



CLARA

# VALORE PUBBLICO 2023



Università  
degli Studi  
di Ferrara



DIPARTIMENTO  
DI ECONOMIA  
E MANAGEMENT



CENTRO DI RICERCA SUL VALORE PUBBLICO

Clara, nata nel 2017 dalla fusione tra Area S.p.A. e Cmv Raccolta S.r.l., gestisce la raccolta dei rifiuti urbani e gli assimilati in 19 dei 21 Comuni della provincia di Ferrara.

Il Report del Valore Pubblico di Clara, giunto ormai alla sua terza edizione, rappresenta un documento di rendicontazione integrata degli impatti – economici, sociali e ambientali – creati dalle attività della società in relazione ai suoi stakeholder, interni ed esterni, sempre più coinvolti nella definizione delle strategie di Sostenibilità delle società nonché nella stessa misurazione del Valore Pubblico creato da Clara.

Il Report ha lo scopo di evidenziare il contributo di Clara alla creazione di Valore Pubblico, concetto olistico corrispondente sia al miglioramento del livello di benessere degli utenti e stakeholder dell'azienda, sia al miglioramento del proprio livello di salute interna, grazie al miglioramento della performance rispetto alle condizioni di partenza.



## INDICE

Servizi nei comuni	6
Modello di creazione del valore	8
Strategia di sostenibilità	10
Stakeholder	12
Matrice di materialità	14
Valore pubblico creato da Clara	18



An aerial photograph of agricultural fields, showing a mix of green and yellow crops. A dark, semi-transparent rectangular box is overlaid on the left side of the image, containing white text. The text is arranged in three paragraphs, followed by two lines of names and titles.

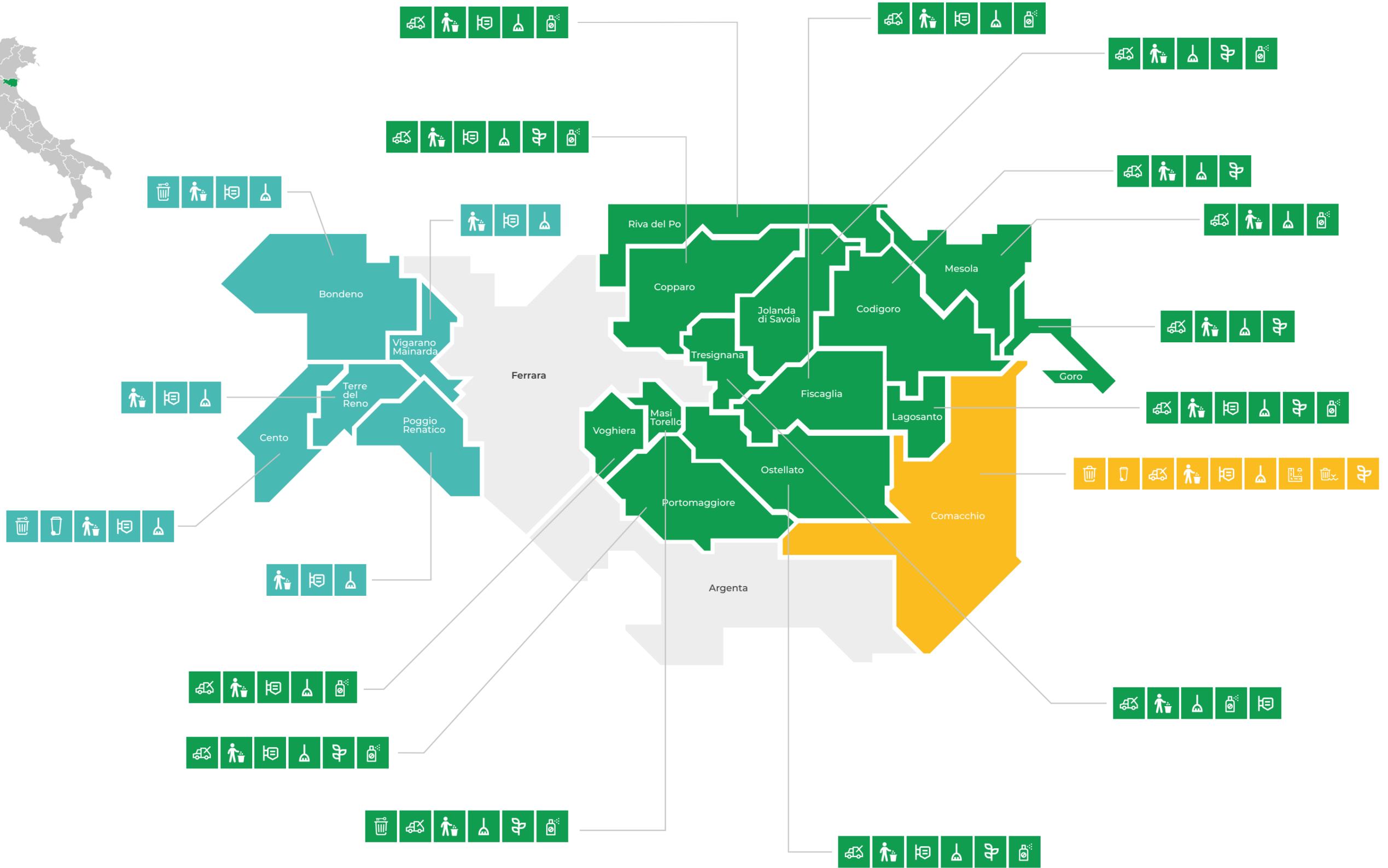
*La ricerca del giusto equilibrio tra gli elementi caratteristici della governance di una grande azienda e il naturale processo osmotico con il territorio deve evolvere verso una comunicazione dell'impatto delle proprie attività sull'ambiente e sulle comunità di riferimento.*

*Questa terza edizione del Report del Valore Pubblico illustra il percorso di evoluzione della Società e della sua rappresentazione agli stakeholder, vigili osservatori del nostro operato, attori principali del patto sociale che determina il decoro e il giusto rapporto tra il servizio ed il suo costo.*

*Un ringraziamento va ai nostri Soci, che alimentano il nostro credere nelle sfide accolte e ci sostengono, con la loro consapevolezza del cambiamento, nei necessari passi verso una nuova cultura aziendale.*

Presidente del Consiglio di Amministrazione  
**Dott. Annibale Cavallari**

Direttore Generale  
**Ing. Alfredo Amman**



## SERVIZI NEI COMUNI

- LEGENDA**
- CENTRI DI RACCOLTA
  - MANUTENZIONE VERDE PUBBLICO
  - SERVIZI DI DEZANZARIZZAZIONE, DERATTIZZAZIONE, DISINFESTAZIONE
  - CASSONETTI
  - ECOSTOP
  - ECOMODULI
  - ECOMOBILE
  - DOMICILIARE
  - SPAZZAMENTO MANUALE/MECCANICO
  - LAVAGGIO STRADE E SUOLO PUBBLICO
  - PULIZIA ARENILI

## MODELLO DI CREAZIONE DEL VALORE

Il Modello di business di Clara si propone di creare nel tempo valore sostenibile e condiviso per l'azienda e per la comunità di riferimento. I servizi offerti da Clara sono orientati a migliorare la qualità della vita dei cittadini e delle imprese che operano sui territori di competenza, attraverso l'offerta di servizi essenziali erogati con alti standard di qualità ed efficienza.

All'interno Clara, il processo di creazione di Valore si basa su 6 Valori come Input, che l'azienda modifica, incrementa, consuma o utilizza al fine della reazione di Valore Pubblico.

**VALORE ECONOMICO FINANZIARIO:**  
insieme delle risorse economiche impiegate nei processi di erogazione dei servizi

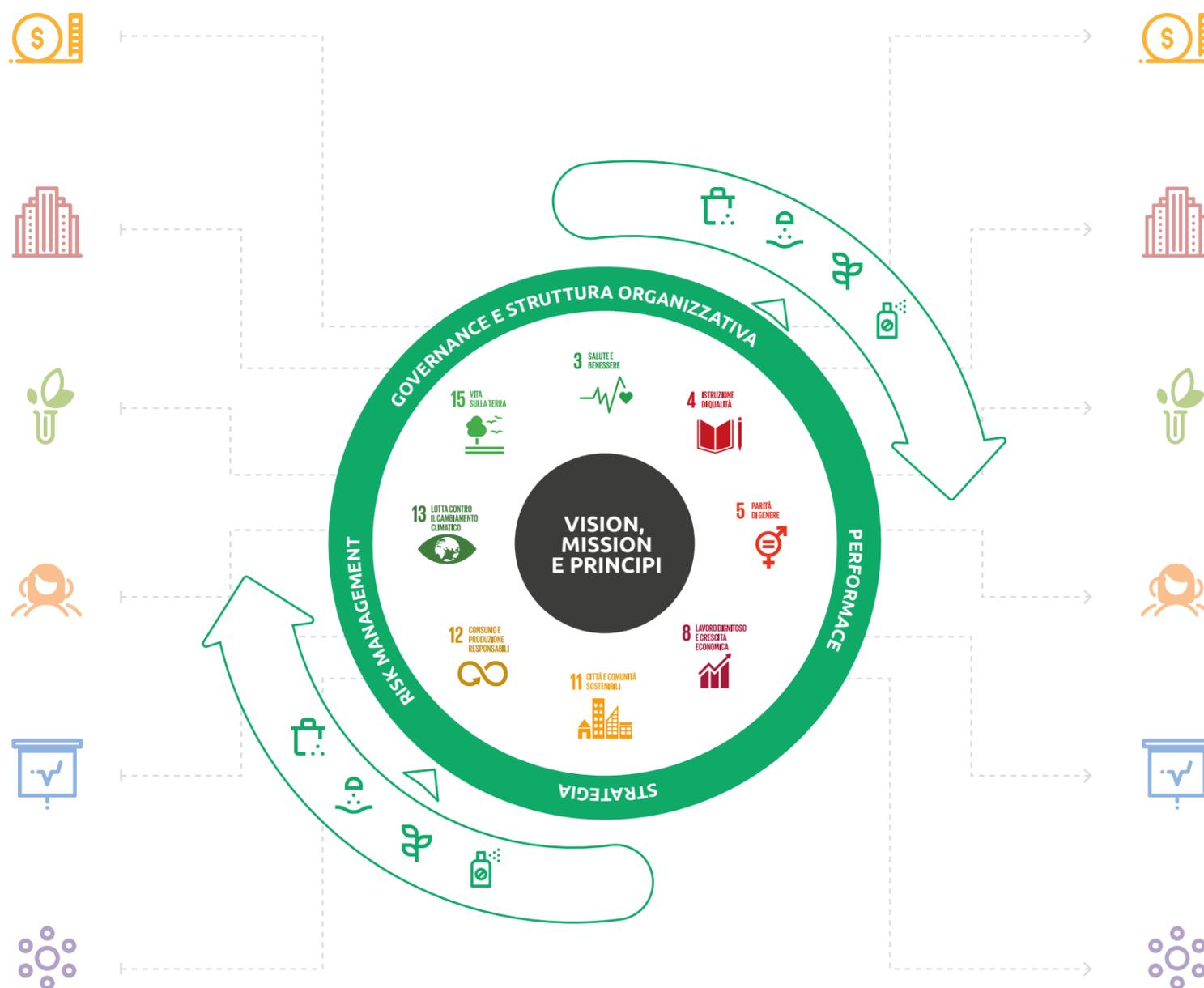
**VALORE MATERIALE:**  
insieme di immobili, infrastrutture e mezzi fisici utilizzati per l'erogazione dei servizi offerti dall'azienda

**VALORE NATURALE:**  
insieme di processi e risorse ambientali che contribuiscono all'erogazione dei servizi offerti dall'azienda

**VALORE UMANO:**  
insieme delle competenze, capacità ed esperienze delle persone che lavorano nell'azienda

**VALORE ORGANIZZATIVO:**  
insieme delle risorse tangibili e intangibili organizzate al fine di erogare i servizi in modo innovativo e strutturato

**VALORE RELAZIONALE:**  
capacità dell'azienda di creare relazioni con gli stakeholder interni ed esterni e condivisione di valori al fine di aumentare il benessere individuale e collettivo



CREAZIONE DI VALORE PUBBLICO

# STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

Clara definisce una strategia di sostenibilità di lungo periodo finalizzata allo sviluppo dell'economia circolare e alla transizione energetica, basata su 8 SDGs.

Con la definizione di un Piano Industriale al 2036 e di una Strategia di Sostenibilità, Clara vuole migliorare la creazione di Valore, in un'ottica di sviluppo sostenibile.

## I CARDINI DELLA SOSTENIBILITÀ DI CLARA:

- Attenzione alla persona
- Attenzione all'ambiente
- Compliance alle normative
- Attenzione alla soddisfazione dei clienti
- Attenzione alla salute e alla sicurezza sui luoghi di lavoro



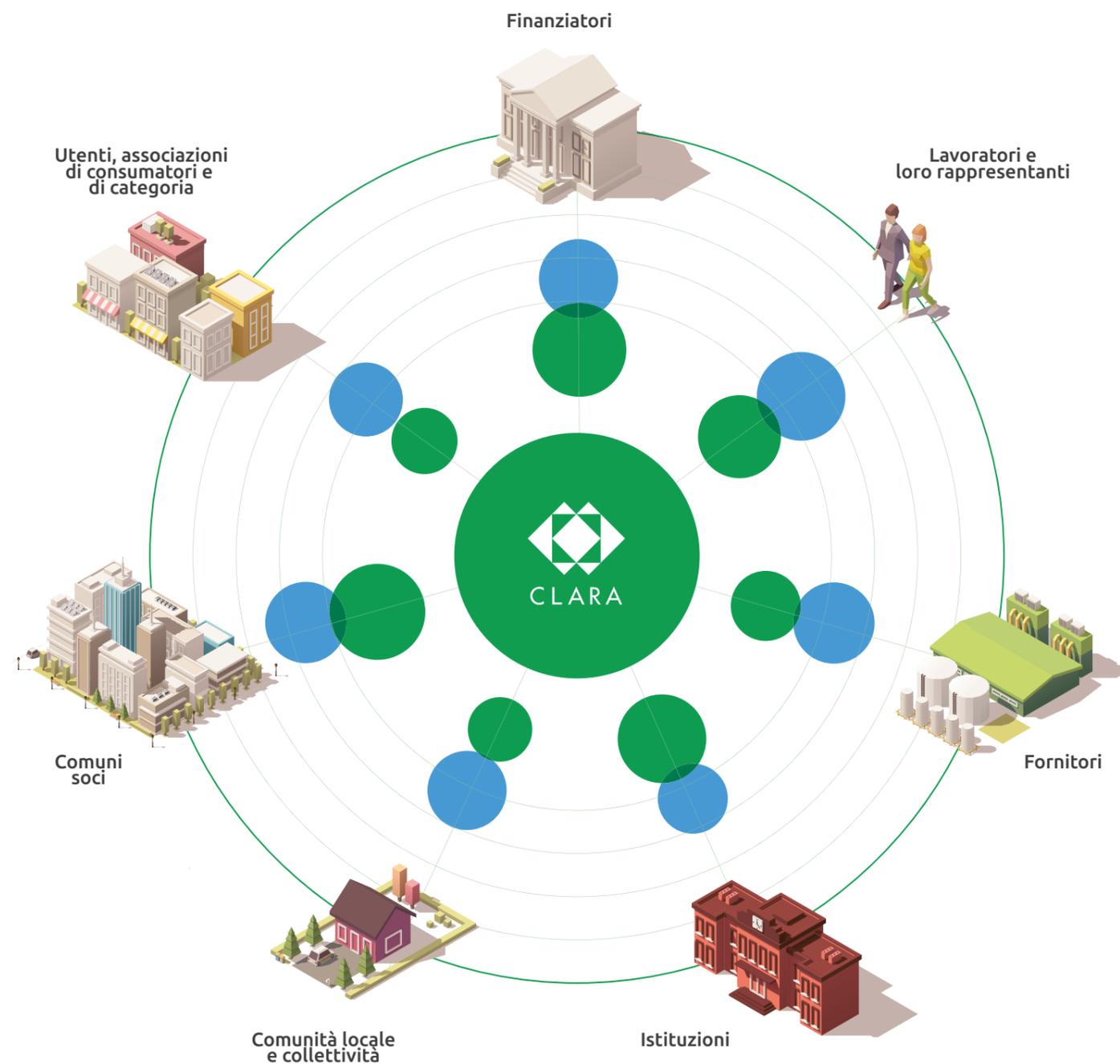
	2018	2019	2020	2021	2022	trend	
🏢	Numero di progetti di prevenzione e riduzione rifiuti attivati	1	1	1	1	1	≈
	Numero di contenitori con accesso vincolato e riconoscimento dell'utenza	99.467	134.001	150.562	140.704	159.826	↑
	Numero dei centri di raccolta	15	15	16	16	16	↑
	Percentuale di mezzi raccolta rifiuti a basso impatto ambientale sul totale parco mezzi (%)	6,8	7,08	6,6	8,4	6,2	↓
♻️	Consumo di energia elettrica (kw)	n.d.	n.d.	426.200	444.841	356.089	↓
	Consumi per il riscaldamento degli uffici (mc)	n.d.	n.d.	65.110	66.070	55.505	↓
	Consumo di acqua (mc)	n.d.	n.d.	5.210	7.691	6.812	↓
	Quantità rifiuti smaltiti (t)	36.669	33.772	30.511	32.869	33.449	↓
	Quantità rifiuti raccolti (t)	120.203,7	118.820,3	116.533,4	109.731,7	109.400,2	↓
	Percentuale di rifiuto raccolto conferito in discarica sul totale dei rifiuti raccolti (%)	0,084	0,064	0,065	0,045	0,051	↓
📈	Numero annuo di dipendenti appartenenti a categorie protette	23	21	21	19	20	↓
	Percentuale di dipendenti coinvolti in formazione (%)	87,4	99,8	59,4	89,6	65,3	↓
	Numero di infortuni del personale	62	71	40	24	43	↓
	Numero di segnalazioni ricevute per episodi legati a pratiche discriminatorie	0	0	0	0	0	≈
	Percentuale di dipendenti con contratti stabili (%)	77,0	89,9	93,0	88,2	85,8	↑
📖	Numero attività nelle scuole	385	391	200	306	415	↑
	Presenza donne negli organi di amministrazione (%)	66,67	66,67	66,67	66,67	66,67	≈
🌍	Numero di iniziative a carattere ambientale	25	25	15	20	25	≈

## STAKEHOLDER

Un rapporto basato sull'ascolto, sul dialogo continuo e sul coinvolgimento attivo degli stakeholder, intesi come tutti i soggetti interessati alle attività e ai risultati aziendali, rappresenta l'impegno di Clara per creare, rafforzare e ampliare le proprie relazioni con gli stessi per garantire una gestione responsabile e sostenibile del business e migliorare il benessere della comunità. A tal fine sono state identificate le categorie di stakeholder e, successivamente, gli stessi sono stati classificati in base:

- al loro **POTERE**, ossia la CAPACITÀ di INFLUENZARE (positivamente o negativamente) il raggiungimento degli obiettivi di Clara;
- al loro **INTERESSE** verso servizi e/o attività specifici di Clara.

Con l'obiettivo di integrare la visione di Clara con quella degli stakeholder, per raccogliere il loro contributo nella definizione della strategia aziendale, la seconda edizione del Report ha visto lo sviluppo del coinvolgimento degli stakeholder interni per l'identificazione e classificazione dei temi materiali ossia i temi di natura economica, sociale e ambientale più rilevanti, sia per l'azienda che per le parti interessate, in relazione ai loro impatti sul business e sul territorio in cui Clara opera.



# MATRICE DI MATERIALITÀ

## TEMI MATERIALI

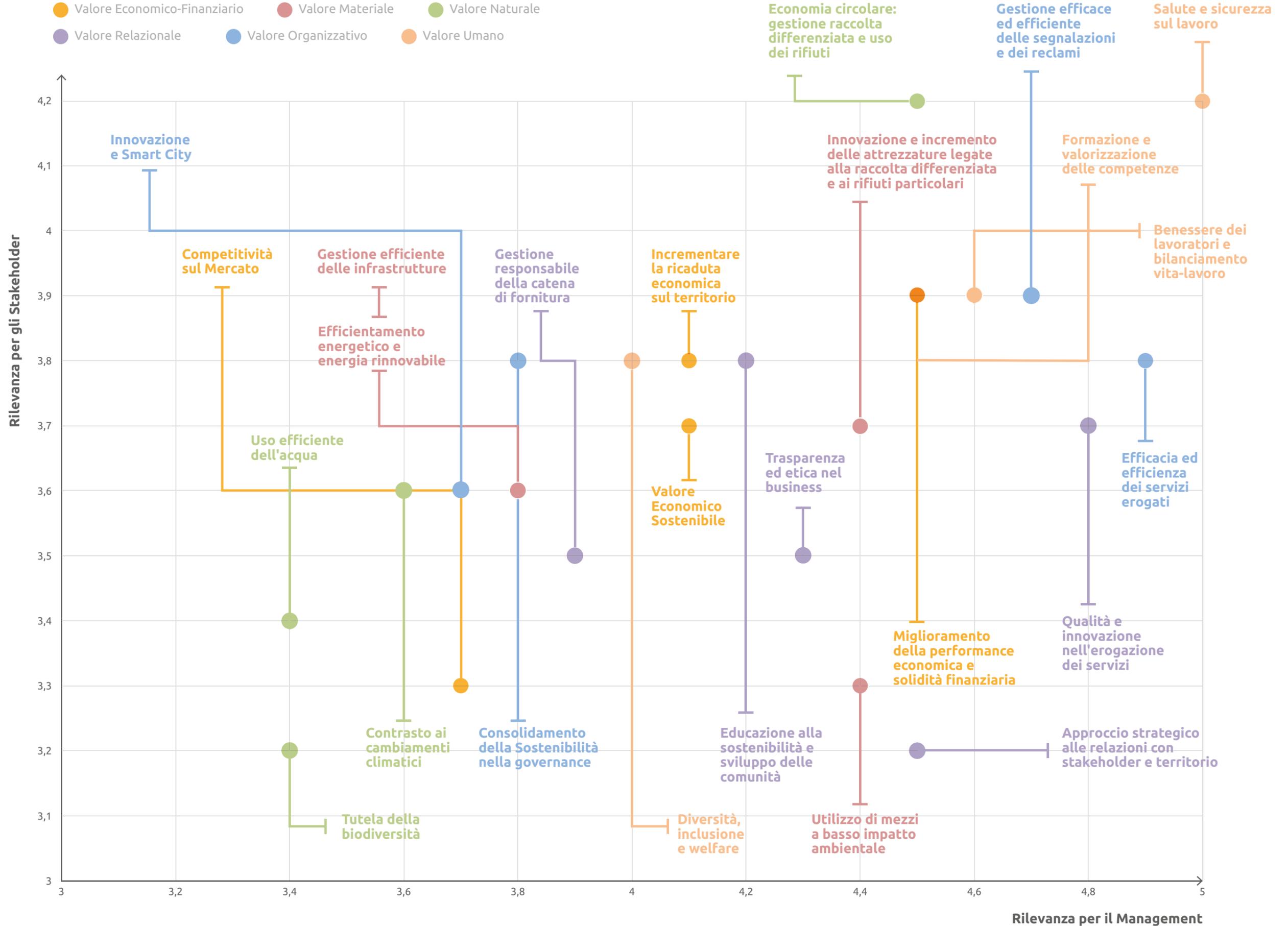


La combinazione dei risultati ottenuti dalle valutazioni è stata utilizzata per la costruzione della matrice di materialità, riportata nella pagina seguente. In particolare, la matrice di materialità riporta sull'asse orizzontale la rilevanza di ciascun tema materiale per il Management di Clara e sull'asse verticale la rilevanza per gli stakeholder (sia interni che esterni).

**MATRICE DI MATERIALITÀ**

**LEGENDA**

- Valore Economico-Finanziario
- Valore Relazionale
- Valore Materiale
- Valore Organizzativo
- Valore Naturale
- Valore Umano





# VALORE ECONOMICO FINANZIARIO

## OBIETTIVI

- aumentare le risorse proprie necessarie a realizzare gli investimenti per incrementare continuamente la qualità dei servizi offerti
- garantire la massima efficienza, ottimizzando i processi e contenendo i costi gestionali
- applicare tariffe eque e garantire il rispetto dei parametri di qualità e conformità tecnica

## IL 2022 NEI FATTI

Costi della produzione (€)	Tariffa media per utente (€/utente)	Numero di utenti
2018 50.719.287	2018 353,4	2018 131.439
2019 51.956.176	2019 351,2	2019 131.429
2020 50.570.157	2020 344,9	2020 131.178
2021 49.652.499	2021 343,4	2021 131.884
<b>2022 50.132.224</b>	<b>2022 351,5</b>	<b>2022 133.566</b>

## SDGs

8 LAVORO DIGNITOSO  
E CRESCITA  
ECONOMICA



11 CITTÀ E COMUNITÀ  
SOSTENIBILI



12 CONSUMO E  
PRODUZIONE  
RESPONSABILI



## Temi materiali:

- Incrementare la ricaduta economica sul territorio
- Competitività sul Mercato
- Miglioramento della performance economica e solidità finanziaria
- Valore Economico Sostenibile



# VALORE MATERIALE

## OBIETTIVI

- utilizzo delle migliori tecnologie per garantire la continuità, affidabilità e sicurezza dei servizi offerti
- salute e sicurezza sul lavoro attraverso investimenti sulle dotazioni tecniche
- individuazione delle più sostenibili soluzioni di gestione dei rifiuti

## IL 2022 NEI FATTI

Numero dei centri di raccolta (n)	Numero di conferimenti nei centri di raccolta (n)
2018 15	2018 91.196
2019 16	2019 85.155
2020 16	2020 104.807
2021 16	2021 187.067
<b>2022 16</b>	<b>2022 187.473</b>

## SDGs



## Temi materiali:

- Utilizzo di mezzi a basso impatto ambientale
- Gestione efficiente delle infrastrutture
- Innovazione e incremento delle attrezzature legate alla raccolta differenziata e ai rifiuti particolari (stazioni ecologiche, ecomobile, ecostop)
- Efficientamento energetico ed energia rinnovabile



# VALORE NATURALE

## OBIETTIVI

- Raccolta più efficiente e sostenibile
  - riduzione della quantità di rifiuti urbani prodotti
  - aumento della raccolta differenziata
  - riduzione del ricorso allo smaltimento dei rifiuti in favore del recupero
  - aumento della qualità del rifiuto conferito
- Equità del prezzo del servizio
  - applicazione della tariffa a corrispettivo con misurazione puntuale dei rifiuti

## IL 2022 NEI FATTI

Numero di iniziative a carattere ambientale (n)	Quantità di rifiuti raccolti per abitante (Kg/ab.)
2018	2018
25	621
2019	2019
25	614
2020	2020
15	602
<b>2021</b>	<b>2021</b>
<b>20</b>	<b>567</b>
<b>2022</b>	<b>2022</b>
<b>25</b>	<b>566</b>

## SDGs



## Temi materiali:

- Uso efficiente dell'acqua
- Tutela della biodiversità
- Economia circolare: gestione raccolta differenziata e riuso dei rifiuti
- Contrasto ai cambiamenti climatici



# VALORE UMANO

## OBIETTIVI

- Sicurezza sul lavoro, da ottenersi anche attraverso l'adeguata continua formazione/informazione e addestramento
- Migliorare l'occupazione locale, la stabilità e la qualità del lavoro (formazione e pari opportunità)
- Inserimento lavorativo, diretto o indiretto, di soggetti svantaggiati
- Agevolazione del lavoro femminile con apposite modalità che facilitino la conciliazione tra il lavoro e la vita familiare e personale

## IL 2022 NEI FATTI

Percentuale dipendenti con contratto a tempo indeterminato	Numero assunzioni	Costi per la formazione (€)
2018 77	2018 43	2018 13.756
2019 90	2019 29	2019 11.289
2020 93	2020 33	2020 18.457
2021 88	2021 49	2021 26.485
<b>2022</b> <b>86</b>	<b>2022</b> <b>56</b>	<b>2022</b> <b>25.385</b>

## SDGs

3 SALUTE E BENESSERE



4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ



5 PARITÀ DI GENERE



8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA



12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI



## Temi materiali:

- Salute e sicurezza sul lavoro
- Formazione e valorizzazione delle competenze
- Diversità, inclusione e welfare
- Benessere dei lavoratori e bilanciamento vita-lavoro



# VALORE ORGANIZZATIVO

## OBIETTIVI

- sicurezza sul lavoro, da ottenersi anche attraverso un'adeguata formazione
- mantenere sempre costante l'attenzione all'innovazione, centrale per la governance della società
- garantire la massima efficienza, ottimizzando i processi e contenendo i costi gestionali

## IL 2022 NEI FATTI

Tasso di assenteismo dei dipendenti (%)	Segnalazioni per mancato svuotamento dei contenitori (n)
2018	2018
11,5	5.659
2019	2019
10,8	7.808
2020	2020
13,0	6.385
2021	2021
12,2	5.686
<b>2022</b>	<b>2022</b>
<b>12,7</b>	<b>6.101</b>

## SDGs

3 SALUTE E BENESSERE



5 PARITÀ DI GENERE



11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI

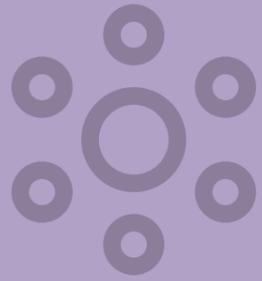


15 VITA SULLA TERRA



## Temi materiali:

- Innovazione e Smart City
- Efficacia ed efficienza dei servizi erogati
- Gestione efficace ed efficiente delle segnalazioni
- Consolidamento della Sostenibilità nella governance



# VALORE RELAZIONALE

## OBIETTIVI

- soddisfazione degli utenti rispetto ai servizi erogati
- salute e sicurezza dei lavoratori
- salute e sicurezza dei consumatori
- qualità rapporti con i fornitori

## IL 2022 NEI FATTI

Numero di studenti coinvolti nei progetti scuola (n)	Soddisfazione degli utenti per il servizio (%)
2018 6.458	2018 80,0
2019 6.269	2019 80,0
2020 3.648	2020 80,0
2021 4.098	2021 81,1
<b>2022 6.750</b>	<b>2022 80,4</b>

## SDGs



## Temi materiali:

- Approccio strategico alle relazioni con stakeholder e territorio
- Educazione alla sostenibilità e sviluppo delle comunità locali
- Gestione responsabile della catena di fornitura
- Qualità e innovazione nell'erogazione dei servizi
- Trasparenza ed etica nel business

**OBIETTIVI STRATEGICI**

- Sviluppo economia circolare sostenibile
- Miglioramento del benessere dell'organizzazione e delle persone
- Impegno transizione energetica
- Rafforzare le relazioni con gli stakeholder interni ed esterni

**SDGs**



**VALORI**

- ECONOMICO FINANZIARIO**
- MATERIALE**
- NATURALE**
- UMANO**
- ORGANIZZATIVO**
- RELAZIONALE**

**GOVERNANCE E STRUTTURA ORGANIZZATIVA**

- COMUNI SOCI**
- CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE**
- AREA DIRETTIVA**
- AREA AMMINISTRATIVA**
- AREA SERVIZI**

**SERVIZI EROGATI**

- RACCOLTA RIFIUTI URBANI**
- PULIZIA E LAVAGGIO DEL SUOLO PUBBLICO**
- MANUTENZIONE VERDE PUBBLICO**
- DEZANZARIZZAZIONE, DERATTIZZAZIONE, DISINFESTAZIONE**

**PERFORMANCE 2022 RISPETTO AL 2018**

- +52,0%**
- +31,0%**
- +6,1%**
- +10,2%**
- +14,5%**
- +25,8%**

**VALORE PUBBLICO +23,1%**



CLARA

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