

RELAZIONE ANNUALE DI IMPATTO (ESERCIZIO SOCIALE 2021)



amati
ENERGY SAVING

**Il tuo nuovo partner per
il risparmio energetico.**

📍 MODENA 059 309 1506

📍 BOLOGNA 051 324 672

www.amatispa.it

CHI SIAMO:

da 50 anni la AMATI PIETRO SRL è un riferimento per la gestione, installazione e manutenzione degli impianti termici condominiali. Esperienza sul mercato e un'estesa rete di collaboratori qualificati ci permette di intervenire in modo puntuale e tempestivo per risolvere le esigenze di ogni cliente.

I punti di forza dell'azienda sono:

- Tempestività: garantiamo l'intervento entro 2 ore dalla segnalazione del problema H24 365 giorni all'anno;
- Competenza: quasi un migliaio di condomini si affidano alla nostra gestione, svolta da personale qualificato e continuamente aggiornato;
- Esperienza: dal 1967, la nostra è una storia di crescita continua, ma sempre nel rispetto della qualità del servizio;
- Organizzazione: siamo attrezzati per gli interventi sul posto e con la telegestione e teleallarme sugli impianti, con garanzia di servizio completo, continuativo e chiavi in mano;
- Accessibilità: il cliente è il primo a conoscere le proprie necessità e noi siamo al suo fianco per migliorare la qualità della sua vita all'interno della propria abitazione;
- Laboriosità: siamo più di un semplice fornitore, siamo un partner proattivo che studia soluzioni innovative su misura per ogni realtà;
- Tutela dell'ambiente: ci impegniamo a eliminare gli sprechi e nella conversione verso le energie pulite, contribuendo alla salvaguardia dell'ambiente;
- Aggiornamento: i nostri tecnici sono continuamente formati e siamo in possesso delle principali certificazioni per il miglioramento dell'efficienza aziendale;
- Consumo responsabile: promuoviamo buoni comportamenti con soluzioni per ridurre i consumi e renderli più sostenibili, dal punto di vista ambientale ed economico.

Dal 01.01.2022 la società è divenuta AMATI SPA (Energy Saving).
Nome fortemente voluto dalla Direzione perché indica la volontà della società di far risparmiare energia al cliente senza mai perdere di vista la parte ecologica e green del nostro “Comparto Casa”.

La sede principale della società è situata a Modena in Via Bologna, 43.
A questa si aggiunge la filiale di Bologna in Via dei Lapidari, 12/3.

In totale i dipendenti della AMATI SPA sono 48.

La AMATI SPA fornisce ai suoi clienti un servizio di qualità garantito da diverse certificazioni: ISO 9001-2015 (certificati dal 1999) , FGAS aziendale e personale, EGE, SOA.



FINALITA'DI BENEFICIO

COMUNE DELLA SOCIETA':

AREA IMPATTO SOCIALE

1. Servire per il benessere e al benessere offrendo la modernità nel settore in cui opera la società e creando comunità energetiche da fonti rinnovabili
2. Contribuire a generare forme di socializzazione e di socialità positiva ed inclusiva attraverso l'accudienza a persone e cose
3. Sviluppare nuove forme di sostenibilità economica e sociale aumentando la resilienza territoriale, delle abitazioni ed il comfort abitativo riprogrammando la permanenza nei luoghi in cui le persone vivono ed abitano

AREA DI IMPATTO AMBIENTE/EDUCAZIONE

1. Tutelare l'ambiente e migliorare la sicurezza e l'indipendenza energetica attraverso la promozione dell'efficacia e dell'efficienza nei settori in cui opera la società, rendendo gli edifici a basso consumo energetico e a basso impatto ambientale secondo il principio del "near zero emission build"
2. Pianificare, sviluppare e promuovere eventi e azioni a sostegno e sviluppo dell'educazione ambientale e della formazione degli attori presenti nei territori in cui opera la società ed in coerenza alla propria attività economica, attraverso azioni volte al cambiamento dei comportamenti e delle abitudini quotidiane, favorendo la cooperazione e la co-creazione tra tutti gli stakeholder coinvolti nella generazione, produzione, consumo e gestione dell'energia

AREA DI IMPATTO PERSONE

1. Dare un senso ed una dimensione etica al lavoro sviluppando una cultura della competenza, della coerenza, del rispetto e della cura di persone, rendendo il lavoro più agevole attraverso l'introduzione

- e l'utilizzo delle tecnologie e la diffusione dell'importanza che hanno i collaboratori all'interno del proprio settore di attività
2. Operare per il cambiamento che si desidera vedere creando "ambasciatori", con obiettivi comuni e con un orizzonte culturale allargato e proattivo della green economy
 3. Vincere la resistenza al cambiamento aumentando la capacità di adattamento e creando serenità, fiducia e ottimismo attraverso la creazione di un capitale organizzativo volto a massimizzare la coesione all'interno e tra i reparti, la salute fisica, il benessere e gli stili di vita

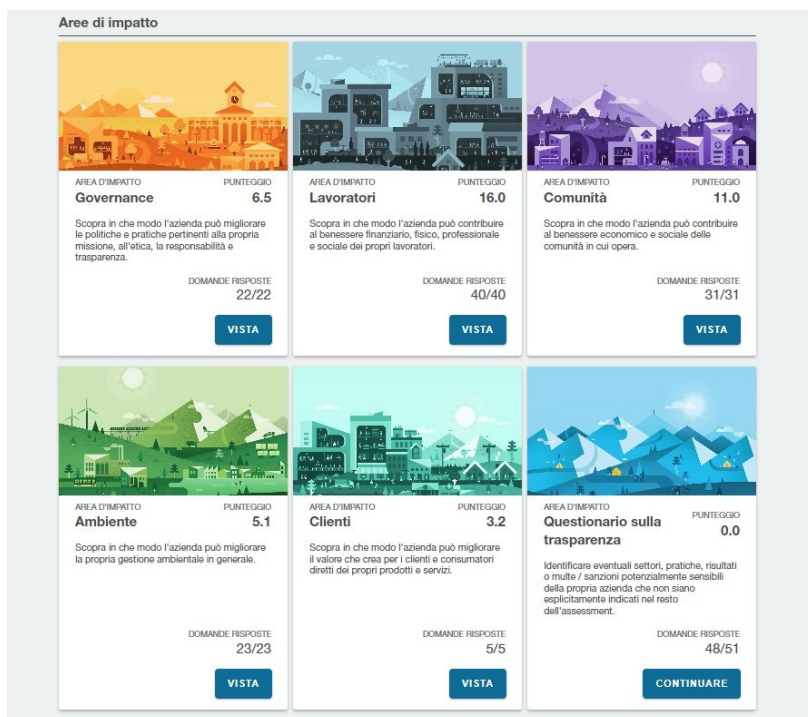
AREA DI IMPATTO FORNITORI

1. Operare per essere il miglior cliente per i propri fornitori attraverso l'instaurazione di rapporti trasparenti, costruttivi, ed etici ispirati da una reciproca interdipendenza volta all'aggiornamento tecnico e organizzativo, all'individuazione di percorsi di sviluppo sostenibile con obiettivi condivisi mettendo a fattor comune valori, idee e competenze con lo scopo di conseguire un motivante e soddisfacente impegno in un'attività economica prospera e rigenerativa



RELAZIONE IMPATTO:

Per la rendicontazione dell'impatto societario è stato scelto di utilizzare la BIA (BENEFIT IMPACT ASSESSMENT). BIA è lo strumento più completo di misura dell'impatto generato dalle aziende.



GOVERNANCE (area che valuta la missione generale dell'azienda)

Viene considerato positivo il coinvolgimento della Direzione. Come è positivo che si tengano riunioni una volta ogni tre mesi con il collegio sindacale. Positivo anche il fatto che vengano implementati i controlli finanziari interni con revisione dei dati finanziari.

LAVORATORI (area che valuta il contributo dell'azienda al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri dipendenti)

In quest'area la AMATI SPA ha raggiunto un punteggio di 16. Si delinea che l'azienda pone attenzione al benessere dei propri dipendenti. Il personale, al momento dell'assunzione, viene formato sia dal punto di

vista della sicurezza sia dal punto di vista settoriale e viene fornita una formazione continua in base alle necessità lavorative e del lavoratore.

COMUNITA' (area che valuta l'impegno per la comunità e l'impatto generato dall'azienda su di essa)

L'azienda da sempre valuta e ricerca personale nel territorio in modo da agevolare la comunità locale e avere la maggioranza di forza-lavoro locale. L'azienda ogni anno richiede gli elenchi dei maturandi negli istituti superiori settoriali del territorio.

AMBIENTE (valuta la gestione ambientale complessiva di un'azienda, comprese le strutture, l'uso delle risorse, le emissioni, la tipologia dei mezzi utilizzati nei suoi canali di distribuzione e nella sua catena di fornitura)

In visione del miglioramento green della AMATI SPA, la società ha installato sul tetto aziendale dei pannelli fotovoltaici che coprono il fabbisogno aziendale di energia.

CLIENTI (valuta in che modo l'azienda può migliorare il valore che crea per i clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi)

L'azienda da sempre offre garanzie rispetto i propri prodotti o servizi anche attraverso le certificazioni in possesso come la qualità dove si monitorano le soddisfazioni del servizio del cliente e si analizzano durante la verifica ispettiva annuale.

Molto importante è anche la privacy del cliente e la sicurezza dei dati.



CONDOMINIO DI MODENA (IMPIANTO FOTOVOLTAICO)



FOTOVOLTAICO SEDE AMATI SPA

I NUOVI OBIETTIVI – IMPEGNI DI SOSTENIBILITA' 2022

GOVERNANCE (area che valuta la missione generale dell'azienda)

Programmazione di assunzioni mirati al rafforzamento dell'organizzazione interna per garantire la sostenibilità del settore organizzativo/qualità. Inoltre saranno aggiunti: 1 elemento in contabilità e 1 elemento nel settore del Superbonus che ci permetterà di poter realizzare opere anche alla fine dei bonus sul mondo edile.

Questi elementi ci permetteranno di migliorare l'organizzazione generale dell'azienda: dai turni, alla tecnica, alla formazione, al servizio clienti, al rapporto con i fornitori.

LAVORATORI (area che valuta il contributo dell'azienda al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri dipendenti)

Aumentare la formazione dei dipendenti sia a livello sicurezza sia a livello settoriale. Inoltre è necessario intraprendere un percorso conoscitivo della visione dell'insieme dell'azienda per far percepire ad ogni singolo dipendente il portanza di se e del gruppo, costruzione di eventi con slides per far capire chi siamo e dove vogliamo andare.

COMUNITA' (area che valuta l'impegno per la comunità e l'impatto generato dall'azienda su di essa)

Esecuzione di un evento per spiegare la building automation.

Studio di una donazione di bosco alberato.

AMBIENTE (valuta la gestione ambientale complessiva di un'azienda, comprese le strutture, l'uso delle risorse, le emissioni, la tipologia dei mezzi utilizzati nei suoi canali di distribuzione e nella sua catena di fornitura)

Gestione capillare dei mezzi e del chilometraggio degli stessi.
Valutazione di uno studio per ridurre in generale gli sprechi.

Valutazione d'installazione di fotovoltaico su Bologna (5 kwp).

Efficientamento della differenziata sia dal punto di vista interno che esterno.

CLIENTI (valuta in che modo l'azienda può migliorare il valore che crea per i clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi)

L'azienda ha l'obiettivo di offrire un prodotto/servizio volto a collegare tutti le componenti volte all'obiettivo di cultura e risparmio:

1. La digitalizzazione della fruizione degli impianti (building automation);
2. L'utilizzo di forme di energie rinnovabili legate all'autoconsumo istantaneo di energia prodotta da fotovoltaico e utilizzata da impianti ibridi;
3. La proposta di riqualificazione totale dell'edificio e non più parziale (o solo impianti o solo isolamento termico) dando business plant ai clienti di rientro d'investimento con il risparmio;
4. Coinvolgere ad investire nei nostri progetti: Istituti di Credito o Multiutility al progetto green del futuro compresi i fornitori con la stessa mission;
5. Tessere rapporti con le migliori aziende europee con l'obiettivo di connetterle tutte nel progetto globale di riqualificazione;
6. Condividere le rigenerazioni in zone precise della città per generare un riqualifazione/rigenerazione urbana coinvolgendo anche le parti sociali ed il Comune con eventi;
7. Intercettare bonus, finanziamenti o agevolazioni per i nostri clienti;
8. Partecipare alla formazione di comunità energetiche;

CERTIFICAZIONE B CORP

La AMATI SPA ha come obiettivo futuro la certificazione B CORP. Nei prossimi anni monitoreremo con la BIA l'avanzamento o meno della possibilità di certificarci.

