



# SOMMARIO

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Lettera dei Founder</b>  | <b>3</b>  |
| <b>Lettera dell'Amministratore Delegato</b>   | <b>4</b>  |
| <b>1. Optima Italia</b>   | <b>5</b>  |
| 1.1. La storia della società  | 5         |
| 1.2. Highlights 2021  | 6         |
| 1.3. L'unicità di Optima Italia   | 7         |
| 1.4. Assetto societario e performance economica                                       | 11        |
| 1.5. La gestione responsabile della catena di fornitura                               | 13        |
| <b>2. Il nostro approccio alla sostenibilità</b>                                      | <b>14</b> |
| 2.1. Mission, vision e valori   | 14        |
| 2.2. Analisi di Materialità   | 14        |
| 2.3. Framework e obiettivi di sostenibilità   | 18        |
| <b>3. Centralità del cliente e qualità del servizio</b>                               | <b>19</b> |
| 3.1. Relazione con i Clienti  | 20        |
| 3.2. Qualità dei servizi e centralità del cliente                                     | 22        |
| 3.3. L'innovazione in Optima Italia   | 23        |
| 3.3.1 L'innovazione nei prodotti e servizi per i Clienti                              | 24        |
| 3.3.2 Innovazione nei processi interni  | 24        |
| 3.4. Cyber-security nell'infrastruttura IT  | 25        |
| <b>4. La forza delle persone</b>  | <b>26</b> |
| 4.1. Valorizzazione del capitale umano  | 27        |
| 4.2. Diversity, Equality, Inclusion   | 30        |
| 4.3. Salute e sicurezza   | 31        |
| <b>5. Supporto alla comunità locale</b>   | <b>33</b> |
| 5.1. Il legame con la città di Napoli e la Campania                                   | 34        |
| 5.2 L'impatto di Optima sul territorio: le principali iniziative negli anni pre-Covid | 35        |
| 5.3 I progetti in cantiere per il 2022  | 37        |
| <b>6. Energia green e tutela dell'ambiente</b>  | <b>39</b> |
| 6.1. Efficienza energetica e lotta al Cambiamento Climatico                           | 40        |
| 6.2 Utilizzo delle risorse  | 43        |
| <b>7. Trasparenza e integrità</b>   | <b>44</b> |
| 7.1. Corporate Governance   | 44        |
| 7.2 Etica e compliance  | 45        |
| 7.3 Diritti umani   | 46        |
| <b>8. Guida alla lettura</b>  | <b>47</b> |
| <b>9. Indice dei contenuti GRI</b>  | <b>48</b> |



## LETTERA DEI FOUNDER

Fin dalla nascita di Optima Italia, il nostro obiettivo è stato quello di semplificare la vita dei Clienti, puntando a un'offerta di più servizi erogati con modalità innovative e con il vantaggio di avere un unico interlocutore per ogni esigenza. Da sempre abbiamo scelto di intraprendere una strada di sviluppo del Gruppo che fosse sostenibile nel lungo termine, prestando particolare attenzione alla crescita e al benessere dei nostri collaboratori e partecipando attivamente alla vita della comunità locale in cui questa storia ha avuto inizio.

Con questa missione, il Gruppo è cresciuto negli anni guadagnandosi la fiducia dei Clienti e sforzandosi di gestire nel modo migliore la complessità del nostro business, coltivando internamente le competenze necessarie a gestire direttamente le attività fondamentali di Optima: possiamo garantire uno standard qualitativo elevato solo grazie all'impegno di tutto il nostro team, dal gruppo di sviluppo interno – che rappresenta il motore dell'innovazione aziendale e l'abilitatore della semplificazione cardine della nostra offerta – agli esperti che sviluppano offerte e nuovi servizi e soluzioni; dai colleghi che si occupano di assistenza ai Clienti ai nostri agenti di vendita presenti su tutto il territorio nazionale che offrono un vero e proprio servizio consulenziale.

Oggi i protagonisti dell'ecosistema Optima sono mossi da un obiettivo comune: far vivere ai Clienti un'esperienza d'eccellenza, anche attraverso collaborazioni solide e durature con partner di comprovata esperienza e affidabilità.

La nostra idea è stata quella di creare non una semplice un'azienda, ma un laboratorio di idee. In Optima infatti ascoltiamo ogni singolo componente del team valorizzando così le differenze di ognuno. Per questo tutti propongono le proprie idee e partecipano allo sviluppo aziendale. Con la consapevolezza che l'asset fondamentale di Optima sono le sue Persone, abbiamo puntato da sempre sulla formazione e sulla crescita personale e professionale delle risorse umane, fornendo un ambiente di lavoro accogliente e moderno.

La nostra sede è situata al centro di Napoli, il luogo dove abbiamo deciso di avviare Optima e in cui abbiamo deciso di rimanere, creando così un solido legame con la comunità locale.

Sul fronte ambientale, abbiamo puntato a essere per i nostri clienti non solo fornitori dei servizi Luce e Gas, ma anche consulenti che propongono soluzioni per l'efficiamento energetico e sistemi per il monitoraggio e la riduzione dei consumi, consapevoli dell'importanza dell'impatto positivo di questi servizi per il pianeta.

La sostenibilità, dunque, è sempre stata nel DNA di Optima: oggi, con la pubblicazione del primo Bilancio di Sostenibilità e con la scelta di dotarci di una strategia ESG e di obiettivi concreti, il Gruppo traccia un'ulteriore direttrice di sviluppo per il suo futuro, affiancando alla creazione di valore economico un percorso pienamente orientato alla sostenibilità.

*Il Presidente del Consiglio  
di Amministrazione*

**DANILO CARUSO**



*Il Vicepresidente del Consiglio  
di Amministrazione*

**ALESSIO MATRONE**




# LETTERA DELL'AMMINISTRATORE DELEGATO

Questo nostro primo bilancio di sostenibilità è un momento cruciale per il nostro sviluppo, per il nostro futuro, per assecondare la nostra voglia di migliorare sempre.

Scriverlo ci ha aiutato a mettere a fuoco ancor meglio il valore di ciò che stiamo facendo, il valore della nostra azienda, della nostra squadra.

La nostra natura di azienda giovane e innovativa, unita agli sforzi delle nostre persone, concentrati da sempre alla semplificazione della vita dei Clienti attraverso l'integrazione dei servizi offerti, ci ha permesso di formalizzare i nostri sforzi in ambito di sostenibilità in un framework che è l'elemento cardine nello sviluppo futuro di Optima.

I solidi risultati economico-finanziari degli ultimi anni ci proiettano infatti verso un Piano Strategico per il periodo 2022-2024 basato sulla creazione di valore sostenibile, con l'ambizione e la determinazione di migliorare al contempo performance economica e performance ESG.

Il Piano di Sostenibilità del Gruppo si articola lungo quattro direttrici strategiche: la soddisfazione dei Clienti, verso i quali ci poniamo l'impegno di semplificare la complessità per rendere migliore la loro vita; la valorizzazione dei nostri dipendenti, risorsa principale per l'azienda; il supporto alla comunità locale, con iniziative volte alla valorizzazione delle eccellenze e al sostegno alle situazioni di difficoltà; e la promozione dell'energia green e della tutela dell'ambiente, con l'offerta di servizi e l'implementazione di azioni volte ad avere un impatto positivo sul pianeta.

I risultati raggiunti nel 2021 in questi quattro pilastri di sostenibilità sono descritti in questo Bilancio di sostenibilità del Gruppo, insieme alle iniziative concrete che ci hanno permesso di creare valore per tutti i nostri stakeholder.

Abbiamo iniziato un percorso e gli obiettivi ambiziosi che ci poniamo ci renderanno sempre più protagonisti del cambiamento e della evoluzione dei settori di business in cui operiamo.

Buona lettura.

*Amministratore Delegato*

**ANDREA VOLPE**



# 1. OPTIMA ITALIA

## 1.1. La storia della società

1999

Due giovani imprenditori Danilo Caruso e Alessio Matrone muovono i primi passi per realizzare un sogno ambizioso: creare un'azienda di servizi che semplifichi la vita alle imprese italiane.

**Nasce Optima. La neonata società entra nel mercato con un innovativo e vincente servizio di gestione del traffico voce.**

2003

A soli 4 anni dalla fondazione, grazie a progressivi investimenti in Risorse Umane e Formazione, l'azienda si consolida su tutto il territorio campano e dimostra di avere le idee chiare per competere sul territorio nazionale.

**Una vincente strategia di vendita porta Optima in 18 regioni italiane.**

Optima consolida una brillante rete vendita monomandataria che, grazie ai continui investimenti in formazione e selezione, può dirsi il fiore all'occhiello dell'azienda.

2007

2008

Continua la crescita costante di Optima con investimenti decisivi per il rafforzamento dell'azienda. L'obiettivo di affermarsi tra i Provider dotati di infrastruttura propria viene centrato con successo.

Si perfeziona la divisione Marketing e Sviluppo. Nel corso dell'anno continua il processo di ampliamento e diversificazione del business aziendale.

2009

**L'offerta Optima cresce e alle telecomunicazioni si aggiunge il servizio di fornitura di Energia Elettrica.**

Il nuovo servizio incontra immediatamente il favore delle aziende Clienti e impatta positivamente sul fatturato. Optima diventa società per azioni con la denominazione Optima Italia S.p.A.

2010

Optima presenta la sua nuova immagine coordinata tesa a rispecchiare la crescita maturata in anni di attività. Si pone l'accento sull'approccio semplice e diretto con il quale Optima cura il cliente fin dal primo contatto.

**Viene lanciato sul mercato il nuovo servizio Optima Gas, che rafforza ulteriormente l'offerta per le esigenze energetiche delle imprese italiane.**

2011

La crescita è un dato costante in termini di fatturato, risorse umane e rete vendita. Optima continua a selezionare e assumere giovani professionisti che potenziano progressivamente i vari reparti. La sede generale, tra comfort e design, popolata da un personale giovane e motivato e con un'impostazione creativa del lavoro, fa notizia sui media italiani.

**Si parla di Optima come 'Google del meridione'.**

2012

Optima è una delle principali multiutility nel settore dell'energia e delle telecomunicazioni in Italia. Con oltre 80.000 aziende Clienti, di oltre 150 consulenti distribuiti sul territorio nazionale e un team di 166 professionisti in continuo aumento. Si distingue nel panorama italiano come una realtà anticiclica che crea occupazione e sviluppo. La crescita dell'azienda si manifesta anche su altri fronti: il magazine digitale di Optima nato come semplice esperimento supera il milione di visite mensili.

**Nasce OPTIMAGAZINE, la webzine dei ragazzi di Optima che incarna la creatività e il fermento dell'azienda.**





## 1.2. Highlights 2021

| Performance economica   | Performance di sostenibilità   |
|---|--|
| € 222.3 milioni di ricavi operativi                             | 100% di energia proveniente da fonti rinnovabili per la sede del Gruppo <sup>1</sup> |
| € 2.6 milioni di utili  | 53% di donne tra i dipendenti di Optima  |
| 281 dipendenti <sup>2</sup>                                     | 15 ore di formazione medie annue per dipendente                                      |
| € 30.7 milioni di investimenti in asset materiali e immateriali | 71% fatture elettroniche   |
| 5 progetti di R&D intrapresi                                    | 8,2 secondi di average waiting time per i Call Center <sup>3</sup>                   |

<sup>1</sup> A partire dal 01/01/2022

<sup>2</sup> Numero medio 2021

<sup>3</sup> Secondi di attesa in media per parlare con un operatore



### 1.3. L'unicità di Optima Italia

Optima Italia è una Smart Utility italiana leader per l'offerta integrata di servizi Energia (Luce e Gas) e Telecomunicazioni (Internet, Telefono e Mobile) per il mercato Business e Consumer.

L'azienda nasce a Napoli nel 1999 dall'idea di due giovani imprenditori – Danilo Caruso e Alessio Matrone – che si pongono l'obiettivo di creare un'azienda di servizi per semplificare la giornata di tutti, famiglie e imprese.

Dai primi riscontri positivi del mercato l'offerta si evolve rapidamente negli anni fino alla configurazione attuale, con un paniere composto da Luce, Gas, Internet, Fisso e Mobile, puntando su un posizionamento come fornitore di servizi multipli in un'unica bolletta, con un'offerta flessibile e personalizzabile sulla base delle esigenze delle PMI e dei consumatori privati.

L'azienda è in costante evoluzione e si pone l'obiettivo di ampliare e modificare il proprio portafoglio di servizi grazie alla capacità d'integrazione sviluppata nel corso degli anni, facendo leva sulla differenziazione, la competitività, e l'arricchimento costante dell'offerta di prodotti e soluzioni per rispondere ai bisogni emergenti dei Clienti, su un'organizzazione customer oriented per potenziare il rapporto di fiducia tra il cliente e l'azienda, e sull'innovazione, elemento fondamentale per cogliere le opportunità di crescita che il mercato offre e per rendere possibile la semplificazione della vita dei Clienti.

Oggi il mercato di riferimento della Società è l'intero territorio nazionale, con una presenza stabile in tutte le aree geografiche italiane gestita con un network di circa 700 agenti, e un'offerta rivolta principalmente alla clientela SME (small and medium enterprise) e consumer.

La società oggi raggiunge più di 200 mila utenze, generando più di 220 milioni di euro di ricavi, e contando su oltre 280 dipendenti basati prevalentemente nella sede storica di Napoli, un palazzo del '700 in Corso Umberto, con uffici disegnati per creare un ambiente accogliente prevedendo luoghi di incontro e di svago, come il bar ("Optibar") dotato di biliardino e videogiochi, sale relax, e grandi Open Space in cui far circolare le idee.

#### Settori di attività e servizi offerti

|                          |  |
|--------------------------|--|
| <b>Energia</b>           | Approvvigionamento e vendita di energia elettrica e gas a Utenti finali  |
|                          | Efficientamento energetico e smart metering <sup>4</sup>   |
| <b>Telecomunicazioni</b> | Operatore licenziato per la fornitura dei servizi di telefonia fissa e mobile e di internet                                |
| <b>Healthcare</b>        | Fornitore di servizi Phygital nell'ambito della salute e del benessere attraverso la business unit YouHealthy <sup>5</sup> |
| <b>Assicurazioni</b>     | Agente assicurativo nei rami vita, casa, auto e infortuni  |

Accanto ai driver di crescita dal punto di vista economico-finanziario, il Piano Strategico di Optima per il 2022-2024 si focalizza sulla performance in ambito ESG (Environment, Social, Governance).

La società ha infatti adottato un approccio strategico alla sostenibilità, intraprendendo un percorso pluriennale volto a formalizzare una strategia di sostenibilità, definire gli obiettivi ESG di breve e medio-lungo termine, e a rendicontare pubblicamente la propria performance sulle tematiche materiali per la società, in linea con gli standard di rendicontazione maggiormente diffusi.

<sup>4</sup> I servizi di efficientamento energetico e smart metering sono stati lanciati nel 2022

<sup>5</sup> La business unit YouHealthy ha iniziato a erogare un primo portafoglio di Servizi di Telemedicina nel 2022

## INNOVAZIONE

La crescita e la differenziazione dell'offerta sono elementi fondamentali del DNA di Optima, che dalla sua nascita nel 1999 come operatore del traffico voce, ha integrato progressivamente prodotti e servizi innovativi con un approccio basato sull'ascolto dei Clienti.

Il posizionamento dell'azienda sul contesto competitivo è guidato dalla semplificazione: Optima si pone agli Utenti come l'unico interlocutore per la gestione delle forniture di energia e telecomunicazioni, con una bolletta e un servizio Clienti unico, e come partner per la fornitura di servizi assicurativi e di soluzioni digitali per l'healthcare.

Sin dalla sua fondazione, Optima Italia sostanzia la sua vocazione da digital utility puntando su una piattaforma tecnologica proprietaria per la fornitura dei servizi.

Le competenze tecnologiche sviluppate da Optima sono utilizzate oggi come driver fondamentale per stimolare la crescita della società: il lavoro degli esperti di Optima rende possibile governare la complessità dei processi su cui si basa la creazione di prodotti e servizi e la semplificazione, creando valore per gli Utenti e per la Società.

Infatti, l'ampia offerta di prodotti e servizi da parte di Optima è resa possibile dall'esistenza di una software factory capace di progettarli, crearli e seguirli dalla definizione dei requisiti fino all'esercizio, sia per quanto riguarda la loro componente infrastrutturale che per la componente funzionale: in un ideale viaggio che va dai sistemi core dell'azienda al Cliente finale, le diverse funzioni tecniche si combinano per creare tutte le componenti necessarie a realizzare le offerte rivolte all'utenza.

Tutto ciò è reso possibile da una piattaforma interna modulare - della quale gli ingegneri della software factory di Optima sono ideatori, sviluppatori, e manutentori - che viene continuamente arricchita da nuove funzionalità, grazie al mix tra risorse junior ed esperti che facilita l'applicazione dell'innovazione direttamente ai servizi del cliente.

L'attività di ricerca e sviluppo è infatti costante, e consente la continua applicazione delle più moderne tecnologie ai progetti in essere.

L'obiettivo per i prossimi anni è quello di accrescere ulteriormente l'offerta, ponendo Optima come un partner della customer base a 360 gradi nei settori in cui opera.

## FOCUS: YOUHEALTHY

Il concept di YouHealthy nasce durante la pandemia di Covid-19, che ha cambiato le abitudini e l'approccio delle persone alla salute e al benessere. In questo contesto, il settore dei service provider di assistenza sanitaria si è indirizzato verso un'assistenza sempre più incentrata sul paziente, con il supporto di tecnologie che permettono di erogare in modo più efficiente le prestazioni, pur mantenendo alta l'attenzione sugli aspetti critici di questo settore, come qualità e sicurezza dei servizi offerti, il rispetto della privacy degli utenti, così come una trasparente comunicazione di marketing.

YouHealthy propone dunque un cambio di paradigma nell'offerta di servizi legati alla salute e al benessere, consentendo alle persone di governare la propria salute e non rincorrerla, semplificando l'accesso ai servizi, rendendoli integrati, tempestivi e personalizzati, superando così i tempi lunghi di attesa, l'eccessiva burocrazia, e la complessa ricerca dello Specialista più adeguato.

Nel 2021 sono state avviate le attività di sviluppo della piattaforma modulare e dell'App, oltre alla conclusione di accordi commerciali e partnership con professionisti per l'erogazione dei primi servizi di videoconsulto in ambito benessere e salute, con un focus su Telemedicina, Telenutrizione e Telesicologia.

In collaborazione con partner medici, specialisti, nutrizionisti e psicologi, il servizio si compone dell'offerta di visite e sedute



 **YouHealthy**  
*Semplice star bene*



(video consulto medico e nutrizionale, consulti con specialisti del benessere psicologico), di servizi di assistenza in caso di urgenza, e di strumenti di monitoraggio dei parametri vitali (tele- e video-monitoraggio), proponendosi di fornire agli utenti un supporto per la salute e il benessere ottenibile ovunque e in qualsiasi momento, abbattendo le barriere geografiche e temporali e mettendo il cliente/paziente al centro.

Oggi la Business Unit può contare su un team di 6 risorse dedicate al 100%, affiancate dal personale di Optima esperto in IT, Marketing e Legal, che sarà integrato con nuove risorse nei prossimi mesi.

I servizi di YouHealthy, attualmente, vengono offerti prevalentemente nell'ambito dei programmi di Welfare Aziendale dei Clienti di Optima Italia, che decidono di puntare su un'offerta di qualità per il benessere dei propri dipendenti.

Per i prossimi anni, il piano di sviluppo di YouHealthy ruota attorno a due principali direttrici: l'evoluzione dei servizi esistenti e la proposizione di nuovi servizi ai propri Utenti, e lo sviluppo in-house di una piattaforma IT dedicata.

I servizi di telemedicina, nutrizione e benessere psicologico attualmente offerti saranno infatti protagonisti di un arricchimento di funzionalità volte a migliorare l'esperienza e la fruizione dei servizi. Tra questi, meritano particolare attenzione l'introduzione di una funzione per erogare prescrizioni e referti con firma digitale, la creazione di una cartella clinica personale integrata con la reportistica digitalizzata in seguito ai teleconsulti, con la dashboard di monitoraggio e i sistemi di alert, e con la possibilità di condividere documenti, messaggi e promemoria tra Specialista e Cliente. Infine, per quanto riguarda l'App YouHealthy, nel corso del 2022 sarà implementata la possibilità di prenotare i consulti in-app, al fine di facilitare la possibilità dell'utente di fruire del servizio.

L'ampliamento della gamma di servizi offerti vedrà l'introduzione di servizi medici orientati alla prevenzione e al monitoraggio delle condizioni sanitarie, tematiche che giocano un ruolo fondamentale non solo nella riduzione del rischio di sviluppare malattia, ma anche nel miglioramento della qualità di vita.

In particolare, nel corso del 2022 YouHealthy metterà a disposizione dei suoi Utenti il Test del DNA, strumento fondamentale per scoprire e monitorare potenziali fattori genetici che possono avere un impatto sulla salute e sul benessere, accompagnando i risultati con un report contenente suggerimenti su alimentazione, allenamenti, e farmaci in base al codice genetico.

La Business Unit, nel prossimo futuro, integrerà l'attuale offerta con servizi che consentano la prevenzione e la diagnosi precoce di patologie e il monitoraggio costante dello stato di salute, facendo leva sia su soluzioni digitali (es. tecnologie IoT) che su servizi di prossimità (es. assistenza domiciliare e pacchetti di check-up), con l'obiettivo di diventare un partner fondamentale per il benessere e la salute dei suoi Utenti.

In linea con lo sviluppo di Optima Italia, il secondo pilastro strategico per la crescita di YouHealthy è l'implementazione e l'internalizzazione delle piattaforme IT a supporto dei servizi offerti, driver fondamentale per aumentare la qualità del servizio erogato a beneficio degli Utenti.

La nuova piattaforma, sviluppata dal team IT di Optima Italia, sarà la nuova Centrale Operativa di YouHealthy, che metterà a disposizione di Utenti e Specialisti un'infrastruttura innovativa, sicura e personalizzabile.

L'internalizzazione della centrale operativa garantirà uno sviluppo più agile, grazie alla possibilità di integrare e abilitare prodotti e servizi più rapidamente sui canali di YouHealthy, e consentirà l'aggiunta di nuove funzionalità e la soluzione di problemi in base ai feedback ricevuti dagli Utenti.

Tra le nuove funzionalità che la piattaforma proporrà, vi sarà un modulo di contact center che consentirà una gestione ottimizzata ed efficiente della Customer Journey, attraverso i diversi touchpoint del cliente, e delle nuove funzionalità per prenotare gli appuntamenti con gli specialisti.

A fianco a queste due aree di sviluppo, YouHealthy pone una costante attenzione alla qualità e alla professionalità degli Specialisti (Medici, Nutrizionisti, e Psicologi) che supportano gli Utenti, monitorando costantemente la soddisfazione dei fruitori dei servizi, e agendo tempestivamente in caso di recensioni negative.

Con questa consapevolezza, lo sviluppo della business unit si pone l'ambizione di soddisfare il bisogno crescente delle persone verso la salute e il well being, facendo leva sulle competenze tecnologiche e innovative, sulla relazione della Società con i propri Clienti, e sull'approccio basato sulla customer centricity e sulla qualità e la trasparenza dei servizi, che da sempre contraddistinguono Optima Italia.

## ORGANIZZAZIONE CUSTOMER ORIENTED

Optima Italia crede fortemente che la qualità del servizio e la comunicazione siano elementi fondamentali per creare una relazione di lungo periodo con i propri Clienti: per questo motivo, il Gruppo investe da sempre sul miglioramento continuo dei canali di vendita e di assistenza ai clienti.

La qualità dei canali di vendita è basata su quattro driver strategici:

- La formazione continua del personale di vendita, tramite i programmi di training per gli agenti di vendita "Optivendo" e "Optiman";
- Il monitoraggio della qualità dei processi, basato su procedure di quality check in linea con le best practice di settore;
- La prossimità del personale di vendita, garantita dalla diffusione capillare sul territorio di oltre 700 agenti;
- La strategia multicanale, sviluppata su canali fisici e digitali (agenti, telefonico, online).

Per quanto riguarda l'assistenza ai clienti, gli investimenti effettuati da Optima negli ultimi anni hanno generato una performance tra le migliori sul mercato, guidata principalmente dalla formazione delle risorse umane dedicate alla relazione con i clienti, ai diversi livelli di attività di assurance, e allo sviluppo innovativo della piattaforma di Customer Care.

In particolare, l'obiettivo di Optima è di fornire agli Utenti un'esperienza multicanale e omnicanale, rendendo la relazione con il cliente intuitiva e semplice, e affiancando canali di assistenza digitale (Mail, Bot basati su AI, Live Chat, Self-care su sito web e App) al tradizionale servizio telefonico.

La gestione della comunicazione con i Clienti è affidata agli operatori esperti di Optima Italia e Optima Albania, società captive controllata al 100% da Optima Italia che svolge attività di supporto dell'assistenza clienti.



## OPTIMA ALBANIA, IL CONTACT CENTER PROPRIETARIO

Optima può vantare una presenza in Albania da circa 10 anni, durante i quali ha strutturato e consolidato un team che, partendo da circa 50 risorse, oggi conta circa 300 dipendenti e ha radicato la sua presenza nel territorio, partecipando attivamente alla vita della comunità locale in cui opera e contribuendo attivamente allo sviluppo della Città, in linea con l'impegno di Optima Italia di avere un impatto positivo sul contesto dell'azienda.

Optima Albania è oggi basata a Tirana, in uffici che rispecchiano la filosofia della sede di Napoli: ambiente di lavoro accogliente, sale relax curate nei dettagli, l'Optibar, e una palestra convenzionata.

Rispetto alla tendenza del settore, che vede i player più importanti esternalizzare ad altre società in Albania alcune delle loro attività con contratti di outsourcing, Optima ha scelto di stabilire una presenza più strutturata e di investire sistematicamente in Albania, costituendo la società Optima Albania S.h.p.k., e assumendo e gestendo direttamente i propri dipendenti. Alla base di questa scelta, c'è la volontà di Optima di operare in Albania con gli stessi valori, attenzione e valorizzazione dei dipendenti e impegno per il territorio con cui opera in Italia.

Inoltre, in Albania sono state progressivamente localizzate attività strategiche per Optima, con un impatto diretto in termini di qualità del servizio per i Clienti, che hanno giocato un ruolo fondamentale nella scelta di operare direttamente e con una società controllata al 100%.

Le operation di Optima Albania, che inizialmente prevedevano attività di tele-marketing a supporto della rete commerciale basata in Italia, si sono progressivamente ampliate alla luce della grande professionalità e dell'impegno dei Colleghi e dell'efficiente coordinamento con il business italiano: oggi, in Albania, sono basate la maggior parte delle attività di Customer Care di primo livello e Customer Care tecnico, le attività di data entry e di back-office, le operation relative al provisioning, alcune attività

di sviluppo commerciale e di recupero crediti. A supporto delle attività caratteristiche, Optima Albania ha le sue funzioni di staff nella sede di Tirana (amministrazione, finanza e controllo; gestione delle risorse umane; controllo qualità).

Inoltre, un team di 20 risorse basate in Albania, fa oggi parte della software factory *in-house* di Optima Italia: una componente del business strategica e ad alto valore aggiunto, impegnata nello sviluppo delle nuove funzionalità per i Clienti Optima e YouHealthy, che cresce oggi grazie al contributo dei professionisti in ambito IT basati in Albania.

Il personale di Optima Albania conta 304 dipendenti al 31/12/2021, di cui 217 donne e prevalentemente nella fascia di età tra 20 e i 35 anni, con un'età media di 26 anni. L'importanza dei dipendenti di Optima Albania è dimostrata dalla grande attenzione rivolta alla formazione delle risorse: nel 2021, sono state erogate 1.085 ore di formazione.

In linea con i trend del mercato del lavoro Albanese, caratterizzato da livelli di disoccupazione molto bassi e da una significativa flessibilità e mobilità della forza lavoro, in Optima Albania si registra un turnover in uscita significativo, pari a circa il 50%. A dimostrazione degli sforzi del Gruppo, questo è stato controbilanciato dall'assunzione di 114 risorse (turnover in entrata pari al 37,5%).<sup>6</sup>

Il riconoscimento dell'impegno di Optima nella *retention* delle risorse umane è dimostrato dall'ottenimento, da parte di Optima Albania, dell'award Best Places to Work in Albania da 8 anni, per essere tra le 10 aziende con più di 150 dipendenti con il più basso turnover aziendale.

Un altro degli elementi che Optima Italia valorizzato anche nella sua sede in Albania è il supporto alla comunità locale tramite iniziative specifiche di collaborazione con scuole e con le istituzioni municipali.

Una breve descrizione dei principali progetti finanziati è presente nel Capitolo 5.



<sup>6</sup> Il turnover è pari al rapporto tra: la somma di dipendenti entrati/usciti nel periodo; l'organico medio del periodo. Il risultato viene moltiplicato per 100 per ottenere il tasso di turnover.



## 1.4. Assetto societario e performance economica

### ASSETTO SOCIETARIO

La Società Optima Italia S.p.A. è stata costituita nel 1999, l'attuale assetto proprietario prevede come Soci Optima Holding Spa che fa riferimento ai fondatori, presenti anche nell'organo di gestione in qualità di Consiglieri di Amministrazione, e Optiworld Sarl che fa riferimento ad Alpha Private Equity Funds Management Company S.à.r.l., fondo di Private Equity Pan-europeo specializzato in operazioni nel segmento mid-cap, entrato a far parte della compagine societaria di Optima nel 2015, acquisendo il 20% del capitale sociale.

Nel corso del 2014 è stata costituita Optima Albania, società captive, controllata al 100% da Optima Italia, che svolge alcune attività operative, tra cui CRM, data entry e supporto dell'assistenza clienti.

Il Bilancio di Sostenibilità 2021 include nel perimetro di rendicontazione esclusivamente la società Optima Italia S.p.A., mentre è esclusa Optima Albania S.h.p.k., le cui performance ESG saranno rendicontate a partire dal 2022.

Optima Italia, inoltre, partecipa al capitale sociale di PTA Polo Tecnologico Ambiente S.c.p.a., con una partecipazione pari al 6,34%. Le attività della società consortile, che riguardano la realizzazione di un Polo Tecnologico per ospitare uffici e laboratori di ricerca e sviluppo, saranno descritte nel dettaglio nel capitolo 5. Supporto alla comunità locale.



### PERFORMANCE ECONOMICA

Optima Italia è attiva nel settore dell'energia elettrica, gas, telecomunicazioni, nel comparto delle assicurazioni, ramo danni e vita (in qualità di agente), e nei servizi di telemedicina.

Nei principali mercati di riferimento – energia e telecomunicazioni – la Società opera in qualità di utente del dispacciamento per la vendita di energia elettrica e gas a utenti finali consumer (utenti residenziali) e small business, e come utente licenziato nella fornitura di servizi di telecomunicazione.

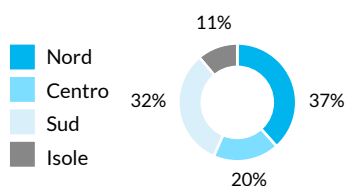
I dati sopra riportati evidenziano una performance economica e finanziaria solida per il 2021.

L'evoluzione del mercato dell'utility e gli impatti della pandemia hanno richiesto l'individuazione di nuove linee strategiche per preservare e massimizzare il valore d'impresa, avendo come riferimento la centralità del cliente e la creazione di valore "sostenibile". Il piano di trasformazione che ne è derivato ha coinvolto l'intera organizzazione aziendale attraverso la revisione di prodotti, canali distributivi e processi operativi al fine di migliorare ulteriormente la soddisfazione dei clienti Optima e di incrementare il livello di loyalty.

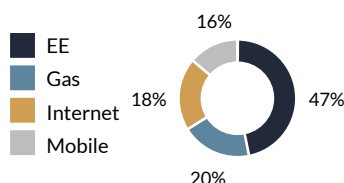
I risultati conseguiti nel 2021 evidenziano un ritorno alla redditività aziendale e alla generazione di cassa, che rappresentano la base di partenza su cui costruire la futura crescita aziendale, così come tracciata nel nuovo Business Plan 2022-2024.

| Indicatori economici                           | 2021 (€ migliaia) |
|--|-------------------|
| Ricavi delle vendite                           | 222.355           |
| EBITDA (Margine Operativo lordo)               | 44.009            |
| EBITDA %                                       | 19,8%             |
| EBIT   | 4.382             |
| Risultato netto                                | 2.688             |
| Indicatori patrimoniali e finanziari           | 2021 (€ migliaia) |
| Capitale Netto investito                       | 37.184            |
| Patrimonio netto                               | 15.188            |
| PFN  | 21.996            |
| Flussi di cassa                                | 2021 (€ migliaia) |
| Flussi di cassa netti dall'attività operativa  | 41.688            |
| Investimenti                                   | (30.840)          |
| Free Cash flow                                 | 10.848            |
| Flussi finanziari da attività di finanziamento | (3.671)           |
| Liquidità netta generate nell'esercizio        | 7.380             |

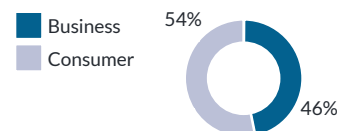
#### RICAVI PER AREA GEOGRAFICA 2021



#### RICAVI PER SETTORE 2021



#### RICAVI PER TIPOLOGIA DI CLIENTE 2021



## VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO

La quantificazione del valore economico prodotto e distribuito è un esercizio fondamentale per capire il valore monetario che il Gruppo riversa sul territorio e sugli stakeholder dell'azienda.

L'interpretazione dei risultati economici del bilancio di esercizio in termini di benefici e remunerazioni generate dalle attività di Optima per i suoi principali stakeholder, infatti, consente di capire la capacità del Gruppo di produrre valore sul territorio e di conseguire, al tempo stesso, risultati economici soddisfacenti.

|   | 2021                   | 2020                   |
|---|------------------------|------------------------|
| <b>Valore Economico Generato:</b>                                 | <b>Milioni di euro</b> | <b>Milioni di euro</b> |
| Ricavi dalla vendita di beni e prestazioni di servizi             | 222,36 €               | 245,51 €               |
| Altri ricavi e proventi   | 7,62 €                 | 3,14 €                 |
| Svalutazione e perdite su crediti compresi nell'attivo circolante | 7,42 €                 | 13,46 €                |
| Interessi ed altri proventi finanziari                            | 0,00 €                 | 0,00 €                 |
| Utili e perdite su cambi  | - 0,00 €               | - 0,00 €               |
| Svalutazione partecipazioni                                       | - €                    | - €                    |
| <b>Totale Valore Economico Generato lordo:</b>                    | <b>222,56 €</b>        | <b>235,18 €</b>        |
| Ammortamento attività materiali e attività immateriali            | 32,22 €                | 31,80 €                |
| <b>Totale Valore Economico Generato netto:</b>                    | <b>190,34 €</b>        | <b>203,38 €</b>        |
| <b>Valore Economico Distribuito:</b>                              | <b>Milioni di euro</b> | <b>Milioni di euro</b> |
| <i>...di cui ai Fornitori:</i>                                    | 175,42 €               | 195,05 €               |
| Materie prime, sussidiarie e di consumo                           | 154,86 €               | 173,14 €               |
| Altri costi operativi   | 20,56 €                | 21,91 €                |
| <i>...di cui ai Dipendenti:</i>                                   | 10,55 €                | 10,75 €                |
| Costi del personale   | 10,55 €                | 10,75 €                |
| <i>...di cui ai Finanziatori:</i>                                 | 1,48 €                 | 1,23 €                 |
| Interessi ed altri oneri finanziari                               | 1,48 €                 | 1,23 €                 |
| <i>...di cui alla Collettività:</i>                               | 0,21 €                 | - 0,05 €               |
| Imposte correnti  | 0,83 €                 | 0,85 €                 |
| Imposte differite   | - 0,63 €               | - 0,90 €               |
| <i>...di cui agli Azionisti:</i>                                  | - €                    | - €                    |
| Dividendi   | - €                    | - €                    |
| <b>Totale Valore Economico Distribuito:</b>                       | <b>187,65 €</b>        | <b>206,98 €</b>        |
| <b>Valore Economico Trattenuto:</b>                               | <b>2,69 €</b>          | <b>- 3,60 €</b>        |

Il Valore Economico netto direttamente generato da Optima Italia è stato pari a circa €190 milioni nel 2021.

In linea con le caratteristiche del business di Optima, la maggior parte della ricchezza prodotta è stata distribuita ai fornitori per circa €175 milioni, pari al 93% del Valore Economico Distribuito.

Ai dipendenti sono stati invece distribuiti circa €10 milioni, pari al 6% del totale del Valore Economico Distribuito.

Considerando il Valore Economico Distribuito al netto della quota distribuita ai fornitori, alle Risorse Umane del Gruppo è stato distribuito l'86% del Valore, in linea con l'importanza delle persone per la Società.

Ai Finanziatori sono stati distribuiti circa €1,5 milioni in termini di oneri finanziari, mentre non è stato distribuito valore economico agli azionisti.

Infine, alla collettività sono stati distribuiti €206 mila in Imposte.

Il valore economico trattenuto all'interno del Gruppo ammonta a €2,6 milioni, in aumento rispetto alla perdita dell'anno precedente, e pari a circa l'1% del Valore Economico netto generato.



## 1.5. La gestione responsabile della catena di fornitura

In linea con quanto previsto dal Codice Etico, Optima Italia gestisce i rapporti con i fornitori ispirandosi a principi di legalità, lealtà ed efficienza.

La selezione dei fornitori e dei collaboratori esterni, oltre che alla valutazione della qualità e dell'economicità delle prestazioni e dell'idoneità tecnico-professionale, richiede l'impegno alla condivisione dei principi e dei valori contenuti nel Codice Etico, del rispetto dell'ambiente e dell'impegno sociale.

Inoltre, nelle relazioni con i fornitori, Optima si impegna a rispettare leggi, regolamenti, e le procedure predisposte internamente per garantire la massima trasparenza, in coerenza con le responsabilità, gli ambiti di competenza e le attività operative attribuite, nonché a rispettare il sistema di deleghe e dei principi organizzativi di segregazione tra compiti e responsabilità incompatibili.

Considerando l'importanza del Codice Etico come strumento di indirizzo valoriale nelle attività dell'impresa, Optima richiede che i fornitori sottoscrivano lo stesso<sup>6</sup>, rendendo il documento un elemento fondamentale del rapporto contrattuale.

Considerata la particolare rilevanza degli agenti, in qualità di partner strategici per il Gruppo e di primo punto di contatto tra Optima e i suoi Clienti, la Società disciplina i rapporti con gli stessi esclusivamente con contratti formalizzati che stabiliscono nel dettaglio le condizioni contrattuali, con particolare evidenza dell'oggetto del contratto e delle modalità di incasso e retribuzione.

Nelle previsioni contrattuali, è esplicitato che la violazione dei principi di legalità, correttezza, trasparenza, riservatezza e rispetto della dignità della persona sono giusta causa di risoluzione dei rapporti contrattuali, in linea con la sensibilità di Optima Italia su queste tematiche.

Nell'organizzazione di Optima Italia, la gestione dei fornitori è demandata alle singole funzioni aziendali, che gestiscono in autonomia il loro budget per gli acquisti.

In linea con l'indirizzo dell'organizzazione, fortemente orientata allo sviluppo del territorio in cui opera, i responsabili delle funzioni aziendali scelgono i fornitori che soddisfano i requisiti di qualità, efficienza ed economicità, privilegiando – ove possibile – le forniture da partner locali, come dimostrano i volumi di acquisto delle funzioni Facility e Brand & Communication, che per il 2021 si attestano rispettivamente al 66% e 70% di spesa su fornitori locali.

L'obiettivo di Optima è di lavorare per stringere rapporti sempre più forti e duraturi con i fornitori locali, al fine di creare partnership che contribuiscano attivamente allo sviluppo del territorio.



<sup>6</sup> Optima richiede la sottoscrizione del Codice Etico nel caso di contratti predisposti da Optima, e non in caso di contratti standardizzati e/o predisposti sulla base di schemi rigidi indicati dalle leggi e dalle autorità regolatorie.

## 2. IL NOSTRO APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ

### 2.1. Mission, vision e valori

La mission di Optima è quella di migliorare la vita dei propri clienti, ponendosi come unico interlocutore per le loro esigenze, ampliando costantemente i servizi offerti, e sviluppando soluzioni innovative.

La creazione di valore aziendale “sostenibile” è il focus sul quale è impegnata l’intera organizzazione aziendale nell’immediato futuro: il Piano strategico per il biennio 2022-2024 prevede che la sostenibilità sia uno dei driver della crescita aziendale, ponendo attenzione alla performance ESG (Environmental, Social and Governance) accanto alla performance economica.

L’obiettivo di Optima è dunque quello di rafforzare il proprio posizionamento competitivo, basato sulla centralità del cliente, sulla sostenibilità e sulla velocità di risposta e individuazione di soluzioni innovative rispetto ai bisogni emergenti dei propri Stakeholder.

Fin dal 2020, Optima ha definito il proprio Codice Etico, impegnandosi a operare secondo i massimi livelli di eticità e a condividere i valori di una cultura d’impresa che consideri gli interessi degli Stakeholder nel conseguimento degli obiettivi aziendali.

I valori che guidano Optima Italia sono scelti in considerazione della sua storia, delle idee che ne hanno ispirato e condotto le azioni, del significato riconosciuto al lavoro svolto nonché dei pensieri, convinzioni e sentimenti cui si ispira l’attività aziendale quotidiana.



| <i>Ambiti di operatività</i>          | <i>Principi della Società</i>  |
|---------------------------------------|--|
| <b>Sostenibilità e responsabilità</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>tutela dello sviluppo sostenibile;</li> <li>divieto di lavoro forzato ed infantile;</li> <li>rispetto della dignità personale e divieto di qualsiasi discriminazione.</li> </ul>  |
| <b>Rapporto con i dipendenti</b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>valutazione improntata ai principi di imparzialità e tolleranza;</li> <li>tutela della privacy e della riservatezza dei dati personali;</li> <li>prevenzione di situazioni di conflitto di interessi;</li> <li>rispetto delle libertà politiche e religiose.</li> </ul> |
| <b>Rapporto con soggetti terzi</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>trasparenza nella selezione dei fornitori;</li> <li>concorrenza e divieto di accordi di cartello;</li> <li>protezione della proprietà intellettuale e del diritto d’autore;</li> <li>politiche trasparenti su accettazione o elargizione di regali.</li> </ul>          |
| <b>Rispetto della normativa</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>regolamentazione delle donazioni;</li> <li>divieto di aiuti finanziari ad attività politiche.</li> </ul>  |
| <b>Patrimonio sociale</b>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>regolamentazione delle eccezioni previste all’uso societario;</li> <li>uso di sistemi informatici;</li> <li>protezione delle informazioni societarie private;</li> <li>gestione degli archivi finanziari.</li> </ul>  |

### 2.2. Analisi di Materialità

La definizione dei temi ambientali, sociali e di governance approfonditi nella Strategia di Sostenibilità e rendicontati nel Bilancio di Sostenibilità è basata sull’analisi di materialità.

Per il periodo di rendicontazione 2021, Optima Italia ha svolto la prima analisi di materialità mediante un processo di valutazione basato sul coinvolgimento dei responsabili delle principali funzioni aziendali della Società.

In particolare, le tematiche potenzialmente materiali per Optima Italia e per i suoi stakeholder sono state identificate attraverso un’analisi di benchmark, e approfondite con il management della Società durante

incontri one-to-one. I temi individuati sono stati in seguito valutati dai responsabili delle funzioni aziendali tramite un questionario, analizzando le singole tematiche sia dal punto di vista aziendale che dal punto di vista degli stakeholder.

Il processo di valutazione ha condotto all’identificazione delle tematiche materiali di Optima Italia, definite – in linea con i requisiti dei GRI Standard – come quelle tematiche che possono avere un impatto significativo dal punto di vista ambientale, sociale ed economico sugli obiettivi strategici e le attività della Società o, viceversa, che sono impattate in modo rilevante dalle attività di Optima, oppure che



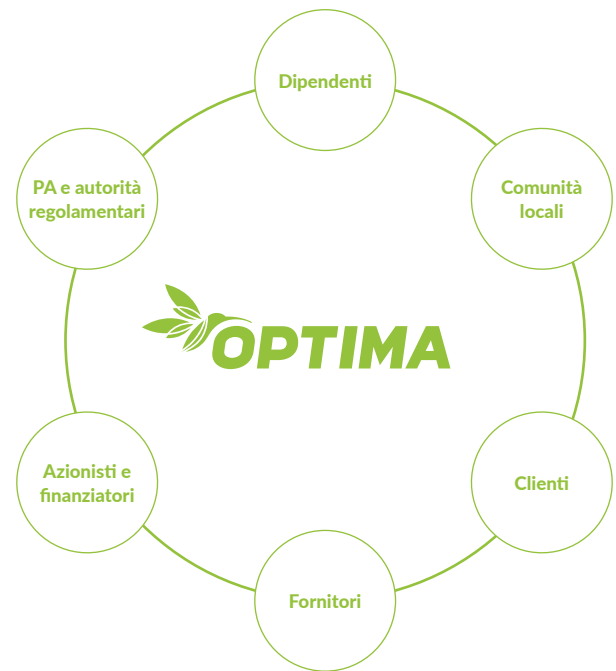
possono influenzare significativamente le decisioni degli stakeholder interni ed esterni.

I risultati dell'analisi di materialità hanno costituito le fondamenta del Framework di Sostenibilità di Optima, all'interno del quale sono stati individuati i quattro pillar strategici di sostenibilità per la Società, i principali target di breve e di medio-lungo termine, e gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite (SDGs) ai quali Optima contribuisce e può contribuire maggiormente in futuro.

Nel dettaglio, l'analisi di materialità è stata articolata in tre fasi.

La **prima fase** ha avuto l'obiettivo di identificare le tematiche potenzialmente rilevanti per il Gruppo, attraverso:

- Un'analisi di benchmark sulle tematiche considerate materiali da peers e comparables;
- Un'analisi degli standard e delle linee guida di settore, volte a individuare i macrotrend di sostenibilità nel contesto in cui opera la Società;
- Un confronto con la prima linea di management, che ha selezionato le tematiche potenzialmente rilevanti in base alle strategie aziendali e ai principali rischi e impatti ESG a cui è esposta la società, e ha mappato le categorie di stakeholder rilevanti per l'azienda secondo i criteri dello standard AA1000.

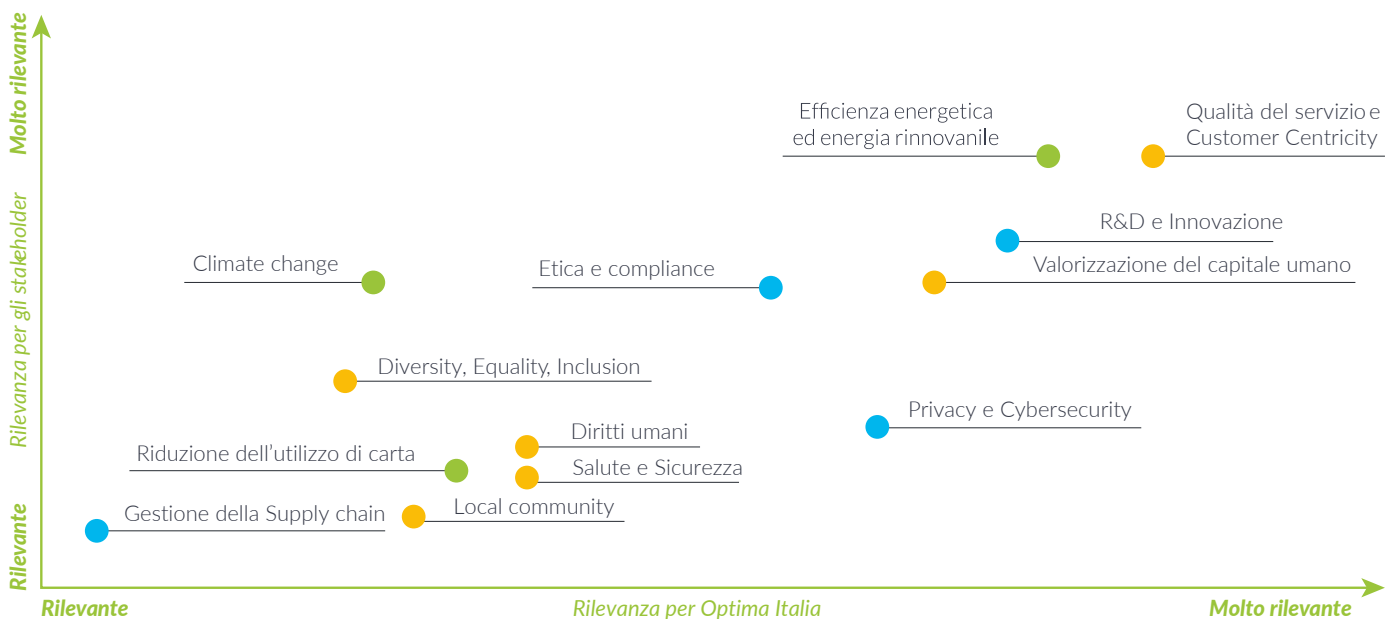


**Durante la seconda fase** sono stati coinvolti oltre 15 manager di Optima che hanno valutato le tematiche ESG emerse come potenzialmente rilevanti dall'analisi svolta nel primo step tramite un questionario. Ai responsabili aziendali è stato chiesto di considerare due driver di valutazione:

- L'impatto della tematica sul raggiungimento degli obiettivi aziendali, al fine di misurare la rilevanza per Optima Italia;

- L'influenza della tematica sulle decisioni degli stakeholder rilevanti nell'ambito dei rapporti intrattenuti con Optima, al fine di misurare la rilevanza per gli Stakeholder.

**Nell'ultima fase**, i risultati del questionario sono stati aggregati, e i temi materiali sono stati rappresentati nella matrice di materialità sulla base dei punteggi di rilevanza ottenuti.



In seguito a un processo di validazione con il top management aziendale dei temi e dell'intero processo di analisi di materialità, sono stati individuati 13 temi materiali, riconducibili alle categorie environment (E) ●, social (S) ● e governance (G) ●.



La matrice di materialità permette di evidenziare i temi più importanti per Optima Italia e per i suoi stakeholder: “Qualità del servizio e Customer Centricity” ed “Efficienza energetica ed energia rinnovabile”.

La posizione di queste due tematiche è figlia dell’attenzione al cliente e della sostenibilità energetica nella strategia aziendale di Optima e nei suoi Piani Industriali.

La rilevanza molto alta attribuita alle tematiche “R&D e Innovazione”, “Valorizzazione del capitale umano” ed “Etica e compliance” sia dagli stakeholder interni che dagli stakeholder esterni è in linea con il posizionamento di Optima come una digital utility, l’attenzione della Società alla qualità e alla soddisfazione delle risorse umane, e l’impegno a operare nel rispetto dell’etica e delle leggi.

La tematica legata alla sicurezza dei dati e dei sistemi IT (“Privacy e Cybersecurity”) è risultata rilevante soprattutto per gli stakeholder interni, considerando la consapevolezza dell’azienda di quanto siano importanti questi fattori per poter garantire l’affidabilità dei servizi e la fiducia dei clienti.

I “Diritti umani”, la “Salute e Sicurezza” dei dipendenti e la sostenibilità nella “Gestione della Supply chain”, considerati pre-requisiti fondamentali per poter operare, sono stati valutati come rilevanti da Optima, così come le tematiche legate al “Climate Change” e alla “Diversity, Equality, Inclusion”, alla luce della grande rilevanza e l’attenzione su questi temi da parte dei principali stakeholder.

La rilevanza della tematica “Riduzione dell’utilizzo di carta” è legata principalmente all’obiettivo di Optima di aumentare la fatturazione digitale e di digitalizzare i processi interni, al fine di ridurre l’impatto ambientale diretto della società sulle risorse naturali.

Infine, la rilevanza della tematica “Local community” è coerente con l’impegno e il contributo della Società a favore del territorio di riferimento, che ha contraddistinto le attività di Optima nel corso della sua storia.

Al fine di una migliore comprensione dei risultati dell’analisi di materialità, si riportano di seguito le definizioni considerate nell’attività di prioritizzazione:

- **Efficienza energetica ed energia rinnovabile (E):** sviluppare iniziative di efficienza energetica e promuovere l’utilizzo e la produzione di energia da fonti rinnovabili;
- **Climate change (E):** contenere gli impatti diretti e indiretti e identificare rischi e opportunità per il business legati al cambiamento climatico;
- **Riduzione dell’utilizzo di carta (E):** minimizzare il consumo di carta nelle attività aziendali e stimolarne l’uso responsabile;
- **Qualità del servizio e Customer Centricity (S):** assicurare servizi sicuri e affidabili, in linea con le aspettative di qualità, e orientati alle esigenze dei clienti;
- **Local community (S):** creare valore per il territorio in termini di impatto sociale, sviluppo economico e miglioramento delle condizioni di vita;
- **Valorizzazione del capitale umano (S):** incoraggiare la crescita professionale, l’aggiornamento continuo, e il potenziamento delle competenze;
- **Diversity, Equality, Inclusion (S):** promuovere e assicurare pari opportunità per tutti i dipendenti, valorizzare e tutelare la diversità;
- **Salute e Sicurezza (S):** adottare pratiche e sistemi di gestione per salvaguardare la salute e la sicurezza di dipendenti e terzi;
- **Diritti umani (S):** promuovere il rispetto dei diritti umani lungo la catena del valore;
- **Etica e compliance (G):** agire secondo l’etica professionale, promuovere il Codice Etico e diffondere una cultura della legalità;
- **R&D e Innovazione (G):** sviluppare soluzioni innovative per aumentare la qualità per il cliente e contribuire a ridurre gli impatti ambientali;
- **Gestione della Supply chain (G):** adoperare politiche trasparenti per la selezione dei fornitori, promuovendo la sostenibilità lungo la supply chain;
- **Privacy e Cybersecurity (G):** gestire correttamente la privacy e la sicurezza informatica, con particolare riferimento ai dati dei clienti.

Per il prossimo periodo di rendicontazione, è previsto un aggiornamento dell’analisi di materialità attraverso alcune attività di *stakeholder engagement*, prevedendo il coinvolgimento diretto di alcune categorie di Stakeholder esterni, con l’obiettivo di misurare in modo più puntuale la Rilevanza per gli Stakeholder.



## STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Il processo di stakeholder engagement di Optima si basa sulla comunicazione trasparente, proattiva e continuativa con i propri interlocutori, con l'obiettivo di stimolare la crescita e favorire la soddisfazione dei portatori di interesse nei confronti della società.

Nel corso del 2021, la società ha continuato a tenere alto il livello di engagement con i propri stakeholder, digitalizzando i processi di interazione nei casi in cui il distanziamento dovuto alla pandemia di Covid-19 ha reso impossibile la comunicazione in presenza con alcune categorie di stakeholder.

| Categoria di Stakeholder         | Attività di Engagement 2021                              |  |
|----------------------------------|--|--|
| <b>Dipendenti</b>                | <i>Intranet aziendale</i>                                | Il Gruppo utilizza l'intranet aziendale come strumento per promuovere le campagne interne di sensibilizzazione, per comunicare le principali iniziative aziendali, e per favorire la mobilità interna tramite le job posting rivolte ai dipendenti.  |
|                                  | <i>Performance review</i>                                | Optima adotta un sistema di performance review che coinvolge tutti i dipendenti con numerose opportunità di dialogo e diversi momenti annuali per lo scambio di feedback tra i dipendenti e i loro responsabili.   |
|                                  | <i>Optima Campus</i>                                     | Il programma annuale di training aziendale ha coinvolto i dipendenti in corsi – in presenza e in formato webinar – finalizzati ad acquisire soft e hard skills, e in seminari, workshop e conferenze volte ad accrescere il capitale umano all'interno dell'organizzazione.  |
| <b>Comunità Locali</b>           | <i>Innovation Village</i>                                | Nel corso del 2021, Optima ha partecipato attivamente all'organizzazione dell'Innovation Village Award, che si terrà nel corso del 2022, e che vedrà il coinvolgimento del gruppo nell'attribuzione di un premio annuale che valorizza le esperienze di innovazione sostenibile realizzate nei territori, che possono apportare un contributo per il raggiungimento dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile fissati dall'Agenda ONU 2030. |
|                                  | <i>Optimagazine</i>                                      | Nato nel 2012 come un blog aziendale, Optimagazine oggi è una "webzine" che pubblica contenuti di qualità su tematiche varie e popolari (cinema e spettacolo, tecnologia, trending news), con un particolare focus sul territorio di riferimento di Optima.  |
| <b>Clienti</b>                   | <i>Campagne di caring</i>                                | Per mantenere un elevato engagement, Optima contatta periodicamente i suoi Clienti al fine di anticipare le esigenze e monitorare il livello di soddisfazione.   |
|                                  | <i>Training energetico</i>                               | Super Ecol, l'energy trainer di Optima integrato nelle App, è stato messo a disposizione di tutti i Clienti Consumer nel 2021, e fornisce consigli personalizzati sulla riduzione dei consumi energetici, azzerando gli sprechi, e consentendo di ottenere benefici economici e ambientali.  |
| <b>Fornitori</b>                 | <i>Optivendo e Optiman</i>                               | Dedicati agli agenti di vendita, Optivendo e Optiman sono i due programmi di formazione che si propongono di far crescere le competenze tecniche e le soft skills nella rete di vendita.   |
|                                  | <i>Rinvio al Codice Etico nei contratti di fornitura</i> | Il Gruppo, per i contratti di fornitura predisposti dal proprio ufficio legale, chiede ai fornitori di prendere visione e di sottoscrivere il Codice Etico di Optima, che fissa i valori e i principi da seguire nelle attività.   |
| <b>Azionisti e finanziatori</b>  | <i>Comunicazioni periodiche</i>                          | Il Gruppo comunica periodicamente con l'azionista di riferimento e con Alpha in merito alle performance economico-finanziarie e di sostenibilità.  |
| <b>PA e autorità regolatorie</b> | <i>Aggiornamenti sulla regolamentazione</i>              | Optima, operando in settori regolamentati, monitora costantemente gli aggiornamenti alle leggi e ai provvedimenti con personale dedicato, al fine di garantire che i processi e le pratiche interne siano allineate con quanto richiesto dalle Autorità Regolatorie.   |

## 2.3. Framework e obiettivi di sostenibilità

In linea con l'obiettivo di integrare le tematiche ESG nella strategia aziendale, Optima Italia ha elaborato un framework di sostenibilità che definisce obiettivi specifici e, ove possibile, quantificabili legati alle tematiche materiali.

Il framework, definito con un approccio bottom-up e basandosi sui risultati dell'analisi di materialità, ha visto il coinvolgimento delle funzioni aziendali attraverso interviste e workshop con i responsabili delle funzioni, che hanno individuato i principali impegni e obiettivi di sostenibilità della Società in base ai macrotrend di settore, al piano strategico della società, alle principali categorie di impatto economico e ambientale, ai principali rischi e opportunità della società, e agli impegni assunti nelle policy interne e nel Codice Etico.

Nella definizione della Strategia di Sostenibilità, Optima ha ricondotto il suo impegno ai Sustainable Development Goals (SDGs), che si presentano come il framework di riferimento per la definizione degli impatti delle aziende in ambito ESG.

Come parte dell'Agenda per lo Sviluppo Sostenibile approvata dalle Nazioni Unite nel 2015, i 17 Obiettivi di sviluppo sostenibile da raggiungere entro il 2030 affermano una visione integrata delle dimensioni ESG.

Il raggiungimento degli SDGs viene monitorato attraverso un sistema basato sui 17 Obiettivi, 169 Target e oltre 240 indicatori.

**Il framework di sostenibilità di Optima si propone di contribuire principalmente al raggiungimento di 6 dei 17 Obiettivi.**

La strategia di sostenibilità si articola in quattro pillar:

- **Centralità del cliente e qualità del servizio;**
- **Energia green e tutela dell'ambiente;**
- **Forza delle persone;**
- **Supporto alla comunità locale.**

Per ciascun pilastro, Optima ha definito un impegno di alto livello e le principali principi di attuazione, e ha declinato gli obiettivi di sostenibilità per il periodo 2022-2025.



|           | Centralità del cliente e qualità del servizio   | Energia green e tutela dell'ambiente  | Forza delle persone   | Supporto alla comunità locale   |
|-----------|---|---|---|---|
| SDGs      |   |   |   |   |
| Risultati | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diminuito di circa 2 minuti il tempo di attesa medio per parlare con un Operatore del Call Center;</li> <li>• Raggiunto il target del 94% di richieste risolte alla prima chiamata al Servizio Clienti.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% di energia elettrica da fonti rinnovabili per il CED di Milano;</li> <li>• -17% consumi di energia elettrica e gas naturale per la sede del Gruppo rispetto al 2020.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% colleghi che ricevono una regolare valutazione delle performance;</li> <li>• 15 ore di formazione pro-capite.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Oltre il 90% dei dipendenti provenienti dal territorio della Regione Campania;</li> <li>• €500k investiti in iniziative a supporto della comunità locale nei 3 anni pre-pandemia.</li> </ul> |
| Obiettivi | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantenere il tempo di attesa medio per parlare con un Operatore sotto i 30 secondi;</li> <li>• Introdurre nuove funzionalità per i Clienti nelle App e negli altri canali digitali.</li> </ul>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% di energia elettrica da fonti rinnovabili per la sede del Gruppo a partire dal 2022;</li> <li>• Super Ecò disponibile per il 100% delle utenze Consumer.</li> </ul>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% di job posting sull'intranet aziendale coperte da risorse interne;</li> <li>• 80% di dipendenti ingaggiati su tematiche ESG durante i programmi di formazione.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promuovere l'Innovation Village Award 2022 con un contributo di circa €20.000;</li> <li>• Avviare nuove iniziative a supporto della comunità locale.</li> </ul>                              |

Maggiori dettagli in merito alle iniziative, alle strategie del gruppo, e ai risultati ottenuti sono contenuti nei prossimi capitoli del Bilancio di Sostenibilità.



### 3. CENTRALITÀ DEL CLIENTE E SEMPLIFICAZIONE

Fin dall'avvio delle sue attività, Optima ha posto al centro delle sue attività l'attenzione al cliente: la soddisfazione delle esigenze e la qualità del servizio sono il fulcro della strategia del Gruppo.

Con questa visione, Optima ha sviluppato le relazioni con i suoi Clienti ponendosi come un consulente per la gestione delle utenze, anziché un semplice fornitore di energia e servizi di telecomunicazioni, e il suo approccio è sempre stato orientato all'ascolto e al dialogo, e alla proposta di soluzioni *tailor-made*.

**Progettazione e realizzazione in house dei processi e delle soluzioni tecnologiche**, al fine di semplificare la gestione delle utenze e creare e offrire prodotti e servizi innovativi e sicuri, basando l'attività di Ricerca e Sviluppo sull'ascolto continuo dei Clienti

Implementazione di una **strategia multicanale nel processo di vendita e di assistenza ai clienti**, volta a raggiungere gli utenti attraverso i touchpoint online e offline, privilegiando le soluzioni preferite dagli stessi

**Monitoraggio continuo della qualità dei servizi e della professionalità degli agenti** di vendita e del personale di assistenza, a garanzia della puntualità, fluidità e trasparenza delle comunicazioni

**Progetti di collaborazione con i Clienti privati e business**, finalizzati ad aumentare la trasparenza sui consumi di energia e sulla struttura delle tariffe e dei prezzi nel mercato energetico



#### Highlights 2021:

- Aumentate le funzionalità delle App per Clienti Business e Consumer;
- Diminuito di circa 2 minuti il tempo di attesa medio per parlare con un Operatore del Call Center;
- Raggiunto il target del 94% di richieste risolte alla prima chiamata al Servizio Clienti;
- Svolte attività di formazione del personale in ambito Privacy e Cybersecurity.

#### Obiettivi per il futuro:

- Sviluppare il team «Customer Excellence», dedicato al miglioramento della qualità del servizio e al monitoraggio della soddisfazione dei clienti;
- Introdurre nuove funzionalità all'interno dell'app e degli altri canali digitali, che consentano ai clienti maggiore autonomia;
- Mantenere il tempo di attesa medio per parlare con un Operatore del Call Center sotto i 30 secondi;
- Aumentare ulteriormente gli investimenti in Cybersecurity.



### 3.1. Value Proposition

Per il Gruppo, la relazione con i propri clienti è fondata sulla comprensione delle esigenze di persone e imprese e sulla reattività nell'offerta di soluzioni efficaci, innovative e sostenibili, mantenendo elevati standard di qualità nei processi di vendita e di assistenza.

In concreto, i driver di valore per Optima Italia sono la semplificazione e lo sviluppo di nuove offerte di prodotti e servizi, in linea con le esigenze dei Clienti.

La "rivoluzione Optima" è nata infatti con l'obiettivo di garantire relax e semplificazione della vita ai propri clienti, facilitando la gestione delle utenze grazie all'interlocuzione con un unico operatore, un solo servizio di assistenza clienti, e alla fatturazione di tutti i servizi con un'unica bolletta contenente l'intero resoconto dei consumi, in maniera chiara, trasparente e facile da consultare.

A fianco del "mantra della semplificazione", l'impegno di Optima ad ascoltare i propri clienti si è tradotto nello sviluppo di soluzioni personalizzate per le utenze domestiche e per i clienti business, proponendo oggi 5 opzioni di offerta ritagliate sulle esigenze del cliente: dal servizio singolo a consumo, a tariffa fissa o indicizzato, a servizi multipli con tariffa ibrida.

Valorizzando la relazione di Optima con i suoi Clienti e mirando a diventare un partner a 360° di famiglie e aziende su tutto il territorio nazionale, Optima nel corso del tempo ha ampliato la propria offerta dalla fornitura di energia e di servizi di telecomunicazione, a prodotti e soluzioni nei settori dell'efficienza energetica, dell'healthcare, delle assicurazioni e della mobilità sostenibile.

Offrendo questi VAS (value-added services), l'obiettivo per il Gruppo è la trasformazione da una multi-utility tradizionale a una smart company, mantenendo come faro il mantra della semplificazione e l'ascolto delle esigenze del cliente.

#### TRASPARENZA

Il processo di acquisizione dei clienti si basa su una strategia multicanale: il cliente può scegliere se rivolgersi a un canale digitale (sito web e App) o a un canale fisico (agenzie monomandatari, punti vendita multi-marca, agenti), stabilendo una relazione diretta con un agente presente sul territorio.

Optima crede fortemente nel valore aggiunto dell'essere vicini alle comunità, anche fisicamente: per questo motivo, nonostante la forte spinta sui canali digitali, ai clienti che preferiscono l'interazione in presenza con un esperto per la configurazione di un'offerta, viene assegnato un agente secondo un criterio di prossimità, facendo leva sulla capillare presenza sul territorio nazionale garantita dagli oltre 700 agenti.

Indipendentemente dal canale, Optima si pone come un partner per il Cliente: la configurazione dell'offerta non è standardizzata, ma è sempre basata sull'interazione con l'Utente, che riceve una consulenza in base ai

suoi consumi e alle sue esigenze.

In linea con i principi del Codice Etico, Optima si impegna a creare e sviluppare rapporti di fiducia e di reciproca e duratura soddisfazione con i Clienti, stabilendo un pilastro della strategia commerciale di Optima: la trasparenza nelle relazioni con gli Utenti.

L'organizzazione commerciale di Optima Italia prevede la presenza di molti operatori e la collaborazione con diversi partner commerciali che operano su più canali per la vendita dei servizi ai clienti consumer e business.

Il Gruppo adotta una politica di "tolleranza zero" rispetto alle potenziali violazioni del rapporto fiduciario tra gli Utenti e gli agenti di vendita, applicando una selezione rigorosa delle agenzie di cui si avvale e dei controlli stringenti.

Le agenzie a cui si affida Optima per la vendita sul territorio devono



possedere i requisiti, le autorizzazioni, e le licenze richieste dall'ARERA. Inoltre, gli agenti sono formati sulle leggi e i regolamenti da rispettare nelle loro attività

Per garantire che la relazione con i Clienti sia sempre in linea con elevati standard di qualità, Optima svolge controlli continui sulla correttezza dell'operato della rete di vendita.

Con l'obiettivo di minimizzare il numero di contratti conclusi senza il consenso del Cliente o con una limitata comprensione delle condizioni contrattuali, Optima ha previsto tre tipi di controlli:

- Gestione al 100% digitale della contrattualistica: il potenziale Cliente riceve una OTP su un dispositivo personale per poter accettare una proposta contrattuale, e in seguito all'accettazione riceve un messaggio di conferma e la contrattualistica firmata digitalmente, anche in caso di vendita in presenza;
- Policy di quality check call: in seguito all'accettazione di un contratto da parte del Cliente mediante uno dei canali di vendita, lo staff di Optima Italia contatta l'Utente per verificare che il Cliente abbia consapevolmente accettato la proposta e che abbia compreso i termini contrattuali dell'offerta;
- Monitoraggio attraverso l'analisi dei dati delle vendite: utilizzando le competenze di Data Analytics presenti in azienda, Optima monitora i dati delle vendite e prevede dei processi di segnalazione per

risolvere eventuali anomalie prima che possano sorgere reclami da parte dei Clienti.

Oltre alla trasparenza contrattuale e all'attenzione alla consapevolezza da parte del Cliente, il Gruppo pone molta attenzione alla trasparenza tariffaria, in particolare nei contratti con i Clienti business.

A questo scopo, nel corso del 2021 ha preso forma il progetto "SuperImpresa Suite", con l'obiettivo di offrire ai clienti business di Optima un approccio da energy community, condividendo informazioni di mercato e offerte con i clienti.

Nell'ambito del progetto, il Gruppo ha realizzato una piattaforma per dare accesso al cliente a informazioni sui prezzi all'ingrosso dell'energia, rendendo trasparente la value chain del mercato.

Oltre ad aumentare la consapevolezza del Cliente, SuperImpresa Suite è uno step in più verso un approccio consulenziale integrato di Optima: il cliente del settore energia può infatti scegliere il tipo di tariffa più adatto alle sue esigenze (fisso o variabile), basandosi su una migliore comprensione del mercato, e modificando la tariffa in base ai suoi consumi e all'andamento dei prezzi.

Infine, le tematiche legate alla compliance con la regolamentazione e le norme relative alla trasparenza con i Clienti, e le modalità di gestione dei reclami e delle controversie, saranno approfondite nel Capitolo 7, Paragrafo 7.2.

## CUSTOMER SATISFACTION

Con l'obiettivo di mantenere alto l'engagement con i clienti, Optima Italia ha intrapreso due iniziative di caring durante il periodo di rendicontazione.

La prima, di tipo commerciale, ha previsto l'attivazione gratuita di Amazon Prime per tutti gli Utenti di Optima Italia con un'offerta SUPERCASA Smart e SUPERCOMBO e l'offerta del Teleconsulto Medico con YouHealthy a un canone mensile ridotto.

A fianco delle campagne commerciali, periodicamente Optima contatta telefonicamente gli Utenti al fine di monitorare i livelli di soddisfazione, rilevare eventuali carenze e disservizi, e cogliere spunti di miglioramento proveniente dai Clienti.

Nel 2021, Optima ha contattato mensilmente circa il 15% della sua *customer base*, rafforzando il suo orientamento alla "customer centricity".

## IL TEAM CUSTOMER EXCELLENCE

Con l'obiettivo di ottenere il miglioramento dell'esperienza che il cliente vive quando entra in contatto con la Società ("Customer Journey"), Optima ha creato la unit Customer Excellence per monitorare tutti i touchpoint con i Clienti e individuare gli interventi migliorativi necessari, monitorando la Customer Satisfaction e il Net Promoter Score (NPS), i due indicatori maggiormente utilizzati nel settore.

Al Team di Customer Excellence è stata attribuita la responsabilità di valutare tutte le attività dei punti di contatto tra Optima Italia e i suoi Clienti, in termini di processi, procedure, corretta gestione da parte delle risorse e soddisfazione del cliente, svolgendo attività di Controllo qualità sulle risorse, tramite l'ascolto delle chiamate e controlli a campione:

- Survey verso i Dipendenti e i Clienti, mirate all'individuazione di spunti di ottimizzazione e all'individuazione di aspetti critici nell'erogazione dei servizi;
- Misurazione dei risultati in seguito agli interventi di ottimizzazione, mediante la somministrazione di survey per rilevare la Customer Satisfaction (CSAT).

Per il 2022, l'obiettivo del team Customer Excellence è l'automazione dell'invio di survey per rilevare il Net Promoter Score e il Customer Satisfaction Score ai clienti, individuando valori dell'NPS e del CSAT di partenza per porsi degli obiettivi di miglioramento per gli anni futuri.



## 3.2. Assistenza clienti, velocità e multicanalità

Nella strategia di crescita di Optima Italia, la “customer centricity” rappresenta uno dei pilastri fondamentali: al centro della generazione di valore per Optima vi è una relazione con i Clienti basata su alti standard qualitativi e su trasparenza e correttezza nelle relazioni, sia nelle fasi di acquisizione dei clienti, che nell'erogazione dei servizi di assistenza.

Con l'obiettivo di essere riconosciuto per la semplificazione a vantaggio dei Clienti, il Gruppo ha investito per rendere il servizio clienti efficiente ed efficace nella risoluzione dei problemi e nella risposta alle domande degli Utenti: il primo passo in questo percorso è stata la predisposizione di diversi canali digitali di assistenza al cliente, da affiancare al tradizionale canale di assistenza telefonica.

L'assistenza ai clienti oggi si sviluppa tramite:

- **Telefono e Mail:** canali tradizionali a supporto dei clienti, tramite cui l'utente può richiedere di risolvere il suo problema o di essere ricontattato per parlare con un operatore;
- **App My Optima e App Optima Business:** dedicate rispettivamente ai clienti Consumer e Business, disponibile sugli store Android e iOS, dalle quali è possibile in qualsiasi momento verificare i propri dati, servizi attivi, le spedizioni, le fatture, effettuare l'autolettura ed effettuare una Ricarica Mobile;
- **Self Care:** sull'area Clienti nel sito web, i Clienti possono gestire le proprie utenze in autonomia in qualsiasi momento, ed entrare in contatto con Optima tramite l'assistente virtuale e la live chat. Inoltre, per i clienti business è disponibile da selfcare web e app la possibilità per il cliente di prenotare la richiamata da parte del Servizio Clienti Optima con pochi click;
- **Assistente virtuale:** Alan, l'assistente virtuale Optima con intelligenza artificiale, consente al cliente di gestire le proprie utenze, verificando il proprio stato di attivazione, scaricando moduli, visualizzando lo stato della sua SIM Mobile e visualizzando e/o scaricando le fatture e lo stato di morosità;
- **Chat Live:** in aggiunta all'operatore virtuale, un canale di assistenza chat (via Chat in APP, Whatsapp, Telegram e Facebook) connette immediatamente il cliente con un operatore umano per dare assistenza completa sia di tipo tecnico che amministrativa;

In linea con i requisiti dettati dalle autorità regolatorie nei settori energetici e delle telecomunicazioni, Optima Italia monitora e agisce su alcuni indicatori di qualità del servizio. In particolare, gli indicatori monitorati sono il Service Level (calcolato come percentuale delle chiamate dei clienti che riescono a parlare con un operatore sul totale delle chiamate), il Call Center average waiting time (secondi di attesa in media per parlare con un operatore), il Ratio Calls on AoA (rapporto tra il numero di chiamate ricevute sul numero totale di clienti) e la First Call Resolution (rapporto tra richieste risolte con i clienti alla prima chiamata totale delle richieste).

### Livelli di qualità del servizio

|  | 2020  | 2021  | Variazione 2020-2021 | Obiettivi 2022-2025 |
|--|-------|-------|----------------------|---------------------|
|  | Media | Media |                      |                     |
| Service Level (%)                      | 89,4% | 99,4% | +9,9 p.p.            | ≥ 95%               |
| Call Center average waiting time (sec) | 129   | 8,2   | -118,75              | ≤ 30                |
| First call resolution (%)              | 89,4% | 94,4% | +3,15 p.p.           | ≥ 90%               |
| Ratio Calls on AoA (%)                 | 1,04% | 0,61% | -0,42 p.p.           | ≤ 0,6%              |

I dati dimostrano l'impegno di Optima volto a migliorare la qualità del servizio. Gli investimenti del Gruppo hanno permesso ai consumatori di beneficiare di un livello di servizio molto alto, dato il Service Level vicino al 100% in seguito a un miglioramento di circa 10 punti percentuali dal 2020 al 2021. I clienti di Optima, in seguito al potenziamento dei call-center, nel 2021 hanno atteso in media solo 8,2 secondi prima di poter parlare con un operatore, e nella quasi totalità dei casi riescono a risolvere le loro richieste in una sola chiamata (94,4% dei casi): in questo ambito si registra un forte miglioramento, considerando che il tempo di attesa è diminuito di circa 2 minuti rispetto al 2020 e che il tasso di risoluzione alla prima chiamata è aumentato di 3,1 punti percentuali.

Infine, in linea con l'impegno nel migliorare il proprio servizio in base al feedback degli Utenti e con la predisposizione di canali di gestione delle utenze digitali e veloci, nel 2021 il Gruppo ha visto diminuire il numero di chiamate ricevute per cliente del 41% rispetto al 2020. Il Gruppo, consapevole dell'importanza dei risultati ottenuti e della rilevanza strategica della qualità del servizio, ha stabilito l'obiettivo di mantenere i principali indicatori ai livelli dei principali player nel settore delle multi-utility in Italia.



## PRIVACY DEGLI UTENTI

In linea con i requisiti del GDPR, Optima Italia ha predisposto e implementato un modello di organizzazione e gestione dei dati personali e di un Data Protection Officer (DPO), al fine di garantire la sicurezza del trattamento dei dati rispetto ai dipendenti e ai clienti, agli agenti, ai fornitori e agli altri business partner, che siano essi persone fisiche e società terze.

Il modello, che comprende anche un servizio di monitoraggio di sicurezza e di gestione degli incidenti, prevede sistemi e servizi che vengono costantemente monitorati e implementati dalle strutture aziendali competenti.

Oltre agli adempimenti previsti dalla legge, Optima Italia, data la sensibilità sul tema della tutela della privacy e della riservatezza dei dati aziendali, ha previsto una giornata annuale di awareness e formazione sulla GDPR e sulle misure fondamentali di sicurezza dei dati rivolto a tutto il personale della Società.

Nel 2021, il Gruppo non ha rilevato episodi di “data breach”, né ha ricevuto sanzioni in ambito privacy.

## 3.3. L'innovazione in Optima Italia

La leva fondamentale per il raggiungimento degli obiettivi strategici di Optima è l'innovazione, che costituisce uno dei driver principali per il successo del Piano Industriale e delle iniziative strategiche del Gruppo.

Optima è una Digital Company, animata dall'idea che la tecnologia e gli strumenti digitali siano fondamentali per la crescita e sviluppo dell'azienda.

L'azienda ha saputo mantenere negli anni l'approccio all'innovazione caratteristico di una start-up, fondato su tre elementi:

- **Customer centricity:** l'ascolto continuo delle esigenze del cliente, che forniscono la direzione verso cui indirizzare la ricerca e lo sviluppo di soluzioni innovative;
- **Coltivazione dei talenti:** l'investimento in competenze tecniche specialistiche, finalizzato ad attrarre i migliori talenti sul mercato, a formare internamente le risorse junior provenienti dalle Università e dalle Academy digitali, e ad accrescere il patrimonio informativo aziendale, asset prezioso per Optima Italia;
- **Spirito innovativo diffuso:** il focus sull'Open Innovation, che vede protagonisti gli stakeholder interni e i partner esterni nella proposizione di nuove idee e di nuove opportunità, con l'obiettivo di diffondere la cultura dell'innovazione nell'ecosistema del Gruppo e di intercettare in anticipo i trend tecnologici e le opportunità di sviluppo.

L'innovazione in Optima si esplicita in tutti gli ambiti di operatività, con un focus particolare sullo sviluppo di prodotti e servizi rivolti ai clienti, sulla gestione di processi complessi per semplificare la vita dei clienti, sul miglioramento dei processi interni volti ad aumentare la qualità complessiva dei servizi offerti e sulla riduzione dell'impatto ambientale.



### 3.3.1 L'innovazione per i Clienti

#### SMART BILLING

In linea con il mantra della semplificazione, la prima innovazione di Optima Italia riguarda i sistemi di billing, predisposti per elaborare ed integrare in un'unica fattura tutti i servizi che compongono l'offerta del cliente.

Sulla base dei consumi relative ai diversi servizi di Optima, i sistemi informativi aggregano i costi che verranno addebitati in fattura, consentendo al Cliente di ricevere un'unica bolletta per tutti i servizi: dall'energia e i servizi voce e internet, ai servizi di assicurazione e teleconsulto medico.

#### SMART METERING

Optima si pone oggi come un partner energetico per i propri clienti, non solo attraverso la fornitura di energia e la consulenza sulle offerte e le tariffe migliori, ma anche con un supporto per l'efficientamento energetico e la riduzione dei consumi.

In linea con la missione aziendale, Optima ha sviluppato e diffonderà nel corso del 2022 un applicativo di Smart Metering, che consentirà ai clienti di monitorare il consumo reale di energia, fornendo delle informazioni sulle inefficienze e sui picchi di consumo che incidono sulla bolletta finale.

L'applicativo invierà notifiche e fornirà consigli puntuali sulle fonti di spreco energetico nell'utenza, oltre che a integrare le funzionalità di Super Ecò, l'energy trainer di Optima, che suggerisce comportamenti utili per ridurre i consumi sulla base del profilo dell'utente e delle abitudini di consumo.



#### CHATBOT FACEBOOK, SITO WEB E TELEGRAM E GOOGLE ASSISTANT

Optima è stata una delle prime multi-utility italiane a sviluppare una chatbot per il servizio di assistenza ai suoi clienti.

"Alan", l'assistente virtuale Optima con intelligenza artificiale, consente al cliente di gestire le proprie utenze, verificando il proprio stato di attivazione, scaricando moduli, visualizzando lo stato della sua SIM Mobile e visualizzando e scaricando le fatture e lo stato di morosità.

### 3.3.2 L'innovazione nei processi interni

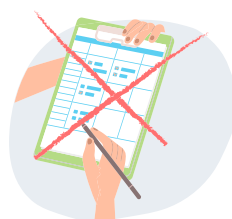
#### TUTTUNIZZATORE

Per fornire ai potenziali Clienti un'offerta disegnata sulla base delle esigenze principali e delle abitudini di consumo, Optima ha predisposto uno strumento di vendita di supporto agli agenti per consentire di aggregare in un unico software tutte le offerte commerciali disponibili e per digitalizzare interamente il processo di pre-vendita.

Grazie al collegamento con gli applicativi per la gestione della contrattualistica e al CRM, il Tuttunizzatore consente inoltre di ridurre i rischi di errori nella gestione della modulistica e i tempi tecnici per stipulare e attivare i contratti.

#### OPTIMA SOLUTION

Le peculiarità e la ricchezza dell'offerta del Gruppo hanno sempre richiesto delle soluzioni di gestione interna complesse e personalizzate.



Il team di esperti di IT Operations di Optima ha dunque sviluppato in house un applicativo che estende le funzionalità di base del sistema gestionale, integrando i processi contabili, il controllo di gestione, la gestione della tesoreria e del rapporto con le banche, il credit management e i processi legati alla logistica.

L'obiettivo del team è quello di offrire gli strumenti per velocizzare e automatizzare i processi amministrativi principali, in modo tale da ridurre le probabilità di errori per assicurare una governance trasparente e migliorare i processi - come la fatturazione, la gestione del credito e la logistica - che hanno un impatto diretto sul Cliente.



### 3.4. Cyber-security nell'infrastruttura IT

Per una Digital Company come Optima Italia, l'indisponibilità dei sistemi informatici o di violazione dei dati all'interno dell'infrastruttura IT costituiscono rischi da gestire e monitorare con attenzione, considerando la rilevanza strategica di questi asset per lo sviluppo del Gruppo.

Per questo motivo, Optima ha definito una strategia di cyber-security per proteggere le infrastrutture e i dati dei clienti.

In Optima, la gestione della sicurezza informatica si attua per mezzo di azioni volte a prevenire, identificare e neutralizzare eventuali attacchi informatici, e di azioni per minimizzare le conseguenze di eventuali danni.

Per quanto riguarda la prevenzione, il team di cyber-security di Optima Italia ha predisposto soluzioni tecnologiche e servizi abilitanti a disposizione dell'azienda, in linea con le metodologie e gli standard di sicurezza internazionali.

Nell'ottica del miglioramento continuo che permea tutte le attività del Gruppo, il principale obiettivo di Optima in ambito sicurezza informatica riguarda lo sviluppo di un framework per migliorare la governance dei dati in fase di raccolta, di conservazione e utilizzo, in modo da migliorare la resilienza agli attacchi cyber.

Infine, in Optima, l'impegno ad assicurare soluzioni tecniche all'avanguardia si muove di pari passo con la proposizione della cultura della sicurezza informatica all'interno dell'azienda: l'obiettivo è di sensibilizzare i dipendenti e i principali partner sui comportamenti, consapevoli o inconsapevoli, che possono risultare inappropriati per la cyber-security.



## 4. LA FORZA DELLE PERSONE

Le persone sono la forza con cui Optima Italia rinnova ogni giorno il suo approccio innovativo al business, migliorando la vita dei propri clienti e creando valore per tutti gli stakeholder. Operando in un contesto fortemente orientato all'evoluzione di prodotti e servizi, poter contare su risorse altamente qualificate è un elemento fondamentale per il successo sostenibile dell'azienda. Optima Italia è in particolare da sempre impegnata a garantire un ambiente di lavoro dove ognuno possa realizzare il proprio potenziale, favorendo il coinvolgimento e lo sviluppo dei dipendenti in un percorso di crescita sia per l'organizzazione sia per le sue persone.



Programmi strutturati di **training e coaching**, orientati all'acquisizione di **competenze tecniche specialistiche**, di **soft skills**, e alla crescita personale, collegati al sistema di **valutazione della performance** basato sugli obiettivi aziendali e su obiettivi specifici dei dipendenti

Opportunità di **crescita e mobilità interna**, con l'obiettivo di promuovere la valorizzazione delle competenze dei dipendenti e di favorire **l'attraction e la retention dei talenti**

Programmi di **welfare** e iniziative per aumentare il **benessere dei dipendenti**

Riconoscimento delle **pari opportunità** per tutti i dipendenti e nei processi di selezione, e sostegno a iniziative sulle tematiche di Diversity, Equality & Inclusion (DEI)

Tutela della **salute e sicurezza** dei dipendenti

### Highlights 2021:

- 281 colleghi;
- 53% donne;
- 100% colleghi che ricevono una regolare valutazione delle performance;
- 15 ore di formazione pro-capite.

### Obiettivi per il futuro:

- 100%: Mantenere della percentuale di colleghi che ricevono una regolare valutazione delle performance;
- 90%: Percentuale di colleghi soddisfatti dalle attività di formazione;
- Entro il 2023: Completo renewal del programma di welfare;
- Entro il 2023: Attivare una survey di employee engagement.

**4** QUALITY EDUCATION



**8** DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



## 4.1. Valorizzazione del capitale umano

Il capitale umano è il patrimonio aziendale più importante e rappresenta il motore per la crescita di Optima Italia. I dipendenti sono innanzi tutto ambasciatori delle iniziative di innovazione e sostenibilità del Gruppo e trasmettono ai clienti l'entusiasmo e la loro passione. Attrarre, sviluppare e trattenere i talenti, creare un senso di appartenenza e collaborazione sono gli obiettivi che Optima Italia si è posta sin dalla fondazione della Società, e, a tal fine, sono state attivate una serie di attività per garantire un ambiente di lavoro stimolante, inclusivo e senza discriminazioni.

Al 31 dicembre 2021 Optima Italia impiega, in Italia, 271 persone, di cui il 53% donne, dato in linea con il 2020. Solo il 2% dei dipendenti è assunto a tempo determinato, a testimonianza dell'importanza data dal Gruppo ad instaurare rapporti duraturi con i propri collaboratori. La popolazione aziendale è composta principalmente da impiegati (251 dipendenti, il 93% della forza lavoro) con un'età tra i 30 e i 50 anni (247 dipendenti, il 91% della forza lavoro). Tutti i colleghi sono coperti da un contratto di contrattazione collettiva<sup>8</sup>.

I colleghi situati in Italia sono affiancati dai colleghi di Optima Albania S.h.p.k., che svolgono alcune delle principali attività operative del Gruppo, tra cui CRM, data entry e supporto dell'assistenza clienti. I 304 colleghi sono un elemento fondamentale per il successo delle attività del Gruppo e sono tutti localizzati negli uffici di Optima Italia a Tirana<sup>9</sup>.

### Dipendenti per genere e contratto di lavoro

|                            | 31/12/2021 |            |            | 31/12/2020 |            |            |
|----------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|                            | Uomini     | Donne      | Totale     | Uomini     | Donne      | Totale     |
| <b>Tempo indeterminato</b> | 123        | 143        | <b>266</b> | 134        | 147        | <b>281</b> |
| <b>Tempo determinato</b>   | 5          | 0          | <b>5</b>   | 6          | 2          | <b>8</b>   |
| <b>Totale</b>              | <b>128</b> | <b>143</b> | <b>271</b> | <b>140</b> | <b>149</b> | <b>289</b> |

### Dipendenti per genere e contratto di lavoro

|                  | 31/12/2021 |            |            | 31/12/2020 |            |            |
|------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|                  | Uomini     | Donne      | Totale     | Uomini     | Donne      | Totale     |
| <b>Full-time</b> | 126        | 110        | <b>236</b> | 139        | 116        | <b>255</b> |
| <b>Part-time</b> | 2          | 33         | <b>35</b>  | 1          | 33         | <b>34</b>  |
| <b>Totale</b>    | <b>128</b> | <b>143</b> | <b>271</b> | <b>140</b> | <b>149</b> | <b>289</b> |

Al 31 dicembre 2021 si registrano un totale di 35 dipendenti con contratto part-time, per la maggioranza donne.

Optima Italia ha una presenza stabile con i propri servizi e rete commerciale in tutte le aree geografiche italiane ma ha anche mantenuto un forte legame con il territorio in cui è nata: il 100% dei senior manager assunti nel biennio 2020-2021 è italiano e nato in Campania.

Nel corso del 2021 sono state assunte 21 nuove risorse (contro le 9 del 2020), a testimonianza del rinnovato impegno a di Optima Italia nel puntare sul capitale umano come elemento distintivo per una crescita duratura del Gruppo. Le uscite, di contro, sono state 41 (in calo rispetto alle 44 del 2020).

Al fine di valorizzare le competenze dei colleghi, nel corso degli ultimi anni il Gruppo ha sempre più puntato su programmi di mobilità interna: nel 2021 è stato creato un portale di job posting interno che permette alla funzione HR di aprire delle posizioni dedicata agli attuali colleghi, con l'obiettivo di offrire ai dipendenti la possibilità di seguire le proprie aspirazioni, anche attraverso un cambio di ruolo e dei programmi di formazione ad hoc, e di favorire la retention dei talenti. Il forte impegno del Gruppo su questo aspetto è testimoniato dall'obiettivo di coprire il 100% delle posizioni aperte sul portale di job posting interno con risorse interne.

Nel processo di recruitment, improntato su principi di trasparenza e imparzialità, vengono spesso attivate partnership con alcuni rinomati atenei italiani (come ad esempio l'Università degli Studi di Napoli Federico II e l'Università degli Studi di Napoli Parthenope), finalizzate ad attrarre risorse junior dalle università con l'obiettivo di formarle gradualmente e valorizzarle.

In particolare, oltre a corsi di formazione "in aula" sulle soft e le hard skills, Optima Italia ha sempre dato particolare rilievo ai programmi di formazione on the job per le risorse junior, con la convinzione che l'affiancamento a colleghi esperti possa favorire l'appendimento di competenze tanto trasversali quanto specifiche, contribuendo allo sviluppo dei dipendenti e alla creazione di valore per il Gruppo.

<sup>8</sup> Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro (CCNL) Telecomunicazione.

<sup>9</sup> Si segnala che il perimetro dei dati e delle informazioni sociali e ambientali del presente Bilancio di Sostenibilità fa riferimento alla sola Optima Italia SpA.

### Entrate e uscite per genere

|                             | 2021       |            |            | 2020       |            |            |
|-----------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|                             | Uomini     | Donne      | Totale     | Uomini     | Donne      | Totale     |
| <b>Entrate (n. persone)</b> | 16         | 5          | 21         | 8          | 1          | 9          |
| <b>Turnover in entrata</b>  | <b>13%</b> | <b>3%</b>  | <b>8%</b>  | <b>6%</b>  | <b>1%</b>  | <b>3%</b>  |
| <b>Uscite (n. persone)</b>  | 26         | 15         | 41         | 29         | 15         | 44         |
| <b>Turnover in uscita</b>   | <b>20%</b> | <b>10%</b> | <b>15%</b> | <b>21%</b> | <b>10%</b> | <b>15%</b> |

### Entrate e uscite per fasce d'età

|                             | 2021       |            |            |            | 2020       |            |             |            |
|-----------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|------------|
|                             | <30        | 30-50      | >50        | Totale     | <30        | 30-50      | >50         | Totale     |
| <b>Entrate (n. persone)</b> | 8          | 12         | 1          | 21         | 4          | 5          | 0           | 9          |
| <b>Turnover in entrata</b>  | <b>47%</b> | <b>5%</b>  | <b>14%</b> | <b>8%</b>  | <b>10%</b> | <b>2%</b>  | <b>0%</b>   | <b>3%</b>  |
| <b>Uscite (n. persone)</b>  | 10         | 31         | 0          | 41         | 13         | 28         | 3           | 44         |
| <b>Turnover in uscita</b>   | <b>59%</b> | <b>13%</b> | <b>0%</b>  | <b>15%</b> | <b>32%</b> | <b>11%</b> | <b>100%</b> | <b>15%</b> |

La gestione del personale ha da sempre ricoperto un ruolo cruciale nell'organizzazione aziendale: Optima Italia punta ad attrarre i migliori talenti e a farli crescere in un ambiente inclusivo capace di valorizzare le competenze di ciascuno. Il processo di performance review è stato nel corso degli anni sempre più affinato e copre oggi il 100% della popolazione aziendale.

Ogni anno vengono assegnati specifici obiettivi ad ogni risorsa, che viene poi valutata attraverso un processo che prevede:

- Una valutazione intermedia con conseguente feedback alla risorsa;
- Un'auto valutazione da parte della risorsa che viene poi discussa con il valutatore e che porta poi alla valutazione finale;
- Una fase di calibration e infine il feedback alla risorsa al termine del processo di performance review.

Gli obiettivi possono essere di diverso tipo a seconda del ruolo in azienda e sono divisi tra obiettivi aziendali, obiettivi di funzione (che hanno il peso più significativo nella valutazione delle performance) e soft skill. Queste ultime sono particolarmente rilevanti per i dipendenti e possono comprendere capacità relazionali (teamwork), capacità realizzative (orientamento al risultato), capacità trasversali (proattività) e capacità di people management (leadership). Le soft skill identificate sono fondamentali per definire e calibrare i percorsi di crescita e per identificare il profilo di quelli che definiamo "Optima People".

Per rendere più trasparente ed efficace il processo di performance review, Optima Italia ha introdotto un portale dedicato. Il portale rende più semplice il monitoraggio e la gestione delle scadenze e aiuta a tracciare in modo trasparente gli obiettivi assegnati, le valutazioni e i feedback ricevuti. La valutazione si chiude con l'assegnazione di un "Performance Index"

complessivo da 0% a 100%, utile a fornire un riscontro complessivo alla risorsa coinvolta nel processo. Il processo di performance review è collegato alla remunerazione variabile e all'attivazione di programmi di training volti a valorizzare punti di forza e a colmare aree di miglioramento identificate per ciascun dipendente. Per il futuro il Gruppo vuole rendere sempre più trasparente il processo di performance review e continuare a garantire una valutazione strutturata delle performance alla totalità dei dipendenti.

Per garantire a tutti i colleghi gli strumenti e le conoscenze necessari per raggiungere gli obiettivi aziendali e individuali, è fondamentale aver definito percorsi formativi volti ad espandere le competenze, scoprire nuove abilità e migliorare le performance di ognuno. Optima Italia crede fermamente nella valorizzazione delle proprie persone e, accanto ai percorsi di formazione tradizionali, ha attivato dal 2021 un ambizioso progetto che prende il nome di Optima Campus.

La formazione erogata tramite Optima Campus verte su 4 pilastri strettamente interconnessi:

- **Formazione su soft skills:** la proposta formativa, erogata da professionisti della formazione, abbraccia diversi ambiti tra cui i collaboratori possono scegliere secondo i loro bisogni. Per l'edizione 2021 l'offerta si è in particolare focalizzata su time management, problem solving, team working, la delega per i profili manageriali, leadership;
- **Formazione sulle technical skill:** ai corsi esterni sulle soft skill si intersecano proposte formative sulle technical skill per affinare le competenze tecniche. Data la peculiarità delle attività di Optima Italia e delle soluzioni tecnologiche adottate, particolarmente innovative e customizzate sui bisogni del Gruppo e dei suoi clienti, questi corsi di formazione sono erogati dai colleghi più esperti;



- **Optima Campus Coach:** incontri e workshop volti a stimolare l'interazione con coach di esperienza internazionale. Gli incontri prevedono speech ed eventi ad hoc per dipendenti e dirigenti di Optima Italia con il coinvolgimento di corporate Coach abituati ad interfacciarsi con le più rinomate aziende nazionali e internazionali;
- **Campus VIP Coach:** rivestono un importante momento di confronto con personaggi della cultura, dello spettacolo, della politica e dell'imprenditoria. Questo particolare focus, che nel 2021 ha visto la partecipazione di teacher quali Ivan Zazzaroni (giornalista e direttore del Corriere dello Sport), Nino Di Costanzo (chef pluristellato di fama internazionale), Riccardo Monti (consulente, imprenditore e manager di spicco del panorama

industriale italiano).

Nell'ambito dell'iniziativa Optima Campus, il Gruppo nel 2021 ha organizzato eventi di formazione che hanno registrato 611 presenze complessive, di cui 276 presenze ai corsi sulle soft skills.

Le attività formative di Optima Campus si affiancano ai più tradizionali programmi di sviluppo delle conoscenze e competenze (siano questi obbligatori - come quelli in ambito di salute e sicurezza - o volti a rispondere a specifici bisogni formativi). Nel 2021 le persone del Gruppo hanno usufruito di 4.024 ore di formazione (in media 15 ore di formazione pro-capite) e tutti i dipendenti hanno partecipato almeno ad un corso di formazione.

#### Ore di formazione pro-capite per genere e inquadramento

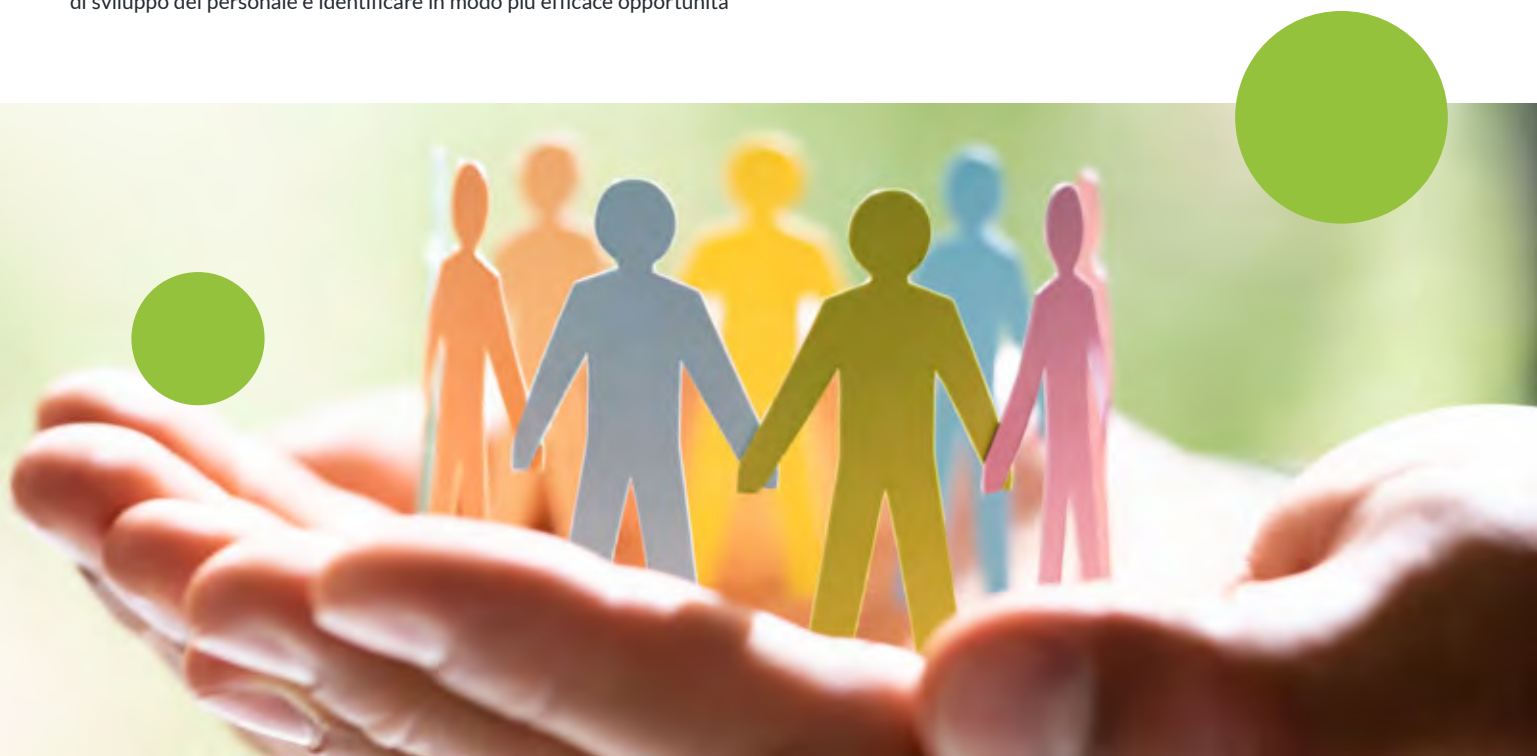
|                  | 2021         |                   |              |                  |              |                   |
|------------------|--------------|-------------------|--------------|------------------|--------------|-------------------|
|                  | Ore Uomini   | Pro-capite Uomini | Ore Donne    | Pro-capite Donne | Ore Totali   | Pro-capite Totali |
| <b>Dirigenti</b> | 0            | 0                 | 0            | 0                | 0            | 0                 |
| <b>Quadri</b>    | 88           | 7                 | 24           | 8                | 112          | 7                 |
| <b>Impiegati</b> | 1.728        | 15                | 2.184        | 16               | 3.912        | 16                |
| <b>Totale</b>    | <b>1.816</b> | <b>14</b>         | <b>2.208</b> | <b>15</b>        | <b>4.024</b> | <b>15</b>         |

Particolare attenzione è inoltre rivolta agli agenti della rete di vendita, tramite le iniziative Optivendo e Optiman, finalizzate all'erogazione di corsi volti all'acquisizione di competenze tecniche e allo sviluppo di soft skill espressamente rivolte all'attività commerciale. Le due iniziative, organizzate tramite workshop, hanno visto nel 2021 l'organizzazione di 7 eventi Optiman per un totale di 14 giornate (8/h giorno) a cui hanno preso parte una media di 40 partecipanti, con un totale di 784 ore di formazione erogate, e di 6 eventi Optivendo per un totale di 12 giornate (8/h giorno) a cui hanno partecipato, in media, 20 agenti, per un totale di 576 ore di formazione erogate.

Per il futuro, i principali obiettivi in merito allo sviluppo dei dipendenti sono volti a strutturare in modo più puntuale la mappatura delle competenze interne, al fine di rendere sempre più efficiente il processo di sviluppo del personale e identificare in modo più efficace opportunità

di job rotation tra le diverse funzioni aziendali. È inoltre confermato il particolare impegno verso le attività formative, con un target minimo di 16 ore di formazione pro-capite per ogni dipendente. Verrà inoltre attivato un processo di valutazione formale di monitoraggio della soddisfazione dei dipendenti in merito ai programmi di formazione, con l'obiettivo di arrivare almeno al 90% dei colleghi soddisfatti delle attività di training a cui hanno partecipato.

Sempre in merito alla soddisfazione dei dipendenti, il Gruppo sta lavorando per approfondire tramite strumenti specifici i bisogni del personale e prevede di attivare entro il 2023 specifiche modalità di rilevazione (employee satisfaction survey) aperte a tutti i dipendenti, al fine di poter contare su un ulteriore strumento volto ad identificare le priorità d'azione per gli anni a venire.



## 4.2. Diversity, Equality, Inclusion

La popolazione aziendale di Optima Italia, come già citato, è costituita per la maggior parte da dipendenti tra i 30 e i 50 anni (l'età media dei dipendenti è di 37 anni) e per il 53% da donne. La valorizzazione delle diversità è sempre stato un elemento fondante per la Società, al fine di sfruttare le differenti competenze delle persone del Gruppo. Optima Italia promuove a tutti i livelli un ambiente di lavoro che alimenti un senso di appartenenza tra le persone e che le stimoli a partecipare attivamente alla vita e al successo aziendali. Il Gruppo crede nel valore aggiunto dato dalla collaborazione, dal lavorare in team e dalla condivisione di esperienze e competenze. L'ambiente di lavoro di Optima Italia garantisce il rispetto,

anche in sede di selezione, della personalità e della dignità di ciascun individuo. La Società non tollera discriminazioni e abusi di ogni tipo, in base ad esempio a razza, credo religioso, appartenenza politica e sindacale, lingua, sesso, orientamento sessuale, età ed handicap. In particolare, nei rapporti con i colleghi, ogni risorsa deve comportarsi in base a principi di correttezza, civile convivenza, in spirito di piena collaborazione.

Considerando la distribuzione di genere per inquadramento, il 55% degli impiegati è di genere femminile, valore che tuttavia scende al 20% per quadri e dirigenti.

### Dipendenti per inquadramento e genere

|                  | 31/12/2021 |            |            | 31/12/2020 |            |            |
|------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|                  | Uomini     | Donne      | Totale     | Uomini     | Donne      | Totale     |
| <b>Dirigenti</b> | 4          | 1          | 5          | 7          | 0          | 7          |
| <b>Quadri</b>    | <b>12</b>  | <b>3</b>   | <b>15</b>  | <b>9</b>   | <b>1</b>   | <b>10</b>  |
| <b>Impiegati</b> | 112        | 139        | 251        | 124        | 148        | 272        |
| <b>Totale</b>    | <b>128</b> | <b>143</b> | <b>271</b> | <b>140</b> | <b>149</b> | <b>289</b> |

### Dipendenti per inquadramento e fasce d'età

|                  | 31/12/2021 |            |          |            | 31/12/2020 |            |          |            |
|------------------|------------|------------|----------|------------|------------|------------|----------|------------|
|                  | <30        | 30-50      | >50      | Totale     | <30        | 30-50      | >50      | Totale     |
| <b>Dirigenti</b> | 0          | 5          | 0        | 5          | 0          | 7          | 0        | 7          |
| <b>Quadri</b>    | <b>0</b>   | <b>12</b>  | <b>3</b> | <b>15</b>  | <b>0</b>   | <b>9</b>   | <b>1</b> | <b>10</b>  |
| <b>Impiegati</b> | 17         | 230        | 4        | 251        | 41         | 229        | 2        | 272        |
| <b>Totale</b>    | <b>17</b>  | <b>247</b> | <b>7</b> | <b>271</b> | <b>41</b>  | <b>245</b> | <b>3</b> | <b>289</b> |

Optima Italia ha nel corso degli anni maturato una consapevolezza crescente sulle tematiche di Diversity, Equality & Inclusion (DEI) e si trova in un momento del suo percorso di crescita che ha portato il management a gestire con sempre maggiore attenzione le tematiche di diversità. Il Gruppo monitora con attenzione i dati in merito alla diversità di genere per inquadramento e sta definendo un percorso di ulteriore sviluppo nella gestione di questi temi, in linea con le best practice internazionali.

La valorizzazione delle diversità e l'attenzione ad una maggiore inclusione del personale femminile in percorsi di sviluppo sono elementi importanti per lo sviluppo dell'azienda negli anni a venire e non possono prescindere da politiche di welfare indirizzate a sostegno delle esigenze di conciliazione vita-lavoro, delle situazioni di fragilità individuale, della salute e del benessere. Proprio per questi motivi, il Gruppo ha deciso di investire in modo significativo nel refresh del

proprio programma di welfare, ad oggi sviluppato per venire incontro alle esigenze emerse da un processo di confronto informale tra la forza lavoro e le funzioni aziendali preposte: entro il 2023 il programma sarà completamente rinnovato, anche con la finalità di garantire a tutti i dipendenti adeguati strumenti di conciliazione vita-lavoro e garantire pari opportunità di sviluppo.

Da sempre, in ogni caso, nei processi di assunzione, sviluppo e valutazione delle persone, Optima Italia tiene altamente in considerazione le caratteristiche individuali, le capacità, le conoscenze e le competenze professionali, favorendo un approccio orientato alla meritocrazia e alle pari opportunità, evitando qualsiasi forma di discriminazione e limitando al minimo la discrezionalità. Le stesse attenzioni vengono riservate anche al processo volto a definire le politiche retributive, che mostrano un pressoché totale allineamento tra la retribuzione di uomini e donne, in particolare per i ruoli di impiegati e quadri.



Rapporto tra lo stipendio base femminile e maschile<sup>10</sup>

|               | 2021           |                           |
|---------------|----------------|---------------------------|
|               | Stipendio base | Remunerazione complessiva |
| Dirigenti     | 0,69           | 0,69                      |
| Quadri        | 1,11           | 0,86                      |
| Impiegati     | 1,00           | 0,90                      |
| <b>Totale</b> | <b>0,83</b>    | <b>0,77</b>               |



### 4.3. Salute e sicurezza

La tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori è un prerequisito fondamentale nello svolgimento delle nostre attività, costantemente volte a garantire un ambiente di lavoro in cui le persone si sentano tutelate e sicure. Con l'avvento della pandemia da Covid-19, la gestione della tematica ha assunto una rilevanza ancora maggiore, anche se, in ogni caso, va considerato che le attività svolte dai dipendenti del Gruppo non presentano rischi particolarmente significativi nell'ambito della salute e sicurezza sul lavoro.

Optima Italia opera nel pieno rispetto della legislazione vigente in materia di salute e sicurezza e ha implementato specifiche procedure e regolamenti per assicurare la tutela dei lavoratori e, al contempo, garantire un ambiente di lavoro privo di pericoli. La Società assicura un sistema aziendale idoneo a salvaguardare la salute dei lavoratori, garantendo il rispetto degli standard tecnico-strutturali di legge relativi ai luoghi di lavoro, attrezzature, ecc.

Periodicamente viene svolta un'attività concreta e puntuale di valutazione dei rischi e di predisposizione delle misure di prevenzione e protezione conseguenti, svolta in congiunzione con una efficiente attività di sorveglianza sanitaria e di vigilanza sulla corretta acquisizione di documentazione e certificazioni richieste dalla legge e del loro rispetto da parte dei lavoratori.

Elemento fondamentale per lo sviluppo di una cultura della sicurezza è inoltre ricoperto dall'attività formativa, che viene erogata nel rispetto della normativa vigente e monitorata con costanza dalla funzione risorse umane. Nel 2021, oltre 830 ore di formazione sono state dedicate specificamente a questi aspetti.

È anche grazie ai presidi attivati, alle attività descritte sopra e alla responsabilità di tutti i colleghi che nel 2020 e nel 2021 non sono stati registrati infortuni sul lavoro da parte dei dipendenti di Optima Italia. Nel corso dell'esercizio, inoltre, non si sono registrati addebiti in ordine a malattie professionali su dipendenti o ex dipendenti per cui la Società è stata dichiarata definitivamente responsabile.

|  | 2021          | 2020          |
|--|---------------|---------------|
|  | <b>Totale</b> | <b>Totale</b> |
| Numero totale di casi registrabili di infortuni sul lavoro   | 0             | 0             |
| <b>Tasso di infortuni sul lavoro registrabili<sup>11</sup></b>   | <b>0,00</b>   | <b>0,00</b>   |
| Numero totale di decessi a seguito di infortuni sul lavoro   | 0             | 0             |
| <b>Tasso di decessi risultanti da infortuni sul lavoro<sup>12</sup></b>                                  | <b>0,00</b>   | <b>0,00</b>   |
| Numero totale di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze <sup>13</sup><br>(ad esclusione dei decessi) | 0             | 0             |
| <b>Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze<sup>14</sup><br/>(ad esclusione dei decessi)</b>  | <b>0,00</b>   | <b>0,00</b>   |
| Numero totale di ore lavorate  | 464.037       | 418.668       |
| Numero di giorni persi per casi registrabili di infortuni sul lavoro                                     | 0             | 0             |

<sup>10</sup> Stipendio base: l'importo minimo fisso pagato ad un dipendente per l'esecuzione delle sue funzioni. Questo non include alcuna tipologia ulteriore di retribuzione, come ad esempio i pagamenti per straordinari o bonus. Remunerazione complessiva media: salario base aumentato degli importi aggiuntivi come per esempio quelli basati sugli anni di servizio, inclusi bonus, benefit, straordinari, e tutti gli elementi addizionali al salario aventi carattere di non estemporaneità.

Attualmente i sistemi aziendali non permettono di distinguere tra le ore lavorate dai dipendenti uomini e quelle lavorate dai dipendenti donna. Il Gruppo si impegna per i prossimi esercizi a affinare le modalità di raccolta e consolidamento dei dati in modo da poter fornire una rappresentazione più dettagliata delle performance aziendali.

### FOCUS: SALUTE E SICUREZZA DURANTE LA PANDEMIA DI COVID-19

Negli ultimi anni, la gestione dell'emergenza pandemica è stata un elemento centrale nelle attività volte alla protezione della salute e sicurezza dei dipendenti. Optima Italia ha attivato tutti i necessari presidi per coniugare l'operatività del Gruppo con la garanzia di tutelare la salute dei dipendenti. In particolare, nel corso del 2021, Optima Italia ha attivato una serie di procedure e iniziative eterogenee, coerenti con tutti i protocolli siglati da Governo, imprese e parti sociali, incentrate sull'innalzamento delle misure igienico sanitarie e organizzative per garantire la massima sicurezza dei luoghi di lavoro e sul monitoraggio e prevenzione dei casi sospetti o positivi, attraverso screening periodici e diffusi su tutto il personale. Tra le più rilevanti, ricordiamo il controllo della temperatura corporea e la distribuzione di Dispositivi di Protezione Individuale (mascherine chirurgiche e FFP2), oltre a protocolli di screening con test rapidi e molecolari presso strutture specifiche a carico dell'azienda.



## 5. SUPPORTO ALLA COMUNITÀ LOCALE

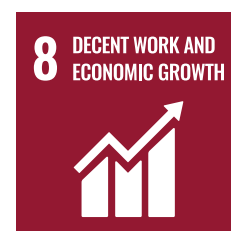
Optima è fortemente legata, in una prospettiva di lungo periodo, alla comunità in cui opera: il territorio campano e napoletano. Nella mission della società, fornire un contributo significativo alla comunità è sempre stato un obiettivo fondamentale anche nei confronti del territorio locale, da perseguire con l'organizzazione diretta e con il sostegno ad attività e iniziative esterne, e generando valore per tutti gli stakeholder locali grazie alle attività d'impresa.

**Attraction di talenti locali** e gestione delle forniture improntati alla creazione di valore condiviso con la comunità locale

Partecipazione e ideazione di **opportunità di business con un forte impatto economico, sociale e ambientale sul territorio** (es. progetto e-mobility)

**Promozione e sostegno a iniziative culturali e artistiche**, valorizzando le eccellenze del territorio e sostenendo le realtà presenti in quartieri svantaggiati

**Promozione e sostegno a iniziative benefiche**, anche tramite la fondazione istituita da Optima («Energia del Sorriso»), ponendo particolare attenzione al supporto a iniziative a favore di bambini e ragazzi (es. Clownterapia)



### Highlights 2021:

- Circa la totalità dei dipendenti provenienti dal territorio della Regione Campania;
- Volumi d'acquisto da fornitori locali rispetto al totale del valore economico dell'ordinato pari al 66% per la funzione Facility e al 70% per la funzione Brand & Communication;
- €500.000 investiti in iniziative a supporto della comunità locale nei 3 anni pre-pandemia.

### Obiettivi per il futuro:

- Promuovere l'Innovation Village Award 2022;
- Avviare nuove iniziative a supporto della comunità locale, seguendo l'indirizzo del Gruppo nel periodo pre-Covid 19.

## 5.1. Il legame con la città di Napoli e la Campania

Le radici di Optima Italia si trovano a Napoli, dove nel 1999 due giovani imprenditori avviano la start-up nell'ambito dei servizi voce. In seguito al successo dopo qualche anno, il Gruppo diventa una realtà consolidata nel panorama imprenditoriale campano e un punto di riferimento per i cervelli napoletani che vogliono rimanere nel loro territorio di origine.

Da sempre la scelta aziendale è quella di fare network con il territorio in cui è insediata e operare per la sua promozione e miglioramento. Tre elementi sono emblematici di questo legame con il territorio:

- Il quartier generale di Optima, che ha sede in un palazzo del Settecento a pochi passi da piazza Garibaldi nonostante ad oggi la maggior parte dei clienti abbia sede nel Nord Italia;
- Oltre il 90% di Senior Manager e Dipendenti provenienti dal territorio campano;
- La scelta dei partner strategici e dei fornitori, basati principalmente nella regione Campana, con volumi d'acquisto da fornitori locali rispetto al totale del valore economico dell'ordinato nel 2021 pari al 66% per la funzione Facility – che si occupa della gestione della sede centrale del Gruppo – e di circa il 70% per la funzione Brand & Communication – che si occupa dello sviluppo del brand, della gestione della comunicazione, e delle iniziative a favore della comunità locale.

Dalle radici nel territorio, nel corso degli anni Optima ha intrapreso molte iniziative a favore della comunità locale, in diversi ambiti: arte e cultura, sviluppo economico mediante l'innovazione, sviluppo sostenibile delle Città, con una particolare attenzione ai quartieri più complessi, e sostegno alle iniziative benefiche a favore dei bambini.

Queste iniziative hanno visto protagonisti i dipendenti del Gruppo, coinvolti nell'ideazione, lo sviluppo e l'implementazione dei progetti a favore della comunità locale, secondo l'approccio che permea le attività di Optima: quello della valorizzazione delle idee e delle iniziative delle persone.

A dimostrazione dell'importanza della promozione del territorio per il Gruppo, Optima partecipa al capitale sociale del Polo Tecnologico dell'Ambiente, una società consortile per azioni costituita con l'obiettivo di dare nuova vita al territorio di Bagnoli (nell'area dell'ex stabilimento industriale dell'Italsider) nel Comune di Napoli, coniugando lo sviluppo tecnologico con la sostenibilità ambientale.

Il progetto, che coinvolge numerose aziende leader nel campo dell'innovazione a livello italiano e internazionale, si propone di creare uno Smart District su un'area di 43.000 metri quadri, all'interno del quale le aziende potranno predisporre uffici e laboratori di ricerca e sviluppo specializzati nella ricerca applicata e nello sviluppo di prodotti, sistemi e servizi con tecnologie innovative, creando così un comprensorio ad alto potenziale in grado di ospitare 3000 tra tecnici e ricercatori.

Aggregando in uno stesso luogo fisico competenze e visioni diverse, il Polo Tecnologico dell'Ambiente punta a favorire processi di sviluppo economico e sociale del territorio, facendo leva sulla presenza di una tradizione importante di Ricerca e Sviluppo nel territorio di Napoli Est, sulla collaborazione con le Università e le Academy tecnologiche presenti



in Campania, e sulla varietà e la ricchezza del territorio di Napoli e dell'intera regione. Per il 2022 sono previsti alcuni step fondamentali per la realizzazione del Polo Tecnologico: la richiesta del permesso a costruire e l'inizio della procedura per ottenere finanziamenti nell'ambito del PNRR, data la rilevanza del progetto come potenziale ecosistema dell'innovazione. Optima Italia ha rinnovato il suo impegno a partecipare alla società consortile, in linea con l'impegno generale a sostenere concretamente lo sviluppo economico e sociale del territorio in cui opera.

Nell'anno 2021, come nell'anno precedente, a causa della pandemia Covid-19 non è stato possibile organizzare, né tanto meno prendere parte ad alcuna iniziativa benefica o culturale. Il sostegno alle principali iniziative benefiche è stato di tipo economico, tramite donazioni a terze parti, mentre le iniziative a cui Optima ha preso parte attiva nell'organizzazione sono state purtroppo limitate dal contesto.

La storia di Optima si basa però sul dialogo con il territorio, da sempre al centro dei progetti aziendali: per il 2022, l'obiettivo del Gruppo è di tornare ad essere un interlocutore per la città, e di tornare a organizzare le iniziative che hanno contraddistinto le attività sul territorio degli anni pre-pandemia.



## 5.2. L'impatto di Optima sul territorio: le principali iniziative negli anni pre-Covid

La storia da cui ripartire nel 2022 racconta le iniziative che Optima ha implementato negli anni passati a favore della comunità di riferimento, che hanno visto la Società protagonista del panorama artistico e culturale, dell'attivismo nelle attività benefiche, e nella crescita del territorio e dei suoi giovani.

**€500k investiti**

in iniziative a favore della comunità locale nei 3 anni pre-pandemia

**€30k raccolti**

dalla Onlus Energia del Sorriso per il sostegno alla Clown Terapia

**Erogati €25k**

in Borse di Studio per gli studenti universitari nel progetto Optima Erasmus

**Erogati €60k**

in Borse di Studio per gli allievi della scuola del Nuovo Teatro Sanità

**3.000 opere iscritte e 500.000 visite e interazioni**

con il sito web del progetto Startup Optima

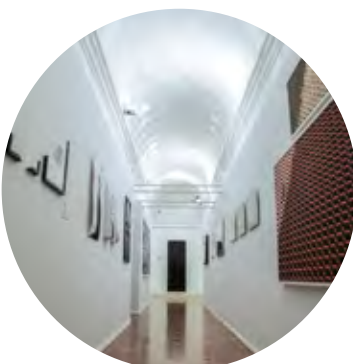
La storia da cui ripartire nel 2022 racconta le iniziative che Optima ha implementato negli anni passati a favore della comunità di riferimento, che hanno visto la Società protagonista del panorama artistico e culturale, dell'attivismo nelle attività benefiche, e nella crescita del territorio e dei suoi giovani.

### OPTIMA ERASMUS

Optima Erasmus è un progetto innovativo pensato per promuovere la crescita personale e professionale degli studenti universitari in partenza per l'avventura Erasmus. Si tratta del primo #sociality del web attraverso il quale questi studenti sono chiamati a raccontare la loro esperienza di vita e di studio all'estero attraverso video, immagini e post testuali pubblicati su una piattaforma web dedicata e votati dal pubblico della rete e da una giuria di qualità. I voti del pubblico e della giuria di qualità determinano il SocialityKI di ogni studente, il "valore attrattivo" che ognuno dei protagonisti sarà stato in grado di generare intorno alla propria esperienza.

La classifica che ne verrà fuori decreterà alla fine il vincitore di Optima Erasmus. Optima si occupa di preparare un'esperienza di stage per ciascun concorrente con aziende partner dell'iniziativa, per favorire in tal modo un pre-inserimento nel mondo del lavoro dopo l'esperienza formativa.

L'iniziativa ha raggiunto 175.000 visitatori unici, con 500.000 voti ai contenuti pubblicati in piattaforma e oltre 8.000 post dai concorrenti.



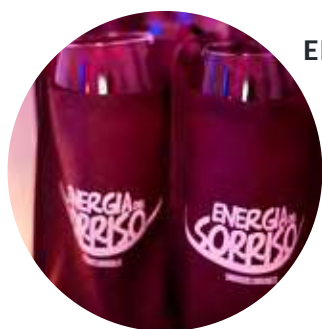
### SMARTUP OPTIMA

Startup Optima è un progetto culturale rivolto a giovani artisti che ribadisce la filosofia di Optima: premiare il talento e la creatività. Il progetto è stato articolato in un bando di partecipazione, una gallery di opere iscritte e online votabili dal web e un evento di esposizione offline con le opere finaliste allestite in una galleria d'eccezione: gli uffici di Optima Italia, che per l'occasione sono stati resi visitabili anche da un pubblico esterno. Nell'edizione sono state iscritte 3.000 opere in 3 edizioni, con oltre 500.000 visite e interazioni con il sito web del progetto.

## NTS (NUOVO TEATRO SANITÀ)

Optima ha sostenuto nel corso degli anni passati le iniziative del Nuovo Teatro Sanità, definito da molti organi di stampa come il vero 'Miracolo alla Sanità': un teatro di circa ottanta posti, ricavato all'interno di una chiesa settecentesca, rimasta abbandonata per decenni e riportata in vita dallo spirito di un coraggioso direttore artistico e di un team di giovani attori talentuosi locali in opposizione alla problematicità del quartiere.

Inoltre, Optima sostiene, in collaborazione con NTS, una serie di spettacoli teatrali ed eventi culturali a Napoli, sulle tematiche LGBT: il KIU Festival.



## ENERGIA DEL SORRISO

Una Onlus fondata da Optima per raccogliere fondi a scopo benefico. Si organizza attraverso eventi il sostegno ai professionisti di Clown Terapia con azioni presso i principali ospedali napoletani nei reparti di oncologia pediatrica (Monaldi, Policlinico).

Un'altra iniziativa che in passato ha visto il coinvolgimento della Onlus è stata la raccolta fondi per l'acquisto di farmaci retrovirali per le popolazioni del Sud-Sudan, territorio flagellato da conflitti poco esposti mediaticamente, che ha raggiunto il target dei €20.000 raccolti.

## PRODUZIONI OPTIMA

Optima investe nel cinema italiano con la formula del Tax Credit e del Placement, contribuendo alla produzione di La mafia uccide solo d'estate, Gatta Cenerentola, Se Dio vuole, Nessuno si salva da solo, Nottetempo, e Ci devo pensare.



## DONAZIONE STRUMENTI MUSICALI (SANREMO)

Optima ha realizzato un video e un miniprogetto per sostenere l'associazione Sanitansamble, che raccoglie fondi e dona strumenti musicali all'orchestra composta da bambini e ragazzi del quartiere Sanità.

## OPTIMA RED ALERT

Optima Red Alert - ORA è il format originale e crossmediale che ha l'intento di trovare artisti emergenti nel mondo della musica sfruttando i canali del web: tutti possono iscriversi e caricare i loro video sulla piattaforma dedicata e partecipare. Le puntate vedono la conduzione live di Red Ronnie con vari ospiti e celebrità collegati oppure in studio.



## OPTIMAGAZINE

Optima ha fondato una testata giornalistica online con una redazione di giovani professionisti esterni coordinati dal reparto brand e comunicazione. Il giornale è seguito da una media di 1,5 milioni di utenti e rappresenta un caso unico nell'editoria digitale 'branded'.



## 5.3. I progetti in cantiere per il 2022

In linea con l'obiettivo di tornare ad avere un impatto sul territorio di riferimento, nel periodo di rendicontazione Optima ha iniziato a sviluppare tre principali progetti per il 2022 legati agli obiettivi di promozione dello sviluppo del territorio, alla sostenibilità nella Città di Napoli e al supporto alle iniziative benefiche:

- Sponsorizzazione di Innovation village award;
- Il progetto e-mobility;
- Il sostegno al progetto per l'ospedale di Procida.

### INNOVATION VILLAGE AWARD

L'Innovation village award è un premio, istituito dalla Regione Campania, dall'Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile (ASviS) e dall'Agenzia nazionale per le nuove tecnologie, l'energia e lo sviluppo economico sostenibile (ENEA), e sponsorizzato da Optima Italia. Il concorso è finalizzato a "scoprire" e valorizzare esperienze di innovazione che contribuiscano allo sviluppo sostenibile.

La partecipazione di Optima all'award – con un investimento di circa €20.000 – consentirà al vincitore di accedere a un percorso di sviluppo in azienda, contribuendo alla crescita professionale del progettista e consentendo di accedere ad un ambiente ad alta vocazione innovativa per sviluppare la tecnologia proposta.

L'iniziativa è anche un'occasione per favorire il dibattito sull'innovazione e il dialogo tra imprese e giovani sulle nuove tecnologie, grazie ai tavoli tematici organizzati nell'ambito della manifestazione, con la visione di contribuire allo sviluppo della regione come un hub di eccellenza nell'high tech.

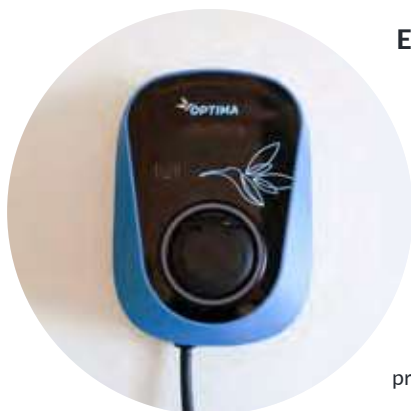


### E-MOVE

La mobilità elettrica è tra settori di maggior interesse per Optima Italia: un'opportunità di crescita in linea con i principi di sostenibilità dettati dal Piano Industriale e con la vocazione innovativa del Gruppo.

Il lancio di Optima in questo business ha visto il primo step in un progetto che potrebbe avere un grande impatto sul Comune di Napoli, che ha promosso un bando per l'installazione di colonnine di ricarica elettrica.

L'obiettivo della partecipazione al progetto è prendere parte al processo di sviluppo della mobilità sostenibile nella città di Napoli, mettendo a disposizione della città il patrimonio di competenze, expertise tecniche e infrastrutturali, e la conoscenza del mercato energetico per contribuire a promuovere la diffusione della mobilità sostenibile in città.



### OSPEDALE DI PROCIDA

Il progetto dell'Ospedale di Procida è volto a sviluppare un centro di telemedicina ad alto contenuto tecnologico, con l'obiettivo di mettere in comunicazione i piccoli centri abitati come borghi e isole lontani dalle strutture sanitarie, con equipe mediche di alto profilo al fine di offrire un servizio sanitario efficiente anche a chi difficilmente può raggiungerlo.

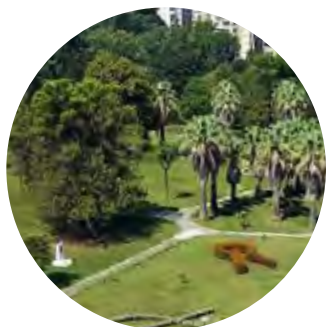
Il contributo allo sviluppo di questo progetto si inserisce nell'ambizione del Gruppo di rendere alla portata di tutti un bene fondamentale come la salute, ambito sul quale Optima ha puntato molto con la business unit YouHealthy.

Sul territorio, la telemedicina porterebbe un cambiamento sociale e culturale epocale, perché consentirebbe di colmare i vuoti della sanità generati dalle distanze, permetterebbe interventi di primo soccorso immediati, garantirebbe alle persone un'interfaccia facile e immediata con la sanità, e sarebbe raggiungibile da tutti.



## FOCUS: OPTIMA ALBANIA E IL SUPPORTO ALLA LOCAL COMMUNITY

L'impegno a favore del territorio è un valore che Optima ha trasmesso a Optima Albania fin dalla sua costituzione, e che negli anni ha portato all'implementazione di molte iniziative in partnership con le istituzioni della Città di Tirana, adottando e curando luoghi pubblici, finanziando opere di interesse pubblico e contribuendo a iniziative ad alto impatto sociale.

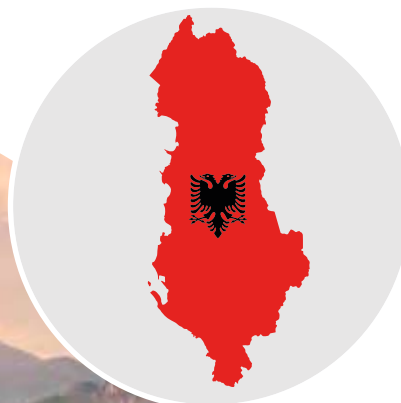


Nel corso del 2021, Optima ha curato il giardino pubblico Kopshti 24, dato in "adozione" alla Società da parte del Comune, occupandosi del mantenimento della vegetazione e della manutenzione del parco giochi e dei campetti sportivi, costruiti negli anni precedenti con il contributo della Società.

Optima Albania ha inoltre investito nel rifacimento della facciata e degli infissi di una scuola elementare di Tirana, al fine di rendere l'edificio più accogliente e di migliorarne l'efficienza energetica.



Infine, in linea con l'impegno per i bambini e i ragazzi, Optima ha deciso di curare il trasporto dei bambini con disabilità della scuola elementare di Zera Jete, contribuendo a migliorare la vita delle famiglie e fornendo un contributo concreto per l'accesso all'istruzione dei bambini.



## 6. ENERGIA GREEN E TUTELA DELL'AMBIENTE

Anche se l'impatto diretto sull'ambiente della struttura di Optima Italia può essere considerato marginale, i servizi offerti possono giocare un ruolo importante nella transizione energetica, attraverso la promozione dell'utilizzo di energia da fonti rinnovabili e soprattutto dialogando con clienti e stakeholder per sviluppare soluzioni volte all'efficienza energetica, sensibilizzando clienti e dipendenti sulla rilevanza delle questioni ambientali e giocando un ruolo sempre più rilevante nello sviluppo di nuovi progetti e linee di business.

Sviluppo di **strumenti innovativi per l'efficienza energetica** dei Clienti, al fine di identificare fonti e opportunità di riduzione dei consumi

Promozione della transizione verso l'energia rinnovabile tramite l'offerta di energia elettrica verde certificata ai Clienti privati

Iniziative interne di **monitoraggio dei consumi e di sensibilizzazione del personale**, finalizzate a ridurre gli impatti ambientali diretti

Progettazione e sviluppo di nuove aree di business focalizzate sulla proposizione di **progetti e soluzioni legate all'efficienza energetica e alla mobilità sostenibile**, temi cardine nella lotta al cambiamento climatico

Digitalizzazione dei processi interni e aumento dell'uso di fatture digitali e domiciliazioni bancarie, la fine di diminuire il **fabbisogno di carta**

### Highlights 2021:

- 100% di energia elettrica da fonti rinnovabili per il CED di Milano;
- -17% consumi di energia elettrica e gas naturale per la sede del Gruppo rispetto al 2020;
- Oltre 71% di utenti con bollette digitali.

### Obiettivi per il futuro:

- 100% di energia elettrica da fonti rinnovabili per la sede del Gruppo a partire dal 2022;
- Super Ecò per il 100% delle utenze Consumer;
- 80% di utenti con bollette digitali entro il 2025<sup>15</sup>.



<sup>15</sup> Con riferimento alla sede del Gruppo a Napoli.

## 6.1. Efficienza energetica e lotta al Cambiamento Climatico

La salvaguardia per l'ambiente è, da sempre, al centro dell'attenzione del Gruppo. L'ormai consolidata attenzione degli stakeholder verso la lotta al cambiamento climatico, con la consapevolezza che questo debba essere necessariamente contenuto rispettando gli Accordi di Parigi, rende fondamentale l'impegno da parte delle organizzazioni per contribuire alla transizione energetica.

Come già evidenziato, gli impatti diretti di Optima Italia sull'ambiente possono essere ricondotti principalmente ai consumi della sede del Gruppo, situata in un palazzo storico del centro di Napoli, della flotta aziendale in dotazione a dipendenti e alla rete di vendita e dei principali fornitori (con particolare riferimento ai datacenter utilizzati da Optima nelle sue attività).

I consumi energetici del Gruppo in Italia includono:

- Energia elettrica;
- Gas metano;
- Carburante per la flotta aziendale.

Optima monitora costantemente i consumi di energia della propria sede, al fine di minimizzarli e assicurare la tempestiva identificazione di azioni di efficienza e riduzione degli sprechi, applicando quindi anche alle proprie operation gli accorgimenti e le soluzioni innovative che sono proposte e fornite ai clienti per il miglioramento dei loro consumi.

L'impegno del Gruppo in questo campo si è anche sostanziato, nel corso dell'ultimo anno, nella decisione di acquistare solamente energia da fonti rinnovabili a partire dal 2022, azzerando quindi le emissioni di gas ad effetto serra indirette da consumi di energia (Scope 2).

La localizzazione della sede del Gruppo in un palazzo storico nel centro di Napoli utilizzato attraverso un contratto di affitto, purtroppo, rende difficili interventi di efficienza energetica, che non sempre è possibile intraprendere a causa di vincoli e limitazioni su cui Optima Italia non ha la possibilità di agire. In ogni caso, la gestione delle attività del Gruppo è da sempre improntata al contenimento dei consumi, con riferimento, ad esempio, alla preferenza per lampade LED nella sede aziendale.

### Consumo di energia della sede del Gruppo e del centro elaborazione dati di Milano

|   | 2021          | 2020          |
|---|---------------|---------------|
|   | Totale GJ     | Totale GJ     |
| Energia elettrica   | 788,43        | 947,01        |
| Gas naturale  | 5,71          | 6,54          |
| <b>Totale energia consumata all'interno dell'organizzazione</b> | <b>794,14</b> | <b>953,55</b> |
| Energia elettrica CED Milano                                    | 788,40        | n.d.          |
| <b>Totale energia consumata all'esterno dell'organizzazione</b> | <b>788,40</b> | <b>n.d.</b>   |

*Il dato in merito all'energia elettrica consumata dal CED di Milano è disponibile a partire dal 2021.*

Nel 2021, i consumi di energia elettrica sono stati pari a 219.007 kWh, mentre quelli di gas naturale sono stati di 145 Sm<sup>3</sup>, per un totale di 794,14 GJ, con una riduzione del 17%, principalmente dovuta all'ottimizzazione dei consumi della sede.

Data la natura delle attività del Gruppo, riveste particolare importanza la scelta di centri elaborazione dati (CED) che rispettino i più alti requisiti in materia ambientale. I datacenter del Gruppo sono gestiti da una società esterna e sono situati a Milano: la scelta del fornitore è stata improntata a garantire performance elevate, sistemi di sicurezza e antincendio in linea con le migliori pratiche disponibili ma anche impianti di condizionamento efficienti ed alimentazione elettrica totalmente da fonti rinnovabili.

Nel 2021, il CED di Milano ha fatto registrare un consumo di circa 600 kWh al giorno, per un totale di circa 789 GJ di energia elettrica consumata. Per quanto riguarda la flotta auto aziendale, composta in totale da 71 automezzi, Optima Italia si avvale di una società esterna tramite l'opzione del noleggio a lungo termine. Nel momento del rinnovo della flotta è stata valutata la possibilità di optare per motorizzazioni elettriche ma, tuttavia, anche a causa della ancora limitata autonomia che questa tipologia di mezzi garantiscono, attualmente non sono



presenti auto di questo tipo nella flotta auto. Le auto sono infatti utilizzate prevalentemente dalla rete di vendita: meno del 15% sono assegnate a dipendenti, mentre le restanti auto sono utilizzate dai partner commerciali attivi sul territorio Italiano. Data la natura dell'attività della rete di vendita, si è optato per un rinnovo dei mezzi che coniugasse autonomia, affidabilità, flessibilità e rispetto dell'ambiente attraverso la scelta di motorizzazioni di nuova generazione (tutte EURO6), anche se prevalentemente diesel, che rappresentano il 97% dei mezzi in forza al 31 dicembre 2021. Le rimanenti auto presentano una motorizzazione ibrida elettrica e benzina o GPL e benzina.

#### Consumo di carburante della flotta aziendale<sup>16</sup>

|                | 2021     | 2021      |
|----------------|----------|-----------|
|                | Totale L | Totale GJ |
| <b>Diesel</b>  | 94.586   | 3.636     |
| <b>Benzina</b> | 2.599    | 111       |
| <b>Totale</b>  | 97.185   | 3.747     |

Il dato in merito ai consumi di carburante della flotta aziendale è disponibile a partire dal 2021.



Optima Italia monitora le emissioni in atmosfera del Gruppo derivanti dai consumi di carburante ed emissioni fuggitive (emissioni dirette di GHG Scope 1) e le emissioni in atmosfera derivanti dall'acquisto di energia elettrica (emissioni indirette di GHG Scope 2). Data la natura delle attività del Gruppo, non si rilevano emissioni in atmosfera rilevanti di ulteriori gas (es. ossidi di azoto o ossidi di zolfo) o sostanze dannose per l'ozono.

Lo standard di rendicontazione utilizzato prevede due diversi approcci di calcolo delle emissioni di Scope 2: "Location based" e "Market based". L'approccio "Location based" prevede l'utilizzo di fattori di emissione medi relativi agli specifici mix energetici nazionali di produzione di energia elettrica. In particolare, per le emissioni Scope 2 sono stati utilizzati i fattori di emissione rispettivamente forniti da Terna. L'approccio "Market based" prevede l'utilizzo di fattori di emissione definiti su base contrattuale con il fornitore di energia elettrica. In assenza di specifici accordi contrattuali tra l'Organizzazione ed il fornitore di energia elettrica (es. acquisto di Garanzie di Origine), per l'approccio "Market based" è stato utilizzato il fattore di emissione relativo al "residual mix" nazionale, pubblicato da AIB Residual Mixes.

#### Emissioni di gas ad effetto serra<sup>17</sup>

|                                 | 2021        | 2020        |
|---------------------------------|-------------|-------------|
|                                 | Totale tCO2 | Totale tCO2 |
| <b>Scope 1</b>                  | 0,29        | 0,33        |
| <b>Scope 2 - Location Based</b> | 68,99       | 82,86       |
| <b>Scope 2 - Market Based</b>   | 99,99       | 120,10      |

Le emissioni totali del Gruppo per il 2021 (Scope 1 e Scope 2 - Market Based) sono state pari a 100,28 tCO2 in calo del 17% rispetto al 2020 (quando le emissioni totali erano state pari a 120,43 tCO2). A queste, si aggiungono circa 320 tCO2 relative alla totalità della flotta auto del Gruppo.

In linea con l'impegno del Gruppo nella riduzione dei propri impatti ambientali, Optima Italia ha deciso di approvvigionarsi, a partire dal 2021, di energia elettrica da fonte totalmente rinnovabile, azzerando le emissioni Scope 2 calcolate secondo la metodologia market based.

Le attività del Gruppo ricomprendono la fornitura di Luce e Gas a clientela SME - Small and Medium Enterprise e Consumer, sovente in bundle con altri servizi tra cui telefono (fisso e mobile) e internet.

#### L'OFFERTA DI SOLUZIONI "GREEN" E LE INIZIATIVE VERSO CLIENTI E DIPENDENTI

Optima Italia è convinta di poter avere un ruolo di primo piano nella lotta al cambiamento climatico attraverso la promozione di un uso consapevole dell'energia: grazie all'interazione con i clienti e l'offerta di energia da fonti rinnovabili, oltre che l'impegno verso l'efficienza energetica tramite i prodotti e i servizi offerti, il Gruppo incorpora le questioni climatiche e ambientali nello sviluppo di nuovi progetti e linee di business.

<sup>16</sup> Il Consumo di carburante della flotta aziendale include i consumi dei mezzi assegnati a dipendenti del Gruppo (9 mezzi) e alla rete di vendita (62 mezzi).

<sup>17</sup> Le emissioni dello Scope 2 sono espresse in tonnellate di CO2, tuttavia la percentuale di metano e protossido di azoto ha un effetto trascurabile sulle emissioni totali di gas serra (CO2eq) come indicato nel rapporto ISPRA "Fattori di emissione atmosferica di CO2 e altri gas serra nel settore elettrico"

Il Gruppo, sin dalla sua fondazione, ha intrapreso un percorso orientato a garantire la soddisfazione dei clienti, coniugando offerte competitive con l'esperienza nella gestione di dati e informazioni per agire in particolare sulla riduzione dei consumi e degli sprechi. In particolare, nel 2021 è stato rilasciato Super Ecò, un "energy trainer" per i clienti privati, gratuitamente disponibile sull'app MyOptima.

Attraverso l'applicazione, i clienti possono inserire tutti i dati in merito ai consumi di casa riguardo al numero e tipo di elettrodomestici, per quanto tempo vengono utilizzati e altre informazioni utili a disegnare il profilo dei consumi del cliente. Super Ecò fornisce poi una serie di consigli utili per ridurre i consumi ed evitare gli sprechi.

All'attenzione verso i clienti e la riduzione degli sprechi, il Gruppo unisce la fornitura di energia elettrica da fonti rinnovabili certificata, che tutti gli utenti possono sottoscrivere ottenendo l'azzeramento delle emissioni di gas ad effetto serra derivanti dai loro consumi. In questo caso, la fonte dell'energia elettrica è assicurata da certificazioni elettroniche che assicurano la provenienza dell'energia acquistata, che prendono il nome di "Garanzie d'Origine" (GO).

Optima Italia, inoltre, promuove attivamente la tutela dell'ambiente e sensibilizza i propri clienti su questo specifico aspetto attraverso iniziative e campagne di comunicazione che vedono ad esempio newsletter mirate con suggerimenti pratici per ridurre il consumo di energia elettrica e la distribuzione di gadget commerciali con focus sulle tematiche ambientali (come, ad esempio, lampadine LED).

Analoghe iniziative sono rivolte ai dipendenti, affinché siano i primi ambasciatori delle scelte e della proposizione sostenibile del Gruppo. Sono state distribuite borracce in alluminio per evitare il consumo di plastica e shopper in tessuto proveniente da materiali riciclati per sensibilizzare sull'importanza del riciclo, e sono stati regalati gadget realizzati in materiali sostenibili, come le mini-casse bluetooth in bamboo.

Coerentemente con il suo posizionamento di Digital Company innovativa, Optima Italia vuole ulteriormente ampliare l'offerta di servizi integrati e indispensabili per privati e imprese, con investimenti specifici nel mondo dello smart metering, dell'efficiamento energetico e della smart mobility.

Come insegnano l'esperienza e il successo di Super Ecò, il cambiamento delle abitudini quotidiane degli utenti è un elemento fondamentale nella transizione energetica e nella lotta al cambiamento climatico. Permettere ai clienti di monitorare con precisione i consumi reali delle proprie case permette di identificare gli sprechi e ridurre il consumo di energia elettrica. Optima Italia è particolarmente attiva nello sviluppo di iniziative innovative in questo ambito, in particolar sfruttando il c.d. smart metering: il recupero dei consumi tramite contatori di nuova generazione si unisce ad un monitoraggio tramite Utenza Self-care e App con un dettaglio fino ad una particolare ora del giorno. Le informazioni sono poi scaricabili tramite uno specifico "Report dei consumi" che permette agli utenti di comprendere dove poter intervenire per ridurre gli sprechi, oltre che garantire completa trasparenza nel rapporto tra Optima e i suoi clienti.

Identificare e ridurre gli sprechi è un aspetto strettamente collegato ai servizi di efficienza energetica, che il Gruppo offrirà in modo sempre più completo attraverso una collaborazione con partner terzo e che permetterà di ottimizzare la gestione dell'impianto elettrico, consentendo un risparmio di circa il 10-30% nelle abitazioni, uffici, negozi e aziende clienti.

Forte della sua esperienza nell'offrire soluzioni per semplificare la vita dei clienti e in stretta connessione con la promozione di una visione "green" del rapporto con gli stessi, Optima sta focalizzando la sua attenzione sulla mobilità elettrica, una realtà in cui il Gruppo vuole avere un ruolo da protagonista fornendo agli utenti, sia domestici che imprese, un nuovo modo di vivere la mobilità di tutti i giorni, sviluppando un'estesa rete di infrastrutture di ricarica o dedicate alle abitazioni.



## 6.2. Utilizzo delle risorse

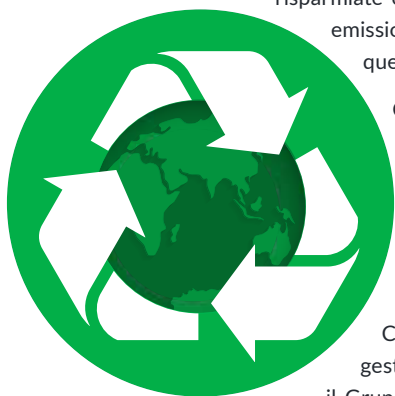
Considerando le attività del Gruppo, gli impatti sulle risorse naturali sono limitati. Anche in questo caso, tuttavia, l'approccio "digital" di Optima Italia ha fatto sì che negli anni venissero sviluppate soluzioni sempre più innovative volte alla dematerializzazione dei processi, che hanno avuto e continuano ad avere un significativo impatto per la riduzione dei consumi di carta da ufficio. Questo sforzo nella gestione delle attività di tutti i giorni è stato anche mutuato nell'interazione con i clienti, promuovendo attivamente e facilitando l'utilizzo delle bollette elettroniche, ottenendo risparmi di carta e riduzione delle emissioni di gas ad effetto serra associate alla spedizione delle stesse.

Negli ultimi anni l'interazione con i clienti è stata particolarmente incentrata sulla promozione delle soluzioni di "bolletta digitale": se da un lato la ricezione di una sola bolletta per i servizi di luce, gas, telefonia (caratteristica distintiva di Optima Italia) permette una riduzione della carta utilizzata per utente, un approccio completamente digitale permette di azzerare quasi completamente gli impatti ambientali di questo tipo di comunicazioni.

Al 31 dicembre 2021, la percentuale di utenti che hanno scelto la ricezione della bolletta in formato elettronico è salita ad oltre il 71%, con un miglioramento di 4 punti percentuali rispetto ad inizio 2021.

Ulteriori sforzi sono stati fatti per permettere agli utenti che hanno deciso di mantenere un invio cartaceo della bolletta di minimizzare l'impatto ambientale delle stesse, attraverso la riduzione del numero di pagine, che sono passate da una media di 9,5 pagine a bolletta a 8 pagine medie (dato ad aprile 2022).

Grazie agli sforzi di Optima Italia e alla sensibilizzazione dei clienti, nel corso del 2021 sono state risparmiate oltre 12 milioni di fogli A4, pari ad oltre 60 mila Kg di carta. Considerando le emissioni di gas ad effetto serra associate alla produzione di carta e al suo smaltimento, questo equivale a circa 57 tonnellate di CO2 evitate nel solo 2021.



Con la convinzione che l'impegno verso la conservazione delle risorse naturali nella relazione con i clienti non possa prescindere da un impegno nella riduzione degli impatti diretti del Gruppo, Optima Italia ha investito in modo significativo nella digitalizzazione dei processi e nella dematerializzazione della documentazione pre-contrattuale e contrattuale. Su quest'ultimo aspetto, un elemento fondamentale è il Tuttunizzatore, il software di vendita aggregatore di tutte le offerte commerciali e direttamente collegato agli applicativi per la gestione della contrattualistica e il CRM. Grazie alla digitalizzazione del processo di vendita, gli agenti possono quindi gestire il rapporto con il cliente con un approccio totalmente paperless. Al contempo, il Gruppo ha sviluppato approcci sempre più orientati a digitalizzare i processi interni e ridurre il consumo di carta presso gli uffici. Queste innovazioni, portate avanti grazie alle competenze interne di sviluppo IT del Gruppo, sono state affiancate da un'attività di sensibilizzazione verso i dipendenti per promuovere un approccio consapevole all'utilizzo delle stampe.

L'acqua è utilizzata nella sede di Napoli solo a scopi igienico sanitari e i quantitativi non sono considerati rilevanti. In ogni caso, il Gruppo promuove un comportamento responsabile presso i propri dipendenti, volto a ridurre gli sprechi e minimizzare il consumo della risorsa idrica.

Nella sede del Gruppo viene applicata e promossa attivamente la raccolta differenziata. I rifiuti sono principalmente non pericolosi e vengono smaltiti come rifiuti urbani. I toner esausti delle stampanti sono gestiti dalla società che si occupa della gestione delle stampanti stesse e sono smaltiti secondo la normativa vigente.

## 7. TRASPARENZA E INTEGRITÀ

Il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità e la creazione di valore sostenibile hanno un prerequisito nel rispetto dei principi etici di legalità, integrità e trasparenza, nel rispetto e tutela dei diritti umani, e nella gestione responsabile della catena di fornitura.

Il codice etico di Optima Italia costituisce il faro dell'operatività del Gruppo: definisce i valori e stabilisce l'impegno della società a perseguire i massimi livelli di eticità e legalità, operare nel rispetto dei principi di trasparenza e correttezza, rispettare le esigenze degli stakeholder, e promuovere la diffusione della cultura di legalità.

### Highlights 2021:

- Erogata formazione per la totalità dei dipendenti disponibili (ad eccezione delle donne in maternità e dei dipendenti dimissionari) su Compliance ed Etica Aziendale;
- Adeguamento alle normative e alle best practice in materia di Whistleblowing;
- Aggiornamento del Modello di Organizzazione e Gestione ai sensi del D.lgs. 231/2001.

### Obiettivi per il futuro:

- Formare ciclicamente la totalità di dipendenti su Compliance ed Etica Aziendale;
- Eseguire il 100% degli audit programmati per verificare i profili di rischio aziendale in relazione al Modello di Organizzazione e Gestione ai sensi del D.lgs. 231/2001;
- Ottenere il rating di legalità;
- Ottenere la Certificazione Anticorruzione ISO 37001.



### 7.1. Corporate Governance

Il sistema di Corporate Governance è caratterizzato da un insieme di regole, comportamenti e processi volti a garantire un efficiente e trasparente governo societario e un efficace funzionamento degli organi di governo e dei sistemi di controllo.

In Optima Italia, il governo societario è ispirato a principi di correttezza, affidabilità e assicura la correttezza e la trasparenza nella gestione e nell'informazione e la tutela della totalità degli azionisti, nonché di tutti gli Stakeholders. Questo sistema è stato posto in essere dalla Società con la predisposizione e l'adozione di codici, principi, regole e procedure che disciplinano e regolano lo svolgimento delle attività di tutte le strutture organizzative e operative della Società.

La Società adotta il sistema tradizionale di governo societario in virtù del quale l'organo di gestione dell'impresa è il Consiglio di Amministrazione, l'organo di vigilanza per l'osservanza della legge, dello Statuto Sociale e dei principi di corretta amministrazione è il Collegio Sindacale, mentre la Società di Revisione esercita il controllo legale dei conti.

Gli organi di governo della società:

- L'Assemblea dei Soci: competente a deliberare in sede ordinaria e straordinaria sulle materie alla stessa riservate dalla Legge o dallo Statuto;
- Il Consiglio di Amministrazione: investito dei più ampi poteri per l'amministrazione della Società, con facoltà di compiere tutti gli atti opportuni per il raggiungimento degli scopi sociali, ad esclusione degli atti riservati - dalla legge e dallo statuto - all'Assemblea.

Il Consiglio di Amministrazione è composto da cinque amministratori, ed è stato nominato in data 29 aprile 2021 per tre esercizi fino ad approvazione del bilancio al 31/12/2023.

La rappresentanza della Società compete al Presidente del CdA e all'Amministratore Delegato, nei limiti delle attribuzioni conferite.

- Il Collegio Sindacale: per legge, al Collegio Sindacale spetta il



## Composizione dell'organo di governo

| 2021                 |                         |
|----------------------|-------------------------|
| Membri del CdA       | Carica                  |
| Danilo Caruso        | Presidente del CdA      |
| Alessio Matrone      | Vice presidente del CdA |
| Andrea Volpe         | Amministratore delegato |
| Marco Realfonzo      | Amministratore          |
| Edoardo Lanzavecchia | Amministratore          |

compito di vigilare sull'osservanza della legge e dello Statuto sociale e sul rispetto dei principi di corretta amministrazione, sull'adeguatezza della struttura organizzativa della Società per gli aspetti di competenza, del suo sistema di controllo interno e di gestione dei rischi e del sistema amministrativo contabile, nonché sull'affidabilità di quest'ultimo nel rappresentare correttamente i fatti di gestione.

Il Collegio sindacale è composto da tre Sindaci effettivi e due Sindaci supplenti, ed è stato nominato in data 29 aprile 2021 per tre esercizi fino ad approvazione del bilancio al 31/12/2023.

- La Società di revisione contabile: la Società di revisione contabile esercita il controllo contabile, verifica nel corso dell'esercizio la regolare tenuta della contabilità sociale e la corretta rilevazione dei fatti di gestione nelle scritture contabili, ed esprime con apposita relazione un giudizio sul bilancio di esercizio.



L'attività di revisione contabile risulta affidata a una società specializzata iscritta nell'apposito registro, nominata dall'Assemblea dei Soci su proposta motivata del Collegio Sindacale.

Optima attribuisce una grande importanza alla trasparenza e alla correttezza nella predisposizione del bilancio e nella trasparenza nella rendicontazione della performance economica verso gli stakeholder.

A dimostrazione di questo impegno, Optima ha vinto anche il premio "Alta Onorificenza di Bilancio", nell'ambito della seconda edizione nazionale del Premio "Industria Felix - L'Italia che compete", organizzato dal Sole 24Ore e aggiudicato alle 20 aziende in Italia con i bilanci più virtuosi da un Comitato scientifico, composto da economisti, imprenditori e manager di alto profilo, e con il supporto di delegati dell'Università LUISS e di Confindustria, incaricato di valutare i bilanci delle aziende con il supporto dell'ufficio studi di Cerved.

## 7.2. Organismo di vigilanza e codice etico

Nel 2020, Optima Italia ha adottato il Codice Etico, un documento che descrive l'insieme di principi e valori che il Gruppo adotta nella gestione, e si impegna a seguire e condividere con i suoi stakeholder interni ed esterni.

Il documento richiama l'impegno a perseguire i massimi livelli di eticità nel conseguimento degli obiettivi aziendali, a condividere i valori di una cultura d'impresa per la quale diviene fondamentale il rispetto degli interessi legittimi e delle esigenze di tutti gli attori coinvolti nelle pratiche aziendali.

Oltre a delimitare i comportamenti ammissibili e inammissibili, il Codice Etico fissa i principi-guida per la crescita e l'efficienza dell'organizzazione, indirizzando i destinatari verso obiettivi positivi in grado di produrre utilità sia per gli stakeholder interni, sia per l'ambiente di riferimento nel suo complesso, rafforzando la coesione e la coerenza del sistema, attraverso il miglioramento delle relazioni interne e l'attenzione alla buona reputazione.

La Società, fin dalla pubblicazione del Codice, si è impegnata a promuovere la conoscenza dei contenuti del codice tra i dipendenti e i principali partner dell'organizzazione.

A tal fine, nel 2021 sono stati formati tutti i dipendenti (ad eccezione dei dimissionari e delle donne in maternità, per le quali la formazione

è stata posticipata al loro rientro) in modalità webinar e con un test finale online.

Inoltre, per i fornitori per i quali non si ricorre a contratti standardizzati o di settore, è previsto che il Codice Etico sia visto e sottoscritto, e costituisce un elemento contrattuale.

Si rileva infine che nel 2021 non sono state ricevute segnalazioni da parte dei dipendenti relative a presunte violazioni dei principi del Codice Etico.

Il Codice Etico è inserito nel contesto del Modello Organizzativo e di Gestione ai sensi del Decreto Legislativo 231/2001, predisposto e aggiornato annualmente al fine di assicurare che il comportamento di tutti coloro che operano per conto o nell'interesse della Società sia sempre conforme alle leggi e ai regolamenti nella conduzione degli affari e delle attività aziendali. Il Modello è stato elaborato facendo riferimento sia alle indicazioni contenute nelle Linee Guida di Confindustria, sia alla migliore pratica italiana esistente in materia.

Le sezioni previste dal Modello Organizzativo di Gestione e Controllo Interno sono state introdotte e/o aggiornate in seguito all'ampliamento del novero dei reati intervenuto negli anni e per tener conto dei cambiamenti organizzativi. Contestualmente all'adozione del Modello 231 è stato istituito il relativo Organismo di Vigilanza con



il compito di vigilare sull'effettiva applicazione e adeguatezza dello stesso, in funzione dell'effettiva capacità di prevenire la commissione dei reati di cui al D.lgs. 231/2001, sull'osservanza del Modello da parte di tutti i destinatari, sull'aggiornamento del Modello da parte del management, laddove si riscontrino esigenze di adeguamento dello stesso in relazione a mutate condizioni organizzative o a novità normative.

In linea con l'impegno del Gruppo per la lotta alla corruzione attiva e passiva, il sistema di controllo interno è stato rafforzato grazie all'adozione di specifici protocolli comportamentali, esplicitati nella Parte Speciale del Modello 231 dedicata ai reati contro la Pubblica Amministrazione e alla corruzione tra privati.

Al fine di valorizzare e mantenere la propria integrità e reputazione, la società controlla e monitora le attività più sensibili del business, specialmente i rapporti con i soggetti pubblici, fornitori, consulenti o partner e con i dipendenti.

Tali attività, ritenute "sensibili" e quindi maggiormente rischiose, vengono individuate in seguito ad operazioni di risk assessment eseguite internamente. Per tale ragione, il Gruppo definisce, implementa e diffonde specifiche policy aziendali che disciplinano lo svolgimento delle attività considerate sensibili, o comunque collegate. Tali policy hanno inoltre il compito di controllare e definire in dettaglio il sistema di riporto e i flussi informativi nei confronti dell'OdV.

A tal proposito, sono stati adottati ulteriori strumenti di comunicazione (oltre a quelli obbligatori) al fine di raccogliere eventuali segnalazioni da parte dei soggetti interessati. I soggetti che vengano a conoscenza di eventi cui sono legati rischi o reati di corruzione, possono infatti inviare una e-mail all'OdV, con la descrizione dell'eventuale illecito nonché agli appositi recapiti indicati nella procedura di Whistleblowing.

Optima si è inoltre dotata di un modello di Enterprise Risk Management, finalizzato a identificare, analizzare, monitorare e mitigare i rischi aziendali con un approccio sistemico. Per ogni rischio individuato è identificato un Risk Owner che detiene la responsabilità della definizione del piano delle misure di mitigazione o dell'accettazione del rischio stesso e un Mitigation Plan Owner, che può non coincidere con il Risk Owner, responsabile della relativa gestione. La funzione Risk Management ha l'obiettivo di sviluppare il modello di gestione e monitoraggio dei rischi in un'ottica di miglioramento continuo e di progettare e gestire i cicli periodici di

Risk Assessment e di controllo del rispetto dei piani di mitigazione delle funzioni aziendali, favorendo la responsabilizzazione e la proattività nella gestione del rischio da parte dei risk owner. L'integrazione con la funzione Internal Audit consente di garantire l'efficacia ed efficienza dell'ERM.

## FOCUS: ATTIVITÀ DI COMPLIANCE NORMATIVA E GESTIONE DEI RECLAMI E DEI CONTENZIOSI CON I CLIENTI

- Al fine di garantire l'adozione di politiche aziendali conformi alla normativa nazionale di rango primario e secondario, la Società monitora la pubblicazione degli atti legislativi e regolatori di interesse, analizzandone gli impatti ed adeguando tempestivamente i processi e le procedure interne, laddove necessario;
- Nel corso del 2021 l'Autorità di regolazione per Energia Reti e Ambiente (ARERA), ha emanato numerosi provvedimenti volti a regolare, da un lato, il mercato retail (ampliando quindi gli obblighi informativi in capo agli operatori a vantaggio del cliente ovvero riconoscendo a quest'ultimo la facoltà di scegliere la controparte commerciale in fase di voltura); dall'altro, l'intera filiera energetica con particolare riferimento ai rapporti contrattuali tra le controparti commerciali, utenti del dispacciamento e distributori.

Relativamente alle tematiche di interesse dell'Autorità Garante della concorrenza e del mercato (AGCM), si segnala che quest'ultima, con delibera n. 29772 del 13 luglio 2021, ha reso obbligatori gli impegni presentati da Optima nel corso del procedimento istruttorio n. PS11854 avviato con riferimento all'offerta "Optima Start" per presunta violazione degli artt. 20,21,22,24,25 e 62 del Codice del Consumo.

In particolare, AGCM ha contestato la mancanza di un'informativa completa e trasparente circa le condizioni economiche di fornitura di energia elettrica e/o gas nonché la pratica di recupero integrale (ovvero oltre l'anno contrattuale) degli sconti applicati dalla società in caso di recesso anticipato dal contratto il cui vincolo di durata è pari a 24 mesi.

In data 4 ottobre 2021, la Società ha trasmesso la propria relazione di ottemperanza, poi integrata in data 23 novembre 2021 a seguito di una richiesta di informazioni formulata dall'Autorità.

## 7.3. Diritti umani

Considerando il settore di business (servizi in ambito energia, telecomunicazioni, assicurazioni e telemedicina) e il contesto operativo e normativo in cui Optima opera, durante i Risk Assessment periodici non sono stati rilevati particolari rischi relativamente al rispetto dei diritti umani.

Il Gruppo condanna qualsiasi tipo di discriminazione, promuove il rispetto e la dignità delle persone, e definisce i criteri di condotta generali che riguardano il rispetto dei Diritti Umani, sia per le attività in Italia che per le attività nella società controllata in Albania.

Il tema, nel Codice Etico, è declinato da Optima nella gestione delle Risorse Umane, dei collaboratori, e dei rapporti con i fornitori: il gruppo si impegna a vietare il lavoro forzato e minorile e a evitare qualsiasi situazione di discriminazione, e a tutelare la dignità personale, le libertà politiche e religiose, la privacy e la riservatezza dei dati personali, la proprietà intellettuale e il diritto d'autore.



---

## 8. GUIDA ALLA LETTURA

---

Il Bilancio di Sostenibilità 2021 (di seguito anche “Bilancio”) di Optima Italia (il “Gruppo”) rappresenta il documento attraverso il quale il Gruppo vuole descrivere le iniziative e i principali risultati in termini di performance di sostenibilità ottenuti nel corso dell’anno, oltre che gli obiettivi e le strategie di Optima per i prossimi anni.

Il Bilancio rappresenta l’impegno del Gruppo nell’instaurare una rendicontazione strutturata e trasparente verso gli stakeholder sulle sue performance ambientali e sociali. Il documento vuole fornire una descrizione dei progetti e dei risultati conseguiti in un’ottica di creazione di valore verso la comunità e gli stakeholder.

Il documento rendiconta in merito all’andamento del Gruppo, i suoi risultati e l’impatto prodotto in merito ai temi ritenuti rilevanti, nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell’attività d’impresa. Il presente Bilancio è redatto in conformità ai Sustainability Reporting Standards pubblicati dal Global Reporting Initiative – GRI (“GRI Standards”), secondo un livello “In accordance-Core”. I GRI Standards sono ad oggi lo standard più riconosciuto e diffuso a livello internazionale in materia di rendicontazione non finanziaria.

I dati e le informazioni riportati fanno riferimento all’esercizio 1° gennaio – 31 dicembre 2021, salvo dove diversamente indicato. Ove possibile, sono stati riportati dati comparativi riferiti agli esercizi precedenti, al fine di presentare l’andamento delle performance del Gruppo su un orizzonte temporale più esteso. Per fornire una rappresentazione puntuale delle performance, è stata privilegiata l’inclusione di indicatori qualitativi direttamente rilevabili e misurabili, ricorrendo solo in limitati casi, puntualmente segnalati, a stime.

I contenuti oggetto di rendicontazione sono stati selezionati sulla base dei risultati dell’analisi di materialità, con la quale sono stati individuati i temi rilevanti per gli impatti economici, sociali e ambientali di Optima Italia e dei suoi stakeholder.

Il perimetro dei dati sociali e ambientali comprende Optima Italia S.p.A.. I dati economico-finanziari coincidono con il perimetro di rendicontazione del Bilancio consolidato del Gruppo. Eventuali limitazioni di perimetro sono specificate nel documento.

Il presente Bilancio è il primo documento pubblicato dal Gruppo volto a rendicontare sulle performance di sostenibilità di Optima Italia, che a partire dal presente esercizio pubblicherà una specifica reportistica di sostenibilità su base annuale.

Durante l’esercizio di riferimento, il Gruppo non ha affrontato significativi cambiamenti riguardo alla struttura, alla proprietà o alla sua catena di fornitura.

Il presente Bilancio non è soggetto a verifica di parte terza ed è stato redatto con l’assistenza tecnico-metodologica di Marsh Advisory.

Per ogni informazione relativa al Bilancio di Sostenibilità di Optima Italia è possibile scrivere al seguente indirizzo email: [amministrazione@optimaitalia.com](mailto:amministrazione@optimaitalia.com)



## 9. INDICE DEI CONTENUTI GRI

| GRI Standard                                | Disclosure | Descrizione   | Paragrafo di riferimento   | Note / Omissioni |
|---|------------|---|--|------------------|
| <b>Informativa generale</b>                 |            |   |  |                  |
| <b>GRI 102: Informativa generale (2016)</b> |            |   |  |                  |
| <b>Profilo Organizzativo</b>                | 102-1      | Nome dell'organizzazione  | Assetto societario e performance economica   |                  |
|   | 102-2      | Principali marchi, prodotti e/o servizi                                       | Il business di Optima Italia   |                  |
|   | 102-3      | Sede principale   | Assetto societario e performance economica   |                  |
|   | 102-4      | Aree geografiche di operatività   | Il business di Optima Italia   |                  |
|   | 102-5      | Assetto proprietario e forma legale   | Assetto societario e performance economica   |                  |
|   | 102-6      | Mercati serviti   | Il business di Optima Italia   |                  |
|   | 102-7      | Dimensione dell'organizzazione  | Assetto societario e performance economica; Valorizzazione del capitale umano              |                  |
|   | 102-8      | Caratteristiche della forza lavoro  | Valorizzazione del capitale umano  |                  |
|   | 102-9      | Catena di fornitura dell'Organizzazione                                       | Il business di Optima Italia   |                  |
|   | 102-10     | Cambiamenti significativi dell'Organizzazione e della sua catena di fornitura | Guida alla lettura   |                  |
|   | 102-11     | Applicazione dell'approccio prudentiale alla gestione dei rischi              | Energia green e tutela dell'ambiente   |                  |
|   | 102-12     | Iniziative esterne  | Non si registrano ad oggi iniziative esterne rilevanti a cui il Gruppo aderisce o supporta |                  |
|   | 102-13     | Principali partnership e affiliazioni   | Non si registrano ad oggi associazioni rilevanti di cui il Gruppo fa parte                 |                  |
| <b>Etica e integrità</b>                    | 102-14     | Valori, principi, standard e regole di comportamento dell'Organizzazione      | Mission, vision e valori   |                  |
| <b>Governance</b>                           | 102-18     | Struttura di Governo dell'Organizzazione                                      | Corporate Governance   |                  |
| <b>Coinvolgimento Stakeholder</b>           | 102-40     | Elenco degli stakeholder  | Analisi di materialità   |                  |
|   | 102-41     | Accordi di contrattazione collettiva  | Valorizzazione del capitale umano  |                  |
|   | 102-42     | Identificazione e selezione degli stakeholder                                 | Analisi di materialità   |                  |
|   | 102-43     | Approccio al coinvolgimento degli stakeholder                                 | Analisi di materialità   |                  |
|   | 102-44     | Aspetti chiave emersi dal coinvolgimento degli stakeholder                    | Analisi di materialità   |                  |



| GRI Standard                                  | Disclosure | Descrizione  | Paragrafo di riferimento   | Note / Omissioni  |
|---|------------|--|--|---|
| <b>Pratiche di reporting</b>                  | 102-45     | Entità incluse nel Bilancio Consolidato                                  | Guida alla lettura   |   |
|   | 102-46     | Definizione dei contenuti del report e del perimetro dei topic materiali | Analisi di materialità   |   |
|   | 102-47     | Elenco dei topic materiali   | Analisi di materialità   |   |
|   | 102-48     | Modifiche di informazioni contenute nei precedenti report                | Guida alla lettura   |   |
|   | 102-49     | Cambiamenti significativi in termini di topic materiali e loro perimetro | Analisi di materialità   |   |
|   | 102-50     | Periodo di rendicontazione   | Guida alla lettura   |   |
|   | 102-51     | Data di pubblicazione del report più recente                             | Non applicabile  |   |
|   | 102-52     | Periodicità della rendicontazione  | Guida alla lettura   | Il presente documento è il primo report di sostenibilità di Optima Italia |
|   | 102-53     | Contatti per informazioni sul report                                     | Guida alla lettura   |   |
|   | 102-54     | Indicazione dell'opzione "In accordance" scelta                          | Guida alla lettura   |   |
|   | 102-55     | Indice dei contenuti GRI   | Indice dei contenuti GRI   |   |
|   | 102-56     | Attestazione esterna   | Guida alla lettura   |   |
| <b>Aspetti economici</b>                      |            |  |  |   |
| <b>Performance economiche</b>                 |            |  |  |   |
| <b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>   | 103-1      | Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro                  | Analisi di materialità   |   |
|   | 103-2      | La modalità di gestione e le sue componenti                              | Analisi di materialità; Framework e obiettivi di sostenibilità; Assetto societario e performance economica |   |
|   | 103-3      | Valutazione delle modalità di gestione                                   | Analisi di materialità; Assetto societario e performance economica   |   |
| <b>GRI 201: Performance economiche (2016)</b> | 201-1      | Valore economico direttamente generato e distribuito                     | Assetto societario e performance economica   |   |
| <b>Presenza sul mercato</b>                   |            |  |  |   |
| <b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>   | 103-1      | Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro                  | Analisi di materialità   |   |
|   | 103-2      | La modalità di gestione e le sue componenti                              | Analisi di materialità; Framework e obiettivi di sostenibilità; Valorizzazione del capitale umano          |   |
|   | 103-3      | Valutazione delle modalità di gestione                                   | Analisi di materialità; Valorizzazione del capitale umano  |   |
| <b>GRI 202: Presenza sul mercato (2016)</b>   | 202-2      | Proporzione di senior manager assunti dalla comunità locale              | Valorizzazione del capitale umano  |   |

| GRI Standard  | Disclosure | Descrizione   | Paragrafo di riferimento   | Note / Omissioni |
|---|------------|---|--|------------------|
| <b>Impatti economici indiretti</b>                    |            |   |  |                  |
| <b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>           | 103-1      | Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro                                 | Analisi di materialità   |                  |
|   | 103-2      | La modalità di gestione e le sue componenti   | Analisi di materialità; Framework e obiettivi di sostenibilità; Il legame della città di Napoli e la Campania                            |                  |
|   | 103-3      | Valutazione delle modalità di gestione  | Analisi di materialità; Il legame della città di Napoli e la Campania  |                  |
| <b>GRI 203: Impatti economici indiretti (2016)</b>    | 203-1      | Impatti economici indiretti significativi   | Il legame della città di Napoli e la Campania; L'impatto di Optima sul territorio; I progetti in cantiere per il 2022                    |                  |
| <b>Pratiche di approvvigionamento</b>                 |            |   |  |                  |
| <b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>           | 103-1      | Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro                                 | Analisi di materialità   |                  |
|   | 103-2      | La modalità di gestione e le sue componenti   | Analisi di materialità; Framework e obiettivi di sostenibilità; La gestione responsabile della catena di fornitura                       |                  |
|   | 103-3      | Valutazione delle modalità di gestione  | Analisi di materialità; La gestione responsabile della catena di fornitura   |                  |
| <b>GRI 204: Pratiche di approvvigionamento (2016)</b> | 204-1      | Proporzione di spesa verso fornitori locali   | La gestione responsabile della catena di fornitura   |                  |
| <b>Anticorruzione</b>                                 |            |   |  |                  |
| <b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>           | 103-1      | Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro                                 | Analisi di materialità   |                  |
|   | 103-2      | La modalità di gestione e le sue componenti   | Analisi di materialità; Framework e obiettivi di sostenibilità; Etica e compliance   |                  |
|   | 103-3      | Valutazione delle modalità di gestione  | Analisi di materialità; Etica e compliance   |                  |
| <b>GRI 205: Anticorruzione (2016)</b>                 | 205-2      | Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione           | Etica e compliance   |                  |
|   | 205-3      | Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese                                     | Etica e compliance   |                  |
| <b>Comportamento anticoncorrenziale</b>               |            |   |  |                  |
| <b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>           | 103-1      | Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro                                 | Analisi di materialità   |                  |
|   | 103-2      | La modalità di gestione e le sue componenti   | Analisi di materialità; Framework e obiettivi di sostenibilità; Etica e compliance   |                  |
|   | 103-3      | Valutazione delle modalità di gestione  | Analisi di materialità; Etica e compliance   |                  |
| <b>GRI 206: Comportamento anticoncorrenziale</b>      | 206-1      | Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche | Nel corso dell'esercizio non si sono registrate azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche. |                  |



| GRI Standard                                 | Disclosure | Descrizione  | Paragrafo di riferimento   | Note / Omissioni   |
|--|------------|--|--|--|
| <b>Aspetti ambientali</b>                    |            |  |  |  |
| <b>Materiali</b>                             |            |  |  |  |
|  | 103-1      | Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro    | Analisi di materialità   |  |
|  | 103-2      | La modalità di gestione e le sue componenti                | Analisi di materialità; Framework e obiettivi di sostenibilità; Utilizzo delle risorse                                 |  |
|  | 103-3      | Valutazione delle modalità di gestione                     | Analisi di materialità; Utilizzo delle risorse   |  |
| <b>GRI 301: Materiali (2016)</b>             | 301-1      | Materiali utilizzati per peso o volume                     | Utilizzo delle risorse   | <i>Il Gruppo sta definendo un percorso di miglioramento del proprio processo di reporting che permetterà di rendicontare i materiali utilizzati per peso nel corso dei prossimi esercizi</i> |
| <b>Energia</b>                               |            |  |  |  |
| <b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>  | 103-1      | Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro    | Analisi di materialità   |  |
|  | 103-2      | La modalità di gestione e le sue componenti                | Analisi di materialità; Framework e obiettivi di sostenibilità; Efficienza energetica e lotta al cambiamento climatico |  |
|  | 103-3      | Valutazione delle modalità di gestione                     | Analisi di materialità; Efficienza energetica e lotta al cambiamento climatico   |  |
| <b>GRI 302: Energia (2016)</b>               | 302-1      | Energia consumata all'interno dell'organizzazione          | Efficienza energetica e lotta al cambiamento climatico   |  |
| <b>Emissioni</b>                             |            |  |  |  |
| <b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>  | 103-1      | Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro    | Analisi di materialità   |  |
|  | 103-2      | La modalità di gestione e le sue componenti                | Analisi di materialità; Framework e obiettivi di sostenibilità; Efficienza energetica e lotta al cambiamento climatico |  |
|  | 103-3      | Valutazione delle modalità di gestione                     | Analisi di materialità; Efficienza energetica e lotta al cambiamento climatico   |  |
| <b>GRI 305: Emissioni (2016)</b>             | 305-1      | Emissioni dirette di GHG (Scope 1)                         | Efficienza energetica e lotta al cambiamento climatico   |  |
|  | 305-2      | Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2) | Efficienza energetica e lotta al cambiamento climatico   |  |
| <b>Compliance ambientale</b>                 |            |  |  |  |
| <b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>  | 103-1      | Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro    | Analisi di materialità   |  |
|  | 103-2      | La modalità di gestione e le sue componenti                | Analisi di materialità; Framework e obiettivi di sostenibilità; Etica e compliance                                     |  |
|  | 103-3      | Valutazione delle modalità di gestione                     | Analisi di materialità; Etica e compliance   |  |
| <b>GRI 307: Compliance ambientale (2016)</b> | 307-1      | Non conformità con leggi e normative in materia ambientale | Nel corso dell'esercizio non si sono registrate non conformità rilevanti con leggi e normative in materia ambientale   |  |

| GRI Standard   | Disclosure | Descrizione   | Paragrafo di riferimento  | Note / Omissioni |
|--|------------|---|---|------------------|
| <b>Aspetti sociali</b>                               |            |   |   |                  |
| <b>Occupazione</b>                                   |            |   |   |                  |
| <b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>          | 103-1      | Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro   | Analisi di materialità  |                  |
|  | 103-2      | La modalità di gestione e le sue componenti   | Analisi di materialità; Framework e obiettivi di sostenibilità; Valorizzazione del capitale umano |                  |
|  | 103-3      | Valutazione delle modalità di gestione  | Analisi di materialità; Valorizzazione del capitale umano   |                  |
| <b>GRI 401: Occupazione (2016)</b>                   | 401-1      | Nuove assunzioni e turnover   | Valorizzazione del capitale umano   |                  |
| <b>Salute e sicurezza sul lavoro</b>                 |            |   |   |                  |
| <b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>          | 103-1      | Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro   | Analisi di materialità  |                  |
|  | 103-2      | La modalità di gestione e le sue componenti   | Analisi di materialità; Framework e obiettivi di sostenibilità; Salute e sicurezza                |                  |
|  | 103-3      | Valutazione delle modalità di gestione  | Analisi di materialità; Salute e sicurezza  |                  |
| <b>GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro (2018)</b> | 403-1      | Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro   | Salute e sicurezza  |                  |
|  | 403-2      | Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti   | Salute e sicurezza  |                  |
|  | 403-3      | Servizi di medicina del lavoro  | Salute e sicurezza  |                  |
|  | 403-4      | Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro                   | Salute e sicurezza  |                  |
|  | 403-5      | Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro   | Salute e sicurezza  |                  |
|  | 403-6      | Promozione della salute dei lavoratori  | Salute e sicurezza  |                  |
|  | 403-7      | Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali | Salute e sicurezza  |                  |
|  | 403-9      | Infortuni sul lavoro  | Salute e sicurezza  |                  |
| <b>Formazione e istruzione</b>                       |            |   |   |                  |
| <b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>          | 103-1      | Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro   | Analisi di materialità  |                  |
|  | 103-2      | La modalità di gestione e le sue componenti   | Analisi di materialità; Framework e obiettivi di sostenibilità; Valorizzazione del capitale umano |                  |
|  | 103-3      | Valutazione delle modalità di gestione  | Analisi di materialità; Valorizzazione del capitale umano   |                  |



| GRI Standard  | Disclosure | Descrizione   | Paragrafo di riferimento   | Note / Omissioni |
|---|------------|---|--|------------------|
| <b>GRI 404: Formazione e istruzione (2016)</b>      | 404-1      | Ore medie di formazione annua per dipendente  | Valorizzazione del capitale umano  |                  |
|   | 404-3      | Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale | Valorizzazione del capitale umano  |                  |
| <b>Diversità e pari opportunità</b>                 |            |   |  |                  |
| <b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>         | 103-1      | Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro   | Analisi di materialità   |                  |
|   | 103-2      | La modalità di gestione e le sue componenti   | Analisi di materialità; Framework e obiettivi di sostenibilità; Diversity, Equality, Inclusion                         |                  |
|   | 103-3      | Valutazione delle modalità di gestione  | Analisi di materialità; Diversity, Equality, Inclusion   |                  |
| <b>GRI 405: Diversità e pari opportunità (2016)</b> | 405-1      | Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti  | Diversity, Equality, Inclusion   |                  |
|   | 405-2      | Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini                                     | Diversity, Equality, Inclusion   |                  |
| <b>Non discriminazione</b>                          |            |   |  |                  |
| <b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>         | 103-1      | Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro   | Analisi di materialità   |                  |
|   | 103-2      | La modalità di gestione e le sue componenti   | Analisi di materialità; Framework e obiettivi di sostenibilità; Diversity, Equality, Inclusion                         |                  |
|   | 103-3      | Valutazione delle modalità di gestione  | Analisi di materialità; Diversity, Equality, Inclusion   |                  |
| <b>GRI 406: Non discriminazione (2016)</b>          | 406-1      | Episodi di discriminazione e misure correttive adottate   | Diversity, Equality, Inclusion   |                  |
| <b>Comunità locali</b>                              |            |   |  |                  |
| <b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>         | 103-1      | Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro   | Analisi di materialità   |                  |
|   | 103-2      | La modalità di gestione e le sue componenti   | Analisi di materialità; Framework e obiettivi di sostenibilità; Il legame con la città di Napoli e la Campania         |                  |
|   | 103-3      | Valutazione delle modalità di gestione  | Analisi di materialità; Il legame con la città di Napoli e la Campania   |                  |
| <b>GRI 206: Comportamento anticoncorrenziale</b>    | 413-1      | Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo     | Il legame con la città di Napoli e la Campania; L'impatto di Optima sul territorio; I progetti in cantiere per il 2022 |                  |
| <b>Marketing ed etichettatura</b>                   |            |   |  |                  |
| <b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>         | 103-1      | Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro   | Analisi di materialità   |                  |
|   | 103-2      | La modalità di gestione e le sue componenti   | Analisi di materialità; Framework e obiettivi di sostenibilità; Relazione con i clienti; Etica e compliance            |                  |
|   | 103-3      | Valutazione delle modalità di gestione  | Analisi di materialità; Relazione con i clienti; Etica e compliance  |                  |

| GRI Standard                                      | Disclosure | Descrizione   | Paragrafo di riferimento   | Note / Omissioni |
|---|------------|---|--|------------------|
| <b>GRI 417: Marketing ed etichettatura (2016)</b> | 417-1      | Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi                           | Relazione con i clienti; Etica e compliance  |                  |
|   | 417-2      | Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi           | Etica e compliance   |                  |
|   | 417-3      | Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing   | Relazione con i clienti; Etica e compliance  |                  |
| <b>Privacy dei clienti</b>                        |            |   |  |                  |
| <b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>       | 103-1      | Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro   | Analisi di materialità   |                  |
|   | 103-2      | La modalità di gestione e le sue componenti   | Analisi di materialità; Framework e obiettivi di sostenibilità; Relazione con i clienti; Etica e compliance  |                  |
|   | 103-3      | Valutazione delle modalità di gestione  | Analisi di materialità; Relazione con i clienti; Etica e compliance  |                  |
| <b>GRI 418: Privacy dei clienti (2016)</b>        | 418-1      | Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita dei dati dei clienti | Relazione con i clienti; Etica e compliance  |                  |
| <b>Compliance socioeconomica</b>                  |            |   |  |                  |
| <b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>       | 103-1      | Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro   | Analisi di materialità   |                  |
|   | 103-2      | La modalità di gestione e le sue componenti   | Analisi di materialità; Framework e obiettivi di sostenibilità; Etica e compliance                           |                  |
|   | 103-3      | Valutazione delle modalità di gestione  | Analisi di materialità; Etica e compliance   |                  |
| <b>GRI 419: Compliance socioeconomica (2016)</b>  | 419-1      | Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica                                  | Etica e compliance   |                  |
| <b>Altri aspetti rilevanti</b>                    |            |   |  |                  |
| <b>Qualità del servizio e Customer Centricity</b> |            |   |  |                  |
| <b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>       | 103-1      | Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro   | Analisi di materialità   |                  |
|   | 103-2      | La modalità di gestione e le sue componenti   | Analisi di materialità; Framework e obiettivi di sostenibilità; Qualità dei servizi e centralità del cliente |                  |
|   | 103-3      | Valutazione delle modalità di gestione  | Analisi di materialità; Qualità dei servizi e centralità del cliente   |                  |
| <b>R&amp;D e Innovazione</b>                      |            |   |  |                  |
| <b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>       | 103-1      | Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro   | Analisi di materialità   |                  |
|   | 103-2      | La modalità di gestione e le sue componenti   | Analisi di materialità; Framework e obiettivi di sostenibilità; L'innovazione in Optima Italia               |                  |
|   | 103-3      | Valutazione delle modalità di gestione  | Analisi di materialità; L'innovazione in Optima Italia   |                  |





© 2018 OPTIMA  
All rights reserved.  
No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or by any information storage and retrieval system, without the prior written permission of OPTIMA.