

RELAZIONE ANNUALE DI IMPATTO
(ESERCIZIO SOCIALE 2024)



amati
ENERGY SAVING

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

📍 MODENA 059 309 1506

📍 BOLOGNA 051 324 672

www.amatipa.it

CHI SIAMO

Da 50 anni la AMATI PIETRO SRL e poi AMATI Spa (Energy Saving) 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.

La dicitura Energy Saving nella ragione sociale è stata fortemente voluta 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 58.

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 (anche edile).



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. Obiettivo raggiunto nel 2024 con l'assunzione mirata nei settori tecnico/qualitativo, contabilità e nel settore del Costumare Care. Queste assunzioni ci hanno permesso

di migliorare l'organizzazione generale dell'azienda: dai turni, alla tecnica, alla formazione, al servizio clienti, al rapporto con i fornitori, al MEPA (mercato elettronico della pubblica amministrazione).

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 14,6. 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. Obiettivo raggiunto nel 2024 con l'aumento della formazione dei dipendenti sia a livello sicurezza sia a livello settoriale/specialistico. Inoltre si è svolto un evento aziendale che avuto come obiettivo anche il rafforzare il gruppo azienda facendo incontrare settori che non sempre si incontrano lavorativamente. Sempre in questo evento si è parlato degli obiettivi raggiunti e dei futuri obiettivi comuni.

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. Offre disponibilità per accogliere e far crescere stagisti provenienti da corsi professionalizzanti. Amati Alessandro presenza alle riunioni di orientamento scolastico per parlare agli studenti e ai loro genitori dell'importanza di approcciarsi al mondo del lavoro ma sempre tenendo conto del lato green che ogni lavoro può offrire. Nel 2024 ha svolto varie docenze presso le più importanti associazioni di categoria per formare i team che gestiscono energeticamente e non gli edifici per tramandare la cultura della buona manutenzione e del risparmio energetico. Ha presenziato come relatore in varie riunioni/incontri nell'ambito dell'autonomia energetica green.

Amati Alessandro ha presenziato anche a molte riunioni condominiali dove spiega la possibilità di creare condomini sempre più green, digitalizzati, nel rispetto del risparmio energetico e in sicurezza.

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)

Nel 2024 si è avviato il processo d'innovazione dei mezzi di trasporto in ottemperanza alle richieste europee. Inoltre sono stati avviati processi di ottimizzazione di digitalizzazione dei processi manutentivi per ridurre interventi doppi con l'obiettivo di riduzione generare del kilometraggio.

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 importanti sono anche la privacy del cliente e la sicurezza dei dati.

Nel 2024 si continua con la digitalizzazione della fruizione degli impianti (building automation) installando questo sistema presso alcuni stabili gestiti da noi.

Inoltre si è intensificata l'opera della società nel vedere e risolvere i problemi di sicurezza all'interno degli impianti termici degli stabili condominiali. Problemi che vanno dall'accesso alla centrale termica alla linea vita sul tetto. L'azienda riscontra il problema e informa l'amministratore in modo che o ci permette di sistemare o incarica un altro professionista di farlo ma comunque l'interesse e mettere in sicurezza gli stabili.

I NUOVI OBIETTIVI

IMPEGNI DI SOSTENIBILITA'

2025

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

Proseguiremo con le assunzioni mirate al rafforzamento dell'organizzazione generale.

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

Proseguiremo con la formazione dei dipendenti sia a livello sicurezza sia a livello settoriale/specialistico. Inoltre è necessario intraprendere un percorso conoscitivo della visione dell'insieme dell'azienda per far percepire ad ogni singolo dipendente la portanza di se e del gruppo, costruzione di eventi con slides per far capire chi siamo e dove vogliamo andare. I dipendenti continueranno ad essere formati dal punto di vista della sicurezza sul luogo di lavoro in modo da riuscire a prevenire eventuali infortuni e a cambiare determinati atteggiamenti che portano il dipendente a non lavorare in sicurezza e quindi a farsi male.

Inserimento di distributore digitale dei DPI e degli strumenti di lavoro per permettere la certa e personale responsabilizzazione di tutti i dipendenti all'utilizzo corretto della strumentazione e della loro cura.

L'azienda trasformerà il contratto di lavoro somministrato per garantire più welfare ai propri dipendenti

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

Donazione ad associazione tumori per i bambini.

Collaborare con gli istituti scolastici per incentivare la visione green del settore energia (ex termoidraulica).

Alessandro Amati continuerà a partecipare alle riunioni condominiali e a informare i condomini/amministratori sulla possibilità di creare condomini sempre più green, digitalizzati, nel rispetto del risparmio energetico e in sicurezza.

Collaborazione in associazione di categoria per promuovere progetti d'idrogeno per la città comprendendo il loro utilizzo e diffondendolo

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)

Inserimento dell'IA per la gestione capillare dei mezzi e del chilometraggio degli stessi. Valutazione di uno studio per ridurre in generale gli sprechi.

Implemento della raccolta differenziata nelle sedi di Modena e Bologna.

Rafforzamento dello smath working per la riduzione del chilometraggio del personale.

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. L'utilizzo di forme di energie rinnovabili legate all'autoconsumo istantaneo di energia prodotta da fotovoltaico e utilizzata da impianti ibridi;
2. 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 con il supporto di ITALGAS che ci aiuta economicamente;
3. Coinvolgere ad investire nei nostri progetti: Istituti di Credito o Multiutility al progetto green del futuro compresi i fornitori con la stessa mission;
4. Tessere rapporti con le migliori aziende europee con l'obiettivo di connetterle tutte nel progetto globale di riqualificazione;
5. Condividere le rigenerazioni in zone precise della città per generare un riqualificazione/rigenerazione urbana coinvolgendo anche le parti sociali ed il Comune con eventi;
6. Intercettare bonus, finanziamenti o agevolazioni per i nostri clienti;
7. 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.

Il presidente

Amati Alessandro

