



ACQUAVIVA

— CUORE GREEN —



RELAZIONE ANNUALE IMPATTO BENEFIT 2021

26 APRILE 2022

sommario

MISSION	3
VISION	4
INTRODUZIONE	5
Valutazione B Impact e Matrice del bene comune 5.0	6
Relazione d'impatto benefit	9
Governance	12
Scopo della Società	12
Livello di coinvolgimento degli stakeholder	13
Gestione delle persone	14
Retribuzione e benefit	14
Formazione e opportunità di crescita	15
Qualità dell'ambiente di lavoro	16
Comunicazione interna	17
Flessibilità e sicurezza sul lavoro	18
Relazione con gli stakeholder	20
Fornitori	20
Territorio e comunità locali	20
Donazioni	20
Attività culturali e sociali	21
Sviluppo locale e catena della fornitura	21
AMBIENTE	23
Ciclo di vita dei prodotti e servizi	23
Utilizzo dell'energia e delle materie prime	23
Processi produttivi	24
PROSPETTIVE E OBIETTIVI DI MEDIO TERMINE	25
Considerazioni conclusive	26

MISSION

essere una squadra appassionata e coesa nella crescita delle persone in coerenza con i nostri forti valori aziendali

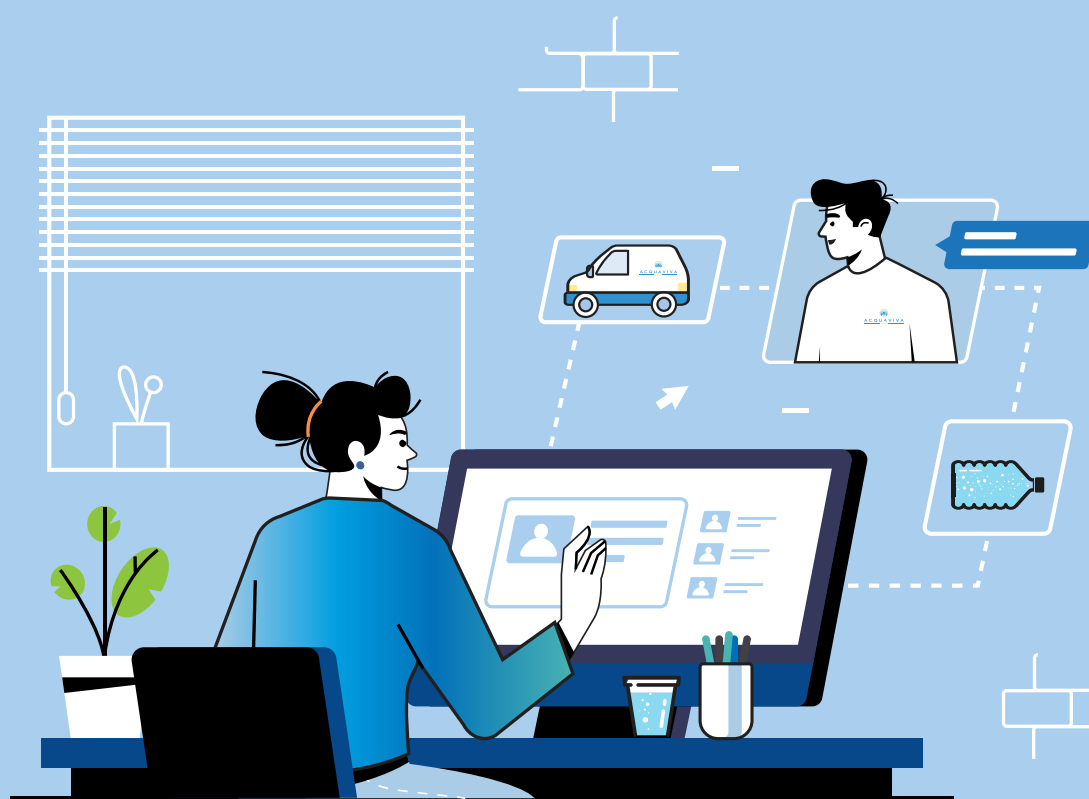
per soddisfare con umiltà il bisogno primario delle persone nel rispetto delle aspettative e della fiducia in noi riposta

ottenendo l'eccellenza del prodotto e del servizio, adottando un progetto di economia circolare finalizzato alla salvaguardia dell'ambiente per il benessere desiderata delle persone e del pianeta



VISION

Ambire ad essere un modello di sostenibilità nel mondo attraverso una squadra che, con passione e competenza, è felice di raccogliere ogni giorno la sfida a migliorare la vita delle persone.



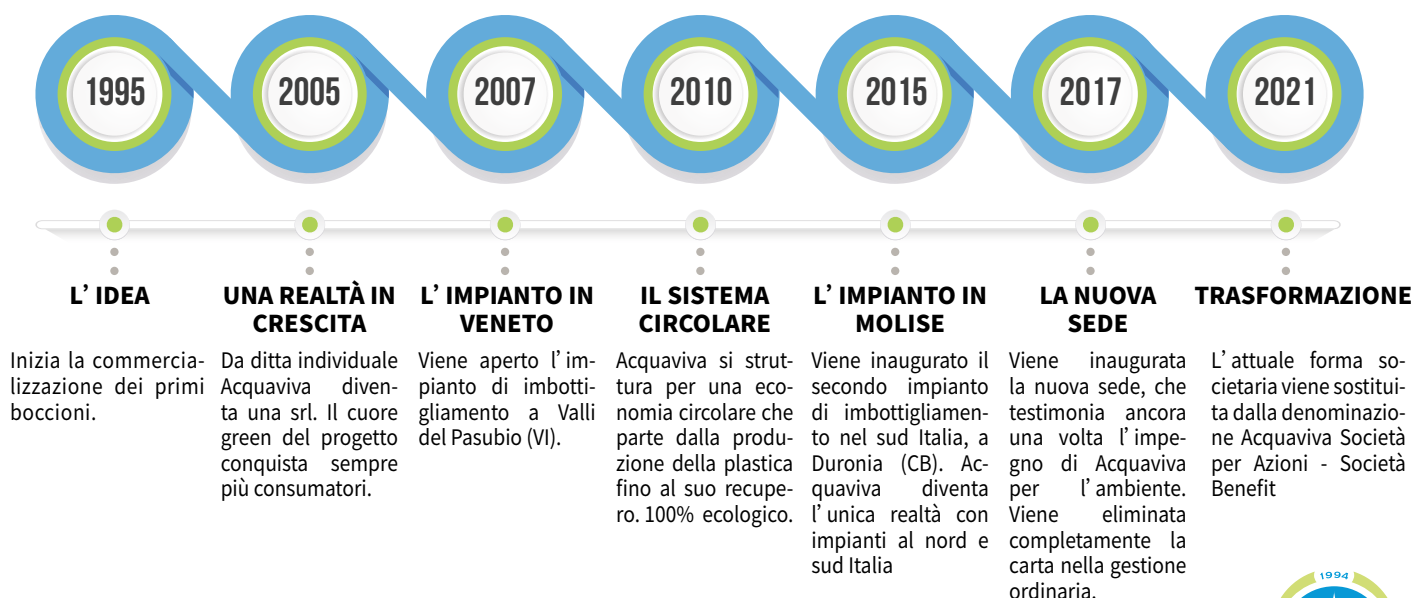
INTRODUZIONE

La società Acquaviva S.P.A. è attiva dal 1994 nel settore della commercializzazione e distribuzione di acqua a uso alimentare attraverso distributori ed erogatori refrigerati automatici e non automatici, ha scelto di procedere alla modifica dello statuto e trasformarsi in Società Benefit a giugno 2021.

Sin dalla sua costituzione la Società ha sempre prestato particolare attenzione ai temi ambientali e di sostenibilità, assumendo comportamenti sostenibili per scelta e mission aziendale: prima attraverso la distribuzione dell'acqua con boccioni per ridurre l'impatto ambientale delle singole bottiglie poi attraverso l'eco boccione che ha introdotto in azienda il sistema di economia circolare.

Acquaviva raggiunge gli obiettivi benefit prefissati non solo attraverso l'attenzione ai temi ambientali legati al core business ma anche attraverso gli stakeholder, soprattutto nei confronti dei dipendenti a cui riserva attenzioni e benefici al di là di quelli previsti dal contratto di lavoro.

La Società, sensibile all'esigenza di diffondere e consolidare la cultura della trasparenza e dell'integrità etico-aziendale, nonché consapevole dell'importanza di assicurare condizioni di correttezza nella conduzione degli affari e nell'esercizio dell'attività d'impresa a tutela della propria posizione/immagine e delle aspettative dei propri Clienti, adotta il Modello di organizzazione 231 e di gestione previsto dal Decreto fissandone di conseguenza i relativi principi di riferimento dal 2018.





Valutazione B Impact e Matrice del bene comune 5.0

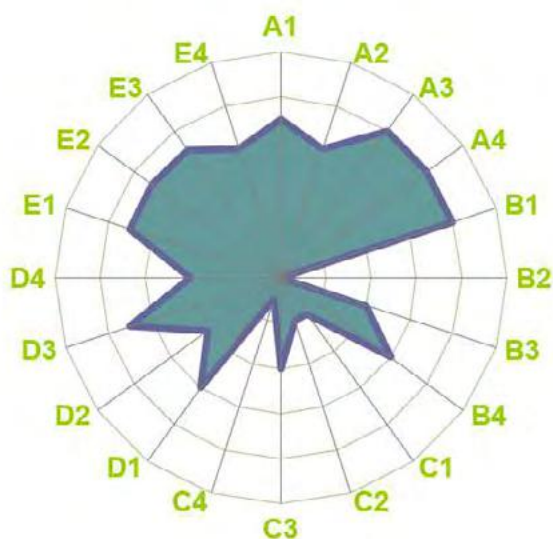
La Società ha scelto di approfondire l'analisi degli aspetti benefit e, di conseguenza, la relazione d'impatto utilizzando diversi indici e strumenti al fine di ottenere una misurazione eterogenea e completa, capace inoltre di approfondire i diversi aspetti e analizzare le criticità. La valutazione B Impact, metodologia strutturata per le B Corp, rappresenta uno strumento avanzato d'analisi per ciascun'area d'impatto: ambiente, trasparenza, clienti, comunità, lavoratori e governance. Il risultato ottenuto dalla Società è pari 135.9, si segnala che il punteggio minimo per avviare l'iter di certificazione B Corp è 80.00 punti.

Come strumento di autovalutazione la Società ha optato per la matrice del bene comune 5.0, il fine è di ottenere un quadro di riferimento analitico di sintesi per la valutazione delle attività d'impresa e per lo sviluppo organizzativo. Il report del Bene Comune contiene informazioni rilevanti di tutti i temi e gli aspetti, è possibile raggiungere al massimo 1.000 punti, mentre il minimo è di -3.600 punti.

La valutazione effettuata per Acquaviva nel primo anno come Società Benefit è pari 513 punti ossia una somma bilancio pari al 51%.



Valori ► Gruppi d'interesse ▼	Dignità umana	Solidarietà & giustizia	Sostenibilità ambientale	Trasparenza & cogestione
A: Fornitori	A1: La dignità umana lungo la catena di fornitura	A2: Solidarietà e giustizia nella catena di fornitura	A3: Sostenibilità ecologica nella catena di fornitura	A4: Trasparenza e condivisione delle decisioni lungo la catena di fornitura
	36 di 51 70 %	31 di 51 60 %	41 di 51 80 %	21 di 26 80 %
B: Proprietari & partner finanziari	B1: Atteggiamento etico nell'impiego di fondi	B2: Atteggiamento sociale nell'impiego di fondi	B3: Investimenti socio-ecologici e impiego dei fondi	B4: Proprietà e condivisione delle decisioni
	41 di 51 80 %	0 di 51 0 %	21 di 51 40 %	31 di 51 60 %
C: Collaboratori	C1: La dignità umana sul posto di lavoro	C2: Welfare aziendale, retribuzione e organizzazione del lavoro	C3: Promozione del comportamento ecologico dei collaboratori	C4: Condivisione delle decisioni e trasparenza in azienda
	10 di 51 20 %	10 di 51 20 %	21 di 51 40 %	5 di 51 10 %
D: Clienti & concorrenti	D1: Relazioni etiche con la clientela	D2: Cooperazione e solidarietà con i concorrenti	D3: Conseguenze ecologiche dell'utilizzo e dello smaltimento di prodotti e servizi	D4: Partecipazione dei clienti e trasparenza dei prodotti
	31 di 51 60 %	21 di 51 40 %	36 di 51 70 %	21 di 51 40 %
E: Contesto sociale	E1: Senso e impatto dei prodotti e servizi sulla società	E2: Contributo per la collettività	E3: Riduzione delle conseguenze ecologiche	E4: Trasparenza e condivisione sociale delle decisioni
	36 di 51 70 %	36 di 51 70 %	36 di 51 70 %	31 di 51 60 %

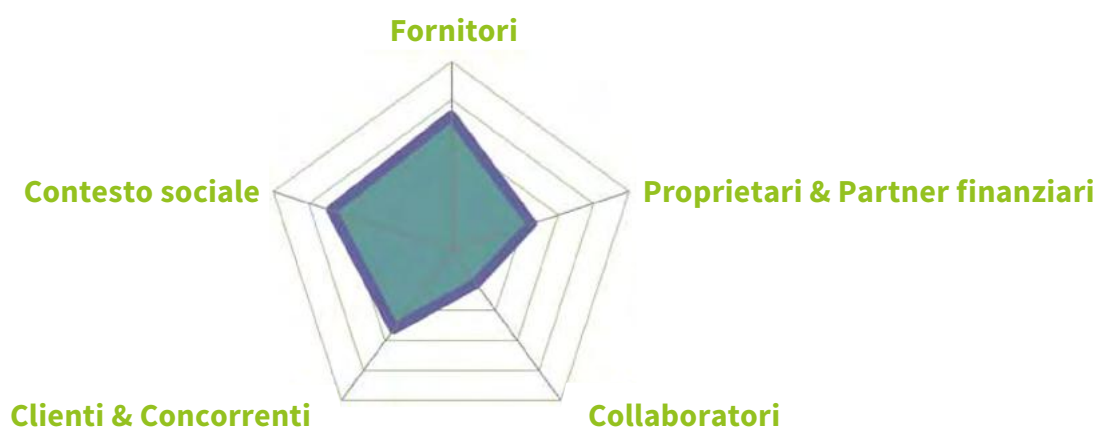


Matrice del Bene Comune – valori



QUADRO DEL BILANCIO				
Dignità umana	154	di	256	60 %
Solidarietà & giustizia	97	di	256	38 %
Sostenibilità ambientale	154	di	256	60 %
Trasparenza & cogestione	108	di	231	47 %
SOMMA	513	di	1000	51 %

Matrice del Bene Comune – portatori d’interesse



QUADRO DEL BILANCIO				
Fornitori	128	di	179	71 %
Proprietari & partner finanziari	92	di	205	45 %
Collaboratori	46	di	205	23 %
Clienti & concorrenti	108	di	205	53 %
Contesto sociale	138	di	205	68 %
SOMMA	513	di	1000	51 %

RELAZIONE D'IMPATTO BENEFIT

“Società Benefit” è una forma giuridica d’impresa, introdotta in Italia nel 2016, è l’equivalente italiano di una *Benefit Corporation negli USA*. A differenza delle società tradizionali, che esistono con l’unico scopo di generare profitto, le Società Benefit integrano nel proprio oggetto sociale, oltre agli obiettivi di profitto, quelli di beneficio comune, per produrre un impatto positivo sulla società, nel territorio in cui opera e in generale sul pianeta.

Annualmente le Società Benefit sono obbligate a redigere un documento ufficiale, appunto la relazione d’impatto benefit, che riassume e valorizzi gli obiettivi benefit raggiunti dalla società e stabilisca i nuovi target da raggiungere.

Le dimensioni osservabili nella relazione sono inerenti a:

- alla dimensione organizzativa, istituendo un processo di definizione, monitoraggio e rendicontazione degli obiettivi specifici e di beneficio comune;
- alla dimensione valutativa, elaborando un processo di valutazione dell’impatto generato.

Mentre le aree d’analisi sono quattro:

1. Governo d’impresa, per la valutazione del grado di trasparenza e responsabilità della società, con particolare attenzione al suo scopo, al livello di coinvolgimento dei portatori di interesse e al grado di

trasparenza delle politiche adottate;

2. Lavoratori, per la valutazione delle relazioni con dipendenti e collaboratori con riferimento retribuzioni e benefit, formazione e opportunità di crescita personale, qualità dell’ambiente di lavoro, comunicazione, comunicazione interna, flessibilità e sicurezza del lavoro;

3. Altri portatori di interessi, per la valutazione delle relazioni con i propri fornitori, con il territorio e le comunità locali in cui opera, le azioni di volontariato, le donazioni, le attività culturali e sociali, e ogni azione di supporto allo sviluppo locale e della propria catena di fornitura;

4. Ambiente, con una prospettiva di ciclo di vita dei prodotti e dei servizi, in termini di risorse, energia, materie prime, processi produttivi, logistici e di distribuzione, uso e consumo e fine vita.



Costituendosi come Società Benefit la società ha scelto specifiche finalità di beneficio comune a cui fare riferimento nelle azioni ordinarie e a cui tendere come obiettivo generale, riportiamo un estratto di quanto previsto nel l'atto di trasformazione:

• **Economia circolare e sostenibile nella prospettiva di:**

- Migliorare costantemente il profilo di sostenibilità aziendale attraverso lo sviluppo di pratiche, processi e tecnologie di innovazione sostenibile;
- Impegnarsi a favore dello sviluppo sostenibile, basato su prodotti, processi e pratiche che minimizzino gli impatti negativi e amplifichino l'impatto positivo sulle persone, sull'ambiente e sul territorio (...);
- Promuovere una modalità consapevole e sostenibile di condurre l'attività d'impresa;
- Promuovere il rispetto dell'ambiente come principio fondamentale del settore dell'acqua lungo la catena del valore;
- Considerare prodotti e sistemi anche secondo criteri coerenti con i principi della sostenibilità e dell'economia circolare, a beneficio del pianeta;
- Prediligere l'approvvigionamento dell'attività con prodotti e servizi di produttori che a loro volta promuovano atteggiamenti sostenibili (...);
- Ridurre i rifiuti con particolare attenzione al riciclo e al recupero;
- Combattere l'emissione di CO2 con la piantumazione annuale di alberi;
- Perseguire il fine dello sviluppo di un'economia circolare tramite il "ciclo del riciclo" (...);
- Ottimizzare il sistema logistico con l'obiettivo della riduzione delle emissioni nocive.

• **Valorizzare le persone e le comunità all'interno delle quali operiamo:**

- Promuovere attività atte al raggiungimento del benessere per il personale come indicatore di performance aziendale chiave (...);
- Sviluppo di programmi di welfare aziendali per portare un beneficio economico e di miglioramento della qualità della vita e della salute al personale;
- Promuovere e organizzare attività interne con lo scopo di migliorare sia a livello lavorativo che personale il benessere dei dipendenti;



- Organizzare eventi ed iniziative volte a sostenere economicamente associazioni no profit, di volontariato e comunità che necessitano di aiuto;
- (...) Responsabilizzare le nuove generazioni;
- Formazione interna relativamente alla gestione delle risorse umane, (...);
- Adottare procedure motivazionali (...);
- Promozione del benessere generale aziendale al di là del business (...);
- Attività di miglioramento in un sistema sostenibile del benessere generale dei consumatori, sviluppando e rendendo disponibili soluzioni naturali ed innovative in grado di soddisfare gli standard di qualità, (...);
- Promuovere la felicità del personale come indicatore di performance aziendale;
- Promozione e diffusione di modelli e sistemi economici e sociali a prova di futuro, in particolare il modello di B-Corp e la forma giuridica di società benefit.



La relazione d'impatto ha lo scopo di analizzare ogni attività dell'impresa e verificarne oltre alla sostenibilità l'attinenza in relazione agli obiettivi iscritti nell'atto costitutivo e annualmente aggiornati. Redigere la relazione, non solo è obbligatorio, ma è utile a monitorare le azioni nel corso dell'anno oltreché conservare i dati storici di impatto della azienda.

GOVERNANCE

“Siamo consapevoli ed orgogliosi del nostro impegno per mantenere una direzione di crescita economica di lungo termine basata sul rispetto del pianeta e sulla centralità delle persone. L'obiettivo è di restituire al territorio parte di quel valore che ci ha consentito crescere e prosperare.”

In questa sezione sono approfonditi gli aspetti inerenti al “governo dell’impresa” al fine di valutarne il grado di trasparenza e responsabilità della società nel perseguimento delle finalità di beneficio comune, con particolare attenzione allo scopo della società. A livello di coinvolgimento dei portatori di interesse, e al grado di trasparenza delle politiche e pratiche adottate dalla società.

Acquaviva basa la propria visione d’impresa, di produzione e gestione di servizi per creare welfare negli ambienti di lavoro e su un rapporto costruttivo con i propri stakeholder, mettendo al centro l’uomo, il territorio, la qualità del lavoro e della vita. Analizzando gli aspetti fondamentali della governance si ritiene importante riportare una nota

Riccardo Marchini | Founder e CEO

Scopo della Società

Acquaviva ha come oggetto prevalente la fornitura e il commercio di acqua attraverso distributori automatici e non, refrigerati e non.

Fin dalla costituzione della società l’obiettivo prefissato dalla governance era ridurre l’inquinamento prodotto dalle bottiglie di plastica, dapprima attraverso un sistema distributivo capace di limitare l’impatto ambientale, la svolta tangibile nel 2010 con il sistema RiPET: ecoboccioni che consentono di ridurre la quantità di plastica attraverso il sistema “vuoto a rendere” che consente un riciclo al 100%.





RIDURRE...



RIUTILIZZARE...



RITIRO DEL BOCCIONE ESAURITO

L'EcoBoccione viene ritirato direttamente a domicilio e stoccato in magazzini dedicati.

MACINA DEL BOCCIONE IN GRANI

La plastica PET dei contenitori viene divisa nelle differenti tipologie, macinata e ridotta in grani di piccole dimensioni.

RACCOLTA IN SILOS

I grani, raccolti in appositi sacchi, vengono stipati in silos dedicati, in attesa del ritiro da parte di aziende specializzate.

PRODUZIONE DI FILATI DA PARTE DI AZIENDE SPECIALIZZATE

Una volta venduti, i sacchi di grani vengono utilizzati dagli operatori specializzati per la produzione di filati plastici.



RICICLARE...

Dalle azioni concrete intraprese dalla governance nel corso degli anni antecedenti alla trasformazione della Società in SB si evince di quanto l'impegno ambientale e la sostenibilità in generale siano asset valoriale importanti e che negli anni hanno guidato ogni scelta e politica imprenditoriale intrapresa dalla dirigenza.

Livello di coinvolgimento degli stakeholder

La Società attua importanti azioni mirate al coinvolgimento dei pubblici di riferimento con i quali comunica in modo istituzionale attraverso i canali aziendali, tra gli altri:

- ☑ Sito internet: quasi completamente orientato a sottolineare i valori sostenibili e ambientali;
- ☑ Blog, canali social e newsletter aziendali.

Dal 2018 la Società ha adottato il Modello 231 volto a garantire il monitoraggio efficace ed efficiente dei processi critici al fine di evitarli. L'attività di comunicazione è supportata attraverso azioni concrete compiute dalla Società, tra le altre a settembre 2021 ha ottenuto dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato un rating di legalità pari a ★★+ (il punteggio massimo ottenibile è ★★★).



GESTIONE DELLE PERSONE

Al fine di monitorare adeguatamente il benessere organizzativo delle persone che quotidianamente concorrono alla mission aziendale, la Società ha scelto di somministrare ogni anno un questionario quantitativo in forma anonima ma suddiviso per settori, al fine di indagare oltre allo stato di benessere anche comprendere le aree o i settori ove intervenire con misure correttive volte a implementare la soddisfazione.

Retribuzione e benefit

In relazione ai benefit la Società riserva al proprio personale numerose premialità sia di carattere economico sia volte a migliorare il benessere aziendale e le ore trascorse insieme.

Nel 2021 la Società ha scelto di predisporre un nuovo benefit denominato “*bonus bebè*”, un contributo di 500,00 euro per tutti i nuovi nati, per l’anno oggetto della relazione Acquaviva ha avuto il piacere di erogare 5 contributi “*bonus bebè*”. Altro benefit riservato a tutti i collaboratori della sede di Travagliato è la possibilità di fruire gratuitamente di una piccola palestra aziendale completa dei principali attrezzi necessari.

Riportiamo i risultati dell’indagine somministrata a dicembre 2021 relativamente agli aspetti retributivi:



La media riferita alla soddisfazione retributiva è pari a 3.12, in relazione alla complessità dell’argomento riteniamo sia un valore soddisfacente, ovviamente migliorabile, sebbene in relazione agli stipendi la Società dichiara di attestarsi sopra la media per posizioni simili.

Formazione e opportunità di crescita

La Società aderisce al fondo Interprofessionale FAPI (Fondo Formazione PMI), attraverso il fondo sono stati realizzati interventi formativi in diversi ambiti.

Nel questionario quantitativo sul benessere aziendale, a seguito dei risultati raccolti nel quesito in merito alla formazione, di cui segue il dettaglio del risultato (riferimento domanda 32), si è scelto di optare per interventi formativi maggiormente performanti, obiettivo per il 2022 organizzare due percorsi di formazione continua, uno relativo agli indicatori KPI di performance per il settore amministrativo e un percorso “aperto a tutti” di approfondimento della lingua inglese, in particolare questo corso nasce dall’ascolto di un’esigenza interna rilevata attraverso una survey sul welfare.

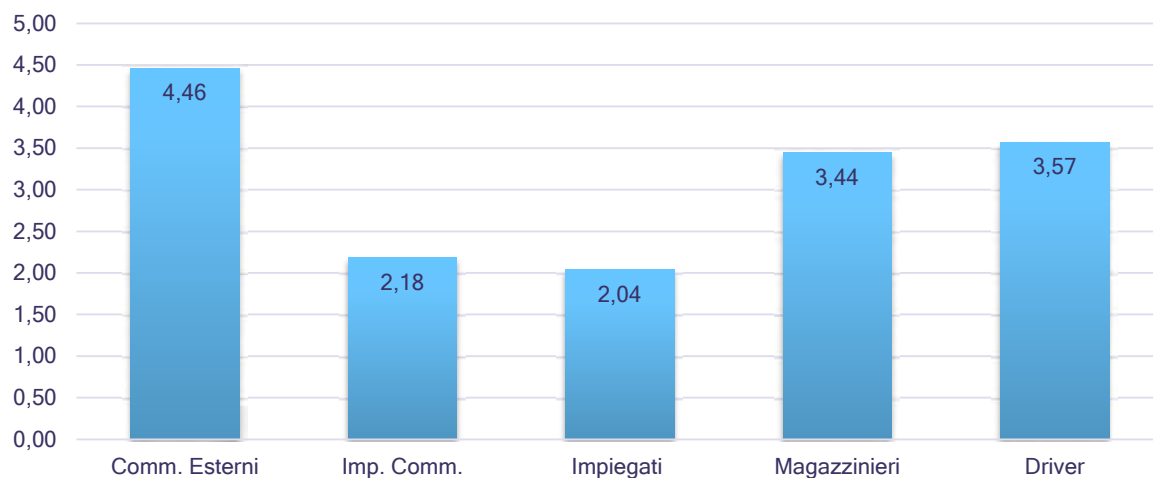


Qualità dell’ambiente di lavoro

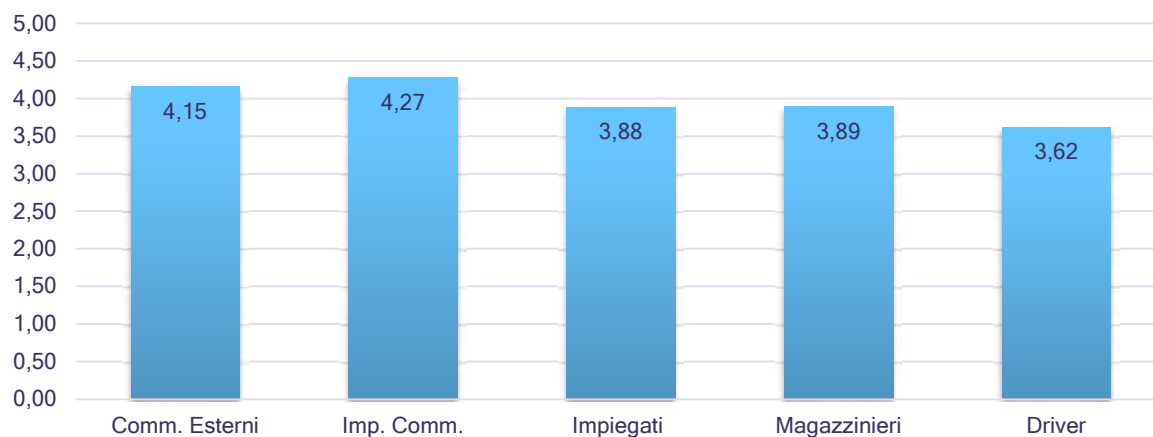
La sede delle Società è all’interno di una cascina, frutto di un recupero di fabbricato storico dall’architettura tipica lombarda. Si è optato per un openspace con travi a vista e grandi finestre sul giardino interno e verso la campagna bresciana, la scelta architettonica volta a favorire la luce naturale e momenti di convivialità tra il personale ha un evidente ricaduta sulla silenziosità dell’ufficio, criticità evidenziata anche in fase di indagine interna, al fine di migliorare l’aspetto sonoro sono stati installati pannelli fonoassorbenti, tuttavia dai risultati dell’audit effettuato la rumorosità permane come criticità, la Società richiederà consulenze specifiche atte a trovare nuove soluzioni per migliorare questo aspetto. Oltre a postazioni confortevoli ed ergonomiche collaborare con Acquaviva significa aver a disposizione ampi spazi esterni nel verde dove trascorrere le pause. Per quanto concerne la pausa pranzo i collaboratori hanno accesso a una sala dove è possibile fruire del pasto e in ufficio è disponibile acqua e frutta fresca.



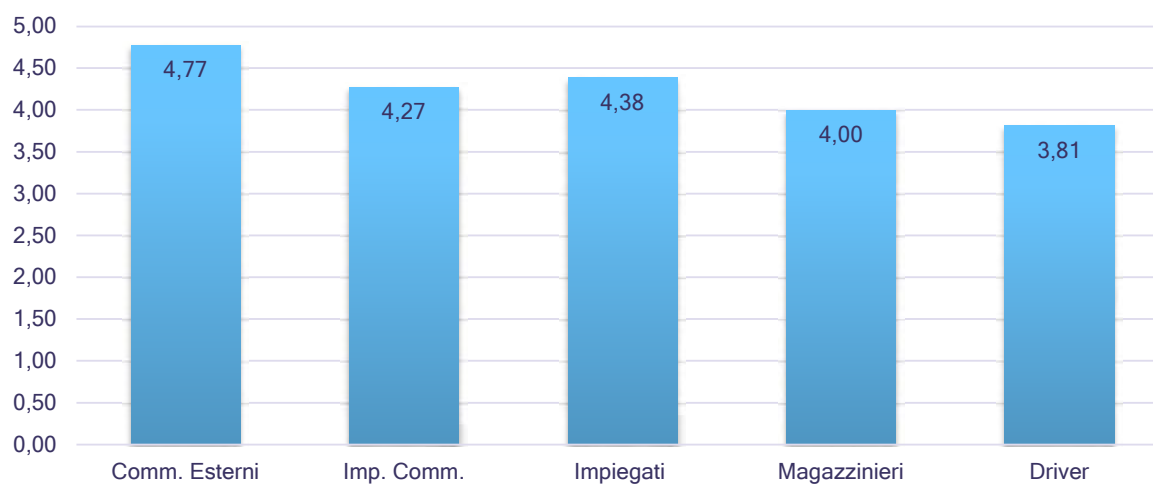
23) Esprimi una valutazione in base alla silenziosità dell'ufficio



28) I mezzi e le risorse sono adeguate per svolgere il tuo lavoro (es: programma, computer)



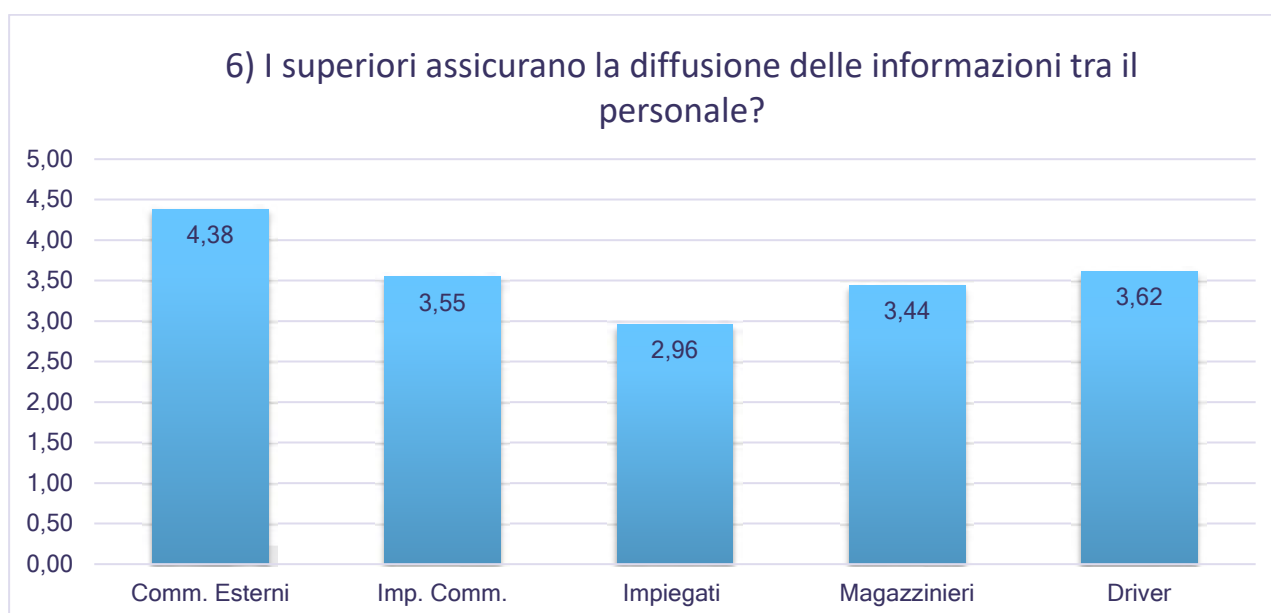
27) Lo spazio che ti è stato dedicato è confortevole/adeguato?



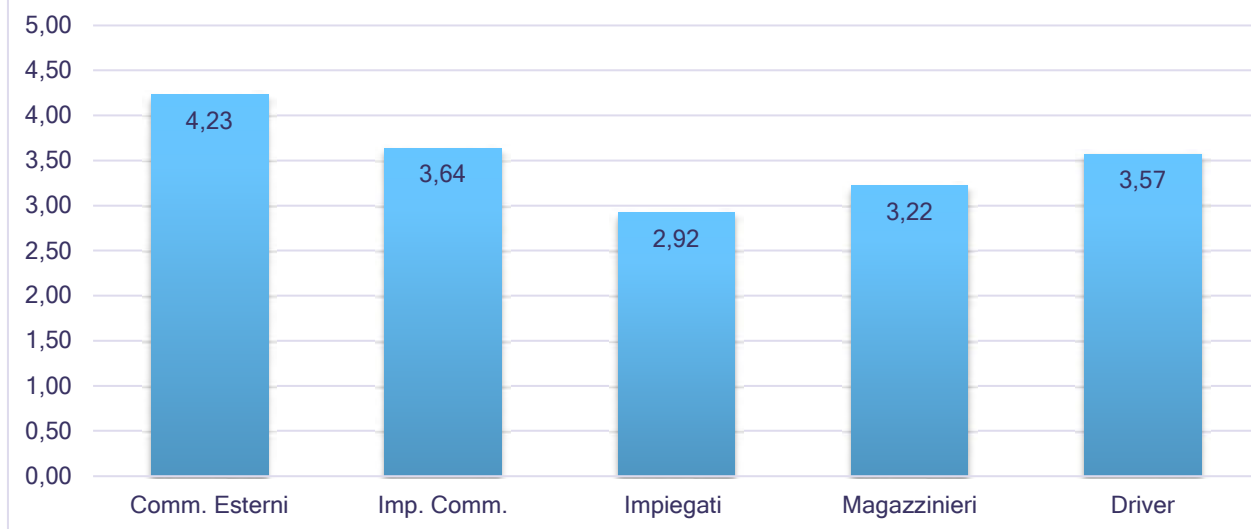
Comunicazione interna

La posta elettronica è lo strumento prioritario per le comunicazioni interne. Il tema della comunicazione è certamente un aspetto molto rilevante, per questo nel questionario sul benessere organizzativo è stato indagato nei suoi molteplici aspetti, il risultato ottenuto è una media, rispetto ai quattro quesiti, pari a **3.47**. Un risultato migliorabile per cui la Società valuterà nel biennio 2022 - 2024 l'implementazione dei canali di comunicazione attraverso l'introduzione di strumenti ad hoc da valutare.

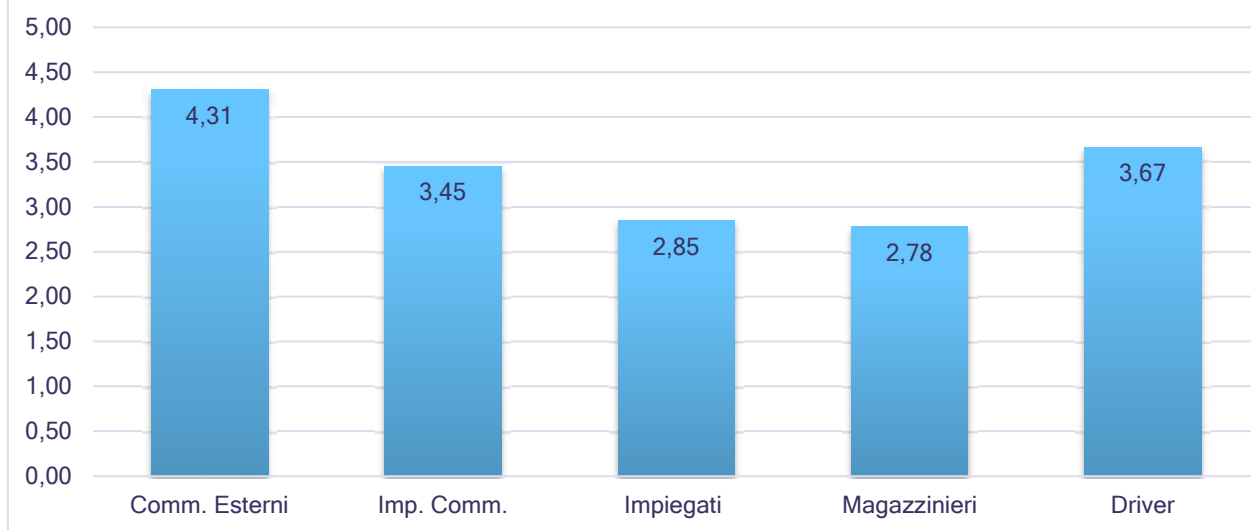
Per completezza si riportano le domande inerenti proposte nel questionario e relativi risultati:



12) E' facile avere le informazioni di cui si ha bisogno?



13) Quando si ha bisogno di informazioni si sa a chi chiedere?

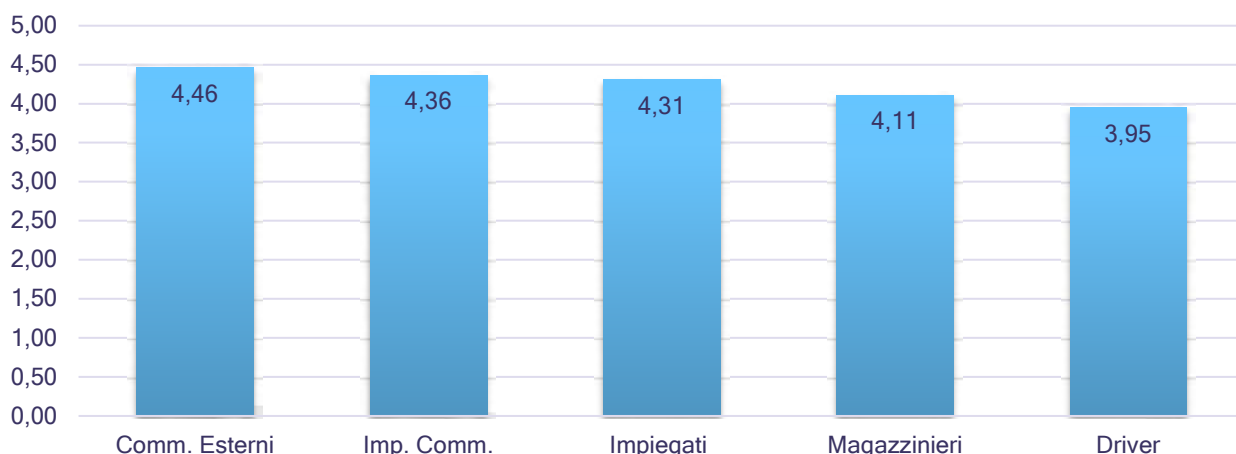


Flessibilità e sicurezza sul lavoro

Il modello organizzativo in Acquaviva prevede una leadership morbida, focalizzata sull'ascolto di tutti e dove ognuno può sentirsi libero di relazionarsi a qualsiasi livello.

La flessibilità organizzativa ha diverse ricadute nelle attività quotidiane, tra le altre nell'orario di ufficio: il personale ha la possibilità di anticipare / posticipare i propri orari, compatibilmente all'operatività, senza particolari difficoltà. Al fine di evidenziare un risultato oggettivo riportiamo i dati raccolti nel questionario sul benessere aziendale, che ha evidenziato una media pari a **4.23**

8) I superiori sono disponibili ad andare incontro alle esigenze dei dipendenti? (es: permessi)



Il tema della sicurezza sul lavoro è un aspetto molto rilevante e su cui la Società investe annualmente tempo e risorse. Tra gli obiettivi previsti per il 2022 la Società intraprenderà un percorso formativo sulla sicurezza sul lavoro optando per la modalità e-learning, tale scelta influenzerà positivamente il personale che potrà accedere alla piattaforma dedicata secondo propri tempi e metodi.



RELAZIONE CON GLI STAKEHOLDER

Fornitori

La Società si è trasformata in Società Benefit a giugno 2021, pur avendo da sempre un patrimonio di valori che hanno guidato ogni scelta della dirigenza, l'area dei fornitori non è mai stata oggetto di studio in relazione agli aspetti valoriali. L'impegno che Acquaviva attua nei confronti dei fornitori è relativo all'onorabilità dell'impresa stessa, ambito che ha permesso alla Società di raggiungere un rating importante dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato come precedentemente indicato nel documento. Altro dato, di particolare rilevanza, soprattutto nei confronti dei fornitori, è relativo all'aumento di capitale sociale: il 01/06/2021 la Società ha modificato il capitale sociale passando da 500.000,00 a 4.300.000,00 euro. La Società ha scelto di approfondire la conoscenza dei fornitori prevedendo azioni importanti per il biennio 2022 – 2024: sarà svolta un'indagine quantitativa finalizzata a mappare il grado di soddisfazione e valutare il patrimonio valoriale di ciascun fornitore, una volta raccolti i dati la dirigenza potrà stabilire le scelte maggiormente performanti sulla base di ciascun aspetto analizzato; altra scelta strategica riguarda la selezione dei nuovi fornitori per i quali è stato indicato come criterio prevalente l'appartenenza al mondo Benefit o alle BCorp.

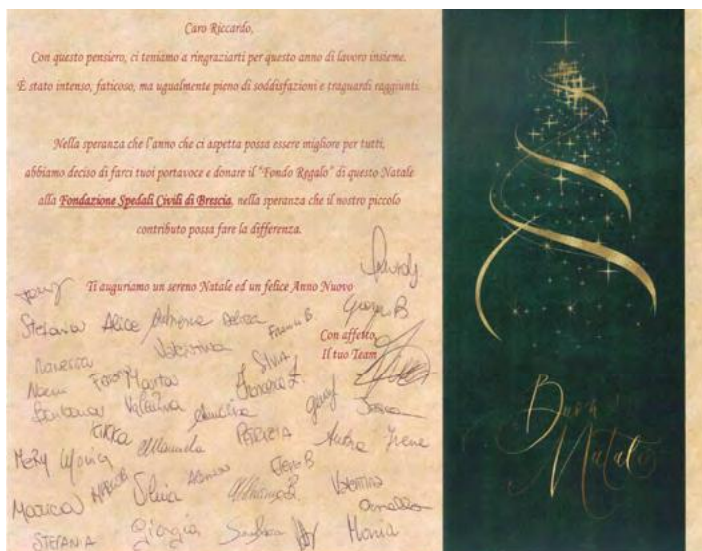
Territorio e comunità locali

Acquaviva ha sedi e partnership su tutto il territorio nazionale e da sempre con le comunità in cui opera ha cercato di instaurare un rapporto di attenzione e ascolto volto a generare valore in primo luogo sul territorio. Nel 2019 la Società ha ricevuto il riconoscimento delle Imprese Responsabili per l'impegno sociale, premio promosso dalle Camere di Commercio della Lombardia, il premio ha lo scopo di favorire la diffusione delle buone pratiche di responsabilità sociale delle imprese, dando visibilità ai comportamenti virtuosi al fine di favorire comportamenti imitativi nell'ambito della responsabilità sociale.

Donazioni

Nel corso del 2021 la Società ha scelto di sostenere Associazioni e Fondazioni trasversali attraverso donazioni economiche e, in alcuni casi, attraverso la fornitura di attrezzature.

Nel dettaglio, con riferimento al solo 2021 le donazioni hanno riguardato:



- ☑ Associazione Dormitorio S.Vincenzo de Paoli: armadio Rack per PC valore € 1.500,00;
- ☑ Fondazione Serena Onlus: € 8.000,00 per Nemo Brescia acquisto Holter;
- ☑ Fondazione Spedali Civili onlus: € 200,00 - Fondo Regalo istituito dai dipendenti.

Attività culturali e sociali

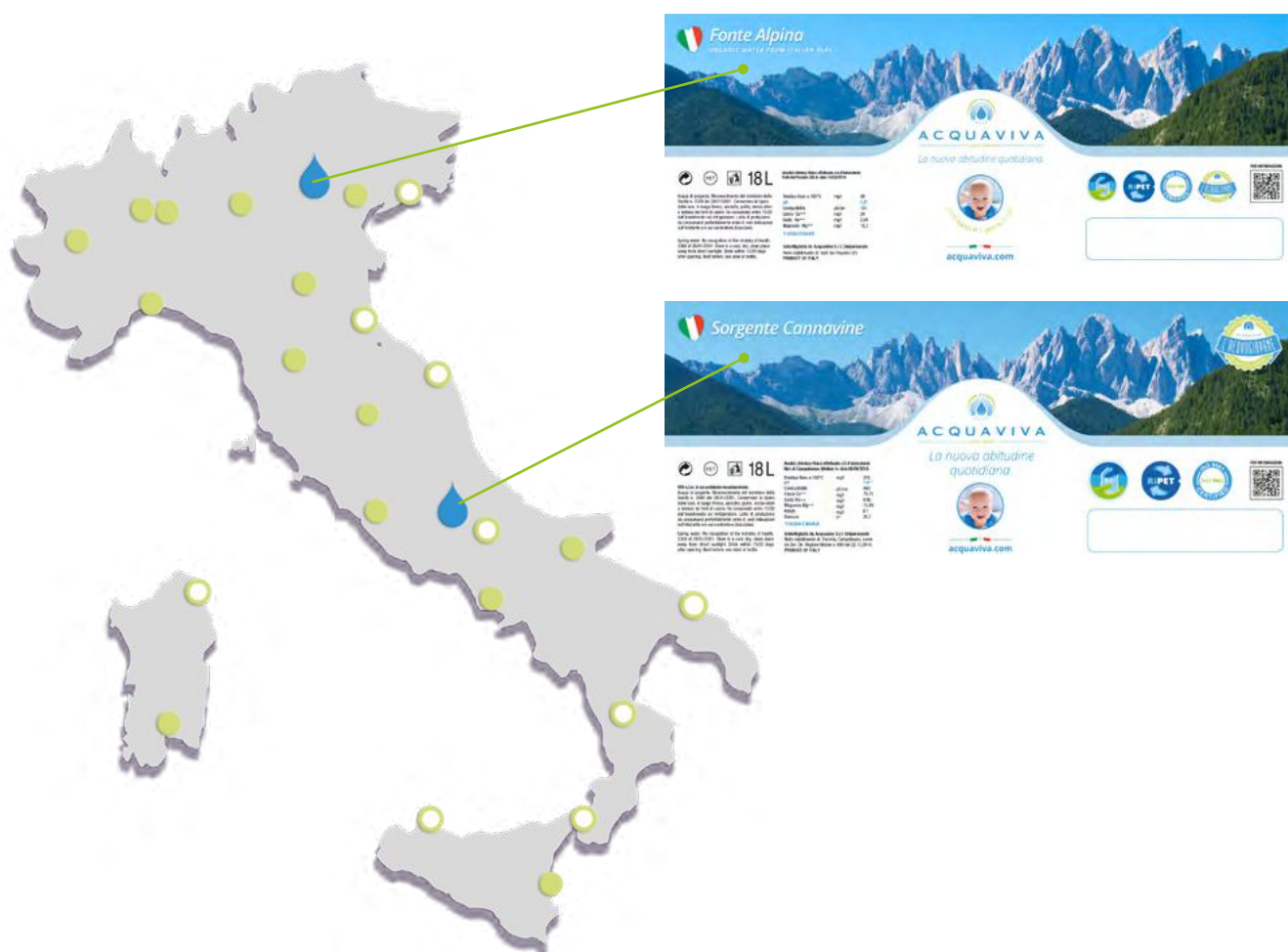
A causa della pandemia Covid-19 e relativo stato d'emergenza che ha limitato le relazioni sociali, la Società ha scelto di assumere un comportamento responsabile nei confronti dei collaboratori e relative famiglie limitando le occasioni conviviali e sociali, eventi che precedentemente hanno caratterizzato la vita in Acquaviva.

Sviluppo locale e catena della fornitura

La scelta che da sempre ha contraddistinto Acquaviva è la filiera corta, preferenza che in sé assolve a due principi fondamentali: attenzione per l'ambiente e massima qualità per il cliente. La catena della fornitura si può riassumere in pochi passaggi fondamentali:

1. Fonti e imbottigliamento

Acquaviva possiede due fonti di proprietà, una tra le Piccole Dolomiti e una sull'Appennino molisano, la cui acqua è ricca di proprietà organolettiche. Gli stabilimenti di imbottigliamento si trovano accanto alla fonte garantiscono così la purezza dell'acqua di ogni EcoBoccione;



2. Stoccaggio

Gli EcoBocconi pieni di acqua vengono stoccati nei magazzini di Acquaviva in attesa di essere consegnati. Moderni sistemi di imballaggio, l'attenzione nello stoccaggio, il tappo brevettato che impedisce la fuoriuscita dell'aria garantiscono il mantenimento della purezza dell'acqua.

3. Consegna diretta

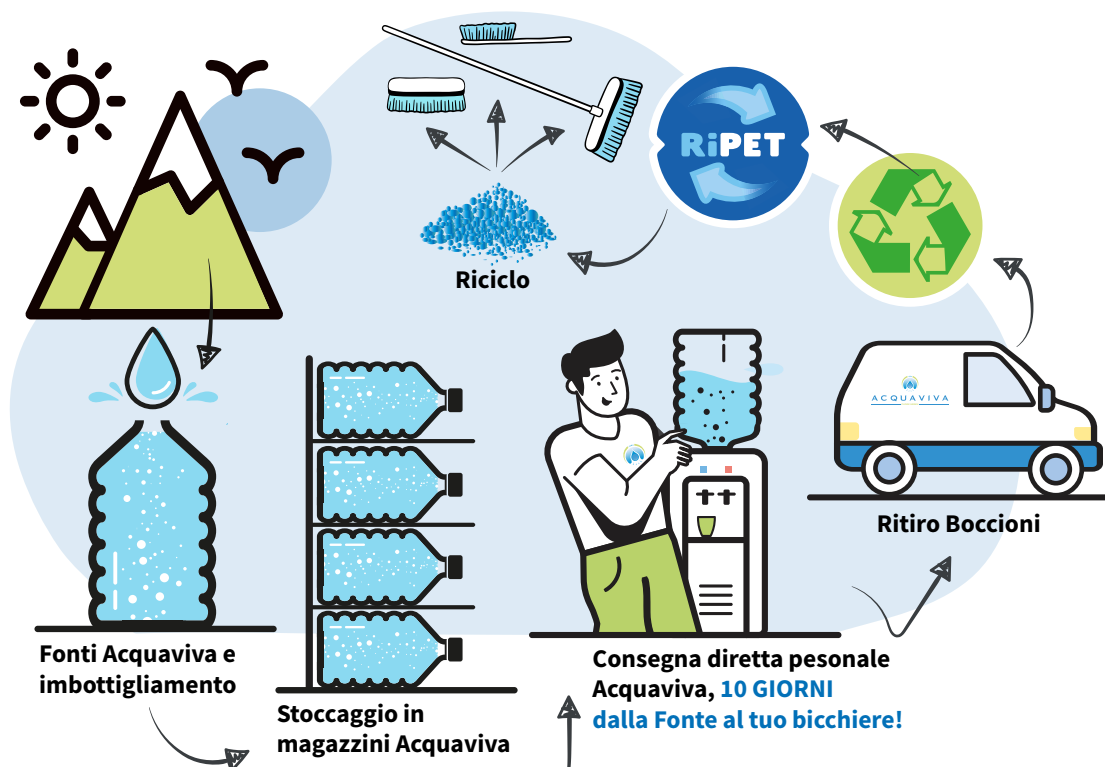
L'acqua che consegniamo è stata imbottigliata al massimo dieci giorni prima. La consegna degli EcoBocconi a domicilio è ciò di cui andiamo più fieri: precisione e cortesia caratterizzano il nostro servizio di distribuzione.

4. Ritiro EcoBocconi

Oltre a commercializzare gli EcoBocconi Acquaviva ne segue tutto il ciclo di vita. Una volta ritirati, i contenitori vengono stoccati in appositi magazzini, subiscono una prima lavorazione e vengono infine riciclati al 100% da operatori specializzati.

5. RiPET

Il riciclaggio completo degli EcoBocconi comprende diverse fasi. Acquaviva effettua una prima lavorazione, macinando i contenitori e dividendo i diversi tipi di plastica. I sacchi di macinato, stoccati in appositi silos, vengono ritirati da aziende specializzate in produzione di filati plastici. I filati, infine, vengono utilizzati per la produzione di spazzole, scope e altri oggetti.



AMBIENTE

Il rispetto per le persone e per l'ambiente sono principi fondamentali che l'azienda ritiene essenziali da sempre; principi che hanno guidato le attività e le scelte imprenditoriali. L'ambiente rappresenta un bene primario che la Società s'impegna a salvaguardare attraverso un miglioramento dell'impatto ambientale e paesaggistico delle proprie attività, nonché attraverso le politiche di prevenzione dei rischi per lo stesso, non solo limitandosi a rispettare le normative vigenti ma soprattutto sviluppando anche la ricerca scientifica e delle best practices in materia. Promuovere l'utilizzo di un boccione significa eliminare 36 bottigliette, grazie all'EcoBoccione la plastica trova un nuovo utilizzo.

Ciclo di vita dei prodotti e servizi

L'economia circolare si fonda sul principio della filiera corta come precedentemente accennato, grazie a RiPet la Società ritira e ricicla direttamente ogni boccione creando un circolo virtuoso che favorisce un ridotto impatto ambientale.

Acquaviva sottolinea, nelle varie comunicazioni rivolte ai propri clienti, il valore ambientale della loro scelta in termini di contenimento della CO₂, del risparmio di plastica e petrolio:



Utilizzo dell'energia e delle materie prime

La sede amministrativa e commerciale di Brescia ha un impatto ambientale basso, ha scelto infatti di utilizzare energia elettrica verde con Alperia Smart Services, azienda che si impegna formalmente e in modo sostanziale alla protezione del clima e dell'ambiente utilizzando energia elettrica pulita proveniente al 100% da fonti energetiche rinnovabili. Per il 2021 il risparmio di CO₂ è stato pari a **5.042.15 kg** per un totale di **12.331 kWh** consumati.



Acquaviva ha scelto di collaborare con Alperia Smart Services per la fornitura di gas verde, poiché la società certifica che le emissioni di CO₂ generate sono compensate tramite investimenti certificati in progetti a tutela del clima conformi al Gold Standard e/o al Voluntary Carbon Standard.



Processi produttivi

La Società si impegna, durante l'esercizio della propria attività, a sottolineare una particolare attenzione rispetto ai temi ambientali:

- Attraverso l'uso di processi, tecnologie e materiali che consentano la riduzione dei consumi delle risorse naturali;
- Nella limitazione della produzione di rifiuti attraverso, ove possibile, il loro utilizzo;
- Nel coinvolgimento e nella sensibilizzazione del personale, attraverso informazione e formazione.

I prodotti di Acquaviva garantiscono agli stakeholder quattro aspetti fondamentali:

- KM ZERO: per salvaguardare l'ambiente la Società si impegna a contenere le emissioni inquinanti attraverso una riduzione dei trasporti e del traffico;
- QUALITÀ DELL'ACQUA: nelle fonti sono effettuate 24 analisi giornaliere per garantire la purezza e la qualità dell'acqua;
- CERTIFICATO 10 GIORNI: il tempo massimo di consegna dalla fonte al cliente è di 10 giorni;
- RIPET: il sistema di "economia circolare" che comprende ritiro, stoccaggio, separazione, pulizia, triturazione e riciclo.



PROSPETTIVE E OBIETTIVI DI MEDIO TERMINE

Il documento riassume l'attività d'impresa e, soprattutto, il primo anno in qualità di Società Benefit; il 2021 non ha purtroppo permesso alla Società di realizzare eventi interni volti a migliorare, al di là delle comunicazioni, il clima aziendale e in generale l'onboarding.

Nell'ottica di monitorare, valutare e migliorare i prospect benefit verso tutti gli stakeholder la Società ha scelto di integrare la relazione con una sintesi di obiettivi virtuosi a cui tendere e che Acquaviva mira a raggiungere idealmente nel prossimo quinquennio, perseguendo la filosofia del miglioramento costante annualmente questa sezione sarà rivista e implementata.

Area trasversale/governance:

- Dotare la Società di uno strumento di autovalutazione strutturato e capace di mettere in relazione tutti gli stakeholder (dipendenti, clienti, fornitori, ecc.). Obiettivo che sarà già attuato per la Relazione del 2022 come da allegato 1 – la survey sarà somministrata online e i risultati osservati saranno integrati attraverso grafici e tabelle;
- Creare una “foresta aziendale” un esempio per generare il verde, il progetto potrà essere realizzato internamente per migliorare il benessere in ufficio e/o esternamente attraverso società terze che si occupano di creare foreste per compensare le emissioni di CO2 prodotte attraverso l'attività ordinaria e non diversamente realizzabili.

Area lavoratori:

- A dicembre 2021 la Società ha scelto di somministrare un questionario per valutare alcuni aspetti legati al welfare e, più in generale, sono stati richiesti suggerimenti ai collaboratori. La valutazione dei risultati raccolti è in corso di analisi, alcune azioni concrete saranno realizzate nel 2022;
- Il questionario somministrato ai dipendenti in merito al benessere aziendale ha evidenziato alcune problematiche sotto l'aspetto delle comunicazioni, la scelta del canale di comunicazione non può essere univoco, tuttavia la Società s'impegna a considerare le annotazioni raccolte al fine di ipotizzare alcune scelte atte a migliorare la criticità. A tal proposito si ritiene di particolare rilevanza il percorso formativo “migliora la comunicazione in azienda”, esperienza formativa in corso alla data di stesura della Relazione;
- Implementare le opportunità formative: sia attraverso piattaforme e-learning sia mediante percorsi formativi in presenza; entrambe le modalità proporranno ai discenti aggiornamenti in materie connesse al core business della Società e corsi di “generalisti” scelti dalla collettività attraverso survey (es. KPI e inglese citati a pagina 12). Tra le tematiche



d'interesse trasversale Acquaviva ha scelto di organizzare, nel corso del 2022, i seguenti interventi formativi:

- o Basta stress al lavoro;
- o Ottimizza il tuo tempo;
- o Lavorare in team;
- o Ottimizza la customer care;
- o Imparare a imparare.
- Al fine di coinvolgere il più possibile i collaboratori nel progetto benefit, Acquaviva solleciterà gli stessi a proporre progetti valoriali da sostenere o realizzare in azienda volti a migliorare la sostenibilità aziendale.

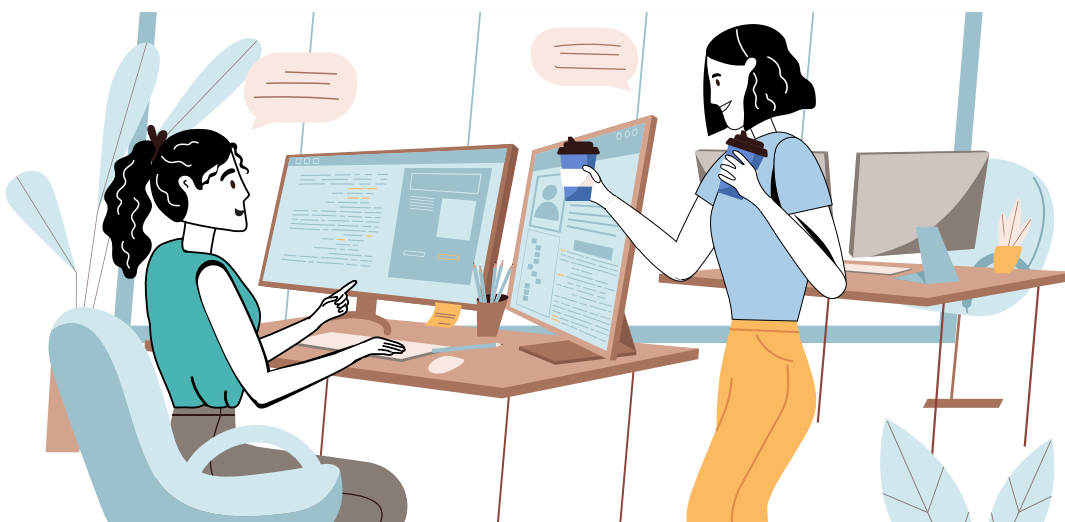
Area ambiente:

- Promuovere, anche economicamente, attività di ricerca volte a migliorare/ ottimizzare i processi produttivi con l'obiettivo di contenere l'impatto ambientale generato dall'impresa;
- Nel medio/lungo periodo effettuare, se economicamente sostenibili, scelte sostenibili per migliorare l'area logistica.

Considerazioni conclusive

La Società, osservati i dati analitici raccolti ritiene di dover agire soprattutto nei confronti degli stakeholder, in particolare per migliorare il clima tra i lavoratori e i rapporti tra gli stessi e la governance aziendale. La fase condotta attraverso audit interni ha messo in luce aspetti e criticità finora non indagate dalla Società e a cui la stessa intende porre rimedio ove possibile.

Ambizioso obiettivo di medio/lungo termine di Acquaviva è certificare la società all'interno di Great Place to Work Italia società di ricerca, tecnologia e consulenza organizzativa che analizza gli ambienti di lavoro raccogliendo e analizzando le opinioni dei collaboratori e in generale l'employee experience. La visione condivisa alla base del mondo benefit è la responsabilità di impresa e Acquaviva, dopo questo primo anno da Società Benefit, ha compreso, anche grazie alla metodologia valutativa osservata, quali sono le aree più critiche e dove con piccoli accorgimenti è concretamente migliorabile il clima aziendale.



Allegato 1– Strumento di autovalutazione SABI

La Società sta valutando per il 2022 di integrare la relazione con lo strumento di autovalutazione predisposto dal modello della Buona Impresa. Il predetto strumento descrive le capacità delle aziende di creare valore sociale duraturo attraverso la gestione della propria attività caratteristica.

Il modello identifica 5 pilastri di analisi:

1. Porta sul mercato buoni prodotti/servizi capaci di rispondere ai bisogni delle imprese e della società;
2. Crea e organizza un buon lavoro per le persone, mettendole in condizione di perseguire la propria realizzazione professionale;
3. Crea e condivide valore economico, nel breve e lungo termine;
4. Agisce responsabilmente verso ambiente e comunità;
5. È governata in modo trasparente, economicamente e socialmente sostenibile riconoscendo pari dignità a ognuno dei pilastri.

SABI propone un'analisi qualitativa.

La Società alla data di redazione del presente documento ha già predisposto le survey da somministrare nel corso del 2022:

- Survey per i clienti: <https://sabi.labuonaimpresa.it/stakeholderById/78?type=3>
- Survey per i lavoratori: <https://sabi.labuonaimpresa.it/stakeholderById/78?type=4>
- Survey per i soci: <https://sabi.labuonaimpresa.it/stakeholderById/78?type=5>
- Survey per i fornitori: <https://sabi.labuonaimpresa.it/stakeholderById/78?type=6>

