

5 ANNI DI SOSTENIBILITÀ



2102

2102



REPORT DI SOSTENIBILITÀ 2016

LA SOSTENIBILITÀ COME MOTORE DEL CAMBIAMENTO

Cari lettori,
la sostenibilità è per Liquigas un driver
fondamentale in un mercato dell'energia
in radicale mutamento.

L'efficienza energetica e la scelta di fonti di approvvigionamento sempre meno inquinanti sono aspetti chiave per accrescere la competitività delle imprese e per garantire un futuro sostenibile alle generazioni future.

Nell'attuale contesto evolutivo, la progressiva transizione dai combustibili fossili a forme di energia rinnovabili e pulite è una sfida di portata globale, che richiede uno sforzo congiunto da parte di tutti gli attori coinvolti. In questa partita Liquigas ha dimostrato di poter giocare un ruolo, promuovendo GPL e GNL come fonti che, per flessibilità, facilità di utilizzo e ridotto impatto ambientale, possono assistere e supportare il processo di cambiamento in atto sul lungo periodo. Queste fonti, inoltre, facilitano l'accesso all'energia per le comunità di cittadini e imprenditori che vivono nelle numerose aree del nostro Paese ancora non allacciate alla rete del metano. Attraverso i nostri prodotti e servizi intendiamo accrescere la vivibilità di questi territori e alimentare il tessuto economico, frenando lo spopolamento e promuovendo la competitività.

Queste scelte sono state corroborate da ricerche di comprovato standing scientifico, mirate ad analizzare l'impatto dei nostri combustibili sull'ambiente e sulla salute pubblica, come ad esempio gli studi commissionati da Assogasliquidi ad Enea nel 2015 e poi ad Innovhub nel 2016. Questi studi hanno avuto l'obiettivo di confrontare le emissioni inquinanti di caldaie a GPL e stufe a pellet, cercando di comprendere in che modo proprietà dei combustibili, modalità di utilizzo da parte dei clienti e tecnologia possono contribuire a influenzare gli impatti ambientali dei consumi energetici nel settore residenziale. Queste ricerche hanno evidenziato importanti differenze in termini di emissioni, in particolare in relazione alle polveri sottili, responsabili di significativi impatti sulla salute delle persone a livello locale. Su quest'ultimo aspetto, l'Italia è tra i fanalini di coda a livello europeo: ogni anno nel nostro Paese sono infatti oltre 66.000¹ le morti premature legate alle polveri sottili (pari alla popolazione della città di Potenza) le cui emissioni sono collegate in modo particolare – oltre che ai trasporti e al comparto industriale – al riscaldamento residenziale, soprattutto a biomasse.

In sinergia con Assogasliquidi, associazione di Federchimica che rappresenta le imprese del comparto distribuzione dei gas liquefatti (GPL e GNL), anche quest'anno abbiamo continuato a lavorare per aumentare la consapevolezza delle istituzioni sulle proprietà del GPL e del GNL, operando per valorizzare il ruolo sociale ed ambientale di questi combustibili e per promuovere la parità di trattamento fiscale rispetto, ad esempio, a biomasse come legna e pellet, che hanno un impatto molto significativo sulla qualità dell'aria per effetto proprio delle emissioni di polveri sottili.

¹ [European Commission, Air quality: Commission urges Italy to take action against small particulate matter (PM10) to safeguard public health, 2017, http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-1046_en.htm]

Il 2016 segna il quinto anno dalla prima pubblicazione del nostro rapporto di sostenibilità, documento attraverso cui, dal 2012, comunichiamo a tutti i nostri stakeholder i nostri progetti e performance in ambito di responsabilità sociale d'impresa. L'evoluzione del report, di edizione in edizione, tratteggia il cambiamento del nostro approccio alla sostenibilità, un approccio che negli anni si è fatto sempre più articolato e strategico. È per questo che, giunti a questa quinta edizione, abbiamo deciso di fare il punto e cominciare, grazie all'interazione con i vari stakeholder, a immaginare il nostro futuro, ripercorrendo le principali tappe, i progetti e risultati di questi anni. Guardare al passato recente della nostra organizzazione ci ha resi più consapevoli di quanto realizzato insieme: un patrimonio di 50 iniziative di cui andiamo orgogliosi e che ben rappresentano il cambiamento che ha pervaso la nostra organizzazione in questi 5 anni.

Abbiamo organizzato il documento in **quattro capitoli** che si concentrano sugli ambiti in cui è articolato il nostro impegno di sostenibilità:

- **Strategia e valore a sostegno del territorio.** 21 iniziative che raccontano il cambiamento in Liquigas: dal focus sulla strategia di sostenibilità integrata al business, all'attenzione all'efficienza operativa e allo sviluppo delle competenze del personale aziendale, fino all'impegno per creare valore sul territorio proponendo il GPL e il GNL come fonti di energia sostenibile per le aree non metanizzate del Paese.
- **Dimensione Cliente.** 13 iniziative per fornire una panoramica sull'impegno di Liquigas all'ascolto e alla risposta ai bisogni dei clienti residenziali, industriali e della Pubblica Amministrazione: dalla proposta di offerte personalizzate sulle esigenze delle varie tipologie di clienti, allo sviluppo di nuovi strumenti digitali improntati a facilitare il dialogo e a migliorare la customer experience.
- **Parola d'ordine sicurezza.** 7 iniziative per raccontare la forte attenzione di Liquigas alla sicurezza dei clienti e dei dipendenti: da campagne mirate a informare gli utenti sull'importanza del rispetto delle corrette procedure di utilizzo dei nostri combustibili, alla promozione di pratiche virtuose tra i nostri fornitori in ambiti quali lo svuotamento dei serbatoi, alla partecipazione a gruppi di lavoro interni e istituzionali, anche sull'importante tema del riempimento abusivo delle bombole a GPL.
- **Insieme per l'ambiente.** 9 iniziative per descrivere le modalità attraverso cui analizziamo e gestiamo gli impatti ambientali delle nostre operation e indaghiamo gli effetti sulle risorse naturali e la salute dei nostri prodotti: dai progetti mirati a rendere sempre più efficienti le nostre sedi e stabilimenti agli studi sugli impatti ambientali di GPL e GNL.

È a partire da questi 4 ambiti che vogliamo continuare a lavorare per creare valore per i cittadini, i clienti e i portatori di interesse in generale, operando sul mercato in modo corretto, trasparente e con idee sempre più innovative. È proprio in quest'ottica che Liquigas ha deciso di investire per sviluppare nuovi servizi interattivi e digitali, così da permettere una maggiore fruibilità ed efficacia della nostra offerta. Nel futuro vogliamo inoltre aprirci a nuovi mercati ed esplorare fonti di energia sempre più sostenibili, per continuare a mettere in pratica la nostra mission tutti i giorni: rappresentare la migliore alternativa energetica per gli ambienti domestici e industriali non raggiungibili dalle reti tradizionali e concepire soluzioni innovative per le necessità dei nostri clienti, agendo responsabilmente e nel rispetto dell'ambiente.

Buona lettura.

Andrea Arzà

Chi è Liquigas



Liquigas è una joint venture tra il Gruppo Brixia e la Società olandese SHV, uno dei leader mondiali nella distribuzione di GPL presente in oltre 20 paesi nel mondo in 3 continenti. Grazie a questa collaborazione, negli ultimi tre anni, Liquigas è entrata nel mercato del Gas Naturale Liquefatto (GNL), completando la sua offerta di servizi per i clienti alla ricerca di nuove forme di approvvigionamento energetico convenienti e a limitato impatto ambientale. Attraverso una rete di oltre 7.000 rivenditori, 7 uffici per il Servizio Clienti, 27 stabilimenti e depositi e oltre 50 uffici vendita, Liquigas serve circa 345.000 clienti in tutta Italia e rappresenta il partner energetico per le famiglie, le imprese e le comunità non allacciate alla rete a metano.

Nel corso degli anni, l'azienda ha condotto un piano di espansione che l'ha portata ad acquisire partecipazioni in 18 società.

La gamma di prodotti offerti da Liquigas comprende **bombole** di propano e di miscela disponibili in un'ampia varietà di formati. Tutte le bombole Liquigas sono dotate di dispositivi di sicurezza, per tutelare il cliente in ogni fase di utilizzo del prodotto.

Liquigas è inoltre attiva nell'installazione di **serbatoi** dai 1.000 ai 12.500 litri di capacità, fuori terra o interrati. Per ogni nuovo impianto, tecnici specializzati effettuano sopralluoghi preliminari per guidare i clienti nelle loro scelte e per verificare l'esistenza

delle condizioni per la posa. I serbatoi sono sottoposti a controlli e verifiche da parte degli enti preposti, hanno un numero di identificazione che li rende unici e riconoscibili e vengono collaudati rispettando tutte le norme di riferimento.

Per le **realità industriali**, Liquigas offre **soluzioni personalizzate** e in grado di rispondere alle richieste di approvvigionamento più diversificate, mettendo a disposizione un team di professionisti sul territorio, specializzati nella gestione di tutte le esigenze, con l'obiettivo di fornire un servizio di consulenza energetica e soluzioni specifiche. Avvalendosi

anche di un network di partner qualificati, Liquigas offre ai clienti soluzioni personalizzate, finalizzate a ottenere un'ottimizzazione dei consumi e una riduzione degli impatti ambientali.

L'azienda, infine, realizza e gestisce **reti canalizzate** per la distribuzione del GPL. Tutte le reti sono studiate e realizzate nello scrupoloso rispetto degli obblighi di legge e con la massima attenzione all'ambiente circostante e alla sicurezza delle persone. Il know how acquisito con riferimento al GPL, rappresenta un bacino di competenze che Liquigas è in grado di mettere a disposizione del cliente anche in ambito di GNL.

GPL e GNL sono tra i combustibili di origine fossile più sicuri, sostenibili e versatili.

- **GPL significa Gas di Petrolio Liquefatto**; i suoi componenti principali sono il propano e il butano. Ha bassi impatti ambientali in termini di emissioni, ha un forte potenziale di stoccaggio e un alto potere calorifico: per potenza energetica, infatti, supera il carbone, la legna e il gasolio. Queste caratteristiche lo rendono una fonte ideale per soddisfare i bisogni energetici delle aree non raggiunte dalla rete del metano.
- **Il Gas Naturale Liquefatto (GNL)** è composto dal 90 al 99% di metano, è atossico, non corrosivo, non produce polveri o fumi tossici e si distingue per un elevato potere calorifico. IL GNL è la soluzione energetica ideale per le aziende nelle aree off-grid con un fabbisogno annuale elevato, costante nel tempo, e che hanno bisogno di una fonte efficiente, pulita e ad alto potere calorifico. Per sua natura il GNL è una risorsa estremamente versatile e per questo rappresenta un'opportunità non solo in ambito industriale, ma anche per altri settori, dove le sue caratteristiche di efficienza e sostenibilità possono costituire un significativo vantaggio: dall'autotrazione ai trasporti marittimi.

01

STRATEGIA E VALORE A SOSTEGNO DEL TERRITORIO

La sostenibilità è davvero al centro della strategia di business e negli anni abbiamo sviluppato un approccio che coinvolge sia i clienti che le aziende all'interno del nostro Gruppo.

- FULCO VAN LEDE, CEO DI SHV ENERGY

Sostenibilità significa competitività e attrattività



INTERVISTA A
FULCO VAN LEDE
CEO di SHV Energy

Quali sono le principali sfide del business di settore e del mercato in cui opera SHV?

Se guardo alle nostre aziende credo che sia importante fare una distinzione tra l'Europa e i paesi al di fuori l'Unione Europea. La maggior parte dei cittadini residenti al di fuori della UE utilizza come combustibile per il riscaldamento le biomasse, con la convinzione che siano la miglior alternativa possibile ai combustibili fossili. In Europa è presente invece una profonda consapevolezza su questi temi, con una forte spinta ad utilizzare energia a basso impatto ambientale, di buona qualità ed affidabile. Inoltre una forte attenzione è posta allo sviluppo di piani di efficienza energetica sempre più avanzati e in linea con le richieste normative. Incoraggiare l'utilizzo di fonti di energia di origine fossile a basso impatto ambientale come GPL e GNL è tra le sfide più importanti che intendiamo porci nei prossimi anni.

Quali sono le principali linee strategiche del Gruppo?

Come SHV, vogliamo svolgere un ruolo a livello globale nel contribuire alla diminuzione delle emissioni di gas a effetto serra, ed è proprio questo uno dei driver principali della nostra strategia. Per questo, negli ultimi anni, ci siamo impegnati nell'adozione di tecnologie come i big data e i data analytics, con l'obiettivo di essere più efficaci nel trovare le soluzioni energetiche migliori per ogni tipologia di cliente. Stiamo inoltre promuovendo numerose iniziative per far conoscere il nostro impegno sul tema della riduzione delle emissioni di CO₂. A livello di Gruppo, infine, stiamo puntando a entrare nei mercati di Asia, America Latina e Africa, proponendo energia pulita ed efficiente ad un prezzo accessibile.

Qual è il ruolo della sostenibilità nello scenario globale? Qual è l'approccio di SHV su questi temi?

La sostenibilità è davvero al centro della nostra strategia di business e negli anni abbiamo sviluppato un approccio che coinvolge sia i clienti che le aziende all'interno del nostro Gruppo. Stiamo incoraggiando tutte le società a ridurre le emissioni di gas serra e ci stiamo impegnando per proporre alla clientela forme di energia sempre più sostenibili aumentando la base clienti e allo stesso tempo generando benefici per l'ambiente. Un nuovo sistema di analisi del "Carbon Impact" è stato implementato e messo a punto

nell'ultimo anno. Molte realtà, tra cui Liquigas, sono già attive su questo fronte da diversi anni. Il nostro obiettivo è standardizzare questo sistema per permettere a tutte le Business Unit di utilizzarlo e monitorare i propri impatti, soprattutto per quanto riguarda i trasporti.

La sostenibilità per il nostro Gruppo non si limita all'ambiente, ma è sinonimo di creazione di un ambiente di lavoro sicuro, di qualità e stimolante. Ci impegniamo quindi attivamente sul tema della sicurezza del lavoro e sul training, fornendo a tutti i nostri dipendenti la possibilità di ampliare le proprie competenze e di accedere ad opportunità sempre nuove.

Come valuta l'impegno di Liquigas in tema sostenibilità?

All'interno del nostro Gruppo Liquigas è sicuramente una delle prime aziende che ha guardato alla sostenibilità come leva di business, monitorando le proprie performance e comunicandole a tutti gli stakeholder attraverso strumenti di comunicazione specifici. Si tratta di iniziative molto importanti che auspichiamo che Liquigas continui a portare avanti con sempre maggiore determinazione e visione nei prossimi anni.

LO SCENARIO DI RIFERIMENTO IN PILLOLE



1.200

i Comuni italiani non metanizzati nel 2016¹



3%

l'aumento, in Italia, delle emissioni di anidride carbonica nel 2014-2015²



57%

la popolazione dell'Unione Europea che vive nelle comunità rurali³



19%

le famiglie europee non allacciate alla rete metanizzata³



67,9%

i Comuni italiani che ricadono nella classe di bassa urbanizzazione⁴

¹ (ANCI, Associazione Nazionale Comuni Italiani, 2016, <http://www.anci.it/index.cfm?layout=dettaglio&IdDett=57729>)

² (ASVIS- Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile <http://www.asvis.it/goal13/>)

³ (Rural Energy Matters, Future of Rural Free, 2016, http://www.ruralenergy.eu/uploads/SHV_RuralEnergyReport_2016_20161123.pdf)

⁴ (<http://www.istat.it/it/files/2016/12/C01.pdf>)



Al centro del nostro impegno

Negli ultimi 5 anni Liquigas ha portato avanti un cambiamento capillare che ha riguardato l'azienda a 360 gradi.

La sostenibilità ha ricoperto sempre di più un ruolo chiave nelle decisioni strategiche, con l'obiettivo di potenziare la sua integrazione con il business. Accrescere l'efficienza operativa e promuovere la trasparenza e il rispetto delle regole all'interno e all'esterno dell'organizzazione sono rimasti punti fermi su cui l'azienda ha continuato ad investire. Questo approccio fortemente orientato all'etica è stato arricchito anche da un nuovo focus sulle risorse umane, con lo sviluppo di strumenti sempre più avanzati per la valorizzazione delle competenze e delle buone idee di tutti i collaboratori. La sostenibilità non è però stata confinata solo all'interno dell'organizzazione: verso l'esterno Liquigas si è impegnata nella creazione di relazioni forti e stabili con le comunità non metanizzate e con il territorio, per favorire la diffusione di GPL e GNL quali fonti di energia sostenibile, e supportare la competitività e la vivibilità di queste aree.

UN PERCORSO CENTRATO SU 4 CAPISALDI

1 STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ INTEGRATA

Liquigas è una delle prime aziende del Gruppo SHV che ha guardato alla sostenibilità come leva del proprio business. Attraverso un approccio integrato alla sostenibilità, l'azienda vuole individuare nuove opportunità di sviluppo basate sulla creazione di valore condiviso, promuovendo un equilibrio virtuoso tra gli obiettivi economici, la protezione ambientale e la responsabilità sociale nei confronti di tutti gli stakeholder.

2 EFFICIENZA OPERATIVA E INTEGRITÀ

Liquigas ha lavorato e continua a lavorare per accrescere la propria efficienza operativa. Al contempo, si impegna ad alimentare e sviluppare la cultura dell'etica all'interno dell'azienda attraverso la collaborazione attiva tra tutte le parti e un'adeguata informazione sul rispetto delle regole del mercato e dei principi di buona condotta inseriti all'interno del Codice Etico.

3 CREAZIONE DI VALORE SUL TERRITORIO

Liquigas vuole essere partner di uno sviluppo sostenibile a livello locale, soprattutto in realtà rurali difficilmente raggiungibili dalle fonti di energia convenzionali. Per questo, nel corso degli anni, ha avviato numerose collaborazioni con le Associazioni italiane impegnate nella tutela del territorio, proponendo soluzioni vantaggiose per favorire il passaggio all'utilizzo del GPL e del GNL, organizzando iniziative di sensibilizzazione per le comunità.

4 LE PERSONE COME MOTORE DEL CAMBIAMENTO

Liquigas considera le persone come primo e insostituibile motore di ogni cambiamento autentico. Per questo, negli anni, ha sviluppato numerosi programmi di formazione, coinvolgimento e valutazione per i propri collaboratori finalizzati al rafforzamento della leadership e delle competenze e alla valorizzazione delle idee in chiave di innovazione.

1. Strategia di sostenibilità integrata

Iniziativa in fila

2012 - 2016

RESPONSIBLE CARE

Programma internazionale avviato nel 1992 in Italia da Federchimica. **Responsible Care** mira a promuovere la sicurezza e la salute dei lavoratori e dei processi produttivi, la gestione responsabile del prodotto e un'attenzione costante alla protezione dell'ambiente. L'iniziativa è ispirata dall'idea che l'industria chimica possa e debba porsi come punto di riferimento per le aziende manifatturiere di tutta la filiera nella diffusione di pratiche di sostenibilità. Il progetto coinvolge 165 aziende a livello italiano, compresa Liquigas, una percentuale ridotta, circa il 6% delle aziende chimiche presenti in Italia. A livello internazionale, il progetto interessa oltre 10.000 imprese.



2012 - 2016

REPORT DI SOSTENIBILITÀ

Documento annuale, per informare tutti gli stakeholder chiave sulle attività e sugli obiettivi aziendali in ambito sociale e ambientale. Negli ultimi 5 anni il rapporto di sostenibilità si è trasformato da strumento finalizzato alla comunicazione alle istituzioni, a canale di rendicontazione e dialogo con tutti gli stakeholder. Questa evoluzione ha riguardato non solo i contenuti, ma anche la struttura e le linee guida di riferimento: dal 2014, Liquigas è infatti una delle prime realtà all'interno del Gruppo SHV a seguire le Linee Guida del **GRI-G4** (Global Reporting Initiative), il punto di riferimento internazionale in tema di rendicontazione non-finanziaria.

2013

LABORATORIO DI SOSTENIBILITÀ

Comitato inter-funzionale composto da 8 dipendenti con competenze in ambiti diversi, che ha avuto il compito di sviluppare un **business plan** per promuovere il risparmio energetico, la tutela ambientale e la responsabilità sociale. Quattro le aree di azione che sono state individuate: la comunicazione interna, la comunicazione esterna, la mobilità e la logistica e l'efficienza energetica degli stabilimenti, ambiti su cui l'azienda ha avviato negli anni iniziative specifiche.



LIQUIGAS È UNA DELLE PRIME REALTÀ ALL'INTERNO DEL GRUPPO SHV A SEGUIRE LE LINEE GUIDA DEL GRI-G4 (GLOBAL REPORTING INITIATIVE)

2014

ASSESSMENT DI SOSTENIBILITÀ

Analisi finalizzata a confrontare le politiche e gli impegni aziendali assunti in ambito di sostenibilità, con le azioni e i risultati conseguiti nel corso degli anni: l'obiettivo è stato individuare i principali punti di forza e di miglioramento, per orientare le azioni da portare avanti in una logica pluriennale. Il lavoro è stato condotto in conformità alle Linee Guida internazionali ISO 26000:2010 per la responsabilità sociale e ha previsto una mappatura delle attività di sostenibilità con una loro classificazione in relazione ai processi che caratterizzano l'operatività aziendale.

2015

NUOVA MISSIONE, NUOVA VISIONE

Aggiornamento della Vision e della Mission, valorizzando il posizionamento di sostenibilità di Liquigas e le sue relazioni con il territorio. L'obiettivo è sostenere lo sviluppo delle comunità a livello nazionale attraverso soluzioni energetiche sicure, efficienti e sostenibili.



LA MISSIONE

Liquigas è un grande gruppo italiano che sostiene lo sviluppo delle comunità su tutto il territorio nazionale, attraverso un approvvigionamento energetico sicuro, efficiente e sostenibile.

LA VISIONE

Vogliamo rappresentare la migliore alternativa energetica per gli ambienti domestici ed industriali non raggiungibili dalle reti tradizionali. Ci impegniamo ogni giorno a concepire soluzioni innovative per le necessità dei nostri clienti e ad agire responsabilmente, nel rispetto per l'ambiente.

2015 - 2016

COMUNICAZIONE SULLA SOSTENIBILITÀ AI CLIENTI

Messaggio per veicolare all'esterno l'impegno aziendale sulla sostenibilità e per sottolineare in modo semplice e chiaro il ruolo e le proprietà del GPL quale fonte energetica capace di svolgere un ruolo nella lotta ai cambiamenti climatici e all'inquinamento dell'aria. Su quest'ultimo tema, Liquigas ha contribuito attivamente alla diffusione dei contenuti dello studio Enea del 2015 **"Gli impatti energetici e ambientali del Combustibile nel Settore Residenziale"**.

La qualità dell'aria è stato inoltre l'argomento chiave della comunicazione di Liquigas alla **Mostra Convegno Expocomfort (MCE)**, piattaforma mondiale per le aziende del settore dell'impiantistica civile e industriale, e nella prestigiosa cornice delle Sole 24 Ore Energy Summit, punto di riferimento annuale per le aziende dell'energia in Italia.



Hai scelto Liquigas. Hai scelto l'ambiente¹.

Con il GPL di Liquigas, **riduci drasticamente le emissioni di polveri sottili e anidride carbonica** rispetto ad altri combustibili inquinanti, come il gasolio e le biomasse (legna, pellet) che alterano la qualità dell'aria.

Liquigas mette la **sostenibilità ambientale** al centro.

Ogni giorno ci impegniamo responsabilmente per creare soluzioni innovative nel rispetto dell'ambiente.

Ogni giorno portiamo ai nostri clienti **la migliore alternativa energetica**.

¹ Fonte Enea 2015: "Gli Impatti Energetici e Ambientali dei Combustibili nel Settore Residenziale".



2. Efficienza operativa e integrità

Iniziativa in fila

2014 - 2015

2014 - 2015

2014 - 2016

LIQUIGAS CONNECT

Portale web per la gestione più efficiente delle **offerte di acquisto**, dell'archiviazione di tutti i contratti e della modulistica relativa ai bandi di gara garantendo relazioni più strutturate ed organizzate con tutti i fornitori. Nell'organizzazione delle gare d'appalto, Liquigas è passata dall'applicare meccanismi di selezione basati su requisiti tecnici dettagliati, a formulazioni che pongono l'accento sulle esigenze di approvvigionamento di Liquigas, consentendo così ai fornitori di offrire soluzioni innovative per i prodotti e servizi inclusi nei bandi. Nel 2015, l'uso del portale è stato esteso a tutte le gare di importo superiore a 25.000 euro, permettendo la partecipazione di un maggior numero di attori e dando la possibilità all'azienda di scegliere fra un numero più ampio di proposte per ottenere la massima eccellenza a disposizione sul mercato. Liquigas Connect rappresenta una best practice internazionale all'interno del Gruppo SHV.

LIQUALERT

Sistema di segnalazione che consente ai dipendenti di indicare all'azienda eventuali irregolarità o abusi legati al mancato rispetto del **Codice Etico**, delle **norme di sicurezza** o di altre regole di condotta. Il sistema è oggi accessibile a tutti i dipendenti sulla intranet aziendale, ed è stato accompagnato dalla pubblicazione di una procedura che specifica i ruoli, le responsabilità interne, i casi e le tempistiche per effettuare le segnalazioni. Nel corso del 2015 sono state ricevute 4 segnalazioni. L'utilizzo di Ligualert è stato accompagnato da attività di formazione che, sempre nel 2015, hanno coinvolto 256 collaboratori. Nel 2016 non è pervenuta nessuna segnalazione: ciò ha condotto Liquigas a predisporre un piano di comunicazione sul giornale interno Liquigas news a partire dal 2017 per facilitare l'utilizzo di questo importante strumento.

NUOVE AZIONI ANTI-TRUST

Per eliminare il rischio di una comunicazione scorretta tra concorrenti, data anche la vicinanza fisica di alcune sedi sul territorio, dal 2014 Liquigas ha ideato e implementato una serie di **procedure** che prevedono specifici obblighi informativi per i dipendenti in relazione ad eventuali incontri con la **concorrenza**. Inoltre gli autisti e gli operai di 5 società "sensibili", aziende nelle quali Liquigas detiene partecipazioni insieme a soggetti concorrenti, a dicembre del 2016 hanno partecipato a un corso di formazione in aula sulle specifiche norme di comportamento da adottare in questi casi.

**LIQUIGAS CONNECT
RAPPRESENTA
UNA BEST PRACTICE
INTERNAZIONALE
ALL'INTERNO
DEL GRUPPO SHV.**

2016



PIATTAFORMA ERP

Progetto per la realizzazione di una nuova piattaforma di **Enterprise Resource Planning**; un sistema applicativo che integra tutti i processi di business rilevanti (vendite, acquisti, gestione magazzino, contabilità), ottimizzando i processi organizzativi, aumentando l'efficienza e la redditività e consentendo di monitorare i risultati attraverso flussi di reporting continuativi.



3. Le persone come motore del cambiamento

Iniziativa in fila

2014

PERFORMANCE EVALUATION

Nuova modalità di valutazione e sviluppo delle risorse umane, finalizzata a standardizzare e rendere più oggettive le valutazioni dei collaboratori. L'implementazione del modello ha visto una grande focalizzazione sulla costruzione di un **sistema di feedback** puntuale, che identifica modalità di dialogo collaborative per il miglioramento continuo delle prestazioni professionali. Nel 2015 sono stati formati tutti i dipendenti (oltre 800 persone, compresi operai e autisti) sul processo, sul senso dello stesso nell'organizzazione, sulla gestione del colloquio e del feedback.

GRANDE ATTENZIONE AL RUOLO DI COACH DEI RESPONSABILI E FOCALIZZAZIONE SUI SISTEMI DI FEEDBACK

2015

PROGETTO VENDITE

Con l'obiettivo di effettuare interventi formativi rispondenti alle specifiche necessità, è stata definita una mappatura delle **competenze di vendita** cruciali per Liquigas. La forza di vendita ha quindi effettuato un assessment per identificare le aree di forza, da valorizzare, e le aree di miglioramento, da sviluppare attraverso interventi formativi specifici. Conseguentemente sono stati effettuate 26 giornate di formazione rivolte a 19 responsabili e 107 venditori. Per i responsabili, una particolare attenzione al loro ruolo di coach: hanno restituito i feedback derivanti dall'assessment e predisposto il piano di sviluppo, formalizzato nella scheda di Valutazione della Prestazione.

2015

DEVELOPMENT CENTER

Per focalizzare e sviluppare al meglio le competenze specifiche richieste per il processo di vendita ai clienti industriali (canale GNL e Grandi Impianti) sono state avviate una serie di azioni, iniziate nel 2015 con un Development Center che ha previsto un assessment iniziale e training in aula con simulazioni di giochi di ruolo studiati attorno alle 8 **competenze chiave** definite con SHV Energy. Ogni venditore dedicato al canale GNL e Grandi Impianti ha stilato, d'accordo con il responsabile, un piano di sviluppo individuale sulla base del profilo emerso dall'assessment. Nel corso del 2016 il percorso di sviluppo ha visto la forza commerciale impegnata in 10 giornate di formazione focalizzate sul rafforzamento delle tecniche di vendita strategica.

2015

SUSTAINOVATION HUB

Portale interno, in stile “social”, che permette ai dipendenti di proporre e votare soluzioni innovative alle sfide di sempre. Lo strumento adotta una metodologia di condivisione strutturata su alcune tematiche proposte, attraverso vere e proprie “**sfide di idee**”. Al termine della sfida, le idee più interessanti vengono esaminate, e la più adatta viene concretizzata in nuovo progetto aziendale. Nel 2016, i dipendenti sono stati invitati a proporre idee per migliorare il servizio clienti, anche a seguito dell'introduzione del progetto ERP. Sono 33 le idee condivise sul portale su questo tema e 416 i relativi arricchimenti.

2015 - 2016

LABORATORI DI LEADERSHIP

Workshop esperienziali, di 3 giorni ciascuno, rivolti a manager e figure professionali con responsabilità matriciale, con l'obiettivo di sviluppare una **cultura della leadership** diffusa, unita a uno stile di comunicazione aperto e all'erogazione di feedback periodici. Il 2015 ha visto la partecipazione di 129 persone.

Nel 2016, il percorso di sviluppo di competenze manageriali ha visto il coinvolgimento di 100 responsabili con i quali è stato approfondito il tema della gestione dei collaboratori, riprendendo anche alcuni elementi vissuti durante i Laboratori di Leadership.

2016

FORMAZIONE DEL SERVIZIO CLIENTI

Corsi di formazione e sviluppo delle competenze del servizio clienti realizzati, nel 2016, per tutti gli operatori della regione Nord. Nel 2017 il percorso di sviluppo e formazione verrà completato ed esteso alle regioni Centro e Sud. Il progetto ha coinvolto gli operatori in un'attività preliminare di assessment sulle competenze a cui è seguita attività formativa in aula e attività di coaching individuale. È stato infatti erogato ad ogni operatore un assessment di potenziale sulle capacità chiave di ruolo e un questionario sulle competenze tecnico/operative. Sulla base dei profili emersi sono state progettate le sessioni di formazione il cui obiettivo generale è stato quello di fornire strumenti e metodi mirati alla **gestione efficace della telefonata e della comunicazione commerciale** con il cliente. Alle sessioni formative è seguito un percorso di coaching individuale con ascolto in cuffia e feedback sulla gestione della telefonata da parte del formatore. Sulla base dei riscontri è stato avviato un percorso di addestramento interno su tematiche operative al fine di avere un allineamento delle competenze di ciascun operatore a livello Italia.



4. Creazione di valore sul territorio

Iniziative in fila

2012 - 2016

2013

2015 - 2016

CAMPAGNA FREE



La campagna FREE (Future of Rural Energy in Europe), lanciata e

finanziata da SHV Energy, ha l'obiettivo di promuovere lo **sviluppo delle comunità rurali europee** attraverso la diversificazione delle opzioni energetiche per i consumatori delle zone agricole. FREE è sostenuta da moltissime organizzazioni, e tra queste Liquigas contribuisce attivamente, proponendo GPL e GNL come fonti energetiche alternative alla popolazione che vive in aree con scarso accesso alla distribuzione del metano.

PROGETTO ROAD SHOW

Visite agli stabilimenti che hanno accolto tutti coloro che desiderassero conoscere meglio il **mondo Liquigas**. Hanno partecipato al progetto gli stabilimenti di Trecate (NO), S. Angelo a Lecore (FI) e Cadelbosco (RE), aprendo le porte sia ai cittadini residenti nelle vicinanze dell'impianto, sia alle famiglie dei dipendenti. Personale qualificato Liquigas ha accompagnato i visitatori lungo un percorso iniziato con un briefing sulle peculiarità del GPL e proseguito con la visita guidata alla scoperta degli stabilimenti.

CONVENZIONE TERRANOSTRA

Liquigas ha siglato un accordo con Terranostra, l'associazione degli agriturismi di Coldiretti, fortemente impegnata nella promozione della sostenibilità e della tutela del territorio. La partnership, presentata ufficialmente a **EXPO 2015**, ha l'obiettivo di facilitare il passaggio delle strutture agrituristiche al GPL, quale fonte di energia sostenibile e flessibile, particolarmente adatta a soddisfare il fabbisogno di questo tipo di realtà. Tramite un'offerta dedicata e tarata espressamente sui loro livelli di consumo, gli agriturismi associati hanno potuto avvalersi di tariffe vantaggiose per l'approvvigionamento di GPL e di voucher sugli acquisti di apparecchiature a GPL. Ad oggi sono 165 gli agriturismi che hanno aderito, a dimostrazione del sempre maggiore interesse nel passaggio a soluzioni energetiche alternative e a ridotto impatto ambientale nelle comunità rurali.

2016



PROTOCOLLO D'INTESA CON ANCITEL ENERGIA & AMBIENTE S.P.A

Accordo con Ancitel Energia & Ambiente S.p.A., la società dell'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani (ANCI), che realizza progetti e fornisce servizi ambientali per i Comuni. L'obiettivo è avviare iniziative di **sensibilizzazione** a livello istituzionale e territoriale sui vantaggi generati dal passaggio da fonti energetiche inquinanti (come gasolio e BTZ) al GPL e GNL nei Comuni non-metanizzati o parzialmente metanizzati, con un'attenzione particolare per quelli che hanno superato i limiti di legge di **qualità dell'aria**.

Tutti i Comuni italiani coinvolti hanno ricevuto comunicazioni periodiche e un kit informativo sui vantaggi legati all'uso di questi combustibili. Nel 2016 è stata realizzata un'indagine per verificare la conoscenza e la predisposizione dei territori comunali all'utilizzo di GPL e GNL e nel 2017 proseguirà l'attività di scouting e approfondimento dei territori.

2016



COLLABORAZIONE EDITORIALE CON BELL'ITALIA

Liquigas ha avviato una collaborazione con il mensile Bell'Italia che racconta, mese per mese, il patrimonio artistico, paesaggistico e culturale italiano. I protagonisti del 2016 sono stati alcuni **piccoli Comuni italiani**, per i quali Liquigas ha realizzato e gestisce reti canalizzate per la distribuzione del GPL. La promozione del turismo culturale è un modo per sostenere queste realtà valorizzandone il patrimonio artistico e paesaggistico e difendendo il loro ruolo di presidio di territori che spesso rischiano lo spopolamento e l'abbandono.

LA PARTNERSHIP TERRANOOSTRA, PRESENTATA UFFICIALMENTE A EXPO 2015, HA L'OBIETTIVO DI SUPPORTARE LA SOSTENIBILITÀ ENERGETICA E AMBIENTALE DEGLI AGRITURISMI ITALIANI



FOCUS

STUDIO EY SUL VALORE TOTALE GENERATO

Nel 2015 Liquigas ha condotto uno studio, con l'ausilio di EY (Ernst & Young), al fine di valutare il proprio contributo economico e sociale al Paese in termini di impatto occupazionale, contribuzione al PIL e contribuzione fiscale. L'analisi ha risposto alla volontà di fornire una rendicontazione più ampia degli impatti derivanti dal proprio operato, non limitata al solo impatto diretto, ma estesa anche al valore generato lungo la propria catena di fornitura, attraverso l'acquisto di beni e servizi necessari alla

propria attività di business (impatto indiretto) e agli impatti generati dalla ricchezza immessa nel sistema economico dagli occupati diretti ed indiretti attraverso le spese per consumi finali (impatto indotto). Lo studio ha mostrato come le attività di Liquigas abbiano contribuito a creare 3.965 posti di lavoro e a generare 322 milioni di valore aggiunto, con un contributo alle casse dello Stato quantificabile in 90 milioni di euro.

ACQUISTI IN ITALIA



LE PRINCIPALI VOCI DI SPESA IN ITALIA



•• **54 milioni €**
spesi nel settore del commercio all'ingrosso e al dettaglio



•• **27 milioni €**
spesi nel settore dei trasporti via terra



•• **25 milioni €**
spesi in attività di raffinazione del petrolio



•• **14 milioni €**
spesi in riparazioni e installazioni di macchinari e apparecchiature



GLI IMPATTI IN SINTESI

IMPATTI DIRETTI



863
posti di lavoro
(FTEs)



148,0 milioni €
valore
aggiunto



42,6 milioni €
contribuzione
fiscale

IMPATTI INDIRETTI



2.080
posti di lavoro
(FTEs)



120,1 milioni €
valore
aggiunto



32,2 milioni €
contribuzione
fiscale

IMPATTI INDOTTI



1.022
posti di lavoro
(FTEs)



53,7 milioni €
valore
aggiunto



15,7 milioni €
contribuzione
fiscale



3.965

POSTI DI LAVORO
GENERATI



322

MILIONI € DI VALORE
AGGIUNTO



90

MILIONI € VERSATI
ALLO STATO

Strategia e valore a sostegno del territorio

Le nostre performance in sintesi

VALORE ECONOMICO
GENERATO NEL 2016

459.929.178

VALORE ECONOMICO
DISTRIBUITO 2016

448.029.893

(97%)

Pagamento alla Pubblica
Amministrazione

18.846.018
(4%)

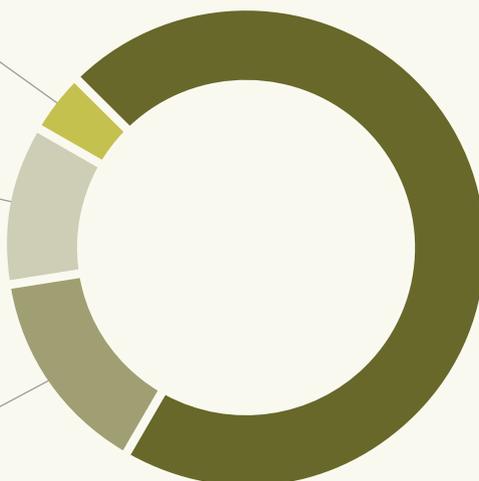
Retribuzione e benefit

50.845.812
(11%)

Pagamento ai fornitori
di capitale

61.305.050
(14%)

Costi operativi
317.030.513
(71%)



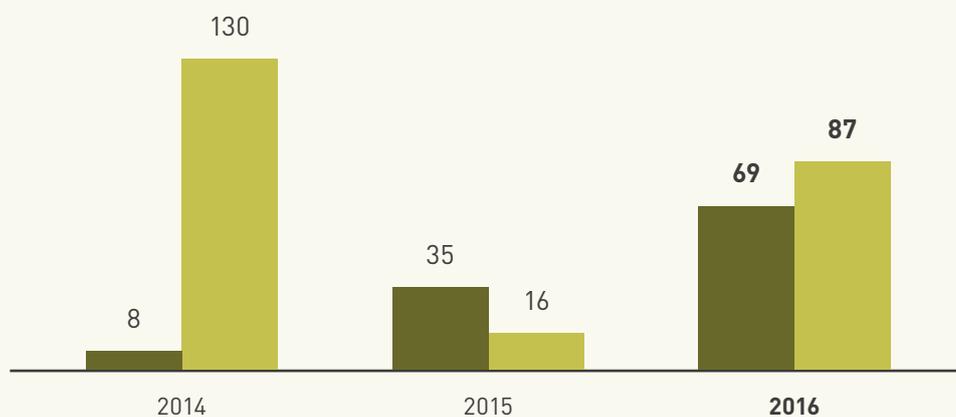
VALORE ECONOMICO
TRATTENUTO 2016

11.899.285

(3%)

NUMERO
DI ASSUNZIONI
E CESSAZIONI
IN LIQUIGAS

■ Assunzioni
■ Cessazioni



I DIPENDENTI
DI LIQUIGAS

TOTALE DIPENDENTI

👩 Donne
👨 Uomini



ORE DI FORMAZIONE EROGATE AL PERSONALE LIQUIGAS

	2012	2013	2014	2015	2016
Formazione funzionale	5.350	0	3.548	3.048	2.490
Formazione manageriale	2.201	56	6.872	4.880	4.145
Formazione informatica	96	0	-	-	360
Formazione linguistica	4.921	50	-	100	459
Formazione interaziendale	35	40	120	96	264
Formazione tecnica	865	9.448	9.587	11.766	5.255

02

DIMENSIONE CLIENTE

Liquigas ha gestito in modo efficace tutte le fasi di predisposizione, realizzazione e avviamento degli impianti, garantendo un supporto tecnico costante e dimostrando capacità di ascolto e proattività nel venire incontro alle nostre esigenze.

- MASSIMO ANGELINI, ENVIRONMENT & ENERGY MANAGER,
GRUPPO SANPELLEGRINO

La voce di un nostro cliente: Gruppo Sanpellegrino



INTERVISTA A

MASSIMO ANGELINI

*Environment & Energy Manager,
Gruppo Sanpellegrino*

Qual è la strategia energetica di Sanpellegrino? Come le soluzioni di Liquigas stanno contribuendo a realizzarla?

Nestlé, gruppo al quale appartiene Sanpellegrino, ha come obiettivo ambientale un target ambizioso: ridurre del 40% le emissioni di CO₂ entro il 2020, rispetto ai livelli del 2010. Per questo, nel corso negli anni, abbiamo attivato progetti di efficientamento energetico, cercando soluzioni sostenibili che potessero accompagnare la transizione verso fonti di energia rinnovabili. Il GNL di Liquigas ha rappresentato un ottimo punto di partenza nel raggiungimento di questo nostro obiettivo. Nello stabilimento di Levissima di Cepina Valdisotto (SO), nel 2015, siamo passati dal GPL a GNL. Questo intervento, realizzato con Liquigas, ha comportato, oltre ai vantaggi economici ed ambientali, la possibilità di passare a una

“fornitura telematica” con un forte snellimento delle pratiche di verifica e fornitura. Nel 2016, inoltre, Liquigas ci ha assistito nello stabilimento di Acqua Panna di Scarperia (FI), al passaggio da BTZ a GNL. Il progetto è stato accompagnato da numerosi interventi di efficientamento energetico aggiuntivo, tra cui il rinnovo delle caldaie con soluzioni a più alta efficienza. Questo ci ha consentito una riduzione del 38% delle emissioni di CO₂, aggiungendo così un altro tassello per raggiungere il nostro target di riduzione delle emissioni.

Qual è la vostra esperienza con Liquigas?

Il rapporto professionale con Liquigas è stato ed è sicuramente positivo sotto tutti i punti di vista. Riteniamo che la nostra collaborazione sia un buon esempio di partnership tra cliente e fornitore. Liquigas ha gestito in modo efficace tutte le fasi di predisposizione, realizzazione e avviamento degli impianti, garantendo un supporto tecnico costante e dimostrando capacità di ascolto e proattività nel venire incontro alle nostre esigenze. Niente è stato lasciato al caso. Un esempio di questo approccio è il lavoro che abbiamo svolto insieme nello stabilimento di Acqua Panna di Scarperia. L'impianto infatti si trova in un'area protetta e soggetta a stringenti vincoli paesaggistici. Consapevole dei limiti generati da questa situazione, Liquigas ci ha supportato

nello studiare la soluzione meno impattante in termini ambientali sia per la gestione che per il posizionamento degli impianti di GNL, al contempo assicurandoci elevati livelli di funzionalità.

Quali sono gli aspetti su cui Liquigas potrebbe investire per migliorare la propria offerta?

Nel contesto attuale, la transizione dai combustibili fossili a forme di energia pulita è una sfida di estrema importanza, che richiede una collaborazione tra tutti gli attori coinvolti. Il GNL è sicuramente un ottimo punto di partenza verso questa transizione. Come spunto di miglioramento suggeriremmo a Liquigas di continuare questo percorso con delle soluzioni energetiche innovative anche esplorando il mondo delle rinnovabili, così da supportare sempre di più i clienti nella riduzione delle emissioni in ottica di una tutela dell'ambiente.

LO SCENARIO DI RIFERIMENTO IN PILLOLE



20%

l'aumento, nel 2016, degli italiani che hanno richiesto informazioni sul risparmio energetico¹



23,1 mld €

il valore degli acquisti online degli italiani previsto per il 2017²



16%

l'incremento degli acquisti online degli italiani previsto per il 2017²



80%

gli italiani che utilizzano lo smartphone per cercare informazioni su prodotti e servizi³

¹ [Analisi condotta su dati Facile.It, Fonte Sole24Ore, <http://www.ilsole24ore.com/art/notizie/2017-05-11/il-risparmio-energetico-conquista-italiani-20per cento-richieste-d-informazioni-165319.shtml?uuid=AEadvYKB>]

² [Osservatorio.net digital innovation, 2017, http://www.osservatori.net/it_it/osservatori/executive-briefing/quanto-vale-la-ecommerce-b2c-in-italia-nel-2017]

³ We are social, Digital in 2016, <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2016>]



Al centro del nostro impegno

Negli ultimi 5 anni, Liquigas si è impegnata a sviluppare iniziative per migliorare la relazione con i clienti e la loro soddisfazione.

L'analisi di Customer Experience, condotta ogni anno e costantemente migliorata, permette all'azienda di monitorare la qualità e l'efficienza del servizio al cliente, ottimizzate a seguito di una riorganizzazione interna. L'ascolto delle esigenze dei clienti è stato un driver d'innovazione, sia sul fronte delle offerte commerciali sia in ambito di servizi, con il lancio di progetti strategici che vanno dal pricing alla digitalizzazione e che sono stati sviluppati per creare un legame sempre più diretto ed efficiente con tutti i clienti.

UN PERCORSO CENTRATO SU 2 CAPISALDI

1

ASCOLTO DEI CLIENTI ED EVOLUZIONE DELL'OFFERTA

Per Liquigas, la sostenibilità nelle relazioni con i clienti è sinonimo di ascolto e vicinanza. Ogni anno vengono svolti studi mirati a una maggiore comprensione dei bisogni delle persone. Queste indagini diventano importanti spunti di riflessione per innovare l'offerta e i servizi aziendali, dal pricing alla digitalizzazione.

2

QUALITÀ ED INNOVAZIONE DEL SERVIZIO

Sviluppare servizi di qualità per il cliente è una delle priorità della nostra azienda. Questo significa continuare a lavorare al miglioramento del customer service sviluppando per i nostri clienti strumenti di comunicazione e contatto sempre più semplici, efficaci e innovativi.



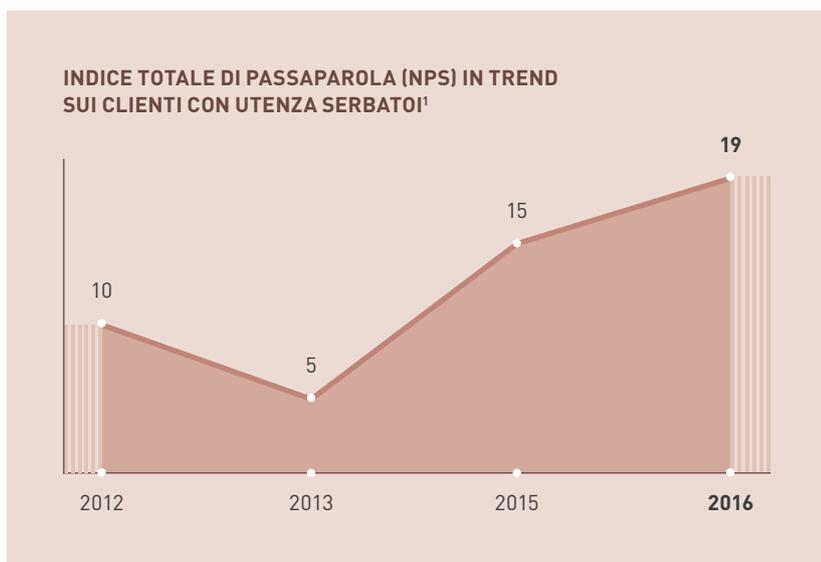
1. Ascolto dei clienti ed evoluzione dell'offerta

Il filo delle iniziative

2012 - 2016

CUSTOMER EXPERIENCE MONITOR

L'analisi, attiva da diversi anni, ha lo scopo di mappare anno dopo anno **l'evolversi dell'esperienza** dei clienti privati e periodicamente anche delle PMI. L'indagine individua i principali punti di contatto ("touch point") della relazione Liquigas-Cliente, monitorandone l'importanza nel processo di fidelizzazione e la soddisfazione. Già dal 2011 l'analisi include anche la misurazione del Net Promoter Score (NPS), un indicatore che permette di valutare in che misura gli utenti consiglierebbero una determinata impresa, un prodotto o un servizio ai propri amici, parenti o colleghi. L'NPS viene monitorato su base annuale dando luogo a piani di azioni specifici finalizzati a migliorare l'esperienza del cliente sui punti di contatto evidenziati come più critici. Nel 2016, l'NPS, calcolato come la differenza tra i clienti con utenza serbatoi che consiglierebbero Liquigas e i detrattori, ha evidenziato un incremento del 4% rispetto al 2015.



¹ Fonte: Ricerche Valdani & Vicari srl - Customer Experience b2c 2016.

2015

LO STUDIO CLIENTI DIRADANTI

Liquigas ha condotto uno studio sui clienti che hanno ridotto i propri consumi, i cosiddetti "clienti diradanti", per profilare i loro **comportamenti energetici**. L'indagine, svolta su un campione di circa 1.300 interviste telefoniche, ha posto in evidenza alcune differenze nell'atteggiamento dei vari segmenti di clientela. I motivi del diradamento sono stati identificati in due cause principali: l'integrazione del GPL con altre fonti energetiche e la tendenza al contenimento dei consumi mirata alla riduzione dei costi di riscaldamento. La ricerca ha evidenziato quattro gruppi di clienti: "Involontari", che hanno ridotto i consumi di GPL senza rinunce e fatiche particolari e senza essere necessariamente orientati al risparmio; "Consapevoli" che hanno volontariamente ridotto i consumi di GPL per risparmiare; "Integranti" che hanno attivato altre fonti energetiche per risparmiare e "Inconsapevoli" che hanno ridotto i consumi di GPL ma senza accorgersene.

2014 - 2015

CAMPAGNA CASH BACK

Per rispondere alla tendenza generalizzata al contenimento della spesa legata al riscaldamento, Liquigas ha avviato l'iniziativa Cash Back con lo scopo di **premiare ogni anno i clienti** che abbiano mantenuto livelli di consumo almeno pari a quelli dell'anno precedente, attraverso la restituzione di una somma commisurata ai propri consumi. Nel 2015 la campagna ha riscosso un notevole successo; il 68% dei clienti in target ha infatti raggiunto l'obiettivo di consumo fissato, consentendo di registrare un aumento cumulato dei consumi di GPL del 13% e ha consentito ai clienti di ottenere un risparmio medio di 41 euro. Nel 2016 è stata lanciata la Campagna Cash Back Litro Domestico, che ha coinvolto il 60% dei volumi domestici di GPL venduti. Il 42% del target coinvolto ha raggiunto l'obiettivo previsto, ottenendo un rimborso economico.

2014 - 2016

PRICING EXCELLENCE

Liquigas ha introdotto una nuova politica commerciale per i clienti domestici, basata su un modello di **personalizzazione dei prezzi**. L'obiettivo è interpretare le esigenze di questa tipologia di consumatori proponendo offerte specifiche e tarate sulle loro necessità. Nel novembre del 2014 il progetto è stato lanciato come test su circa il 20% dei clienti domestici nella Regione Nord, e nel settembre 2015, è stato esteso a tutta la Regione. Nel 2016, la fase di estensione ha permesso di arrivare a coprire circa il 75% della base clienti di riferimento.



2. Qualità ed innovazione del servizio

Il filo delle iniziative

2013 - 2016

RIORGANIZZAZIONE DEL SERVIZIO CLIENTI

Riorganizzazione interna che ha portato al **raggruppamento delle nove filiali**, responsabili del customer service sul territorio, in tre Macro Regioni, nelle quali sono dislocati sette uffici customer service, supervisionati da 3 coordinatori, uno per Regione. Dal 2014 un sistema di overflow permette di ridurre i tempi di attesa del cliente al telefono. A ciò, nel 2015, si è aggiunta l'introduzione di un sistema di ranking delle urgenze e dei reclami e l'istituzione di nuove figure dedicate a proporre soluzioni personalizzate e a monitorare i tempi di risoluzione (SLA) di eventuali problemi. Nel 2016 tutti gli operatori del servizio clienti hanno ricevuto una formazione specifica sulla gestione dei clienti metro cubo. Questa si è svolta in due cicli: una prima fase dedicata all'uso dei sistemi per questioni di natura puramente gestionale ed amministrativa dei clienti metro cubo, ed una seconda incentrata sul corretto utilizzo del portale Gas Project, che consente la gestione puntuale di problematiche connesse a questa tipologia di cliente, il cui impianto è connesso ad un sistema di telemetria.

2015

NUOVA STRATEGIA DIGITAL

Liquigas ha definito una strategia digital che prevede l'avvicinamento all'utente attraverso l'offerta di **nuovi canali di contatto** con l'azienda e nuovi contenuti, su temi quali le proprietà ambientali di GPL e GNL, l'efficienza energetica e la sicurezza, che valorizzino la risposta aziendale alle esigenze informative degli utenti domestici e industriali nelle aree off-grid. In continuità con questa strategia, il 2015 ha visto anche il lancio del **nuovo sito**. All'interno del portale, il cliente può accedere facilmente e in modo immediato a tutti i servizi che l'azienda offre: dalla consultazione delle offerte all'area dedicata al servizio al cliente. Nel 2015, infine, è stata rinnovata l'area riservata per i clienti e sono stati aperti due canali social (LinkedIn e G+).

2016

ACTION PLAN PER LA GESTIONE DELLE LAMEN TELE

In relazione alle attività sui clienti diradanti, è stato avviato un **piano d'azione** per garantire una gestione delle lamentele più efficiente al fine di costruire una relazione duratura e profittevole con il cliente, in particolare metro cubo (ad es. su fatturazione e telemetria).

PIANO D'AZIONE CON UNA SERIE DI INIZIATIVE PER GARANTIRE UNA GESTIONE PIU' EFFICIENTE DELLE LAMEN TELE DA PARTE DEL CUSTOMER SERVICE

2016

MYLIQUIGAS



Grazie a MyLiquigas le famiglie e le piccole medie imprese

clienti di Liquigas possono accedere a una vasta gamma di **servizi tramite dispositivi mobile** (tablet o smartphone). I clienti possono entrare in contatto virtuale con il servizio clienti **24 ore su 24**, inviare un ordine o la lettura del contatore, ricevere notifiche delle attività di manutenzione, consultare le fatture degli ultimi 24 mesi e ricevere comunicazioni di natura amministrativa o legate alle novità e promozioni in corso, nonché modificare i propri recapiti. MyLiquigas è scaricabile gratuitamente sia per sistemi iOS che Android; per utilizzarla occorre richiedere credenziali personali di accesso tramite la registrazione nell'area riservata del sito.

2016

CUSTOMER CARE

Sviluppo di un **tool informatico** che consente di raccogliere telefonicamente dal nuovo cliente ed elaborare in tempo reale il livello di soddisfazione su tutti i servizi offerti da Liquigas, dall'assistenza telefonica alla professionalità e all'efficacia dimostrata durante le fasi di installazione, rifornimento e manutenzione dei serbatoi. La piattaforma consente inoltre di raccogliere informazioni utili all'azienda in merito ai comportamenti energetici dei clienti, per offrire una proposta energetica diversificata e personalizzata sulle esigenze specifiche di ognuno.

2016

GLI INTERVENTI DI MANUTENZIONE VIA SMS/EMAIL

Liquigas vuole tenere costantemente aggiornati i clienti sugli interventi di manutenzione effettuati sugli impianti. Per questo, in aggiunta alla cartolina e al rapportino lasciato dal manutentore nella casella della posta del cliente, è stato sviluppato un **servizio di messaggistica tramite mail o SMS** volti a informare il cliente sull'avvenuta manutenzione. Nel 2016, i 21 manutentori e i 7 tecnici specializzati hanno effettuato presso i clienti più di 370.000 interventi e 5001 audit tecnici. Inoltre, nel 2016, è stato portato a termine un **Piano di Comunicazione** volto a informare i clienti su novità e iniziative, come l'attivazione della consegna di GPL anche il sabato e il prolungamento degli orari del servizio clienti per la stagione invernale.

Qualità ed innovazione del servizio

2015

PARTNERSHIP CON LA STARTUP MIDORI PER UN TOOL SULL'EFFICIENZA ENERGETICA

In collaborazione con Midori, Liquigas ha sviluppato uno **strumento online**, che consente a clienti e prospect del segmento domestico di calcolare in modo personalizzato i propri consumi elettrici e termici. Il tool, inoltre, consente all'azienda di delineare esigenze specifiche di cluster di clientela, proponendo di volta in volta le azioni correttive più adatte per aiutare i clienti a ridurre gli sprechi e quindi ottimizzare i consumi, con ricadute positive sia per l'ambiente sia per la spesa energetica delle famiglie. Lo strumento, accessibile dal sito www.liquigas.com o direttamente dall'indirizzo kiui.liquigas.it, può essere utilizzato da un computer e da dispositivi mobili, come tablet e smartphone.

2016

GOLD SPONSOR ALLA CONFERENZA "ENERMANAGEMENT 2016"

A novembre Liquigas ha partecipato, in veste di Gold Sponsor, al **Convegno Fire-Enermanagement 2016** tenutosi a Milano, presentando le caratteristiche e i benefici del GNL in termini di sostenibilità e di efficienza energetica. I responsabili hanno poi illustrato alcune interessanti best practice di clienti aziendali che hanno già adottato con successo questa soluzione, migliorando le prestazioni dei propri processi produttivi industriali. La giornata si è articolata su quattro sessioni durante le quali sono stati trattati argomenti attuali e importanti per gli energy manager, gli Esperti di Gestione dell'Energia (EGE) e gli altri soggetti coinvolti nell'uso efficiente dell'energia come le Energy Service Company (ESCO), utility, produttori di tecnologie, imprese ed enti interessati a ridurre i propri consumi energetici.

2016

OFFERTE DI PRODOTTI/SERVIZI DI EFFICIENZA ENERGETICA

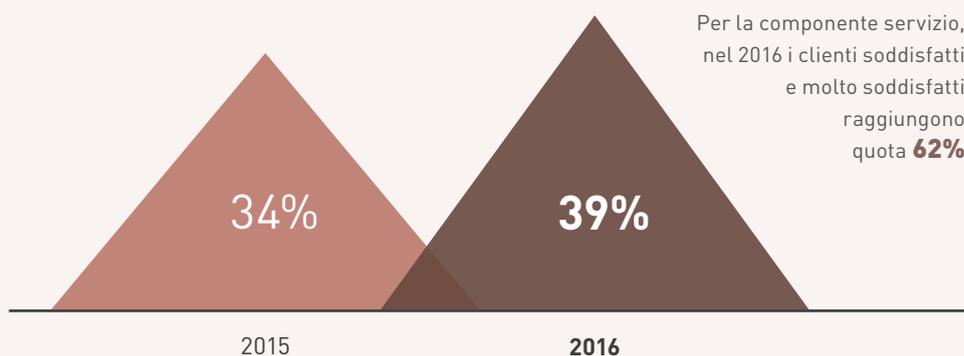
Partnership con un'azienda italiana di primaria importanza per rispondere alla necessità dei clienti di prodotti e servizi sempre più efficienti dal punto di vista energetico, ampliando il portafoglio dei prodotti e promuovendo non solo il GPL e il GNL ma anche nuove proposte che consentano un risparmio energetico in termini di consumi.

Dimensione cliente

Le nostre performance in sintesi

SODDISFAZIONE DEI CLIENTI

PERCENTUALE DI CLIENTI SODDISFATTI E MOLTO SODDISFATTI DELLA LORO ESPERIENZA CON LIQUIGAS



I NUMERI DEL SERVIZIO CLIENTI NEL 2016

515.770 Numero di chiamate ricevute dal servizio clienti	118.559 Numero di clienti contattati su iniziativa di Liquigas	7 Uffici di Customer Service
50 Uffici vendita	78 Operatori del servizio clienti	4 Coordinatori del servizio clienti
103 Venditori	19 Responsabili commerciali	2 Responsabili Servizi Clienti di regione
3 Responsabili commerciali di regione	47 Agenti	7.085 Rivenditori

03

PAROLA D'ORDINE SICUREZZA

In base alla mia esperienza nel settore, la maggior parte delle aziende sono consapevoli dei rischi legati all'utilizzo di GPL e GNL, e vi rispondono con serietà e con azioni concrete

- FABIO DATTILO, DIRETTORE INTERREGIONALE
VIGILI DEL FUOCO VENETO E TRENINO A.A.

L'importanza della formazione e della comunicazione per un uso del GPL e del GNL sicuro e consapevole



INTERVISTA A
FABIO DATTILO

Direttore Interregionale Vigili del Fuoco Veneto e Trentino A.A.

(tratta dall'intervista rilasciata a CIG Magazine n.10/2017 <https://view.joomag.com/mag/0879597001500453892>)

Qual è lo scenario di riferimento e quali sono i trend più rilevanti e le principali criticità in ambito di tutela della sicurezza per quanto riguarda GPL e GNL?

In Italia, ormai da diversi anni, il GPL va consolidandosi come combustibile per uso domestico, industriale e per autotrazione. In questo scenario, tuttavia, lo sviluppo sempre più capillare delle reti a metano ha portato ad una riduzione dell'utilizzo del GPL. Il Corpo dei Vigili del Fuoco, in collaborazione con il Ministero dello Sviluppo Economico, è impegnato nel costante aggiornamento normativo in ambito di tutela della sicurezza legata all'utilizzo di questo combustibile. Al contrario del GPL, il GNL sta vivendo un momento di crescita sul mercato italiano, soprattutto nel settore nell'autotrazione e come combustibile ad uso industriale. La natura fortemente refrigerante del GNL comporta nuovi rischi rispetto al GPL. Per rispondervi, il Corpo dei Vigili

del Fuoco ha elaborato alcune nuove norme per maneggiare in sicurezza questo gas. Analogamente si è disciplinato il settore dei depositi nell'ambito degli insediamenti produttivi e sono stati avviati sia progetti relativi a depositi intermedi di GNL, sia iniziative relative alla sosta dei cosiddetti ISOTANK.

Quando è diffusa, tra gli italiani, la consapevolezza dei rischi legati all'utilizzo di questi gas? Quali sono le accortezze da tenere nell'uso di questi combustibili?

Gli italiani sono sempre più coscienti dei pericoli legati all'utilizzo scorretto del GPL e del GNL. È tuttavia utile ricordare quali siano le principali accortezze da tenere per limitare i possibili pericoli legati a questi gas. Il GPL è un prodotto altamente infiammabile e con una densità relativa maggiore rispetto a quella dell'aria; per queste caratteristiche deve essere accuratamente custodito in ambienti ventilati sopra il livello del suolo. Negli ultimi anni si è tuttavia registrato un incremento del numero di incidenti legati, in particolare, al riempimento delle bombole di GPL presso le stazioni di rifornimento carburanti. Il riempimento deve infatti seguire delle pratiche specifiche: in caso di riscaldamento delle bombole, un eccessivo riempimento potrebbe causare il cedimento del recipiente, con un conseguente rilascio di sostanze dannose per la salute. Per il GNL i pericoli sono differenti. Essendo un gas liquefatto, il GNL viene mantenuto a temperature di circa 160 gradi sotto lo zero. Sono quindi molto comuni le ustioni da freddo causate dallo scorretto utilizzo del prodotto, oltre ai pericoli connessi all'infiammabilità del gas.

Come rispondono le aziende ai pericoli legati all'utilizzo del GPL e GNL? E quali sono i miglioramenti che ci si attende dal settore?

In base alla mia esperienza nel settore, la maggior parte delle aziende sono consapevoli dei rischi legati all'utilizzo di GPL e GNL, e vi rispondono con serietà e con azioni concrete. Le aziende prima di valutare l'eventuale incremento dei rischi che comporta l'utilizzo di gas infiammabili fanno evidentemente un calcolo di vantaggio economico. Spetta ai tecnici che progettano i depositi di utilizzo di gas la necessaria valutazione del rischio complessivo. Credo che i due elementi maggiormente da sviluppare per il futuro siano le campagne di comunicazione e la redazione di documenti tecnici come base dei moduli formativi sul tema della sicurezza. Su questo fronte ritengo quindi necessaria una politica di collaborazione tra Stato, in particolare i Vigili del Fuoco, le aziende distributrici e il Comitato Italiano Gas (CIG) per il raggiungimento di questi obiettivi comuni.

Quali considera gli ingredienti fondamentali per migliorare concretamente le azioni sul tema sicurezza? Quali gli elementi di innovazione da perseguire?

Ritengo che per migliorare la sicurezza in maniera concreta siano necessarie sicuramente la conoscenza a livello progettuale dei rischi aggiunti, una formazione accurata degli addetti ai lavori e un'informazione capillare e ripetuta per tutti gli utilizzatori di GPL e GNL. Come elemento di innovazione, proporrei lo sviluppo di applicazioni digitali che, grazie ad un linguaggio semplice ed efficace, spieghino a tutti gli utilizzatori i pericoli e i benefici legati all'utilizzo di questi preziosi combustibili.

LO SCENARIO DI RIFERIMENTO IN PILLOLE



124

il numero di incidenti, verificatisi in Italia nel 2016, legati all'uso del GPL in bombole e piccoli serbatoi¹



12

il numero di incidenti, in meno rispetto al 2015, legati all'uso del GPL in bombole e piccoli serbatoi¹



33%

la percentuale di incidenti causati, nel 2016, dall'uso scorretto o dall'errata manovra sulle bombole¹

¹ (Osservatorio UNI-CIG, <http://www.forumcig.it/incidenti-gas-combustibili-2016/>)



Al centro del nostro impegno

Per Liquigas sicurezza significa “tutela continua” a partire dagli stabilimenti e dalle comunità a questi circostanti, fino ad arrivare al cliente finale, che l’azienda intende accompagnare passo dopo passo nell’uso responsabile di GPL e GNL.

Per questo motivo, Liquigas non solo si impegna a rispettare tutte le normative vigenti, ma vuole andare oltre, potenziando ogni anno l’insieme di misure e iniziative all’interno e all’esterno dell’azienda, per continuare a migliorare e fornire strumenti, anche informativi e conoscitivi, a tutti gli attori coinvolti nella filiera di questi combustibili.

Il filo conduttore di questo processo di miglioramento continuo, nel pieno rispetto della Direttiva Seveso, che disciplina il rischio di incidente rilevante per gli stabilimenti di stoccaggio del GPL, è il Sistema di Gestione Integrato Sicurezza Salute Ambiente ed Energia (SGI): nato nel 2000 come Sistema di Gestione della Sicurezza, nel 2005 è stato integrato con le ISO 14001:2004 e OHSAS 18001:2007 e nel 2015 è stato nuovamente integrato con le ISO 50001:2011, al fine di migliorare la gestione degli aspetti ambientali, la salute e sicurezza dei lavoratori e di minimizzare i consumi di energia, le emissioni di CO₂ e la produzione dei rifiuti.

Il rispetto rigoroso delle norme ha portato Liquigas a combattere tutte quelle pratiche illegali connesse al riempimento abusivo delle bombole a GPL, attività al centro di specifiche campagne di sensibilizzazione che evidenziano come la sicurezza per Liquigas sia una prerogativa e un continuo punto di attenzione, anche in termini di comunicazione esterna.

UN PERCORSO CENTRATO SU 2 CAPISALDI

1 SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI E DELLE COMUNITÀ

La tutela del benessere e della sicurezza dei dipendenti e delle persone che abitano vicino agli stabilimenti è costantemente al centro di ogni decisione strategica e operativa di Liquigas. L'azienda infatti non solo opera per essere sempre conforme alle normative nazionali vigenti in materia di sicurezza, ma si impegna attivamente nel superarle, organizzando attività di ascolto, informazione e formazione a tutti i livelli, con un'attenzione particolare agli autisti della propria flotta.

2 PRODOTTI E SERVIZI SICURI E AFFIDABILI PER IL CLIENTE

L'attenzione di Liquigas per la tutela dei propri clienti passa dall'impegno costante nel garantire i più elevati standard di sicurezza di prodotti e servizi. La sicurezza è infatti un valore primario, che viene gestito tramite un rigoroso rispetto delle norme, la definizione di procedure di controllo periodico e il monitoraggio continuo dei rischi lungo la filiera. Liquigas è inoltre particolarmente attenta nel fornire ai clienti tutte le informazioni necessarie per un utilizzo corretto e sicuro di tutti i servizi offerti, dai prodotti agli impianti.



1. Salute e sicurezza dei lavoratori e delle comunità

Il filo delle iniziative

2012 - 2016

2012 - 2016

2014 - 2016

LIQUICARE

Iniziativa che promuove l'attività di **formazione e sensibilizzazione interna sulla sicurezza**. Il programma nasce con l'obiettivo preciso di valorizzare il tema della sicurezza non solo come "attenzione al prodotto", ma anche come impegno e orientamento alle persone. Per Liquigas sicurezza infatti non significa solo rispetto di obblighi e procedure previste dalla normativa vigente, ma anche agire responsabilmente, aggiornando i collaboratori su tutte le questioni legate alla sicurezza dei prodotti e dei servizi e formando il personale, e in particolare gli autisti, sui comportamenti da adottare all'interno degli stabilimenti e in fase di trasporto, onde evitare incidenti e danni alle persone.



STRUMENTI PER LA SICUREZZA DEI DIPENDENTI

Nel pieno rispetto delle normative vigenti, dal 2012, tutti gli stabilimenti di Liquigas sono dotati di cellulari ATEX. Questi dispositivi portatili, essendo antideflagranti, possono essere utilizzati in tutte le aree degli impianti, comprese quelle zone con un'atmosfera potenzialmente esplosiva. Tale accorgimento permette una **migliore gestione delle emergenze e delle comunicazioni interne** al sito, rispettando le procedure di sicurezza e rendendo reperibili i dipendenti in ogni momento. Inoltre, nel 2012, l'azienda ha terminato il potenziamento dei sistemi di anti-intrusione degli stabilimenti: una misura fondamentale che permette il monitoraggio delle attività da parte dei responsabili anche senza dover essere fisicamente presenti all'interno dello stabilimento.

FORMAZIONE AGLI AUTISTI

Da molti anni, grazie anche al contributo di Assogasliquidi, Liquigas organizza corsi di formazione specifica agli autisti dipendenti sulle corrette pratiche di svuotamento e riempimento dei serbatoi dei clienti. In Italia, per legge, tutti gli autisti che trasportano GPL devono essere dotati della patente ADR, necessaria per la guida di autoveicoli che trasportano merci pericolose e di un certificato di formazione per il corretto rifornimento dei serbatoi. Con la collaborazione dei consulenti di Assogasliquidi, Liquigas ha organizzato un **road-show** che ha coinvolto tutte le sedi italiane dell'azienda allo scopo di fornire a tutti gli autisti una formazione aggiuntiva in tema di corrette pratiche di riempimento e di svuotamento dei serbatoi, utilizzando anche video tutorial e manuali fotografici. Nel 2015 Liquigas ha formato il 100% degli autisti dipendenti, per un totale di 160 persone.

FOCUS

LE BOMBOLE: UN ESEMPIO CONCRETO DI TUTELA DELLA SICUREZZA LUNGO TUTTA LA FILIERA

Liquigas si impegna a tutelare la salute dei propri clienti vigilando sulla conformità e la sicurezza delle proprie bombole dalla fase di acquisto alla restituzione.

01 _ACQUISTO DELLE BOMBOLE



- Liquigas acquista le bombole nuove e i relativi componenti (rubinetti e valvole) da costruttori specializzati che garantiscono il rispetto delle normative vigenti. Per garantire la qualità ogni lotto di produzione viene sottoposto a prove tecnologiche di elasticità, deformazione e resistenza dell'acciaio.

02 _RIEMPIMENTO



- Liquigas verifica il corretto riempimento per garantire la correttezza della quantità di prodotto contenuta in ogni bombola (attraverso verifiche di peso) e individuare eventuali perdite mediante prove di tenuta.

03 _TAPPO SIGILLO



- Apposizione del tappo sigillo con il marchio Liquigas, progettato per rompersi in caso di manomissione. Solo se il tappo è integro si ha la garanzia che la bombola sia stata riempita e verificata in sicurezza.

04 _TRASPORTO E CONSEGNA AL RIVENDITORE



- I partner di distribuzione garantiscono la consegna delle bombole integre ed in sicurezza fino ai punti vendita. Il cliente deve sempre riconsegnare la bombola usata al suo rivenditore di fiducia che la invierà agli stabilimenti Liquigas per i necessari controlli di sicurezza e per un corretto riempimento. Solo in caso di superamento dei controlli, le bombole saranno reimmesse nel corretto ciclo di riempimento e distribuzione.

2. Prodotti e servizi sicuri e affidabili per il cliente

Il filo delle iniziative

2014

GRUPPO DI LAVORO CONGIUNTO TRA IL MINISTERO DEGLI INTERNI, ASSOGASLIQUIDI E LIQUIGAS

Nel 2014 Liquigas ha partecipato, in rappresentanza delle aziende del settore, al gruppo di lavoro sulla tutela della sicurezza durante la costruzione degli impianti a GNL. Il Tavolo ha portato alla definizione di **regole tecniche per la prevenzione di incendi** presso gli impianti di distribuzione di GNL e alla pubblicazione, nel 2015, di una circolare distribuita ai Comandi Provinciali dei Vigili del Fuoco contenente le linee guida per analizzare le pratiche di prevenzione incendi per la realizzazione di tali depositi.



2015 - 2016

SOFTWARE WEB GT PER GLI AUDIT SUI PICCOLI SERBATOI

A partire dal 2015, Liquigas ha implementato un software che facilita e rende più efficiente la verifica del corretto svolgersi dello svuotamento e delle attività di installazione e disinstallazione dei piccoli serbatoi. Ogni anno, questo strumento assegna ai tecnici Liquigas un numero di **audit casuali** e da eseguire **a sorpresa**, per la verifica della corretta installazione e manutenzione degli impianti. Nel 2016, su circa 260.000 piccoli serbatoi, il software web GT ha selezionato 5001 audit. Inoltre, attraverso l'utilizzo di un tablet, i responsabili che si recano presso gli impianti possono comunicare direttamente alla sede centrale eventuali problemi o anomalie riscontrate, agevolando così l'immediato avvio delle pratiche burocratiche necessarie per la risoluzione delle criticità registrate.

2016

CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE SULLA SICUREZZA



di accendere i riflettori su questo fenomeno con un servizio di denuncia su alcuni distributori di benzina coinvolti in questo processo illegale. Per potenziare ancora di più il suo impegno sulla sicurezza, a seguito del servizio, Liquigas ha deciso di aprire le porte dei propri stabilimenti alla trasmissione televisiva, per mostrare a tutti i cittadini le corrette procedure per la manutenzione e il riempimento delle bombole.

Inoltre, dal 2015, Liquigas mette a disposizione di tutti i clienti la pagina web **“Consigli sulla sicurezza”** che fornisce consigli utili per un corretto utilizzo del GPL e delle bombole a gas e alcune avvertenze su come gestire nel modo più appropriato il proprio impianto, con un focus specifico sulle regole d'oro da seguire in caso di fughe di gas. Per un'ulteriore approfondimento è possibile visitare la pagina web al seguente link: <https://www.liquigas.com/liquigas-per-te/sicurezza/consigli-per-la-sicurezza/>

LIQUIGAS HA LANCIATO UNA CAMPAGNA PER SENSIBILIZZARE LA CONOSCENZA DEI CITTADINI SUI RISCHI DERIVANTI DAL RIEMPIMENTO ABUSIVO DELLE BOMBOLE DI GPL

2016

SPONSORIZZAZIONE DEL CONVEGNO VGR¹

Il Convegno, che ha riunito gli analisti del rischio, il mondo accademico e gli Organi istituzionali preposti alle varie attività di **controllo per la tutela dell'ambiente, del territorio e per la sicurezza della popolazione**, è stato un'occasione di confronto sull'approccio e sull'analisi dei rischi negli insediamenti civili e sulla loro gestione.

Il Comitato Organizzatore era composto, tra gli altri, da Ministero dell'Ambiente, Vigili del Fuoco, Assogasliquidi, INAIL, ISPRA, Protezione Civile, Università di Pisa, Consiglio Nazionale Ingegneri.

Obiettivo dell'incontro: delineare lo stato dell'arte nei diversi settori ma soprattutto, prendere in esame le applicazioni derivanti dall'emanazione di nuove norme, che prevedono l'impiego dell'analisi dei rischi in settori differenti.

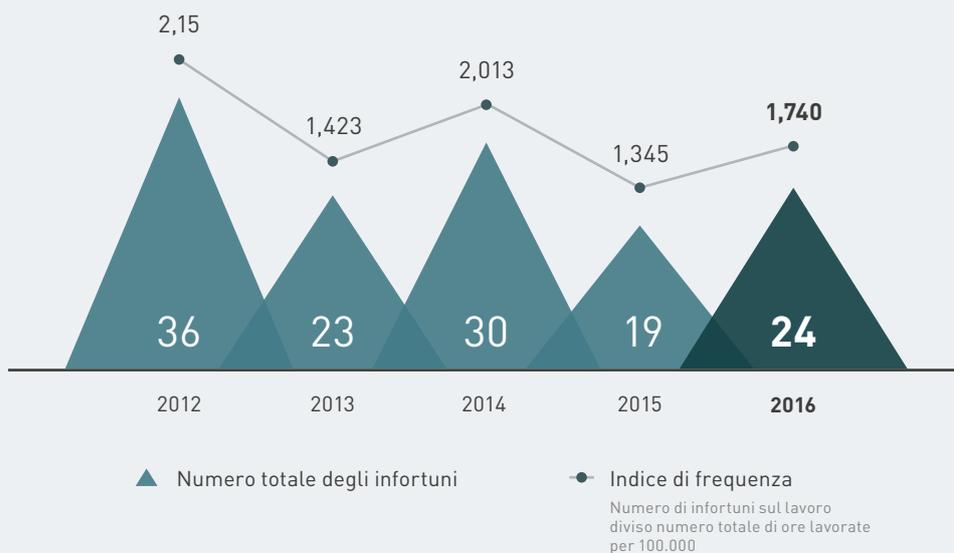
¹ (Valutazione e Gestione del Rischio negli insediamenti civili ed industriali)

Parola d'ordine sicurezza

Le nostre performance in sintesi

NUMERO DI INFORTUNI IN LIQUIGAS

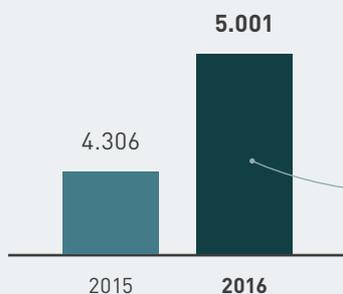
Nel 2016, il numero di infortuni è diminuito del **33%** rispetto al 2012



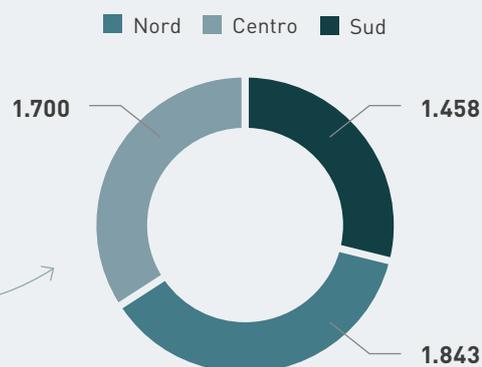
AUDIT CASUALI

AUDIT CASUALI SUI PICCOLI SERBATOI INDIVIDUATI DAL SOFTWARE WEB GT

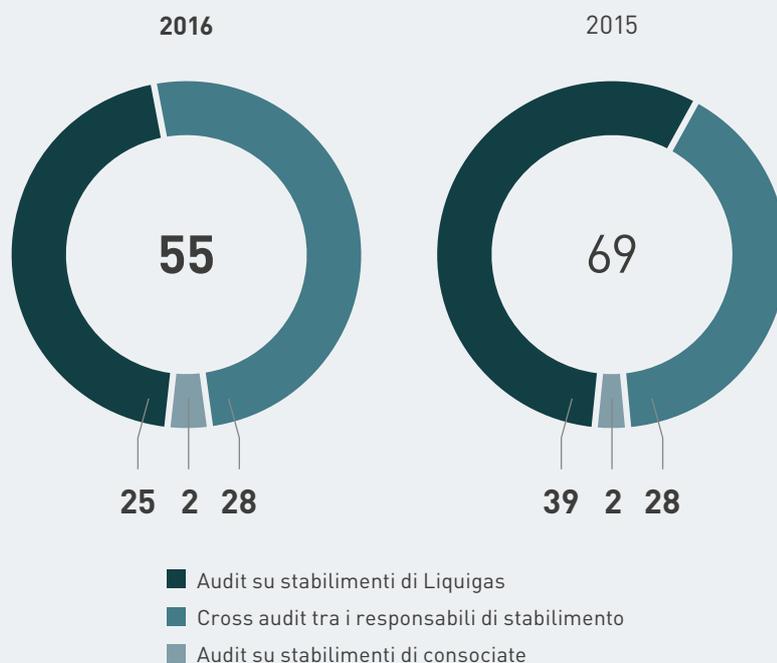
Nel 2016 il software WEB GT ha individuato **695** audit in aggiunta a quelli individuati nel 2015



AUDIT SUDDIVISI PER REGIONE (2016)



AUDIT
SU STABILIMENTI
E DEPOSITI



I NUMERI



617.077

Bombole collaudate



40.551

Verifiche di protezione catodica



182.000

Estintori verificati



118.208

Valvole sostituite

04

INSIEME PER L'AMBIENTE

A livello globale sta aumentando la consapevolezza dei rischi per la salute legati all'inquinamento dell'aria da particolato atmosferico, in particolare da polveri sottili (PM_{10} e $PM_{2,5}$)

- ANGELO LUNGI, RESPONSABILE AREA
DI BUSINESS COMBUSTIBILI, INNOVHUB-SSI

Comportamenti energetici e polveri sottili: l'importanza di scelte "consapevoli"



INTERVISTA A
ANGELO LUNGI

*Responsabile Area di Business
Combustibili, Innovhub-SSI*

SILVIA BERTAGNA

Divisione Combustibili Innovhub-SSI

Quali sono i settori maggiormente responsabili dell'inquinamento da polveri sottili oggi in Italia?

A livello globale sta aumentando la consapevolezza dei rischi per la salute legati all'inquinamento dell'aria da particolato atmosferico, in particolare da polveri sottili (PM₁₀ e PM_{2,5}). Queste particelle possono penetrare all'interno dell'organismo con conseguenze gravi ad esempio sul sistema respiratorio, causando patologie acute e croniche. I trasporti, il riscaldamento domestico e il settore industriale sono i principali responsabili delle emissioni di particolato. Nel settore dei trasporti il fenomeno è stato notevolmente arginato, negli ultimi anni, grazie alle innovazioni tecnologiche introdotte nel settore automotive; tuttavia, siamo ancora lontani dal trovare una soluzione definitiva. Nel settore industriale, numerose misure regolatorie hanno contribuito alla riduzione delle emissioni di particolato e, in alcuni casi, alla loro eliminazione, attraverso

l'adozione di tecnologie di abbattimento e monitoraggio. Il settore più critico rimane sicuramente quello del riscaldamento domestico per il quale non sono ancora previste normative specifiche, ma esistono disposizioni che dovranno essere applicate in futuro.

Quali sono le aree più colpite da questo problema?

La Pianura Padana è sicuramente una delle aree geografiche più critiche della nostra penisola. La morfologia del territorio e le condizioni meteorologiche ostacolano il ricircolo e il ricambio d'aria, mentre l'elevata densità di popolazione e le attività antropiche generano un forte impatto sulla qualità dell'aria. Contrariamente a quanto si potrebbe pensare, l'inquinamento da particolato è presente anche in alcune zone rurali. Qui, l'utilizzo di impianti termici per il riscaldamento domestico alimentati a biomassa, come stufe e caminetti a legna, è una delle principali fonti di emissione di polveri sottili.

In relazione al tema dell'inquinamento dell'aria, Innovhub ha condotto uno studio: ci può dire qual è stata la finalità di questo studio?

L'obiettivo dello studio è stato confrontare le emissioni prodotte da impianti di riscaldamento domestico alimentati a GPL o gas naturale con quelle prodotte da stufe a pellet. La parte sperimentale dello studio si è articolata su due fasi. Nella fase iniziale abbiamo analizzato e confrontato le emissioni prodotte da caldaie mono-familiari alimentate a GPL o gas naturale e quelle delle stufe a pellet, simulando le normali condizioni di utilizzo degli apparecchi. Nella fase successiva è stato studiato

come l'utilizzo prolungato e l'invecchiamento delle caldaie a pellet influiscano negativamente sulle emissioni prodotte da questi apparecchi, simulando l'invecchiamento prodotto da due anni termici di funzionamento.

Quali sono i principali risultati che può fornirci in anteprima?

I risultati della prima fase dello studio hanno fornito una panoramica sulle emissioni specifiche dei diversi apparecchi. Per alcuni inquinanti, come le polveri sottili (PM) e gli idrocarburi policiclici aromatici (IPA) in particolare, i dati mostrano delle differenze molto evidenti tra gli apparecchi che utilizzano pellet e quelli alimentati a gas naturale e GPL. Il fattore di emissione associato alle stufe a legna arriva a essere fino a 1000 volte superiore rispetto a quello associato agli apparecchi a gas. Nella seconda parte dello studio, invece, è emerso come l'utilizzo prolungato e il conseguente sporco della canna fumaria abbiano un impatto rilevante in termini di emissioni in caso di mancata manutenzione, poiché si determinano fenomeni di combustione non completa che generano un aumento delle emissioni stesse. Lo studio inoltre mette in luce quanto sia importante, per ridurre l'inquinamento, che i consumatori facciano scelte energetiche consapevoli e informate, con una valutazione a 360 gradi dei benefici e dei problemi generati dai loro comportamenti. Piccoli e semplici gesti, come la manutenzione frequente delle proprie stufe e la scelta di combustibili a basso fattore emissivo come GPL e gas naturale, possono avere impatti rilevanti sulla salute dei cittadini e sull'ambiente che li circonda.

LO SCENARIO DI RIFERIMENTO IN PILLOLE



33

il numero di capoluoghi italiani che, nel 2016, hanno superato il limite per il PM_{10} di 35 giorni all'anno¹



21 $\mu\text{g}/\text{m}^3$

il livello di $PM_{2.5}$ registrato in alcune zone montuose in Piemonte (valore limite annuale $25 \mu\text{g}/\text{m}^3$)²



~100 Mt

il risparmio di CO_2 stimato, al 2030, nelle zone rurali europee a seguito dell'introduzione di politiche di risparmio energetico e il passaggio ad energie rinnovabili e GPL²



66.000

il numero di morti prematuramente in Italia, ogni anno, a causa dell'inquinamento da particolato³

¹ (Legambiente, "Mal'aria di città 2017", https://www.legambiente.it/sites/default/files/docs/malaria_2017.pdf)

² (Rural Energy Matters, Future of Rural Free, 2016, http://www.ruralenergy.eu/uploads/SHV_RuralEnergyReport_2016_20161123.pdf)

³ (European Commission, Air quality: Commission urges Italy to take action against small particulate matter (PM10) to safeguard public health, 2017, http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-1046_en.htm)



Al centro del nostro impegno

Liquigas considera la sostenibilità ed il rispetto dell'ambiente come valori fondanti della propria strategia d'impresa.

Negli anni, l'azienda ha avviato una molteplicità di progetti con l'obiettivo di migliorare costantemente la propria offerta di prodotti e servizi e di potenziare la comunicazione ai clienti sui benefici ambientali di GPL e GNL con campagne mirate e studi sugli impatti dei propri combustibili; tutte azioni fondamentali per promuovere una nuova consapevolezza sul tema della sostenibilità delle fonti energetiche. La riduzione degli impatti ambientali, però, non si limita all'offerta di prodotti a basso impatto ambientale. Negli ultimi 5 anni, infatti, Liquigas si è impegnata per migliorare l'efficienza energetica di tutti gli edifici in cui gravita l'attività dell'azienda, dagli uffici agli stabilimenti. Sul fronte dei processi produttivi, Liquigas è da sempre attiva con l'adozione di misure di contenimento e monitoraggio dei principali impatti, come dimostrato dal Sistema di Gestione Integrato ispirato anche alla norma ISO 14001:2004 e dalle verifiche periodiche effettuate sugli impianti e sulla flotta aziendale.

UN PERCORSO CENTRATO SU 2 CAPISALDI

1 SOLUZIONI ENERGETICHE A BASSO IMPATTO AMBIENTALE

Liquigas desidera assumere un ruolo da attore protagonista nell'affrontare le sfide della tutela dell'ambiente, promuovendo l'uso di **GPL** e **GNL** quali fonti energetiche a minor impatto ambientale rispetto ai combustibili fossili tradizionali. Per raggiungere questo obiettivo negli anni, inoltre, l'azienda si è impegnata a migliorare i servizi di efficienza energetica.

2 ATTENZIONE ALL'AMBIENTE NELLE OPERATION AZIENDALI

Liquigas monitora gli impatti ambientali lungo la catena del valore. Quest'attività ha comportato lo sviluppo di sistemi e strumenti sempre più efficienti per la gestione di sedi e stabilimenti e l'adozione di iniziative concrete soprattutto per quanto riguarda la riduzione dei consumi energetici e delle emissioni di CO₂ a questi connesse.

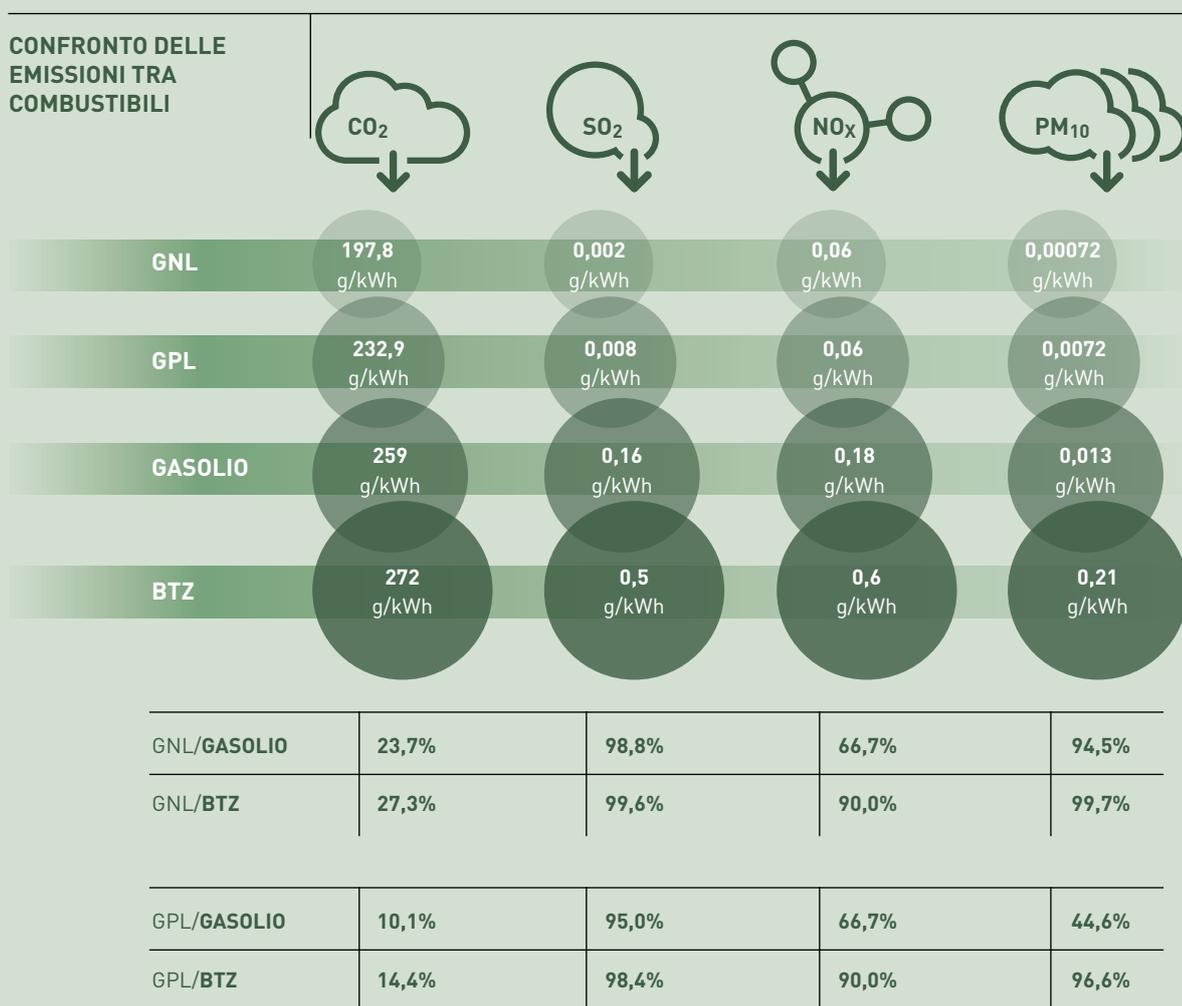


FOCUS

LA RIDUZIONE DELLE EMISSIONI DI CO₂ E PM₁₀ GRAZIE AL PASSAGGIO DA GPL E GNL

Con il supporto di EY (Ernst & Young) e sulla base di fattori di emissione forniti da Innovhub-SSI (2016) ed Enea (2015), è stata effettuata un'analisi sui benefici ambientali in termini di riduzione delle

emissioni di anidride carbonica (CO₂) e polveri sottili (PM₁₀), generati dal passaggio dei nuovi clienti 2015 da olio combustibile (BTZ) e gasolio a GPL e GNL.



Fonte: dati Innovhub-SSI 2016 e ENEA 2015.

I consumi di GPL e GNL suddivisi per tipologia di utenza (domestica e industriale), sono stati raccolti e convertiti in consumi energetici (espressi in kWh). Successivamente, sono stati suddivisi tra gasolio e BTZ in base alle utenze che utilizzavano l'uno o l'altro combustibile. In questo modo è stato possibile stimare gli ipotetici consumi di gasolio e BTZ nel

caso in cui non si fosse verificato il passaggio dalle fonti tradizionali alle nuove fonti. Una volta ottenuti valori comparabili, si è proceduto al calcolo delle emissioni di CO₂ e PM₁₀ dei due scenari, utilizzando i fattori di emissione forniti da Innovhub. Da qui è stato possibile stimare i benefici ambientali conseguenti al passaggio da BTZ e Gasolio a GNL e GPL.

EMISSIONI EVITATE DI CO₂ E PM₁₀ NEL PASSAGGIO DA GASOLIO E BTZ A GPL E GNL

SWITCH AL GPL

	Emissioni prodotte dai clienti industriali e domestici che utilizzavano Gasolio	Emissioni prodotte dai clienti industriali e domestici che utilizzano GPL	Emissioni risparmiate per il passaggio da Gasolio a GPL	Emissioni prodotte dai clienti industriali che utilizzavano BTZ	Emissioni prodotte dai clienti industriali che utilizzano GPL	Emissioni risparmiate per il passaggio da BTZ a GPL
Emissioni di CO₂ (t)	1.862	1.674	-188 (-10,1%)	1.125	963	-162 (-14,4%)
Emissioni di PM₁₀ (kg)	93	52	-41 (-44,4%)	868	30	-838 (-96,6%)

SWITCH AL GNL

	Emissioni prodotte dai clienti industriali che utilizzavano Gasolio	Emissioni prodotte dai clienti industriali che utilizzano GNL	Emissioni risparmiate per il passaggio da Gasolio a GNL	Emissioni prodotte dai clienti industriali che utilizzavano BTZ	Emissioni prodotte dai clienti industriali che utilizzano GNL	Emissioni risparmiate per il passaggio da BTZ a GNL
Emissioni di CO₂ (t)	540	412	-128 (-23,7%)	4.900	3.563	-1.337 (-27,3%)
Emissioni di PM₁₀ (kg)	27	2	-25 (-94,4%)	3.783	13	-3.770 (-99,7%)

Lo switch dei consumi è collegato a importanti benefici per l'ambiente: sono state stimate riduzioni delle emissioni di CO₂ per il passaggio al GPL del 10,1% rispetto al gasolio e del 14,4% rispetto al BTZ; per il GNL questo calo è ancora più forte e si attesta rispettivamente al 23,6% e al 27,3%. Il passaggio ai combustibili Liquigas comporta anche impatti positivi per quanto riguarda le emissioni di PM₁₀ e la qualità dell'aria: per il GPL si parla di riduzioni del 44,4% rispetto al gasolio e del 96,6% rispetto al BTZ. Per il GNL i risultati sono ancora

migliori con una riduzione delle emissioni del 94,4% rispetto al gasolio e del 99,7% rispetto al BTZ. I risultati ottenuti possono essere applicati alla vita di tutti i giorni. Basti pensare che il risparmio di CO₂ complessivamente stimato per lo switch da gasolio e BTZ a GPL e GNL di questi clienti è pari al potenziale di assorbimento di anidride carbonica di circa 90.000 alberi in un anno e che la riduzione dei livelli di PM₁₀ nell'aria è uguale ai volumi di particolato prodotti da 16.000 automobilisti che percorrono una media di 10.000 km all'anno.



90.000
ALBERI IN UN ANNO



16.000
AUTOMOBILISTI IN UN ANNO

1. Soluzioni energetiche a basso impatto ambientale

Il filo delle iniziative

2013

INGRESSO NEL MERCATO DEL GNL

Grazie alle sinergie sviluppate con SHV e alla collaborazione con Prima LNG, Liquigas ha inserito il GNL nel suo portafoglio di offerta per i clienti industriali. Il GNL è particolarmente adatto a tutte le industrie energivore e ha costi di manutenzione degli impianti di stoccaggio e combustione molto ridotti. Il GNL, inoltre, comporta **impatti moderati sull'ambiente** in termini di emissioni. Tale combustibile non produce diossido di zolfo (SO₂) né particolati, contiene una minor quantità di ossido di azoto (NO_x) e produce minori emissioni di CO₂ rispetto ad altri combustibili fossili utilizzati nel settore industriale.

Alcuni dei clienti che hanno scelto il GNL Liquigas

FORNO BONOMI

Leader mondiale nella produzione di prodotti da forno, Forno Bonomi ha commissionato a Liquigas la realizzazione di un impianto nello stabilimento di Rovere Veronese (VR), grazie al quale intende ridurre le emissioni di CO₂, contribuendo alla salvaguardia ambientale della località montana in cui si trova.

MARIO COSTA

Caseificio tra le realtà più rappresentative nel panorama alimentare italiano, Mario Costa ha commissionato l'installazione di un impianto di trigenerazione presso la nuova sede dell'azienda a Casalino, in provincia di Novara.

LEVISSIMA

Parte del Gruppo San Pellegrino, l'azienda ha commissionato a Liquigas la realizzazione di un impianto di stoccaggio e fornitura di GNL presso lo stabilimento di Valdisotto, in provincia di Sondrio. L'impianto, in funzione da aprile 2015, produce il vapore necessario per completare il processo di termoretrazione delle etichette, del lavaggio delle bottiglie di vetro e della sanificazione degli impianti di imbottigliamento ed è impiegato per il riscaldamento degli ambienti.

ACQUA PANNA

Liquigas rifornisce l'impianto di Scarperia (FI), il principale stabilimento di imbottigliamento di Acqua Panna. Uno dei più noti ed antichi marchi italiani di acqua minerale, Acqua Panna è parte del Gruppo Nestlé.

GRUPPO FIAT

Fiat ha deciso di rivolgersi a Liquigas per la realizzazione di un impianto GNL presso il circuito sperimentale di Balocco (VC), uno dei principali centri di collaudo per i veicoli del Gruppo, ed eccellenza europea nell'ambito dell'automotive.

FERRERO MANGIMI

Dopo una fase di sviluppo e di espansione, oggi Ferrero Mangimi può vantare un fatturato di 170 milioni di euro/anno e una capacità di 474.000 tonnellate/anno. Per l'azienda di Farigliano (Cuneo), il GNL "è una scelta etica che può diventare anche una leva di marketing".

RIVOIRA

Tra i principali player italiani nell'ambito della lavorazione e conservazione delle mele, Rivoira ha scelto Liquigas per la realizzazione di un innovativo impianto a cogenerazione.

VIS

Uno stabilimento a Lovero, in Valtellina, talmente integrato nel paesaggio da risultare quasi invisibile e una conversione al gas naturale liquefatto per ragioni ambientali. È la carta di identità di Vis, azienda di punta nel mercato delle confetture, in grado di produrre 2 milioni e 700 mila vasetti in un anno.

2014 - 2016

AUDIT ENERGETICI PER I CLIENTI INDUSTRIALI

In collaborazione con Etanomics, dal 2014 Liquigas offre **audit energetici e servizi di diagnosi** dei consumi e dei bisogni per i clienti industriali prima di procedere all'installazione degli impianti a GNL. Queste verifiche conducono alla messa a punto di piani energetici che integrano le soluzioni proposte con accorgimenti mirati a supportare il cliente. Nel 2015 sono stati realizzati 50 audit di ottimizzazione energetica e nel 2016 sono stati effettuati 70 studi di fattibilità per la realizzazione di nuovi impianti.

2014 - 2016

TARGET OIL

Il progetto mira a promuovere il passaggio da gasolio a GPL dei clienti domestici grazie ad un'offerta dedicata che prevede la possibilità di usufruire di un **prezzo fisso** per i primi 2 anni, un bonus di 250 Euro per sostenere le spese di conversione degli impianti e la possibilità di accedere alla rateizzazione delle forniture. Una **campagna stampa e web** mirata in alcune zone dove l'uso del gasolio è particolarmente diffuso, ha supportato l'iniziativa.

2016

ASSOGASLIQUIDI PER IL GPL

Liquigas ha sostenuto la campagna promossa da Assogasliquidi e Federchimica, svolta per diffondere la conoscenza del GPL quale fonte energetica "green", attraverso **attività di comunicazione e informazioni sui media e i social network** e tramite una pagina Facebook dedicata.



2. Attenzione all'ambiente nelle operations aziendali

Il filo delle iniziative

2013 - 2014

CAMPAGNA SAVE A TONNE

Campagna di SHV Energy che dal 2013 promuove la **riduzione delle emissioni di CO₂** del gruppo. Ciascun dipendente può aderire e monitorare il proprio contributo alla riduzione delle emissioni tramite un tool informatico che permette il calcolo della CO₂ risparmiata grazie a comportamenti sostenibili, sia sul lavoro sia a casa. Il testimonial di questo progetto è SUSIE, acronimo di *SUSustainability Is Everywhere*, un fumetto che compare su tutto il materiale della campagna (newsletter, poster, intranet, gadget ecc.) e invita all'adozione di comportamenti sostenibili.

CIASCUN DIPENDENTE PUÒ MONITORARE IL PROPRIO CONTRIBUTO TRAMITE UN TOOL INFORMATICO CHE PERMETTE IL CALCOLO DELLA CO₂ RISPARMIATA

2010 - 2016

IL FOTOVOLTAICO PER GLI STABILIMENTI DI LIQUIGAS

Nel 2010 è stato installato un **impianto fotovoltaico** da 20 kW/h sulla copertura dello stabilimento di Pomezia (RM). Tra il 2013 e il 2014 questo intervento ha contribuito alla riduzione dei consumi totali di energia dello stabilimento di circa il 22%. Nel 2015 Liquigas ha esteso l'adozione di pannelli fotovoltaici da 70 kW/h anche allo stabilimento di Cremona; l'impianto consente di produrre circa 76.125 kWh all'anno, con significativa riduzione delle emissioni di sostanze inquinanti in atmosfera (CO₂ -35.579 kg e -1,07kg polveri sottili).



2012 - 2016

INTERVENTI DI EFFICIENZA ENERGETICA SUGLI STABILIMENTI

Dal 2012 Liquigas ha provveduto alla progressiva sostituzione delle lampade alogene con lampade a LED presso i suoi principali stabilimenti. Nel 2015, il processo ha coinvolto gli impianti di Firenze, Cadelbosco (RE) e Casnate (CO), con un risparmio previsto pari al 50% dei consumi. Per aumentare ulteriormente l'efficienza energetica, in questi ultimi 5 anni è stata attuata una progressiva sostituzione dei macchinari a maggior consumo con versioni più efficienti. Nel 2015, ad esempio, sono stati introdotti nuovi carrelli elevatori elettrici ed è stata migliorata l'efficienza degli impianti di distribuzione di aria compressa in 4 stabilimenti. Nel 2016 alcuni stabilimenti (ad es. Cremona, Scorzè, Crespellano, Cordignano) sono stati interessati dall'installazione di contatori di ultima generazione "Smart Meter", che permettono un monitoraggio più puntuale dei consumi di GPL.

2014

UNA NUOVA SEDE "GOLD" PER LIQUIGAS

I nuovi uffici di Milano, nei quali Liquigas ha trasferito la sede centrale da aprile 2014, sono stati progettati e certificati secondo lo **standard LEED gold** (Leadership in Energy and Environmental Design) e si caratterizzano per numerosi accorgimenti mirati a ridurre gli impatti, tra cui l'installazione di impianti a basso consumo per la climatizzazione. La nuova sede presenta, inoltre, una facciata ad **alte prestazioni di risparmio energetico** con pannelli frangisole esterni, schermi solari interni e sistemi di isolamento termico interno ed esterno di alta qualità. L'uso di un sistema d'illuminazione a basso consumo e di pompe di calore ad alta efficienza consente il recupero di calore. Le numerose misure messe a punto hanno consentito di ottenere risultati importanti in termini di **riduzione degli impatti ambientali** che comprendono:



2014 - 2016

RISTRUTTURAZIONE DELLE SEDI DI CREMONA E FIRENZE

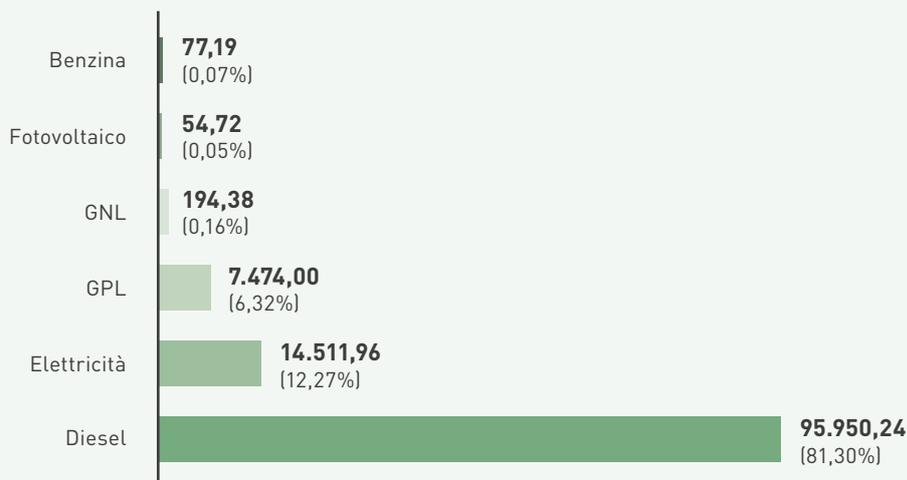
Nel 2016 sono stati completati i lavori di ristrutturazione volti a garantire un **maggior comfort ai lavoratori e a ridurre gli impatti sull'ambiente**, attraverso l'installazione di impianti di climatizzazione a basso consumo e l'utilizzo di tecniche di isolamento a cappotto termico sulle pareti. Grazie a questi numerosi accorgimenti, le sedi di Cremona e Firenze sono state portate rispettivamente in classe energetica A e B, rispetto alla classe G dei vecchi edifici.

Insieme per l'ambiente

Le nostre performance in sintesi

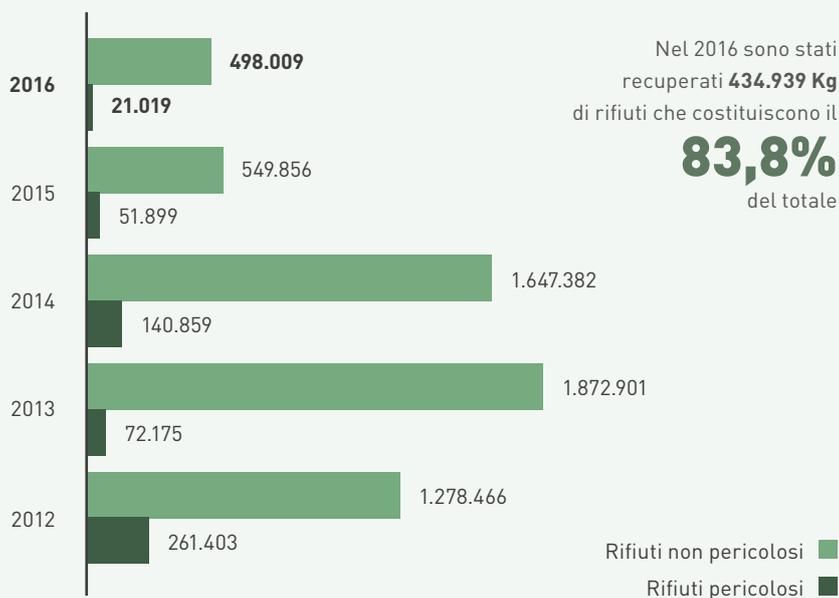
CONSUMO
ENERGETICO
TOTALE 2016 (GJ)

118.262,49



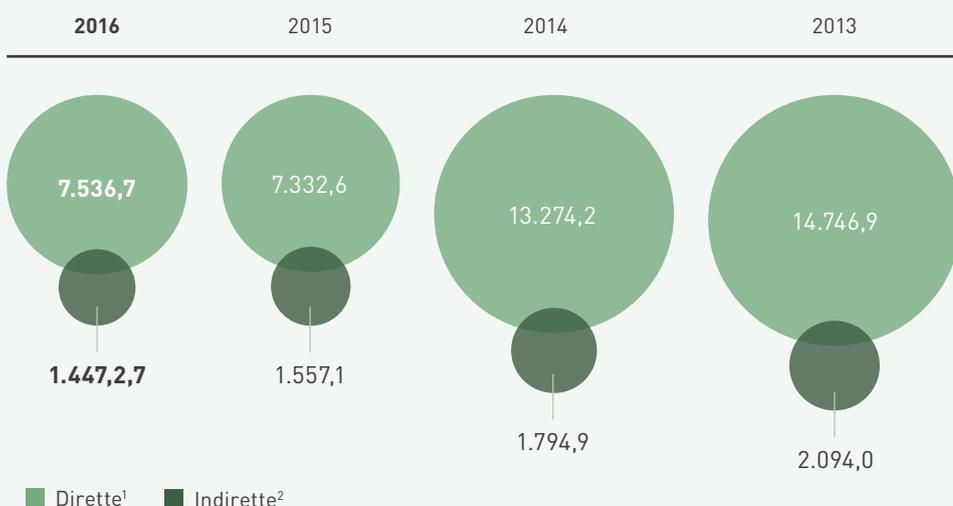
TOTALE RIFIUTI
PRODOTTI NEL 2016
(Kg)

519.028



**TOTALE EMISSIONI
EFFETTO SERRA
NEL 2016 (tCO₂ eq.)**

8.983,9



**RIDUZIONE
EMISSIONI
EFFETTO SERRA**



48,9%

La riduzione del totale delle **emissioni dirette di CO₂** (scope 1) nel 2016, rispetto al 2013



30,9%

La riduzione del totale delle **emissioni indirette di CO₂** (scope 2) nel 2016, rispetto al 2013

¹ Emissioni dirette. Emissioni originate da fonti appartenenti o controllate dall'organizzazione (es. emissioni derivanti da mobilità e riscaldamento degli uffici).

² Emissioni indirette. Emissioni risultanti dalle attività dell'organizzazione ma che sono generate da fonti appartenenti o controllate da altre organizzazioni (es. emissioni risultanti dalla produzione di energia consumata). Non sono considerate le emissioni scope 3.

Le performance economiche, ambientali e sociali

Di seguito si riportano i principali dati di sostenibilità relativi al triennio 2014-2016, che consentono una vista comparativa della performance economiche, sociali e ambientali dell'azienda. Per la predisposizione del presente rapporto di

sostenibilità, Liquigas ha confermato i temi materiali emersi dall'analisi condotta nel 2015. Per maggiori informazioni sui temi materiali e sulla metodologia applicata per l'analisi di materialità è possibile rifarsi al rapporto di sostenibilità 2015.

INDICATORE	PERFORMANCE				
	2014	2015	2016		
INDICATORI ECONOMICI					
Valore economico generato e distribuito G4-EC1	Valore economico generato	Ricavi delle vendite e delle prestazioni (€)	532.716.471	472.322.328	436.977.755
		Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni (€)	945.473	306.799	246.513
		Altri ricavi e proventi (€)	15.761.016	15.285.804	16.403.203
		Proventi da partecipazioni (€)	3.603.200	1.698.600	6.299.411
		Altri proventi finanziari (€)	519.108	141.446	79.818
		Utili e perdite su cambi (€)	-6.591	0	0
		Rivalutazioni (€)	0	0	0
		Svalutazioni (€)	-90.628	-97.682	-77.522
		VALORE ECONOMICO GENERATO (€)	553.448.049	489.657.295	459.929.178
	Valore economico distribuito	Costi Operativi	Per materie prime e sussidiarie (€)	325.555.376	257.249.265
		Per servizi (€)	62.593.246	64.178.599	62.018.356
		Per godimento beni di terzi (€)	6.650.390	6.969.406	6.879.685
		Variazione delle rimanenze di materie prime (€)	23.654.932	8.878.615	7.457.351
		Oneri di gestione (€)	3.990.318	5.572.520	5.917.173
		di cui imposte indirette (€)	1.080.154	990.134	1.335.331
		Oneri straordinari (€)	14.697.533	0	0
		Proventi Straordinari (€)	-1.411.110	0	0
		TOTALE COSTI OPERATIVI (€)	435.730.685	343.838.539	317.030.513
		Totale costi operativi sul totale del valore economico distribuito (%)	84%	81%	71%

INDICATORE

PERFORMANCE

2014

2015

2016

Retribuzioni e Benefit

Per il personale (€)	52.215.369	52.799.512	50.845.812
di cui oneri sociali (€)	12.167.050	11.933.309	11.374.870
TOTALE RETRIBUZIONI E BENEFIT (€)	52.215.369	52.799.512	50.845.812
Totale retribuzione e benefit sul totale del valore economico distribuito (%)	10%	12%	11%

Pagamento ai fornitori di capitale

Interessi e altri oneri finanziari (€)	2.714.548	1.336.315	825.050
Dividendi pagati agli azionisti (€)	18.000.000	10.080.000	60.480.000
TOTALE PAGAMENTO AI FORNITORI DI CAPITALE (€)	20.714.548	11.416.315	61.305.050
Totale pagamento ai fornitori di capitale sul totale del valore economico distribuito (%)	4%	3%	14%

Pagamento alla pubblica amministrazione

Imposte sul reddito di esercizio (€)	12.852.914	18.290.045	18.846.018
TOTALE PAGAMENTO ALLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE (€)	12.852.914	18.290.045	18.846.018
Totale pagamento alla pubblica amministrazione sul totale del valore economico distribuito (%)	2%	4%	4%

Investimenti nella comunità

Donazioni (€)	9.405	2.500	2.500
TOTALE INVESTIMENTI NELLA COMUNITÀ (€)	9.405	2.500	2.500
Totale investimenti nella comunità sul totale del valore economico distribuito (%)	0,00%	0,00%	0,00%

VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO (€)	521.522.921	426.346.911	448.029.893
---	--------------------	--------------------	--------------------

Valore economico trattenuto	VALORE ECONOMICO TRATTENUTO (€)	31.925.128	63.310.384	11.899.285
-----------------------------	--	-------------------	-------------------	-------------------

Le performance economiche, ambientali e sociali

INDICATORE	PERFORMANCE		
	2014	2015	2016

INDICATORI AMBIENTALI

Consumi energetici G4-EN3	Consumi energetici all'interno dell'organizzazione	Consumo energia da Diesel (GJ)	173.512,70	94.041,70	95.950,20
		Consumo energia da Elettricità (GJ)	17.606,30	15.273,60	14.512,00
		Consumo energia da GPL (GJ)	8.259,50	7.016,30	7.474,00
		Consumo energia da Gas Naturale (GJ)	8.496,00	168,8	194,4
		Consumo energia da Fotovoltaico (GJ)	90	67	54,7
		Consumo energia da Benzina (GJ)	766,6	109,9	77,2
		CONSUMO ENERGIA TOTALE (GJ)	208.731,00	116.677,10	118.262,50
Emissioni dirette di CO₂ G4-EN15	Emissioni dirette di gas ad effetto serra (scope 1)	Emissioni dirette di GHG da fonti di proprietà dell'organizzazione (trasporto di persone, merci, rifiuti), espresse in t CO ₂ eq.	13.274,20	7.332,60	7.536,70
Emissioni indirette di CO₂ G4-EN16	Emissioni indirette di gas ad effetto serra (scope 2)	Emissioni indirette di GHG, dalle fonti di generazione di elettricità e riscaldamento, espresse in t CO ₂ eq.	1.794,90	1.557,10	1.447,20
Rifiuti G4-EN23	Peso totale dei rifiuti per tipologia e per metodi di smaltimento.	Rifiuti pericolosi prodotti (Kg)	140.859,00	51.899,00	21.019,00
		Rifiuti non pericolosi prodotti (Kg)	1.647.382,00	549.856,00	498.009,00
		Rifiuti totali recuperati o riciclati (Kg)	789.020,00	421.369,00	434.939,00
Investimenti nella tutela dell'ambiente G4-EN31	Spese e investimenti per la protezione dell'ambiente, suddivise per tipologia	SPESE AMBIENTALI COMPLESSIVE (K€)	450	200	163
		Trasferimento e smaltimento rifiuti (K€)	398	149	112
		Costi sostenuti per eventuali bonifiche o perdite (K€)	260	250	248

PRATICHE DI LAVORO

Profilo dei dipendenti G4-10	Suddivisione della forza lavoro per categoria e genere	Dipendenti	875	877	859
		Di cui uomini	671	674	660
		Di cui donne	204	203	199
		Contratti a progetto, stage, interinali	4	8	10
		Di cui uomini	4	6	4
		Di cui donne	0	2	6
		TOTALE	879	885	869

INDICATORE

PERFORMANCE

2014

2015

2016

Suddivisione dei dipendenti per inquadramento, per genere	Dirigenti - uomini	24	23	21
	Dirigenti - donne	2	2	1
	TOTALE DIRIGENTI	26	25	22
	Quadri - uomini	68	72	72
	Quadri - donne	18	18	19
	TOTALE QUADRI	86	90	91
	Impiegati - uomini	273	275	268
	Impiegati - donne	184	183	179
	TOTALE IMPIEGATI	457	458	447
	Numero operai - uomini	306	304	299
	Numero operai - donne	0	0	0
TOTALE OPERAI	306	304	299	
Suddivisione dei dipendenti per età	Dipendenti fino a 30 anni	38	38	43
	Dipendenti da 31 a 50 anni	620	579	530
	Dipendenti oltre 51 anni	217	260	286
	ETÀ MEDIA	44	45	46
Suddivisione dei dipendenti per anzianità	Numero di dipendenti fino a 10 anni	225	228	207
	Numero di dipendenti da 11 a 20 anni	434	434	412
	Numero di dipendenti da 21 a 30 anni	183	183	193
	Numero di dipendenti oltre 30 anni	33	32	47
	ANZIANITÀ AZIENDALE MEDIA	15	13	16
Suddivisione dei dipendenti per tipologia di contratto	A tempo indeterminato	787	806	784
	Di cui donne	176	184	180
	Di cui uomini	611	622	604
	A tempo determinato	88	71	75
	Contratti part time	30	29	38
	Contratti full time	845	848	821

Le performance economiche, ambientali e sociali

INDICATORE		PERFORMANCE			
		2014	2015	2016	
Accordi di contrattazione collettiva G4-11	Percentuale di dipendenti coperti da accordi collettivi	Dipendenti coperti da contratto collettivo (%)	100	100	100
	Percentuale di dipendenti iscritti ad associazioni sindacali	Dipendenti iscritti ad associazioni sindacali (%)	44,3	42,6	41
Turnover G4-LA1	Tasso di nuovi dipendenti assunti e turnover del personale, suddiviso per età, sesso e area geografica	ASSUNZIONI	8	35	69
		Di cui uomini	4	21	58
		Di cui < 30 anni	-	3	10
		30 < x < 50	3	12	32
		x > 50	1	6	16
		Di cui donne	4	14	11
		Di cui < 30 anni	-	7	4
		30 < x < 50	4	7	7
		x > 50	-	-	-
		CESSAZIONI	130	16	87
		Di cui uomini	105	10	72
		Di cui < 30 anni	2	-	9
		30 < x < 50	30	5	40
		x > 50	73	5	23
		Di cui donne	25	6	15
		Di cui < 30 anni	-	-	2
30 < x < 50	18	6	12		
x > 50	7	-	1		
TASSO DI TURNOVER	14,90%	1,80%	10,10%		

INDICATORE		PERFORMANCE			
		2014	2015	2016	
Salute e sicurezza sul lavoro G4-LA6	Tipologia e tasso di infortuni, malattie professionali, giorni persi e assenteismo	TOTALE ORE LAVORATE	1.490.308	1.412.642	1.381.952
		Numero totale infortuni	30	19	24
		Di cui uomini	22	17	20
		Di cui donne	8	2	4
		Da Agenti Chimici	-	-	-
		Di cui uomini	-	-	-
		Di cui donne	-	-	-
		Da Parti Meccaniche in movimento	1	0	1
		Di cui uomini	1	0	1
		Di cui donne	-	-	-
		Da Ambiente di Lavoro	11	11	13
		Di cui uomini	8	10	16
		Di cui donne	3	1	1
		Da Altro	5	3	5
		Di cui uomini	5	3	5
		Di cui donne	-	-	-
		In itinere	11	5	5
		Di cui uomini	6	4	2
		Di cui donne	5	1	3
		Numero totale di giornate di lavoro perse	793	621	576
Di cui uomini	469	593	443		
Di cui donne	324	28	133		
	INDICE DI FREQUENZA	2	1,3	1,7	
Formazione G4-LA9	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddivise per categorie di lavoratori e per sesso	TOTALE ORE DI FORMAZIONE (ORE)	20.127	19.890	12.973
		Di cui a dirigenti, quadri, impiegati (ore)	10.540	8.124	8.770
		Di cui a operai(ore)	9.587	11.766	4.203
		Di cui a contratti a progetto/stage(ore)	-	-	-
		TOTALE ORE PRO CAPITE	23	22,7	15
		Investimenti nella formazione e nello sviluppo delle risorse umane (€)	328.759	274.215	300.737

Le performance economiche, ambientali e sociali

INDICATORE	PERFORMANCE				
	2014	2015	2016		
Valutazione delle performance G4 - LA11	Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle performance e dello sviluppo della propria carriera	Dipendenti che hanno effettuato un colloquio di valutazione	97%	94%	98%
		Percentuale di dipendenti valutati per cui è stato redatto un Piano di Sviluppo	70%	70%	30%

COORDINAMENTO EDITORIALE

Donatella Squellerio
Responsabile Marketing
dsquellerio@liquigas.com

Simone Cascioli
Responsabile Sicurezza
Salute e Ambiente
scascioli@liquigas.com

REDAZIONE

A cura di EY S.p.A.
Climate Change
and Sustainability Services

PROGETTO CREATIVO

Bluedog



Liquigas S.p.A.
Via G.A. Amadeo, 59
20134 Milano
liquigas.com

SOMMARIO

La sostenibilità come motore del cambiamento	 6
Chi è Liquigas	 8
01 STRATEGIA E VALORE A SOSTEGNO DEL TERRITORIO	 10
Sostenibilità significa competitività e attrattività	11
Al centro del nostro impegno	14
Strategia di sostenibilità integrata – iniziative in fila	16
Efficienza operativa e integrità – iniziative in fila	20
Le persone come motore del cambiamento – iniziative in fila	22
Creazione di valore sul territorio – iniziative in fila	24
Strategia e valore a sostegno del territorio - le nostre performance in sintesi	28
02 DIMENSIONE CLIENTE	 30
La voce di un nostro cliente: Gruppo Sanpellegrino	31
Al centro del nostro impegno	34
Ascolto dei clienti ed evoluzione dell'offerta – iniziative in fila	36
Qualità ed innovazione del servizio – iniziative in fila	38
Dimensione cliente - le nostre performance in sintesi	41
03 PAROLA D'ORDINE SICUREZZA	 42
L'importanza della formazione e della comunicazione per un uso del GPL e del GNL sicuro e consapevole	43
Al centro del nostro impegno	46
Salute e sicurezza dei lavoratori e delle comunità – iniziative in fila	48
Prodotti e servizi sicuri e affidabili per il cliente – iniziative in fila	50
Parola d'ordine sicurezza - le nostre performance in sintesi	52
04 INSIEME PER L'AMBIENTE	 54
Comportamenti energetici e polveri sottili: l'importanza di scelte "consapevoli"	55
Al centro del nostro impegno	58
Soluzioni energetiche a basso impatto ambientale – iniziative in fila	62
Attenzione all'ambiente nelle operation aziendali – iniziative in fila	64
Insieme per l'ambiente - le nostre performance in sintesi	66
Le performance economiche, ambientali e sociali	 68

Liquigas S.p.A.
Via G.A. Amadeo, 59
20134 Milano
liquigas.com

sostenibilita.liquigas.it

LIQUIGAS
Da sempre l'energia di domani