



# Report di Sostenibilità 2019.



# Indice.

---

<b>Lettera agli stakeholder</b>	04
<b>Chi siamo</b>	06
<b>Il gruppo</b>	08
<b>Dove siamo</b>	09
<b>Punti di forza</b>	09
<b>Riconoscimenti e certificazioni</b>	09
<b>Risorse Umane</b>	10
<b>Clienti</b>	11
<b>Fornitori</b>	12
<b>Ambiente</b>	13
<b>Comunità</b>	14
<b>Dati economici, finanziari e valore distribuito</b>	15
<b>I nostri "fatto" e "faremo"</b>	16



## Lettera agli stakeholder.

Bluenergy ha abbracciato i “17 goals” dell’**Agenda 2030** dell’Unione Europea ponendo attenzione ad uno sviluppo orientato alla sostenibilità globale valorizzando aspetti che apparentemente non possono essere “misurati” economicamente: benessere dei dipendenti, equità sociale, rinnovo della coscienza comune e del senso civico, redistribuzione di ricchezza e consumo equilibrato delle risorse.

Siamo convinti che **la forza del business** debba contribuire a rigenerare **l’ecosistema e l’ambiente**. In quest’ottica noi operiamo per la copertura energetica con **fonti rinnovabili** e sosteniamo la **ricerca innovativa** per l’**ottimizzazione** e la **riduzione** dei consumi energetici.

La creazione di **Valore Condiviso** cui aspiriamo pone le attività di **CSR (Corporate Social Responsibility)** all’interno della strategia aziendale con l’obiettivo di renderle punto focale e imprescindibile della nostra **Mission**.

Lo scorso anno ha visto la luce il primo **Report di Sostenibilità** della nostra storia.

Il cammino intrapreso ha dato **esito positivo**. Il valore aggiunto creato, che quest’anno si attesta a 331 Mln di Euro (+17% rispetto l’anno precedente), è distribuito tra i diversi soggetti che operano in sinergia con Bluenergy: i dipendenti, i cittadini e le comunità del territorio, i fornitori, gli istituti creditizi, le amministrazioni pubbliche e principalmente i numerosi clienti che si affidano ai nostri servizi.

I risultati, più che soddisfacenti in ogni comparto monitorato, compendiano il concetto di **“crescita globale”**. Bluenergy **crece** nel proprio organico, crea spazio e da fiducia ai **giovani laureati**, punta

sul loro entusiasmo, sulla volontà di realizzazione e li sostiene nello sviluppo delle proprie idee. **Cresce** la stabilità, registrando + 4% di assunzioni a **tempo indeterminato** e **diminuisce** il tasso di turnover (- 9%), segno di affidabilità e di benessere all’interno dell’organizzazione. Sono indicatori che ben rappresentano il nostro impegno nel creare un clima di lavoro sereno, nel dare maggiori servizi e agevolazioni al personale incidendo sull’equilibrio della “Work-Life Balance”.

**Crescono i clienti** (+ 9,9%) e **crescono i punti vendita** aperti in loro supporto per migliorare la vicinanza ed il contatto diretto con Bluenergy. L’attenzione verso il cliente è un valore cardine e guida per le scelte dell’azienda. **Migliora** l’efficacia del servizio in risposta alle richieste esterne: siamo tra i migliori del mercato nei tempi di risposta attraverso tutti i canali di contatto sia tradizionali, quali telefono e posta che tecnologici quali mail, chat on-line e call-center.

Investiamo per sensibilizzare i clienti sugli sviluppi delle normative. Quest’anno, in particolare, in prospettiva della fine del Mercato Tutelato abbiamo creato il blog **Finetutela.it** all’interno del quale vengono veicolati video-tutorial esplicativi che supportano gli utenti nell’acquisire consapevolezza nei confronti del Mercato Libero.

Promuoviamo l’adesione al servizio di **bolletta on-line**, centrando anche un significativo risparmio di carta e consumi indiretti.

**Crescono** i fornitori e significativamente gli acquisti di **energia verde**, allargando gli orizzonti di approvvigionamento ad un mercato globale sia interno che esterno.

**Cresce** decisamente l'attenzione verso l'**ambiente**: grazie alle misure adottate, l'azienda realizza un risparmio di CO<sub>2</sub> pari a 98mila Kg (versus 4mila kg dell'anno precedente). Il 100% di autoconsumo elettrico deriva da fonti rinnovabili, il consumo verde distribuito presso i clienti è stato incentivato e si prevede, a breve, di riuscire nell'obiettivo di adottarlo per la generalità del parco clienti. L'adozione di mezzi di trasporto elettrici viene incrementata in funzione di esigenze logistiche, fruibilità e volontà realizzative.

Dal punto di vista delle interazioni con la **comunità** l'impegno economico destinato ad **attività sociali, culturali, ricreative e sportive** risulta anch'esso in **crescita**. L'impegno dell'azienda, pur non compendiando tutti gli sforzi (impegno delle risorse umane interne non misurabili) registra un impatto complessivo di 547 migliaia di Euro (157 migliaia di Euro in più rispetto all'anno precedente). Offrire maggiori occasioni di ritrovo e dare forza alle **reti sociali-solidali** sono impegni che l'azienda sente propri.

Molteplici infatti le attività nelle quali Bluenergy rinnova la propria partecipazione, come in occasione delle manifestazioni Natalizie o nella consueta ed oramai tradizionale Staffetta Telethon, dove riesce a coinvolgere un numero crescente di persone (+48 rispetto al 2017). L'azienda si impegna nel sostegno ad associazioni, famiglie e Onlus, perché l'essere un **punto di riferimento proattivo e porsi in ascolto** delle esigenze di prossimità è ritenuto fortemente il giusto percorso per crescere insieme alle comunità dei nostri territori di influenza.

I dati che qui vi rappresentiamo sono uno spaccato che dimostra la nostra concretezza e che meglio delle parole dimostrano che quanto ci proponiamo di realizzare diviene realtà per mezzo della volontà.

Con un pizzico di presunzione che il nostro esempio possa essere seguito da ulteriori e diffusi testimoni, vogliamo tenacemente proseguire sul sentiero tracciato **fieri e consapevoli** che **le idee come i sogni abbiano bisogno di persone vere per essere realizzati**.



**Susanna Curti**  
Presidente



**Alberta Gervasio**  
Amministratore Delegato



# Chi siamo. La nostra storia.

## Bluenergy

**Gianfranco Curti** avvia il processo di metanizzazione del territorio FVG.

1970



Liberalizzazione del mercato, le reti vengono cedute. Nasce **Bluenergy Group** società reseller di vendita compartecipata per il 63% dai comuni.

2003

Inizio vendite da **reseller di Energia Elettrica** ai domestici.

Bluenergy Group inizia il percorso di **espansione** al di fuori del Friuli.

Bluenergy diventa **shipper di gas naturale**.

2006

2007

2008

## La famiglia e il gruppo

Acquisizione di **STI**, concessionaria distribuzione gas metano a mezzo rete nei comuni di Aquileia (UD), Fiumicello, Terzo D'Aquileia.

1990

1992

Acquisizione **Ambriagas**, concessionaria distribuzione gas metano a mezzo rete nel comune di Grado.

2004

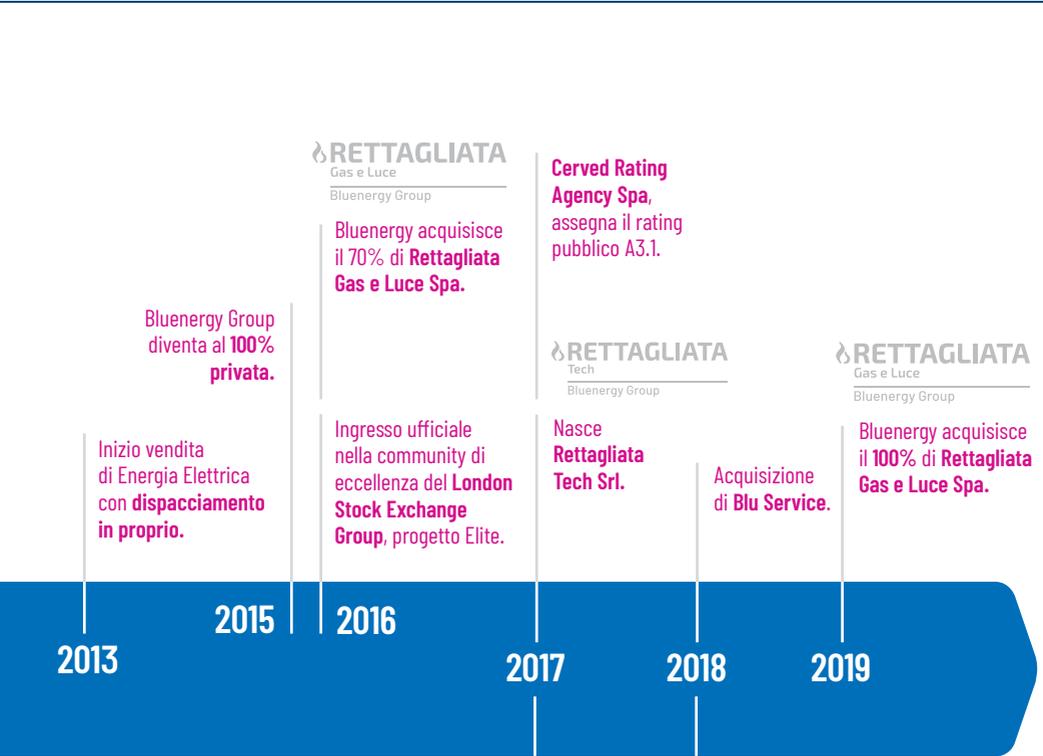


Nasce **CGI Srl** attività immobiliari della famiglia Curti attraverso l'acquisizione di immobili e di piccole società.

Nasce **Gas Sales**, vendita di gas metano nel comune di Cadeo (Pc).

Gas Sales acquisisce clienti gas di Fidenza, Manerbio e Bassano Bresciano.

2012



**RETAGLIATA**  
Gas e Luce  
Bluenergy Group

Bluenergy Group  
diventa al **100%**  
**privata.**

Inizio vendita  
di Energia Elettrica  
con **dispacciamento  
in proprio.**

Bluenergy acquisisce  
il **70%** di **Rettagliata  
Gas e Luce Spa.**

Ingresso ufficiale  
nella community di  
eccellenza del **London  
Stock Exchange  
Group**, progetto Elite.

**Cerved Rating  
Agency Spa,**  
assegna il rating  
pubblico **A3.1.**

**RETAGLIATA**  
Tech  
Bluenergy Group

Nasce  
**Rettagliata  
Tech Srl.**

Acquisizione  
di **Blu Service.**

**RETAGLIATA**  
Gas e Luce  
Bluenergy Group

Bluenergy acquisisce  
il **100%** di **Rettagliata  
Gas e Luce Spa.**

2013

2015

2016

2017

2018

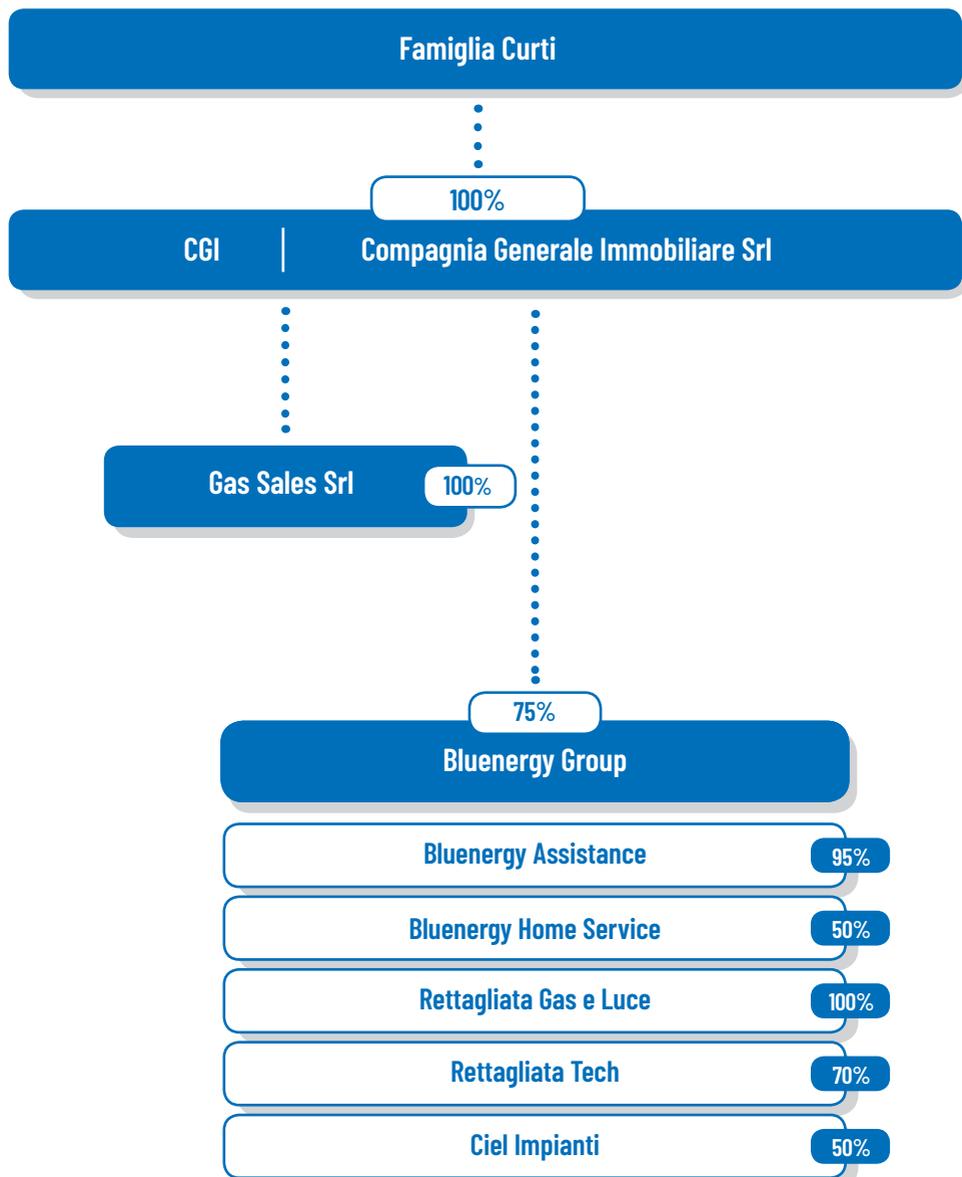
2019

**Gas Sales** acquisisce il 100% di  
**Verolagas** per la vendita di gas  
nel comune di Verolanuova (BS).

**Gas Sales** acquisisce  
**Asmu Srl** per la vendita di gas  
nel comune di Cadogna (LO).

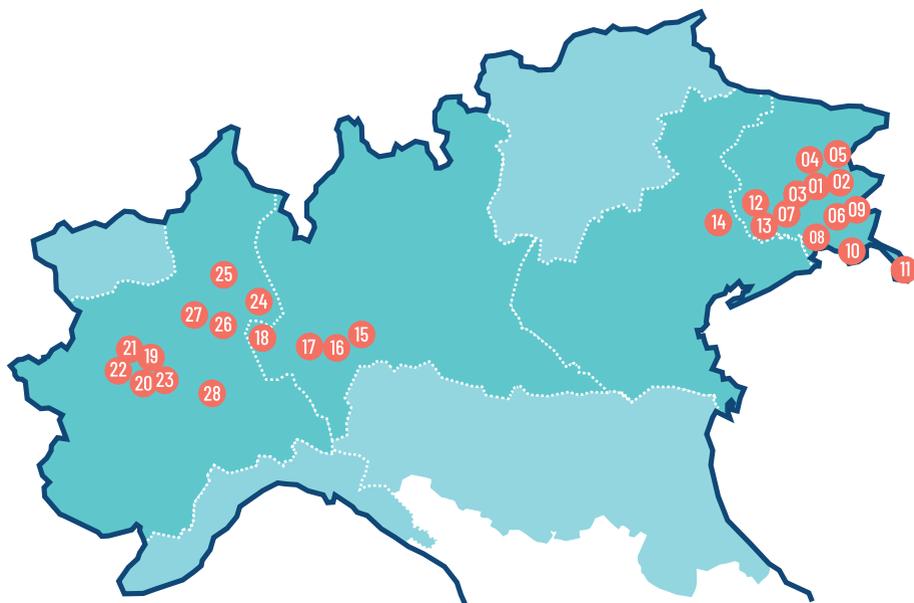


## Il gruppo.





## Dove siamo.



**Friuli Venezia Giulia** 01. Udine, Viale Venezia 02. Udine, Via Savorgnana 03. Campoformido 04. Feletto Umberto 05. Cividale 06. Cervignano 07. Codroipo 08. Latisana 09. Gorizia 10. Grado 11. Trieste 12. Pordenone 13. Azzano X **Veneto** 14. Conegliano

**Lombardia** 15. Corteolona 16. Cava Manara 17. Gropello Cairoli 18. Robbio **Piemonte** 19. Torino 20. Moncalieri 21. Venaria 22. Avigliana 23. Chieri 24. Novara 25. Cossato 26. Trino Vercellese 27. Cigliano 28 Asti

## Punti di forza.



Territorialità e vicinanza alle esigenze della clientela e della comunità.



Solidità economica e finanziaria.



Innovazione e competitività.



Sostenibilità.

## Riconoscimenti e certificazioni.

- 31° posto tra i fatturati delle imprese TOP 500 del FVG.
- Membro della community di eccellenza del London Stock Exchange Group, progetto Elite.

- UNI EN ISO 14001:2004 Sistema di Gestione Ambientale Certificato.
- ISO 14001 International Certifications.
- ISO 9001 International Certifications.



# Risorse Umane.



[GRI 401, 402, 403, 404, 405, 406]

	2017	2018	2019	
<b>COMPOSIZIONE</b>				
Totale Risorse Umane	106	112	116	😊
Risorse Umane in FTE	102	108	112	😊
Donne in FTE	64%	66%	70%	😊
Contratti part-time di cui 97% donne	14%	12%	11%	😊
Contratti a tempo indeterminato	92%	92%	96%	😊
Età media	under 35	48%	39%	😊
	over 35	52%	61%	
Dipendenti con laurea	32	32	35	😊
Smartworking	1	1	1	😞
<b>RISORSE DESTINATE A FORMAZIONE, SICUREZZA, SALUTE E WELFARE</b>				
Retribuzione rispetto al CCNL	+18%	+18%	+17%	😊
Progetti Risorse Umane	1 -sviluppo soft skills	3 -performance appraisal -sviluppo soft skills -intranet aziendale	3 -performance appraisal -sviluppo soft skills -intranet aziendale	😊
Ore dedicate alla formazione	814	2.544	2.644	😊
Personale partecipante a corsi di formazione	80%	85%	67%	😊
	Corsi Volontari 9% Corsi Obbligatori 91%	Corsi Volontari 25% Corsi Obbligatori 75%	Corsi Volontari 73% Corsi Obbligatori 27%	
Indice di Clima Aziendale	64% + 3PP vs Media Nazionale. Aggiornamento previsto per il 2020.			😊
Convenzioni e servizi per dipendenti	9	10	13	😊
Persone preparate per il primo soccorso	13%	15%	17%	😊
Tasso di infortunio	0%	0%	0%	😊



# Clienti.



[GRI 202, 306, 417, 418]

2017

2018

2019

## COMPOSIZIONE

	2017	2018	2019	
Totale Utenze (000)	171	171	188	😊
Retail e Condomini	96%	94%	95%	😊

## L'IMPEGNO VERSO I CLIENTI

Totale Punti Vendita	20	22	28	😊
Ufficio Mobile	1	1	1	😊
Prodotti in portafoglio	10	10	10	😊
Richieste, info e reclami	2.508	2.124	2.090	😊
Tempi di risposta	20 gg.	12 gg.	13 gg.	😊
Chiamate Call Center	129.729	101.310	102.642	😊
Tempo medio di attesa	27 sec.	27 sec.	23 sec.	😊
Chat on line (introdotta nel 2018)		5.393	3.455	😊
Lecture minime annue contatori	7	7	7	😊
Adesioni bolletta online	13%	17%	19%	😊





# Fornitori.



[GRI 414]

	2017	2018	2019	
<b>VALORE AI FORNITORI</b>				
Numero Fornitori	863	862	937	😊
Fornitori Italia	98%	97%	97%	😊
Valore sviluppato con Fornitori Italia (Mln €)	163	209	254	😊
Fornitori FVG	30%	32%	31%	😊
Fornitori Energia Certificati*	60%	60%	65%	😊
Fornitori Gas Certificati*	43%	43%	71%	😊



\* Calcolato su un campione rappresentativo del 78%



# Ambiente. Anno solare.



[GRI 301, 302, 303, 305]

	2017 - CO <sub>2</sub>	2018 - CO <sub>2</sub>	
MWh totali certificati da Produzione Sostenibile	4.792	42.000	😊
Consumo KWh delle sedi Bluenergy	380.000	397.438	😊
Parco Auto Aziendale (gasolio)	37	38	😐
Automobili elettriche	1	2	😊
KM per diesel (migliaia)	ND	998	😐
KM per elettriche (migliaia)	ND	5	😐
TOE* risparmio forniture green	86	3.480	😊
TOE* risparmio da autoconsumo sostenibile	32	131	😊
TOE* risparmio da impianti fotovoltaici	10	6	😐**
Kg CO <sub>2</sub> evitata da forniture green	2.402	97.197	😊
Kg CO <sub>2</sub> evitata da bollette on-line	828	1.035	😊
Kg CO <sub>2</sub> evitata da autoconsumo green	534	2.186	😊
Kg CO <sub>2</sub> evitata da impianti fotovoltaici	65	37	😐**
Risparmio fogli da bollette on-line (stima)	689.472	862.536	😊
Risparmio acqua da bollette on-line (stima)	95	119	😊



**CO<sub>2</sub> evitata nel 2017  
(anno solare): 4 mila Kg**

2% da autoproduzione  
14% da autoconsumi  
21% da bollette on line  
63% da consumo dei clienti



**CO<sub>2</sub> evitata nel 2018  
(anno solare): 98 mila Kg**

5% da autoconsumi  
9% da bollette on line  
86% da consumo dei clienti

\* TOE= tons of oil equivalent

\*\* Avaria impianto



# Comunità.



[GRI 405, 413, 415]

	2018	2019	
Valore Economico destinato alla comunità (000/€)	390	547	😊
Valore Economico destinato allo Sport (000/€)	290	482	😊
Valore Economico destinato ad attività di stampo sociale, culturale ed educativo (000/€)	100	65	😊
Attività Sociali (nr)	2 famiglie sostenute	2 famiglie sostenute	😊
Attività Culturali (nr)	20	26	😊
Attività Scolastiche e Accademiche	Scuola Primaria, Secondaria e Mondo Accademico - Progetti teatrali itineranti Scuola Primaria - 4 progetti alternanza scuola-lavoro Scuola Secondaria - 3 stage Universitari - partecipazione a Job Breakfast e ALIG	<b>Focus Mondo Accademico</b> - 4 progetti alternanza scuola-lavoro Scuola Secondaria - 2 stage Universitari - partecipazione a Job Breakfast e ALIG - Partecipazione a Conoscenza in Festa	😊
Maratona Telethon	4 squadre 96 corridori Devoluti € 4.200	6 squadre 144 corridori Devoluti € 6.000	😊
Attività educational rilevante	Libretti dedicati ai bambini che trattano temi quali "risparmio energetico" e "fonti di energia alternativa"	<b>Progetto Blog Fine Tutela</b> ( <a href="http://www.finetutela.it">www.finetutela.it</a> ) Realizzazione di 9 video tutorial che spiegano cosa succederà il 01.07.2020 con la fine del Mercato Tutelato	😊



# Dati economici, finanziari e valore distribuito.



[GRI 414]

	2017	2018	2019	
<b>DATI ECONOMICI E FINANZIARI</b>				
Fatturato (Mln €)	190	245	320	😊
EBITDA (Mln €)	23	23	23	😊
Utile d'esercizio (Mln €)	12	13	14	😊
PFN (Mln €)	22	30	35	😊
Cerved Rating Agency SpA	A3.1	A3.1	A3.1	😊

	VALORI REALIZZATI E DISTRIBUITI			
Valore aggiunto globale netto distribuito in Italia (Mln€)	231	282	331	😊
Valore economico che rimane al territorio FVG (Mln€)	27	57	57	😊



## Ripartizione degli utili al 30.06.2017

3% Riserva Legale  
32% Dividendi agli azionisti  
65% Riserva Straordinaria



## Ripartizione degli utili al 30.06.2018

61,5% Dividendi agli azionisti  
38,5% Riserva Straordinaria



## Ripartizione degli utili al 30.06.2019

57% Dividendi agli azionisti  
43% Riserva Straordinaria



## I nostri "fatto" e "faremo".

	Risorse Umane	inseriti nel:	entro il:
<input checked="" type="checkbox"/>	Creare una rete di <b>convenzioni agevolative</b>	2018	2019
<input checked="" type="checkbox"/>	Attuare <b>progetti formativi</b> "Performance appraisal" e Soft skills"	2017	2018
<input checked="" type="checkbox"/>	Realizzare la <b>Intranet aziendale</b>	2017	2018
<input type="checkbox"/>	Ripetere <b>Indagine di Clima</b>	2017	2020
Clienti			
<input checked="" type="checkbox"/>	Promuovere la vicinanza al cliente attraverso l'apertura di <b>nuovi Punti Vendita</b>	2017	2018
<input type="checkbox"/>	Incrementare l'apertura di <b>nuovi Punti Vendita</b>	2019	2020
<input checked="" type="checkbox"/>	Facilitare il contatto tra Cliente ed azienda con lo sviluppo della <b>chat on line</b>	2017	2018



<b>Ambiente</b>		inseriti nel:	entro il:
<input checked="" type="checkbox"/>	Perseguire l'autoconsumo proveniente da <b>fonti rinnovabili</b>	2017	∞
<input checked="" type="checkbox"/>	Incrementare il numero clienti con <b>Servizio Green</b>	2017	2019
<input type="checkbox"/>	Fornire unicamente <b>Energia Green e Gas CO<sub>2</sub> bilanciato</b>	2019	2020
<input checked="" type="checkbox"/>	Aumentare utilizzo della <b>bolletta on-line</b>	2017	∞
<input checked="" type="checkbox"/>	Ampliare <b>parco autovetture elettriche</b>	2017	2019

<b>Comunità</b>		inseriti nel:	entro il:
<input checked="" type="checkbox"/>	Perpetuare il supporto ad <b>Associazioni Sociali, Culturali e Sportive</b>	2018	∞
<input type="checkbox"/>	Promuovere il progetto editoriale con un nuovo <b>libretto educational</b> destinato ai bambini	2019	2020
<input type="checkbox"/>	Sostenere l' <b>Associazione Piergiorgio Onlus</b> nella realizzazione del progetto "Laboratorio" dedicato a bambini con bisogni comunicativi complessi	2019	2020
<input type="checkbox"/>	Supportare economicamente <b>3 Onlus</b> proposte dai dipendenti	2019	2020
<input type="checkbox"/>	Realizzare un <b>progetto educativo</b> dedicato alla Scuola Secondaria	2019	2020
<input type="checkbox"/>	Collaborare con l' <b>Università</b> nello sviluppo di un progetto riguardante la sostenibilità con impatto positivo sull'economia circolare	2019	2021



# Bluenergy e gli obiettivi dell'Agenda 2030

## 3. BUONA SALUTE E BENESSERE PER LE PERSONE

- Attiviamo agevolazioni sanitarie che permettono ai dipendenti di effettuare visite a prezzi vantaggiosi
- Rispondiamo alle richieste di formazione creando corsi specifici di aggiornamento

3 SALUTE E BENESSERE



## 5. PARITÀ DI GENERE

- Garantiamo alle donne gli stessi trattamenti economici e di sviluppo previsti per gli uomini

5 PARITÀ DI GENERE



## 7. ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE

- Acquistiamo nel settore energia le certificazioni di Garanzia di Origine (metodi di produzione sostenibile)
- Offriamo ai nostri clienti Energia Green

7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE



## 8. LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA

- Siamo attenti alle politiche di inclusione dei disabili
- Garantiamo lavoro dignitoso a tutti i dipendenti

8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA



## 11. CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI

- Creiamo una rete solidale sul territorio supportando Onlus e Associazioni Sociali, Culturali e Sportive

11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI



## 12. CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILE

- Ci siamo attivati per approvvigionarci con Gas CO2 free "Gas Verde"
- Promuoviamo l'utilizzo di erogatori d'acqua filtrata disincentivando l'utilizzo d'acqua in bottiglia di plastica

12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI





[www.blueenergygroup.it](http://www.blueenergygroup.it)

