

25 SETTEMBRE 2013

Casa Matha -Aula Magna- Ravenna

La Gestione del ciclo dei rifiuti: i principali bilanci

Gian Franco Saetti

Vice presidente E.R.

Albo Gestori Ambientali

Collaborazione: Emilio Guidetti

***Considerazioni e valutazioni
sui bilanci: sociale –
sostenibilità***

Fare i conti
con l'ambiente

Rifiuti acqua energia

Ravenna

25/26/27
settembre 2013



Impresa e contesto sociale

Fare i conti
con l'ambiente

Rifiuti acqua energia

Rave
nna

25/26/27
settembre 2013

Impatto sociale
dell'impresa sul territorio
in cui opera e modelli
relazionali per la
rendicontazione delle
attività



Principali impatti sul sistema

✓ Risorse «consumate»:

- a. Energia fossile (luce , gas , ecc.)
- b. Utilizzo del territorio : «cementificazione»

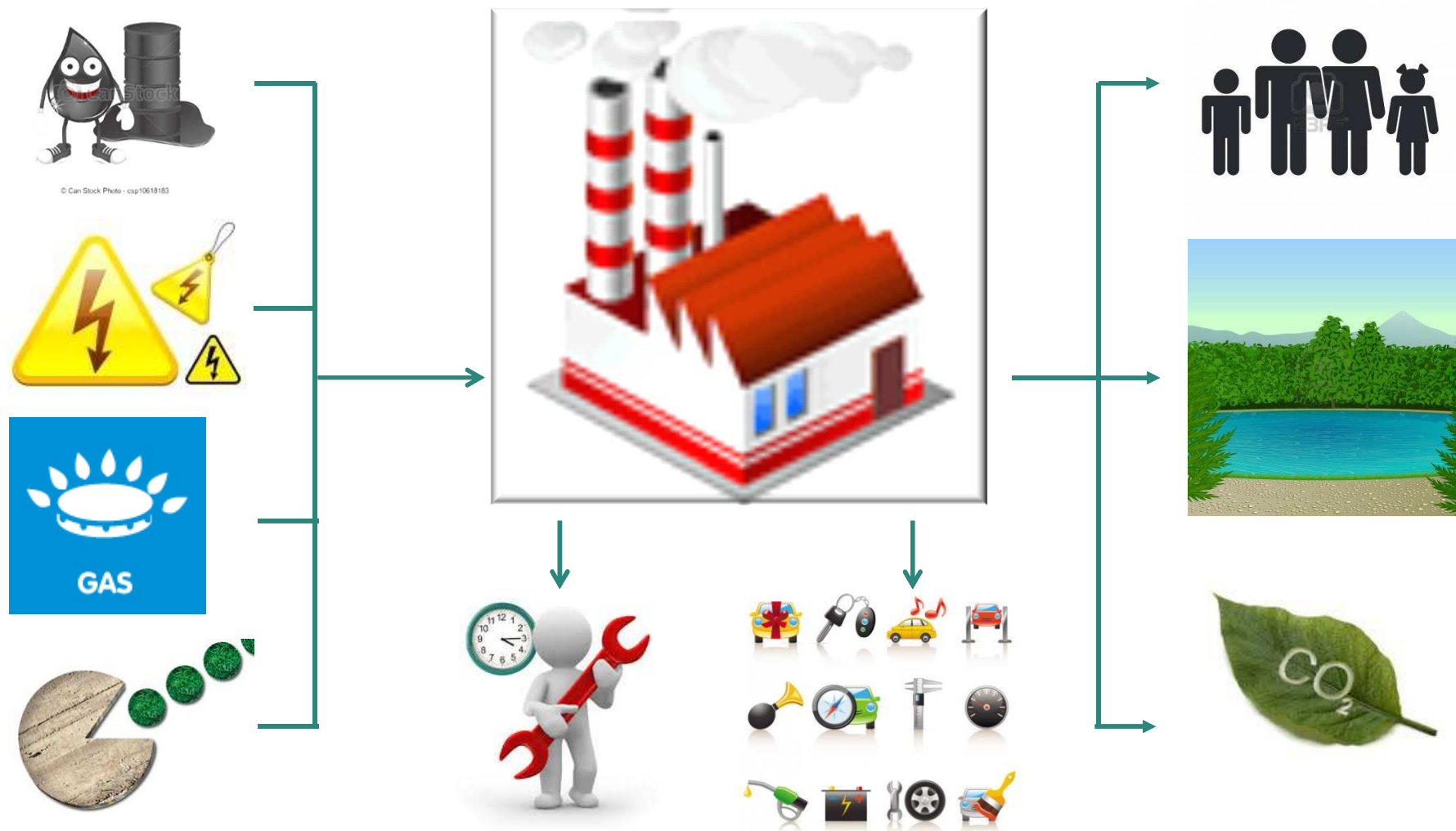
✓ Principali output «materiali» :

- a. Ricchezza sociale : lavoro per le persone
- b. Prodotti e servizi per migliorare qualità della vita

✓ Principali output «immateriali»:

- a. Emissioni verso le matrici ambientali
- b. Buona o cattiva qualità di vita nella zona
- c. Emissioni di CO₂

Gli impatti sul contesto sociale e territoriale



I sistemi di relazione con la socialità

✓ Obbligatori :

- a. Bilancio civilistico
- b. Comunicazioni ai soci
- c. Relazioni con organi di controllo

✓ Volontari normati:

- a. Dichiarazioni e certificazioni (EMAS – ISO)
- b. Certificazioni di prodotto (leggi – norme)

✓ Volontari :

- a. Bilanci e dichiarazioni volontarie
- b. Piani e investimenti per riduzione impatto ambientale , sociale , ecc.

I diversi sistemi sono collegati

1. Se il CE genera risorse si possono perseguire politiche di investimento e crescita ;
2. Alcune certificazioni di prodotto o di sistema sono propedeutiche all'attività di impresa e/o vantaggi competitivi nei mercati evoluti (ISO 14000 – EMAS – LEED) ;
3. Investimenti per il contenimento della spesa energetica e/o per il recupero di cascami non utilizzati si traduce , spesso , in una conseguente riduzione dell'impatto ambientale ;
4. L'eventuale benessere o malessere generato nei territori in cui insiste l'impresa ne modificano radicalmente la percezione da parte delle persone .

Le finalità della comunicazione

1. Rendere pubblico l'andamento della società in termini economici (bilancio civilistico) ;
2. Mantenere la società all'interno delle leggi e delle norme cogenti (relazioni verso Enti di controllo);
3. Rendere edotti gli stakeholder circa la politica ambientale , sociale e di sviluppo dell'impresa (bilanci ambientali e di sostenibilità) ;
4. Dare comunicazione agli abitanti dei territori in cui si opera dei principali dati dell'impresa evitando fraintendimenti o scarsa chiarezza .

Le principali difficoltà

1. Clima di sfiducia verso l'impresa soprattutto nel settore ambientale ed energetico ;
2. Generale difficoltà a spiegare alcune attività ai «non tecnici» e conseguente incomprensione con la popolazione ;
3. In passato i rapporti erano finalizzati a raccontare uno stato di «desiderata» e non la situazione reale dell'impresa ;
4. Generale diffusione di ipotesi fantasiose sui settori in esame che spostano il punto focale del discorso : rifiuti zero , energia pulita , no agli inceneritori . Concetti anche giusti che necessitano di molto lavoro

Case History

Bilancio di sostenibilità
del Gruppo Hera

Fare i conti
con l'ambiente
Rifiuti acqua energia
Ravenna
25/26/27
settembre 2013



Indicatori economici – il territorio

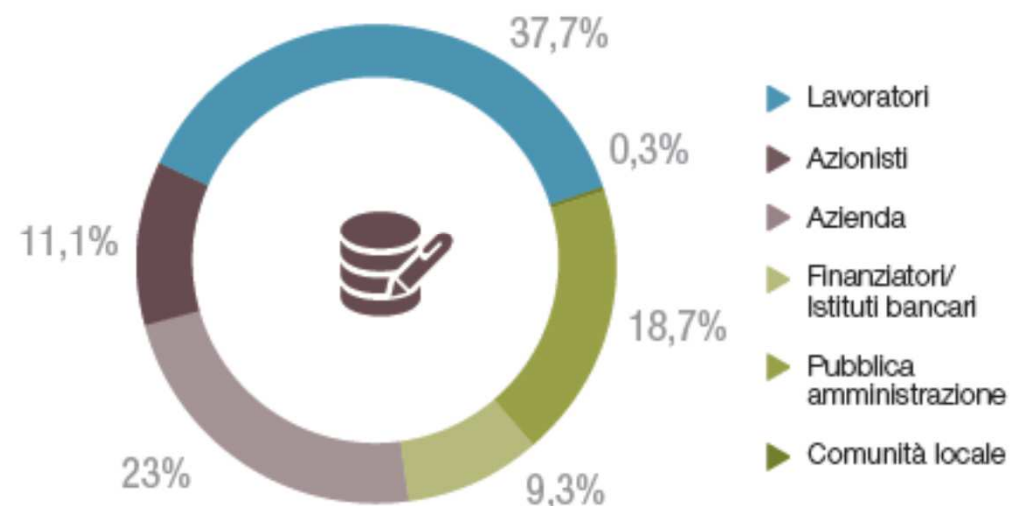
La responsabilità economica

2002-2012: i risultati chiave di performance riferiti alla responsabilità economica

Per il Gruppo Hera, il **valore aggiunto** inteso come **ricchezza prodotta** dall'azienda e **re-distribuita** ai propri interlocutori, è un fattore determinante per definire gli impatti economici che l'azienda stessa produce. Nel 2012 questo indicatore ha raggiunto i **1.075,6 milioni di euro**: un trend significativamente in crescita di anno in anno (+3,2% rispetto al 2011 e +6,5% rispetto al 2010).

Importante sottolineare che, sul totale, sono riconducibili al **valore aggiunto legato al territorio** ben 849 milioni.

Valore aggiunto distribuito agli stakeholder dal 2002 al 2012: 8,7 miliardi di euro



Valore aggiunto al territorio (milioni di euro)

Indicatori di performance – i clienti

I clienti

2002-2012: i dati chiave di performance riferiti ai clienti

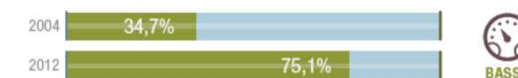
L'attenzione del Gruppo Hera nei confronti dei propri clienti nel corso degli ultimi 10 anni si è ampiamente evoluta in termini di qualità. Primo dato fra tutti, **il rispetto degli standard di qualità** è passato dal 94,6% del 2006 al **99,5% di oggi**.

Decisamente importanti anche i dati riguardanti certificazioni e ispezioni condotti all'interno dell'azienda. Infatti, la **certificazione ISO 9001**, praticamente inesistente nel 2002, **oggi arriva a coprire** quasi tutte le società del Gruppo, corrispondenti al **97% dei dipendenti**. Crescono anche le **ispezioni sulla rete gas**: nel 2012 quelle sulla rete in **alta e media pressione** sono cresciute attestandosi al **71,8%** (nel 2004 erano al 42,3%) e quelle in **bassa pressione** sono al **75,1%** (più che raddoppiate rispetto ai valori del 2004).

Tempo medio di attesa per risposta al call center per clienti residenziali (secondi)



Rete gas in bassa pressione ispezionata sul totale (%)



Tempo medio di attesa allo sportello (minuti)



www.ravenna2013.it

Fornitori e prossimità – i fornitori

I fornitori e la comunità locale

2002-2012: i dati chiave di performance riferiti a fornitori e comunità locale

A partire dal 2008 Hera ha progressivamente introdotto nell'assegnazione delle gare il criterio dell'**offerta economicamente più vantaggiosa** in luogo del massimo ribasso. Con questi criteri di selezione dei fornitori vengono valorizzati gli aspetti relativi alla **qualità** e alla **sostenibilità sociale e ambientale** evitando di valutare solo il prezzo.

Per quanto riguarda i dati relativi alle **forniture**, a fine 2012 Hera si relaziona con 3.718 aziende che collaborano per beni e servizi, oltre a prestazioni professionali e lavori. In generale, il **valore generato da fornitori locali** rappresenta il **65% del totale**, 33 milioni di euro riguardano **forniture da cooperative sociali**. Tali forniture hanno dato lavoro a **637 lavoratori svantaggiati**.

Valore delle forniture da fornitori locali (% sul totale)



Numero di studenti partecipanti ai programmi di educazione ambientale (migliaia)

Valore delle forniture da cooperative sociali al territorio (milioni di euro)



Indicatori sociali – le future generazioni

L'ambiente e le generazioni future

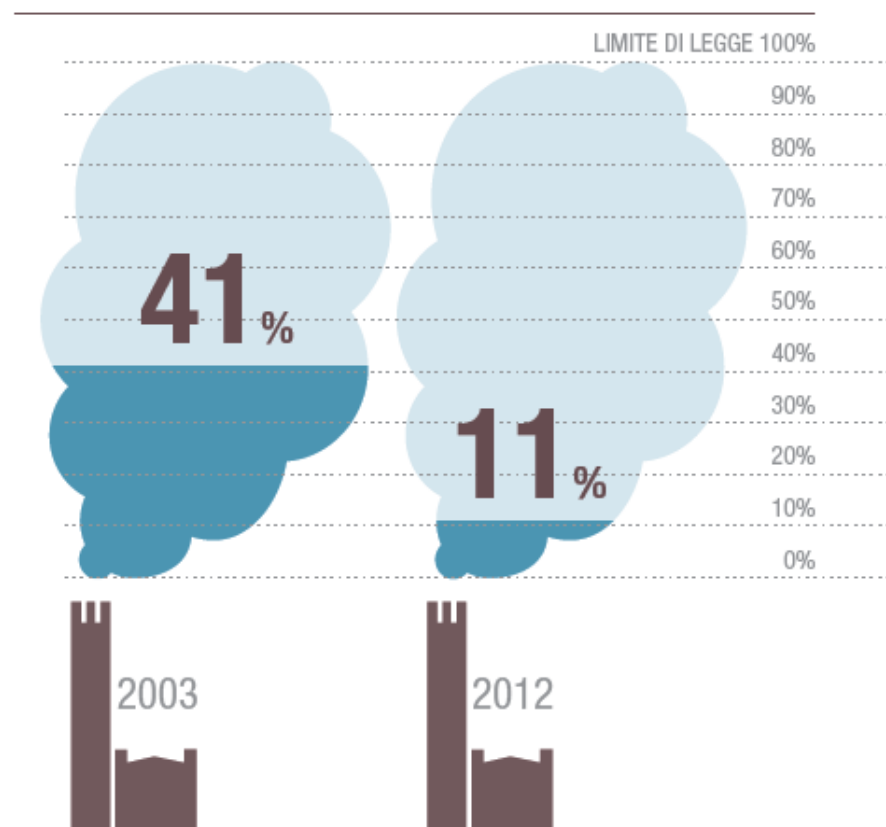
2002-2012: i dati chiave di performance riferiti all'ambiente e alle generazioni future

Il territorio è una ricchezza sociale e ambientale su cui il Gruppo Hera ha sviluppato diversi progetti nel corso di quest'ultimo decennio. Infatti, l'azienda si impegna a tutelare il futuro attraverso una **gestione responsabile delle risorse naturali** con l'utilizzo di **tecnologie all'avanguardia, efficienti e a basso impatto ambientale**.

Queste azioni diventano concrete osservando i dati riferiti all'**energia prodotta da fonti rinnovabili e assimilata**: ben **1.360 GWh prodotti**. Le **fonti rinnovabili** rappresentano **più del 70% della produzione totale** del Gruppo, pari al consumo energetico di 360.000 famiglie. Due terzi di questa energia proviene dall'elettrico (911 GWh) e un terzo dal termico (458 GWh). Sempre maggiore è la rilevanza che sta assumendo il **tele riscaldamento** che, ad oggi, rifornisce **80.774 appartamenti**, con stime di crescita previsionali al rialzo nel breve e medio periodo.

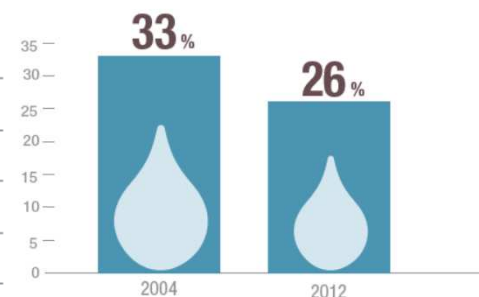
Emissioni dei termovalorizzatori rispetto ai limiti di legge

(concentrazioni effettive/limite di legge: valore ottimale <100%)



Qualità dell'acqua depurata rispetto ai limiti di legge

(concentrazioni effettive/limiti di legge: valore ottimale <100%)
(COD, BOD5, SST, azoto ammoniacale)



Chilogrammi di raccolta differenziata procapite (media)



Il bilancio di sostenibilità - sintesi

i risultati economici e il valore aggiunto



1.075,6 mln/€

Valore aggiunto



287,9 mln/€

Investimenti Operativi



1,7 mld/€

Ricaduta sul territorio

i lavoratori



97,0%

Lavoratori a tempo indeterminato



418

Lavoratori assunti negli ultimi tre anni



22,7

Indice di frequenza degli infortuni

i clienti

99,5%

Rispetto degli standard di qualità

98,7%

Chiamate al pronto intervento gas con arrivo entro i 60 minuti

gli azionisti



21.035

Azionisti



60,9%

Quota del capitale sociale detenuta da azionisti pubblici

Conclusioni (?!?!)

1. La comunicazione è importante nella misura in cui certifica il reale andamento dell'azienda e lo fa percepire ;
2. La comunicazione è percepita meglio se la credibilità dell'azienda è alta ;
3. Il coinvolgimento è fondamentale per avere risultati condivisi al termine del processo di analisi ;
4. Occorre crescere nello spiegare ai non tecnici (che dovrebbero imparare ad ascoltare) i dettagli dei progetti e delle scelte per le risoluzioni dei problemi

conclusiva

- Grazie per l'attenzione
 - gfsaetti@gmail.com
- emilio.guidetti@gmail.com