



Relazione di impatto 2022



Sommario

1) La nostra azienda e il bene comune	4
Il nostro manifesto	4
I nostri valori	5
Proprietà e organo amministrativo	10
Vision	11
Mission	11
Dallo Statuto	11
Certificazioni	12
Partnership, collaborazioni, adesioni a aggregazioni	13
2) Misurazione e rendicontazione dell'impatto	14
Strumento per la misurazione dell'Impatto	14
Struttura della presente Relazione d'Impatto	14
3) La gestione dell'impatto socio ambientale	15
Il Responsabile dell'Impatto e le sue attribuzioni	15
Individuazione dei principali fattori d'impatto e dei KPI socio ambientali	15
Individuazione dei principali stakeholder	16
4) Valutazione generale	17
Fattori ambientali e contestuali che hanno caratterizzato il periodo	17
Risultati del BIA generali	18
5) Valutazione per aree	19
Governare d'impresa	19
Lavoratori	20
Altri portatori d'interesse	21
Ambiente	23
6) Risultati e obiettivi specifici	24
SDG1 Sconfiggere la povertà	24
Azioni, metodi e risultati	24
Obiettivi per l'esercizio seguente	24
SDG3 Salute e benessere	24
Azioni, metodi e risultati	24
Obiettivi per l'esercizio seguente	24
SDG4 Istruzione di qualità	25
Azioni, metodi e risultati	25
Obiettivi per l'esercizio seguente	25
SDG5 Parità di genere	25
Azioni, metodi e risultati	25
Obiettivi per l'esercizio seguente	25

SDG7 Energia pulita e accessibile	25
Azioni, metodi e risultati	25
Obiettivi per l'esercizio seguente	26
SDG8 Lavoro dignitoso	26
Azioni, metodi e risultati	26
Obiettivi per l'esercizio seguente	26
SDG9 Imprese, innovazione e infrastrutture	27
Azioni, metodi e risultati	27
Obiettivi per l'esercizio seguente	27
SDG10 Ridurre le disuguaglianze	27
Azioni, metodi e risultati	27
Obiettivi per l'esercizio seguente	27
SDG11 Città e comunità sostenibili	28
Azioni, metodi e risultati	28
Obiettivi per l'esercizio seguente	28
SDG12 Consumo e produzione responsabili	28
Obiettivi per l'esercizio seguente	28
SDG13 Lotta contro il cambiamento climatico	28
Azioni, metodi e risultati	28
Obiettivi per l'esercizio seguente	29
SDG15 Vita sulla terra	29
Azioni, metodi e risultati	29
Obiettivi per l'esercizio seguente	29
SDG17 Partnership per gli obiettivi	30
Azioni, metodi e risultati	30
Obiettivi per l'esercizio seguente	30
7) Riepilogo degli obiettivi per l'esercizio seguente	31

1) La nostra azienda e il bene comune

Il nostro manifesto

Crediamo che la Persona sia al centro di tutto l'Universo.

L'Etica è tutto ciò che stimola gli esseri umani.

È la Fiducia che rende indivisibili le persone.

L'Unione rende possibile ogni impossibile.

Tendere all'Eccellenza ci spinge sempre verso un futuro migliore.

L'Entusiasmo rende indimenticabile tutti i momenti.

Salvare la vita umana sul Pianeta per lasciare condizioni migliori alle generazioni future è il nostro compito più importante. Lavoriamo per sostenere aziende e famiglie nel concepire la transizione, accompagnandoli passo dopo passo lungo il processo di cambiamento necessario.

L'energia è ciò che ci aiuta nella realizzazione del nostro destino. Ci impegniamo ogni giorno ad offrire idee e soluzioni concrete per formare i giovani di oggi che saranno i professionisti di domani; per aiutare aziende e famiglie con soluzioni di risparmio ed efficienza energetica per costruire insieme un sistema di vita sul Pianeta più sostenibile; per accompagnare le persone nel futuro con le innovazioni del Metaverso, degli NFT e della blockchain; per assistere i nostri clienti con progetti green di marketing e comunicazione che promuovano al meglio il cambiamento e la crescita delle loro realtà aziendali. Vogliamo creare relazioni di lungo periodo verso un futuro costruito sulle fondamenta delle scelte e delle azioni che compiamo oggi.

Agiamo per sostituire il rapporto Cliente/Fornitore/Responsabile con le parole Amicizia e Partnership; persone che credono nella Libertà di scegliere, nella Lealtà, nella Trasparenza, nella Forza della squadra, nel Coraggio di intraprendere, nella Realizzazione dell'individuo, nell'Ambizione, nel Non mollare mai, nella Generosità del sempre.

Così il mondo di domani sarà un luogo migliore di quello di oggi con persone realizzate, felici e piene di energia per se stesse e per coloro che amano.

I nostri valori



Nel corso degli ultimi decenni si è diffusa l'abitudine, da parte di grandi aziende, di diffondere i Valori Aziendali come simbolo di spirito di appartenenza ad un gruppo coeso verso obiettivi importanti.

Il nostro gruppo nasce dal sogno di Paolo Michielin, di poter creare un'Azienda unica nel suo genere, in cui i Valori fossero realmente un punto di riferimento e, come ha sempre dichiarato lui stesso, "I Nostri Valori sono i veri Presidenti del nostro gruppo, noi dobbiamo avere la forza di esserne un faro guida per tutte le persone che entrano in contatto con EarthCare Group"

LA PERSONA

In EarthCare Group le persone sono al primo posto.

La squadra è uno dei principali valori sui quali si basa il successo della nostra Azienda.

Per questo sviluppiamo politiche di risorse umane basate sul senso della nostra missione: "aiutare le persone a crescere per salvare la loro vita sulla Terra".

Questa convinzione è una delle chiavi per generare un valore aggiunto nella qualità dei nostri servizi e nelle persone che fanno parte della nostra squadra di lavoro.



Come azienda cerchiamo di aiutare coloro che vogliono crescere a livello personale e professionale.

Lo facciamo perché, se è vero che il valore di una persona è intrinseco ed intangibile, è altrettanto provato che, se anche le condizioni dell'ambiente stimolano i collaboratori a esprimere con azioni tangibili il proprio valore ed il proprio potenziale, questi troveranno nell'ambiente di lavoro il proprio luogo di realizzazione e costruiranno una squadra e un'azienda di successo.

Grazie all'impegno assunto da EarthCare Group nei confronti del proprio capitale umano, siamo riusciti a creare un sistema di gestione del personale che ci consente di promuovere e mantenere squadre di lavoro che si identificano con una cultura aziendale.

Ci avvaliamo di professionisti eccellenti a tutti i livelli del nostro Progetto.

La nostra Leadership si basa sul supporto fornito ai singoli collaboratori, affinché in ognuno dei nostri Consulenti si crei la volontà di vivere l'ambiente di lavoro basato sul rispetto delle persone.

In questo modo, ogni impiegato, professionista, Manager o Consulente scopre e sviluppa il proprio potenziale.

LA FIDUCIA

La fiducia è la convinzione secondo cui una persona o un gruppo desidererà o sarà capace di agire adeguatamente in una determinata situazione. La fiducia verrà più o meno rafforzata dalle azioni.

E' possibile sviluppare l'attività di EarthCare Group alimentando la fiducia in se stessi, nelle persone con cui si collabora e nell'azienda.

Tutti i giorni aiutiamo le persone a fidarsi delle proprie capacità ed abilità per poter aver successo nel proprio lavoro.

Diamo loro una buona preparazione per eseguire il proprio compito e, inoltre, dimostriamo loro costantemente di credere che possono raggiungere gli obiettivi richiesti dal business.

EarthCare Group ha sviluppato negli anni diversi strumenti tecnologici propri che consentono massima trasparenza nelle gestioni commerciali, finanziarie ed amministrative.

In questo modo, tutti i consulenti possono controllare i propri risultati tutti i giorni. Tutto questo per creare fiducia.



A ciò si aggiunge anche il supporto costante tramite ognuno degli uffici della nostra struttura aziendale e grazie ad azioni che generano fiducia nella squadra umana e che si riflettono nei risultati globali.

L'ETICA

Il termine "etica" viene dal greco ethos, che significa "condotta", "carattere", "consuetudine".

Di fatto è quella branca della filosofia che studia i comportamenti umani e li distingue in buoni, giusti o moralmente leciti rispetto a comportamenti ritenuti cattivi o moralmente non appropriato.

Nella convinzione che l'etica si basa sui comportamenti, in EarthCare Group siamo abituati a promuovere il lavoro eseguito con il massimo livello di onestà possibile in modo tale da ottenere ogni giorno più credibilità.

Vogliamo essere onesti ed integri nella nostra selezione di nuovi consulenti e vogliamo che, a loro volta, vedano la serietà e la trasparenza del nostro impegno nei loro confronti per poter raggiungere l'obiettivo comune: il successo.

Aiutiamo i nostri collaboratori commerciali e non affinché possano lavorare allo stesso modo con i propri clienti.

Vogliamo che ogni Consulente sia un punto di riferimento ad un passo dalle attività commerciali e industriali e delle famiglie della zona in cui si trova.

Trasmettiamo un messaggio preciso a tutti i collaboratori: le persone che ci conoscono vogliono essere nostri clienti grazie alla dimostrata credibilità della nostra azienda, capace di ispirare fiducia.

Questo porta i consumatori ad accettare le offerte che proponiamo loro.

Non offriamo solo un prodotto, ma una serie di servizi e prodotti di cui ogni realtà ha bisogno.

Come Azienda non siamo disposti a percorrere il nostro cammino di successo senza l'etica e senza l'integrità che stanno alla base della nostra credibilità.

Non lesiniamo mai gli sforzi per conquistare la fiducia dei nostri clienti e per fidelizzarli nel tempo prendendoci cura e premura di ogni attività.

A ciò si aggiunge anche il supporto costante agli Office Manager tramite ognuno degli uffici della nostra struttura aziendale e grazie ad azioni che generano fiducia nella squadra umana e che si riflettono nei risultati globali.

L'ENTUSIASMO

Il termine "entusiasmo" viene dal greco e significa "ispirato da Dio". Nell'antica Grecia si denominavano entusiasti tutti coloro che avevano la capacità di trasformare il mondo circostante e fare in modo che qualcosa succedesse.

Si diceva che avevano Dio dentro di sé a guidarli con forza e saggezza.

Ralph Waldo Emerson affermava: "Senza entusiasmo non si raggiunge nulla di grandioso".

Infatti esso è una delle qualità necessarie per continuare ad essere motivati e raggiungere ciò che si desidera.

L'entusiasmo viene dall'animo di una persona, scaturisce da una mente positiva e cresce tramite azioni positive.

E' necessario credere in noi stessi, nella nostra capacità di agire, trasformarci e trasformare la realtà che ci circonda.

Per essere una persona entusiasta è necessario avere una meta nella vita e sapere perché viviamo.

Dobbiamo essere innamorati dei nostri sogni e delle nostre mete ed avere una passione contagiosa, consapevoli che, se ci crediamo, ce la possiamo fare e che, se ce la possiamo fare, ce la faremo.

Uno dei principali pilastri del business del nostro Gruppo è l'entusiasmo.

Esso è qualcosa che non si vede e non si tocca, ma si sente.

E' come un'energia che ci riempie, ci fa muovere, ci attiva, ci toglie il sonno e fa accelerare.

Ci fa sentire passione per quello che siamo e per quello che facciamo e ci spinge ad ottenere grandi risultati perché aumenta le nostre possibilità di successo

La nostra attività consiste nell'aiutare le aziende a raggiungere il successo aumentando il proprio business e visibilità con la caratteristica fondamentale di agire nella salvaguardia del Pianeta e per svolgere questo compito è necessario avere molto entusiasmo.

Il nostro lavoro richiede un livello elevato di produttività e di iniziativa per raggiungere i nostri obiettivi e, a dire la verità, solo l'entusiasta può essere altamente produttivo.

Aiutiamo le micro e medie aziende a risparmiare sui costi dei servizi di utilità pubblica grazie alla diffusione della cultura dell'efficienza energetica e all'utilizzo di fonti rinnovabili.



Come Azienda siamo alla ricerca di persone piene di entusiasmo: entusiaste del proprio potenziale, delle proprie capacità, dell'apprendimento, della crescita, dello sviluppo di un'attività che offre possibilità illimitate e, soprattutto di agire per la Cura della Terra.

L'ECCELLENZA

Come azienda ci impegniamo quotidianamente nella ricerca costante dell'eccellenza, della crescita e del progresso, per poter rendere tutti i giorni di più e meglio.

Non ci accontentiamo dei risultati ottenuti sino ad ora, ma ci sforziamo di continuare a crescere con azioni sempre più eccellenti.

Facciamo del nostro meglio per essere un'azienda composta da persone che vogliano migliorare e crescere tutti i giorni.

Persone che non si accontentano, ma che aspirano al successo.

Consideriamo l'eccellenza come un invito a svegliarci, a sviluppare capacità latenti in noi e ad adottare un atteggiamento di crescita verso la produttività, l'iniziativa e l'innovazione e non l'immobilismo. Uno sviluppo continuo del proprio personale umano.

Lavoriamo tutti i giorni per conoscere, soddisfare e superare le aspettative del cliente. Solo così tendiamo ad offrire un servizio di eccellenza per divenire una realtà davvero "clientecentrica".

Grazie a questa modalità di pensiero i nostri partner vedano risultati superiori alle proprie aspettative.

Ci sforziamo per fare tutto con eccellenza, perché l'eccellenza attrae l'eccellenza.

Vogliamo che il nostro personale sia eccellente e si circonda di persone che lo siano altrettanto o che, almeno, desiderino esserlo.

Potranno fare parte della nostra squadra solamente coloro che non si accontentano dei risultati ottenuti, ma che cercano un'opportunità di crescita costante, persone compatibili con i nostri valori e disposte a pagare il prezzo richiesto dalla crescita.

Al tempo stesso, queste persone devono volere realizzare i propri sogni applicando un elevato sentimento etico che, tra l'altro, è uno dei nostri valori.

L'UNIONE

L'unione è il valore che fa del nostro Gruppo un'azienda vincente.



In quanto parte di EarthCare sappiamo che dobbiamo essere disposti ad imparare ed ad apportare qualcosa tutti i giorni.

Dobbiamo imparare dai nostri colleghi e mettere a disposizione di tutti quello che conosciamo perché anche gli altri possano imparare.

L'unione consente alla squadra di funzionare come un'orchestra ovvero come un insieme coordinato ed armonioso composto da elementi interdipendenti, che insieme creano belle armonie.

Ogni persona integra l'altra.

Ognuno si fida dei propri compagni e tutti fanno il possibile per mantenere questa unità, che assicura il raggiungimento delle mete.

La nostra Azienda ed i nostri Office Manager si sono impegnati ad applicare questo valore, non solo come concetto teorico, ma come un fattore da mettere in pratica tutti i giorni.

Per poter raggiungere l'unità è necessaria una comunicazione trasparente ed efficace dei compiti e degli obiettivi, attraverso leader capaci di provocare e stimolare tutti i giorni un sano lavoro di squadra.

E' proprio per questo che la nostra Azienda, tramite l'apposito ufficio di Risorse Umane e la Mind+ Academy, crea costantemente programmi di formazione e coaching che aiutano a sviluppare capacità di direzione negli Office Manager e i consulenti a sviluppare il loro potenziale.

Tutto ciò riduce la rotazione del personale e consente un aumento della produttività che, a sua volta, si traduce in migliori risultati.

Un'altra ragione grazie alla quale riusciamo a svolgere questo lavoro in assoluta unione è che crediamo in un altro valore: la fiducia.

Proprietà e organo amministrativo

L'azienda è al momento una società unipersonale di Paolo Michielin, che riveste il ruolo di Amministratore Unico.

Nel secondo semestre dell'anno si è iniziato a lavorare dialogando informalmente con alcune persone nell'ottica che su questa base si vada a costituire nel 2023 un Comitato Consultivo.

Vision

Vogliamo aiutare il genere umano ad affrontare il cambiamento per riuscire a vivere sul pianeta con rispetto e cura, consapevole di esserne ospite e custode per le future generazioni.

Mission

Creiamo occasioni ed opportunità per reinventare il ruolo dell'essere persona nei confronti del Pianeta, attraverso cultura e strumenti necessari alla salvaguardia del futuro della Terra e di conseguenza dell'intera specie umana, a partire dallo sviluppo del territorio in cui siamo radicati.

Dallo Statuto

“Le finalità specifiche di beneficio comune (come definite dall'articolo unico comma 378 lettera a) della legge n. 208/2015) che la società intende perseguire, nell'esercizio della propria attività, consistono nel contribuire, nel compimento delle sopra indicate attività o con altre azioni dedicate, al perseguimento di alcuni degli obiettivi indicati nell'Agenda 2030 dell'ONU, secondo il seguente elenco:

- SDG1 Sconfiggere la povertà:

offrire ai clienti le migliori soluzioni sul mercato per ridurre i costi che le famiglie o le imprese sostengono per quanto riguarda le utilities;

- SDG3 Salute e benessere:

selezionare solo partner commerciali che offrano prodotti e servizi che tutelino la salute e il benessere dei clienti;

- SDG4 Istruzione di qualità:

creare e diffondere formazione basata su competenze basate sull'eccellenza;

- SDG5 Parità di genere:

ricercare nel rapporto con i collaboratori equilibrio e uniformità nel rispetto dell'unicità di ogni essere umano;

- SDG7 Energia pulita e accessibile:

ridurre in tutti gli aspetti delle attività svolte l'uso di energia;

preferire l'energia elettrica e ricorrere solo a quella da fonti rinnovabili, soprattutto per le partnership commerciali;

- SDG8 Lavoro dignitoso:

sviluppare un contesto lavorativo che lasci spazio all'evoluzione del collaboratore, incentivandone la crescita a livello anche personalizzato;

- SDG9 Imprese, innovazione e infrastrutture:

aiutare le imprese ad avere un approccio proattivo verso ogni forma di innovazione tecnologica e non, essendone un esempio, nell'ottica di favorire uno sviluppo economico disaccoppiato dall'impiego di risorse naturali;

- *SDG10 Ridurre le disuguaglianze:*
preferire prodotti e servizi realizzati nel totale rispetto del valore persona, quindi anche con riferimento alle condizioni economiche per i lavoratori impiegati;
- *SDG11 Città e comunità sostenibili:*
Contribuire alla diffusione di una cultura che valorizzi la condivisione delle risorse rispetto all'utilizzo esclusivo del proprietario;
- *SDG12 Consumo e produzione responsabili:*
Coadiuvare le imprese clienti nel migliorare il loro impatto sociale e ambientale attraverso strumenti di gestione dell'impatto;
- *SDG13 Lotta contro il cambiamento climatico:*
proporre al mercato servizi e prodotti che contribuiscono alla mitigazione del cambiamento climatico; la società si impegna ad attuare una evoluzione progressiva del proprio modello di business e operativo verso un'economia a zero emissioni di gas climalteranti, in linea con gli obiettivi europei di neutralità climatica e quelli nazionali di transizione ecologica;
- *SDG15 Vita sulla terra:*
alimentare la riforestazione per favorire un recupero di biodiversità;
- *SDG17 Partnership per gli obiettivi:*
rafforzare le collaborazioni con entità che perseguano la diffusione dei valori orientati ad un modello di sviluppo sostenibile.”;

A fini di sintesi e chiarezza, nel seguito del presente documento ci riferiremo alle specifiche aree di impatto sopra indicate con le seguenti denominazioni:

- SDG1 Sconfiggere la povertà
- SDG3 Salute e benessere
- SDG4 Istruzione di qualità
- SDG5 Parità di genere
- SDG7 Energia pulita e accessibile
- SDG8 Lavoro dignitoso
- SDG9 Imprese, innovazione e infrastrutture
- SDG10 Ridurre le disuguaglianze
- SDG11 Città e comunità sostenibili
- SDG12 Consumo e produzione responsabili
- SDG13 Lotta contro il cambiamento climatico
- SDG15 Vita sulla terra
- SDG17 Partnership per gli obiettivi

Certificazioni

L'Amministratore Unico è in possesso della Certificazione come “Utility Manager” rilasciata da Intertek, secondo la norma di riferimento UNI 11782:2020.



Partnership, collaborazioni, adesioni a aggregazioni

L'azienda ha aderito a [CO2alizione](#), un'aggregazione di imprese impegnate da Statuto a perseguire la neutralità climatica.

2) Misurazione e rendicontazione dell'impatto

Strumento per la misurazione dell'Impatto

Lo strumento individuato per la misurazione dell'impatto, con riferimento all'allegato 4 dell'Art. 1 comma 378 di L. 28-12-2015 n. 208, è il B Impact Assessment (BIA) di B Lab.

Tale strumento è pienamente conforme ai requisiti definiti dal sopracitato Allegato.

Struttura della presente Relazione d'Impatto

La presente Relazione d'Impatto, oltre alla precedente parte descrittiva generale dell'azienda, al fine di rendicontare l'impatto sociale e ambientale si articola nelle seguenti parti:

3. Una descrizione a livello metodologico degli aspetti operativi della gestione dell'impatto
4. La valutazione dell'andamento generale dell'impatto socio ambientale, avvalendosi dell'indicatore sintetico costituito dal punteggio BIA
5. La valutazione sintetica dell'andamento dell'impatto nelle aree previste dall'allegato 5 dell'Art. 1 comma 378 di L. 28-12-2015 n. 208
6. Risultati e obiettivi specifici, con riferimento alle specifiche finalità di bene comune indicate nella parte Benefit dello Statuto
7. Un riepilogo degli obiettivi per l'esercizio seguente
8. Una parte conclusiva che riepiloghi ed evidenzi i tratti salienti del modo in cui l'azienda sta contribuendo e si propone di contribuire al Bene Comune.

La numerazione inizia da 3 per essere allineate con quella delle sezioni che seguono.

3) La gestione dell'impatto socio ambientale

Il Responsabile dell'Impatto e le sue attribuzioni

Responsabili dell'impatto sono Sarah Bianca Puccinelli nata a Viareggio il 19/06/70 e Leonardo Poltronieri nato a Ferrara il 23/03/73.

Queste sono le attività che verranno coordinate congiuntamente dai due responsabili:

1. interfacciarsi con i consulenti di cui l'azienda si avvale
2. supervisionare, o svolgere in prima persona, le attività interne (come ad esempio la produzione di documenti), necessarie per la corretta attuazione dei piani d'azione, anche ai fini dell'ottenimento di certificazioni, rating e simili
3. provvedere all'esecuzione di audit interni
4. provvedere all'aggiornamento dei rilievi (e delle relative eventuali elaborazioni) di dati, misuratori e KPI nonché al loro inserimento sul Registro Socio Ambientale
5. provvedere alla gestione dell'invio, della raccolta e della valutazione dei questionari socio ambientali per i fornitori
6. provvedere alla gestione dell'invio, della raccolta e della valutazione dei questionari di soddisfazione dei clienti
7. provvedere alla gestione dell'invio, della raccolta e della valutazione dei questionari di soddisfazione dei lavoratori
8. individuare una strategia di sensibilizzazione, informazione e formazione interna in tema di sostenibilità
9. contribuire alla produzione di documenti, report, interviste e quant'altro utile per la valorizzazione anche a livello marketing della condotta socio ambientale dell'azienda

Individuazione dei principali fattori d'impatto e dei KPI socio ambientali

Sulla base delle caratteristiche del modello di business di EarthCare, i KPI socio ambientali individuati sono i seguenti:

KPI1	Numero di kg CO2 sequestrati grazie a piantumazione di alberi	Kg CO2
KPI2	Consumo elettrico medio annuale complessivo dei clienti acquisiti nell'anno	KWh
KPI3	Consumo gas medio annuale complessivo dei clienti acquisiti nell'anno (compensato)	smc
KPI4	Quantità di CO2 emessa dai viaggi di lavoro compensata	TonCO2
KPI5	Quantità di stazioni di ricarica vendute nell'anno	N
KPI6	Potenza totale degli impianti FV venduti nell'anno	KW
KPI7	Numero di collaboratori medio durante l'anno	N

Individuazione dei principali stakeholder

- **Utenti:** aziende e privati che scelgono i prodotti e servizi environment-friendly da noi commercializzati
- **Clienti:** il principale è la società Enegan, che ci fornisce le forniture energetiche e i prodotti di efficientamento energetico
- **Collaboratori:** sono i nostri agenti e i consulenti esterni che ci accompagnano nella nostra attività
- **Altri fornitori:** hanno peso relativamente inferiore rispetto ai precedenti; la tendenza avviata da anni è quella di scegliere quelli che offrono un miglior impatto socio ambientale

4) Valutazione generale

Fattori ambientali e contestuali che hanno caratterizzato il periodo

Il 2022 è stato caratterizzato da un lato dalla graduale uscita dalla fase emergenziale causata dal Covid-19, e dall'altro dallo scoppio della guerra in Ucraina, con la conseguente crisi energetica.

Per il percorso verso lo sviluppo sostenibile ciò ha purtroppo determinato un regresso su diversi degli obiettivi dell'Agenda 2030: ritorno al carbone, riabilitazione del gas e del nucleare nella Tassonomia Europea degli investimenti sostenibili, crisi umanitaria per l'esodo dalle zone di guerra, oltre agli effetti diretti, a livello di ricadute sul territorio e sull'atmosfera, dell'uso delle armi. In presenza di questo scenario si è riscontrato un arretramento del processo di dirottamento del capitale finanziario verso la finanza sostenibile, che era stato invece chiaramente in corso nei due anni precedenti.

A Novembre la Commissione europea ha definitivamente approvato la Corporate Sustainability Reporting Directive. Si è svolto il COP27 a Sharm-el-Sheik con un esito ritenuto dai più molto deludente, limitato al riconoscimento del principio di 'Loss and Damage', che prevede risarcimenti economici per i paesi più colpiti dagli effetti del cambiamento climatico. Il COP15 ha portato all'adozione del nuovo *Global Biodiversity Framework*, un insieme di misure che mira a ridurre drasticamente la perdita di biodiversità su scala globale entro il 2030.

I mercati dell'energia hanno subito un irrigidimento nel 2021 a causa di molteplici fattori, tra cui la straordinariamente rapida ripresa economica post-Covid. A seguito dell'invasione russa dell'Ucraina nel febbraio 2022, tuttavia, la situazione è degenerata in una vera e propria crisi energetica globale: il prezzo del gas naturale ha raggiunto livelli record e, di conseguenza, è accaduto lo stesso per il prezzo dell'elettricità in alcuni mercati. Anche i prezzi del petrolio hanno seguito lo stesso trend toccando livelli massimi mai registrati dal 2008 ad oggi.

L'aumento dei prezzi dell'energia ha contribuito ad innescare livelli di inflazione elevati, spingendo le famiglie verso la povertà, costringendo alcune fabbriche a ridurre i loro livelli di produzione o addirittura a fermare le produzioni. Questo effetto domino ha rallentato la crescita economica al punto che alcuni Paesi sono ormai prossimi ad entrare in una fase di grave recessione. L'Europa, straordinariamente vulnerabile in materia di approvvigionamento di gas a causa della sua storica dipendenza dalla Russia, potrebbe sperimentare il razionamento delle forniture di gas quest'inverno e numerose economie emergenti registrano già un forte aumento dei prezzi delle importazioni di energia e carenza di combustibili. Una maggiore offerta di fonti e tecnologie energetiche pulite avrebbe protetto i consumatori e attenuato parte della pressione al rialzo dei prezzi dei combustibili.

Risultati del BIA generali



Il report completo del B Impact Assessment è disponibile in coda alla presente Relazione d'Impatto.

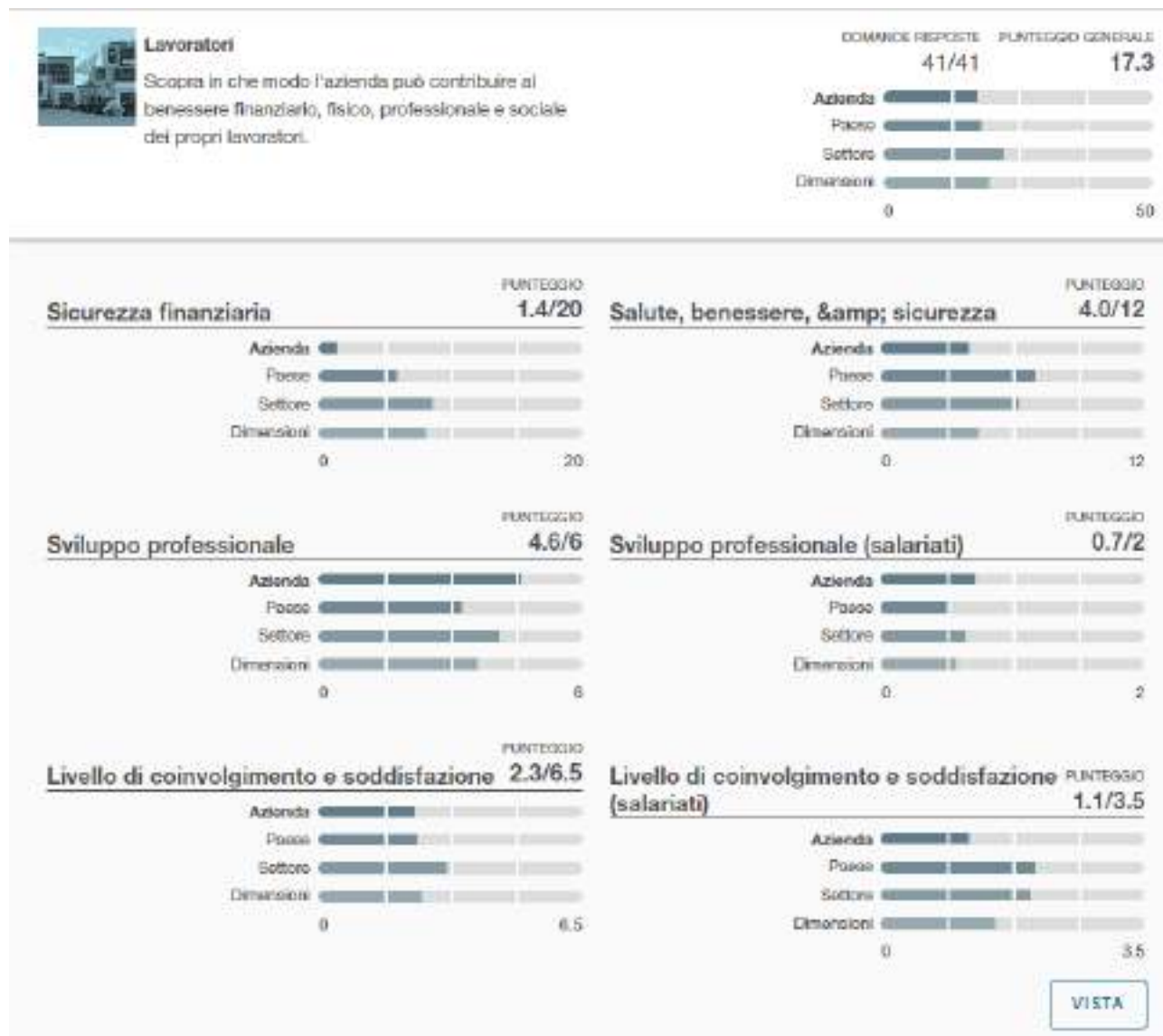
5) Valutazione per aree

Governo d'impresa



Per EarthCare Group l'orientamento al bene comune è tanto forte da avere deciso la trasformazione in Società Benefit effettuata in data 28/12/2022. La valutazione migliorabile (rispetto ai benchmark) riguardo a mission e impegno è imputabile al fatto che alcuni aspetti formali, anche a causa delle limitate risorse disponibili, soprattutto di tempo, non sono ancora stati adeguatamente curati, ma al riguardo si provvederà al più presto.

Lavoratori



EarthCare Group è una struttura molto particolare dal punto di vista dei lavoratori. Infatti se da un lato gestisce una certa quantità di collaboratori commerciali, questi in alcuni casi non hanno un rapporto di collaborazione formale con EarthCare ma con l'azienda cliente della stessa. Questo fa sì che, dovendo far rientrare questa modalità nella griglia dei criteri del BIA, le risposte date a volte non possano rispecchiare pienamente la realtà del lavoro e delle relazioni che quotidianamente hanno luogo. Proprio per questo lo score della voce 'sicurezza finanziaria' risulta fortemente coinvolto.

Altri portatori d'interesse



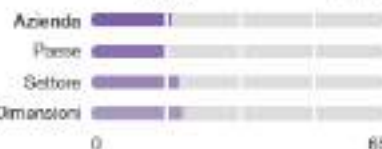
Comunità

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere economico e sociale della comunità in cui opera.

DOMANDE RISPONTE PUNTEGGIO GENERALE

33/33

17.6



Diversità, equità, & inclusione

PUNTEGGIO

3.0/15



Impatto economico

PUNTEGGIO

7.8/15



Impegno civico e donazioni

PUNTEGGIO

2.7/12



Gestione della catena di distribuzione e fornitura

PUNTEGGIO

1.0/8



Sviluppo economico locale - Business Model d'impatto

PUNTEGGIO

0.0/15

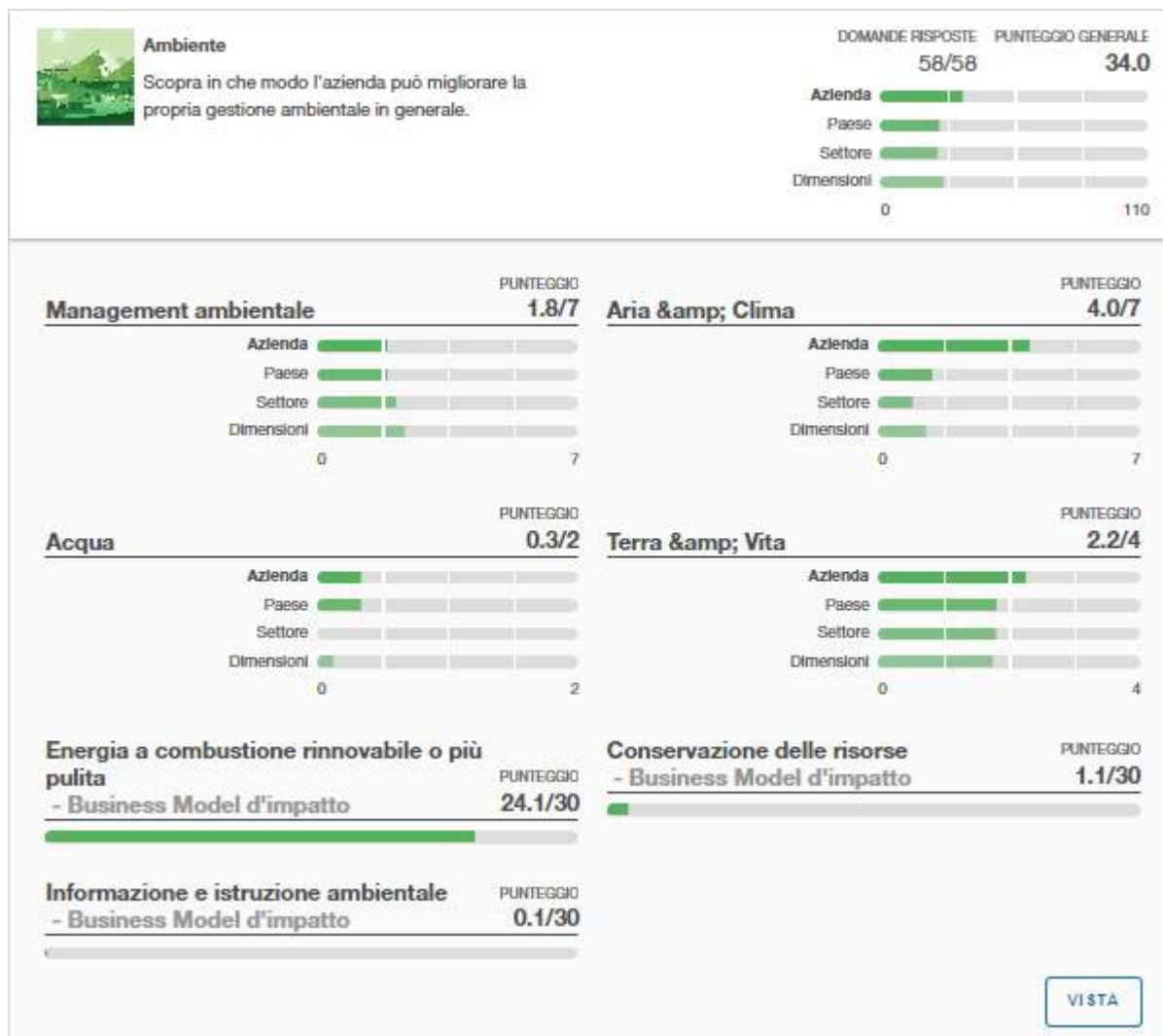
VISTA

Se sostanzialmente gli score sono in linea o migliorativi rispetto ai vari benchmark, quello per la Gestione della catena di distribuzione e fornitura dipende soprattutto dal fatto che l'azienda non ha ancora messo in atto meccanismi di verifica dell'impatto dei fornitori. Va però evidenziato che, in base al modello di business dell'azienda, il *fornitore* più importante, cioè l'azienda energetica di cui si rivendono i servizi, è formalmente un cliente. E va considerato che invece su questo *fornitore* è stata fatta un'attenta analisi proprio riguardo alla sua qualità socio ambientale.



Anche riguardo ai clienti va considerata la particolare configurazione di EarthCare: formalmente sono clienti i fornitori dei servizi di cui EarthCare ha un mandato di vendita. E' però evidente che l'impatto dell'attività dell'azienda è soprattutto dipendente dagli effetti generati a favore dei clienti delle aziende mandanti, ed è infatti a questi che ci si è riferiti rispondendo alle domande della presente sezione. Adottando questo approccio vediamo che lo score risulta fortemente positivo, dato peraltro coerente con la sostanza dell'attività che EarthCare sta svolgendo.

Ambiente



La salvaguardia dell'ambiente è uno dei due pilastri di EarthCare (dal quale deriva anche il nome scelto). Il nostro impegno consiste quindi non solo nel svolgere le nostre attività nel modo maggiormente rispettoso dell'ambiente, ma anche e soprattutto nell'ottenere un effetto moltiplicativo generando con la nostra attività miglioramento d'impatto per i destinatari della nostra attività commerciale, anche grazie al trasferimento di conoscenza sulle tematiche ambientali e di sostenibilità che la nostra attività verso gli utenti comprende.

6) Risultati e obiettivi specifici

SDG1 Sconfiggere la povertà

Azioni, metodi e risultati

- Nello svolgimento del nostro lavoro l'attenzione è stata posta sull'ottimizzazione dei consumi dei clienti, con la conseguente riduzione dell'impatto economico per la famiglia o l'impresa. E' stata sempre effettuata in via preventiva un'attenta analisi delle utenze del potenziale cliente, in particolare valutando l'energia reattiva per verificare possibilità di ottimizzazione dell'impianto, con riduzione dei consumi. I consumi, e i conseguenti costi, sono poi stati ulteriormente ridotti grazie all'omaggio (o vendita) di lampade led da parte della mandante.
- Per i privati la principale scelta di commercializzazione tra le varie offerte è stata quella del prodotto *Condivisa*, che ha permesso a molte famiglie, grazie alla segnalazione di possibili nuovi clienti, di ottenere un beneficio economico anche importante, tale da, in numerosi casi, azzerare le loro bollette.

Obiettivi per l'esercizio seguente

- Incrementare l'azione commerciale verso famiglie e imprese individuali, per le quali le bollette sono una voce che impatta in modo significativo sugli equilibri economici, per incrementare il risparmio energetico ed economico delle stesse

SDG3 Salute e benessere

Azioni, metodi e risultati

- Abbiamo venduto purificatori d'aria (per il Covid-19) e lampade UVA atte a igienizzare gli ambienti domestici e di lavoro

Obiettivi per l'esercizio seguente

- Selezionare un partner altamente qualitativo con prodotti e servizi per la salute e il benessere, diffondendo anche la cultura del valore di queste due tematiche
- Fare partnership con Banca delle Visite per assicurare l'accesso alle cure a soggetti meno abbienti: Earthcare sosterrà economicamente questa organizzazione, che potrà così dare assistenza a persone svantaggiate

SDG4 Istruzione di qualità

Azioni, metodi e risultati

- Abbiamo fornito ai collaboratori informazione e formazione dedicata e specializzata anche sui temi della sostenibilità in ambito sia commerciale che di sviluppo personale
- Nei confronti degli utenti abbiamo fornito formazione e informazione continua sui temi della sostenibilità, con particolare attenzione all'efficientamento energetico

Obiettivi per l'esercizio seguente

- Selezionare un partner altamente qualitativo con prodotti e servizi dedicati alla formazione personale e aziendale
- Realizzare una newsletter mensile che tratti di sostenibilità e sviluppo dell'essere umano
- Offrire attraverso l'emittente radiofonica rubriche di formatori interni o esterni in ambito di sviluppo personale e sostenibile

SDG5 Parità di genere

Azioni, metodi e risultati

- Abbiamo sempre tenuto tutte le posizioni ricercate aperte ad ogni genere

Obiettivi per l'esercizio seguente

- Continuare a mantenere questa politica, cercando di incrementare anche nel reparto commerciale le quote rosa
- Monitorare la differenziazione di genere delle persone che vengono ai nostri colloqui per la selezione di collaboratori

SDG7 Energia pulita e accessibile

Azioni, metodi e risultati

KPI2	Consumo elettrico medio annuale complessivo dei clienti acquisiti o rinnovati nell'anno	KWh	10.107.229
KPI5	Quantità di stazioni di ricarica vendute nell'anno	N	3
KPI6	Potenza totale degli impianti FV venduti nell'anno	KW	20

- Abbiamo commercializzato solo energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili, principalmente da Fotovoltaico
- Abbiamo veicolato ai nuovi utenti l'omaggio da parte della mandante di lampade a Led
- Intrapresa la proposizione di impianti fotovoltaici

Obiettivi per l'esercizio seguente

			Consuntivo 2022	Target 2023
KPI2	Consumo elettrico medio annuale complessivo dei clienti acquisiti o rinnovati nell'anno	KWh	10.107.229	20.000.000
KPI5	Quantità di stazioni di ricarica vendute nell'anno	N	3	5
KPI6	Potenza totale degli impianti FV venduti nell'anno	KW	20	40

- vendere 10 impianti fotovoltaici
- iniziare un percorso di formazione specifica sul tema delle comunità energetiche

SDG8 Lavoro dignitoso

Azioni, metodi e risultati

KPI7	Numero di collaboratori medio durante l'anno	N	15
------	--	---	----

- Si è preferita come mandante l'azienda che offriva, a parità di altre condizioni, il trattamento degli agenti più tutelante sul piano economico grazie a un bonus mensile significativo ottenibile con un minimo venduto facilmente raggiungibile
- Si è preferita come mandante l'azienda che offriva una parte formativa molto intensa, per elevare la qualità del lavoro dei collaboratori
- I collaboratori indiretti (attraverso EarthCare) vengono retribuiti in egual misura rispetto a quelli diretti della mandante

Obiettivi per l'esercizio seguente

			Consuntivo 2022	Target 2023
KPI7	Numero di collaboratori medio durante l'anno	N	15	20

- Migliorare gli strumenti di lavoro a disposizione dei venditori, anche per migliorare il loro profilo professionale rispetto al riconoscimento del mercato

SDG9 Imprese, innovazione e infrastrutture

Azioni, metodi e risultati

- Abbiamo iniziato nella nostra azienda a porre le basi per la costruzione di un sistema CRM, e per gli agenti abbiamo abbandonato la gestione cartacea dei contratti, lasciando solo quella digitale
- Molte delle riunioni sono state svolte in videoconferenza, cogliendo l'occasione per migliorare la conoscenza di questi strumenti da parte di chi non ce l'aveva

Obiettivi per l'esercizio seguente

- Vendere servizi di consulenza per l'innovazione sostenibile
- Aggiungere strumenti commerciali digitali, a testimonianza della coerenza operativa a cui vogliamo tendere
- Utilizzare i nostri ambienti virtuali di metaverso per avvicinare i nostri commerciali e clienti alle nuove generazioni native digitali
- Realizzare una collezione proprietaria di NFT (Non Fungible Tokens) per evidenziare la nostra valenza di innovatori nel mercato

SDG10 Ridurre le disuguaglianze

Azioni, metodi e risultati

- Abbiamo iniziato a fare formazione finanziaria ai nostri commerciali potenziare la competenza sul tema del denaro per ridurre l' "ignoranza" che alimenta disuguaglianza sociale
- Avendo finanziato progetti di riforestazione abbiamo anche contribuito all'economia locale di aree svantaggiate

Obiettivi per l'esercizio seguente

- Attivare per ogni collaboratore continuativo un wallet digitale; questa attivazione consentirà al collaboratore di mettere in pratica ciò che ha appreso
- Implementare l'impegno in progetti di riforestazione

SDG11 Città e comunità sostenibili

Azioni, metodi e risultati

- Abbiamo iniziato a formarci su questo argomento anche grazie a materiale messo a disposizione dalla APS *Save the Planet*
- Promosso il tema presso gli utenti in particolare riguardo alla installazioni di impianti fotovoltaici

Obiettivi per l'esercizio seguente

- Rafforzare la nostra competenza sul tema e la sua diffusione della stessa presso collaboratori e clienti
- Valutare se attivare partnership con soggetto dedicato

SDG12 Consumo e produzione responsabili

Obiettivi per l'esercizio seguente

- Ridurre ulteriormente l'utilizzo della carta, consolidando l'abitudine al riuso e riciclo
- Attivare partnership con società che distribuisca prodotti informati rigenerati o riciclati

SDG13 Lotta contro il cambiamento climatico

Azioni, metodi e risultati

KPI1	Numero di ton CO2 sequestrate nell'intero ciclo di vita grazie a piantumazione di alberi nell'anno	TonCO2	80
KPI3	Consumo gas medio annuale complessivo dei clienti acquisiti nell'anno (compensato)	smc	2.199,496
KPI4	Quantità di CO2 emessa dai viaggi di lavoro compensata	TonCO2	30

- Abbiamo finanziato la compensazione di CO2 grazie a vari progetti di riforestazione
- Abbiamo stretto un accordo con un partner internazionale per rafforzare il nostro impegno verso la piantumazione
- Abbiamo deciso di cambiare nome, dopo molti anni nei quali si era costruito il valore reputazionale dell'azienda con il nome precedente (Albatros), per evidenziare sin da questo la priorità per noi della lotta a favore della salvaguardia del pianeta

Obiettivi per l'esercizio seguente

			Consuntivo 2022	Target 2023
KPI1	Numero di ton CO2 sequestrate nell'intero ciclo di vita grazie a piantumazione di alberi nell'anno	TonCO2	80	200
KPI3	Consumo gas medio annuale complessivo dei clienti acquisiti nell'anno (compensato)	smc	2.199,496	2.500.000
KPI4	Quantità di CO2 emessa dai viaggi di lavoro compensata	TonCO2	30	30

- Regalare l'intestazione della piantumazione di un albero ad ogni cliente che acquisisce prodotti o servizi online dalla nostra piattaforma

SDG15 Vita sulla terra

Azioni, metodi e risultati

- Contribuendo alla piantumazione di alberi
- Piantati 130 alberi attraverso Treedom e Treenation

Riportiamo qui i progetti di ripiantumazione finanziati, con i dati aggiornati non alla data del 31/12/2022 ma a quella della redazione del presente documento



Obiettivi per l'esercizio seguente

- Installare un'arnia per le api presso il Parco Reale di Monza

SDG17 Partnership per gli obiettivi

Azioni, metodi e risultati

- Abbiamo attivato partnership con operatori impegnati in diversi ambiti dello sviluppo sostenibile al fine di veicolare la promozione dei loro prodotti o servizi, rafforzando sul territorio l'opera di evangelizzazione sulla sostenibilità

Obiettivi per l'esercizio seguente

- Consolidare le partnership già esistenti e attivarne di nuove

7) Riepilogo degli obiettivi per l'esercizio seguente

			Consuntivo 2022	Target 2023
KPI1	Numero di kg CO2 sequestrati grazie a piantumazione di alberi	Kg CO2	80	200
KPI2	Consumo elettrico medio annuale complessivo dei clienti acquisiti nell'anno	KWh	10.107.229	20.000.000
KPI3	Consumo gas medio annuale complessivo dei clienti acquisiti nell'anno (compensato)	smc	2.199,496	2.500.000
KPI4	Quantità di CO2 emessa dai viaggi di lavoro compensata	TonCO2	30	30
KPI5	Quantità di stazioni di ricarica vendute nell'anno	N	3	5
KPI6	Potenza totale degli impianti FV venduti nell'anno	KW	20	40
KPI7	Numero di collaboratori medio durante l'anno	N	15	20

- Incrementare l'azione commerciale verso famiglie e imprese individuali, per le quali le bollette sono una voce che impatta in modo significativo sugli equilibri economici, per incrementare il risparmio energetico ed economico delle stesse
- Selezionare un partner altamente qualitativo con prodotti e servizi per la salute e il benessere, diffondendo anche la cultura del valore di queste due tematiche
- Fare partnership con Banca delle Visite per assicurare l'accesso alle cure a soggetti meno abbienti: Earthcare sosterrà economicamente questa organizzazione, che potrà così dare assistenza a persone svantaggiate
- Selezionare un partner altamente qualitativo con prodotti e servizi dedicati alla formazione personale e aziendale
- Realizzare una newsletter mensile che tratti di sostenibilità e sviluppo dell'essere umano
- Offrire attraverso l'emittente radiofonica rubriche di formatori interni o esterni in ambito di sviluppo personale e sostenibile
- Continuare a mantenere questa politica, cercando di incrementare anche nel reparto commerciale le quote rosa
- Monitorare la differenziazione di genere delle persone che vengono ai nostri colloqui per la selezione di collaboratori
- vendere 10 impianti fotovoltaici
- iniziare un percorso di formazione specifica sul tema delle comunità energetiche
- Migliorare gli strumenti di lavoro a disposizione dei venditori, anche per migliorare il loro profilo professionale rispetto al riconoscimento del mercato
- Vendere servizi di consulenza per l'innovazione sostenibile
- Aggiungere strumenti commerciali digitali, a testimonianza della coerenza operativa a cui vogliamo tendere
- Utilizzare i nostri ambienti virtuali di metaverso per avvicinare i nostri commerciali e clienti alle nuove generazioni native digitali

- Realizzare una collezione proprietaria di NFT (Non Fungible Tokens) per evidenziare la nostra valenza di innovatori nel mercato
- Attivare per ogni collaboratore continuativo un wallet digitale; questa attivazione consentirà al collaboratore di mettere in pratica ciò che ha appreso
- Implementare l'impegno in progetti di riforestazione
- Rafforzare la nostra competenza sul tema e la sua diffusione della stessa presso collaboratori e clienti
- Valutare se attivare partnership con soggetto dedicato
- Ridurre ulteriormente l'utilizzo della carta, consolidando l'abitudine al riuso e riciclo
- Attivare partnership con società che distribuisca prodotti informati rigenerati o riciclati
- Regalare l'intestazione della piantumazione di un albero ad ogni cliente che acquisisce prodotti o servizi online dalla nostra piattaforma
- Installare un'arnia per le api presso il Parco Reale di Monza
- Consolidare le partnership già esistenti e attivarne di nuove