



Progetto GreenGear – Aiesec

A. Ciuti – Direttore Comunicazione e Immagine
F. Tucci – Responsabile CSR

Facoltà di Economia e Commercio
Torino 2 dicembre 2011



Summary :

- Il Gruppo Iren**
- Quale CSR per l'azienda ?**
- Azioni e strumenti di CSR : le aree aziendali coinvolte**
- Il Bilancio di Sostenibilità Iren**



IL GRUPPO IREN



Da Iride ed Enìa **nasce Iren.**






Iride ed **Enìa**, due tra le più dinamiche e innovative multiutility italiane, si uniscono e danno vita a **Iren**, che diviene fin dalla nascita una forza importante nel panorama nazionale.

Gas, elettricità, acqua, ambiente, teleriscaldamento: un legame consolidato con il territorio e la visione, e la dimensione ora, per affrontare e vincere le sfide del presente e del futuro.

Un'energia nuova
che attraversa l'Italia.



Nasce oggi, eppure ha già fatto tanto.

Presenza geografica e dati principali

FORTE PRESENZA SUL TERRITORIO

Presenza sulle regioni
(Piemonte, Liguria
ed Emilia),
che rappresentano circa il 13%
del PIL italiano

TOTALE COPERTURA DELLA CATENA DEL VALORE

- Upstream (produzione di energia e importazione di gas), distribuzione, clientela fidelizzata
- Dalla raccolta allo smaltimento di rifiuti
- Ciclo Idrico Integrato



PRINCIPALI RISULTATI 2010

Fatturato: 3.381 ml di EURO
EBITDA: 603 ml di EURO
60% EBITDA da attività regolate

~ 5.000 dipendenti

PORTAFOGLIO DI BUSINESS COMPLETO E BILANCIATO

Fornitura di tutti i servizi:
distribuzione e vendita di
energia, calore, gas, acqua e
gestione rifiuti

Posizionamento di mercato e ranking



TELERISCALDAMENTO (DH)

- Calore venduto (GWht)
- Volumetrie teleriscaldate (ml mc)

2.43
63

1°

1^ a livello nazionale e unico operatore nei territori di riferimento



GAS

- Volumi venduti (ml mc)
- Volumi distribuiti (ml mc)
- Clienti (000)
- Rete (km)

3.466
2.00
1.200
8.700

5°

2^ operatore nei territori di riferimento



ELECTRICITA'

- Volumi venduti (GWh)
- Volumi prodotti (GWh) incl. Edipower
- Clienti (000)
- Rete (km)

12.00
7.40
700
7.200

6°

2^ operatore nei territori di riferimento



ACQUA

- Volumi venduti (ml mc)
- Abitanti serviti (000)
- Reti (km)

192
2.00
14.000

3°

1^ operatore nei territori di riferimento



RIFIUTI

- Rifiuti trattati (Kton)
- Abitanti serviti (000)
- Impianti (no.)

935
1.20
16

3°

1^ operatore nei territori di riferimento

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE – IREN S.p.A.

COMITATO ESECUTIVO – IREN S.p.A.

**AMMINISTRATORE
DELEGATO**

R. GARBATI

PRESIDENTE

R. BAZZANO

vice PRESIDENTE

L. VILLANI

**DIRETTORE
GENERALE**

A. VIERO

Direzioni con sede a TORINO

Legale e Affari
Generali

Affari Societari

Acquisti e Appalti

Personale

Organizzazione

Progetti Speciali

Risk Management

Comunicazione e
Immagine

Corporate
Compliance

Corporate Social
Responsibility

Shared Services

Internal Auditing

Direzione con sede a GENOVA

Relazioni
istituzionali ed
esterne

Direzioni con sede a PARMA

Amministrazione

Finanza

Controllo di
Gestione

Pianificazione
strategica

Merger &
Acquisition

Investor Relations

Gestione Partecipate

Sistemi Informativi e
Telecomunicazioni

SOCIETÀ DI 1° LIVELLO controllate al 100%

TO



- **CAPO FILIERA** del business “ENERGIA” e “SERVIZI TECNOLOGICI”: gestisce gli impianti di produzione di energia elettrica/cogenerazione energia-calore e distribuzione di energia elettrica e calore e le attività relative ai servizi tecnologici (impianti termici ed elettrici, illuminazione pubblica e semafori, facility management, ecc. esclusi ICT e TLC).
- **PRINCIPALI SOCIETÀ PARTECIPATE:** IRIDE Servizi, AEM Torino Distribuzione, AES Torino, Edipower, Energia Italiana (Tirreno Power S.p.A).

COORDINAMENTO FUNZIONALE sulle filiere di business, anche in Società territorialmente diversificate

GE



- **CAPO FILIERA** del business “MERCATO”: gestisce le attività di approvvigionamento, trading e commercializzazione di energia elettrica-calore, gas e servizi energetici.
- **PRINCIPALI SOCIETÀ PARTECIPATE:** società di rigassificazione quali Olt Offshore Toscana LNG e Fingas (LNG Med Gas Terminal); Sinergie Italiane.
- **COORDINAMENTO FUNZIONALE** sulla filiera di business, anche in Società territorialmente diversificate

GE



- **CAPO FILIERA** del business “IDRICO”: gestisce i Servizi Idrici Integrati.
- **PRINCIPALI SOCIETÀ PARTECIPATE:** Mediterranea delle Acque, Acque Potabili; Genova Reti Gas.
- **COORDINAMENTO FUNZIONALE** sulla filiera di business, anche in Società territorialmente diversificate

RE



- **CAPO FILIERA** del business “GAS”: gestisce la distribuzione del gas, i servizi ICT/TLC.
- **PRINCIPALI SOCIETÀ PARTECIPATE:** ENIA Parma, ENIA Piacenza, ENIA Reggio Emilia; ENIA Tel.
- **COORDINAMENTO FUNZIONALE** sulla filiera di business, anche in Società territorialmente diversificate

PC



- **CAPO FILIERA** del business “AMBIENTE”: gestisce gli impianti di trattamento e smaltimento rifiuti e le rinnovabili (biomasse, eolica, solare, geotermica, ecc. ad esclusione di quelli da fonte idroelettrica).
- **PRINCIPALI SOCIETÀ PARTECIPATE:** Tecnoborgo, IREN Rinnovabili.
- **COORDINAMENTO FUNZIONALE** sulla filiera di business, anche in Società territorialmente diversificate



Quale CSR per l'azienda ?



Cos'è la CSR?

La **Commissione Europea** definisce la **Responsabilità Sociale d'Impresa** – RSI (o Corporate Social Responsibility – CSR) come *“l'integrazione su base volontaria da parte delle imprese, delle preoccupazioni sociali ed ecologiche nelle loro interazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate”*

(Libro Verde, Commissione Europea, luglio 2001).

Da questa definizione si evidenziano alcuni concetti fondamentali:

- Essere socialmente responsabili significa **andare oltre il semplice rispetto della legge vigente**, investendo di più nel capitale umano, nell'ambiente e nei rapporti con le parti interessate.
- L'impresa socialmente responsabile persegue il proprio **sviluppo secondo un'ottica di sostenibilità**.

Cos'è la CSR?

- fare CSR significa attuare un processo strategico attento **ai rapporti con i propri portatori d'interesse (stakeholder)**: dipendenti, fornitori, clienti, azionisti, finanziatori, comunità e istituzioni locali, realizzando nei loro confronti azioni concrete.
- La CSR è parte **dell'identità aziendale**, un “cambio di paradigma” che impatta sulla Corporate Governance attraverso un modello di gestione strategico integrato (qualità, profitto, ambiente e sociale);

Cos'è la CSR?

- **La CSR è un investimento**, dunque ha un “ritorno” di medio e lungo periodo
- Consente di **innescare un circolo virtuoso** in termini di redditività, di fiducia, reputazione e consenso sociale, e quindi contribuisce a migliorare la competitività dell'azienda;
- **La CSR non è una operazione di marketing** finalizzata a dare all'impresa una nuova immagine. La CSR è **un processo di crescita culturale etico-sociale** che coinvolge il management aziendale, attraverso la condivisione di valori, strategie, strumenti ed obiettivi;
- La CSR non è “ Charity Management”.

Perché ci si dovrebbe occupare di responsabilità sociale?

L'attenzione dell'opinione pubblica, degli operatori e dei gruppi d'interesse è fortemente concentrata sull'**integrità delle imprese** e sui comportamenti da queste assunti, nei confronti degli azionisti e della società nel suo complesso.

Adottare comportamenti socialmente responsabili permette alle imprese di:

- Mantenere **alto il livello di reputazione**;
- Rendere l'azienda **più competitiva** sul mercato ;
- **Migliorare i rapporti** con gli stakeholder;
- **Migliorare l'ambiente di lavoro** rendendolo più sicuro e sostenibile sotto il profilo etico;
- Facilitare **l'accesso al credito**;
- Contribuisce a **minimizzare il rischio d'impresa**.

Quali strumenti posso utilizzare per adottare un comportamento responsabile?

Affinché la **CSR** non sia solo adempimento burocratico o una “**moda passeggera**”, deve diventare una componente essenziale della mission della impresa, influenzandone l’orientamento strategico e le scelte quotidiane nelle diverse aree aziendali. **Si tratta quindi di un percorso di miglioramento continuo e costante.**

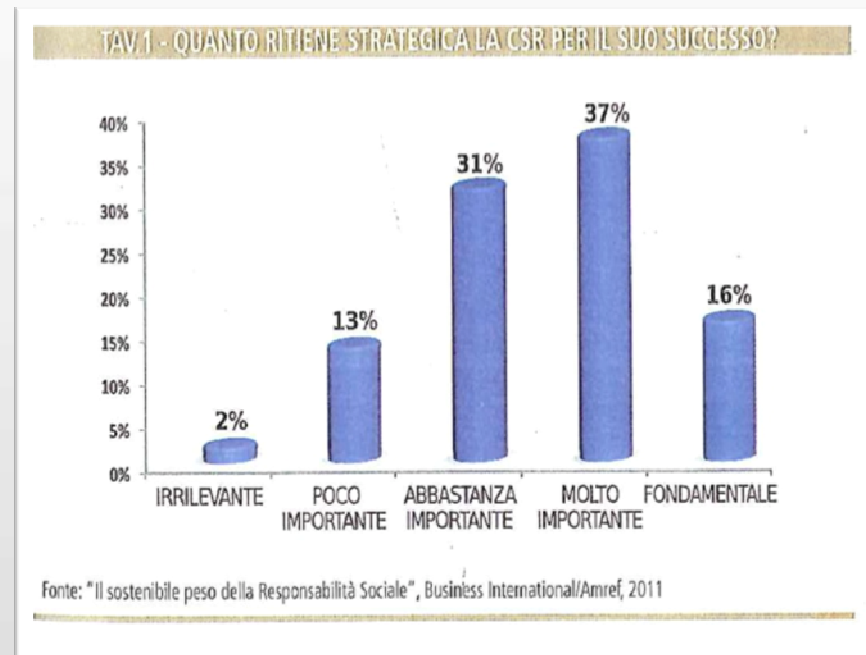
Governance e comunicazione sono le chiavi di successo di ogni strategia di responsabilità sociale: in particolare la comunicazione rappresenta il momento finale di un processo con il quale gli stakeholder, interni ed esterni, vengono a conoscenza degli impegni dell’impresa in tema di CSR e delle sue performance.

L’impresa deve quindi dotarsi di **un processo di rendicontazione elaborando un documento, veritiero, trasparente** e intellegibile da parte degli stakeholder.

L'importanza della CSR

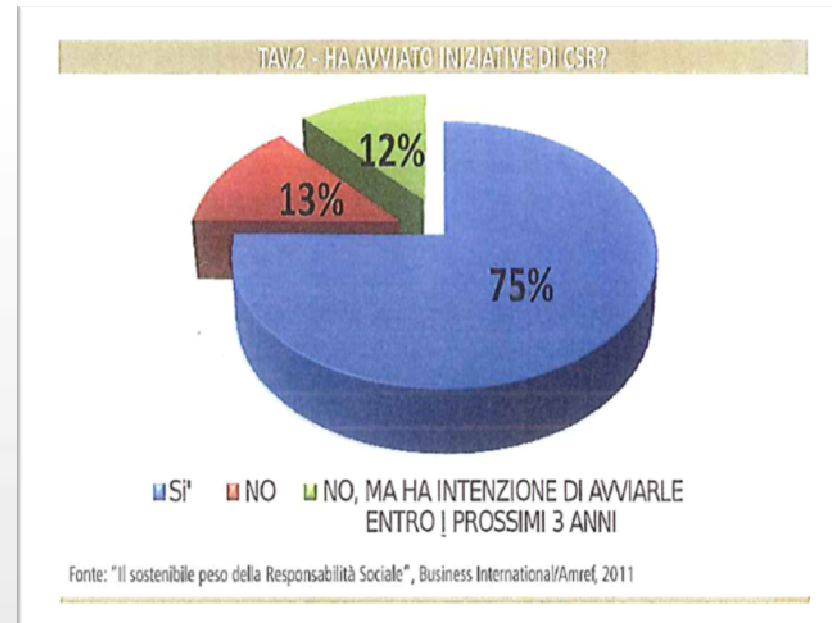
La ricerca, condotta da *Business International* e *Amref* su un panel di 150 top manager italiani, è la condivisione dell'idea di Csr:

la responsabilità sociale è considerata una priorità strategica al pari di interessi aziendali tradizionali come la tecnologia, i clienti, e lo sviluppo delle competenze una strada da percorrere per stare sul mercato ed essere competitivi.



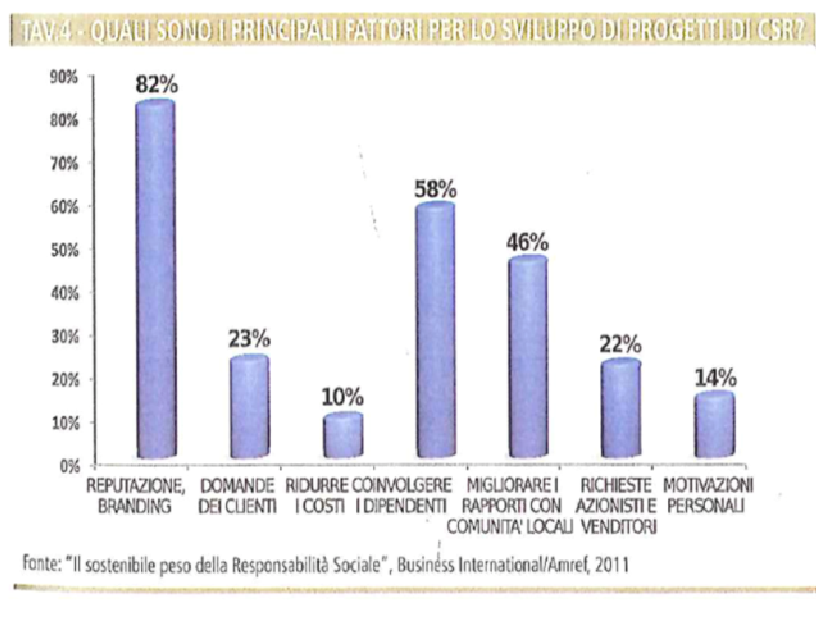
Verso un nuovo paradigma

Si registra un significativo cambiamento di mentalità delle aziende che ora, rispetto al passato, ritengono a stragrande maggioranza che, **gli aspetti correlati alla sostenibilità dovrebbero essere integrati nel business**. Secondo la ricerca, il 75% degli intervistati ha intrapreso iniziative di Csr, mentre il 12% afferma di volerle avviare nei prossimi 3 anni, ritenendo che la sostenibilità sia importante per il successo futuro delle loro aziende.



Le motivazioni:

Il fattore citato maggiormente tra quelli che spingono le aziende ad agire sui temi della sostenibilità è la ***brand reputation***, selezionato da una percentuale dell'82% come uno dei loro primi tre fattori, seguito da coinvolgimento dei dipendenti 58%, miglioramento del rapporto con le comunità locali 46%.



La filiera della sostenibilità

Tre criteri risultano di primaria importanza nella scelta dei fornitori:

la **qualità del prodotto/servizio** acquistato (96%),

i **tempi di consegna** e le **condizioni commerciali** (entrambi all'89%) e, alle spalle di questi

- allineato al **servizio post-vendita** –

si colloca " **il rispetto dei criteri etici, sociali e ambientali**" (63%) che risulta dunque importante ma non ancora primario agli occhi delle imprese.

Fonte: "Il sostenibile peso della Responsabilità Sociale", Business International/Amref, 2011

Cosa scelgono i consumatori

Un'indagine globale svolta da Nielsen lo scorso aprile 2011, mostra **come fra le maggiori preoccupazioni degli italiani rispetto all'ambiente** al primo posto è ciò che ognuno di noi vive in prima persona:

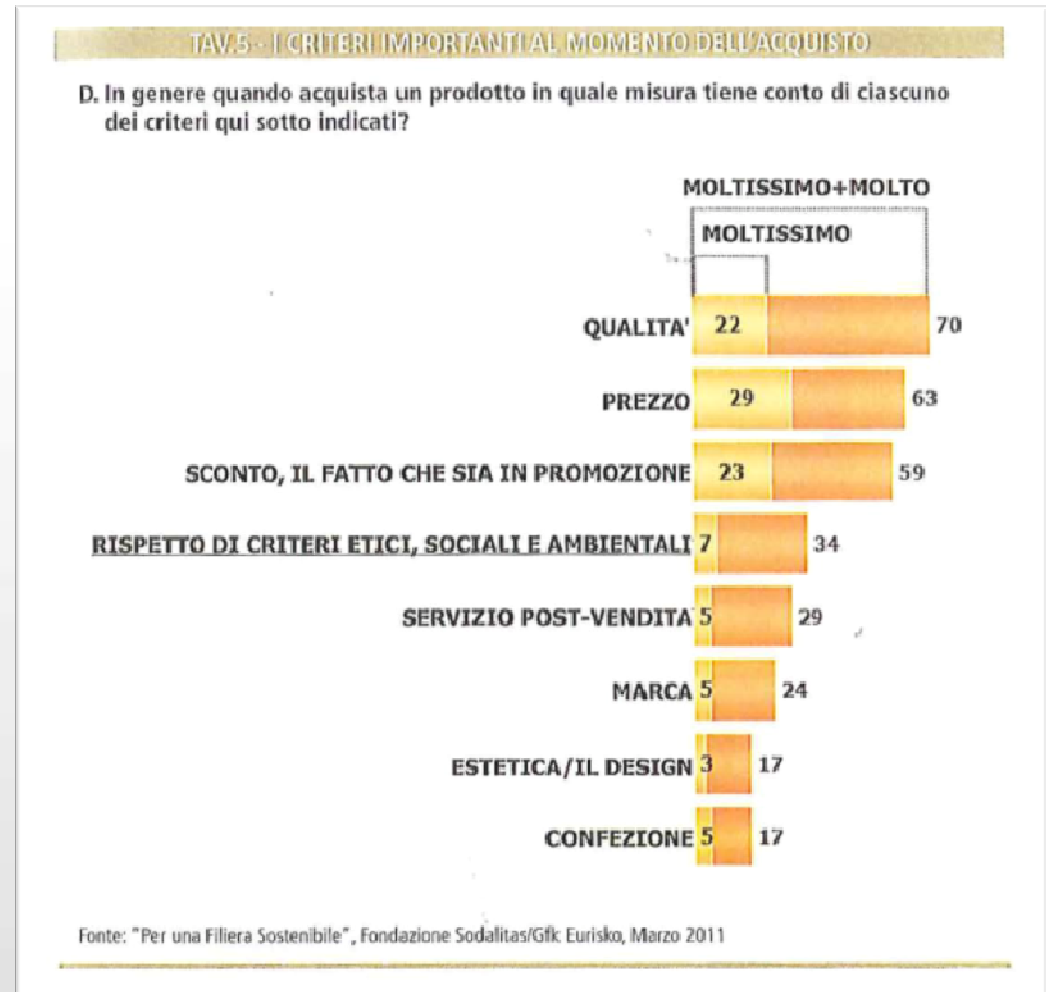
- **inquinamento dell'aria** (86% rispetto al 66% degli inglesi e al 73% dei tedeschi),
- **Inquinamento dell'acqua** (86% contro il 64% degli inglesi, il 69% dei tedeschi e l'82% dei francesi);
- **uso dei pesticidi** (80% percentuale molto più alta rispetto a inglesi, tedeschi e francesi);
- **il riscaldamento globale** e la mancanza d'acqua per il 77%.

Per le aziende, ciò significa trovarsi di fronte a un consumatore che nel processo di acquisto non sceglie più solo in base a prezzo, qualità, convenienza, ma valuta il valore complessivo del prodotto: cioè qualità, prezzo, tipo di impatto ambientale della produzione, dello smaltimento e più in genere della sensibilità sociale del produttore.

La scelta del consumatore

L'attenzione alla filiera è giudicata in prospettiva importante per tutte le categorie di prodotto ma in particolare per i prodotti alimentari (71 %) e per i detersivi (65%).

Oggi già un quarto dei consumatori italiani sceglie quali prodotti acquistare anche in base alla sostenibilità di filiera.



L'importanza della comunicazione: il “Green Gap”

In realtà, questo 'dire' del consumatore si traduce molto poco in 'fare': meno di un italiano su quattro (il 23%) dichiara di avere comportamenti ed effettuare scelte di consumo sostenibili spendendo di più per comprare prodotti eco-sostenibili.

Il 37% dei nostri connazionali continua ad acquistare prodotti non eco-sostenibili perché più economici, e sempre il 37% compra qualsiasi prodotto che abbia come discriminante il miglior rapporto tra qualità e prezzo.

Se è vero che l'ecosostenibilità incuriosisce e attira sempre più i consumatori, conclude quindi la ricerca Nielsen, per il successo delle strategie di green marketing è necessario convincere il consumatore che oltre all'ambiente gli si garantisce la salvaguardia del proprio portafoglio.

L'importanza della comunicazione: il “Green Gap”

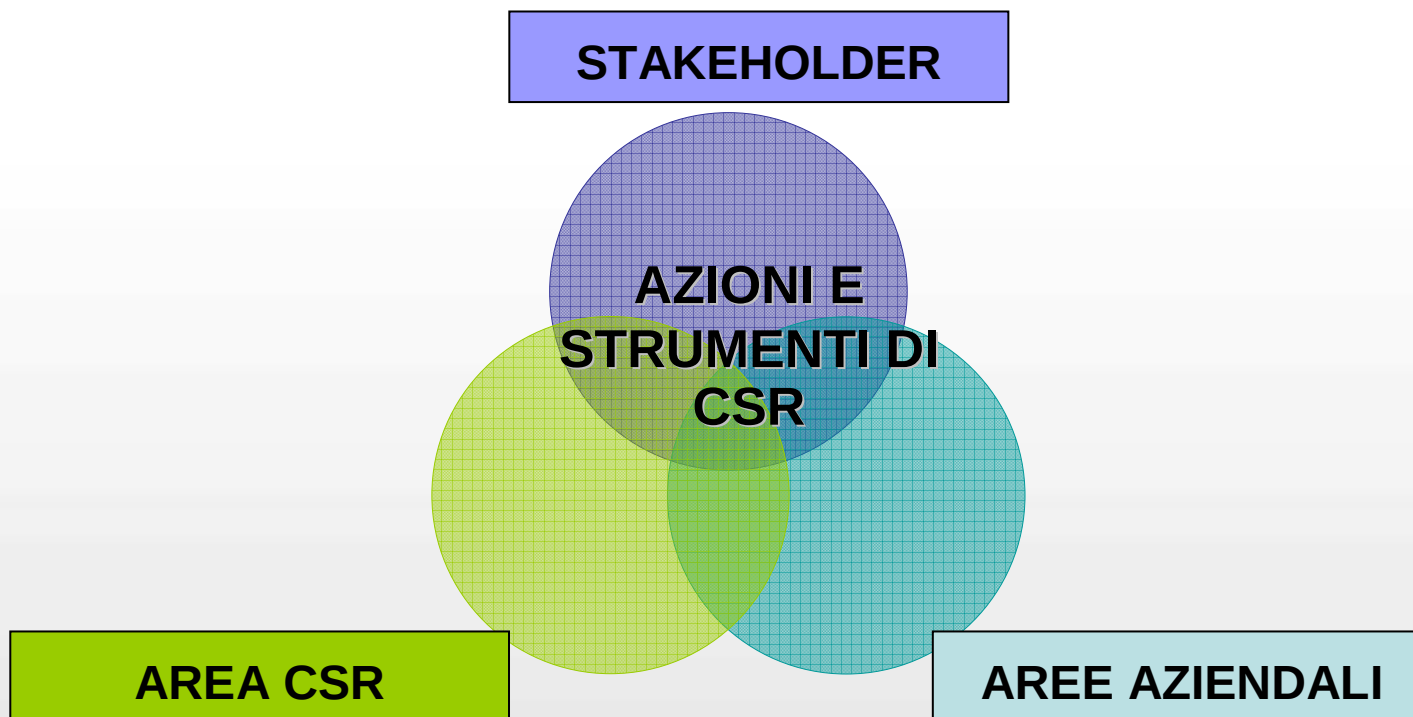
Uno studio condotto recentemente da OgilvyEarth negli Stati Uniti approfondisce proprio le **azioni di comunicazioni volte a colmare questo gap**.

La ricetta che emerge dallo studio è quella di 'normalizzare' i comportamenti sostenibili, fornendo una serie di suggerimenti. Fra questi:

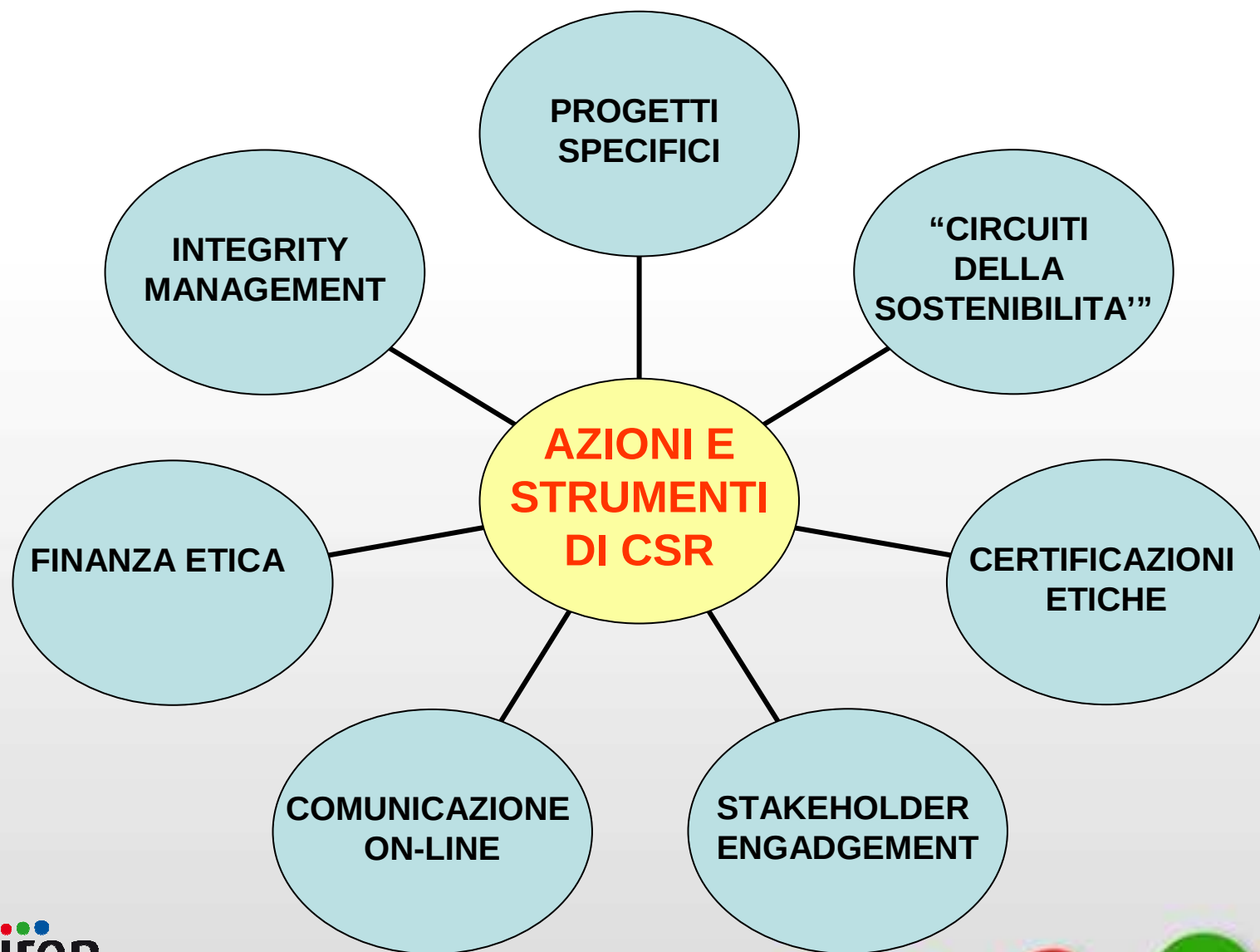
- **resistere alla necessità di rendere la sostenibilità qualcosa che fa sentire 'diversi' o 'cool' ;**
- **Eliminare la barriera del prezzo** per eliminare il preconceito che i prodotti sostenibili non sono adatti alle persone 'normali';
- **non rivolgersi, come avvenuto finora, solo alla parte femminile** del target ma coinvolgere anche gli uomini;
- **l'immagine verde a tutti i costi è uno stereotipo che non funziona più:** molto meglio concentrarsi sui **benefit 'personali'** di prodotti o servizi;
- **anziché puntare sull'altruismo** - che la ricerca ha mostrato essere controproducente - **ridare alla comunicazione green un tono edonistico** e di piacevolezza.

AZIONI E
STRUMENTI DI CSR :
LE AREE AZIENDALI COINVOLTE

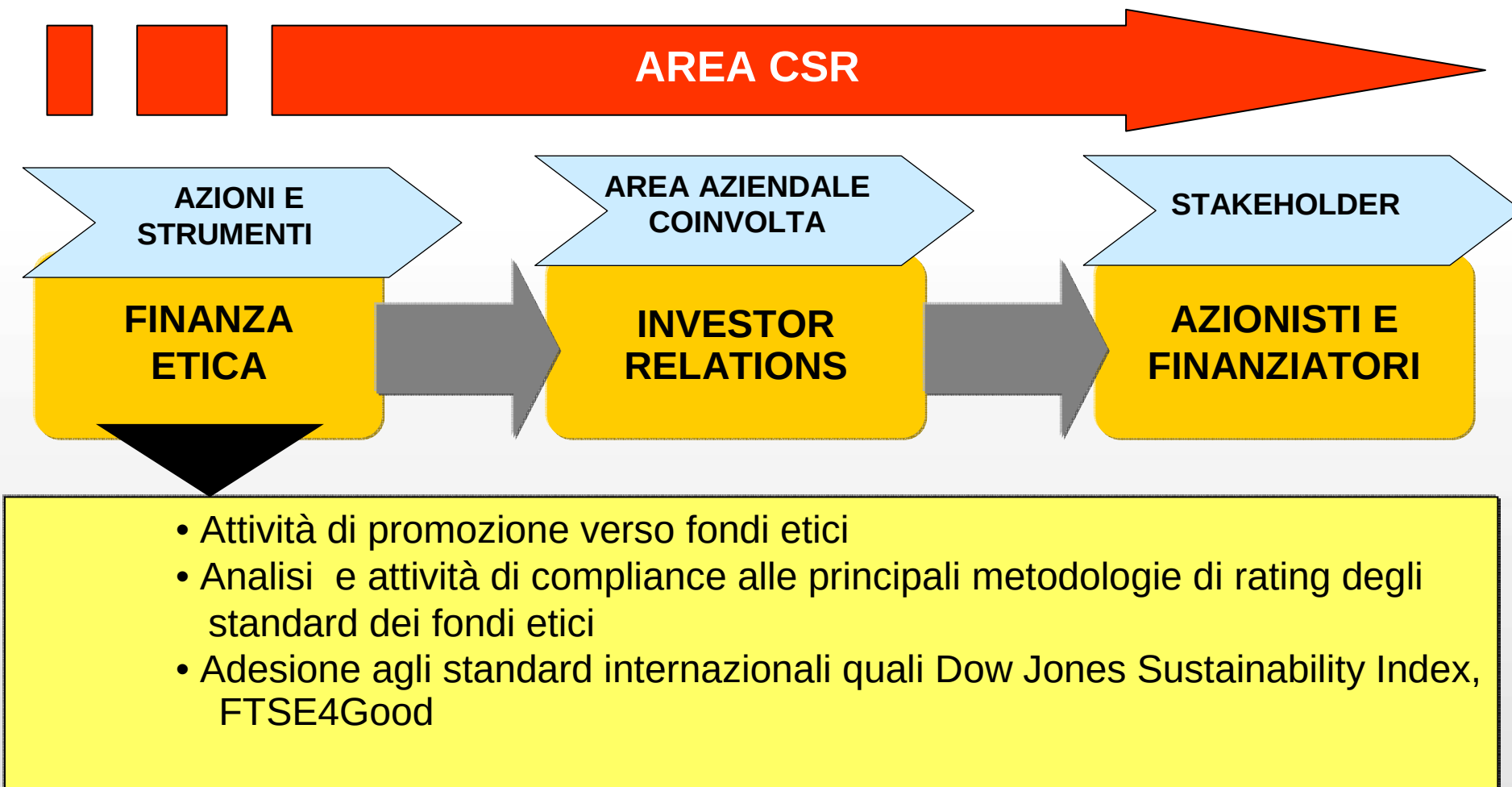
IL “SISTEMA CSR”



AZIONI E STRUMENTI DI CSR



AZIONI E STRUMENTI DI CSR : FINANZA ETICA



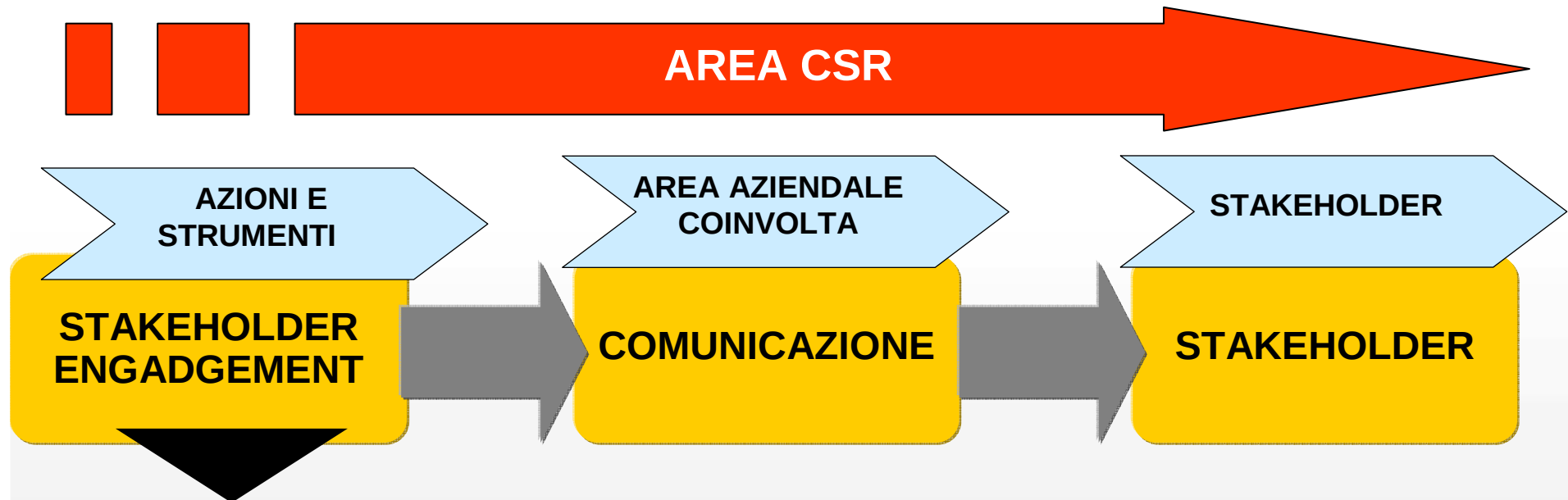
AZIONI E STRUMENTI DI CSR : INTEGRITY MANAGEMENT



AZIONI E STRUMENTI DI CSR : COMUNICAZIONE ON-LINE

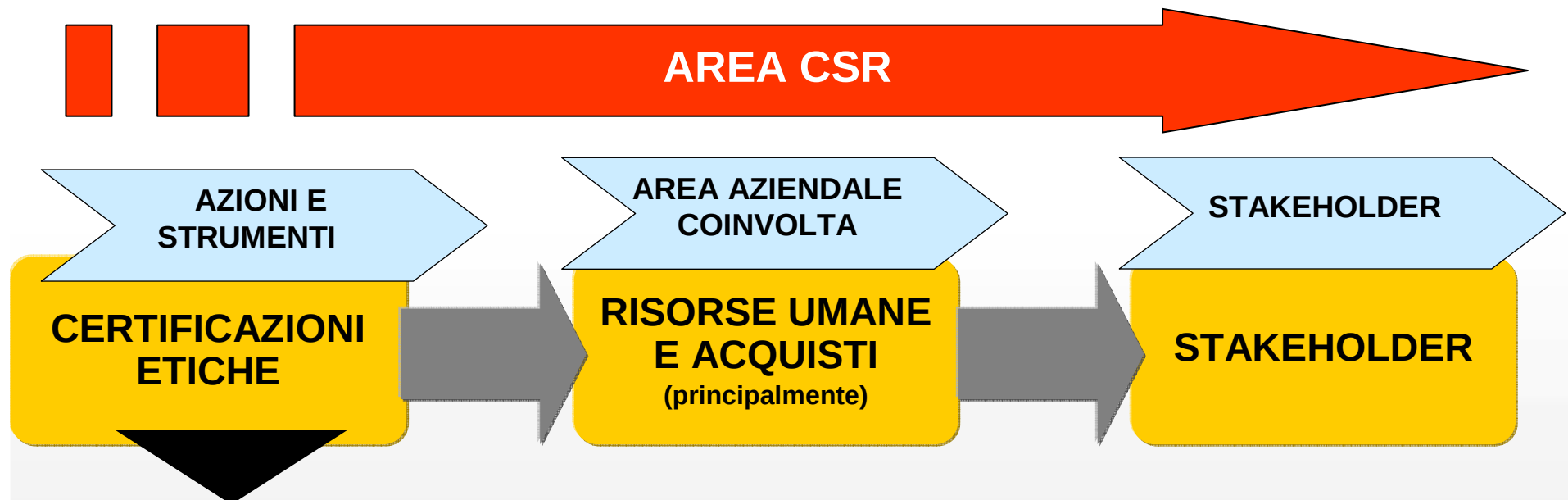


AZIONI E STRUMENTI DI CSR : STAKEHOLDER ENGADGEMENT



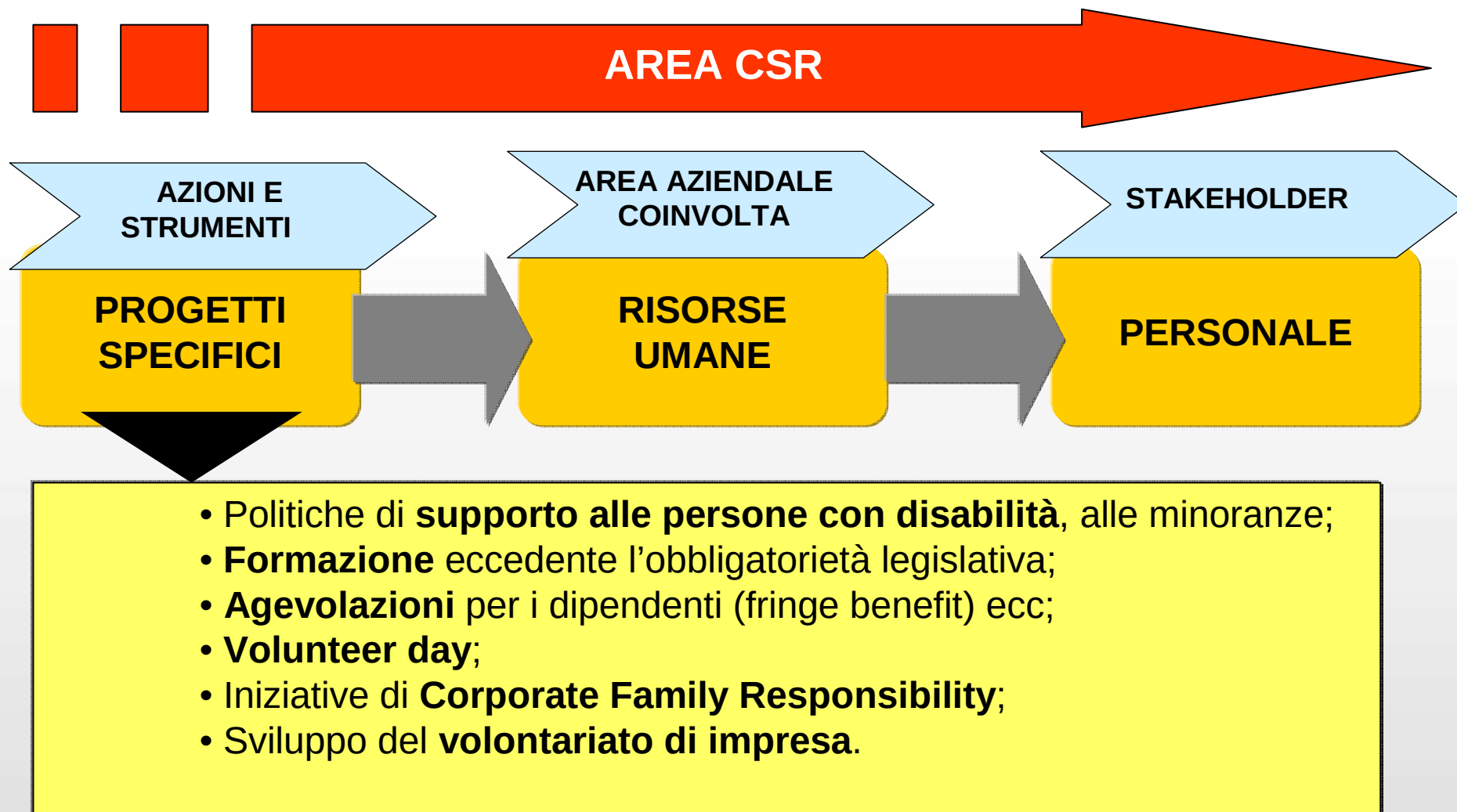
- Conferenze stampa per la comunicazione del Bilancio di Sostenibilità
- Attivazione di focus-group e sondaggi di soddisfazione
- Convegni e presentazione delle attività di CSR

AZIONI E STRUMENTI DI CSR : CERTIFICAZIONI ETICHE

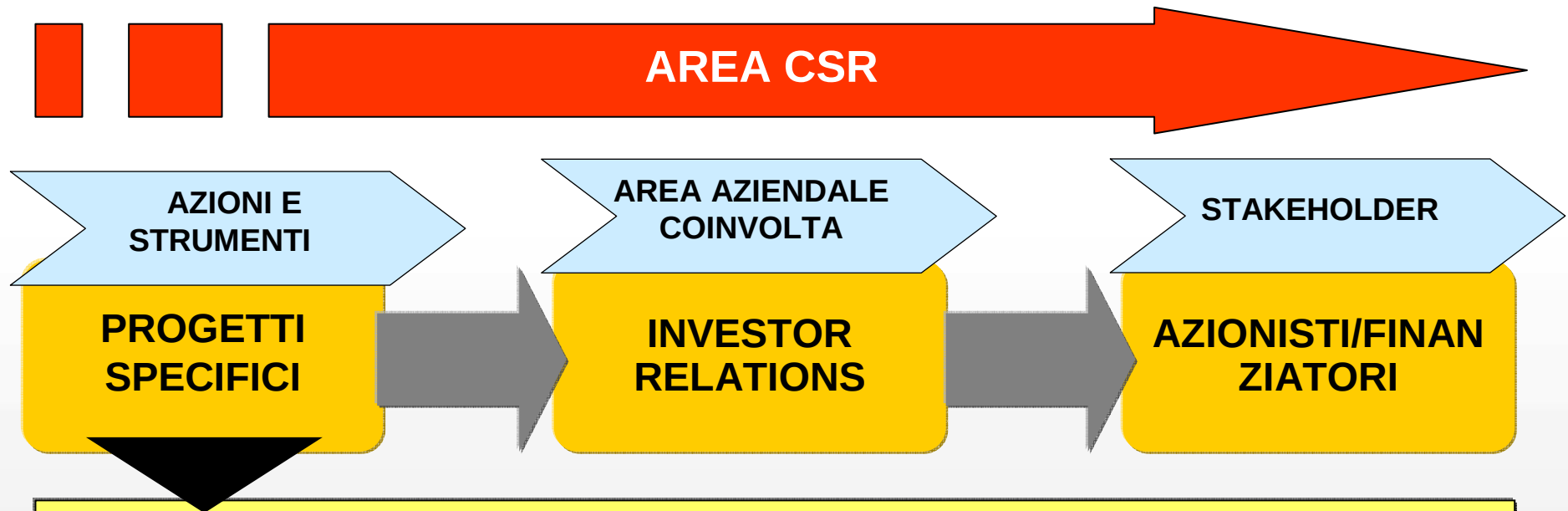


- **Standard SA 8000;** E' uno standard internazionale che elenca i requisiti per un comportamento eticamente corretto delle imprese e della filiera di produzione verso i lavoratori.
- **Standard AA1000;** Standard di processo sviluppato dall'ISEA (Institute of Social and Ethical Accountability) di adozione volontaria, indirizzato principalmente ai manager e focalizzato sulla qualità dell'impegno etico e sociale, sull'auditing e il reporting, avente come obiettivo il miglioramento della responsabilità e della performance delle organizzazioni.
- **Standard ISO 26000;** Lo standard ISO 26000 supporta le imprese nello stabilire le aspettative fondamentali per la Responsabilità sociale e colloca il coinvolgimento degli stakeholder al centro della sua attuazione.

PROGETTI SPECIFICI DI CSR vs. il PERSONALE

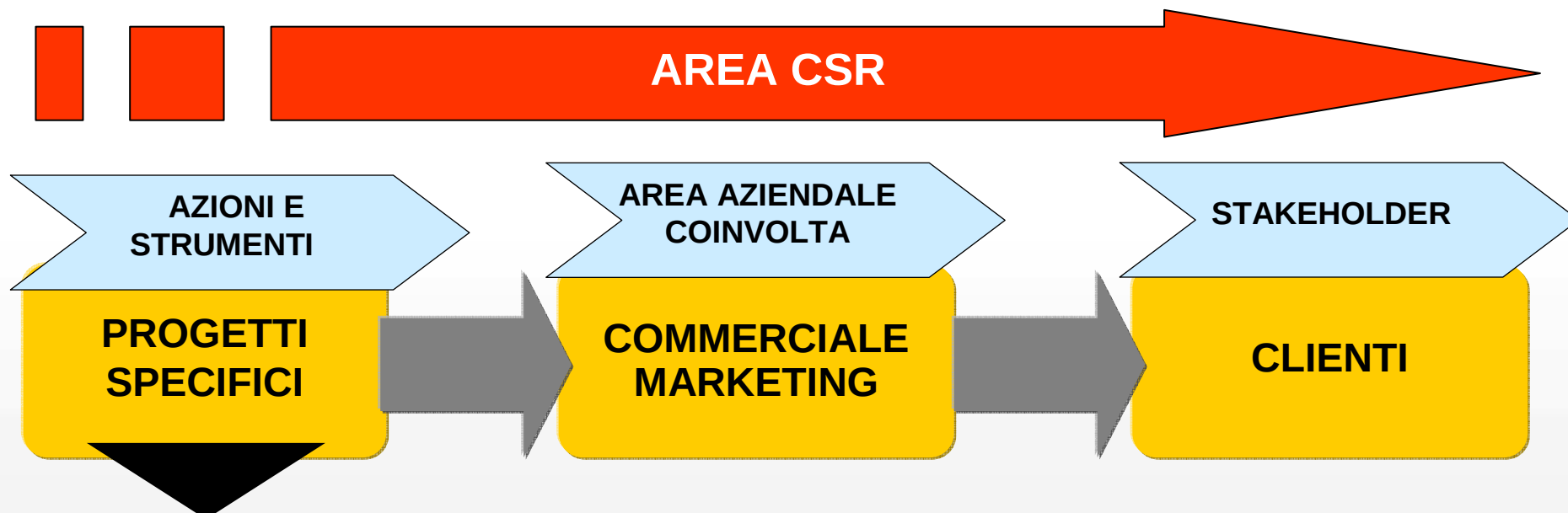


PROGETTI SPECIFICI DI CSR vs. GLI AZIONISTI E FINANZIATORI



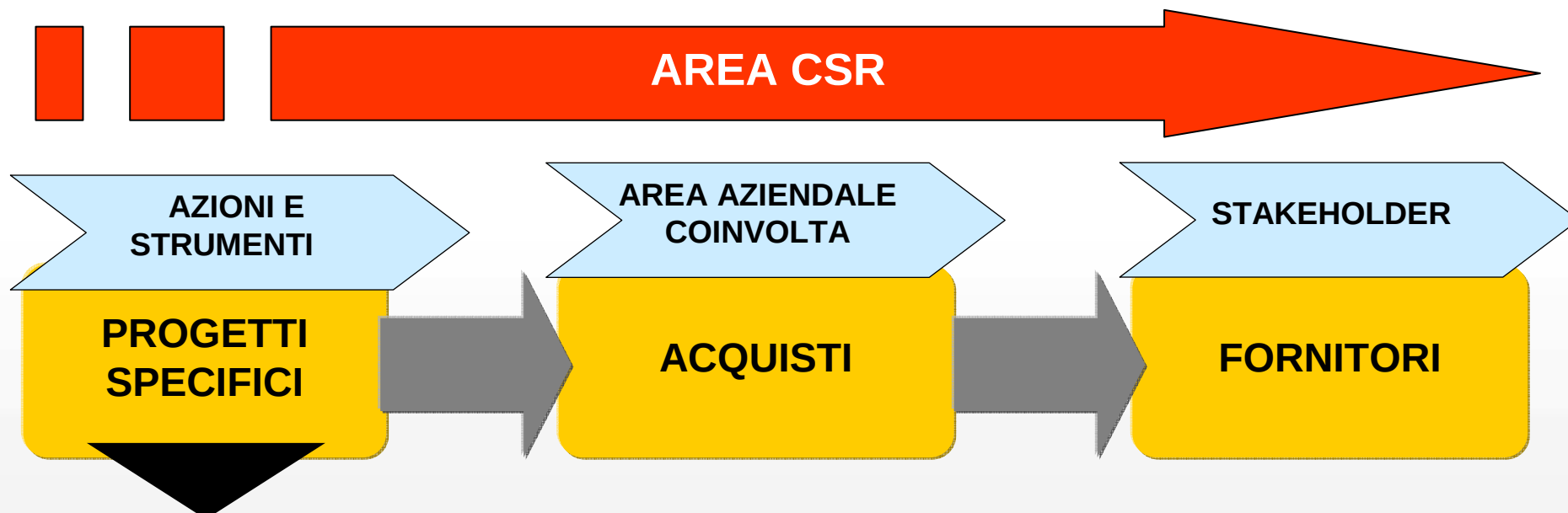
- la **comunicazione** chiara dei risultati e dei **possibili rischi futuri** ;
- Adozione di **politiche di disclosure** e comunicazione agli stakeholder finanziari delle informazioni per consentire scelte di finanziamento corrette;
- **l'istituzione di riunioni periodiche** con i partner finanziari per comunicare apertamente i propri risultati e i propri punti di miglioramento.

PROGETTI SPECIFICI DI CSR vs. I CLIENTI



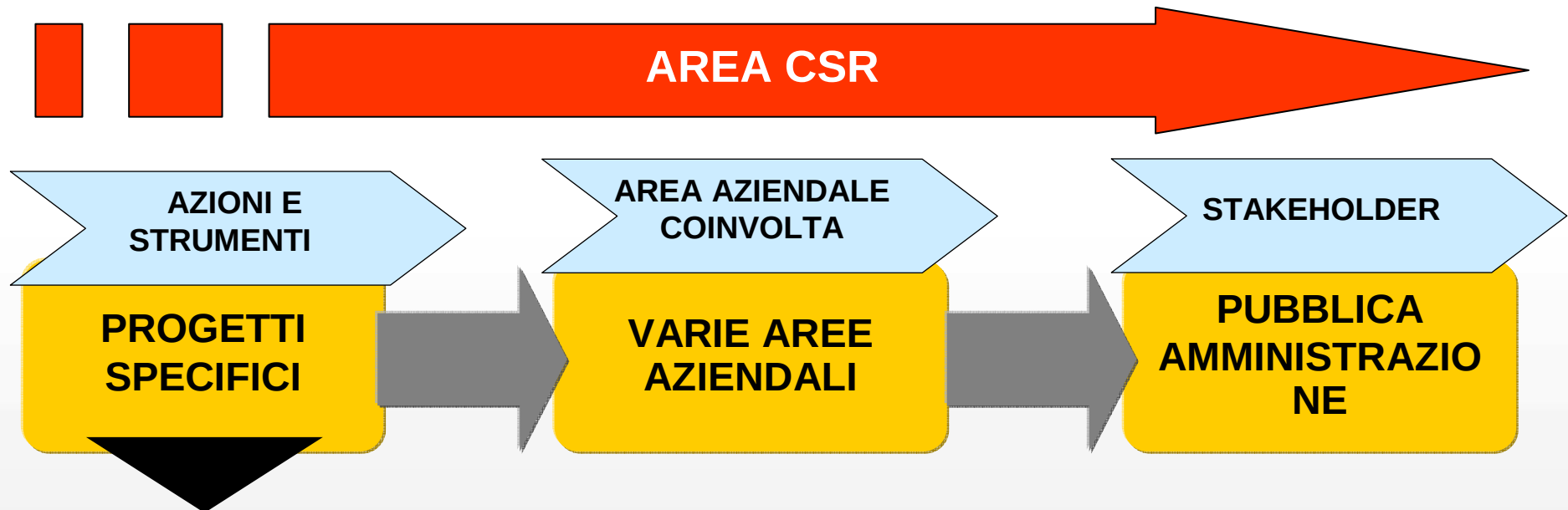
- **sistemi avanzati di CRM** (Customer Relationship Management);
- **analisi periodiche** della soddisfazione e delle aspettative della clientela;
- la creazione di **prodotti utilizzabili** anche da **soggetti svantaggiati**.

PROGETTI SPECIFICI DI CSR vs. I FORNITORI



- Definizione di politiche per la **scelta dei fornitori** che assicurino il **rispetto delle leggi e delle convenzioni internazionali**;
- **richiesta di certificazioni**, verifiche del rispetto delle convenzioni e delle leggi;
- **istituzione di premi** per i fornitori socialmente responsabili.

PROGETTI SPECIFICI DI CSR vs. LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE



- sottoscrivere **accordi di programma e/o protocolli d'intesa** con istituzioni pubbliche;
- partecipare a **tavoli strategici** per lo sviluppo locale;
- adottare **codici di condotta (codici etici)** e sistemi di controllo interno per il rispetto delle leggi;
- **Creare** con le Università **programmi di cooperazione** internazionale;
- **Fornire gratuitamente** ad associazioni o enti ospedalieri **materiali** per l'infanzia e giocattoli.



Il Bilancio di Sostenibilità Iren

Il Bilancio di Sostenibilità e gli Stakeholder

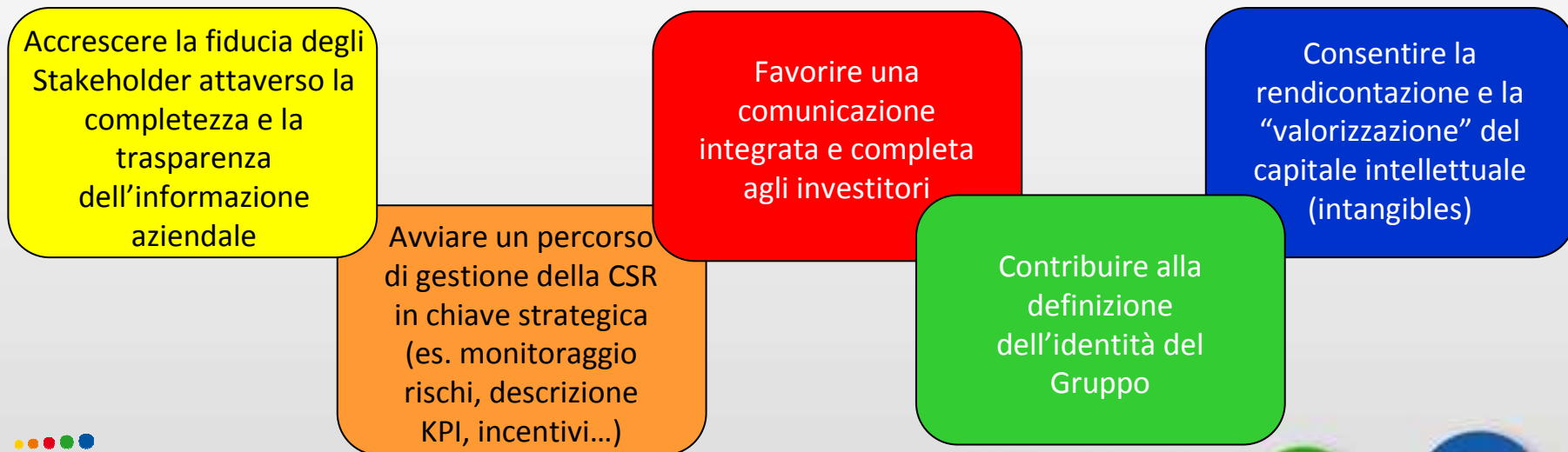
Il Bilancio di Sostenibilità e i suoi benefici

Il Bilancio di Sostenibilità (BdS) o Bilancio Sociale (BS) è lo strumento di monitoraggio, rendicontazione e comunicazione del processo di gestione responsabile intrapreso dall'organizzazione, che evidenzia le performance ambientali, sociali ed economiche dell'impresa.

Si pone come obiettivo primario la rappresentazione dei valori e degli effetti che l'attività dell'organizzazione produce sull'ambiente e sull'insieme degli stakeholder.

Tale documento ha carattere volontario e comporta i seguenti benefici:

BENEFICI



Evoluzione normativa

In Italia non esistono obblighi di legge che prevedano la redazione del Bilancio di Sostenibilità e pertanto l'emissione di tale documento è a discrezione delle società stesse.

Nonostante la discrezionalità del documento nell'ultimo decennio il numero delle imprese che pubblicano un reporting di sostenibilità è cresciuto in modo significativo.

Ad esempio la percentuale delle società quotate del Global Fortune 250 è passata dal 35% del 1999 all'80% del 2008.



Dialogo con gli Stakeholder

Il coinvolgimento degli stakeholder deve essere progressivo. Diventa pertanto funzionale all'efficacia dei risultati attribuire delle priorità alle diverse categorie di interlocutori e definire un piano di coinvolgimento.



RESPONSABILITÀ SOCIALE: I principali Stakeholder del Gruppo IREN

OBIETTIVO DELL'AZIENDA:

*Bilanciamento e
soddisfazione delle diverse
aspettative legittime degli
Stakeholder*

Personale

- Salute e sicurezza
- Pari opportunità
- Equità dei salari
- Valorizzazione, formazione e comunicazione interna

Comunità locale

- Attenzione al territorio
- Coinvolgimento
- Trasparenza
- Opportunità di lavoro
- Prodotti/servizi "sociali"

Clienti

- Qualità e sicurezza
- Continuità del servizio
- Comunicazione trasparente
- Prezzi equi

Pubblica Amministrazione

- Collaborazione
- Rispetto delle regole
- Trasparenza nell'informazione

Comunità finanziaria (Azionisti e finanziatori)

- Informazioni accurate, trasparente e tempestive sulla gestione
- Solidità finanziaria
- Corporate Governance, conformità a leggi/regolamenti, gestione dei rischi
- Redditività

Fornitori

- Equità contrattuale
- Rispetto dei termini di pagamento
- Gestione etica della catena di fornitura

RESPONSABILITÀ AMBIENTALE: L'impegno del Gruppo

Produzione di energia ed emissioni in atmosfera

L'attività di produzione energetica può impattare significativamente sull'ambiente a livello locale e globale. Il Gruppo IREN è attivamente impegnato sul fronte della gestione ambientalmente sostenibile: **la propria produzione avviene interamente con impianti idroelettrici e di cogenerazione**. Inoltre il Gruppo sta implementando il suo già sviluppato sistema di **teleriscaldamento**. Queste scelte permettono una notevole riduzione delle emissioni atmosferiche generate rispetto alla produzione con centrali termoelettriche tradizionali.

Efficienza della rete di distribuzione gas

La gestione efficiente della rete di distribuzione gas richiede il rinnovamento progressivo della stessa. Il Gruppo IREN, in un'ottica di efficientamento delle reti, ha intrapreso diverse iniziative, quali la progressiva **eliminazione delle reti in ghisa grigia** e la riduzione della rete in acciaio non protetta catodicamente.

Perdite di rete idrica

Le perdite di rete, causando significativi sprechi di acqua, rappresentano un tema critico per l'intero Paese Italia. Il Gruppo IREN è attivo sia sul fronte del monitoraggio delle perdite di rete, attraverso avanzati sistemi applicati regolarmente, sia sul fronte della ricerca sul tema, anche grazie a collaborazioni con associazioni internazionali.

Gestione dei rifiuti

Le attività di raccolta e smaltimento dei rifiuti costituiscono tematiche critiche se si considerano gli impatti ambientali derivanti da una gestione inefficace dell'intera filiera. Il Gruppo IREN è impegnato a garantire la gestione del rifiuto nelle **diverse fasi: raccolta, selezione, trasporto, trattamento e smaltimento**, contribuendo anche alla produzione energetica derivante da tale risorsa.

Gestione degli impianti di depurazione

La presenza degli impianti di depurazione, in particolare se situati nel contesto urbano, può generare nella popolazione residente nelle immediate vicinanze una sensazione di disagio e problematicità a discapito della percezione degli effetti positivi apportati dall'impianto all'ambiente circostante. Il Gruppo IREN si impegna costantemente al mantenimento di elevati standard di funzionamento nel rispetto dei limiti imposti dalle autorizzazioni in essere e nell'attuazione di programmi di comunicazione volti ad informare la comunità locale in merito al funzionamento di tale tipologia di impianti.



Scenari futuri :

il Reporting “unico”, una rappresentazione integrata per gli Stakeholder

Con *reporting unico* si intende la rappresentazione integrata della situazione aziendale in riferimento ai risultati economico-finanziari, sociali e ambientali. Si precisa inoltre che **con unico si contraddistingue il momento**, che deve essere **contestuale**, di rappresentazione globale ed integrale dei risultati aziendali.

L'importanza del *reporting unico* per le società quotate risiede nell'incremento della fiducia e della legittimazione dell'impresa stessa nei confronti degli Stakeholder in quanto fornisce loro informazioni utili per la determinazione del valore economico. Il documento infatti fornisce il quadro completo delle cosiddette ***non financial information***, tra le quali vi sono la reputazione, la composizione del consiglio di amministrazione e del management, la strategia, la gestione dei rischi, oltre ovviamente le tematiche legate alla sostenibilità.

Ad oggi un numero ridotto pubblica il reporting su base integrata, si pensi che solo il 3% delle società quotate del Global Fortune 250 pubblicano il reporting unico a fronte dell'80% che hanno redatto il Bilancio di Sostenibilità nel 2008.

Gli standard di riferimento

Gli standard seguiti dal Gruppo IREN

Il Gruppo IREN come esplicitato nella Nota Metodologica predispone il BdS secondo le “Sustainability Reporting Guidelines & Electric Utility Sector Supplement” definite nel 2009 dal Global Reporting Initiative (GRI), ad eccezione della predisposizione del prospetto di determinazione e riparto del Valore Aggiunto, per la quale si sono considerati i “Principi di redazione del Bilancio Sociale” elaborati dal Gruppo di studio per il Bilancio Sociale (GBS).

L’attestazione del Bilancio di Sostenibilità del Gruppo è pari al livello di applicazione A+.

NOTA METODOLOGICA

Il Bilancio di Sostenibilità 2010 (di seguito anche il “Bilancio”), primo documento a livello consolidato del Gruppo Iren (di seguito anche il “Gruppo”), rappresenta il principale strumento di comunicazione agli stakeholder delle performance conseguite in ambito economico, sociale e ambientale.

Per il Gruppo Iren il Bilancio rappresenta anche uno strumento di gestione che consente il monitoraggio dei risultati aziendali e la definizione degli obiettivi per il futuro, in coerenza con il principio del miglioramento continuo.

Il Bilancio, che verrà redatto con periodicità annuale, è stato predisposto secondo le “Sustainability Reporting Guidelines & Electric Utility Sector Supplement” definite nel 2009 dal Global Reporting Initiative (GRI), il cui livello di applicazione corrisponde ad A+. Si rimanda all’indice degli indicatori GRI per il dettaglio degli indicatori rendicontati e alla relazione della Società di Revisione per la verifica esterna. Come riferimento per la predisposizione del prospetto di determinazione e riparto del Valore Aggiunto, si sono considerati i “Principi di redazione del Bilancio Sociale” elaborati dal Gruppo di studio per il Bilancio Sociale (GBS).

Indicatori core e indicatori additional

Il GRI – G3 prevede due tipologie di indicatori da soddisfare a seconda del livello di certificazione che si vuole raggiungere:

- gli indicatori CORE
- gli indicatori ADDITIONAL

Gli indicatori CORE sono essenziali per il raggiungimento del livello di applicazione, quelli ADDITIONAL sono facoltativi.

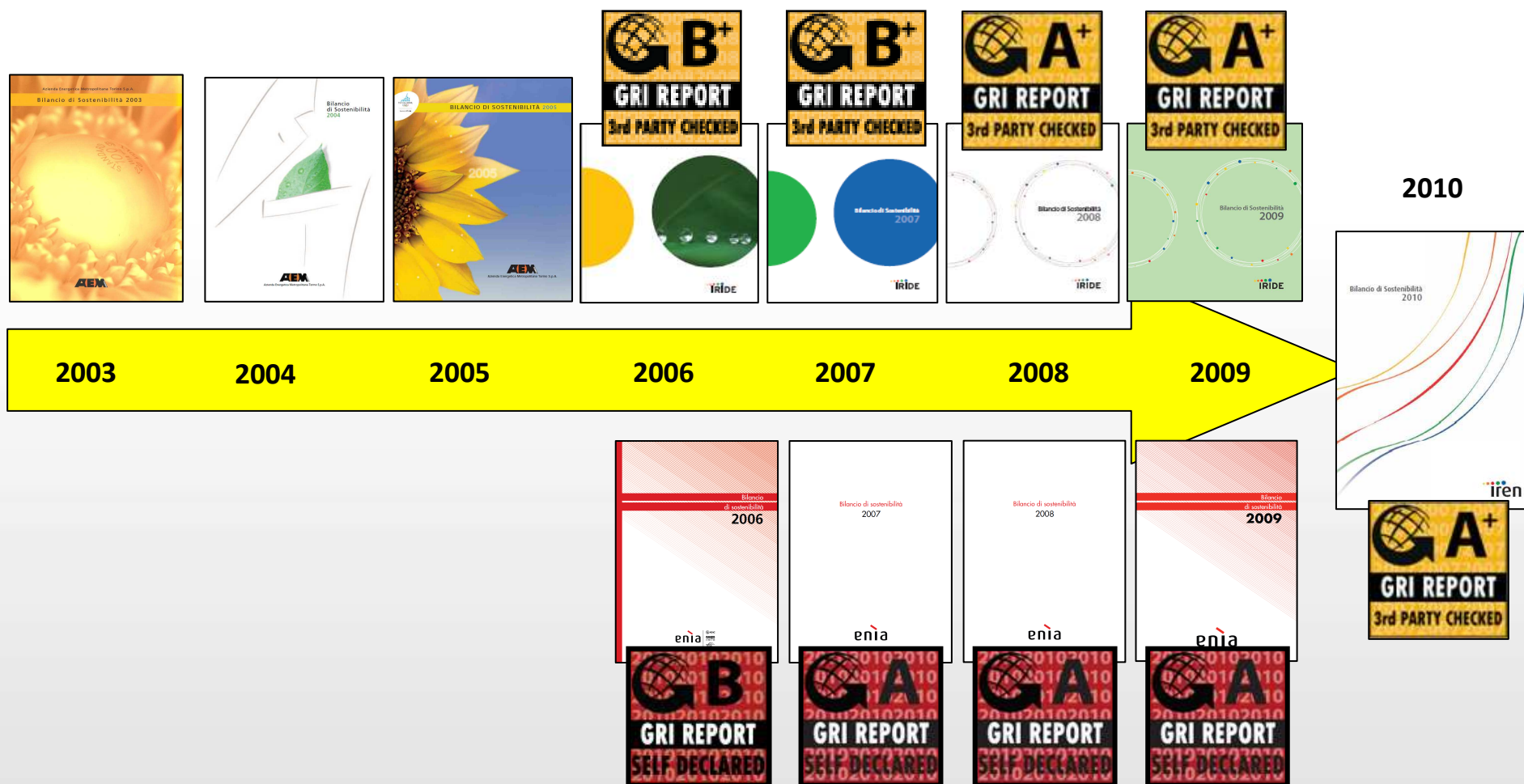
A tali indicatori si aggiungono gli indicatori FACOLTATIVI scelti dall'Azienda per opportuna completezza informativa e specifici della realtà aziendale.



Indicatori di performance

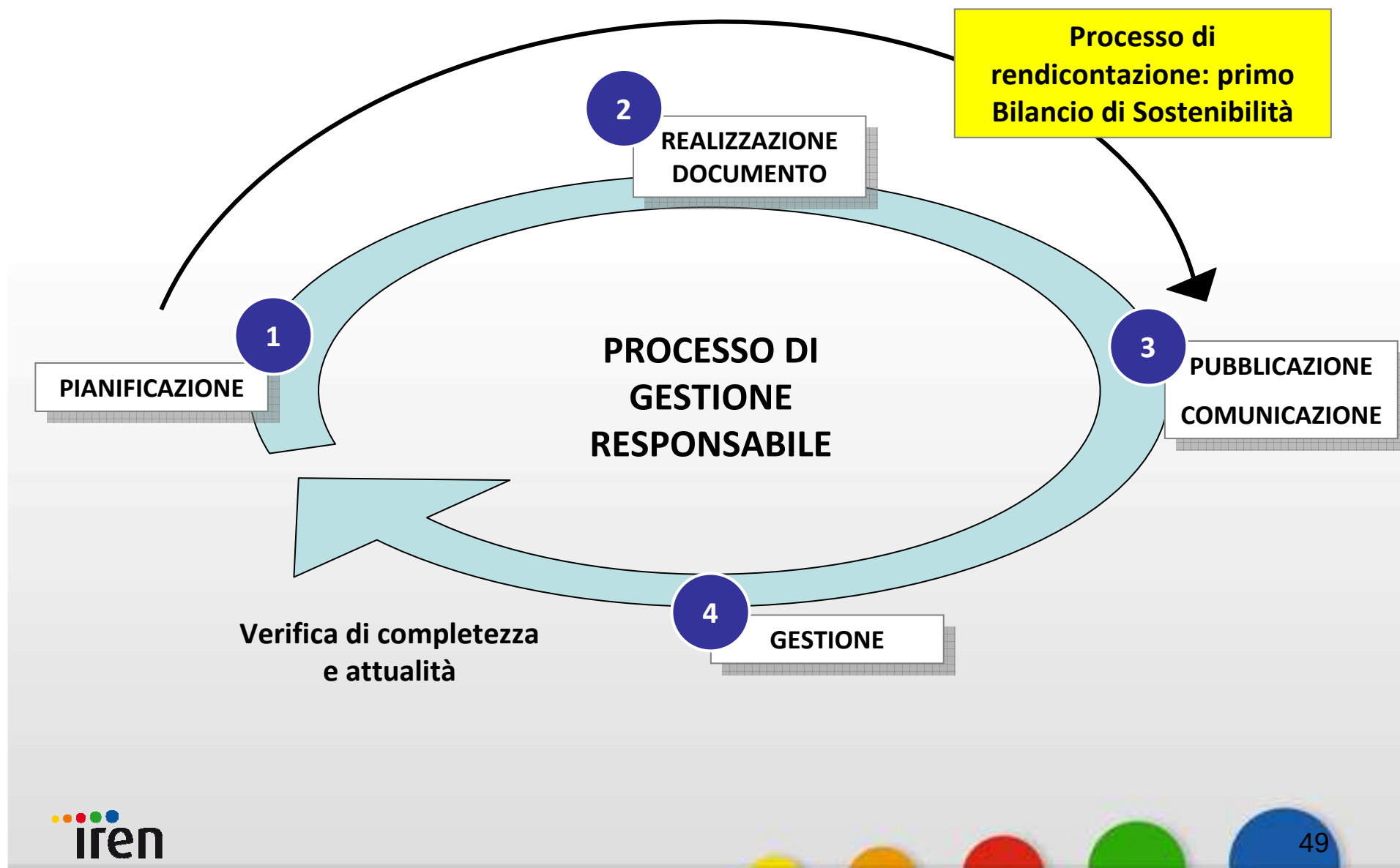
PERFORMANCE		INDICATORI CORE	INDICATORI ADDITIONAL
Economica		7	2
Ambientale		18	12
Sociale	Diritti Umani	6	3
	Pratiche lavorative	9	5
	Responsabilità di prodotto	4	5
	Collettività	6	2
EUSS (Supplemento Settore Elettrico)		30	-

Evoluzione del documento all'interno del Gruppo IREN



Processo di rendicontazione nel Gruppo IREN

Processo di rendicontazione nel Gruppo IREN



INPUT ALTA DIREZIONE

- definizione obiettivi del documento, in termini di comunicazione, gestione, rafforzamento della reputazione, impegno di miglioramento continuo
- identificazione dei responsabili interni del progetto: istituzione di un Gruppo di Lavoro e di un Team Leader

ALTRI ASPETTI DA DEFINIRE

- dettagliare gli obiettivi dell'Alta Direzione definendo: destinatari, temi da trattare, soggetti da coinvolgere in fase di rilevazione, concreta intenzione dell'azienda di attivare il percorso di gestione responsabile
- modalità di coinvolgimento degli Stakeholder per la rilevazione (quali coinvolgere, chi coinvolgere, con che modalità...)
- eventuali consulenze
- definire il formato e il tipo di documento (istituzionale, di comunicazione immediata..)
- individuare un grafico per la definizione del lay-out del documento
- identificare le modalità di presentazione pubblica del documento
- identificare elementi della strategia di comunicazione
- definire il perimetro di rendicontazione

TIMING

Definizione delle tempistiche delle fasi di realizzazione

Il Gruppo di lavoro è composto dai referenti delle diverse funzioni in grado di identificare obiettivi, temi, informazioni, dati e indicatori per la costruzione di un Bilancio di Sostenibilità, utile a comunicare l'operato del Gruppo IREN in modo trasparente e completo. Per tali ragioni deve essere:

- ETEROGENEO coinvolgendo diverse funzioni e diversi livelli di responsabilità
- STRUTTURATO prevedendo diversi livelli di coinvolgimento

FASI		STRUTTURE COINVOLTE
1	PIANIFICAZIONE	Alta Direzione, Corporate Social Responsibility, Comunicazione e Immagine
2	REALIZZAZIONE DOCUMENTO	Corporate Social Responsibility, Responsabili e Referenti delle diverse strutture aziendali
3	PUBBLICAZIONE COMUNICAZIONE	Comunicazione e Immagine, Corporate Social Responsibility
4	GESTIONE	Corporate Social Responsibility

ATTIVITÀ	OUTPUT
DEFINIZIONE TEMATICHE RILEVANTI	Individuazione temi da rendicontare
DEFINIZIONE PIANO DEI CONTI	Panel degli indicatori rendicontati (CORE, ADDITIONAL, FACOLTATIVI) con indicazione delle aree aziendali e dei referenti coinvolti
PREDISPOSIZIONE SCHEDE RACCOLTA DATI	Sistema di reporting, raccolta dati e informazioni
COINVOLGIMENTO STRUTTURE AZIENDALI NELLA RACCOLTA DATI	Responsabili e referenti coinvolti nel processo di raccolta dati
CONSOLIDAMENTO E ANALISI DATI RICEVUTI	Analisi correttezza dati ricevuti, rispetto modalità di estrazione con dati anni precedenti, aggregazione dati a livello di Gruppo. Attività di Assurance: esame evidenze dei dati e colloqui con responsabili e referenti
REDAZIONE DOCUMENTO	Bilancio di Sostenibilità, Piano di miglioramento

Struttura del documento Iren

Premessa metodologica

- Puntualizza i riferimenti metodologici (Linee Guida e Best Practice) assunti nella definizione del documento e la/le fonte/i di dati e informazioni;
- chiarisce l'ambito di rendicontazione, gli esercizi considerati e spiega eventuali eccezioni al metodo adottato.

Identità aziendale

Riassume in modo organico le caratteristiche peculiari dell'Azienda, in termini di:

- caratteristiche organizzative,
- attività e interessi perseguiti;
- missione e valore perseguiti;
- strategie adottate.

Inoltre viene evidenziato il modello di governance e del sistema di gestione adottato per gestire la Responsabilità Sociale e applicare i principi dello sviluppo sostenibile.

INDICE

Lettera agli stakeholder
 Premessa
 Nota metodologica

IDENTITÀ AZIENDALE

Il Gruppo IREN
 Settori di attività del Gruppo IREN
 Strategie e politiche del Gruppo IREN coerenti con l'impegno della Sostenibilità ..
 Il sistema di governo del Gruppo IREN

RESPONSABILITÀ ECONOMICA

Crescere, creare valore aggiunto e distribuire ricchezza

Responsabilità economica

È la sezione "collegata" al Bilancio d'Esercizio dove vengono rendicontate, in estrema sintesi, le informazioni rilevanti sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria. I dati del Conto Economico sono riclassificati al fine di evidenziare:

- il processo di formazione del Valore Aggiunto (= valore della produzione – costi di beni/servizi);
- la distribuzione di valore tra gli Stakeholder di riferimento.

Struttura del documento

Responsabilità ambientale

È la sezione nella quale l'Azienda presenta i dati relativi ai diversi aspetti della relazione con l'ambiente, sottolineando il ruolo e le responsabilità che essa assume, evidenziando gli indicatori di performance individuati nell'ambito dei processi a impatto ambientale.

Responsabilità sociale

Contiene la documentazione qualitativa e quantitativa relativa alle relazioni di interscambio per ogni categoria di Stakeholder, analizzate in termini di:

- linee politiche di intervento;
- scelte qualificanti;
- interventi effettuati e pianificati;
- criticità individuate;
- obiettivi di miglioramento.

RESPONSABILITA' AMBIENTALE

IREN e l'ambiente
 Il servizio energia: il mix produttivo del Gruppo IREN all'insegna delle fonti rinnovabili
 Il servizio gas
 Il servizio idrico integrato
 I servizi ambientali.
 Gli impatti ambientali del Gruppo IREN
 L'impegno del Gruppo IREN per la conservazione del patrimonio naturalistico.

RESPONSABILITA' SOCIALE

Il personale
 I clienti
 Gli azionisti
 I finanziatori
 I fornitori
 Istituzioni e territorio

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE

SCHEDA VALUTAZIONE PER GLI STAKEHOLDER

Attestazione di conformità (Assurance)

È una verifica espressa da organismi indipendenti sulla rispondenza del processo di rendicontazione agli standard e/o alle best practice di riferimento vigenti.

Permette di dimostrare che il BdS non è uno strumento autoreferenziale, ma rappresenta – nel modo il più possibile oggettivo – un processo finalizzato sia alla crescita delle prestazioni economiche sia al miglioramento del dialogo-rapporto con gli Stakeholder.

Sistema di rilevazione

È la parte in cui l'Azienda sottopone a verifica e quindi al giudizio dei diversi Stakeholder il documento "Bilancio di Sostenibilità", sintesi del comportamento dell'Azienda nei loro confronti e nei confronti della collettività nel suo insieme.

Dal momento che il Bilancio di Sostenibilità rappresenta uno strumento di comunicazione del processo di gestione della responsabilità sociale d'impresa a tutti gli Stakeholder, Il Gruppo IREN si impegna ad utilizzare un **linguaggio “divulgativo”, preciso ma comprensibile anche ai non “addetti ai lavori”**.

Al fine di garantire una maggior evidenza delle informazioni principali, il documento 2010 è stato arricchito da **box ed highlights** che mettono in luce argomenti specifici e concetti chiavi espressi nei paragrafi.

Nel 2010 le interruzioni di servizio sulla rete gas, dovute prevalentemente a lavori di rinnovamento, sono diminuite rispetto al 2009

IL PROGETTO DI TELERISCALDAMENTO “TORINO NORD”

Lo sviluppo del teleriscaldamento è perseguito da Iren su preciso indirizzo dell'Amministrazione Comunale di Torino e del Piano Energetico Comunale, in coerenza con gli indirizzi strategici forniti dalla Regione Piemonte e dalla Provincia di Torino. Facendo seguito al progetto di espansione predisposto nel 2001 e di cui si è già svolta la prima fase relativa a Torino Centro, il Gruppo intende avviare la seconda fase che prevede lo sviluppo nella zona Nord di Torino. L'obiettivo è quello di realizzare una nuova rete di teleriscaldamento nella zona Nord della città che consenta l'allacciamento di una volumetria pari a 18 milioni di mc, comprendendo la rete del quartiere Le Vallette già alimentata da una centrale di cogenerazione a olio combustibile ormai obsoleta e che sarà dismessa.

La nuova rete sarà alimentata dalla Centrale Termoelettrica Torino Nord costituita da un ciclo combinato in cogenerazione e da caldaie di integrazione e riserva.

Il nuovo sistema di teleriscaldamento Torino Nord sarà fisicamente interconnesso al sistema esistente Torino Sud e Torino Centro. Allo stato attuale è in corso la procedura di autorizzazione, da parte del Ministero delle Attività Produttive, alla costruzione ed all'eserci-

zio della centrale ai sensi della Legge 9 aprile 2002, n° 55 e la contestuale pronuncia di compatibilità ambientale del Ministero dell'Ambiente e del Ministero per i Beni e le Attività Culturali ai sensi dall'art. 6 della Legge n. 349/1986 e del D.P.C.M. 10/08/88 n. 377 e la procedura di autorizzazione integrata ambientale (AIA) ai sensi del D.Lgs. n. 59/05. A giugno 2008 è pervenuto il via libera dalla Regione Piemonte al progetto. In data 30 giugno 2009 il Ministero dello Sviluppo Economico ha emesso il Decreto di autorizzazione dell'impianto.

Per quanto riguarda Torino Nord i valori (in percentuale) delle emissioni evitate che sono stati stimati nello Studio di Impatto Ambientale relativo al progetto Torino Nord sono i seguenti:

- NOx: -48%;
- SO₂: -100%;
- Polveri: -100%.

Relativamente all'aumento della quantità di CO₂ emessa dal nuovo impianto rispetto alla situazione attuale, lo studio di impatto ambientale valuta che, pur in presenza di un bilancio nel quale si prevede un aumento dei quantitativi generati di monossido di carbonio, è attesa una riduzione delle concentrazioni al suolo rispetto alla situazione senza Centrale Torino Nord, per effetto delle più favorevoli condizioni di emissione degli inquinanti.

I numerosi **grafici**, le **tabelle** e le immagini inserite nel testo contribuiscono ad esplicitare al meglio i concetti esposti e a manifestare l'impegno del Gruppo nella gestione dei rapporti con gli Stakeholder basati sulla trasparenza delle informazioni.

IREN pubblica il Bilancio di Sostenibilità sia in **forma cartacea** sia sul **sito internet** www.gruppoiren.it garantendo in tal modo la diffusione ai principale Stakeholder.

Il Gruppo attua un processo di gestione responsabile volto al miglioramento continuo dell'informativa fornita agli Stakeholder in particolare nel primo Bilancio di Sostenibilità IREN si è proceduto:

- all'ampliamento del perimetro di riferimento;
- all'estensione della certificazione (assurance) a tutte le aree del Gruppo con il raggiungimento del livello di applicazione GRI A+;
- all'articolazione del documento in Master e Appendice;
- all'inserimento di box ed highlights per maggior fruibilità del documento.

Obiettivi per il secondo Bilancio di Sostenibilità IREN:

- revisione e selezione dei contenuti con maggiore valenza comunicativa;
- miglioramento delle tempistiche;
- sviluppo di iniziative di comunicazione del Bilancio e di Stakeholder engagement.

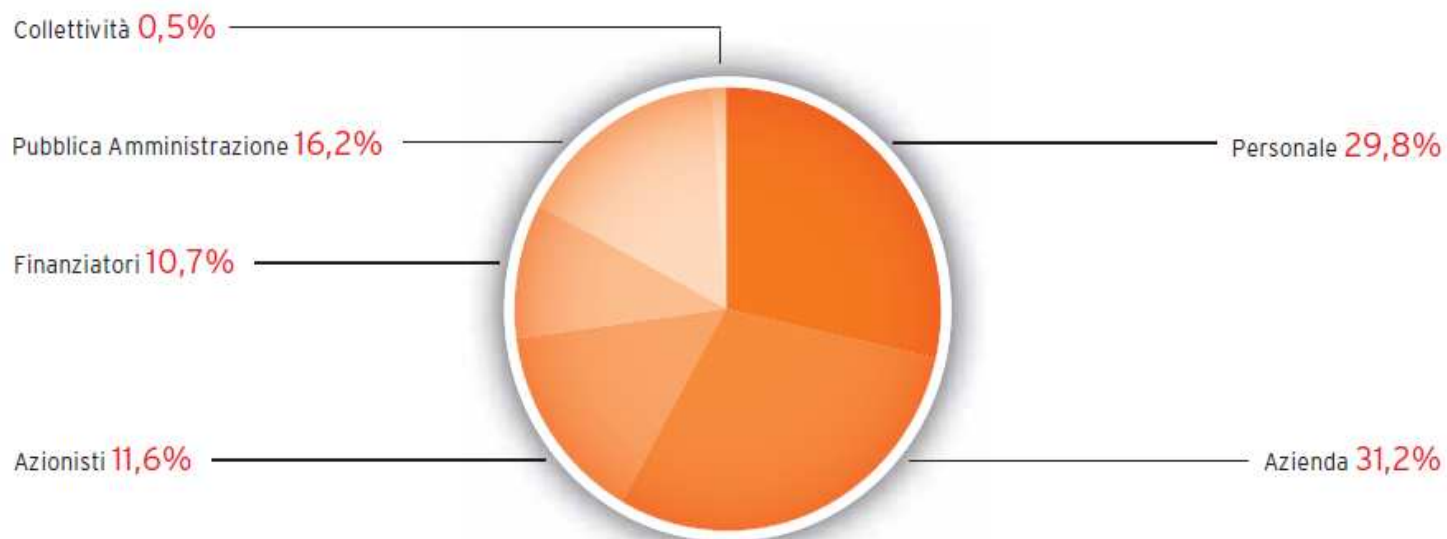
***La sostenibilità del Gruppo IREN :
gli indicatori di performance
(Highlights)***

Highlights e indicatori di Responsabilità economica

VALORE AGLI STAKEHOLDER

I ricavi 2010 ammontano a 3.381 milioni di euro (+3,3% sul 2009); il Valore aggiunto globale di circa 911 mln di euro è distribuito per il 31,2% all'Azienda e per il 68,8% agli altri Stakeholder

DISTRIBUZIONE AGLI STAKEHOLDER DEL VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO NEL 2010



(*) I valori del Gruppo Iren nel 2010 sono dati pro-forma.

Highlights Responsabilità ambientale

IL SUCCESSO DELLA RACCOLTA DIFFERENZIATA

112 Comuni serviti,
la raccolta differenziata ha raggiunto il 56,4%,
rispetto ad una media nazionale del 31,7%

GAS E SICUREZZA

Distribuiti circa 2.200 milioni
di metri cubi di gas naturale.
Ridotte del 15% le dispersioni
di gas rispetto al 2009

ACQUA E TERRITORIO

177 Comuni serviti,
132.157 controlli interni
per verificare la qualità
delle acque potabili e reflue

LA NUOVA CENTRALE TORINO NORD

Il nuovo sistema di teleriscaldamento fornirà calore
ad ulteriori 180.000 persone
evitando l'emissione di: 134 tonnellate annue
di ossidi di azoto, 400 tonnellate annue
di anidride solforosa, 17 tonnellate annue
di polveri, generando un risparmio
energetico di 95.000 Tep

ENERGIA ECO-COMPATIBILE

Le fonti rinnovabili ed eco-compatibili
rappresentano il 100% dell'energia elettrica
e il 75% dell'energia termica prodotta;
nel 2010 la produzione idroelettrica ha consentito
il risparmio di circa 186.000 Tep
e la produzione da cogenerazione
di circa 257.000 Tep

Indicatori di Responsabilità ambientale

PRODUZIONE E.E. E CALORE

	2010	2009	2008
Produzione idroelettrica - Tep energia fossile sostituita			
Energia idroelettrica prodotta lorda (GWh)	1.016	1.280	880
Energia primaria fossile sostituita (Tep in migliaia)	186	238	165

	2010	2009
Produzione elettrica e termica		
Energia termoelettrica lorda prodotta impianti cogenerazione (GWhe)	4.446	4.058
Energia termica lorda prodotta impianti cogenerazione e caldaie integrazione e riserva (GWht)	2.754	2.461
Energia elettrica lorda prodotta da termovalorizzatori e discariche (GWhe)	130	122
Energia termica lorda prodotta da termovalorizzatori (GWht)	66	65

Indicatori di Responsabilità ambientale

EMISSIONI EVITATE

	2010	2009	2008
Riduzioni di emissioni di GHG ottenute (t)			
Emissioni CO ₂ evitate da cogenerazione	801.332	641.246	585.770
Emissioni CO ₂ evitate da idroelettrico	484.146	617.216	421.683
TOTALE	1.285.478	1.258.462	1.007.453

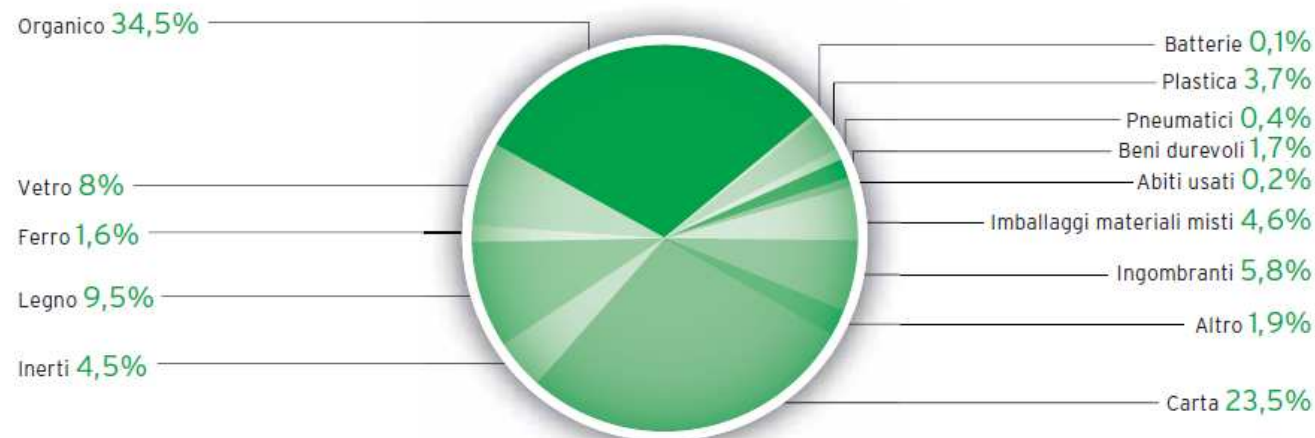
Emissioni evitate con il Teleriscaldamento

	2010	2009	2008
Ossidi di azoto (t)	1.605	1.281	1.002
Ossidi di zolfo (t)	2.259	2.061	2.191
Anidride carbonica (migliaia di t)	801	641	586

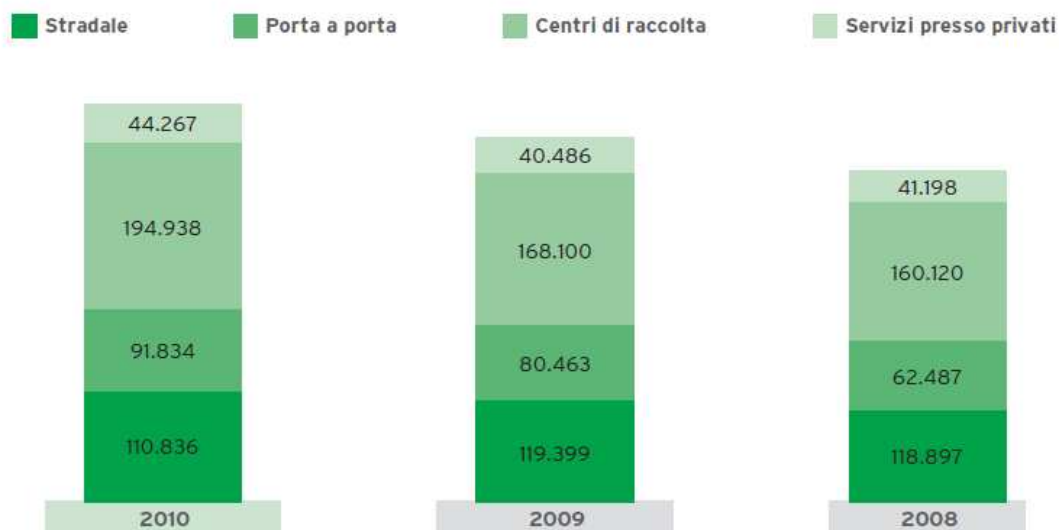
N.B. Le emissioni in atmosfera evitate, indicate nella tabella, sono determinate, a parità di energia termica venduta, come differenza tra le emissioni da sistemi di riscaldamento a caldaie tradizionali (caldaie condominiali e/o individuali) e quelle effettivamente prodotte con i sistemi di generazione da teleriscaldamento. Inoltre per i sistemi di teleriscaldamento con impianti cogenerativi (produzione combinata di energia elettrica e termica) vanno inserite anche le quote di emissioni relative alla produzione di energia elettrica. Anche per queste ultime, a parità di energia elettrica prodotta, è da considerare la differenza tra le emissioni da sistemi tradizionali Enel e quelli cogenerativi realmente impiegati dal Gruppo.

Indicatori di Responsabilità ambientale

Composizione (%) dei rifiuti avviati a recupero (anno 2010)



Rifiuti da raccolta differenziata per modalità (t)



SERVIZI AMBIENTALI

Highlights Responsabilità sociale

LE PERSONE AL CENTRO

4.615 dipendenti,
98% assunti a tempo
indeterminato, 512 avanzamenti
di carriera nel 2010, 65%
dei dipendenti ha partecipato
ad un corso di formazione nel 2010

CLIENTI E CITTADINI

Circa 1.400.000 clienti
per il Settore Energetico,
mentre i Servizi Ambientali
e Idrico Integrato servono
rispettivamente oltre 1.200.000
e 2.400.000 abitanti

QUALITA' DEL SERVIZIO

Rispetto al 2008
la durata media delle interruzioni
di energia elettrica è diminuita
di oltre il 35%, ridotto di oltre
il 6% il numero medio
di interruzioni

Indicatori di Responsabilità sociale

COLLABORATORI - COMPOSIZIONE

	2010
Numero dipendenti per qualifica	
Dirigenti	72
Quadri	195
Impiegati	2.624
Operai	1.724
TOTALE	4.615

	2010
Dipendenti per titolo di studio (%)	
Scuola dell'obbligo	30
Istituti professionali	16
Diploma	40
Laurea	14
TOTALE	100

Indicatori di Responsabilità sociale

COLLABORATORI – PARI OPPORTUNITÀ

	Totale 2010	Donne 2010	% donne 2010	Totale 2009	Donne 2009	% donne 2009	Totale 2008	Donne 2008	% donne 2008
Numero dipendenti per qualifica									
Dirigenti	72	8	11,2	77	9	11,1	82	9	11,0
Quadri	195	46	23,8	189	46	24,6	171	39	22,8
Impiegati	2.624	844	32,1	2.624	834	31,8	2.615	821	31,4
Operai	1.724	17	1,0	1.861	18	0,9	1.931	17	0,9
TOTALE VISITE	4.615	915	19,8	4.751	907	19,1	4.799	886	18,5

COLLABORATORI – SALUTE E SICUREZZA

Numero di controlli sanitari

	2010
N. Visite preventive	76
N. Visite periodiche	2.696
N. Visite per cambio mansione	26
N. Visite straordinarie	94
N. Visite per assenza prolungata di salute	54
TOTALE VISITE	2.946

Indici di infortunio

Numero infortuni totale (professionali - stradali - casuali)

Indice di frequenza (n. infortuni totale/ore lavorate x 1.000.000)

Indice di gravità (gg. di assenza per infortuni professionali - stradali - casuali/ore lavorate x 1.000)

Indice di incidenza (n. infortuni totale/n. dipendenti totali x 100)

Durata media degli infortuni (gg. di assenza per infortuni professionali - stradali - casuali/n. infortuni totale)

2010

206

26,77

0,75

4,46

28,04

Infortuni non professionali: stradali e casuali

N. infortuni stradali

6

N. infortuni casuali

26

TOTALE

32

Indicatori di Responsabilità sociale

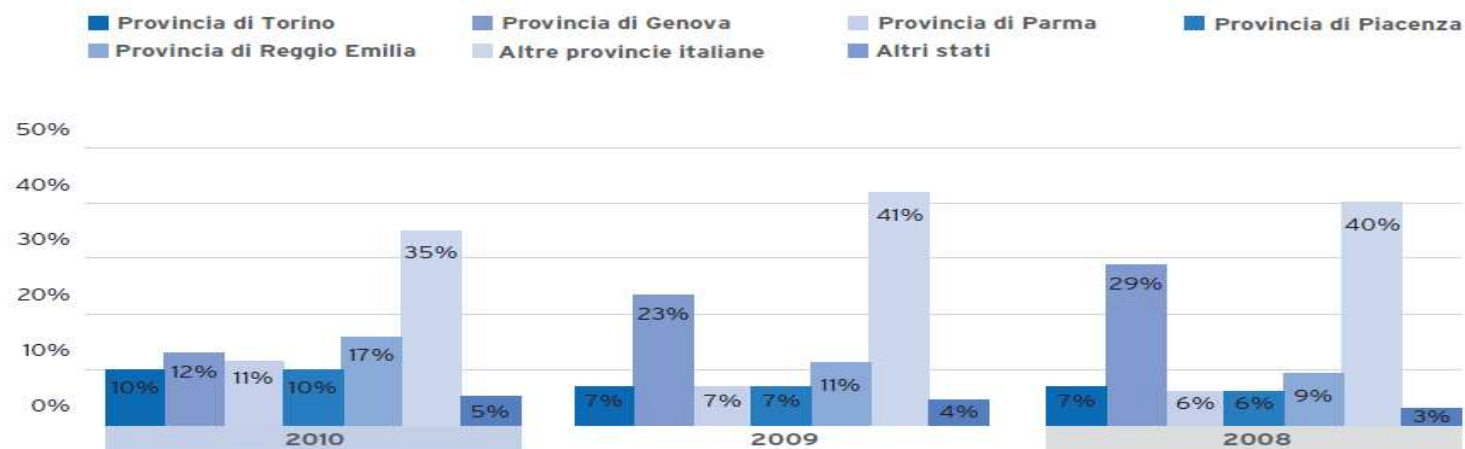
COLLABORATORI – FORMAZIONE

Percentuale di dipendenti coinvolti in almeno un corso di formazione ⁽¹⁾

	2010
Totale dipendenti	64%
Dirigenti	58%
Quadri	67%
Impiegati	65,4%
Operai	61,7%

FORNITORI

Fornitori per area geografica (% su numero)



Fornitori Cooperative sociali - numero ed euro

N.
Euro

	2010	2009	2008
N.	35	38	52
Euro	26.669.438	25.640.495	22.561.263

Indicatori di Responsabilità sociale

	2010	2009	2008
Analisi interne sulle acque potabili e acque reflue			
Area Genova	93.830	93.078	92.162
Area Emilia	38.327	31.467	31.079
TOTALE	132.157	124.545	123.241

	2010	2009	2008
Interruzioni del servizio rete gas (numero)			
Interruzioni di servizio breve senza preavviso	1798	2051	2084
Interruzioni di servizio breve con preavviso	2242	1885	2057
Interruzioni di servizio lunghe senza preavviso	237	271	357
Interruzioni di servizio lunghe con preavviso	881	1037	809
TOTALE	5158	5244	5307

Livelli specifici di qualità commerciale da Iren Mercato nel 2010 (secondo semestre) Settore Energia Elettrica		Tempo massimo di esecuzione prestazioni previsto dall'AEE	Tempo medio effettivo Mercato a maggior tutela	Tempo medio effettivo Mercato libero
Tempo massimo di risposta motivata a reclami scritti di competenza del venditore	clienti BT domestici	40 gg solari	35	38
	clienti BT non domestici	40 gg solari	35	35
	clienti MT	40 gg solari	n.a.	6
Tempo massimo di risposta motivata a reclami scritti per i quali occorre chiedere dati tecnici al distributore	clienti BT domestici	40 gg solari	35	34
	clienti BT non domestici	40 gg solari	36	35
	clienti MT	40 gg solari	n.a.	19
Tempo massimo di rettifica di fatturazione	clienti BT domestici	90 gg solari	42	19
	clienti BT non domestici	90 gg solari	50	17
	clienti MT	90 gg solari	n.a.	*
Tempo massimo di rettifica di doppia fatturazione	clienti BT domestici	20 gg solari	*	5
	clienti BT non domestici	20 gg solari	*	3
	clienti MT	20 gg solari	n.a.	*

(*) Non si sono verificati casi nel periodo di riferimento.

CLIENTI – QUALITÀ COMMERCIALE