

A full-page background image showing two rock climbers on a steep, grey rock face. The climber at the top is wearing a red helmet, a grey t-shirt, red pants, and a blue backpack. The climber at the bottom is wearing a white helmet, a red t-shirt, black shorts, and a green backpack. They are both secured by ropes. In the background, a large, turquoise lake is nestled between green, forested mountains under a clear blue sky with a few wispy clouds. A solid red vertical bar runs along the right edge of the image.

Noi, senza limiti

Il Bilancio di Sostenibilità 2021 nasce per raccontare l'**impegno di E.ON Italia** nello sviluppo di un modello di business più responsabile e sostenibile. Questo documento è stato elaborato secondo le indicazioni dei principali standard internazionali di rendicontazione non finanziaria e intende fornire a tutti gli stakeholder del Gruppo uno strumento attraverso cui approfondire le performance e i traguardi raggiunti sino ad oggi da E.ON Italia, ponendo le basi per le ambizioni future.

"NOI, senza limiti" è il primo passo di un percorso con cui vogliamo sottolineare l'importanza di **agire insieme** per costruire un futuro sostenibile, è una testimonianza del fatto che quando ci mettiamo in gioco come comunità sviluppiamo un **potenziale di progresso illimitato**.

KNOWLEDGE PARTNER
The European House-Ambrosetti

PROGETTO GRAFICO A CURA DI
Mamma Mia ADV

Finito di realizzare
Giugno 2022

Insieme per un'Italia più verde



Frank Meyer
CEO E.ON Italia

Crisi energetica, pandemia e fragilità degli equilibri geopolitici: in che modo le sfide del presente possono influenzare la transizione sostenibile indicata dalle Istituzioni europee?

Le sfide affrontate nell'ultimo biennio testimoniano come **lo scenario sociopolitico sia sempre più complesso e richieda ai cittadini, alle imprese e ai governi di adottare nuovi paradigmi di pensiero.**

In questi due anni, ci siamo trovati di fronte a situazioni che non conosceamo e per le quali è stato necessario individuare soluzioni mai immaginate prima.

Ogni scelta porta con sé dei rischi, ma allo stesso tempo apre le porte a nuove opportunità.

L'attuale crisi geopolitica, ad esempio, rappresenta uno stimolo senza precedenti in un'ottica di accelerazione della transizione sostenibile, portando ad una progressiva autonomia energetica dell'Unione Europea. **Accessibilità, sostenibilità e indipendenza sono diventate parole chiave e promettono di plasmare il percorso di sviluppo futuro tracciato dall'Europa.**

E.ON Italia è da sempre in prima linea nello sviluppo di soluzioni volte a garantire la flessibilità del sistema e quindi la sicurezza energetica delle persone. Oggi, di fronte a uno scenario così complesso, offrire questo contributo non è più un'opzione. Da qui l'impegno concreto ad ampliare la nostra offerta su tre versanti: energia rinnovabile, mobilità elettrica ed efficienza energetica.



La transizione sostenibile è ormai in cima alle priorità di istituzioni e aziende, ma ciascuno interpreta questo termine a modo proprio. Qual è il significato per E.ON Italia e quale ruolo intendete giocare nel futuro del Paese?

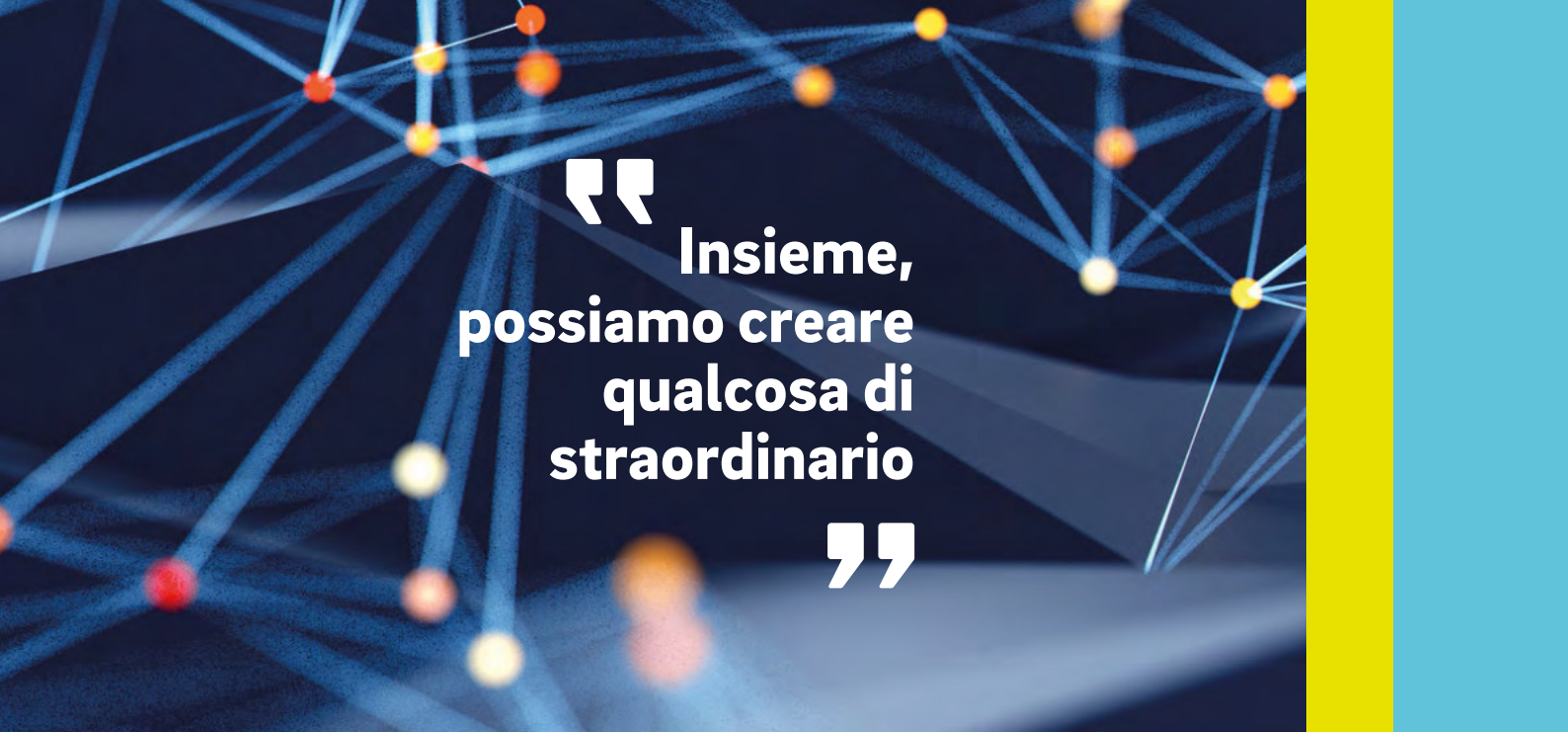
E.ON opera per rendere l'Italia sempre più verde.

Vogliamo superare l'idea di azienda che fornisce solo luce e gas, contribuendo attivamente ad accrescere il benessere del Paese attraverso l'elettrificazione delle città, delle aziende e delle case.

La nostra ricetta non si basa solo sull'offerta di un'energia pulita e accessibile, ma anche su un mix unico di asset e competenze. Il concetto di sviluppo sostenibile, capace di bilanciare le esigenze di ambiente, società e mercati, richiede di agire in modo efficiente, innovativo e soprattutto intelligente. **Le tecnologie possono rappresentare in questo contesto un alleato chiave e consentono di scaricare a terra il pieno potenziale di una transizione smart, improntata all'efficienza.**

Per questo, E.ON Italia si distingue nel panorama italiano per lo sviluppo e l'offerta di soluzioni e servizi per l'ottimizzazione dei consumi sia in ambito industriale che privato.

Questo posizionamento nasce dalla consapevolezza che gli ambiziosi target climatici fissati a livello globale ed europeo non possono essere raggiunti senza il contributo di tutti. **Il futuro dell'energia sarà sempre più condiviso**, improntato alla collaborazione e basato su modelli virtuosi di autoproduzione e autoconsumo, come quelli sperimentati nelle comunità energetiche. Questo è forse il messaggio più importante che questo periodo di crisi rivolge al settore dell'energia: **l'indipendenza costituisce una leva strategica per accelerare la transizione sostenibile grazie al coinvolgimento diretto di tutti gli stakeholder che ne saranno impattati.** In questo contesto, è essenziale che un'azienda come E.ON contribuisca alla creazione di un'ambizione comune, un purpose condiviso da tutti – persone e clienti attorno a cui costruire l'energia sostenibile del futuro.



“ Insieme, possiamo creare qualcosa di straordinario ”

Come si è attivata nel concreto E.ON per realizzare la sua ambizione di rendere l'Italia più verde nel 2021?

Le iniziative messe in campo nell'ultimo anno sono state tantissime e siamo orgogliosi di potervene raccontare nelle pagine di questo Bilancio di Sostenibilità.

Ancora più necessario a causa delle tragiche vicende geopolitiche attuali, il percorso verso la **transizione ecologica** deve essere portato avanti con determinazione da tutti gli attori coinvolti. L'Italia in questa delicata fase ha la grande chance di diventare un punto di riferimento, di assumere una leadership a livello europeo nel campo della sostenibilità. E anche noi di E.ON Italia **siamo parte integrante della soluzione** del trilemma dell'energia e cioè della possibilità di coniugare gli **obiettivi di sostenibilità** delle politiche climatiche con quelli più classici, collegati alla **sicurezza degli approvvigionamenti** e al **contenimento dei costi**. Per sfruttare al meglio le opportunità legate al PNRR sono convinto che occorra ancor di più accelerare verso i traguardi fissati; abbiamo necessità non solo di sostenibilità, ma di arrivare ad avere un'indipendenza energetica. Noi di E.ON puntiamo molto su **proposte concrete** dedicate alle case, alle piccole aziende e alle città. Puntiamo sulla **tecnologia fotovoltaica**, con soluzioni per differenti esigenze e con strumenti di energy management che permettono un risparmio fino al 70%. Risparmiare il 70% nel consumo di energia vuol dire avere – oltre alla corrispondente quota di CO₂ in meno – il 70% in più di indipendenza energetica. Un

fattore decisivo. Elettrificare case e edifici e operare nel mercato frammentato delle PMI è una necessità sempre più stringente. Ed è il presupposto per ideare anche modelli di città sempre più sostenibili e intelligenti.

L'impegno che tutti i professionisti di E.ON Italia dedicano quotidianamente a migliorare la vita delle persone è ciò che più ci rappresenta e che ci ha guidati, per esempio, nello sviluppo di un progetto simbolo di una rivoluzione urbana sostenibile. La nostra ambizione è quella di essere il market leader per le soluzioni innovative per la casa e per le persone. Il progetto **MIND – Milan Innovation District – rappresenta il desiderio di costruire una “casa” del futuro aperta a tutte le organizzazioni che, insieme a noi, vogliono impegnarsi per creare un ecosistema urbano e imprenditoriale votato all'innovazione**. E.ON sarà l'energia di questo spazio e potrà così contribuire in modo concreto a guidare l'Italia verso un futuro verde, smart e condiviso, attraverso una transizione promossa all'unisono dalle persone, dalle aziende e dalle città.

Uno dei punti forti della nostra strategia di crescita è la creazione in Italia di una ampia **Green Community** composta da colleghi, installatori, clienti e amici della sostenibilità. Progettiamo una Green Community dove scambiare soluzioni, informazioni, raccomandazioni, servizi e condividere energia green nelle comunità energetiche.

Agire ora per la sostenibilità è il nostro business ma non è solamente un business: è un **purpose**, una grande motivazione per noi e per i clienti. È la possibilità concreta di fare ognuno la propria parte.

A photograph of three people in climbing gear on a mountain ridge. One person in a red jacket is on the left, another in a blue jacket is in the center, and a third in a yellow jacket is on the right, reaching out to high-five the person in blue. The sun is low in the sky, creating a lens flare effect. The background shows a mountain range under a clear sky.

Cominciamo da noi

- 12** Chi siamo
- 14** La nostra sfida
- 16** Le nostre persone
- 21** Una governance responsabile

A photograph of a young boy and a young girl holding hands on a tree trunk. The boy is on the left, leaning against the tree, and the girl is on the right, looking up at him. The background is a lush green forest with sunlight filtering through the leaves.

Un futuro condiviso

- 26** La nostra sfida
- 28** Orientamento al cliente
- 31** Insieme verso il futuro
- 34** Valore condiviso

Un futuro smart



40 La nostra sfida

42 Una città smart, per tutti

Un futuro verde



50 La nostra sfida

52 Un futuro a impatto zero

56 Una catena del valore verde

Cominciamo da noi



555

le nostre persone nel 2021,
+20% rispetto al 2019



60

le ore di formazione
per i talenti coinvolti nei
programmi di sviluppo



40

i Senior Leaders che hanno
partecipato al "Change
Leadership Program"

Un futuro condiviso



12.500

i bambini coinvolti attraverso
l'iniziativa #Odiamoglisprechi,
oltre 500 classi in 100 scuole
elementari e medie



>120.000

gli utenti attivi sulla piattaforma
Energy4People da ottobre 2020



317.000€

il valore delle donazioni
e delle sponsorizzazioni
di E.ON Italia

Noi, senza limiti

Un futuro smart



>17.000

le soluzioni smart per la casa installate nel 2021, come sistemi di accumulo, solare termico, caldaie ad alta efficienza, pompe di calore e wallbox



Oltre 3.000

gli impianti fotovoltaici installati nel 2021



>110.000t

le emissioni di CO₂ evitate grazie agli impianti di cogenerazione attivi

Un futuro verde



980.000t

le emissioni di CO₂ evitate grazie all'energia da fonte rinnovabile e alle soluzioni energetiche già installate



104.000

gli alberi piantati in Italia grazie al progetto Boschi E.ON



122.000

i contratti emessi in formato digitale, più del 50% del totale



Cominciamo da noi

“ L'energia è il vettore
per la costruzione
di un futuro più verde,
più smart,
più sostenibile

”





Chi siamo

Il Gruppo E.ON

E.ON è uno dei principali operatori energetici al mondo, focalizzato sulla produzione di energia e lo sviluppo di soluzioni per i consumatori. Il Gruppo, che ha sede a Essen in Germania, serve oltre **50 milioni di clienti** a livello globale e vanta un fatturato di oltre **77 miliardi di euro**, grazie ai suoi **72.000 collaboratori**.

E.ON è il primo grande Gruppo energetico internazionale ad aver rinunciato all'attività di generazione dell'energia da fonti fossili. Questa scelta lo porta ad essere un leader della sostenibilità, che grazie al suo know how e la sua capillarità sul territorio, contribuisce attivamente allo sviluppo di un **nuovo mondo dell'energia** impegnandosi a:

- raggiungere un mondo che sia a **impatto ambientale zero**;
- proteggere gli **ecosistemi**;
- **sensibilizzare** e offrire gli strumenti alle persone per la transizione energetica;
- promuovere una **cultura sostenibile** sia all'interno che all'esterno dell'organizzazione.

L'obiettivo: migliorare la vita delle persone

In qualità di operatore leader nel mercato della distribuzione elettrica e del gas, da sempre E.ON si impegna a rendere il proprio business sostenibile, nel rispetto dell'ambiente e dei suoi clienti. L'energia è un diritto di tutti e **la condivisione è la forza per dare vita a un futuro migliore** e più sostenibile.

Il futuro di E.ON è un futuro senza combustibili fossili. Questa è la mission che spinge il Gruppo ad essere protagonista nel percorso verso la transizione energetica. Grazie alle soluzioni verdi e al variegato portafoglio di offerte retail, E.ON offre prodotti e servizi intelligenti ed efficienti dal punto di vista energetico per abitazioni private, comunità, aziende, infrastrutture e mobilità. In questo modo, ogni singolo cliente, secondo le sue necessità, viene accompagnato nel viaggio verso un **futuro a zero emissioni**.

Le 6 società che compongono E.ON Italia

E.ON Italia S.p.A.

E.ON Energia S.p.A.

E.ON Business Solutions S.r.l.

E.ON CDNE S.p.A.

Solar Energy Group S.p.A.

Solar Service S.r.l.



Tabella 1.1

E.ON Italia

In Italia, E.ON è uno dei principali operatori energetici presenti sul mercato, con un'offerta di energia elettrica, gas e di soluzioni innovative ed efficienti, per consumare meno e meglio, attualmente scelta da oltre **940.000 clienti** residenziali, imprese e pubbliche amministrazioni in tutto il Paese. Le attività di E.ON Italia e le soluzioni offerte sono guidate dall'obiettivo del Gruppo di creare un futuro fondato sulla **crescita**, la **sostenibilità**, la **digitalizzazione**, e la **connessione** tra le persone.

Grazie a **6 società** e a più di **550 collaboratori**, nel 2021 E.ON Italia ha assicurato la fornitura per **1,67 TWh di energia verde garantita all'origine**. Le **soluzioni energetiche** offerte ai suoi clienti sono al **100% rinnovabili**, perfettamente in linea con la volontà di essere un'azienda sempre più sostenibile e di partecipare attivamente e proattivamente alla **transizione energetica**.

Risultati economici (Euro)	2019	2020	2021
Fatturato	1.174.503.609	1.066.426.794	1.539.396.299
Margine operativo lordo	60.172.028	76.456.965	32.707.611
Utile d'esercizio	77.804.034	35.348.837	110.747.286
Capitale investito netto	576.506.550	672.128.086	814.064.099
Posizione finanziaria netta	348.768.629	-61.468.785	-98.527.956

Le offerte del Gruppo sono sviluppate su misura per i clienti residenziali e business e garantiscono una **generazione distribuita** su tutto il territorio, grazie alle soluzioni per la produzione di **energia fotovoltaica** chiavi in mano, per la **mobilità elettrica** e per l'**efficienza energetica** degli impianti. In aggiunta, E.ON Italia è uno dei principali operatori del Paese per lo sviluppo di **soluzioni smart per la casa**, che assicurano il comfort dei clienti attraverso la progettazione e installazione di sistemi altamente tecnologici per il riscaldamento, il raffreddamento e la gestione intelligente della temperatura.

La nostra sfida

**Immaginare il lavoro del futuro:
una ricetta fatta di diffusione delle
competenze e di coinvolgimento delle
persone su obiettivi comuni.**



**Ne parliamo con
Marco Grazioli**



Presidente di The European House-Ambrosetti, Senior Partner e responsabile dell'area "Vantaggi competitivi attraverso le persone". Laureato in Sociologia, è esperto di gestione dei processi di cambiamento e in particolare di come trasformare i comportamenti delle persone in risultati di business attraverso le leve organizzative e la gestione del Personale. È titolare della cattedra di Processi Decisionali e Negoziali nella Facoltà di Scienze Politiche e Sociali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.

In che modo la digitalizzazione e il Covid-19 hanno contribuito a ridisegnare il mondo del lavoro e quindi il concetto stesso di Organizzazione?

L'avvento della pandemia ha impresso un'accelerazione senza precedenti al processo di transizione digitale, stimolando lo sviluppo di nuovi mestieri e nuovi paradigmi di lavoro e comunicazione. Allo stesso tempo, però, questo fenomeno ha favorito, in un certo senso, la **rottura delle comunità**: le nuove modalità di lavoro sono state la conseguenza di un fattore esogeno e non di una volontà interna di modificare le abitudini. Per ricucire questo "strappo sociale" è essenziale trovare un nuovo modo di riavvicinare le persone; ribadire il valore della parola "insieme" identificando cause e obiettivi comuni connessi alle sfide che il mondo si trova ad affrontare.

Il lavoro da remoto, digitale, distanziato e distaccato, è un trend che ha saputo affermarsi molto rapidamente. Ma la distanza fisica ha portato con sé un cambiamento negli stili di comunicazione tra persone e tra gruppi: un maggior distacco emotivo e più formalità hanno contribuito ad allontanare le persone ancora di più. Per essere in grado di reimparare a comunicare con le persone, in modo informale, le aziende devono essere brave nel captare queste tendenze, comprenderle e trasferire ai propri collaboratori il know how per affrontarle in modo efficiente.

A chi si devono rivolgere le aziende? In che modo possono attrarre e motivare i lavoratori del futuro? Attraverso quali leve?

Spesso, si parla dei **giovani** come lavoratori del futuro, ma si dimentica che sono anche lavoratori del presente. Le aziende, per imparare a soddisfare le esigenze di questi nuovi lavoratori, hanno il compito di comprendere chi sono – una categoria che, come mai prima d'ora, si sente **figlia dei progetti che segue** e non delle aziende in cui lavora. Questo è un fattore chiave da tenere in considerazione. Per attrarre nuovi talenti, le aziende devono comunicare la loro visione, devono far conoscere il proprio obiettivo e quello che vogliono lasciare nella società e alle generazioni future, costruendo una **visione del mondo e non soltanto del business**. Le aziende sono infatti dei veri e propri **attori sociali**, in

grado di trasmettere delle conoscenze ai più giovani sui temi più importanti per il loro business. Ed è così che nascono i nuovi talenti, che già da oggi saranno dotati delle competenze richieste nel prossimo futuro.

Come possono le aziende sviluppare e diffondere le competenze di cui hanno bisogno, formare i più giovani e contribuire così al raggiungimento di un obiettivo comune?

Per colmare il cosiddetto skill gap – il divario tra competenze ricercate e competenze offerte sul mercato del lavoro – è fondamentale anticipare i fabbisogni, costruendo oggi le competenze che serviranno domani. **Educazione e orientamento al lavoro** sono gli strumenti a disposizione delle aziende per creare nuovi talenti.

Le competenze sono il patrimonio più prezioso per costruire un **futuro energetico sostenibile** e la leva per coltivarle al meglio è l'azione manageriale. I manager del futuro dovranno saper interpretare le situazioni circostanti, i trend e i business, attivandosi in prima persona per motivare e mobilitare le proprie persone per rispondere alle sfide individuate.

La chiave del successo delle aziende giace nel **coinvolgimento degli stakeholder**, nel loro ascolto e soprattutto nella **capacità di comunicare**. Questa capacità è figlia di un dialogo vero, onesto e trasparente.

L'**autenticità**, più le **competenze** dell'azienda, sono oggi i due ingredienti fondamentali per un'azienda credibile e **sostenibile**.

Le nostre persone

Il lavoro, specialmente nel settore dell'energia, sta cambiando ad una velocità senza precedenti. La transizione energetica, guidata dagli impegni europei e nazionali, porta con sé dei **cambiamenti organizzativi** che hanno delle ripercussioni tangibili sulla società e sulle imprese del settore. L'approvvigionamento da fonti rinnovabili per la produzione di energia elettrica sta crescendo ogni anno, e ha messo in atto una vera e propria rivoluzione dell'intero comparto. Questa transizione porta con sé un mutamento delle tecnologie utilizzate e di conseguenza la richiesta di nuove **competenze**. Per garantire quindi la continuità e la qualità dei servizi, diventa fondamentale lavorare su due leve: da un lato, l'**attitudine aziendale al cambiamento** e all'innovazione, sfruttando programmi di **upskilling** e **attrazione dei talenti** per adeguare costantemente il proprio set di competenze ai più alti standard di mercato e, dall'altro, la tutela dell'**occupabilità** delle proprie persone, garantendo iniziative di **reskilling** per evitare che vengano escluse dal mercato del lavoro.



555

le nostre persone nel 2021,
+20% rispetto al 2019



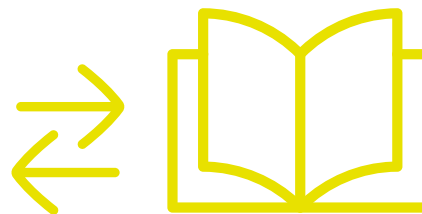
60

le ore di
formazione per i talenti coinvolti
nei programmi di sviluppo



40

i Senior Leaders che hanno
partecipato al "Change
Leadership Program"



E.ON Italia Learning Ecosystem

Le persone sono l'energia che muove il cambiamento e soprattutto la leva che favorisce il progresso dell'azienda. È quindi fondamentale prestare attenzione alle loro esigenze e offrire diversi strumenti per lo sviluppo delle loro potenzialità. E.ON Italia ha sviluppato un sistema di apprendimento - il **Learning Ecosystem** - che include 5 tipologie di corsi di formazione e programmi diversi, ognuno con un obiettivo specifico e rivolto ad una determinata categoria di collaboratori di E.ON.



Change Leadership Program

Il **Change Leadership Program** è il programma di formazione e sviluppo delle competenze che E.ON Italia dedica al Top Leadership Team. Nel 2021, **40 Senior Leaders** hanno partecipato a 3 workshops sulle leadership skills, 40 incontri one-to-one sullo sviluppo personale, 4 sessioni di Team Coaching e 14 incontri di Mentorship. All'esito del programma sono stati sviluppati 10 progetti aventi ad oggetto l'attivazione di una **Change Strategy** da applicare all'interno del Gruppo.

L'obiettivo del programma è portare i Senior Leader di E.ON Italia ad essere dei **role model** il cui compito è quello di favorire la collaborazione tra dipendenti, lo sviluppo delle persone e abilitare la cultura della crescita all'interno dell'azienda. Grazie al **Change Leadership Program**, i partecipanti hanno la possibilità di rafforzare le proprie capacità di leadership per sostenere l'effettiva **trasformazione** ed **evoluzione** di E.ON Italia, imparare a gestire le risorse in modo efficiente ed efficace perché facciano la differenza, sviluppare nuove competenze idonee a favorire la crescita del business e guidare il cambiamento in modo coerente con la trasformazione del mercato dell'energia, dei principali trend e dello scenario di contesto.

Il cambiamento all'interno di un'azienda può partire esclusivamente attraverso il cambiamento degli individui che la compongono. Per questo, il **Change Leadership Program** si articola in 3 step:

- **Lead Yourself:** prepararsi al cambiamento personale attraverso un self-assessment svolto online e un incontro di inizio programma dove i partecipanti vengono informati delle principali tematiche che verranno affrontate durante il corso.
- **Lead Others:** essere pronti a cambiare, grazie a un percorso ben strutturato di incontri, anche one-to-one sui temi come **Leadership Behaviours, Mentorship, Team Coaching, Feedback**.
- **Lead Change:** imparare a guidare il cambiamento, grazie all'ultima fase del programma che si concentra principalmente sulle metodologie di divulgazione della cultura aziendale, gestione delle risorse e sviluppo delle competenze proprie e delle altre persone.



Talent Development Program

Il programma si rivolge a **professionisti e manager** con almeno 2 anni di esperienza. L'obiettivo è offrire **percorsi formativi** on e off the job, alla cui conclusione viene elaborato un **piano di sviluppo personale** per ognuno dei talenti coinvolti. La prima edizione del programma, svolta nel 2020/2021, ha visto la partecipazione di **40 talenti** che hanno beneficiato di **60 ore** di formazione e 4 incontri con testimonial interni ed esterni focalizzati sul **Formal Corporate Training**. La seconda edizione, svolta tra il 2021/2022 è stata invece mirata principalmente al **Training on the Job**, e ha visto la partecipazione di **15 talenti**.

E.ON Italia vuole creare un approccio strutturato e ben definito per l'**identificazione dei talenti**, lo **sviluppo delle competenze** e la pianificazione della collocazione all'interno dell'azienda, con il desiderio di permettere a tutte le persone di esprimere il 100% delle proprie capacità. Coloro che partecipano al **Talent Development Program** hanno infatti la possibilità di ricevere un feedback sui punti di forza e sulle aree di sviluppo, nonché una valutazione delle competenze e del loro potenziale. Ogni talento riceve poi un piano di sviluppo personale con obiettivi specifici per i due anni successivi e partecipa a un programma di formazione del team, focalizzato sulle capacità manageriali e mirato a rafforzare il networking e la cultura digitale.

L'ecosistema di apprendimento di E.ON prevede anche un programma di **Leadership Academy** rivolto ai Team Leaders, delle **campagne di apprendimento** per diffondere la cultura digitale e le nuove modalità di lavoro, e un **Corporate Learning Catalogue**, che include una serie di corsi virtuali per la formazione in autonomia. Nel 2021 ben **500** persone hanno seguito i corsi di formazione del catalogo, per un totale di **100 ore di formazione** su 8 temi.

Alla base della filosofia educativa di E.ON Italia c'è il mindset **Grow@E.ON**, rappresentativo di tutta la cultura del Gruppo a livello internazionale. **Grow@E.ON** descrive quali comportamenti adottare e come collaborare tra colleghi e clienti per raggiungere insieme la visione e gli obiettivi di Gruppo. Grazie a questo mindset è possibile tradurre in comportamenti quelli che sono i valori del Gruppo e far sì che vengano condivisi e adottati da tutta la popolazione aziendale.





Hybrid working e benessere delle nostre persone

Per E.ON Italia è importante offrire il giusto valore al **bilanciamento tra lavoro e vita privata**, garantendo a tutti la possibilità di esprimere il proprio potenziale al 100%.

L'**Ufficio del futuro** che E.ON Italia vuole costruire si basa su **fiducia, autorevolezza e responsabilità**, in cui viene stimolata la **collaborazione digitale** e il **lavoro ibrido**. Sono tre i pilastri dell'ufficio del futuro: **cultura & comportamenti, tecnologia e spazi fisici**, attraverso i quali l'Azienda vuole promuovere efficienza, sostenibilità ambientale e benessere delle persone, facendo leva su come, dove e quando queste scelgono di lavorare.

Per facilitare gli spostamenti e favorire la libertà di scegliere dove lavorare, E.ON Italia ha sviluppato un **piano per la mobilità sostenibile**, con base nella sede di via Vespucci a Milano. L'Azienda ha concluso degli accordi con la società di **trasporto pubblico**, con diverse compagnie per il **leasing di autoveicoli** a basso impatto e con i gestori dei parcheggi limitrofi dotati di colonnine per la ricarica dei veicoli elettrici in modo da ridurre gli impatti prodotti dallo spostamento dei dipendenti.

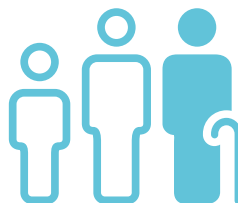
Mental Health

Per aiutare i dipendenti ad affrontare lo stress legato al lavoro a distanza, abituarsi alla nuova normalità e sostenere la loro salute mentale in un periodo così delicato, è nato il programma **Mental Health**. Nel totale rispetto della privacy di tutte le persone che decidono di usufruire del programma, quest'ultimo prevede un **servizio di supporto psicologico** on line che permette di scegliere il professionista che meglio si adatta alle esigenze personali. **Mental Health** include un pacchetto di 5 videochiamate di 45 minuti da svolgere dove e quando meglio conviene per il dipendente. In aggiunta, nel 2021 si sono svolti **11 webinar di 60 minuti** con psicologi qualificati su temi come il Covid-19, le nuove modalità di lavoro, e la gestione dello stress, cui hanno partecipato **667 persone**.

E.ON Match

Favorire il lavoro da remoto e permettere ai colleghi di lavorare a distanza può portare con sé il rischio di isolamento e di perdita del senso di appartenenza. È quindi importante accompagnare questa scelta con un programma che permetta di accorciare la distanza emotiva e mantenere alto lo spirito di squadra. **E.ON Match** è l'iniziativa di 3 mesi che ha permesso ai dipendenti, attraverso un'**esperienza di 'sfida-gioco'**, di agevolare le connessioni e aumentare il **senso di appartenenza** al team in un momento in cui lo smart working rischiava di raffreddare le relazioni. **170 partecipanti**, divisi in 34 gruppi si sono cimentati in attività di team building, in presenza o da remoto, con tante sfide che raccontavano i valori stessi dell'azienda, tra cui, ad esempio, mettere il cliente al centro o mantenere le promesse.

La squadra vincitrice, dopo aver superato tutte le prove, ha avuto l'opportunità di collaborare con i volontari di **Filicudi Wildlife Conservation** presso l'isola di Filicudi, partecipando ad attività di salvaguardia della biodiversità sul territorio (come azioni di pulizia dei sentieri e salvaguardia del mare tramite la liberazione di una tartaruga ricoverata nel Centro di soccorso).



Lifeed – Genitori che nascono, genitori che crescono

Grazie all'iniziativa **Genitori che nascono** (figli da 0 a 3 anni), **Genitori che crescono** (figli dai 4 ai 18 anni) E.ON Italia ha ricevuto da **Lifeed** il riconoscimento di **Caring Company**, che premia le aziende che favoriscono la sinergia tra vita e lavoro e che promuovono modelli di caring leadership e di valorizzazione delle diversità.

L'iniziativa ha coinvolto **40 dipendenti** con figli da 0 a 18 anni in un percorso digitale ricco di web class, contenuti multimediali, domande aperte, riflessioni e tool basati sul **Life Based Learning**. L'essere genitori diventa così un'occasione per sviluppare competenze trasversali, valorizzando l'impatto positivo che le esperienze di vita personali possono portare anche in ambito professionale.

Lifeed è la società di Educational Technology che con la sua piattaforma digitale trasforma i cambiamenti che occorrono nella vita di una persona in opportunità di formazione delle competenze soft. La **piattaforma mista**, principalmente indirizzata ai nuovi genitori e ai caregiver, include moduli settimanali di micro-apprendimento, nonché contenuti multimediali e interattivi per stimolare la riflessione, la pratica e la sperimentazione di soft skills con riferimento alle nuove modalità di lavoro. Scopo del programma è proprio quello di abbracciare il nuovo paradigma di vita lavorativa che genera **benessere, energia e sostenibilità**, fondato sulla **diversità e l'inclusione** di tutti i talenti. MultiMe® è l'apposito gioco presente nella piattaforma basato sulla **teoria dei ruoli**, che permette alle persone di esplorare le loro dimensioni e caratteristiche identitarie, favorendo il trasferimento delle soft skills da un ruolo all'altro.





Una governance responsabile

Struttura organizzativa e ruoli

La **Responsabilità Sociale** è frutto delle scelte che indirizzano l'attività dell'organizzazione verso un comportamento rispettoso tanto dei propri collaboratori quanto della società e dell'ambiente in cui si opera.

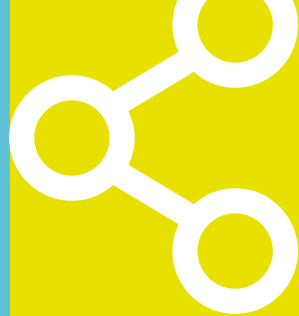
Integrità, Chiarezza e Responsabilità Sociale sono i valori alla base delle attività di E.ON Italia e si applicano a tutta la popolazione aziendale e ai collaboratori esterni.

E.ON Italia S.p.A. e le sue partecipate hanno adottato un **Modello di organizzazione, gestione e controllo** coerente con i principi del **D.lgs. 231/2001**, che permette di mitigare i rischi di irregolarità nell'attività d'impresa e di minimizzare il pericolo di commettere reati. L'attuazione del modello e il suo aggiornamento sono controllati da un **Organismo di Vigilanza (OdV)** composto da due professionisti esterni e dal responsabile della Direzione Legal & Compliance e Information Security.

La valutazione dei rischi dell'azienda è supervisionata dal **Comitato di Rischio** che assicura e sviluppa, in collaborazione con i dipartimenti e le sottodivisioni competenti, una visione d'insieme dell'esposizione complessiva ai rischi e opportunità rilevanti di E.ON Italia, avviando lo sviluppo di contromisure idonee. Inoltre, il Comitato garantisce l'implementazione e il rispetto della strategia relativa alle politiche di Commodity Risk, Credit Risk ed Enterprise Risk Management emanate dal Group Board of Management.

Il sistema di **Corporate Governance** di E.ON Italia è così articolato:

- **Assemblea dei soci**, che decide sulle materie che le competono secondo la legge e lo Statuto della società.
- **Consiglio di Amministrazione**, composto da 3 membri, che dispone di tutti i poteri ordinari e straordinari secondo quanto previsto dalla legge.
- **Collegio sindacale**, composto da tre membri effettivi e due supplenti, a cui spetta il controllo sulla gestione sociale.
- **Società di Revisione**, che esercita il controllo contabile.



Il nostro Top management



Frank Meyer | Chief Executive Officer e Board Member di E.ON Italia

Laureato in Fisica e Matematica, fa parte del Gruppo E.ON dal 2016. Ha iniziato il suo percorso in E.ON come Chief Innovation Officer, per poi diventare CEO di E.ON Solutions GmbH. Prima di entrare in E.ON, ha lavorato in Boston Consulting Group e ricoperto diversi incarichi in Vodafone. Recentemente è stato incluso dal quotidiano tedesco Handelsblatt tra i 100 principali innovatori della Germania.



Christian Zaum | Chief Financial Officer e Board Member di E.ON Italia

Dottore in Economia Finanziaria, ha iniziato la sua carriera in E.ON nel 2011 nel dipartimento centrale di Group Controlling dove è stato responsabile della direzione dei processi di pianificazione e di vari progetti strategici a livello di Gruppo. È arrivato in Italia nel 2020, dopo aver guidato con successo la quotazione della società turca Enerjisa.



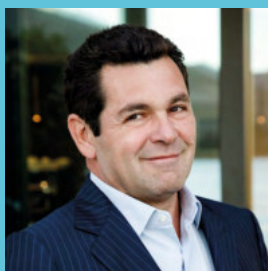
Davide Villa | Chief Customer Officer e Board Member di E.ON Italia

Ingegnere Chimico con un Master in Business Administration, ha maturato esperienza nel settore Energy in McKinsey & Co. Prima dell'arrivo in E.ON Italia nel 2018, ha ricoperto ruoli di responsabilità in H3G e in WindTre, occupandosi dello sviluppo dei canali digitali e del customer engagement, oltre che del lancio di proposizioni commerciali all'avanguardia.



Luca Conti | Chief Operating Officer B2C/B2SME e Board Member di E.ON Italia

Laureato in Economia, è entrato a far parte del Gruppo dal 2009. È attualmente Direttore Generale di E.ON CDNE S.p.A. e General Manager di Solar Energy Group. Nel suo ruolo ha l'obiettivo di contribuire alla crescita del business di E.ON in Italia in ambito energy sales e solutions, e di posizionare E.ON come leading player nel mercato italiano.



Alberto Radice | Chief Sales Officer B2BL- B2M Board Member di E.ON Italia e Country Head B2B Solutions di E.ON Business Solutions Italia

Parte del Gruppo dal 2009, ha costituito la branch italiana di E.ON Climate & Renewables. Ha poi ricoperto il ruolo di Head of PV Southern Europe in E.ON Climate & Renewables Italia. Dopo esserne stato uno dei primi dipendenti, oggi è anche Managing Director di E.ON Business solutions.

NOI, senza limiti 2021 - **Cominciamo da noi**

La sostenibilità è parte integrante del business di E.ON Italia. L'implementazione efficace di una **strategia di sostenibilità** necessita il supporto attivo dell'intera leadership dell'Organizzazione. Per incoraggiare e premiare questo sostegno, una parte della retribuzione variabile dei funzionari e dirigenti è determinata dal **raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità** da parte della loro unità. Gli obiettivi, che variano a seconda dell'unità, sono espressi in metriche quantitative. Ad esempio, misurando la fedeltà dei clienti attraverso una loro valutazione dei servizi. I membri del Management Board hanno **obiettivi annuali individuali** per la performance di sostenibilità di E.ON in aree quali la riduzione delle emissioni di carbonio, la sicurezza sul lavoro, la fedeltà dei clienti e la diversità sul posto di lavoro.



Integrità, valori e condivisione

Attraverso il **Codice di Condotta**, i principi, i valori e gli impegni di E.ON Italia vengono divulgati e condivisi da tutta la popolazione aziendale. Per l'Azienda è fondamentale che tutti i dipendenti siano consapevoli dei tre valori portanti su cui si basa l'azione del Gruppo: **prendersi cura delle persone e dell'ambiente, creare relazioni sostenibili e proteggere informazioni e beni aziendali**.

L'Azienda si è poi dotata di policy specifiche per numerosi temi, condivise con tutto il personale e accessibili dal sito, come la policy sulla protezione dei dati, l'anticorruzione, l'ambiente-salute-sicurezza, fino alla policy per la prenotazione dei viaggi di lavoro. Per quanto riguarda il sistema di **whistleblowing**, è prevista una hotline dedicata alla segnalazione di possibili violazioni della legge o delle linee guida o politiche aziendali e soprattutto per il mancato rispetto del **Codice di Condotta** da parte dei dipendenti delle aziende appartenenti al Gruppo E.ON.

Un tema particolarmente rilevante per E.ON Italia è il rapporto con i propri **partner commerciali**. Prima di avviare una collaborazione con un nuovo partner, l'Azienda ritiene fondamentale verificare la loro identità e integrità per evitare l'incursione in qualsivoglia attività illegale. A questo scopo, è stata predisposta una procedura ad hoc, la **Know Your Counterparty** o **KYC Check**. Attraverso il **KYC Check** viene valutato a priori se la nuova relazione commerciale potrebbe comportare eventuali sanzioni, se il partner ha qualche collegamento con organizzazioni terroristiche, se risultano indicatori di corruzione, riciclaggio o altri crimini, e se ci sono indicazioni di violazione dei diritti umani.

Le attività dell'Azienda sono conformi alla **UNI EN ISO 14001:2015** per quanto riguarda il Sistema di Gestione Ambientale, e alla **ISO 45001:2018** per quanto riguarda sviluppo, progettazione, installazione, gestione e manutenzione di soluzioni di energia distribuita (cogenerazione, trigenerazione) e di ogni tipo di impianto finalizzato all'ottimizzazione energetica, per clienti industriali e pubblici.



Un futuro condiviso

“ Condivisione vuol
dire indipendenza:
lavoriamo insieme oggi
per essere
più resilienti domani

”



La nostra sfida

Diventare un punto di riferimento per le comunità in cui si opera attraverso un impegno duraturo e un dialogo trasparente con i propri stakeholder



Ne parliamo con

Daniela Bernacchi



Laurea umanistica e diploma universitario in Economia alla Università Bocconi, Master in Social Entrepreneurship in Università Cattolica, dal 2019 è Segretario Generale del UN Global Compact Network Italia. Vanta oltre vent'anni di esperienza nel marketing in contesti multinazionali sia in ambito editoriale che energetico.

Ha consolidato una carriera nelle organizzazioni non profit, collaborando con organizzazioni di prim'ordine per la promozione dei diritti umani e dello sviluppo sostenibile. Appassionata di empowerment femminile, promuove e sostiene programmi per la tutela dei diritti delle donne, l'inclusione e la sostenibilità economica.

La crisi energetica globale e il conflitto ucraino stanno accrescendo povertà e disuguaglianze. A 8 anni dai traguardi fissati dall'Agenda 2030, come queste sfide stanno impattando il percorso di transizione giusta ed inclusiva tracciato dalle Nazioni Unite?

Già prima della guerra in Ucraina, si registrava un significativo ritardo nel raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030.

Nonostante una call-to-action senza precedenti storici al settore privato, ad **oggi si stima che saranno necessari ancora circa 60 anni per il raggiungimento degli SDGs**, con grandi squilibri tra le diverse dimensioni: stando agli ultimi dati disponibili (WEF), ad esempio, per colmare il divario economico di genere di anni ne serviranno almeno 268. In questo contesto, anche la mitigazione e la gestione dei rischi climatici rappresentano una sfida non trascurabile, specialmente per le aziende, come registrato dall'ultimo Global Risk Report.

Eppure, da crisi come quella geopolitica e quella sanitaria, possono scaturire delle opportunità.

La crisi energetica ha rappresentato uno stimolo all'accelerazione degli investimenti per la decarbonizzazione e così anche il conflitto in corso in Europa sembra spingere Istituzioni e aziende a promuovere interventi di efficientamento energetico. In Italia, l'obiettivo è di portare la **quota di rinnovabili nel mix energetico nazionale al 30% entro il 2030**. Il successo sembra via via sempre più a portata di mano.

Non lasciare indietro nessuno è uno dei valori fondanti l'Agenda 2030 dell'ONU. Ma cosa vuol dire davvero "inclusione" nel percorso verso la transizione sostenibile? In che modo le aziende energy possono supportare le comunità in cui operano per garantire uno sviluppo realmente sostenibile e condiviso?

Il concetto di **Just Transition** è rivoluzionario. È sempre più evidente come la dimensione ambientale sia strettamente connessa a quella economica e a quella sociale. Ne consegue che per avere un impatto positivo su tutti gli obiettivi dell'Agenda 2030 non si può prescindere dalla tutela delle persone. Le aziende devono avere un **occhio di riguardo per i territori in cui operano** e soprattutto imparare a valutare e gestire i rischi derivanti dalle proprie azioni verso le comunità.

Per questo, **l'educazione si dimostra una leva strategica**. La consapevolezza, infatti, costituisce un fattore abilitante tanto per

le aziende quanto per i consumatori finali e rappresenta un requisito chiave per agire in prima persona al fine di ridurre la propria impronta. I consumatori sono sempre più consapevoli ed esigenti nei confronti del mercato – pronti a supportare le aziende impegnate in ambito ESG, i prodotti e i servizi a basso impatto.

Questo meccanismo spinge tutte le aziende a impegnarsi. Le aziende più piccole fanno più fatica, per mancanza di risorse infrastrutturali o finanziarie. È quindi necessario trovare un modo per sostenerle, affinché anch'esse siano parte attiva della transizione.

La transizione è un percorso complesso, che nessuno può affrontare da solo e in cui gli Enti del Terzo Settore dimostrano di giocare un ruolo chiave. Come alimentare il dialogo tra enti profit e no-profit, trainati da finalità apparentemente distoniche?

Quello di partnership è un concetto essenziale secondo l'Agenda 2030. Il raggiungimento di un obiettivo così importante come quello climatico non può prescindere dall'alleanza tra protagonisti.

Una delle chiavi di lettura che più si è dimostrata efficace nel favorire il dialogo tra aziende private ed enti del Terzo Settore è quella territoriale. Questo perché **focalizzarsi sulle esigenze di una specifica area geografica consente di orientare la collaborazione verso un obiettivo condiviso: accelerare uno sviluppo sostenibile e di lungo periodo** intervenendo sul welfare territoriale, sia attraverso iniziative nuove che prendendo parte a progetti già in corso. L'azione comune produce impatti ben più rilevanti rispetto a iniziative che perseguono un obiettivo individuale. Insomma, l'unione fa la forza.

L'importante è comprendere quale risultato si vuole raggiungere. Che sia la tutela dei diritti umani o lo sviluppo di determinate categorie di persone, come ad esempio i NEET (Neither in Employment or in Education or Training), **è fondamentale dotarsi degli strumenti adatti a misurare gli impatti delle proprie iniziative sui territori**. Si tratta di una lezione fondamentale offerta dai modelli di business orientati alla **creazione di valore condiviso**, che può essere fatta propria da tutte le progettualità mirate al dialogo con i territori. Così, ad esempio, potrebbe giocare un ruolo strategico dotarsi di Advisory Board o Comitati Scientifici territoriali mirati a mappare, decodificare e soddisfare le esigenze locali avvalendosi di una pluralità di voci esperte.

Orientamento al cliente

Prendersi cura dei clienti e soddisfare le loro esigenze non è solo una prerogativa per il successo di un'azienda, ma è la chiave per instaurare rapporti costruttivi con le persone volti a migliorare la qualità della loro vita. I processi di **ascolto strutturato** promossi da E.ON Italia hanno permesso negli anni di sviluppare un'**offerta** sempre più **personalizzata** e su misura, sia per i clienti residenziali che per le imprese e la Pubblica Amministrazione, che include servizi complementari come l'assistenza alla manutenzione, i servizi assicurativi e di consulenza per l'efficientamento degli edifici.

Grazie a strumenti come il **Net Promoter Score (NPS)**, che misura quanto i clienti sono soddisfatti dei servizi ricevuti e quanto sarebbero disposti a sponsorizzarli, E.ON Italia è in grado da molti anni di monitorare costantemente e puntualmente la soddisfazione dei propri clienti e individuare le migliori soluzioni energetiche per ogni categoria. Anche nel 2021, l'NPS ha confermato come E.ON sia il **marchio più raccomandato** sul mercato italiano dai clienti residenziali, con un punteggio complessivo di oltre 20 punti superiore a quello dei principali competitor.



820.000

le chiamate gestite
dal Contact Center nel 2021



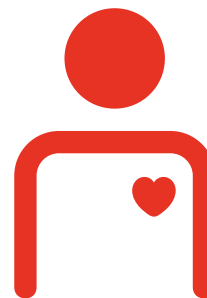
73.000

le persone che
hanno visitato i punti
vendita E.ON



82%

le conciliazioni risolte
con un accordo tra le parti



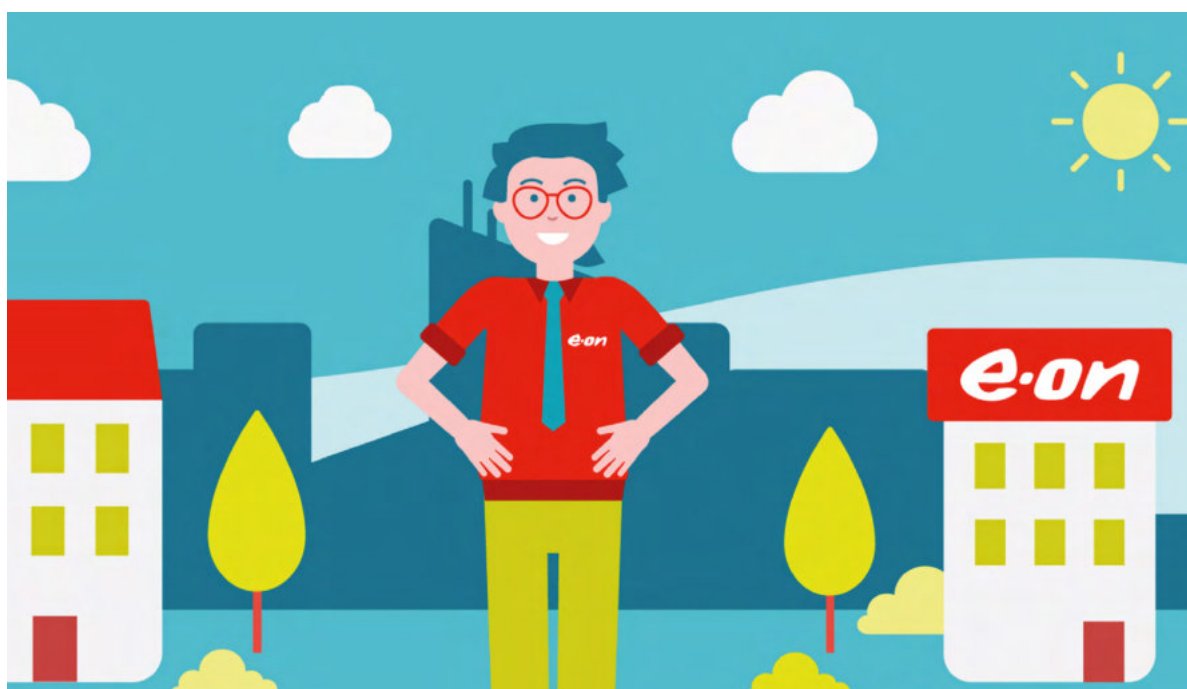
Vicini alle persone

Il mondo energetico è complesso e spesso difficile da comprendere, specialmente per i clienti finali. Per questo E.ON Italia si impegna non solo ad assicurare la massima chiarezza e trasparenza, ma anche a supportare le fasce più deboli della popolazione che, quest'anno, hanno dovuto affrontare difficoltà senza precedenti.

La **campagna mail di Bill Clarity** è il modo attraverso il quale E.ON Italia vuole sensibilizzare i clienti sui temi dell'energia, fargli sapere cosa succede sul mercato, se ci sono rialzi nei prezzi e quali accorgimenti possono eventualmente adottare per un utilizzo più sostenibile di questa preziosa risorsa. Inoltre, attraverso l'area riservata E.ON o tramite call center, tutti possono contattare l'Azienda per avere maggiori informazioni e trovare un Team a disposizione per rispondere alle loro domande. Sempre per rispondere all'esigenza di trasparenza, nel 2021 è stato rivisto il contenuto delle lettere di stipula del contratto, oggi ancora più chiaro e accessibile per gli utenti.

Nel 2021, E.ON Italia ha consolidato il proprio sistema di **payment reminder**, già attivo dal 2020, che aiuta i propri clienti a tenere traccia dei pagamenti da effettuare tramite bollettino. Attraverso questo strumento, i clienti ricevono un promemoria delle proprie scadenze che li aiuta ad evitare l'accumularsi di pagamenti e il rischio di ricezione di un successivo sollecito. Il servizio è stato aggiornato per renderlo più fruibile per i consumatori, grazie a un nuovo design più conciso e diretto, e all'introduzione di grafici che permettono una più celere consultazione del proprio storico. Inoltre, è stata inserita la possibilità di pagare tramite PayPal, per rendere ancora più smart i pagamenti.

Nella stessa direzione si muove l'iniziativa **Credit Caring**, grazie alla quale, per i clienti con domiciliazione bancaria, in caso di indisponibilità economica temporanea sul proprio conto, non si procede subito con le azioni di sollecito ma vengono effettuati ancora 2 tentativi di prelievo in un lasso di tempo successivo.



Un dialogo costante, su tutti i canali

Soddisfare le richieste dei clienti è un processo articolato, che richiede innanzitutto di coglierne le esigenze a cui rispondere con tempestività, qualità ed efficacia. La comunicazione gioca un ruolo strategico nell'erogazione dei servizi. Per questo E.ON Italia si impegna a sviluppare canali di dialogo che permettono di stare vicino ai clienti sia in presenza che da remoto.

73.000 clienti hanno visitato i **Punti E.ON** nel 2021 e sono state gestite **oltre 820.000 chiamate**.

Per il 5° anno consecutivo, il **Contact Center** ha guadagnato la **certificazione d'eccellenza di ARERA** (UNI EN ISO 18295-1:2017), con un tempo medio di **attesa telefonica** che va dai **27 secondi** per il settore residenziale ai 31 secondi per il settore Business, con una riduzione dei tempi di circa 16 secondi rispetto al 2020. Questo ha permesso di raggiungere un voto di qualità del servizio di 4,5/5 per il residenziale e 4,3/5 per il Business.

Per incrementare le modalità di dialogo, dal 2021 è stato attivato il canale social di E.ON Italia dove il customer care può supportare ulteriormente e più velocemente i clienti tramite una **live chat**.

Anche per quanto riguarda le **conciliazioni ADR** (Alternative Dispute Resolution) gestite da ARERA i risultati sono stati soddisfacenti: delle **158** procedure aperte nel corso dell'anno, l'**82%** è stato risolto entro la fine dell'anno con un accordo, ben al di sopra della media di mercato pari al 68%.





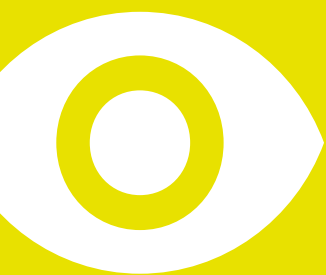
>120.000

gli utenti attivi sulla
piattaforma Energy4People
da ottobre 2020



12.500

i bambini coinvolti,
in 500 classi e 100 scuole
elementari e medie



780 mln

visualizzazioni su TikTok
della campagna di eco-
sensibilizzazione ECO Jouer

Insieme verso il futuro

Educare gli altri e farsi educare da loro è il modo più efficace per costruire una cultura comune sulla sostenibilità e l'innovazione, oltre che per creare e rafforzare un nuovo senso civico. Attraverso le scelte di tutti i giorni, i cittadini giocano un ruolo essenziale per determinare l'impronta sociale e ambientale dei servizi che utilizzano. Perciò, per trasformare le persone in abilitatori del cambiamento, è fondamentale investire in iniziative di educazione energetica e ambientale mirate a ridurre gli sprechi e le inefficienze nei consumi.



Energia per tutti

Attraverso il programma di engagement **Energy4People**, attivo dall'ottobre 2020, E.ON Italia accompagna i clienti verso l'**energia del futuro**. Il programma mira ad incrementare l'interazione dei clienti residenziali e microbusiness con le **piattaforme digitali** dell'Azienda attraverso l'assegnazione di punti (Eco Points) che offrono sconti o benefit legati alla sostenibilità, e status speciali, come il riconoscimento di **Membro Green**, che può essere ottenuto superando un test iniziale sulle conoscenze e i comportamenti sostenibili adottati dai singoli. Lo status può poi essere migliorato adottando uno **stile di vita rispettoso dell'ambiente** e **utilizzando in modo consapevole l'energia**.

Nel 2021 sono state introdotte anche delle **sfide sulla sostenibilità** rivolte ai clienti come, ad esempio, "pulisci il quartiere", a cui è possibile partecipare grazie all'**App E.ON**, resa nel 2021 ancora più *user friendly* e di facile accessibilità. A gennaio 2022, si è registrato un incremento degli utenti attivi del **31%** rispetto ad agosto 2021 e del **44%** rispetto all'agosto del 2020. Inoltre, sull'App è possibile collezionare ulteriori Eco Points leggendo le notizie o guardando video sulla sezione news e condividendoli poi sui social.

Oggi la piattaforma Energy4People conta oltre **120.000 utenti attivi**, per un totale di quasi **760.000 accessi** negli ultimi 2 anni.

Sensibilizzazione e comunicazione si rivolgono non solo ai clienti, ma anche ai dipendenti. Sul sito del Gruppo, nell'area dedicata **E.ON Magazine**, è possibile trovare numerosi materiali informativi ed educativi sul tema della sostenibilità e dell'energia. Nel 2021 sono stati pubblicati **272 articoli**, 25 ogni mese, da cui sono risultate ben **3.720 interazioni**. Gli articoli più letti nell'ultimo anno hanno riguardato l'effetto serra e le sue conseguenze e la temperatura ideale da mantenere in casa per un uso efficiente dell'energia.

Energy Advisor: consulenti per l'energia

Per migliorare l'esperienza dei clienti di E.ON Italia, nel 2021 è partito il progetto **Energy Advisor**, grazie al quale è stato possibile aumentare la consapevolezza delle persone sull'uso dell'energia attraverso la divulgazione di buone norme di comportamento e consigli sul suo utilizzo.

Il programma offre una visione completa sull'utilizzo dell'energia svolto dall'utente, permettendogli di comprendere in che modo può efficientare i suoi consumi. Grazie ai nuovi **smart meter 2G** è stato inoltre possibile, per i clienti già dotati dei nuovi contatori, offrire un **report personalizzato** sui consumi e fare una comparazione con i consumi di altri clienti aventi le stesse necessità. La valutazione di questi dati ha permesso, infine, di sviluppare delle offerte personalizzate per tutti. È anche così che E.ON Italia si prende cura ogni giorno dei propri clienti.

1

Scegli la classe giusta

Il climatizzatore ideale deve avere una classe energetica non inferiore alla A.

2

Cambia i filtri

I filtri del tuo impianto devono essere controllati almeno una volta all'anno.

3

Una programmazione intelligente

Mantieni sempre un clima adeguato: non andare oltre i 6° di differenza rispetto alla temperatura esterna. Utilizza il timer per usare il tuo climatizzatore solo quando serve davvero.

4

Non disperdere il fresco

Abbassa la tapparella o chiudi le persiane, il 30% del calore passa da lì.

Ci prendiamo cura dell'ambiente, insieme

#Odiamoglisprechi

Per costruire un futuro migliore, è fondamentale sensibilizzare oggi le persone che faranno parte del mondo di domani: i giovani.

#Odiamoglisprechi è il percorso didattico sviluppato da E.ON Italia che permette ai ragazzi di imparare la sostenibilità andando alla scoperta degli ecosistemi della terra, dell'acqua e dell'aria. Si tratta di un progetto educativo completamente gratuito, dedicato alla scuola primaria e secondaria di primo grado dell'intero territorio nazionale. Il progetto è stato inserito nel programma **All4Climate – Italy 2021**, iniziativa lanciata dal Ministero della Transizione Ecologica in collaborazione con Banca Mondiale, Regione Lombardia e Comune di Milano, che raccoglie gli eventi dedicati alla lotta contro i cambiamenti climatici. Attraverso questo programma, E.ON Italia accompagna le scuole, fornendo strumenti e informazioni utili per i loro studi e creando occasioni di confronto su temi legati alla sostenibilità, al cambiamento climatico e all'ambiente.



Attraverso quiz, sfide e lezioni, nel 2021 sono stati coinvolti **12.500 alunni** di **500 classi** delle **scuole elementari e medie**, in **100 scuole**, e accompagnati nella scoperta dell'**educazione civica**, materia diventata nuovamente obbligatoria.

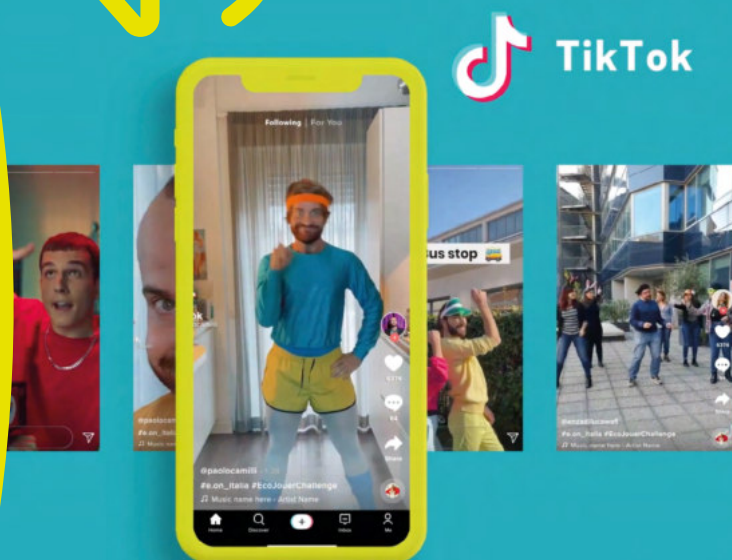
Oltre all'offerta di materiale educativo, quest'anno è stata organizzata una sfida con gli istituti che ha portato allo sviluppo di **52 elaborati** in cui i ragazzi hanno dovuto usare la propria immaginazione per sviluppare un progetto innovativo dedicato al **futuro delle energie rinnovabili**. Il contest si è svolto tra il 2021 e il 2022, e la premiazione è avvenuta nel 2022. La domanda posta agli studenti è stata: *"Siamo nel 2040. A 10 anni dal raggiungimento degli obiettivi dell'agenda 2030, sarete ormai dei giovani adulti. Le energie rinnovabili legate all'aria, alla terra e all'acqua avranno subito dei cambiamenti? Ci saranno dei metodi/strumenti innovativi per riuscire a sfruttare le fonti energetiche che il nostro Pianeta ci offre senza andare ad impattare sugli ecosistemi?"*.

Il progetto ha avuto il **Patrocinio del MITE** ed è stato inserito tra gli appuntamenti della Pre-Cop 26, l'incontro preparatorio tenutosi a Milano che precede ogni conferenza delle Parti della Convenzione quadro delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici. In questa occasione si è tenuta una lezione sul tema della sostenibilità rivolta a **90 insegnanti** con lo scopo di fornire, attraverso una lezione in diretta streaming condotta da **Andrea Giuliani**, noto meteorologo e professore universitario di Fisica dell'Atmosfera, strategie e strumenti didattici per poter affrontare il tema del cambiamento climatico in classe. Il corso ha trattato metodi per coinvolgere gli studenti attivamente ed ampliare le opportunità di apprendimento, fornendo agli insegnanti informazioni e risorse basate sulla scienza.



ECO Jouer: i passi della sostenibilità

Il progetto educativo è stato lanciato nel 2021 al fine di coinvolgere grandi e piccoli su temi come sostenibilità e ambiente, tramite la musica e il ballo. Si tratta di una rivisitazione in chiave green del celebre brano musicale degli anni 80 "Gioca Jouer" e l'obiettivo è quello di ispirare e diffondere la cultura del consumo consapevole, del rispetto verso gli altri e il Pianeta, stimolando, in modo divertente, un'azione collettiva per un cambiamento concreto, passo dopo passo, a suon di ballo e di sfide. La campagna ha generato oltre **780 milioni di visualizzazioni** e ha vinto il **TikTok best campaign on channel**, riconoscimento attraverso cui la piattaforma social premia le aziende che hanno sviluppato campagne innovative per raggiungere un pubblico nuovo, attingendo alle nuove tendenze nella community e creandone di nuove.



Valore condiviso

In E.ON Italia condividere non è solo l'azione alla base della costruzione di un futuro migliore per tutti, ma è il valore chiave che guida le scelte del Gruppo. Solo creando un valore a beneficio di tutti è possibile costruire un futuro più inclusivo e sostenibile.

Dal 2018, E.ON Italia promuove **Natale solidale**, iniziativa interna volta a sostenere enti di beneficenza e progetti umanitari ad alto impatto. La scelta delle associazioni beneficiarie è il risultato di una scelta condivisa ottenuta attraverso una votazione che coinvolge tutti i colleghi dell'Azienda.



317.000€

il valore delle donazioni
e delle sponsorizzazioni
di E.ON Italia



>280

le ore dedicate al volontariato
dai dipendenti E.ON Italia



5

le associazioni supportate
da E.ON Italia nel 2021



Per l'edizione 2021/2022 dell'iniziativa Natale solidale i dipendenti hanno potuto scegliere tra le varie associazioni all'interno di 3 categorie: Diversity & Inclusion, People Care e Education. Due associazioni tra le tre categorie hanno ottenuto un parimerito e per questo motivo E.ON Italia ha deciso di supportare 4 associazioni:

- **Associazione Nuvolando:** nata dall'esperienza di vita di due genitori che si sono trovati a combattere una battaglia contro una malattia incurabile, e dalla volontà di sostenere i bambini con disabilità neuro-psicomotorie per garantire loro una vita al massimo delle loro potenzialità. Nuvolando mira a costruire una rete di persone in cui ognuno può mettere a frutto le proprie competenze per aiutare i bambini con disabilità neuro-psicomotorie, o a cui ci si possa rivolgere per avere informazioni, per raccogliere suggerimenti o anche solo per avere un po' di conforto.
- **Opera San Francesco per i poveri:** realtà fondata dai Frati Cappuccini di viale Piave a Milano, che dal 1959 si impegna ad assicurare ai poveri assistenza gratuita e accoglienza. In particolare, l'obiettivo dell'ente è quello di soddisfare bisogni primari come assicurare un pasto caldo, potersi fare una doccia o indossare abiti puliti, ma garantisce anche il diritto alla salute con visite mediche e medicinali gratuiti. A tutti, senza distinzione di etnia, cultura, religione e lingua, offre inoltre supporto per la ricerca di una casa, di un'occupazione e per la gestione delle relazioni interpersonali.
- **Soleterre:** Fondazione Onlus che opera da 18 anni al sostegno dei bambini malati di cancro, garantendo loro cure mediche, accoglienza e sostegno psico-sociale. Oltre a fornire cure e assistenza medica, si impegna per la salvaguardia e la promozione del benessere psico-fisico per tutte e tutti, sia a livello individuale che collettivo, ad ogni età e in ogni parte del mondo.
- **OBM Ospedale Bambini Buzzi Milano Onlus:** l'Associazione OBM Ospedale dei Bambini Milano Buzzi Onlus nasce nel 2004 da un gruppo di professionisti della sanità mossi dalla volontà di affiancare il personale dell'Ospedale Buzzi, nel coniugare eccellenza e qualità nelle cure. Lo scopo primario di OBM è quello di stare accanto alle donne, ai bambini e alle famiglie che si rivolgono all'Ospedale, per assicurare loro eccellenze sanitarie, innovazione tecnologica e un ambiente adeguato.





Infine, oltre ai progetti selezionati grazie all'iniziativa Natale solidale, E.ON Italia, come 5° associazione, sosterrà, nell'anno 2022, l'efficientamento energetico di **SanfereOrto** tramite la donazione di un impianto fotovoltaico.

SanfereOrto è un *bene comune* situato a Lodi, nato nel 2017 per attivare la cittadinanza su progetti di educazione ambientale/sostenibile e per attività comunitarie, nonché per rigenerare un luogo condiviso, rendendolo bello, fruibile e accogliente per tutti.

Le attività e i progetti sostenuti per l'edizione 2021/2022 troveranno, appunto, realizzazione pratica nel corso nel 2022, mentre nel 2021 sono state sviluppate le iniziative sostenute dalle associazioni scelte nella edizione 2020/2021. Tra queste, l'Opera San Francesco per i poveri e l'Ospedale dei Bambini Buzzi sono state scelte anche nella precedente edizione 2020/2021 insieme ad altre due associazioni:

- **Maestri di Strada:** Onlus che affronta i fenomeni sociali di emarginazione nelle loro dimensioni psichiche e personali, oltre che culturali ed economiche. I Maestri di Strada costituiscono una comunità di apprendimento e di azione nei quartieri di Napoli, in cui si realizzano azioni di sostegno ai giovani che vogliono uscire da condizioni di esclusione. L'obiettivo è creare degli ambienti di crescita, offrendo ai più giovani le capacità per migliorare sé stessi ed essere consapevoli delle proprie capacità attraverso attività come il sostegno emotivo, il supporto alla cura parentale, la guida cognitiva e la formazione alle professioni.
- **Il Sorriso: Stare bene Insieme** è una Onlus che accoglie bambini e ragazzi delle scuole nei propri centri, per sensibilizzare e diffondere conoscenza sul valore delle disabilità. Attraverso strumenti come la musica, il teatro, il laboratorio artistico, il libro scritto da Alessandro (un ragazzo con disabilità complessa che comunica le sue emozioni attraverso la scrittura) e l'attività occupazionale



come l'ergoterapia, l'associazione vuole valorizzare le abilità dei propri ragazzi. Grazie al contributo di E.ON Italia è stato possibile dar seguito al progetto di musicoterapia con l'incisione di una canzone frutto del lavoro di tutti i bambini e i ragazzi del Centro, nonché stampare i racconti di Alessandro attraverso la C.A.A (Comunicazione Aumentativa e Alternativa).

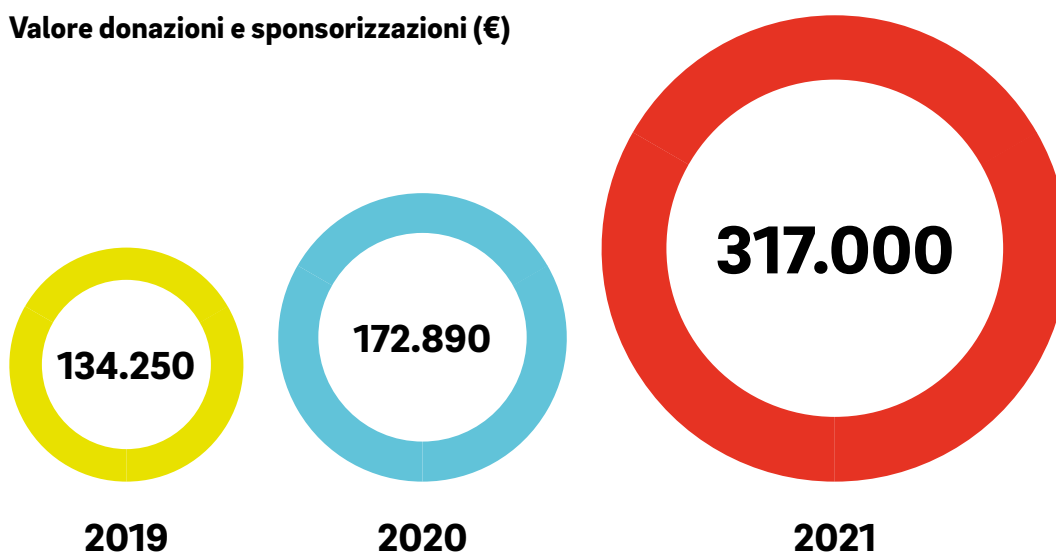
Queste iniziative rappresentano il sostegno che l'Azienda vuole offrire sul territorio nazionale, e il suo impegno nel perseguire l'obiettivo di **#makeltalygreen** attraverso un gesto solidale nei confronti del prossimo.

Oltre alle donazioni, ogni anno l'Azienda mette a disposizione delle risorse economiche per **supportare lo sviluppo di iniziative** il cui operato è di rilevanza secondo i valori di E.ON Italia, come attività sportive, culturali e educative.

I direttori di ogni area hanno la possibilità di presentare la propria proposta di sponsorizzazione all'area Marketing & Corporate Communications che gestisce l'allocazione delle risorse disponibili mentre il processo di budget è gestito con periodicità annuale e secondo il calendario stabilito dalla Direzione Controlling. Ogni sponsorizzazione è poi soggetta al **nulla osta del Compliance Officer**. Tra le altre, nel 2021 è stata approvata la sponsorizzazione di numerose attività sportive, tra cui il supporto alle attività di golf del **Golf Club di Bologna** per i più giovani, il supporto ai team dei più giovani di due **associazioni calcistiche** in Costiera Amalfitana e a Colavecchio, nonché la sponsorizzazione di attività teatrali del **Teatro di Cento**.

Nel 2021 il valore complessivo delle donazioni e delle sponsorizzazioni approvate da E.ON Italia è stato pari a **317.000 euro**, in crescita del **61% rispetto al 2020**.

Valore donazioni e sponsorizzazioni (€)



Il supporto alla comunità deriva anche dalle attività di volontariato svolte dalle persone di E.ON Italia. Nel 2021, **57** colleghi hanno dedicato **289 ore** ad attività legate alla cura dell'ambiente, supportando Legambiente e Filicudi Wildlife Conservation, nonché attività sociali in collaborazione con Opera San Francesco.



Un futuro smart

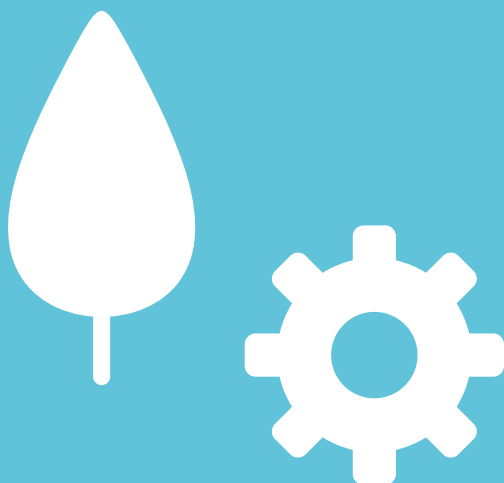
“ Il futuro ruota intorno alle persone. Le città saranno la cornice in cui costruire un mondo più verde, intelligente e sostenibile

”



La nostra sfida

Accelerare lo sviluppo di soluzioni
in grado di creare un equilibrio
tra gli interessi in gioco e le esigenze di
tutti gli attori coinvolti



Ne parliamo con

Federico Testa



Laureato in Economia e Commercio, è stato Presidente dell'ENEA dal 2015 al 2021. È Professore Ordinario di Economia e gestione delle imprese presso l'Università di Verona. Fin dagli inizi della sua carriera ha svolto collaborazioni e ricerche sui temi del management pubblico, con particolare riferimento agli aspetti di governo e gestione delle public utilities, efficienza energetica, sostenibilità, qualità del servizio e customer satisfaction.

È Presidente della Fondazione CUEIM (Consorzio Universitario di Economia Industriale e Manageriale), e autore di numerose pubblicazioni in riviste nazionali e internazionali.

Attualmente ricopre la carica di Presidente del Collegio Sindacale di E.ON Italia ed E.ON Energia.

Che impatto hanno avuto le recenti evoluzioni geopolitiche e la crisi energetica sul percorso di transizione energetica tracciato dall'Unione Europea?

La recente crisi ucraina ha messo in luce le fragilità del sistema energetico italiano connesse alla forte dipendenza dal gas russo per la produzione di energia elettrica. Progredire velocemente verso le rinnovabili è prioritario, ma si tratta di un percorso ancora lungo e non immediato. Dobbiamo trovare **soluzioni alternative che accompagnino la transizione**. Tra queste certamente il gas, che continuerà nei prossimi anni a far parte del nostro mix energetico, ma per cui è necessario individuare nuove fonti di approvvigionamento; oppure risorse come il **biometano**, le cui potenzialità non sono ancora espresse al 100% e che potrebbero garantire la copertura del fabbisogno energetico in momenti di interruzione delle rinnovabili non programmabili.

Un altro aspetto essenziale per completare la transizione è connesso alla cultura, e più in particolare ai tabù ancora da sfatare sul versante delle rinnovabili. Un esempio lampante è offerto dall'eolico **offshore**, che in Italia è ancora ampiamente ostacolato dalla sindrome NIMBY (Not In My Back Yard), il fenomeno per cui i membri di una comunità locale si oppongono alla realizzazione di opere pubbliche che hanno un impatto rilevante. Impianti come quelli eolici offshore, infatti, vengono spesso etichettati come distruttivi per il paesaggio e per l'economia di settori come quello della pesca.

È necessario puntare sul dialogo e sulla collaborazione, al fine di trovare un **equilibrio** tra gli interessi in gioco e soluzioni innovative che rispondano alle esigenze di tutti gli attori. **Ricerca e sviluppo**, infatti, saranno la chiave per efficientare i centri urbani – veri protagonisti del futuro energetico sostenibile – e i piccoli borghi tipici del panorama abitativo italiano.

Nella complessità degli attori in gioco, chi ha il compito di guidare la transizione? E che ruolo possono avere le aziende del settore energetico?

La transizione energetica deve essere guidata dalla tecnologia e dalle persone.

Sull'**efficientamento energetico delle imprese** l'Italia è ben posizionata. Le aziende di questo settore si muovono nella giusta direzione, ma devono puntare **meno sulle commodity e più su soluzioni innovative** per edifici, case e mobilità. Le soluzioni smart sono infatti un **alleato strategico** per la transizione energetica, perché permettono di gestire la crescente complessità del sistema: da un lato possono equilibrare la discontinuità delle rinnovabili, dall'altro aiutano a creare **legami più forti tra le comunità e le persone** che le abitano, attivando comportamenti virtuosi sia nella vita privata che tra le imprese.

Per far sì che tutti si sentano coinvolti in questo percorso verso un'energia pulita e siano disposti a dare il loro contributo, bisogna focalizzarsi sui trade-off da raggiungere. Ogni persona ha la sua opinione e soprattutto le sue esigenze, ma **per raggiungere l'equilibrio tra le diverse posizioni serve un progetto comune** disegnato dagli attori più competenti (centralizzato), che permetta a tutti di contribuire (decentralizzato).

Soluzioni come le comunità energetiche possono certamente aiutare, ma portano con sé dei limiti, specie nell'utilizzo simultaneo dell'energia. Su questo punto spetta alle aziende **sensibilizzare i cittadini** sul corretto utilizzo di questi strumenti, condividendo il loro know how e le best practice applicabili.

In Italia, a che punto siamo nel percorso verso una transizione energetica al 2030? Quali azioni potrebbero assicurare il raggiungimento dell'obiettivo nei tempi prefissati?

L'attuale contesto geopolitico, nonostante le problematiche cui ha dato vita, ci offre certamente una **spinta verso la transizione energetica**. Ma il risultato sarà raggiungibile nel breve termine solo se saremo pronti ad affrontare i limiti e i compromessi che non abbiamo ancora affrontato o accettato. È però necessario coinvolgere tutti, adottare un **approccio proattivo e realizzativo**, che vada oltre lo slogan della generica lotta al cambiamento climatico, ma metta in essere ragionamenti concreti, idonei ad affrontare tutti i temi più sensibili e a rispondere alle esigenze di tutti gli attori.

Una città smart, per tutti

I servizi offerti da E.ON Italia sono sviluppati e implementati per rispondere alle esigenze di tutte le tipologie di clienti, dal residenziale al business e al pubblico, con soluzioni per l'energia e per la mobilità elettrica.

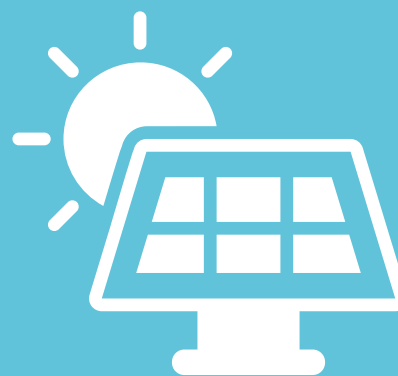
Le soluzioni domestiche

Le persone sono l'energia del cambiamento. E.ON Italia aiuta oltre **937.000 famiglie** ad essere più efficienti e a consumare energia in modo sostenibile, attraverso un portafoglio di offerte variegato e innovativo.



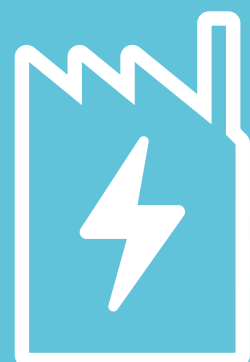
Luce e gas

Il Gruppo E.ON è stato il primo operatore energetico al mondo a decidere di rinunciare **alla produzione di energia elettrica da fonti fossili**, puntando sulla vendita di energia interamente rinnovabile per illuminare e scaldare le case degli italiani. Nel 2021, l'Azienda ha erogato oltre **740.000 MWh di energia elettrica** per oltre **295.000 clienti** del **segmento residenziale**.



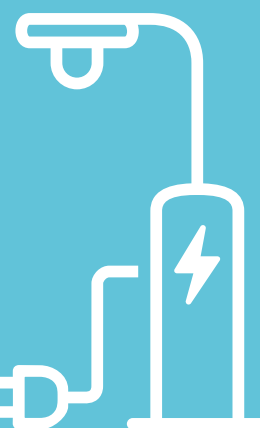
Oltre 3.000

gli impianti fotovoltaici
installati nel 2021



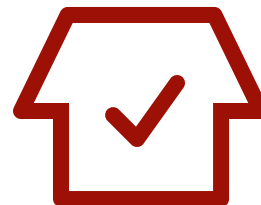
>110.000t

le emissioni di CO₂ evitate
grazie agli impianti
di cogenerazione attivi



>260

le colonnine per la ricarica dei
veicoli elettrici installate nel
2021 e dedicate al business



Le soluzioni per la casa

Grazie a **E.ON SuperSolar**, **E.ON EasySolar** e **E.ON SuperBonus**, nel **2021** sono stati installati **3.012 impianti fotovoltaici** per il solo settore residenziale, in aggiunta ai **4.528** impianti già installati tra il 2019 e il 2020, per una potenza totale installata di **38.627 kWp**. Questo tipo di soluzioni permette di acquistare l'**impianto chiavi in mano**, inclusa l'assistenza in tutte le fasi che lo interessano, dall'installazione fino alla gestione delle pratiche amministrative per ottenere la detrazione fiscale del 110% prevista dal Superbonus.

Nel 2021, il **63%** degli impianti fotovoltaici installati per il settore residenziale è composto dai **pannelli E.ON Aura 375W**, uno strumento ad alta tecnologica che offre performance di elevato livello che può garantire fino al **97% della resa** anche in condizioni di scarsa luminosità per oltre **25 anni**. Grazie alla **batteria in retrofit** a lunga durata, l'impianto può arrivare a coprire il **75% del fabbisogno energetico annuale medio** di una famiglia, consentendo, grazie alla piattaforma di monitoraggio **E.ON Home**, di avere sempre sotto controllo i livelli di produzione e consumo.

Gli impianti fotovoltaici installati da E.ON nel corso degli anni, nel 2021 hanno permesso di evitare circa **76.000 tonnellate di CO₂**.

Oltre agli impianti fotovoltaici, E.ON Italia offre numerose altre soluzioni per la casa, tra cui **sistemi di accumulo**, **impianti solare termico**, **caldaie ad alta efficienza energetica**, **pompe di calore** e **wallbox** per la ricarica elettrica delle autovetture. Nel complesso, nel 2021 sono state installate **oltre 17.000** tra queste soluzioni.



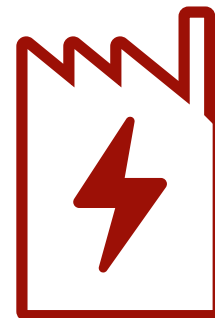
Le soluzioni business

Al fianco delle Piccole e Medie Imprese

I clienti business di E.ON Italia possono accedere ad un'ampia gamma di soluzioni per l'**efficienza energetica**, oltre alla fornitura di energia elettrica e gas, al fine di **ridurre i propri consumi** e **impatti ambientali**.

Il primo step per la valutazione delle soluzioni più efficaci per un determinato cliente è l'**E.ON Energy Audit**, un servizio di analisi per identificare le opportunità di **razionalizzazione** e **riduzione dei costi** energetici. Ad esempio, grazie all'**Economizzatore E.ON SalvaEnergia**, un dispositivo di ultima generazione che consente di monitorare costantemente i consumi di energia elettrica in azienda, è possibile **ottimizzare i consumi fino al 15%**.

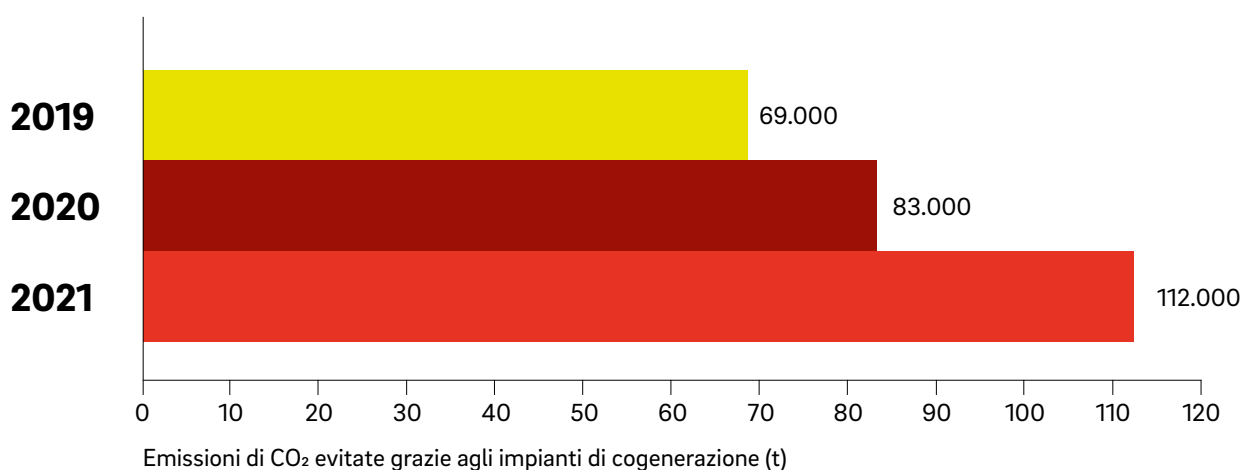
Gli **impianti fotovoltaici** per i piccoli business sono sviluppati con i **pannelli Q CELLS 330w**, dotati di una tecnologia Q.ANTUM DUO Z, che combinata con la configurazione della cella zero-gap, aumenta l'efficienza del modulo di oltre il 20%. La struttura in alluminio high tech garantisce l'alta resistenza agli eventi meteorologici come neve e vento, e offre rendimenti in qualsiasi condizione atmosferica. Nel 2021, la potenza media degli impianti installati è stata pari a **4.900 kWp**.



Partner delle Grandi Aziende italiane

E.ON Italia offre servizi e **progetti integrati** anche per le grandi aziende con cui collabora, garantendo ogni anno un **risparmio sui costi energetici** mediamente **compreso tra il 20 e il 40%**.

Gli **impianti di cogenerazione** (CHP), moderne centrali per la produzione combinata di calore ed energia elettrica rinnovabile, consentono infatti di **abbattere le emissioni di CO₂** rispetto ai tradizionali sistemi per la produzione autonoma. Nel 2021, E.ON Italia ha venduto **1.101.582 MWh** di energia elettrica, termica e frigorifera e, grazie agli impianti già installati e funzionanti, è stata **evitata l'emissione di 112.000 tonnellate di anidride carbonica** (+35% rispetto al 2020), oltre l'obiettivo di 100.000 tonnellate che l'Azienda si era prefissata per il 2022.



Nell'ambito del programma di **decarbonizzazione dei clienti industriali**, durante il 2021 E.ON ha sviluppato un nuovo servizio, **Hybrid Energy Service**, pensato per le aziende con lo scopo di aiutarle a ridurre i costi e ad aumentare la sostenibilità ambientale. Con un unico contratto di servizio pluriennale l'Azienda fornisce energia ottenuta dalla cogenerazione e energia rinnovabile proveniente da impianti dedicati al cliente, progettati e dimensionati in funzione delle esigenze produttive, senza alcun investimento iniziale, permettendo di neutralizzare l'impronta di carbonio residua attraverso impianti rinnovabili aggiuntivi. Nel 2021 sono stati realizzati quattro interventi di generazione solare abbinata alla cogenerazione, per una potenza installata pari a oltre **1 MW**.

Il portafoglio di servizi include anche i **sistemi di illuminazione efficiente**, che consentono di ridurre le potenze prelevate generando **risparmi fino al 70%**. Nel 2020 è stato attivato un progetto di miglioramento dell'illuminazione, i cui interventi sono continuati sia nel 2021 che nel 2022 e sono in programma per il 2023. Al 2021, gli interventi svolti in **377 punti vendita** dei distributori di benzina Q8 hanno permesso di risparmiare oltre **6.000 MWh all'anno**. Il **Relamping LED** offre una **maggior luminosità** senza sostituire l'impianto esistente, migliorando la **qualità della luce**, **rinfrascando l'ambiente** e **abbattendo i costi**.



Energia per un futuro intelligente

Entro il 2050 il **70% della popolazione mondiale** sarà concentrata nelle città, dove ogni anno si consumano circa 2/3 dell'energia e si producono più del 70% delle emissioni globali di gas serra. Le città saranno protagoniste nel raggiungimento degli ambiziosi obiettivi di **riduzione delle emissioni** stabiliti a livello europeo e nazionale. La forza delle comunità risiede nella capacità di trasformare in stili di vita le scelte individuali adottate nella lotta al cambiamento climatico, soprattutto in ambito energetico. La maggior parte delle emissioni urbane, infatti, dipende da come le persone utilizzano l'energia per **alimentare le proprie case** e per **muoversi**.



Future-energy home

L'**energia verde** è il motore della **casa energetica del futuro**, dotata di un tetto coperto da **pannelli fotovoltaici** e di una **pompa di calore** attraverso cui l'energia termica viene convertita in acqua calda. È una casa ad **alto contenuto tecnologico**, costruita con **materiali ad altissime prestazioni** di efficienza. Gli avanzati **sistemi di accumulo dell'energia**, i **climatizzatori A++** e la **caldaia a condensazione** sono coordinati da un **termostato intelligente** che regola autonomamente la temperatura in base alle informazioni di consumo. La casa del futuro dispone anche di una **colonnina Wallbox**, una stazione di ricarica per i **veicoli elettrici** veloce e all'avanguardia che, grazie alla funzione **Load Management**, regola automaticamente la potenza evitando sovraccarichi e riducendo il **rischio di black-out**.

Questo è il futuro su cui si basano tutte le soluzioni offerte da E.ON Italia, che hanno l'obiettivo di **ridurre il costo e l'impatto ambientale** della vita domestica dei clienti. La casa energetica del futuro è già realtà, e ha un nome: **Casa X-lam**. Gli **edifici a emissioni quasi-zero (NZEB)** combinano tutte le soluzioni E.ON sviluppate per rendere la casa il primo ambiente in cui ciascuno può cominciare il percorso verso un futuro energetico sostenibile.

La campagna **IO – NOI – Con E.ON è più facile**, basata sul concept della Future Energy Home, ha vinto un premio oro da parte di Mediakey nell'ambito del 53° Key Award & 8° Radio Key Award nella categoria "Radio Trasporto ed Energia" e un premio argento "Effie Awards", riconoscimento che premia l'efficacia delle migliori campagne di marketing italiane, promosso da UNA-Aziende della Comunicazione Unite e UPA. Secondo la motivazione della Giuria, con la campagna "Io-Noi-Con E.ON è più facile", E.ON ha saputo raccontare in maniera non convenzionale l'approccio olistico dell'azienda nel proporre soluzioni energetiche che aiutino il singolo individuo a migliorare la qualità della propria vita, oltre che a contribuire, come collettività, a ridurre l'impatto sull'ambiente.



E-Mobility

La città del futuro è costruita su tre pilastri fondamentali: il settore residenziale, il settore industriale e la mobilità. Per un futuro sostenibile è importante che ognuno di questi settori sia dotato degli strumenti e dei servizi in grado di assicurare efficienza energetica e riduzione degli impatti. Per questo E.ON Italia sviluppa soluzioni anche per la mobilità delle persone, dentro e fuori dalle città.

Nel settore residenziale, ad esempio, tutti gli interventi di efficientamento effettuati da E.ON Italia grazie al Superbonus hanno previsto anche l'installazione di **colonnine per la ricarica dei veicoli elettrici**.

E.ON DriveSmart è invece la soluzione di **ricarica dei veicoli elettrici** sviluppata per **strutture ricettive, aziende e attività commerciali** che permette di monitorare e gestire al meglio l'utilizzo della flotta aziendale, di fidelizzare i clienti e di aumentare la propria visibilità attraverso le principali **piattaforme** dedicate ai proprietari di veicoli elettrici. Nel 2021 sono state installate **265 colonnine**, di cui il 75% da 7,4 kW e il restante 25% da 22 kW.

Un'Europa unita per un futuro energetico e sostenibile nelle città

City Energy Solutions è il modo con cui il Gruppo E.ON ha scelto di declinare il concetto di **smart city** in Europa. Si tratta di un programma che ha già coinvolto **32 città tra Germania, Inghilterra e Svezia**, e che si sviluppa intorno a **3 linee di intervento**: la **fornitura di grandi volumi di energia** destinata al riscaldamento e al raffreddamento, lo sviluppo di **soluzioni per i quartieri** focalizzate sulla **decentralizzazione delle reti** di distribuzione del gas ed energia elettrica e, infine, **soluzioni single-site** per l'approvvigionamento e l'**efficienza energetica**. Grazie al dialogo con aziende, costruttori, associazioni di *housing* e amministrazioni locali, nel 2020 E.ON ha lanciato il primo progetto basato su **Ectogrid™** a **Immendingen**, in Germania. Il sistema permette di sviluppare **reti di distribuzione adattive**, in grado di erogare energia e calore in modo flessibile e **autonomo**. Infatti, l'energia scaricata da un edificio che richiede calore o raffreddamento, può essere utilizzata internamente all'edificio stesso o può essere messa a disposizione degli altri edifici nelle vicinanze.

Un **Energy Center** centralizzato fornisce il bilancio energetico dell'intero sistema Ectogrid™ (producendo calore o raffreddamento) rifornendosi da fonti primarie, a partire da quelle più economiche ed ecologiche (come l'acqua di pozzo o di canale). L'Energy Center è dotato di un **sistema di accumulo per il peak shaving** (spostamento del consumo di energia lontano dalle ore di punta, riducendo la domanda di elettricità durante i periodi di picco) e per il recupero interno che non coincide con le necessità. Il sistema, interamente elettrico, garantisce una riduzione di energia consumata rispetto alla produzione tradizionale di calore e raffreddamento che varia tra il **55% e il 60%**.





MIND – Milano Innovation District

L'innovativa tecnologia Ectogrid™ sarà al centro del nuovo progetto **MIND – Milano Innovation District**, il primo distretto italiano che grazie al sistema proprietario di E.ON sarà dotato di un sistema di **riscaldamento e raffrescamento a emissioni zero** di ultima generazione.

Nel 2021 E.ON Italia e Lendlease, gruppo internazionale del settore Real Estate e investimenti, hanno siglato una **joint venture di 25 anni** per il sistema di produzione, distribuzione e vendita di energia termica e frigorifera di MIND, nonché un accordo per il trasferimento della sede di E.ON in MIND entro la prima metà del 2024. L'energia che alimenterà il MIND sarà al 100% rinnovabile, in linea con gli obiettivi di entrambi i gruppi di garantire un **futuro urbano a emissioni zero**.

Il progetto MIND vede già al suo interno realtà come Esselunga, AstraZeneca, Bio4Dreams, Rold, Illumina e il Gruppo E.ON in qualità di partner energetico per la progettazione, esecuzione e operatività di una soluzione pionieristica. La joint venture darà vita ad una società ESCo – Energy Saving Company che doterà l'area di una rete in grado di collegare gli edifici, soddisfacendo un fabbisogno complessivo pari a circa **41 GWh di raffreddamento e 29 GWh di riscaldamento** all'anno. Rispetto ad un sistema tradizionale di produzione di energia, Ectogrid™ consentirà un **risparmio di circa 10.000 tonnellate di CO₂** all'anno, pari alle emissioni generate dai consumi energetici di 3.350 famiglie. **MIND** sarà uno dei più grandi distretti urbani in Europa e il **primo in Italia** ad essere dotato di un sistema di efficientamento altamente innovativo.

La collaborazione con Lendlease permetterà a E.ON di contribuire alla transizione verso una **maggiore indipendenza energetica in Italia**, grazie alle tecnologie digitali e alle soluzioni innovative per la gestione degli spazi abitati che rivoluzioneranno il ruolo delle città in chiave smart e a zero emissioni.

Infine, sarà l'occasione per dare nuova vita allo spazio lavorativo di E.ON, in un'ottica sempre più sostenibile e innovativa. I **nuovi uffici** saranno dislocati su tre piani di un edificio di dodici, progettato per rispondere ai più elevati standard di sostenibilità, efficientamento energetico e performance, che sarà certificato **Leed Platinum, Well Gold e Wired Score**. Lo stabile sarà realizzato interamente in legno strutturale e ventilato naturalmente, garantendo ai dipendenti di E.ON i massimi livelli di benessere, comfort e sostenibilità.



Un futuro verde

“ L'energia è l'elemento che ci permette di illuminare e riscaldare le case, ma anche la risorsa che ci permetterà di prenderci cura del futuro del nostro Pianeta ”



La nostra sfida

**Assicurare energia verde per tutti,
contribuendo alla transizione
energetica, e soprattutto, proteggendo il
nostro Pianeta e le nostre risorse**



Ne parliamo con **Andrea Giuliacci**



Meteorologo italiano di fama nazionale, si è laureato in Fisica all'Università degli Studi di Milano e ha conseguito il dottorato in Scienze della Terra presso l'Università Federico II di Napoli. Dal 2013 è titolare della cattedra di Fisica dell'Atmosfera presso l'Università degli Studi di Milano Bicocca.

Ha presenziato a numerose conferenze e incontri pubblici per evidenziare le cause del cambiamento climatico e i suoi effetti sulla vita di tutti i giorni.

Autore di diversi libri, collabora regolarmente con riviste settimanali e mensili di diffusione nazionale, sul tema del cambiamento climatico e della meteorologia.

È proprio vero che “non ci sono più le mezze stagioni”? Quali effetti avrà l'innalzamento delle temperature globali sul nostro Paese?

Se qualche anno fa il cambiamento climatico era considerato un tema astratto e sicuramente lontano dalla percezione dei più, oggi la situazione è certamente diversa.

Il cambiamento climatico è ormai una **realtà per tutti**. Ma questa certezza non deriva dal fatto che sentiamo più caldo, o che vediamo meno pioggia. Certo, queste sono le conseguenze, ma **la realtà sta nei dati** che, se confrontati nel tempo, offrono indicazioni chiare ed evidenti del fatto che le temperature medie sono cresciute in tutto il mondo, e specialmente nei Paesi mediterranei come l'Italia. Ciò che a volte può creare confusione è il fatto che il cambiamento climatico non ha gli stessi effetti nelle città o nelle zone più rurali, e questo può causare una **dispercezione**. L'Italia è sicuramente un **hot-spot** climatico – il termine che in gergo tecnico si usa per indicare le aree maggiormente soggette a eventi meteorologici estremi, come piogge voluminose cui stiamo assistendo ultimamente. Anche in questo caso sono i dati a raccontarci in che modo sta cambiando la situazione. Il volume complessivo di acqua scaricata a terra non è cambiato. È mutata la frequenza – e quindi l'intensità – con cui questi fenomeni si verificano. Un tempo le piogge erano meno voluminose ma più costanti; oggi, invece, le precipitazioni si concentrano in pochissimo tempo e riversano a terra vere e proprie “bombe d'acqua”, mentre aumentano i giorni di siccità, mettendo a dura prova la resilienza dei terreni.

L'ultimo report dell'IPCC¹ ha evidenziato una situazione preoccupante, dove gli effetti del cambiamento climatico sono già più diffusi e più gravi di quanto percepito. Come possiamo interpretare questi risultati?

I più recenti report dell'IPCC evidenziano senza dubbio una situazione drammatica, quasi catastrofica. Noi, e le nostre azioni, **siamo la causa per cui il clima è cambiato** così velocemente negli ultimi anni. Tuttavia, c'è sempre un secondo lato della medaglia: se noi siamo la causa dell'aumento delle temperature, vuol dire che **possiamo essere anche la sua soluzione**. Attraverso le nostre

azioni future possiamo porre rimedio alla situazione che abbiamo creato. La difficoltà però non è tanto impegnarsi a raggiungere un obiettivo verso questa direzione, come stanno facendo numerosi Stati, ma **è verificare che questi impegni siano sufficienti** e soprattutto che siano onorati entro tempo debito. Rispetto a 30 anni fa abbiamo fatto dei passi avanti, e oggi la situazione è accelerata dalla crisi ucraina, e quindi energetica, che stiamo affrontando. Si deve restare positivi, perché la salvaguardia del Pianeta rimane nelle nostre mani. Non siamo solo spettatori.

Che ruolo hanno, allora, le aziende del settore energy e cosa possono fare gli italiani per assicurarsi un futuro più verde e sostenibile?

Il cambiamento climatico è un problema le cui conseguenze saranno ancora più estreme nel futuro, ma che va obbligatoriamente affrontato oggi. Dobbiamo **rivolgerci alle generazioni future**, per far sì che esse siano dotate degli strumenti idonei per assicurare la sostenibilità del Pianeta nei prossimi anni.

Quello che si deve fare è **seminare conoscenza nei più piccoli**, e costruire l'adulto di domani che sarà pienamente consapevole dell'impatto delle proprie azioni. La chiave nella lotta contro il cambiamento climatico sono, infatti, le persone. La tecnologia è certamente uno strumento a supporto fondamentale, ma le persone devono comprendere il perché ci muoviamo verso un'energia sempre più verde. Si deve prima conoscere il problema, e solo dopo si possono mettere in campo azioni per risolverlo.

I cittadini hanno difficoltà a comprendere la reale gravità degli eventi meteorologici estremi e quindi **non sanno bene come comportarsi**. In questo, il ruolo delle aziende del settore energy è fondamentale: produrre e custodire know-how e strumenti per realizzare la transizione energetica da condividere con tutta la comunità.

¹Intergovernmental Panel on Climate Change

Un futuro a impatto zero

È ormai chiaro che le attività dell'uomo nel corso dell'ultimo secolo abbiano accelerato il surriscaldamento globale. Secondo l'ultimo Report dell'Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) **occorre agire ora o mai più**². Nello scenario attuale, le *energy company* possono giocare un ruolo di fondamentale importanza: non solo contribuendo a rallentare i cambiamenti climatici ma soprattutto invertendo il trend, grazie all'introduzione di nuove soluzioni per la produzione di energia pulita, come il fotovoltaico, il biogas, l'idrogeno e le soluzioni ibride, ma anche grazie al supporto offerto alla decarbonizzazione di settori come l'industria, il civile e quello dei trasporti.

Costruire un **futuro più verde**, oggi, è compito di tutti – Istituzioni, Imprese e Cittadini. Collaborare per raggiungere gli obiettivi di protezione e salvaguardia dell'ecosistema è essenziale. Le aziende, soprattutto, possono agire su due fronti: da un lato, possono intervenire in prima persona attraverso progetti e investimenti per la tutela della biodiversità e la salute delle acque, o per combattere l'inquinamento da plastica, dall'altro possono coinvolgere i propri clienti in iniziative di ampio respiro, sensibilizzandoli su temi della protezione ambientale e promuovendo stili di consumo orientati ai principi della sostenibilità.

²IPCC: Climate Change 2021 The Physical Science Basis, 2022



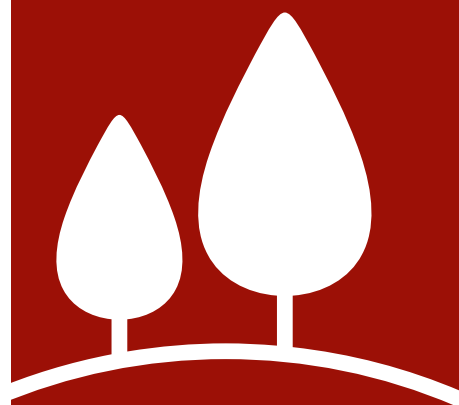
1,57 TWh

l'energia green venduta
ai clienti finali nel 2021



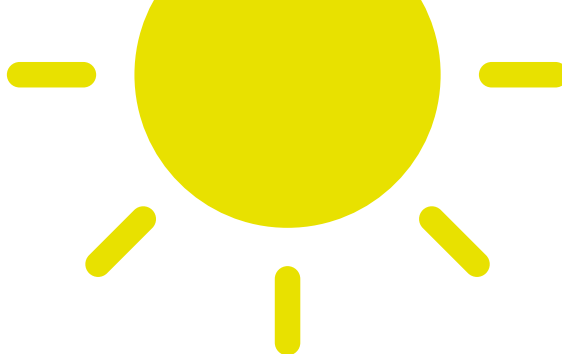
980.000t

le emissioni di CO₂ evitate
grazie all'energia da fonte
rinnovabile e alle soluzioni
energetiche già installate



104.000

gli alberi piantati in Italia
grazie al progetto Boschi E.ON



Energia 100% rinnovabile

L'energia del futuro è una risorsa che soddisfa le esigenze dei consumatori, garantendo un **risparmio** e riducendone l'**impatto ambientale**. I servizi offerti da E.ON Italia si basano proprio su questi due requisiti e combinano la cura del cliente e quella dell'ambiente.

Nel corso del 2021 E.ON ha lavorato molto al completamento del portafoglio offerte di energia green ai clienti residenziali: tutte le nuove offerte dedicate alle famiglie sono ormai – per default – energia 100% da fonte rinnovabile. Grazie a questa strategia di proposizione e ai quasi **420.000 clienti** che hanno attivato le offerte green (+74% rispetto al 2020), nel 2021 sono stati erogati **1,57 TWh di energia verde**, di cui 0,99 TWh verso clienti industriali e 0,58 verso clienti residenziali, evitando la produzione di **714.000 tonnellate di CO₂**. Inoltre, sono stati acquistati oltre **1,67 TWh** di energia certificata dal GSE con **Garanzia d'Origine**, una **certificazione elettronica** che attesta l'**origine rinnovabile** delle fonti utilizzate dagli impianti qualificati. Considerando l'energia da fonte rinnovabile complessiva della nostra Green Community e grazie alle soluzioni energetiche, residenziali e non, già installate ad oggi (fotovoltaico, solare termico, caldaie ad alta efficienza, ecc.), e grazie ai 30 impianti ad alta efficienza e di cogenerazione delle aziende impegnate insieme a noi, nel 2021 sono state evitate **980.000 TonCO₂**. La qualità del servizio è certificata dal **sigillo Altroconsumo**, che ha identificato E.ON Italia come **Provider Consigliato per l'energia elettrica**.

Verso la fine del 2021 il Gruppo ha sviluppato anche un nuovo servizio di fornitura del gas certificato. I clienti che sottoscrivono un'offerta **E.ON ClimaSmart** per l'acquisto di una caldaia a condensazione, possono beneficiare dell'offerta **E.ON Gas Caldaia Zero**, che garantisce un **risparmio fino al 20%** sui consumi di gas e un bonus erogato mensilmente in bolletta in 10 anni di quasi 1.000 euro. E.ON Gas Caldaia Zero è un servizio che compensa le emissioni di CO₂ tramite l'acquisto di **crediti di carbonio certificati VER Gold Standard** che finanziano progetti di sostenibilità ambientale e sociale in Paesi in via di sviluppo, come la costruzione di impianti di generazione di energia da fonti rinnovabili in India e ad Aruba e la filtrazione dell'acqua ad Haiti.

Oltre 147.000 persone hanno utilizzato i **servizi online** e, in ambito business, ben **12.000 imprese** hanno sfruttato il servizio di **smart metering** per monitorare i propri consumi energetici in modo intelligente. Questo ha permesso una gestione più efficiente del proprio utilizzo di energia, evitando uno spreco della risorsa e garantendo maggiori risparmi in bolletta.

Alimentare il Pianeta oltre all'energia

Per creare un futuro più verde e proteggere il Pianeta è importante essere in tanti e lavorare insieme per raggiungere un obiettivo comune.

E.ON Italia si impegna per **coinvolgere clienti e dipendenti** in azioni volte alla protezione del Pianeta in cui viviamo. Oggi la comunità di E.ON Italia conta **quasi 1 milione di italiani** che mettono a disposizione il proprio tempo per rigenerare le risorse della Terra.

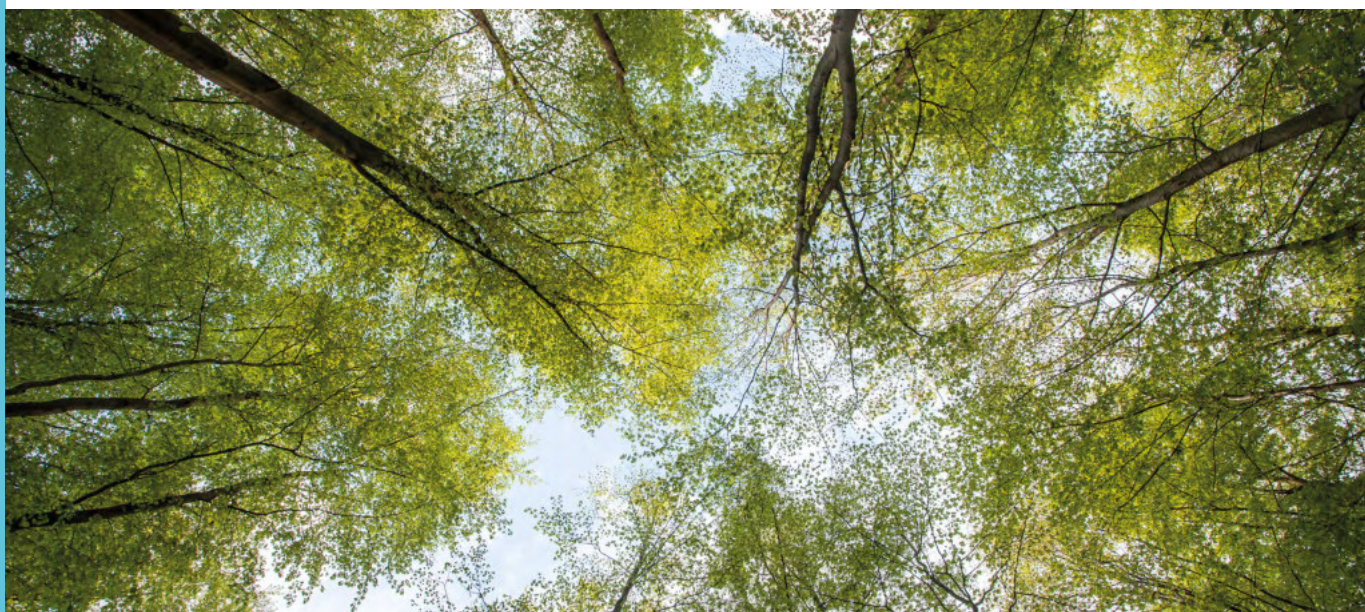


Boschi E.ON, riforestiamo l'Italia

Per oltre 10 anni, E.ON Italia ha collaborato con **AzzeroCO₂**, società nata per volontà delle due grandi associazioni ambientaliste Legambiente e Kyoto Club per supportare aziende ed enti pubblici nel migliorare la loro performance energetica. E.ON Italia e AzzeroCO₂ hanno dato il via a uno dei più grandi progetti di **riforestazione in Italia** portati avanti da un'azienda privata. A partire dal 2021 si è stabilita una nuova collaborazione di valore per le attività forestali con **Rete Clima**, ente non profit, che promuove azioni di **Corporate Social Responsibility (CSR)**, di sostenibilità e di **decarbonizzazione**. Crescendo di anno in anno, il programma promuove la **piantagione di alberi** per la riqualificazione di oltre **38 aree parco** e **aree urbane** selezionate in 8 regioni italiane e complessivamente, finora sono stati piantati **104.000 alberi**, per un totale di **101 ettari**, in grado di assorbire nel corso della loro vita **75.000 tonnellate di CO₂**.

Questi significativi risultati sono stati conseguiti solo grazie ai clienti che hanno scelto le offerte **E.ON Gas Verde** e sono stati coinvolti attraverso il programma **My E.volution**. Infatti, per ogni offerta gas sottoscritta, E.ON Italia procede alla piantagione di un nuovo albero in Italia. L'iniziativa ha avuto un riscontro notevole anche sui **social network**, contribuendo ad accrescere l'attenzione sul tema. In particolare, nel 2021, sono stati piantati **2.000 alberi** in 3 aree urbane-periurbane.

- 1) Un **bosco di 500 alberi** è stato piantato con AzzeroCO₂, all'interno del Parco di **Monte Ciocchi di Roma**, nell'ambito della collaborazione tra E.ON Italia e **UNAI** - Unione Nazionale Amministratori d'Immobili. L'obiettivo è quello di contribuire alla mitigazione dell'inquinamento, migliorare il paesaggio incrementando la superficie boschiva e la qualità di vita dei cittadini. Le piante, in base al ciclo di vita degli alberi, consentiranno l'assorbimento di circa **350 tonnellate di CO₂**.
- 2) Un **bosco di 200 alberi** è stato piantato con AzzeroCO₂ in un'area pubblica a **Lainate (MI)**, a completa disposizione della comunità locale, grazie alla collaborazione tra E.ON e il distributore farmaceutico **UNICO, la farmacia dei farmacisti**, presso la sede di quest'ultimo. La stima della CO₂ assorbita dagli alberi nell'arco della loro vita media è di circa **115 tonnellate di CO₂**.
- 3) Un **bosco di 1.300 alberi** è stato piantato a dicembre 2021, insieme a Rete Clima, nel comune di **Calcinato (BS)** su una nuova area di circa 6.000 m². L'intervento forestale è stato realizzato nell'ambito della campagna **Foresta Italia**, piantando piante autoctone certificate con manutenzione degli impianti forestali fino a maturità vegetale, e consente di assorbire a maturità **428 tonnellate di CO₂**.



Energy4Blue, la sostenibilità in fondo al mare

Con il progetto **Energy4Blue**, E.ON Italia vuole **sensibilizzare le persone** sull'importanza della protezione dei mari, delle spiagge e della fauna marina. Il progetto vuole contribuire alla salvaguardia dell'ecosistema marino dall'inquinamento, grazie ad attività specifiche di pulizia spiagge, fondali e coste italiane e di cura e tutela di specie animali protette.

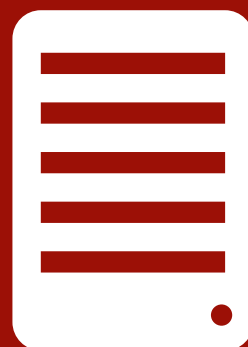
All'interno di Energy4Blue, nel 2021 E.ON Italia ha ampliato la **collaborazione** già avviata nel 2020 **con UNESCO** con il nuovo progetto **Save The Wave**, con il quale il Gruppo supporta iniziative volte al **ripristino della Posidonia oceanica**, pianta marina che ha un ruolo fondamentale per la vita dell'ecosistema e la produzione di ossigeno. Il progetto è stato presentato all'**Ocean&Climate Village**, evento realizzato presso **la Triennale di Milano** dalla Commissione Oceanografica Intergovernativa dell'UNESCO nell'ambito del Decennio del Mare. In questo contesto, E.ON Italia, in qualità di partner dell'UNESCO, ha offerto il suo contributo alla realizzazione di diverse sessioni formative e divulgative sull'importanza della salvaguardia dell'ecosistema marino.

Dal 2020, il Gruppo ha inoltre attivato una collaborazione con **Filicudi Wildlife Conservation**, associazione no profit impegnata nello studio e conservazione delle risorse marine dell'Arcipelago Eoliano. Il 28 giugno è stato inaugurato il **Pronto Soccorso per tartarughe marine sull'Isola di Filicudi**, operativo tutto l'anno, 24 ore su 24, che ha l'obiettivo di monitorare lo stato di salute e numerico delle tartarughe marine e favorire il recupero degli esemplari in difficoltà, nonché quello di promuovere il turismo naturalistico e l'educazione ambientale attraverso una serie di iniziative e un programma integrato di azioni concrete sul territorio.



Una catena del valore verde

L'attenzione rivolta all'intera **catena di fornitura** è una parte fondamentale della crescita del business aziendale e dell'azienda stessa. Questo compito diventa ancor più sfidante quando l'obiettivo è quello di erogare energia e servizi **100% rinnovabili**. In questo ambito, infatti, un'azienda responsabile della propria catena di fornitura ha il compito di monitorare e gestire le emissioni dirette e indirette (Scope 1, 2 e 3) derivanti dalla produzione dei propri prodotti e servizi, facendo leva sulla **digitalizzazione** e sull'utilizzo di **materiali ecosostenibili** per ridurre gli impatti delle proprie operazioni. Così, grazie a strumenti di analisi come il **Life Cycle Assessment (LCA)** e la **Carbon Footprint**, un operatore energetico ha la possibilità di individuare e promuovere sul mercato prodotti e servizi a impatto zero.



122.000

i contratti emessi
in formato digitale nel 2021
(>50% sul totale)



2,8 milioni

le bollette
inviare on-line
(48% sul totale)
durante l'anno



301

le tonnellate di CO₂ evitate
grazie all'emissione di bollette
in formato elettronico



Sostenibilità su misura

La principale causa del surriscaldamento globale è l'emissione di **gas a effetto serra** (GHG), come l'anidride carbonica (CO₂), il gas naturale (CH₄), il protossido di azoto (N₂O), gli idrofluorocarburi (HFC), i perfluorocarburi (PFC) e l'esfluoruro di zolfo (SF₆). L'anidride carbonica è il gas con maggiori effetti sull'ambiente, che nasce dall'ossidazione combustiva di fonti fossili, come il carbone o il petrolio o il gas naturale.

Per contribuire alla lotta al cambiamento climatico e cercare di mantenere la temperatura globale sotto i 2°C, le aziende devono essere consapevoli del proprio **impatto ambientale**, monitorarne l'andamento e abbracciare soluzioni e azioni in grado di ridurre le conseguenze.

E.ON Italia monitora la propria **Carbon Footprint** in accordo con la norma tecnica nazionale **UNI EN ISO 14064**, che funge da supporto per organizzazioni, governi, proponenti di progetti ed altre parti coinvolte a livello globale, fornendo chiarezza e coerenza per quantificare, monitorare, rendicontare e convalidare o verificare inventari o progetti relativi ai GHG. Infine, per assicurare ai clienti E.ON SuperBonus ed E.ON SuperSolar il massimo della trasparenza, è in corso di attivazione il sistema di **Life Cycle Assessment certificato ISO 14067** per mappare le emissioni generate lungo tutto il ciclo di vita dei **pannelli fotovoltaici**.

Digitalizzazione dei processi

Dal 2020 E.ON Italia ha avviato un processo **digitalizzazione dei propri servizi** al consumatore.

Il percorso è iniziato con la **digitalizzazione** di quasi tutti gli **sportelli di vendita** di proprietà e dei **Punti E.ON** gestiti dai partner. L'obiettivo è quello di offrire ai clienti la possibilità di portare a termine qualsiasi pratica **senza mai stampare un foglio** di carta, ad esempio utilizzando la **firma digitale** per sottoscrivere i contratti, che assicura anche la **protezione e sicurezza dei dati** registrati. Nel 2021, infatti, **oltre il 50%** dei contratti è stato predisposto in **forma digitale**.

Nel 2021, su un totale di quasi **6 milioni** di bollette emesse, il 48% è stato emesso in formato elettronico. Questo ha permesso di evitare l'emissione di **301 tonnellate di CO₂**. Inoltre, tutto il sistema di **order entry** è stato digitalizzato e sono stati introdotti dei meccanismi di incentivazione per il ricorso alla **fatturazione elettronica** per i clienti.

Bollette emesse per tipologia e risparmio di CO ₂	2019	2020	2021
Bollette emesse in formato cartaceo	3.433.183	3.160.608	3.042.248
Bollette emesse in formato elettronico	2.041.124	2.490.179	2.800.683
Totale bollette emesse	5.474.307	5.650.787	5.842.931
Emissioni di CO ₂ evitate grazie alle bollette elettroniche (tonnellate)	297	280	301

La valutazione dei fornitori

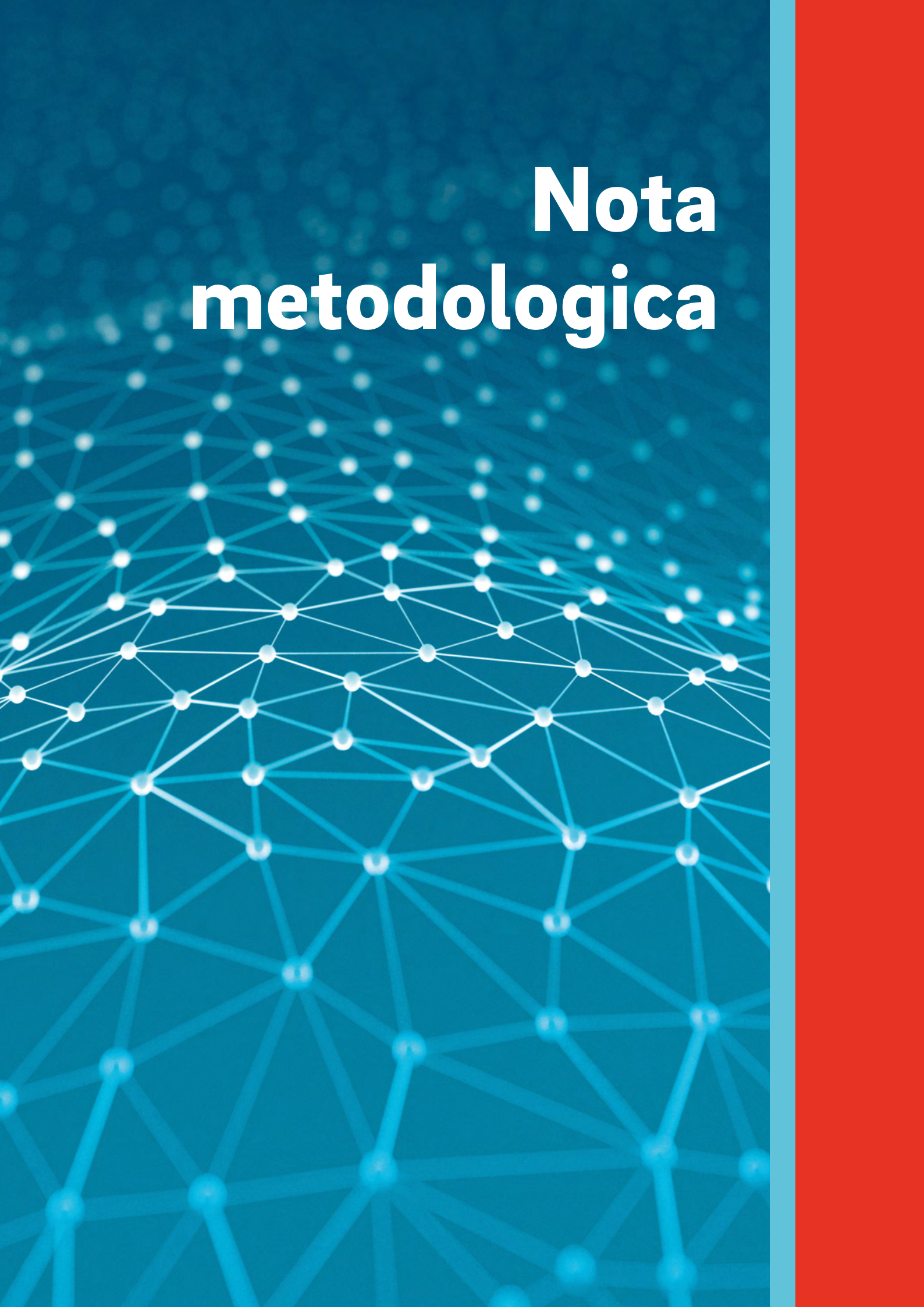
Per potersi definire azienda verde e sostenibile, è fondamentale non solo essere consapevoli dell'impatto delle proprie azioni, ma anche conoscere i valori e le operazioni dei propri fornitori.

E.ON Italia sta implementando un processo di **valutazione sulle performance ESG** (Environmental, Social and Governance) con la finalità non solo di mappare quanto svolto in ottica di sostenibilità dal fornitore, ma soprattutto di definire una **matrice ESG di priorità** dei fornitori e definire i requisiti idonei a ridurre l'impatto di CO₂ (Scope 3) e monitorare gli aspetti sociali e di governance. Per E.ON Italia è infatti fondamentale che i propri futuri collaboratori e fornitori siano a conoscenza del valore che l'azienda dà al rispetto dei principi di sostenibilità da parte di tutti.

Il rispetto dei **diritti umani** lungo tutta la catena di fornitura è un ulteriore tassello fondamentale per la valutazione dei fornitori. E.ON Italia ha sviluppato un processo di **analisi e valutazione dei rischi** in cui potrebbe incorrere con riferimento alla violazione dei diritti umani nella propria supply chain (es. presenza di migranti nella forza lavoro, rischi relativi alla salute e sicurezza, inadeguate competenze della forza lavoro, ecc.), in linea con le più recenti direttive europee sulla Sustainable Corporate Governance. La procedura di stipula dei contratti di fornitura di E.ON Italia prevede la realizzazione di una due diligence sul rispetto dei diritti umani da parte del fornitore effettuata attraverso un questionario volto a valutare la presenza di rischi collegati alle attività di business.



Nota metodologica



Come nasce questo documento



La pubblicazione del primo Bilancio di Sostenibilità, conforme ai principali standard internazionali di rendicontazione non finanziaria, rappresenta un passo fondamentale del percorso di sviluppo sostenibile intrapreso da E.ON Italia.

Questo documento è frutto della volontà di rilanciare l'impegno per la trasparenza portato avanti già da tempo dal Gruppo E.ON attraverso la pubblicazione annuale di un Sustainability Report, all'interno del quale sono consolidate anche le attività svolte da E.ON Italia. Il presente Bilancio è stato redatto in maniera volontaria per raccontare agli stakeholder i principali traguardi ambientali, economici e sociali conseguiti da E.ON Italia nel corso dell'anno – un impegno già dimostrato nel 2020 con la pubblicazione del Profilo di Sostenibilità.

Le informazioni riportate all'interno del documento fanno riferimento ai dati raccolti nel 2021 e, dove possibile, forniscono una visione sull'andamento triennale delle prestazioni. Adottando lo stesso perimetro di rendicontazione del Bilancio Consolidato, il Bilancio di Sostenibilità descrive le realtà e le prestazioni di E.ON Italia S.p.A., E.ON CDNE S.p.A., E.ON Energia S.p.A., E.ON Business Solutions S.r.l., Solar Energy Group S.p.A. e Solar Service S.r.l.

Il Bilancio di Sostenibilità 2021 è stato redatto in conformità ai **GRI Standards** (opzione "Core") della *Global Reporting Initiative*, lo standard oggi più diffuso a livello globale.

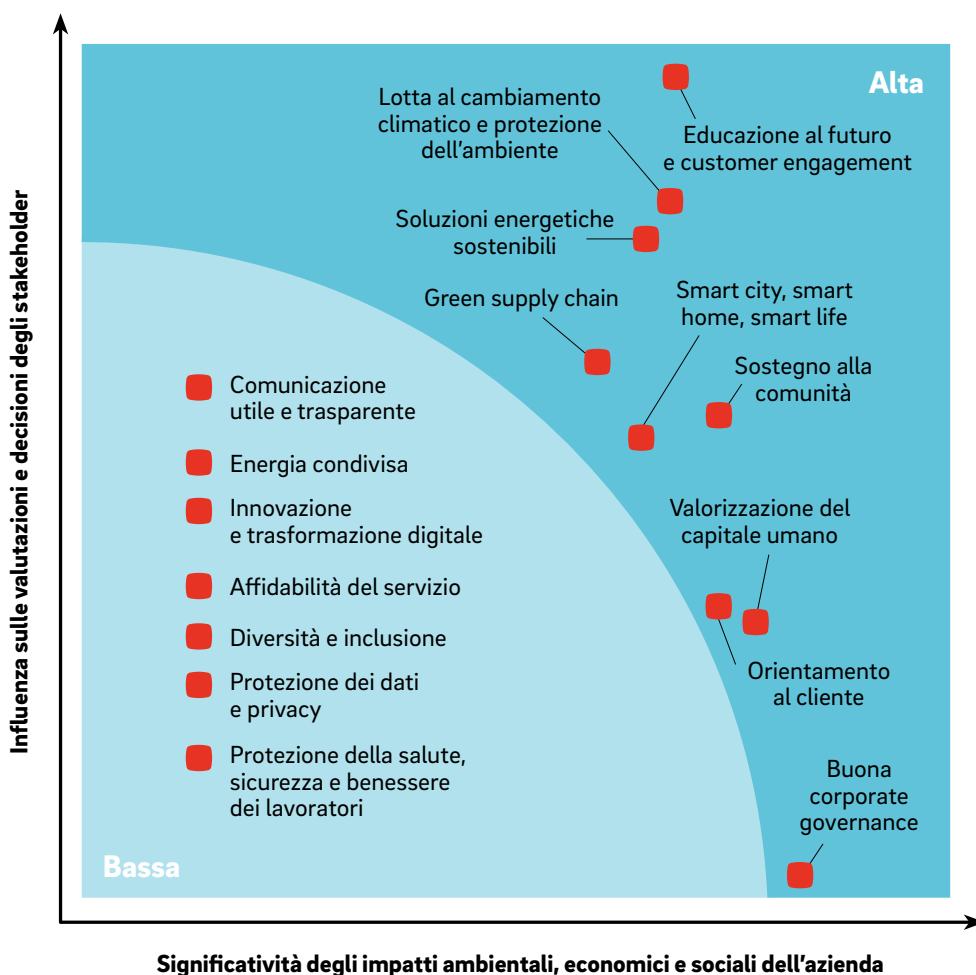
La raccolta delle informazioni e dei dati riportati nel Bilancio di Sostenibilità è avvenuta in collaborazione con tutte le funzioni di E.ON Italia, ciascuna per le attività di propria competenza, attivando un flusso informativo coordinato e supervisionato dalla funzione **Marketing and Corporate Communication** e, in particolare, dell'area **Corporate Social Responsibility**.

La matrice di materialità 2021 di E.ON Italia

Il documento è costruito intorno ai **9 temi materiali individuati con l'analisi di materialità**, uno strumento che permette di identificare i **temi che più contano** per un'azienda e i suoi **stakeholder** di riferimento. Il processo permette di stabilire una soglia oltre la quale un tema viene considerato sufficientemente importante da dover essere rendicontato, in quanto rappresenta gli argomenti in grado di riflettere gli impatti economici, ambientali e sociali generati dall'organizzazione e, quindi, capaci di influenzare decisioni degli stakeholder e strategia aziendale.

La matrice di materialità nasce nel 2020, quale risultato di un **incontro digitale** organizzato con **15 persone** rappresentative di diverse categorie di stakeholder di E.ON Italia. Ciascuno, grazie al suo bagaglio di esperienze, competenze, valori e relazioni, ha fornito un contributo e un punto di osservazione unico. L'incontro è stato aperto dal CEO di E.ON Italia, e la realizzazione del progetto è stata seguita in prima persona dal CSR Manager. Una prima rosa di 16 temi potenzialmente rilevanti è stata identificata a partire da un'analisi del contesto che ha preso in considerazione lo scenario del settore di riferimento, gli standard internazionali e le prestazioni di sostenibilità delle aziende ritenute *best practice* in materia, sia a livello nazionale che internazionale.

Quest'anno, al fine di recepire l'evoluzione dei principali trend che hanno determinato la trasformazione dello scenario competitivo di riferimento nell'ultimo anno, la matrice è stata aggiornata con il supporto del management: i temi **Buona Corporate Governance** e **Supporto alla Comunità** sono stati inclusi nella rosa dei temi materiali; il primo per rispecchiare la crescente attenzione dell'azienda verso l'integrazione di criteri di sostenibilità nei processi interni dell'organizzazione, il secondo per sottolineare l'impegno riposto dal Gruppo nell'offrire sostegno ai territori alla luce delle sfide lanciate dalle più recenti crisi energetica e pandemica.



Indice dei contenuti GRI

Informativa generale

Riferimenti e note

Profilo organizzativo

102-1	Nome dell'organizzazione	E.ON Italia S.p.A.
102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi	§ Chi siamo; La catena del valore
102-3	Ubicazione della sede centrale	Via Amerigo Vespucci, 2, 20124 Milano - MI (a partire dal 01/06/2022 la nuova sede aziendale è in Via dell'Unione, 1, 20121 Milano - MI)
102-4	Sedi di attività	- Via Amerigo Vespucci, 2, 20124 Milano - MI (a partire dal 01/06/2022 la nuova sede aziendale è in Via dell'Unione, 1, 20121 Milano - MI) - Strada Statale 230, 5, 13873 Massazza - BI - Via Mons. Oscar Romero, 59, 33038 San Daniele del Friuli - UD Altre sedi operative aperte al pubblico: https://www.eon-energia.com/configurations/sportelli.html
102-5	Assetto proprietario e forma giuridica	S.p.A. non quotata
102-6	Mercati serviti	§ Chi siamo
102-7	Dimensione dell'organizzazione	§ Chi siamo
102-8	Informazioni sui dipendenti e altri lavoratori	§ Le nostre persone
		Tabelle successive

Dipendenti e altri lavoratori [GRI 102-08]

a) Il numero totale di dipendenti per tipologia di contratto (a tempo indeterminato o a termine) per genere

	2019			2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Indeterminato	215	230	445	220	241	461	227	270	497
Determinato	9	9	18	16	16	32	22	36	58
Totale	224	239	463	236	257	493	249	306	555

b) Numero totale di dipendenti per tipologia di impiego (full-time o part-time) per genere

	2019			2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Full-time	220	191	411	231	203	434	246	249	495
Part-time	4	48	52	5	54	59	3	57	60
Totale	224	239	463	236	257	493	249	306	555

c) Incidenza di lavoratori non dipendenti

	2019	2020	2021
Non dipendenti / Dipendenti (%)	4%	3%	2%

102-9	Catena di fornitura	§ Una catena del valore verde
102-10	Cambiamenti significativi nell'organizzazione e la relativa catena di fornitura	I cambiamenti nelle dimensioni, struttura ed organizzazione della società non sono paragonabili ed applicabili in questo documento in quanto si tratta del primo Bilancio di Sostenibilità
102-11	Principio o approccio precauzionale	Nella valutazione e gestione dei rischi economici, ambientali e sociali, E.ON Italia adotta un approccio basato sul principio precauzionale
102-12	Iniziative esterne	§ Insieme verso il futuro
102-13	Partecipazione ad associazioni	§ Insieme verso il futuro

Strategia

102-14	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale	§ Messaggio di apertura
--------	--	-------------------------

Etica e integrità

102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento	§ Una governance responsabile
--------	---	-------------------------------

Governance

102-18	Struttura di governo	- Assemblea dei soci - Consiglio di Amministrazione - Collegio sindacale - Società di Revisione
102-22	Composizione del maggior organo di governo e dei suoi comitati	Il Consiglio di amministrazione di E.ON Italia S.p.A. è così composto: - Frank Meyer, Presidente e Amministratore Delegato - Christian Zaum, Amministratore Delegato - Patrick Lammers, Consigliere
102-23	Presidente del maggior organo di governo	Frank Meyer è il Presidente del Consiglio di Amministrazione
102-24	Nomina e selezione del maggior organo di governo	I membri del Consiglio di Amministrazione sono nominati dall'azionista (E.ON SE)

Coinvolgimento degli stakeholder

102-40	Stakeholder del gruppo	Tabella successiva
102-41	Accordi collettivi di contrattazione	Il 100% dei dipendenti è coperto da accordi collettivi di contrattazione
102-42	Processo di identificazione e selezione degli stakeholder	Tabella successiva
102-43	Approccio allo stakeholder engagement	Tabella successiva
102-44	Temi emersi dallo stakeholder engagement	Tabella successiva

Stakeholder engagement [GRI 102-40; GRI 102-43; GRI 120-44]

Categoria di Stakeholder	Aspettative	Temi di maggior interesse	Principali iniziative di dialogo e coinvolgimento
Clienti	• Affidabilità dell'operatore e dei servizi offerti • Supporto all'efficientamento dei consumi • Connessione e informazioni rispetto ai servizi di E.ON Italia	• Orientamento al cliente Soluzioni energetiche sostenibili • Educazione al futuro e customer engagement • Lotta al cambiamento climatico e protezione dell'ambiente	• Newsletter dedicate ad informare i clienti, Magazine informativo sul sito web, Sito web e canali social • Punti E.ON di contatto fisico e Area riservata online • Servizio clienti • Indagini ricorrenti rivolte a determinare il gradimento del servizio
Consumatori	• Affidabilità e qualità dei servizi offerti • Competenza e sostenibilità dell'operatore	• Orientamento al cliente	• Modalità di attivazione della procedura di conciliazione presente sul sito web
Fornitori	• Partnership qualificate, trasparenti e attente ad ogni aspetto della supply chain	• Green Supply chain	• Indagini rivolte agli stakeholder esterni, formazione tecnica
Dipendenti e collaboratori	• Supporto alla formazione e alla crescita professionale • Coinvolgimento nelle iniziative e decisioni dell'azienda • Salute e sicurezza sul luogo di lavoro • Pari opportunità	• Valorizzazione del capitale umano e educazione al futuro e customer engagement	• Indagini interne rivolte ai dipendenti, sistema intranet • Partecipazione/organizzazione eventi interni • Whistleblowing e numeri per segnalazioni di violazioni del Codice etico, leggi, regolamenti, provvedimenti delle Autorità, normative interne
Azionisti	• Creazione di valore per gli azionisti • Trasparenza e correttezza nella comunicazione	• Buona Corporate Governance • Valorizzazione del capitale umano	• Incontri periodici di confronto e allineamento
Associazioni di categoria e sindacati	• Rispetto degli obblighi derivanti da ARERA • Partecipazione attiva alle consultazioni promosse dall'autorità sui principali temi dell'energia	• Orientamento al cliente	• Partecipazione a tavoli tecnici con Assolombarda, Camera di Commercio Italo-Germanica (AHK)
Istituzioni ed enti locali	• Collaborazione, trasparenza e correttezza nelle relazioni • Riduzione dell'impatto ambientale dell'azienda	• Sostegno alle comunità • Lotta al cambiamento climatico e protezione dell'ambiente	• Partecipazione a tavoli tecnici, convenzioni • Incontri e convegni, progetti innovativi e/o a supporto dello sviluppo sostenibile
Comunità locali	• Coinvolgimento delle comunità • Collaborazione e partecipazione con Università e altri enti • Fornitura di energia e soluzioni energetiche sostenibili • Condivisione di valore	• Educazione al futuro e customer engagement • Sostegno alle comunità • Lotta al cambiamento climatico e protezione dell'ambiente	• Progetto per le Scuole Odiomoglisprechi, progetti organizzati in collaborazione con organizzazioni della società civile • Adesione ad associazioni, fondazioni, iniziative nazionali ed internazionali e sponsorizzazioni • Iniziative interne di promozione della sostenibilità
Media	• Comunicazione trasparente • Partnership	• Educazione al futuro e Customer engagement • Lotta al cambiamento climatico e protezione dell'ambiente	• Conferenze stampa, Company Profile, rassegna stampa, interviste e incontri personali coi media, progetti di collaborazione

Principi di rendicontazione

102-46	Definizione dei contenuti del report di sostenibilità e limiti relativi ai temi	§ Come nasce questo documento		
102-47	Lista dei temi materiali	Tabella successiva		
Temi materiali				
Temi	Standard specifici	Dove si genera l'impatto	Coinvolgimento dell'organizzazione	Dove ne parliamo
Educazione al futuro e customer engagement	NO GRI TOPIC SPECIFIC RELATED 103-1: Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro 103-2: La modalità di gestione e le sue componenti 103-3: Valutazione delle modalità di gestione	Sui clienti Sui fornitori Sulle comunità	Diretto	Un futuro condiviso Educazione al futuro
Lotta al cambiamento climatico e protezione dell'ambiente	103-1: Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro 103-2: La modalità di gestione e le sue componenti 103-3: Valutazione delle modalità di gestione 302-1: Energia consumata all'interno dell'organizzazione 302-3 Intensità energetica	Sulle comunità Sui dipendenti	Indiretto	Un futuro verde Un futuro a impatto zero
Soluzioni energetiche sostenibili	NO GRI TOPIC SPECIFIC RELATED 103-1: Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro 103-2: La modalità di gestione e le sue componenti 103-3: Valutazione delle modalità di gestione	Sui clienti Sui fornitori Sulle comunità	Diretto	Un futuro smart Una città smart, per tutti
Green supply chain	NO GRI TOPIC SPECIFIC RELATED 103-1: Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro 103-2: La modalità di gestione e le sue componenti 103-3: Valutazione delle modalità di gestione	Sui fornitori	Diretto	Un futuro verde Una catena del valore verde
Smart city, smart home, smart life	NO GRI TOPIC SPECIFIC RELATED 103-1: Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro 103-2: La modalità di gestione e le sue componenti 103-3: Valutazione delle modalità di gestione	Sulle comunità Sui clienti Sui fornitori	Diretto e indiretto	Un futuro smart Una città smart, per tutti
Sostegno alla comunità	103-1: Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro 103-2: La modalità di gestione e le sue componenti 103-3: Valutazione delle modalità di gestione 201-1: Valore economico direttamente generato e distribuito di prodotti e servizi	Sulle comunità	Diretto e indiretto	Un futuro condiviso Valore condiviso
Valorizzazione del capitale umano	103-1: Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro 103-2: La modalità di gestione e le sue componenti 103-3: Valutazione delle modalità di gestione 401-1: Nuove assunzioni e turnover 404-1: Ore medie di formazione annua per dipendente 404-2: Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione 404-3: Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	Sui dipendenti	Diretto	Cominciamo da noi Le nostre persone
Orientamento al cliente	103-1: Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro 103-2: La modalità di gestione e le sue componenti 103-3: Valutazione delle modalità di gestione 417-2: Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi 417-3: Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing 418-1: Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	Sui clienti	Diretto	Un futuro condiviso Migliorare la vita delle persone
Buona corporate governance	103-1: Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro 103-2: La modalità di gestione e le sue componenti 103-3: Valutazione delle modalità di gestione 205-3: Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese 206-1: Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche 307-1: Non conformità con leggi e normative in materia ambientale	Sui dipendenti Sui clienti Sulle comunità Sui fornitori	Diretto	Cominciamo da noi Una governance responsabile

102-50	Periodo rendicontato	Anno Fiscale 2021 (1° gennaio - 31 dicembre)
102-51	Data del report più recente	Non applicabile in quanto si tratta del primo Bilancio di Sostenibilità
102-52	Periodicità di rendicontazione	Annuale
102-53	Contatti relativi a richieste sul report	Per qualsiasi chiarimento o approfondimento è possibile contattare il Gruppo E.ON Italia alla mail: marcello.donini@eon.com
102-54	Dichiarazione di compliance allo Standard GRI	§ Come nasce questo documento
102-55	GRI Content Index	§ Indice dei contenuti GRI
102-56	Attestazione esterna	Il presente documento non è stato sottoposto a un processo di assurance esterna

Informativa standard specifici 2016

Informativa generale

Riferimenti e note

Buona corporate governance (GRI 205-3; 206-1; 307-1)

205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Nel triennio non si sono verificati episodi di corruzione
206-1	Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	Nel triennio non si sono registrate azioni legali
307-1	Non conformità con leggi e normative in materia ambientale	Nel triennio non si sono verificati episodi di non conformità

Lotta al cambiamento climatico e protezione dell'ambiente (GRI 302-1; 302-3; 305-1; 305-2)

302-1	Consumi energetici interni all'organizzazione	§ Un futuro verde; Un futuro a impatto zero Tabella successiva
-------	---	---

Consumi energetici interni all'organizzazione [GRI 302-1]

Consumi interni di energia (kWh)	2019	2020	2021
Da fonti non rinnovabili	2.036.379	1.310.079	1.650.449
Diesel	1.307.104	831.144	429.818
Benzina	435.424	434.365	1.107.041
Energia elettrica	249.173	-	-
Da fonti rinnovabili			
Energia elettrica	-	154.363	154.936
Totale	2.036.379	1.464.442	1.805.385

302-3	Intensità energetica	§ Un futuro verde; Un futuro a impatto zero Tabella successiva
-------	----------------------	---

Intensità energetica [GRI 302-3]³

Intensità energetica (kWh/m²)	2019	2020	2021
Intensità energetica (consumi/superficie)	52,1	32,3	32,4

³Il parametro utilizzato per calcolare l'intensità energetica è la superficie lorda della sede centrale di E.ON Italia. Il calcolo include solo i consumi di elettricità interni all'organizzazione.

305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	§ Un futuro verde; Un futuro a impatto zero Tabella successiva
305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	§ Un futuro verde; Un futuro a impatto zero

Emissioni (tCO ₂)	2019	2020	2021
Scope 1	463,54	336,78	409,67
Diesel	347,33	220,86	114,21
Benzina	116,21	115,93	295,45
Scope 2 (Location Based)	64,73	40,1	40,25
Scope 2 (Market Based)	114,37	-	-

Valorizzazione del capitale umano (GRI 401-1; 404-1; 404-2; 404-3)

401-1	Nuove assunzioni e cessazioni e tasso di turnover dei dipendenti	§ Cominciamo da noi; Le nostre persone Tabelle successive
-------	--	--

Nuove assunzioni e cessazioni e tasso di turnover dei dipendenti [GRI 401-1]

Assunzioni e cessazioni per genere	2019			2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Assunzioni	29	23	52	28	29	57	39	63	102
Cessazioni	23	11	34	19	12	31	29	23	52
Tasso assunzione	11%			12%			18%		
Tasso cessazione	7%			6%			9%		

Assunzioni e cessazioni per fascia d'età	2019				2020				2021			
	< 30 ANNI	≥ 30 & ≤ 50	> 50 ANNI	Totale	< 30 ANNI	≥ 30 & ≤ 50	> 50 ANNI	Totale	< 30 ANNI	≥ 30 & ≤ 50	> 50 ANNI	Totale
Assunzioni	12	37	3	52	24	29	4	57	42	51	9	102
Cessazioni	2	27	5	34	3	22	6	31	10	32	10	52
Totale	14	64	8	86	27	51	10	88	52	83	19	154

401-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	§ Cominciamo da noi; Le nostre persone Tabelle successive
-------	--	--

Ore medie di formazione annua per dipendente [GRI 404-1]

Ore medie di formazione per genere e per categoria	2019 ⁴			2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	-	-	-	5	4	4,5	30	21	25,5
Quadri	-	-	-	2	3	2,5	20	21	20,5
Impiegati	-	-	-	1	1	1	13	13	12,8
Operai	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totale	-	-	-	2,6	2,7	2	21	18,2	14,7

404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	§ Cominciamo da noi; Le nostre persone Tabelle successive
-------	---	--

⁴Nel 2019 non era presente la posizione dedicata al Learning & Development e pertanto non sono disponibili i dati relativi alla formazione erogata.

2021		
Tipologia (Aggiornamento/Assistenza)	Contenuto	Ore
Aggiornamento	Agile Digital Days	4
Aggiornamento	Change Leadership Program - Leading Change	24
Aggiornamento	Communication and presentation Skills	84
Aggiornamento	Customer Centricity ed. 1	8
Aggiornamento	Digital Days - Business Analysis	16
Aggiornamento	Digital Days - Digital Collaboration	84
Aggiornamento	Digital Days - Future Of Work	48
Aggiornamento	Digital Days - Inspirational Talk with MIP	3
Aggiornamento	Enabling Performance	12
Aggiornamento	Engagement: coinvolgere, valorizzare e far crescere le risorse	48
Aggiornamento	Inglese	30
Aggiornamento	Negotiation and conflict resolution	40
Aggiornamento	Problem solving and decision-making ed. 1	18
Aggiornamento	Project Management	48
Aggiornamento	Stoccaggio Gas: Trarre valore dallo stoccaggio come asset strategico per un approvvigionamento più flessibile	8
Aggiornamento	Talent Program 2020 Behavioural Nurturing: People Management	15
Aggiornamento	Talent Program 2020 Behavioural Nurturing Self-Leadership	8
Aggiornamento	Talent Program 2020 Behavioural Nurturing: Resilience and Influencing skills	6
Aggiornamento	Talent Program 2020 Behavioural Nurturing: Solution Finding & Decision Making	8
Aggiornamento	Talent Program 2020 Managerial Energizer - Inspirational & Empathic Leadership	18
Aggiornamento	Talent Program 2020 Managerial Energizer - Self-Leadership	24
Aggiornamento	Talent Program 2020 Managerial Energizer: Complexity Management	16
Aggiornamento	Talent Program 2020 Managerial Energizer: Resilience & Influencing skills	16
Aggiornamento	Talent Program 2020: Inspirational Talk	12
Aggiornamento	Talent Program 2021: Self-Leadership	24
Aggiornamento	Teams Digital Days	1,5
Aggiornamento	Training PI	12
Totale ore formazione		635,5

404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale § Cominciamo da noi; Le nostre persone Tabelle successive

Valutazione dei dipendenti ⁵	2019			2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Quadri	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Impiegati	65%	38%	51%	63%	35%	49%	62%	41%	51%
Operai	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Orientamento al cliente (GRI 417-2; 417-3; 418-1)

417-2	Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	Nel triennio non si sono verificati episodi di non conformità
417-3	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	Nel triennio non si sono verificati episodi di non conformità
418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	Nel 2021 non si sono registrate denunce comprovate circa violazioni della privacy, tuttavia ci sono stati 51 reclami privacy ricevuti dai clienti in merito a possibili violazioni del Regolamento UE 2016/679. Non si riscontra l'avvio di procedimenti da parte dell'Autorità Garante in relazione questi

⁵Il sistema di valutazione delle Performance è utilizzato solo per i dipendenti di E.ON Italia, E.ON Energia e E.ON Business Solutions.

Scopri di più sul sito:
www.eon-energia.com

E sui social



e.on



E.ON Italia



E.ON



eon_italia



EON Italia