). Dalle 1.760 interviste effettuate è emerso un livello di soddisfazione globale dei cittadini molto alto, che oscilla tra 7,8 e 8,4, in linea con gli anni precedenti. I Comuni più soddisfatti risultano Buccinasco, Pero, San Donato e Settimo Milanese.

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

Aprica svolge nei Comuni in cui è presente un'indagine di *customer satisfaction* con l'obiettivo di monitorare il livello di soddisfazione dei cittadini per i servizi offerti. Nel 2019 sono state realizzate le indagini nei Comuni di Brescia, Gardone Valtrompia e Como, attraverso, rispettivamente 1.500, 250 e 800 interviste CATI (*Computer Aided Telephone Interviewing*).

**Figura 63\_Indice di soddisfazione per i servizi di igiene urbana di Aprica (scala 1-10)**

	BRESCIA	GARDONE VALTROMPIA	COMO
<b>Complessiva</b>	<b>7,88</b>	<b>7,89</b>	<b>7,30</b>
Raccolta rifiuti	8,02	8,38	8,02
Pulizia strade e marciapiedi	7,37	7,13	5,89
Raccolta rifiuti ingombranti a domicilio	8,76	8,76	8,11
Piattaforma ecologica	8,70	8,69	8,64
Cestini stradali	7,43	7,34	6,51
Numero verde	7,79	7,92	8,19
Sito internet	7,85	-	7,59
Sportello	8,38	7,96	8,27

### 10.1.5 Correttezza e trasparenza nelle relazioni con i clienti

**Nel 2019 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.**

Si segnala che l'Autorità ha avviato un procedimento sanzionatorio e prescrittivo 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 2018 la società ha presentato una proposta di impegni, integrata nel luglio 2019. La proposta prevede: (i) la restituzione ai clienti dei corrispettivi aggiuntivi addebitati; (ii) l'eliminazione del vincolo informatico che attiva il servizio Bollett@mail solo in presenza di domiciliazione bancaria, e riconoscimento a tutti i clienti attivi a Mercato Libero che decidano di attivare detto servizio di un bonus *una tantum* di 6 euro, e (iii) il riconoscimento ai clienti oggetto di applicazione dei corrispettivi di postalizzazione di un ulteriore bonus *una tantum* di 12,00 euro. Con Delibera 389/2019/S/com ARERA ha approvato la proposta di impegni della società, rendendola vincolante e chiudendo così il relativo procedimento sanzionatorio.

Inoltre, il 20 dicembre 2019, l'AGCM ha chiuso il procedimento avviato in data 12 dicembre 2018 per l'accertamento di una presunta intesa restrittiva della concorrenza posta in essere da parte di Linea Ambiente Srl, LGH SpA, A2A SpA, CORE SpA, Herambiente SpA, Hera SpA, Rea Dalmine SpA e Sogliano Ambiente SpA, senza riscontrare le infrazioni descritte nel provvedimento di avvio, che ipotizzava che le società indagate avessero posto in essere un'attività di coordinamento volta all'astensione dalla partecipazione alle procedure di gara bandite da AMA, con la conseguente aggiudicazione dei medesimi servizi a seguito di trattativa privata a condizioni economiche più onerose (per AMA e per i cittadini), ad una RTI costituita da alcuni dei soggetti coinvolti (Herambiente, Sogliano Ambiente, Linea Ambiente, REA Dalmine). L'Autorità ha ritenuto che gli scambi informativi in relazione alle gare di AMA S.p.A. a partire dal 2016 non rivelino alcun contenuto anticoncorrenziale, inteso come volontà di strumentalizzare in maniera concertata l'astensione dalle gare.

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

Lettera agli stakeholders

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

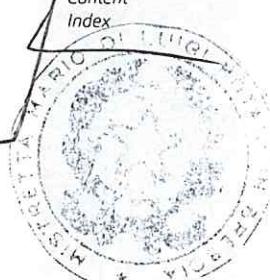
Relazione con i Clienti

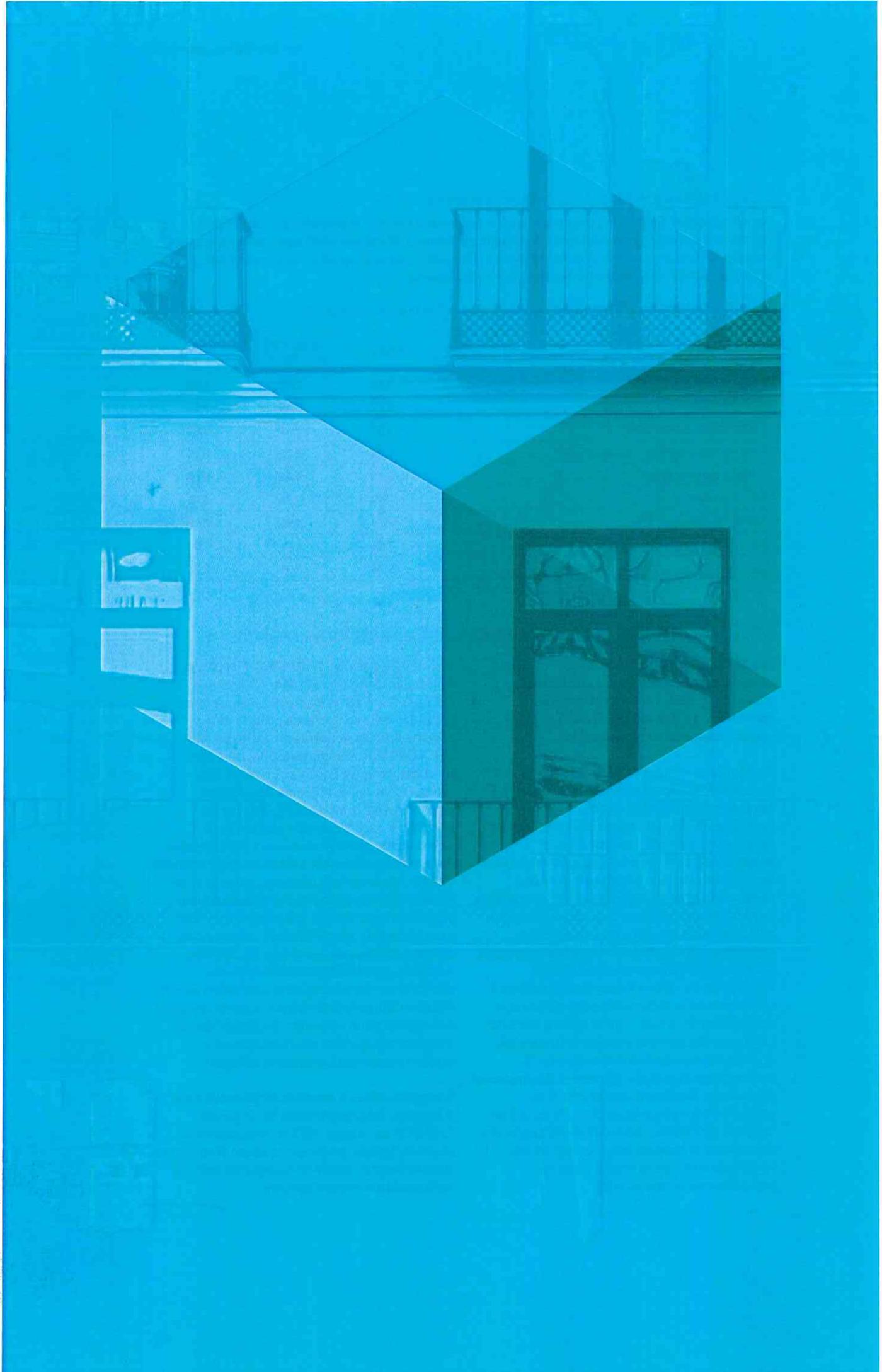
Relazione con la Comunità

Relazione con i Fornitori

Relazione della Società di Revisione

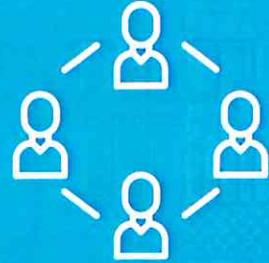
GRI Content Index





# 10 Capitale Relazionale

*Comunità*



## INPUT

Lanciata la call «CreiAMO Piemonte» a seguito del forumAscolto

Attivate collaborazioni e progetti di ricerca in *partnership* con aziende e Università

Banco dell'energia per il sostegno delle fasce deboli

Iniziative di educazione ambientale e Progetto Scuola2a

## SERVIZI E PROCESSI A2A

6 Bilanci di sostenibilità territoriali

4,4 M€  
di contributi alla comunità

126 Borse di studio per i figli dei dipendenti

6.000 persone sostenute dai progetti del primo Bando "Doniamo Energia"

OLTRE 70.000 studenti coinvolti in educazione ambientale e visite agli impianti

## OUTCOME



## RAPPORTO CON GLI STAKEHOLDER DEL GRUPPO

Sviluppo delle attività di *business* nel pieno rispetto degli *stakeholder*, anche grazie ad una comunicazione trasparente e piena collaborazione; partecipazione a tavoli di lavoro con Enti e Istituzioni capaci di influenzare le strategie nazionali e internazionali; promozione di progetti per creare valore condiviso sul territorio e per le comunità locali (es. attività di rigenerazione urbana); individuazione dei bisogni e delle esigenze degli *stakeholder* e realizzazione di attività progettuali capaci di risposte efficaci ai loro biosogni (es. *social needs*).



## 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, di cittadinanza attiva e conoscenza delle attività del Gruppo, anche attraverso l'organizzazione di visite presso gli impianti.



### 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. Le relazioni con Enti e Istituzioni sono gestite in ottemperanza al Codice Etico di A2A.

Nel 2019, le principali tematiche trattate hanno riguardato:

- 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 e nel PNIEC, Piano Nazionale Energia e Clima;

- l'interlocuzione con le comunità locali e i livelli istituzionali delle 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 (Go);
- l'avvio di *partnership* sui settori innovativi (mobilità elettrica e *smart city*);
- il nuovo Depuratore della Valtrompia;
- la decarbonizzazione della centrale Lamarmora a Brescia;
- le attività di rinnovamento o ampliamento del parco infrastrutturale (installazione di nuovi *Smart Meter* e colonnine di ricarica elettrica);
- il cablaggio in fibra ottica delle città di Brescia e di Bergamo;
- le isole digitali a Bergamo;
- gli osservatori del Comune di Brescia;
- l'indagine di *customer satisfaction* della città di Brescia rispetto ai servizi erogati da A2A.

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

## AZIONI 2019

- forumAscolto e bilanci territoriali (pagg. 54-55)
- Banco dell'energia Onlus (pag. 169)
- Partecipazione a tavoli di confronto PNIEC e EoW (pagg. 164-165)
- Nuova illuminazione Belvedere Palazzo Lombardia (pag. 151)
- Impianti aperti (pag. 175)

## AZIONE DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ



**PEOPLE INNOVATION**  
Trasparenza  
e Stakeholder  
Engagement  
Educazione  
ambientale

## AZIONI 2019

- Nuovo portale scuole.a2a.eu (pag. 173)
- Missione Terra: contest scuole su SDG's (pag. 173)
- Consegna delle borracce nelle scuole di Milano e Brescia (pag. 173)
- #Ambienteascuola (pag. 173)

## AZIONE DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ

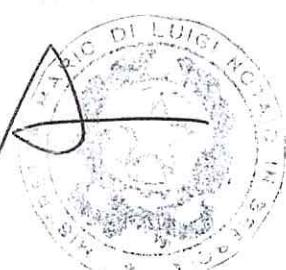


**PEOPLE INNOVATION**  
Educazione  
ambientale

## LE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

A2A aderisce a più di 100 diverse associazioni di categoria, tra cui:

- **AIRU** (Associazione Italiana Riscaldamento Urbano), finalizzata a promuovere e divulgare l'applicazione e l'innovazione dell'impiantistica energetica territoriale nel settore del teloriscaleamento e teleraffrescamento. Da quest'anno Lorenzo Spadoni, Amministratore Delegato di A2A Calore & Servizi, è presidente di AIRU;
- **CEWEP** (Confederation of European Waste-to-Energy Plants), l'associazione che riunisce gli operatori degli impianti di Waste-to-Energy (incenerimento con recupero di energia);
- **EURELECTRIC**, l'associazione di settore che rappresenta gli interessi comuni dell'industria dell'energia europea;
- **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;
- **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 Giovanni Valotti.



## 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 2019 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*.

Il Gruppo si è iscritto all'associazione osservatorio "Smart City" avviato dal Dipartimento Studi Giuridici e dallo IFFE - Centro di ricerca di Economia e Politica dell'Energia e dell'Ambiente - dell'Università Bocconi. L'Osservatorio ha l'obiettivo di diventare **un punto di riferimento per tutti i soggetti interessati allo sviluppo smart delle infrastrutture e dei servizi urbani e della comunità sociale**, valutando i vantaggi socio-economici ed ambientali connessi alle applicazioni *smart* e analizzando le politiche e gli strumenti regolatori che possono stimolare e orientare uno sviluppo urbano in senso *smart*.

È stata sostenuta un'attività di ricerca presso il Dipartimento di Energia del **Politecnico di Milano** sulla **pianificazione delle reti di distribuzione** dell'energia elettrica in ambito urbano, con l'obiettivo di ridurre il più possibile il numero e la durata delle interruzioni aumentando la resilienza della rete. In particolare, la pianificazione riguarderà il posizionamento delle nuove cabine primarie attraverso modelli matematici e algoritmi.

Sono stati presentati i risultati dello **studio sulla valutazione integrata dell'inquinamento atmosferico nel bacino padano e nel territorio bresciano a cura dell'Università degli Studi di Brescia, di A2A e di AIB – RAMET**. La ricerca, durata 4 anni, si è concentrata sulla valutazione dell'inquinamento atmosferico e l'analisi delle varie fonti emissive, sull'individuazione di soluzioni e azioni efficaci per la riduzione dell'inquinamento e sulla valutazione sugli effetti per la salute dei principali inquinanti atmosferici. Il principale fattore di inquinamento ambientale in Lombardia e a Brescia risulta essere il riscaldamento domestico (23%), seguito dal traffico veicolare (18%), dalle attività industriali (20%) e dall'agricoltura (17%). L'impatto complessivo sulla concentrazione media di particolato fine (PM10) dei tre impianti che alimentano il sistema di teleriscaldamento bresciano è risultato minimo (0,2%).

È proseguito il **progetto "Rendering"** dell'Università di Brescia, in *partnership* con INSTM, il Centro Servizi Multisettoriale e Tecnologico (CSMT) e Regione Lombardia, e sostenuto da A2A (con Acque Bresciane, Legambiente Brescia e Atelier Europeo).

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", con l'obiettivo di favorire la termovalorizzazione dei fanghi insieme ai rifiuti urbani e utilizzare i prodotti derivati dal trattamento di questi scarti per la produzione di nuovi eco-materiali.

Nel 2019 è partito il progetto "**A2A Horizon**", una iniziativa di *Corporate Venture Capital* (CVC) di A2A per favorire l'innovazione del Gruppo attraverso investimenti in *startup* ad alto potenziale, che vede anche la partecipazione del Politecnico di Milano (vedi pag. 133).

A2A partecipa inoltre a diversi tavoli di lavoro e *think tank* all'interno di diverse università. A titolo di esempio, può essere citato il tavolo dell'Università Bicocca (CESISP - Centro Di Economia e Regolazione Dei Servizi, Dell'Industria e Del Settore Pubblico) sulla regolamentazione del ciclo urbano dei rifiuti nell'ottica della necessaria spinta all'economia circolare, sia sotto il profilo giuridico-regolamentare che sotto il profilo economico, così come l'Osservatorio sulla regolazione amministrativa dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, che organizza incontri periodici sui principali temi regolatori, al quale partecipano, oltre al mondo universitario, le istituzioni più sensibili agli argomenti trattati (Ministeri, Autorità, Enti tecnici) e i diversi *stakeholder*. Gli argomenti trattati hanno riguardato la definizione del Piano Nazionale Integrato Energia Clima (PNIEC), l'avvio della regolazione nel settore dei rifiuti e dell'economia circolare, nonché le nuove configurazioni del sistema energetico. Di interesse, anche, l'Osservatorio *Startup Intelligence* del Politecnico di Milano, un *network* rivolto agli *innovation manager* che propone un calendario annuale di attività finalizzate ad un'ampia diffusione della cultura dell'*open innovation* e dell'imprenditorialità. Le principali attività includono ricerche, *scouting* di *start up*, sensibilizzazione e formazione.

Infine, oltre a progetti di ricerca, A2A collabora con le Università anche per migliorare i servizi interni delle stesse. In particolare, nel 2019 è stata portata avanti una **attività di sensibilizzazione degli studenti sul tema della raccolta differenziata**. È stata infatti realizzata anche presso le sedi bresciane dell'Università Cattolica del Sacro Cuore (dopo l'intervento già effettuato su Milano) la **campagna di comunicazione "Differenziata? 30 e lode"**, volta ad informare gli studenti e il personale docente sulle regole per separare correttamente i rifiuti, al fine di ottimizzare la frazione riciclabile della raccolta differenziata. Tale attività è stata supportata anche da una riorganizzazione dei contenitori nelle aree comuni e nelle aree di ristoro.

## 10.2.3 A2A e gli Stakeholder della regolazione

Il Gruppo opera in contesti nei quali la regolazione da parte di Autorità amministrative indipendenti ha un ruolo fondamentale nella promozione della concorrenza e nella tutela di consumatori ed utenti. A tali obiettivi più tradizionali, si affianca sempre più quello di indirizzare i servizi svolti nei settori energetici ed ambientali verso target coerenti con il percorso di decarbonizzazione, rendendo la regolazione parte integrante ed abilitante del percorso di sostenibilità di tali settori.

A2A adotta una politica di monitoraggio e gestione del rischio regolatorio al fine di adattare le proprie strategie industriali alle opportunità e ai vincoli del framework nazionale e comunitario sui servizi pubblici e la concorrenza. Il monitoraggio consiste in un presidio articolato su più livelli, che prevede *in primis* il dialogo collaborativo e leale con le istituzioni tra cui: l'Autorità di Regolazione per Energia, Reti e Ambiente (ARERA), l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) e con gli organismi tecnici del settore (Gestore dei Servizi Energetici, Gestore dei Mercati Energetici, Terna, Enti di Governo locale del servizio idrico, altri enti tecnici di normazione), nonché la partecipazione attiva nelle Associazioni di categoria e nei gruppi di lavoro istituiti presso gli stessi enti. Vengono, altresì, presidiate le tematiche di derivazione eurounitaria, tramite la partecipazione alle Associazioni comunitarie di riferimento (tra cui Eurelectric), in modo da conoscere "in anticipo" quello che sarà oggetto di recepimento nella legge italiana.

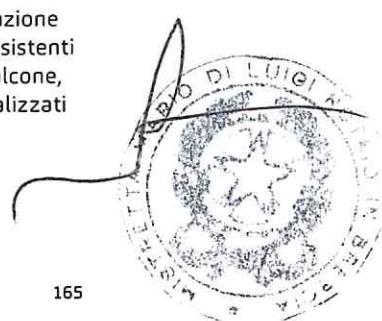
Nel 2019 sono state organizzate visite ai siti produttivi del Gruppo: ad Asti, presso l'impianto di trattamento del vetro di A2A Ambiente da parte di ARERA e a Brescia al sistema del teleriscaldamento da parte di una delegazione del GSE. Unareti ha anche ospitato – su richiesta di ARERA - alcuni membri dell'Agenzia per l'Energia della Repubblica di Serbia interessati ad approfondire le attività di distribuzione di energia elettrica e gas gestite dalla società ed il loro stretto rapporto con la regolazione.

Nel 2019 è stato definito il nuovo framework regolatorio per il sistema energetico, basato sulla completa integrazione delle fonti rinnovabili e sull'implementazione di configurazioni innovative di produzione e consumo. Su tale tema il Gruppo ha seguito

in maniera proattiva, attraverso osservazioni e partecipando all'audizione parlamentare, la definizione del *Piano Nazionale Integrato Energia Clima* (PNIEC), da inviare in via definitiva alla UE a gennaio 2020 e contenente la traiettoria di decarbonizzazione del Paese ed i target 2030 per le fonti rinnovabili, l'efficienza energetica e le emissioni climalteranti. Il Gruppo ha espresso in maniera continuativa la propria posizione, a favore di obiettivi di decarbonizzazione ambiziosi e coerenti con il *Clean Energy Package* UE, presso le Associazioni nazionali e comunitarie, nonché in occasione di convegni ed incontri su tali tematiche (in particolare, presso think tank universitari e di settore) e nella declinazione della nuova tassonomia UE sulla finanza sostenibile. Coerentemente con gli obiettivi e le priorità individuate in questi ambiti, il Gruppo ha strutturato un maggior presidio sulle attività in grado di comportare esternalità ambientali positive nel settore dei trasporti e dell'edilizia, della mobilità elettrica e dei biocarburanti sostenibili (come il biometano), e del teleriscaldamento efficiente. Inoltre, alla luce delle difficoltà che interessano il meccanismo dei Certificati Bianchi in termini di raggiungimento degli obiettivi annuali di riduzione dei consumi per carenza di titoli, sono stati svolti approfondimenti interni ed esterni volti a definire proposte di intervento in grado di mettere in sicurezza e potenziare un meccanismo considerato ancora oggi una *best practice* a livello europeo.

**È stato svolto, inoltre, un ruolo attivo nel percorso di transizione al nuovo paradigma energetico, valorizzando gli asset del Gruppo e promuovendo progetti di innovazione tecnologica.** Il confronto e la collaborazione con le istituzioni si sono concentrati - in particolare in occasione di consultazioni pubbliche e assessment tecnici - sull'individuazione dei meccanismi regolatori più adatti a gestire le nuove esigenze del sistema, a titolo di esempio: revisione del *market design* elettrico, meccanismi tariffari in grado di sostenere gli investimenti per l'*upgrading* e la digitalizzazione delle reti di distribuzione, partecipazione ai progetti pilota di Terna sui compensatori sincroni e sulle unità virtuali di produzione/consumo. In questo quadro rientra anche l'attività di illustrazione dei progetti di conversione degli asset esistenti (ad esempio, presso le centrali di Monfalcone, di San Filippo del Mela e di Brindisi) finalizzati

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	



alla decarbonizzazione del parco di generazione e all'offerta di servizi utili alla rete elettrica nazionale.

**A2A ha poi aderito agli obiettivi di circular economy e contribuito all'individuazione di un quadro di regole virtuose per imprese e cittadini.** L'impegno del Gruppo in questo settore si è sostanziato in particolar modo nei contributi offerti, singolarmente o in sede associativa, alle tematiche relative alla risoluzione dello stallo della normativa del c.d. *end of waste*, alla nuova regolazione di ARERA sul ciclo integrato dei rifiuti, alla discussione sul recepimento del nuovo Pacchetto Europeo sull'economia circolare. Inoltre, anche in occasione di incontri pubblici e nei *think tank* universitari e settoriali cui A2A partecipa, si è cercato di sensibilizzare tutti gli interlocutori sull'importanza di condividere con il mondo istituzionale e la cittadinanza la comprensione dei benefici derivanti da **un'adeguata dotazione impiantistica, essenziale per il raggiungimento degli obiettivi di circolarità e per la creazione di opportunità economiche.**

**Infine sono state messe in atto iniziative per contribuire a diffondere la "cultura della regolazione" all'interno e all'esterno, quale volano per l'innovazione e la trasparenza dei servizi.** Internamente sono stati implementati strumenti di monitoraggio e controllo (come la *Regulatory Review* elaborata semestralmente o la *Regulatory Agenda* redatta in occasione della definizione del

Piano Industriale) 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*. La condivisione degli orizzonti regolatori si avvale anche dell'organizzazione di momenti di approfondimento interno (*Regulatory Breakfast*) sulle tematiche di particolare rilevanza strategica per i settori nei 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 all'*as is*. Il ruolo di A2A in tale dimensione di "agente" della cultura della regolazione, è stato promosso anche all'esterno, specialmente presso le comunità locali con cui il Gruppo interagisce. Ad esempio nel servizio idrico integrato, dove appare particolarmente rilevante sensibilizzare l'utenza sul ruolo della regolazione di ARERA, è proseguita l'attività informativa sull'esigenza di una gestione industriale del servizio per raggiungere gli obiettivi ambientali, nonché quella sulla necessità di cessare il servizio di lettura e fatturazione di circa 28.000 "ripartitori acqua" posti nelle singole unità immobiliari in alcuni condomini del Comune di Brescia, attraverso incontri con le associazioni dei consumatori, dei proprietari immobiliari, degli amministratori di condominio ed altri *stakeholder* anche nell'ambito dell'avvio, da parte di ARERA, di un'apposita indagine conoscitiva sul tema che si concluderà nel marzo 2020.

## A2A MIGLIORE MULTIUTILITY ITALIANA SECONDO IL TOP UTILITY AWARD

A febbraio, nell'ambito della presentazione della settima edizione del rapporto *Top Utility Analysis*, A2A si è aggiudicata il **premio Top Utility 2019** come migliore azienda del settore dei servizi di pubblica utilità.

Come di consueto, il rapporto ha analizzato *economics*, attività e servizi erogati dalle maggiori 100 *utility* pubbliche e private italiane attive nei settori gas, luce, acqua e rifiuti.

Per l'attribuzione del premio sono stati considerati gli ottimi risultati raggiunti dal Gruppo in tutte le aree oggetto di indagine ed in particolare la capacità di comunicare in maniera efficace, l'attenzione alla sostenibilità e l'efficienza delle proprie *operation*.

## 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, anche nel 2019 il dialogo con le associazioni consumatori e ambientaliste è stato costante e numerosi sono stati gli incontri di interesse consumeristico, ambientale e sociale, che hanno permesso all'azienda di consolidare sempre più la sua presenza nei territori in cui opera. Questa stretta interazione consente infatti di informare i comitati territoriali sulle attività del Gruppo e, allo stesso tempo, di recepire attivamente le loro richieste, così da rendere il servizio offerto ancora più efficace, efficiente e specifico.

### A2A incontra le associazioni consumatori

Durante l'incontro annuale riservato alle associazioni dei consumatori lombarde, le diverse società del Gruppo hanno presentato le attività in corso; nello specifico:

- A2A Calore & Servizi ha illustrato l'evoluzione del teleriscaldamento, arrivato alla quarta generazione;
- A2A Energia ha condiviso le nuove offerte commerciali per i clienti, nonché gli scenari legati alla transizione dal mercato tutelato al mercato libero;
- Unareti ha presentato il piano di messa in servizio del sistema di *smart metering* 2G;

• Amsa ha mostrato i risultati dell'indagine di *customer satisfaction* e illustrato i nuovi servizi di raccolta degli olii alimentari esausti e del recupero dei rifiuti da apparecchiature elettriche ed elettroniche (RAEE).

Infine, è stato presentato il *report* delle conciliazioni ADR (*Alternative Dispute Resolution*), il canale diretto tra azienda e consumatori per la risoluzione extragiudiziale delle controversie in merito ai servizi prestati.

### Azioni di advocacy sui territori

Per mantenere un dialogo costante con la popolazione nei principali territori di riferimento in cui A2A è presente con impianti o servizi, vengono regolarmente organizzati incontri specifici, riservati ai rappresentanti delle associazioni consumatori, ambientaliste e ai comitati, per la presentazione e l'approfondimento di iniziative e progetti riguardanti tutte le società del Gruppo.

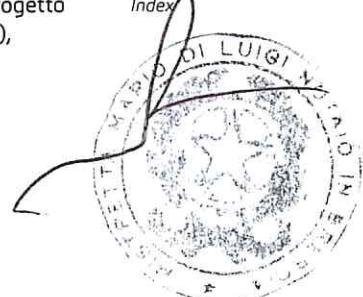
Nell'ambito dei progetti di innovazione legati agli obiettivi di decarbonizzazione per le Centrali di San Filippo del Mela e di Monfalcone sono stati organizzati numerosi incontri, con l'obiettivo di illustrare i progetti di riconversione da parte dei tecnici di A2A e per raccogliere dagli *stakeholder* suggerimenti e iniziative concrete da intraprendere sul territorio.

Con le associazioni consumatori territoriali e le amministrazioni comunali, inoltre, sono in corso i tavoli per la redazione delle carte della qualità dei servizi ambientali nei comuni gestiti da Amsa e Aprica.

Nel 2019 è proseguito anche il coordinamento delle attività collegate al protocollo di risoluzione stragiudiziale delle controversie (ADR) per le conciliazioni paritetiche e la gestione della segreteria di conciliazione per il Servizio Conciliazione ARERA gestito da Acquirente Unico.

Infine, nel corso del 2019, numerose sono state le partecipazioni a incontri specifici, convegni e *think tank* su tematiche consumeriste, sociali (focus su povertà energetica collegata al progetto di responsabilità sociale Banco dell'energia), ambientali e sulla mobilità elettrica.

Lettera agli stakeholders
Nota metodologica
1 Il Gruppo A2A e il suo modello di <i>business</i>
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 Intellaietuale
10 Capitale Relazionale
Relazione con i Clienti
Relazione con la Comunità
Relazione con i Fornitori
Relazione della Società di Revisione
GRI Content Index



## ADR – Risoluzione stragiudiziale delle controversie

Con riferimento alle richieste di **conciliazione**, nel 2019 è proseguita l'attività avviata con il **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 (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**, le Camere di Commercio e gli altri organismi riconosciuti da ARERA.

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.

L'obbligo di attivare lo strumento della conciliazione sarà introdotto, progressivamente, anche per gli altri settori regolati.

Per quanto concerne le **conciliazioni paritetiche**, nel 2019, le pratiche ricevute hanno registrato un incremento del 18% rispetto all'anno precedente. In totale, la segreteria di conciliazione dell'**Organismo ADR A2A-Associazioni Consumatori** ha ricevuto 52 richieste per conto di clienti gas, elettricità e idrico, di cui: 47 riguardanti A2A Energia, 2 A2A Ciclo Idrico, 2 Azienda Servizi Valtrompia e 1 relativa a Unareti, legate principalmente alla misurazione dei consumi e alla fatturazione. Per quanto riguarda il **Servizio Conciliazione ARERA gestito da Acquirente Unico**, le richieste hanno avuto un incremento del 36% per un totale di 125 domande ricevute, di cui: 101 riguardanti A2A Energia, 9 A2A Ciclo Idrico, 2 Azienda Servizi Valtrompia e 13 relative a Unareti.

Unareti ha inoltre ricevuto **141 convocazioni obbligatorie** come ausilio tecnico, indispensabile ai fini della corretta ed efficace trattazione delle controversie per conciliazioni avviate dai clienti di altre società di vendita.

Infine, anche per il 2019 analogamente agli scorsi anni, si è provveduto, in coordinamento con altri organismi ADR, ad organizzare dei corsi di formazione *online* per i conciliatori dei compatti energia e idrico coordinati da Consumers' Forum.

## Mobilità elettrica

In collaborazione con A2A Energy Solutions, è stata avviata una attività di coinvolgimento delle case produttrici di auto e motoveicoli elettrici, con l'obiettivo di consolidare il posizionamento di A2A quale prima piattaforma abilitante per lo sviluppo della mobilità elettrica in Lombardia, sia dal punto di vista tecnico-commerciale sia nel rapporto con le amministrazioni. A tal proposito, è già stato organizzato un tavolo a porte chiuse (**«Milano: Il Futuro è Elettrico. Il domani delle città»**), che ha visto la partecipazione del Comune di Milano, degli *stakeholder* industriali e di esperti del settore per discutere sulle prospettive di sviluppo della mobilità elettrica.



## BANCO DELL'ENERGIA ONLUS

Nel corso del 2019 sono proseguiti, e in parte terminati, i 15 progetti aggiudicatari della prima edizione 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. Il bando, per il quale è stato raccolto **un milione di euro da parte di Banco dell'energia, raddoppiato da Fondazione Cariplo**, ha permesso agli enti selezionati di lavorare per intercettare precocemente le persone fragili e favorire la loro riattivazione, non solo sostenendole nel pagamento delle spese urgenti (come ad esempio le bollette di qualunque operatore energetico), ma anche cercando di dare risposte più ampie, che tenessero conto delle problematiche collegate al lavoro e ai legami sociali. Sono state individuate complessivamente circa **6.000 persone**, che hanno potuto contare su percorsi e iniziative personalizzate per superare la situazione di temporanea difficoltà, rafforzare relazioni rilevanti all'interno della propria comunità e, quando possibile, attivarsi in azioni di "restituzione" a beneficio della collettività.

Parallelamente, sono stati avviati i 16 progetti degli enti aggiudicatari della seconda edizione del bando, sempre per un totale di due milioni di euro, con le stesse finalità dell'edizione precedente. Una iniziativa meritevole di particolare interesse riguarda uno dei progetti vincitori della seconda edizione del bando, "**KW<sup>cure</sup> moltiplicatore di energia**", di cui la Fondazione San Vincenzo De' Paoli è capofila e che prevedeva, con la collaborazione di esperti di A2A, una serie di incontri di formazione ai volontari sul tema del risparmio energetico.

Forte di queste esperienze positive, bando dell'energia e Fondazione Cariplo hanno aperto un nuovo tavolo di lavoro per la valutazione di una terza edizione del Bando, con l'obiettivo di focalizzare ancor più la tematica della povertà energetica e degli strumenti più idonei per contrastarla.

La raccolta fondi è sempre attiva e rivolta a tutti i cittadini, aziende, clienti di A2A Energia e dipendenti delle società del Gruppo. Questi ultimi, in particolare, hanno dato una risposta molto positiva alle numerose campagne di raccolta fondi proposte nel corso dell'anno, dando un segnale di sensibilità e condivisione del grande valore sociale dell'iniziativa. È possibile donare attraverso diversi canali di pagamento (bollettino postale, bonifico o carta di credito), ma anche attraverso la bolletta per i clienti di A2A Energia (in tal caso, è previsto anche un contributo di A2A che raddoppierà le donazioni effettuate dai clienti domestici).

Banco dell'energia è stato chiamato, inoltre, a far parte del comitato scientifico del progetto ASSIST (*Support Network for Household Energy Saving*), una iniziativa promossa dalla Commissione Europea e coordinata dall'Italia (AISFOR, RSE e Acquirente Unico) per sostenere i consumatori vulnerabili nella gestione efficiente dei consumi energetici domestici e più in generale per contribuire al contrasto della povertà energetica. Approvato nell'ambito del programma europeo per l'innovazione e la ricerca Horizon2020, ASSIST è un progetto triennale, iniziato nel 2017, e che sta coinvolgendo sei Paesi (Belgio, Finlandia, Italia, Polonia, Spagna e Regno Unito) in attività di analisi, formazione e sperimentazione per la lotta alla povertà energetica. Nell'ambito degli incontri del comitato, anche presso la Commissione Europea, Banco dell'energia si è rivelata essere una *best practice* nel panorama europeo. Infatti, eccetto una cooperativa di aziende francesi, che sta promuovendo un progetto di raccolta fondi (1 centesimo per kWh consumato) presso i suoi 75.000 clienti, il Banco dell'energia è emersa quale unica esperienza concreta di intercettazione dei bisogni e risposta agli stessi, sia in termini di dimensione dell'intervento che per la sua capacità di mettere in rete attori e competenze differenti per convergere verso un obiettivo comune.

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

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**

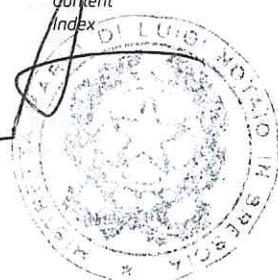
Relazione  
con i Clienti

Relazione con  
la Comunità

Relazione con  
i Fornitori

Relazione  
della Società  
di Revisione

GR  
Content  
Index



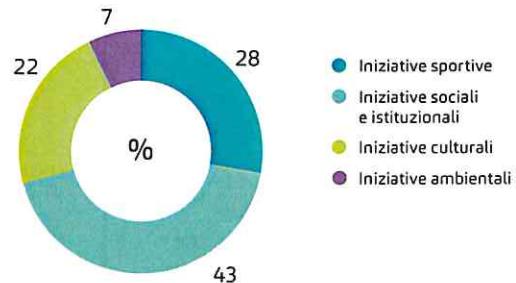
## 10.2.5 Investimenti responsabili nella Comunità

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 2019, gli **investimenti complessivi** del Gruppo per la comunità sono stati di circa 4,4 milioni di euro, comprensivi di contributi in sponsorizzazioni, liberalità e supporto alle Fondazioni del Gruppo (Fondazione AEM e Fondazione ASM), e risultano in linea con quelli dell'anno precedente.

Le **sponsorizzazioni** in attività sportive, sociali, ambientali e culturali a favore del territorio ammontano a circa 887 mila euro.

**Figura 64\_Sponsorizzazioni per area di attività**



Tra le principali sponsorizzazioni si segnalano:

- la **Conferenza Nazionale sull'Efficienza Energetica 2019**, il **Festival dell'Energia** e il **Festival dell'Acqua**, tre dei maggiori eventi nazionali dedicati alle tematiche energetiche ed ambientali, con focus su politiche climatiche e tematiche di sostenibilità;
- l'illuminazione del **Belvedere di Palazzo Lombardia**, la **Stramilano**, la **Stagione concertistica Milano Arte Musica**, le iniziative ambientali **Puliamo il Mondo** e **Spazzatura Kilometrica**;
- il **Festival Pianistico Internazionale** di Brescia e Bergamo;
- la denominazione del Palazzetto di Brescia come "Palaeonessaa2a", il **Festival Internazionale delle Luci sul Castello di Brescia**, nonché l'allestimento per le **luminarie natalizie**;
- il **Magna Graecia Film Festival** in Calabria;
- il contributo alla **Stagione sportiva del New Basket Brindisi**;
- la gara ciclistica **Carnia Classic Fuji/Zoncolan** in Friuli Venezia Giulia;
- il **Sondrio Festival** e l'**Energy2Run - Giro dei laghi di Cancano** in Valtellina;
- l'**Ecoforum Sicilia Munnizza Free** di Legambiente, il **Festival Corale Internazionale "InCanto Mediterraneo"** di Milazzo ed il **Progetto di Mobilità Garantita**, rivolto al trasporto di persone svantaggiate in Sicilia.

### LE FONDAZIONI DEL GRUPPO A2A

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. La **Fondazione ASM** è radicata sui territori di Brescia e Bergamo sostenendo le attività dedicate al sociale, alla promozione dell'arte e della cultura oltre che alla formazione e alla tutela in campo ambientale.

➤ Per maggiori informazioni visita i siti web  
<https://www.fondazioneaem.it/> e  
<https://www.fondasm.it/>

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.



## LA RIQUALIFICAZIONE DELLA CIMINIERA DELLA CENTRALE DEL MINCIO

A seguito degli interventi di potenziamento della centrale termoelettrica del Mincio, è stata prevista l'eliminazione di alcune strutture ritenute obsolete per il ciclo produttivo. Per la ciminiera, tuttavia, è stata prevista, in luogo dell'abbattimento, una riqualificazione come elemento capace d'integrarsi in maniera referenziale nel territorio, come "Porta Settentrionale del Parco del Mincio e del Mantovano".

È stato quindi indetto, alla fine del 2017, un concorso d'idee, con l'obiettivo di raccogliere dal territorio proposte tecnico\figurative inerenti il tema della riqualificazione. Sono pervenute numerose proposte progettuali e nel 2018 la commissione giudicatrice, composta dai rappresentanti del MiBACT, della Regione Lombardia, della Provincia di Mantova, del Comune di Ponti sul Mincio, del Parco del Mincio e tecnici di A2A, ha formalizzato le idee progettuali premiate o meritevoli di speciale menzione per innovazione tecnologica, originalità o valore artistico.



Nel corso del 2019 il progetto definitivo è stato rielaborato sulla base delle risultanze emerse dal concorso e dalle valutazioni tecniche, economiche e di sicurezza, fondamentali per il prosieguo del progetto stesso, anche in rapporto alla prevista fruizione pubblica dell'opera, che include al proprio interno anche una parte museale. Ad oggi il progetto rielaborato, trasmesso al MiBACT e alla locale soprintendenza locale, attende il parere positivo per avviare la fase esecutiva della progettazione.

Inoltre, sempre nel corso del 2019 sono state avviate le prime attività per realizzare la bonifica interna della ciminiera e la gara di appalto per i lavori si è conclusa; tuttavia, l'attività esecutiva resta comunque vincolata ad un periodo non interferente con la nidificazione del falco pellegrino che da diversi anni torna a riprodursi in un anfratto della sommità della ciminiera.

L'obiettivo prefissato è di giungere alla fine del 2020 con le gare d'appalto concluse e dunque la possibilità di avviare le azioni esecutive della riqualificazione tra la fine del 2020 e l'inizio del 2021.

**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

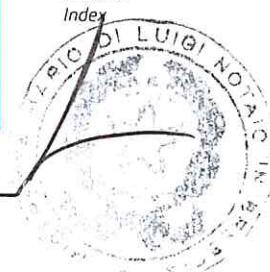
**10**  
**Capitale  
Relazionale**  
*Relazione  
con i Clienti*

*Relazione con  
la Comunità*

*Relazione con  
i Fornitori*

Relazione  
della Società  
di Revisione

GRI  
Content  
Index



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.

Anche quest'anno, 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. Tra le destinazioni dell'anno: Cina, India, Giappone, Argentina e Canada.



Inoltre, in collaborazione con **Istituto Iseo**, sono state messe a disposizione 2 borse di studio per la "Summer school 2019" che offre agli studenti la possibilità di incontrare premi Nobel per l'Economia e docenti di fama internazionale.

In aggiunta, A2A e LGH sono impegnate a supportare i propri dipendenti attraverso l'erogazione di borse di studio per i propri figli. Nel 2019 A2A ha premiato i 106 studenti più meritevoli, figli di dipendenti di Bergamo e Brescia, con delle borse di studio per i risultati scolastici ottenuti (sono stati premiati 25 studenti della scuola media inferiore, 58 della scuola media superiore, e 23 per il conseguimento del diploma di maturità).

Per il secondo anno consecutivo anche LGH ha promosso un premio di studio riservato ai figli particolarmente meritevoli dei dipendenti: "LGH e Lode!". Per l'anno 2019 è stata introdotta un'importante novità: oltre ai giovani impegnati negli studi superiori o universitari, è stato previsto un premio anche per gli alunni delle scuole secondarie di primo grado. Le borse di studio sono state assegnate a 20 studenti, più del doppio di quelle assegnate lo scorso anno.

Anche quest'anno, l'**Associazione Volontari di Protezione Civile del Gruppo** ha dato il proprio contributo alla comunità. Il 2019, infatti, è stato un anno principalmente dedicato a progetti formativi verso i giovani. Le iniziative di Cittadinanza Attiva Europea, alla conclusione del percorso, hanno compreso anche la visita alla sede della Comunità Europea di Strasburgo. Non sono mancati tuttavia gli interventi di emergenza e soccorso: nel mese di giugno, in occasione di un significativo evento alluvionale a Dervio (Lc), sul Lago di Como, i volontari sono stati chiamati ad intervenire in soccorso alla popolazione. Infine, nel mese di novembre l'Associazione, aderendo alla nuova legge del Terzo Settore, ha rinnovato il proprio statuto divenendo una ODV, Organizzazione di Volontariato.

## 12.2.6 Educazione e formazione

Da anni A2A, in collaborazione con le istituzioni locali, sviluppa progetti e iniziative di educazione ambientale mirate alla sensibilizzazione e al coinvolgimento delle nuove generazioni sui temi dell'ambiente e della sostenibilità.

Tra le novità del 2019, [scuole.a2a.eu](#), il nuovo portale rivolto ai docenti che racconta tutte le iniziative gratuite dedicate da A2A alle scuole, raggiungendo in maniera più efficace e capillare tutti i territori dove il Gruppo opera. Sul portale il docente può selezionare le iniziative di suo interesse, scegliendole in base al tema e al grado scolastico di riferimento. Inoltre, tramite registrazione, si possono avere ulteriori vantaggi: prenotare le visite guidate gratuite a circa 50 impianti, sedi didattico-museali e altri percorsi, partecipare a *webinar* esclusivi in *live streaming* sulla sezione [edutv.a2a.eu](#) con la possibilità di interagire con il relatore tramite *chat*, iscrivere le proprie classi ad un concorso di merito nazionale, ricevere una *newsletter* dedicata. Sul portale scuola sono inoltre disponibili strumenti che accompagnano il docente nella didattica in classe: oltre alle pubblicazioni scaricabili gratuitamente, pillole video e altri *format* digitali adatti a *target* di età diversi e fruibili con le LIM.

Nel corso del 2019 **oltre 700 docenti** si sono **iscritti** al portale.

### Missione Terra: *Global Goal Protocol*

Nell'anno 2019 la prova educativa rivolta alle scuole del territorio nazionale di ogni ordine e grado era dedicata ai 17 obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. Alle classi coinvolte, è stato chiesto di scegliere uno dei 17 obiettivi di sostenibilità dell'agenda ONU e realizzare un elaborato in linea con la tematica selezionata e con il grado scolastico di appartenenza: *format* libero per le scuole dell'infanzia, *storyboard* di un fumetto per le primarie, *spot* pubblicitario per le secondarie di primo grado e *video reportage* per le secondarie di secondo grado. Sono state 127 le scuole italiane che hanno partecipato, producendo 390 lavori, con 12 vincitori, divisi nei quattro gradi scolastici e premiati con buoni per l'acquisto di materiali didattici. Il progetto è stato realizzato con il patrocinio di ASviS – Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile e UN *Global Compact*.

### Consegna delle borracce nelle scuole di Milano e Brescia

In coerenza con gli obiettivi dell'Agenda 2030 dell'ONU, in particolare gli obiettivi 6 (Acqua pulita) e 12 (Consumo responsabile), A2A e i Comuni di Milano e Brescia hanno voluto iniziare l'anno scolastico 2019-20 omaggiando gli studenti delle scuole medie di una borraccia per promuovere la riduzione dei rifiuti plastici e il consumo dell'acqua del rubinetto: sostenibile, economica e sicura. **A2A ha consegnato circa 50.000 borracce** in alluminio a tutti i ragazzi delle scuole secondarie di I grado delle città di Milano e Brescia.

Inoltre, una iniziativa simile è stata portata avanti anche con l'**Università degli Studi di Brescia**, e, grazie al contributo di A2A Ciclo Idrico, sono state consegnate **8.500 borracce alle matricole**.



<b>Lettera agli stakeholder</b>	1 Il Gruppo A2A e il suo modello di business
<b>Nota metodologica</b>	2 <i>Governance</i>
	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

## Altre attività di educazione ambientale

La tabella sottostante mostra i principali **progetti di educazione ambientale** del Gruppo, che hanno coinvolto le scuole nel 2019, a livello sia nazionale che locale, contando la partecipazione di quasi **32 mila studenti e docenti**.

**Figura 65\_Altività di educazione ambientale**

INIZIATIVA	DESCRIZIONE	TERRITORIO DI RIFERIMENTO	PARTECIPAZIONI
"La nostra energia per l'ambiente"	La nostra energia per l'ambiente è lo storico quiz televisivo in collaborazione con Teletutto che ha coinvolto studenti delle scuole primarie e delle scuole secondarie di primo grado di Brescia. Sono stati effettuati incontri di formazione preparatori al quiz in classe con esperti di Aprica.	Brescia	<b>300</b> studenti
Percorsi Ambiente Parco	Continua la collaborazione con Ambiente Parco a Brescia, grazie alla quale gli studenti della Lombardia hanno potuto fruire dell'ingresso ai due percorsi didattici: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Natur. Acqua: il ciclo dell'acqua e la sua importanza come risorsa per la vita;</li> <li>• Il gioco delle 4R: percorso sull'economia circolare e la lotta allo spreco.</li> </ul> I percorsi sono gratuiti per 8.000 studenti grazie al contributo di A2A Ciclo Idrico e A2A Ambiente.	Brescia	<b>12.493</b> studenti
Mostra didattica "Il Gioco delle 4 R"	Anche per l'anno scolastico 2018-19 è continuato il percorso nato dalla collaborazione di Amsa e A2A col Comune di Milano sul tema dei rifiuti e dell'economia circolare, rivolto alle le scuole primarie e secondarie di I grado della città, che ha coinvolto tutti i Municipi della città.	Milano	Oltre <b>2.000</b> studenti
Percorsi didattici presso la Casa dell'Energia e dell'Ambiente	Sono stati rinnovati i due percorsi didattici "Rifiuto da scarso a risorsa" e "Conoscere l'energia" dedicati all'energia e all'ambiente per le scuole primarie e secondarie di I grado. In linea con la politica di sostenibilità del Gruppo, sono stati arricchiti con spunti e riflessioni sugli obiettivi di sviluppo sostenibile numero 7 (Energia pulita e Accessibile) e 13 (Lotta al cambiamento climatico). È proseguita inoltre l'iniziativa "CIAK: L'AMBIENTE" in collaborazione con MIC - Museo Interattivo del Cinema, una rassegna cinematografica sulla sostenibilità ambientale, dedicata alle scuole primarie e secondarie di I e II grado.	Milano	Oltre <b>7.000</b> studenti
Action2Air	Il progetto Action2Air ha offerto ai ragazzi di due istituti della scuola secondaria di II grado di Bergamo, l'Istituto Grafica e Moda "Caterina Caniana" e il Liceo Artistico Statale "Pio e Giacomo Manzu", la possibilità di impegnarsi attivamente nella campagna "Bergamo Respira" promossa dall'Amministrazione Comunale, attraverso un percorso formativo e artistico proposto da A2A, con interventi in aula, una visita al termovalorizzatore di Bergamo e un laboratorio di ecodesign finalizzato alla progettazione di un murale "mangiasmog" (con pitture photocatalitiche) realizzato a maggio presso la scuola primaria De Amicis - Valli.	Bergamo	Circa <b>100</b> studenti
Ricicla con arte	Alle scuole di Como, Aprica ha dedicato un percorso didattico per portare l'attenzione dei bambini e dei ragazzi sulla riduzione dei rifiuti e sull'importanza di un sistema di economia circolare. Aprica ha anche fornito un centinaio di contenitori per la raccolta differenziata a scuola. Oltre a laboratori creativi e manuali di riciclo, giochi e percorsi didattici, si è svolto un contest per realizzare i contenitori della raccolta differenziata per la propria classe con materiali di riciclo.	Como	<b>51</b> classi partecipanti <b>15</b> scuole <b>134</b> elaborati <b>180</b> ore di incontri formativi
Lezioni in classe	In alcuni territori in cui il Gruppo si occupa del servizio di gestione ambientale, sono stati effettuati numerosi interventi di educazione ambientale a cura delle società di riferimento (Aprica e Gruppo LGH).	Brescia, Cremona, Crema, Como, Lodi, Rovato, Rapallo, Zoagli, Mantova	Oltre <b>12.000</b> partecipanti
SCUOLA ZOO video strategy	Per sensibilizzare il target degli studenti delle scuole secondarie di II grado, A2A ha messo a punto, con il gruppo di Scuolazoo (il portale web molto noto e apprezzato da questo target) una serie di video realizzati con un tone of voice vicino alla Generazione Z (di 14 ai 18 anni), sulle tematiche e i problemi legati alla salvaguardia del nostro Pianeta attraverso campagne sui social Instagram e Youtube.	Web	<b>Instagram</b> Post Sallo e pillola rifiuti <b>Views 443.153</b> <b>Like 63.126</b> <b>Youtube</b> Video Sallo e pillola rifiuti <b>Views 23.724</b> <b>Like 1.028</b> <b>Campagna totale</b> (comprese le <b>3</b> Instagram stories) <b>Pubblico raggiunto 1.900.047</b>
Team building Scuola2a	Tra le iniziative promosse da Scuola2a, il 12 settembre anche una giornata di teambuilding dedicata a tutte le persone che in A2A da anni collaborano al progetto scuola e contribuiscono al successo di questo programma. L'obiettivo era quello di fornire ai partecipanti - attraverso attività di edutainment - strumenti di comunicazione efficace da adottare verso un pubblico in continua evoluzione come quello delle giovani generazioni.	Brescia	Circa <b>60</b> partecipanti

## #AMBIENTEASCUOLA

#Ambienteascuola è una campagna di sensibilizzazione di Amsa e A2A, in collaborazione con il Comune di Milano, rivolta alle scuole milanesi sui temi della raccolta differenziata e più in generale sullo sviluppo di una consapevolezza ambientale, per contribuire al raggiungimento di alcuni dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) definiti dalle Nazioni Unite.

Il progetto pilota, che ha coinvolto inizialmente 11 istituti, è stato successivamente esteso a tutte le scuole secondarie di I grado della città.

Il progetto prevedeva:

- incontri di informazione e formazione rivolti al personale docente e non docente;
- distribuzione a tutte le classi coinvolte di isole ecologiche (contenitori) per la raccolta differenziata fornite da Amsa;
- contest creativo "Cestini in cerca d'autore" che chiedeva ai ragazzi di personalizzare i contenitori della raccolta differenziata con la propria fantasia;
- realizzazione di video per supportare la didattica su questi temi pubblicati sul portale [scuole.a2a.eu](http://scuole.a2a.eu) (sezione EDU TV), tra cui "La raccolta differenziata" (6 video pillole per ciascun materiale), "Noi e il clima", "aMilano LA NOstra città", "Un mondo di energia".

Hanno partecipato al contest numerose classi, presentando in totale 292 cestini personalizzati. Le tre classi vincitrici sono state premiate all'evento del 28 maggio in Sala Alessi a Palazzo Marino.

## Visite agli impianti

Il progetto Scuola2a propone per tutto l'anno visite guidate agli oltre 50 impianti e sedi del Gruppo A2A: termovalorizzatori, centrali idroelettriche, termoelettriche, di cogenerazione, fonti d'acqua, depuratori, discariche per rifiuti e a Milano la Casa dell'Energia e dell'Ambiente, un centro permanente di comunicazione dedicato all'energia. Le visite guidate si svolgono tutto l'anno, riscontrando un sempre maggiore interesse da parte del mondo della scuola e non solo. Nel 2019 è ulteriormente cresciuta la partecipazione (+16%) con 39.000 visitatori, di cui 31.374 studenti.

**Casa dell'Energia e dell'Ambiente** a Milano si è confermata il sito più visitato con oltre 7.000 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.

Oltre alle visite previste all'interno del progetto Scuola2a, nel 2019 sono state realizzate diverse iniziative di sensibilizzazione ed educazione ambientale che hanno aperto le porte degli impianti a tutta la cittadinanza. Tra queste:

- in occasione della Giornata Mondiale dell'Acqua, A2A ha aperto a tutta la cittadinanza le porte della **Fonte di Mompiano e del depuratore di Verziano a Brescia**, con grande successo di visitatori; infatti, la prima è stata visitata da oltre 1.200 persone, mentre il secondo da quasi 400; inoltre, la fonte di Mompiano, tappa della caccia al tesoro digitale realizzata a Brescia (vedi pag. 55) ha aperto le sue porte alla cittadinanza anche domenica 10 novembre, accogliendo 160 visitatori;
- a maggio, il **Centro Integrato di Corteolona** ha organizzato una giornata di "Impianti Aperti", un momento di conoscenza e di incontro con tutta la cittadinanza. L'iniziativa ha permesso ad un centinaio di visitatori di accedere ad aree di solito non aperte al pubblico, conoscere tutti

Lettera agli stakeholders

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



i processi e le attività presenti nel sito, e di ricevere da accompagnatori qualificati, che quotidianamente operano al Centro Integrato, tutte le informazioni relative al ciclo dei rifiuti;

- in occasione della consueta Festa del Pesce tenuta a Somplago nel mese di luglio, sono state aperte le porte della **Centrale idroelettrica di Somplago**, che ha registrato in una sola giornata **oltre 1.300 visitatori**;
- il 4 ottobre presso la **Centrale Lamarmora a Brescia** si è svolta una bella e partecipata iniziativa di porte aperte a cittadini e studenti sui temi dell'innovazione sostenibile e del futuro ambientale della città, in cui, oltre alla possibilità di visitare l'impianto da parte di cittadini e scuole, è stato presentato anche il progetto di decarbonizzazione e il piano di investimenti da 70 milioni di euro. Circa duecentocinquanta ragazzi delle scuole superiori di Brescia, inoltre, hanno potuto esprimere la propria

creatività sul tema "Brescia al futuro": guidati da *eco-designer* professionisti, hanno collaborato alla realizzazione di un murale destinato a rimanere nel piazzale della Centrale a ricordare la giornata. È stata infine presente anche la squadra del Basket Brescia Leonessa, per confermare che anche lo sport ci permette di guardare con fiducia al futuro della città; in totale i visitatori nella giornata sono stati **circa 300**;

- in occasione della V edizione di Open Factory, il più importante *opening* di cultura industriale e manifatturiera, il Gruppo A2A, domenica 24 novembre ha aperto al pubblico la **Centrale termoelettrica di Monfalcone**, visitata da **circa 170 persone**.

Oltre alle giornate aperte, numerose visite presso gli impianti sono state organizzate per ospiti specifici e delegazioni italiane e straniere.

## 10.2.7 Comunicazione esterna

Nel corso del 2019 l'attività di Ufficio Stampa ha prodotto un totale di 356 comunicazioni ai media. L'89% delle comunicazioni sono state diffuse come comunicati stampa e note, il restante 11% come lettere. Nel 2018 sono state circa 380 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 215.000 utenti, cresciuta del 36% rispetto al 2018, 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 4.500 richieste pervenute da parte degli utenti. Infine, l'attività permette di conoscere e raccogliere i principali temi discussi in rete, cogliendo spunti per progettare nuovi servizi e prodotti.

Inoltre, nel 2019, il **sito corporate a2a.eu** è stato caratterizzato da un importante aggiornamento strutturale e contenutistico con l'obiettivo di raccontare in modo concreto e tangibile l'eco-sistema della "Città2a": l'impegno quotidiano del Gruppo verso l'eccellenza dei propri servizi per una crescita sostenibile dei territori in cui opera e per migliorare la qualità di vita delle persone. L'intervento ha toccato diversi punti: anzitutto, la presentazione dei servizi, nell'ottica di descrivere nel dettaglio non solo le attività del Gruppo, ma anche l'offerta e tutti i *touch point* digitali di contatto commerciale, assistenza e utilità; è stata inoltre creata una nuova sezione dedicata alla *governance* dell'innovazione nel Gruppo, anche grazie alla creazione di uno specifico programma volto a favorire un processo virtuoso e sistematico di generazione e gestione dell'innovazione; inoltre è stata effettuata una revisione della sezione "Sostenibilità" del sito per approfondire, grazie ad un *framework* integrato interamente navigabile, la Politica di Sostenibilità, gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'ONU e le attività del Gruppo (vedi pag. 53); infine, è stata realizzata una nuova area dedicata ai contenuti editoriali del Gruppo, navigabili per area di servizio, al fine di diffondere maggiormente la conoscenza delle iniziative del Gruppo e approfondire i temi di mercato.

## ALCUNE INIZIATIVE DEL GRUPPO A2A PER LA COMUNITÀ

### Riapertura straordinaria della Sala delle Asse in occasione di "Leonardo mai visto"

A2A da sempre attenta ai temi della cultura e dell'arte, contribuisce a sostenere iniziative che valorizzano il territorio e il suo patrimonio storico e culturale. Oltre ad aver sostenuto i lavori per il restauro della Sala delle Asse del Castello Sforzesco di Milano, il Gruppo ha voluto essere presente a "Leonardo mai visto" all'interno di "Milano Leonardo 500". Dal 16 maggio 2019 e fino al 19 aprile 2020, la Sala delle Asse è riaperta eccezionalmente al pubblico per celebrare i 500 anni dalla morte di Leonardo da Vinci, svelando così la decorazione ideata dall'autore con un pergolato di 18 gelsi e dettagli di paesaggi che appaiono sulle pareti della sala.

### La collaborazione con gli istituti penitenziari

LaboRAEE è una società controllata da Amsa che gestisce un impianto di trattamento di rifiuti elettronici (RAEE) all'interno della casa di reclusione di Bollate, impiegando personale prevalentemente detenuto. Il progetto nasce dalla collaborazione con Regione Lombardia ed il Provveditorato Amministrazione Penitenziaria Lombardia ed è volto a facilitare le attività di smontaggio e valorizzazione delle componenti rimosse dai rifiuti elettronici, con un importante contributo in termini di economia circolare derivante dal recupero dei RAEE. Questo progetto rappresenta un esempio di inclusione e un'opportunità di sviluppo professionale per le persone detenute, favorendo il loro reingresso da cittadini attivi nella vita civile mediante l'acquisizione di competenze professionali che sostengano il loro inserimento lavorativo.

A2A ha, inoltre, contribuito al progetto "Sguardo oltre il carcere: rafforzamento della società civile nell'inclusione sociale e nella tutela e promozione dei detenuti ed ex-detenuti in Camerun", in collaborazione con "Associazione Centro orientamento Educativo (COE)" e cofinanziato dall'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo Scambi formativi. Il progetto promuove l'attività di rafforzamento delle capacità cooperative e di altri attori coinvolti nelle esperienze pilota di economia carceraria in Camerun, e A2A ha contribuito promuovendo le esperienze di impegno di A2Abroad/LaboRAEE nelle carceri del territorio di Milano, portando le proprie *best practice* come esempi di successo di sviluppo dell'economia carceraria e dell'impresa sociale nella funzione educativa e risocializzante del carcere.

### Distribuzione Compost

Il compost biologico prodotto dagli impianti di A2A Ambiente è stato distribuito gratuitamente a Milano in diverse occasioni al Parco delle Cave, dove è iniziata anche un'attività orticola (inizialmente spontanea e non regolamentata) che oggi ha assunto una valenza sociale e aggregativa. A2A Ambiente, in collaborazione con AMSA, ha aderito all'iniziativa supportando gli orti e fornendo il compost biologico prodotto nei suoi impianti di compostaggio. Il compost è stato distribuito anche in occasione della Milano Green Week, la manifestazione promossa dal Comune di Milano dedicata all'ambiente. Complessivamente sono state distribuite due tonnellate di compost, in sacchetti che potevano essere ritirati in 7 punti della città.

### Deiezioni canine

Amsa ha proposto al Comune di Milano l'installazione di 100 nuovi cestini dedicati alla raccolta delle deiezioni canine posizionati esclusivamente sulle pubbliche vie in zone lontane dalle aree cani. Questo per mettere a disposizione dei proprietari di cani ulteriori punti di conferimento per le deiezioni dei loro animali, migliorando così la pulizia delle strade. Ad oggi sono state individuate le aree in cui posizionare i cestini ed è stata realizzata la grafica per la personalizzazione degli stessi.

### Dona valore

Nell'ambito delle attività di miglioramento del servizio di raccolta degli indumenti usati offerto ai cittadini milanesi, è stata realizzata da Amsa una campagna di comunicazione con l'obiettivo di incrementare la raccolta differenziata degli indumenti utilizzati.

### Raduno Alpini

In occasione dell'anniversario per i 100 anni, gli Alpini hanno svolto il loro raduno a Milano e Amsa, al fine di ottenere un buon livello di raccolta differenziata nella manifestazione, ha fornito tutte le attrezzature per effettuare correttamente la raccolta differenziata in tutte le zone interessate dall'evento ed ha, inoltre, realizzato una bandiera commemorativa allestita su tutti gli automezzi di Amsa nei giorni del raduno.

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

