



**INSIEME
VERSO
IL FUTURO**

BILANCIO SOCIALE 2021



Sommario

01.	LETTERA AGLI STAKEHOLDER	5	03.	DISTINTIVITÀ E IMPEGNO	41
	Crescere Insieme: nei nostri valori il presente e il futuro di tutti noi	7		Persone e Comunità	43
02.	IDENTITÀ	9		Il Cliente al Centro	45
	I nostri Valori, le nostre Persone, la nostra Comunità	11		Competitività	47
	La Missione ed i Valori	13		Una fidelizzazione costante e le iniziative di convenienza	47
	Sosteniamo il Futuro	13		La Marca del distributore (MDD): impegno fra qualità e risparmio	51
	La mappa degli Stakeholder	15		I reparti freschi: qualità, territorio, sicurezza e ruolo dell'MDD	55
	La Nostra Storia	17		Comunicare al cliente	59
	Il Codice Etico	19		La comunicazione digitale	60
	Il Gruppo Societario	20		Le Persone	61
	Il Consorzio Conad	21		La nostra Scuola di Formazione Crescere Insieme	61
	Conad Nord Ovest	23		Formazione su igiene e sicurezza sui luoghi di lavoro	65
	La centralità del Socio Imprenditore	23		Tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori	67
	La Piramide Strategica Conad	24		Alternanza scuola-lavoro	68
	Le nostre Persone	24		Lavora con noi - Il processo di selezione	69
	Partecipazione Attiva	25		La Comunità	71
	Le rete di Vendita	27		I progetti a fini sociali	71
	La strategia Commerciale	30		Imprese e Territorio	77
	Le piattaforme logistiche	35		Valorizzazione del Territorio e Tutela delle Filiere	79
	Performance Economiche	37		I nostriOri: un unico brand per le specialità agroalimentari	81
	Produzione e distribuzione del Valore Aggiunto	37		I Valori	82
	Prospetto di determinazione del Valore Aggiunto	39		Sostenibilità dei prodotti stagionali a "km 0" ed equa retribuzione del produttore	83
	Investimenti 2021 e piano di sviluppo triennale	40		I Controlli sulla Qualità: Garanzia per Il Consumatore	84
				Le analisi sui prodotti commercializzati	86
				I controlli nei punti vendita	97
				I controlli nei Centri di Distribuzione	98
				Qualifica fornitori	99

Ambiente e Risorse	101
Punti di Vendita Moderni e Attenti alla Sostenibilità	103
Tecnologie innovative per impianti efficienti	104
Packaging riciclabili	106
Nell'extralimentare assortimenti sempre più eco-friendly	107
Volantino digitale	108
Mobilità elettrica	109
Il metano arriva in Conad Self 24h	110
Ecocompattatori	110
Una Logistica Innovativa a Ridotto Impatto Ambientale	111
Trasporti con automezzi a metano liquido	112
Un materiale riciclabile per l'avvolgimento dei pallet	115
Condivisione di bancali in legno certificato	115
Cassette riutilizzabili in plastica riciclata	116
Centri di Distribuzione all'avanguardia	117
Relamping	117
Impianti fotovoltaici	117
Emissioni e consumi dei magazzini	118
Consumo di acqua e produzione di rifiuti	119
Efficienze di sede	121
Un progetto speciale per ridurre la plastica - Progetto UTO	122
Appendice	123



“
Lettera agli
Stakeholder
”

Crescere Insieme: nei nostri valori il presente e il futuro di tutti noi



Valter Geri
Presidente
Conad Nord Ovest



Ugo Baldi
Amministratore Delegato
Conad Nord Ovest



Massimo Galvan
Vicepresidente
Conad Nord Ovest

Chi guarda al futuro è pronto a fare i conti fino in fondo con il presente. È pronto a mettersi in discussione in profondità. È pronto a essere all'altezza di un passato come il nostro, fatto da soci imprenditori e da tanti collaboratori che hanno costruito una grande azienda e una **grande comunità di persone**. «*Persone oltre le cose*» e centralità del socio sono la bussola strategica del nostro percorso umano, professionale e aziendale.

Insieme abbiamo lavorato con **coraggio, impegno e dedizione**, seguendo saldamente i nostri valori. A tutte le donne e gli uomini del Sistema Conad Nord Ovest possiamo dire soltanto una parola: **grazie**.

Questi due anni in cui ci siamo trovati a lottare con diverse complessità, dalla pandemia, alle difficoltà economiche e sociali alle crisi internazionali, sono stati la prova della grande forza della **nostra squadra**. Senza mai venir meno alla **mission di essere sempre al fianco delle nostre comunità**, ci siamo presi cura di tante complessità con **competenza e umiltà**, vivendo e testimoniando pienamente la nostra campagna **“Venga, l’accompagno”**.

Essere comunità significa mettere **attenzione** non soltanto alle esigenze delle persone ma anche dell’ambiente in cui vivono: **l’impegno di Conad Nord Ovest alla sostenibilità è sempre altissimo**, sostenuto da scelte tecnologiche e logistiche, che permettono di **ridurre sensibilmente l’impatto della nostra attività, a**

beneficio di tutti. Risultati concreti che richiedono **progettazione e investimenti**, in risposta alla nostra volontà di **fare la nostra parte nella lotta ai cambiamenti climatici**. Impegno che nel futuro ci vedrà sempre più coinvolti.

Ambiente e persone le tuteliamo anche con dei partner competenti ed appassionati, i nostri fornitori del territorio. Grazie al lavoro di tutti non solo riusciamo a sostenere le economie locali, ma valorizziamo i piccoli e medi produttori che ne sono i principali interpreti, garantendo una qualità e sicurezza certificata di prodotti che ci viene sempre più riconosciuta dai consumatori.

Essere pronti a suonare all’unisono lo “spartito” del futuro è un impegno quotidiano, una responsabilità forte e costante nella nostra agenda strategica:

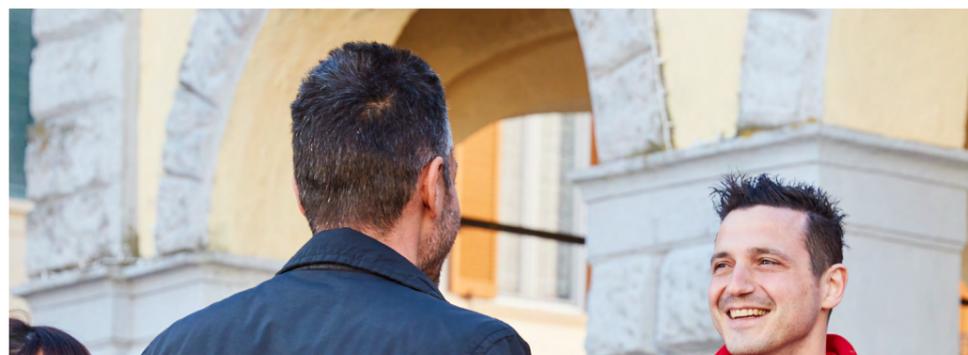
“Oggi non è che un giorno qualunque di tutti i giorni che verranno, ma ciò che farai in tutti i giorni che verranno dipende da quello che farai oggi”

– E. Hemingway

“
Identità
”

I NOSTRI VALORI, LE NOSTRE PERSONE, LA NOSTRA COMUNITÀ

Conad Nord Ovest è una delle maggiori imprese italiane della distribuzione associata, con un giro di affari di 4,35 miliardi di euro, 381 soci imprenditori e oltre 18 mila addetti in Piemonte e Valle d'Aosta, Liguria, Emilia-Romagna (province di Modena, Bologna e Ferrara), Toscana, Lazio (province di Roma, Viterbo), Lombardia (provincia di Mantova) e Sardegna.



Conad Nord Ovest conta **600 punti di vendita**, in cui sono presenti tutti i format distributivi. Grazie ad un importante piano di investimenti Conad Nord Ovest ha l'obiettivo di accrescere la quota di mercato, l'efficienza e la sostenibilità del gruppo. Risorse preziose per perseguire una crescita in linea con la vision "Conad leader della distribuzione alimentare italiana", che si traducono in nuovi punti di vendita, mirate riqualificazioni e ancor più servizi (distributori di carburanti, parafarmacie, somministrazione...), destinati a produrre ulteriori benefici sull'economia nei territori in cui operano i soci. I soci e i clienti sono al centro, in un rapporto costante che trova nei punti di vendita il luogo primario di reciproca relazione. Non più isole del commercio, ma arcipelaghi aperti al mondo della distribuzione alimentare e dei servizi, luoghi dove essere protagonisti responsabili del futuro.

Perché comprendere viene prima di vendere.

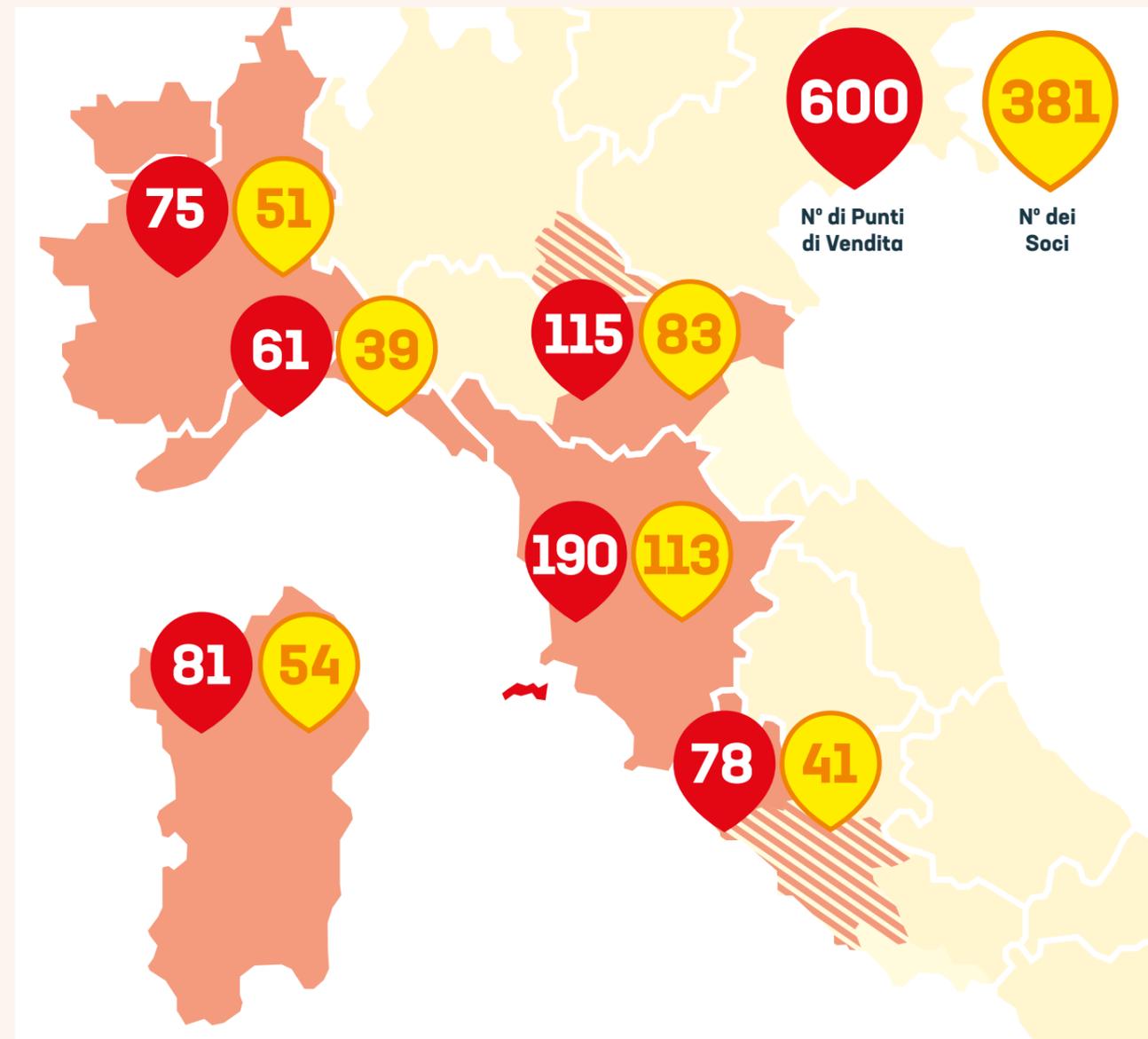


Conad Nord Ovest

Nata nel 2019 dalla fusione per unione delle due cooperative Conad del Tirreno e Nordiconad, è una delle maggiori imprese italiane con:

-  **827** milioni di Euro
PATRIMONIO NETTO
-  **4,35** miliardi di Euro
GIRO DI AFFARI COMPLESSIVO
-  **600**
PUNTI VENDITA
-  **381**
N. SOCI*
-  **494.765**
M² COMPLESSIVI
-  **18.000** oltre
OCCUPATI COMPLESSIVI
DI SISTEMA

*Intesi come "Società associate a Conad Nord Ovest"



La missione ed i valori

I valori sono le colonne portanti di Conad Nord Ovest, e guidano la cooperativa in una leadership che non è dettata solo dai numeri ma anche dalla responsabilità (**vision**), e che sostiene con adeguate strategie, funzioni e servizi l'attività dei soci imprenditori nella relazione con il cliente, contribuendo ad ampliare la quota di mercato del sistema Conad nel suo complesso (**mission**).

Responsabilità, Fiducia, Trasparenza, Rispetto, Competenza, Appartenenza, Ascolto, Umiltà, Solidarietà, Passione: sono i capisaldi di una cooperativa legata ai territori che ha fatto dell'impegno multicanale un elemento distintivo e contribuisce attivamente alla crescita del Paese.



Sosteniamo il futuro

“Una comunità è più grande di un supermercato”: Conad Nord Ovest è parte di un sistema che genera valore economico e sociale, inteso come benessere condiviso e diffuso all'interno della Comunità, e condivide con il Consorzio Nazionale e le altre cooperative il dovere e la responsabilità di organizzare le proprie logiche produttive e distributive contrastando i cambiamenti climatici e contribuendo a realizzare una società più equa, inclusiva e sostenibile. **La sostenibilità è il driver delle scelte strategiche di business.** Un percorso che guarda al futuro, che oggi si concretizza con l'adozione di modelli di gestione più sostenibili, di soluzioni più efficienti studiate con i fornitori, e di comportamenti di consumo più responsabili proposti ai consumatori. È da queste premesse che nasce “**Sosteniamo il futuro**”, una strategia di sostenibilità concreta che unisce e valorizza le tre dimensioni dell'agire sostenibile del Sistema Conad:

- **AMBIENTE E RISORSE:** l'impegno concreto per la salvaguardia del Pianeta
- **PERSONE E COMUNITÀ:** la filiera di persone al servizio di una comunità
- **IMPRESSE E TERRITORIO:** sostegno alle produzioni d'eccellenza nel Paese, per creare valore.

Un progetto che prevede investimenti in azioni concrete, con un piano di azione di oltre 40 progetti suddivisi in 6 differenti ambiti di lavoro:

- **Prodotti a Marchio del Distributore (MDD):** sostenibilità nel packaging, nella gestione della filiera, nelle certificazioni di prodotto, nella tracciabilità
- **Punti vendita:** materiali e comportamenti sostenibili, risparmio energetico, qualità dei Pdv, consumo di acqua
- **Ambiente e risorse:** lavoro etico, qualità dei prodotti, metodi di allevamento e coltura
- **Supply Chain:** riduzione degli impatti ambientali, efficientamento della logistica, ammodernamento della flotta
- **Persone e Comunità:** iniziative di solidarietà e sussidiarietà, sostegno alle fasce fragili della popolazione, campagne di comunicazione
- **Partnership sostenibili:** attenzione allo spreco alimentare, iniziative di fidelizzazione ed educazione ad un consumo responsabile, progetti sociali



OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

17 OBIETTIVI PER TRASFORMARE IL NOSTRO MONDO



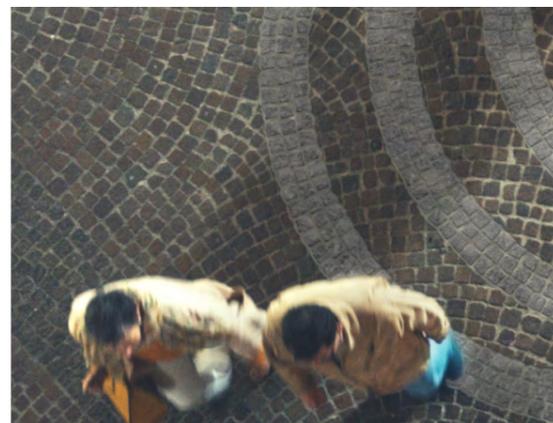
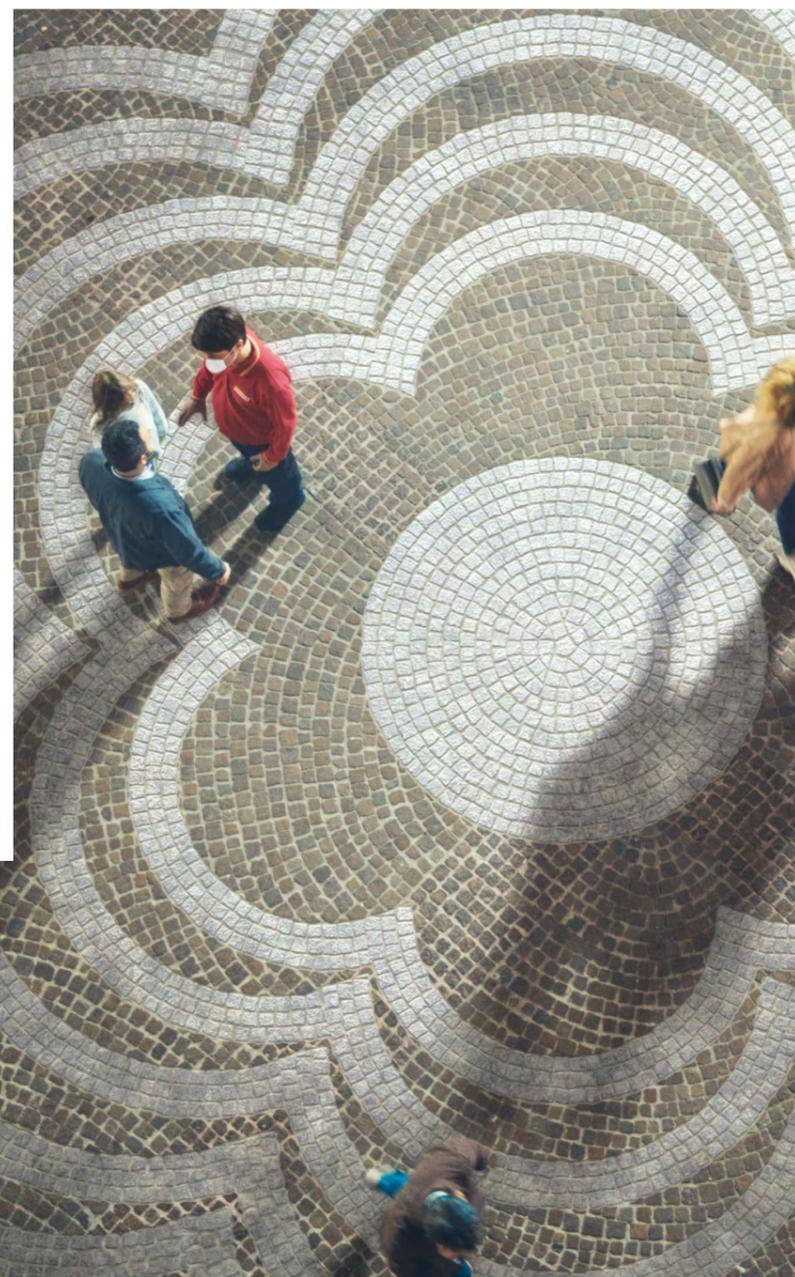
Conad Nord Ovest guarda al futuro anche attraverso gli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile definiti dall'Agenda 2030 delle Nazioni Unite**, un programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità sottoscritto nel settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri dell'ONU. Al suo interno sono stati definiti 17 SDGs da raggiungere entro il 2030, articolati in 169 Target, che rappresentano una bussola per porre il Paese e il mondo su un sentiero sostenibile. **Nel corso del documento, verranno indicati gli obiettivi coinvolti.**

Conad Nord Ovest nel 2021 ha risposto a 12 dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.

La mappa degli Stakeholder

Conad Nord Ovest è una comunità di persone che si mette a servizio: ognuno ha il proprio ruolo e la coesione di intenti produce valore condiviso nella comunità. Durante la pandemia “le persone” di Conad hanno dimostrato coraggio e passione dando ogni giorno un contributo straordinario in termini di responsabilità, dedizione, servizio. **La cooperativa e i Soci imprenditori si rendono partecipi delle esigenze della comunità e degli stakeholder, i “portatori di interesse” verso la Cooperativa;** soci, clienti, collaboratori, fornitori, media, e, più in generale la comunità con cui l’organizzazione interagisce. **Il loro contributo è essenziale per il perseguimento di valori condivisi:** la relazione con gli stakeholder si fonda e si nutre dell’ascolto e

della comprensione di bisogni e necessità, uno scambio di istanze che fa perno sul punto vendita e che rappresenta sia la spinta ad un continuo miglioramento, sia la possibilità di essere una risposta tangibile e concreta ai bisogni riscontrati. L’insegna ha deciso di raccontare anche visivamente lo stretto rapporto che ha con la comunità: **“Venga, l’accompagno”** è il claim che animerà la campagna di comunicazione di Conad da gennaio 2022, che racconta il valore, reale e tangibile, racchiuso nello spirito di “Persone oltre le cose”, espressione della centralità della relazione umana nella sua idea di posizionamento competitivo nel mondo del Commercio.



ISTITUZIONI

Governmento nazionale
 Governmento regionale
 Amministrazioni municipali
 Forze politiche
 Authorities nazionali
 Organi periferici dello Stato
 Autorità religiose



TERZO SETTORE

Enti attivi negli ambiti solidarietà, cultura, salute, sport e tutela ambientale
 Enti di promozione sociale
 Organizzazioni di volontariato
 Enti filantropici
 Imprese e cooperative sociali
 Reti associative
 Società di mutuo soccorso
 Fondazioni



MONDO ACCADEMICO

Istituti universitari Accademici (consulenti)
 Scuole e Università (Istituti università, Scuole di ogni ordine e grado)



OPINIONI PUBBLICHE

Organi di informazione online e offline
 Social influencer
 Social user



GENERAZIONI FUTURE

STAKEHOLDER INTERNI

Dipendenti
 Organizzazioni sindacali
 Cooperative associate al Consorzio
 Soci delle cooperative
 Organizzazioni di rappresentanza (Ancd, Legacoop, Agecore)



MONDO ECONOMICO

Organizzazioni cooperative
 Associazioni di categoria e sindacati di impresa (agricoltura, commercio-artigianato, industria, distribuzione)
 Consorzi di tutela
 Organismi di certificazione
 Società di analisi e ricerche
 Laboratori di controllo o di ricerca
 Consorzi per la raccolta differenziata



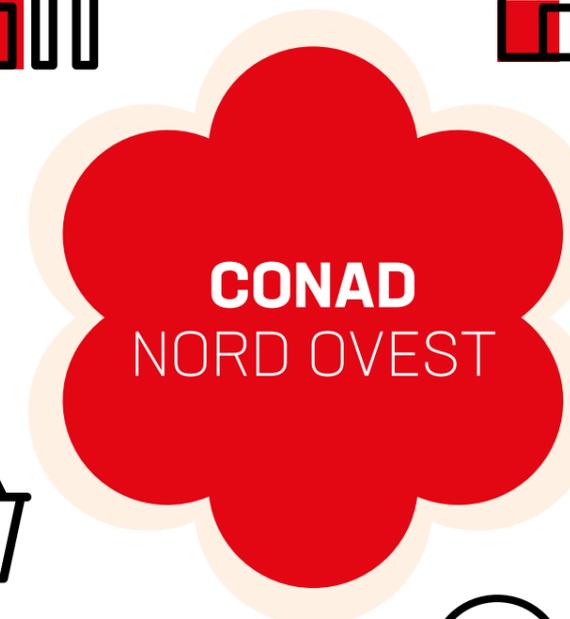
FORNITORI

Fornitori di prodotti
 Fornitori di materiali
 Fornitori di servizi
 Fornitori di consulenze



CLIENTI

Clienti dei punti vendita
 Associazioni consumeriste



LA NOSTRA STORIA

Sessant'anni di storia e di cooperazione, di impegno accanto al cliente e di sostegno distintivo verso le comunità. Presenti nei momenti di crescita e di operosa attività, ma anche in prima linea nei momenti più complessi, dove la risposta attenta dei Soci e dei loro collaboratori sa tradursi in azioni di aiuto concreto per la comunità: questa è oggi Conad Nord Ovest. **La nostra storia e i nostri risultati sono la cartina di tornasole di questa responsabilità:** essere "accanto", condividere assieme alle comunità un percorso di crescita, dimostrando sul campo con quanta determinazione la cooperativa ed i suoi Soci perseguano, anche nei momenti difficili, la loro mission: essere impresa distintiva nel territorio dove opera.



Il Codice Etico

Conad Nord Ovest ha il suo Codice Etico nel quale sono codificati i principi etici e i doveri morali a cui sono chiamati i suoi destinatari nei loro rapporti reciproci e ai quali dovrà essere improntato il comportamento di tutti coloro che cooperano al perseguimento dei fini della Cooperativa. Il Codice Etico è dunque la "Carta Costituzionale" di Conad Nord Ovest, **una carta dei diritti e doveri morali, la bussola valoriale che permea l'intero Sistema, che definisce la responsabilità etico-sociale di ogni partecipante all'organizzazione aziendale ed è il principale strumento di implementazione dell'etica.** Il Codice Etico costituisce uno strumento efficace per prevenire qualunque comportamento che possa anche solo ledere l'immagine aziendale e rappresenta un elemento distintivo di Conad Nord Ovest nei rapporti con i terzi e con il mercato, supportandone la reputazione in modo da consolidarne ed estenderne la fiducia. Inoltre, rappresenta l'immagine dell'evoluzione e del progresso culturale aziendale, ed è, in questo senso, un documento dinamico che evolve insieme alla Cooperativa.

I principi riportati nel Codice Etico sono: la sostenibilità, nelle sue plurime accezioni, Ambientale, Economica e Sociale, la parità di genere, la lotta alla discriminazione e alla criminalità organizzata, anch'essa affrontata nelle sue molteplici sfaccettature, a cui sono chiamati a rispondere tutti coloro il cui apporto è richiesto per lo svolgimento dell'attività aziendale o da coloro che comunque entrano in contatto - diretto o indiretto - con la stessa: dal management, dai dipendenti e più in generale

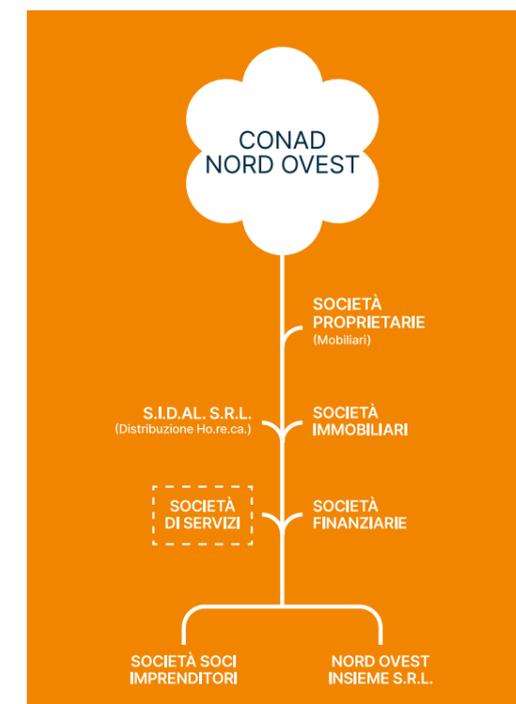
dai collaboratori della Cooperativa Conad Nord Ovest ha altresì adottato il Modello di Organizzazione Gestione e Controllo previsto dal D.Lgs. 231/2001 ed ha costituito al proprio interno l'Organismo di Vigilanza, dotato di autonomi poteri di iniziativa e di controllo, strutturato in forma collegiale e al quale è affidato il compito, tra l'altro, di approfondire, verificare, promuovere la diffusione e l'aggiornamento del Codice Etico e monitorarne l'attuazione. Per dare maggior valore a quest'intento, è stato nominato un Responsabile Etico del Gruppo, che si occupa di curare l'aggiornamento del Codice, di presidiare l'adozione del Codice Etico da parte delle società associate a Conad Nord Ovest al fine di salvaguardarne l'immagine, la reputazione ed i valori etici ai quali si ispirano gli associati, supportando le singole imprese associate nella divulgazione all'interno dei punti vendita attraverso gli incontri con il personale dipendente unitamente all'illustrazione del Regolamento Aziendale. **Il Codice Etico, in ragione dei principi in esso contenuti, è considerato, infatti, parte integrante del Regolamento Aziendale.** A tale scopo eventuali inosservanze vengono sanzionate sul piano disciplinare. Tutti i destinatari del Codice Etico sono tenuti a dare tempestiva informazione al Responsabile Etico, per quanto di sua competenza, quando siano a conoscenza di violazioni anche solo potenziali, nell'ambito dell'attività di Conad Nord Ovest, di norme di legge e di regolamenti, del Modello, del Codice.



Il Gruppo Societario

SOCIETÀ CAPOGRUPPO CONAD NORD OVEST:

La Cooperativa svolge attività di acquisto e distribuzione di generi alimentari e non alimentari di largo e generale consumo, in favore delle strutture di vendita associate ad insegne Conad, a condizioni più vantaggiose di quelle che l'associato potrebbe ottenere agendo isolatamente sul mercato.



• Società Commerciali

SIDAL S.R.L.:

società partecipata da Conad Nord Ovest al 20%, proprietaria di centri di distribuzione all'ingrosso - "cash & carry" - operanti sotto il marchio di proprietà ZONA e presenti nelle regioni di Toscana, Liguria e Sardegna. Ne cura ogni aspetto relativo allo sviluppo dell'attività di distribuzione all'ingrosso, principalmente verso il settore "Ho.Re.Ca." (Hotel, Restaurant, Catering), incluso il servizio di delivery operante sotto il marchio di proprietà "Dèdico".

• Società Finanziarie

MONETIKA S.R.L.:

opera nella concessione di finanziamenti esclusivamente nei confronti di società facenti parte di Conad Nord Ovest e in favore di società facenti parte della medesima filiera produttiva e distributiva.

FINCONAD S.P.A.:

la società opera esclusivamente con società controllate del Gruppo Conad Nord Ovest offrendo servizi di tesoreria

FUTURA S.R.L.:

è una delle Holding di partecipazione del Gruppo; la sua attività è attualmente focalizzata nella partecipazione, con quote di minoranza, al capitale sociale delle società dei Soci imprenditori. Interviene a favore dei "nuovi soci cooperatori" mediante operazioni di sostegno finanziario nel momento dell'acquisizione delle aziende che andranno a gestire direttamente. Futura S.r.l. controlla anche alcune immobiliari del gruppo che si occupano insieme ad altre società immobiliari dell'acquisizione, della realizzazione e della gestione degli immobili di proprietà del Gruppo Conad Nord Ovest nei quali viene svolta l'attività dei soci imprenditori

FINPART S.R.L.:

è una finanziaria di partecipazione e detiene prevalentemente le quote delle controllate dell'area Nord del gruppo Conad Nord Ovest S.C., ed ha come attività secondaria, nell'attività di acquisizione di immobili ad uso commerciale sia per rivenderli che per concederli in locazione a società che, direttamente o indirettamente, svolgono attività di commercializzazione di prodotti alimentari e non alimentari

SSP S.P.A.:

Società Servizi di Pagamento svolge un'attività finalizzata ai servizi di incasso e pagamento per i soci di Conad Nord Ovest (prevalentemente area Nord).

NORD OVEST INSIEME S.R.L.:

è la società di sviluppo dei Soci imprenditori, tra i quali è frazionata la maggioranza del capitale sociale (56,80%) da essi detenuta; Conad Nord Ovest detiene il restante 43,20%. Scopo della società è quello di acquisire la proprietà e la gestione delle aziende commerciali ubicate in territori dove attualmente non sono presenti Soci imprenditori e di rendersi disponibile a future cessioni una volta che se ne siano creati i presupposti: cioè presenza di un Socio nel territorio.

SOCIETÀ PROPRIETARIE O MOBILIARI:

detengono la proprietà di esercizi commerciali che operano sotto i marchi del Gruppo Conad Nord Ovest.

SOCIETÀ DI SERVIZIO AI SOCI:

erogano servizi agli associati di Conad Nord Ovest, in ambito amministrativo e di controllo di gestione, elaborazione paghe e assistenza su materie inerenti la gestione del personale, servizi di natura informatica, servizi finanziari.

Il Consorzio Conad

Conad Nord Ovest e le altre Cooperative dislocate sul territorio italiano, hanno dato vita al Consorzio nazionale, che agisce da centrale di acquisto e servizi per tutto il sistema. Cooperative e consorzio sono strumenti al servizio della strategia e del Socio Imprenditore.

Il Consorzio si occupa della pianificazione strategica, dell'attività di marketing e comunicazione per tutto il sistema Conad, nonché della produzione, promozione e sviluppo della marca del distributore.

Quello di Conad è un originale modello distributivo fondato sulla figura dell'imprenditore cooperatore commerciale associato in cooperativa, protagonista di un network organizzato su tre livelli:

1. SOCI TITOLARI DEI PUNTI VENDITA:

imprenditori associati in Cooperativa che rappresentano l'autentico centro motore e il cardine strategico del sistema Conad.

2. COOPERATIVE: che operano nelle diverse aree del Paese supportando gli imprenditori associati e coordinando l'attività commerciale a livello territoriale, con servizi amministrativi, commerciali, logistici e finanziari;

3. CONSORZIO NAZIONALE CONAD: coordina le strategie di sistema; promuove l'innovazione e la sostenibilità; tiene le relazioni con partner europei. Conad aderisce ad ANCD, Associazione Nazionale Cooperative Dettaglianti (articolazione settoriale di Legacoop); ad ADM, Associazione della distribuzione moderna; Il Consorzio è inoltre tra i membri di AgeCore, alleanza strategica internazionale che raccoglie le insegne già partner di Core e di Alidis: Colruyt, Coop Swisse ed Eroski.



Conad - Consorzio Nazionale Dettaglianti - nasce nel 1962 ed è la più importante organizzazione in Italia d'imprenditori indipendenti del commercio al dettaglio. Con un fatturato di 17 miliardi di euro è leader di mercato con una quota del 15,07% (GNLC 2° sem. 2021) e consolida la sua leadership nel segmento dei Supermercati, con il 23,47% di quota.

I NUMERI CONAD 2021

11,4 milioni di famiglie (una famiglia su tre) fanno una spesa nei punti di vendita Conad. Il fatturato alla vendita al 31/12/2021 è stato di **17 miliardi di Euro**, in crescita rispetto al 2020 del **+6,6%**. La quota di prodotti a marchio (marchio del distributore) ha raggiunto il **31%**. Il prodotto a marchio si conferma elemento capace di fidelizzare un numero crescente di clienti e fornire un posizionamento distintivo per le insegne del gruppo.

Il Consorzio è attualmente strutturato con **5 Cooperative** che coprono l'intero territorio nazionale:



3.332

PUNTI VENDITA



47

DISTRIBUTORI DI CARBURANTE



71.257

ADDETTI



87

PET STORE



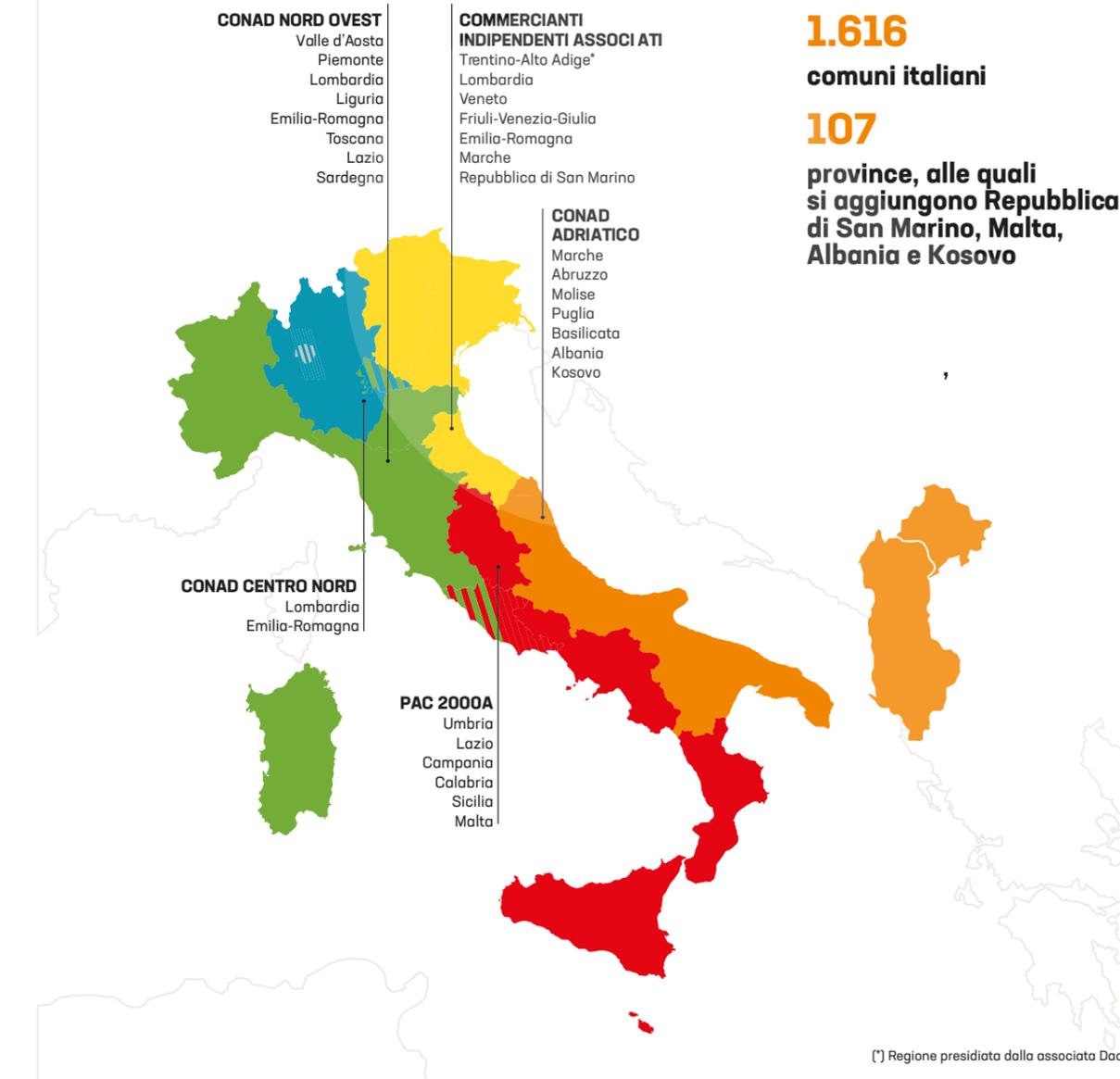
176

PARAFARMACIE



24

OTTICO



La centralità del Socio Imprenditore

Cooperatore, commerciante e imprenditore nel ruolo di proprietario e gestore del proprio punto di vendita. Il socio imprenditore, insieme all'insegna, è il **cardine strategico del sistema Conad**, con la Cooperativa a fungere da strumento a servizio delle strategie commerciali e della propria base sociale. **381 soci imprenditori** rappresentano l'insegna nel territorio in cui operano, come protagonisti e interpreti dello sviluppo. Ognuno di loro partecipa

alla vita della cooperativa, alle commissioni, ai gruppi di lavoro. Partecipare è un diritto-dovere che rende distintiva e resiliente l'azione di Conad Nord Ovest. **Il socio ha una relazione continua e costante con le persone della comunità di cui è parte.** Nel rispetto delle regole e dei valori fondanti del sistema Conad e dei principi del movimento cooperativo, mantiene la propria responsabilità e autonomia imprenditoriale.



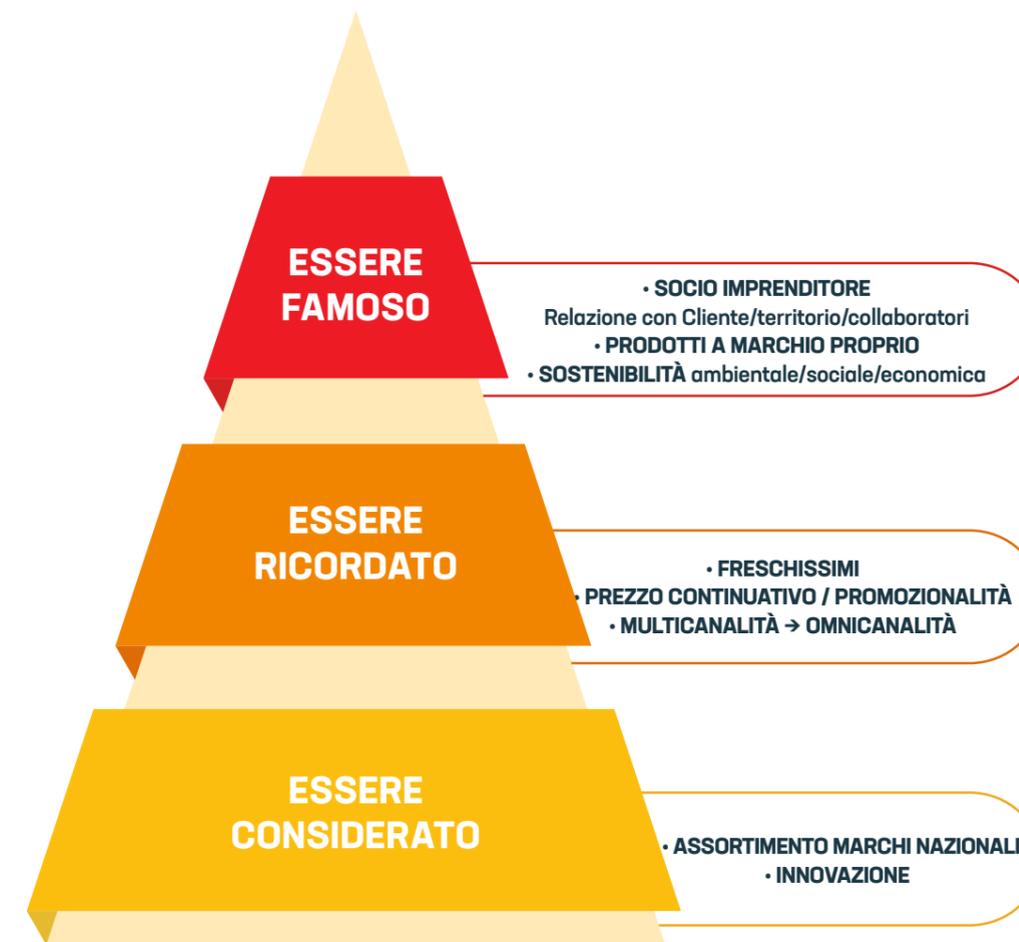
È il socio l'autentico centro motore della struttura organizzativa di Conad Nord Ovest e la sua relazione con il cliente, i collaboratori e il territorio è il vertice della **Piramide Strategica** che rappresenta i fattori di successo che hanno contribuito alla crescita di Conad, fino alla leadership di mercato.

La **Piramide** rappresenta graficamente il modello che caratterizza l'insegna, sia dal punto di vista del servizio, sia da quello relazionale e valoriale. Le relazioni del Socio con il cliente sono spesso mediate dalla squadra dei collaboratori che di fatto rappresenta l'insegna nella interazione quotidiana con il cliente. Ne consegue che per il successo dell'insegna è cruciale la centralità del Socio e la relazione con questi tre elementi: clienti, collaboratori e territori.

Nella Piramide strategica sono indicati gli obiettivi a cui il sistema Conad deve tendere e i relativi protagonisti di ogni obiettivo.

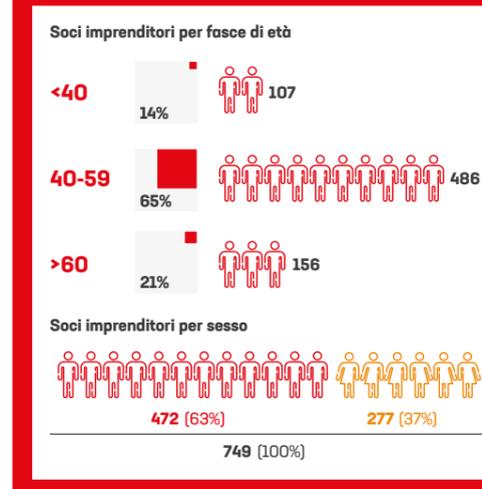
Nel Bilancio Sociale, al fine di dar conto della dimensione sociale della cooperativa e della partecipazione alla sua vita, è stata effettuata una rilevazione della numerica dei Soci Imprenditori, considerando come Soci le persone fisiche che detengono quote di partecipazione all'interno delle società associate alla cooperativa; al 31.12.2021 i Soci così determinati risultano essere **749**.

La Piramide Strategica Conad



Le nostre Persone

Nell'ambito del Gruppo di Conad Nord Ovest le persone rivestono un ruolo fondamentale perché mediante la propria prestazione lavorativa e la partecipazione alla vita aziendale contribuiscono direttamente allo sviluppo dell'intero Sistema. **La consistenza occupazionale del Sistema Conad Nord Ovest al 31/12/2021 conta oltre 18.000 persone.** Andando ad indicizzare, la consistenza occupazionale del Gruppo si attesta sul **62% di donne** e sul **38% di uomini**. Il dato comprende gli occupati nella rete associata in cui risultano in forza la maggior parte delle persone e i dati del personale della Cooperativa e delle società del Gruppo (comprese le società di Servizi e Logistica). L'andamento occupazionale è stato tuttavia variabile durante il corso del 2021 poiché influenzato soprattutto dal perdurare dell'emergenza epidemiologica che ha caratterizzato l'intero anno.



personale della Cooperativa e delle società del Gruppo (comprese le società di Servizi e Logistica). L'andamento occupazionale è stato tuttavia variabile durante il corso del 2021 poiché influenzato soprattutto dal perdurare dell'emergenza epidemiologica che ha caratterizzato l'intero anno.

62% DONNE
38% UOMINI
OLTRE **18.000** OCCUPATI DEL GRUPPO CNO

Partecipazione Attiva

LA GOVERNANCE

Il sistema di governo di Conad Nord Ovest è basato sulla partecipazione attiva dei propri associati in tutti i livelli decisionali, caratterizzata dalla collaborazione stretta con il management, con il quale condividono progettualità ed esperienze. In particolare il sistema di governo dell'azienda è rappresentato da:

Organi Istituzionali

- **Assemblea Ordinaria dei Soci**
- **Consiglio di Amministrazione**
- **Organi di Coordinamento Interno**
- **Commissioni Soci**
- **Convention**
- **Riunioni di Canale**
- **Direzione**

L'assemblea ordinaria dei Soci viene convocata almeno una volta all'anno. Consente ad ogni socio di influire sugli indirizzi e sulle decisioni strategiche, gestionali-operative e su tutte le questioni relative al governo dell'impresa. I principali temi oggetto di discussione sono l'approvazione del bilancio, la nomina delle cariche sociali ed eventuali altri argomenti presenti in odg.

Il **Consiglio d'Amministrazione** fornisce le linee guida e gli indirizzi strategici alle strutture operative ed è investito dei più ampi poteri in ambito di ordinaria e straordinaria amministrazione.

Il Consiglio di Amministrazione composto da **26 Consiglieri, tra cui:**

- **il Presidente Valter Geri;**
- **il Vice Presidente Massimo Galvan;**
- **l'Amministratore Delegato di Conad Nord Ovest Ugo Baldi;**
- **L'Amministratore Delegato di Conad Francesco Pugliese.**

Il Socio partecipa alla definizione della strategia e delle politiche della Cooperativa nelle competenti sedi, impegnandosi a dedicare un sesto del suo tempo a tali attività (riunioni di canale, commissioni, etc ..).

Le **Commissioni dei Soci** sono il punto centrale di elaborazione delle politiche commerciali e di servizio della cooperativa. Mediante la sua professionalità "porta" le singole valutazioni lato cliente e territorio nelle commissioni, luogo dove fare sintesi delle esperienze sul campo; dunque il "cliente" ed il "territorio" sono sempre presenti nelle decisioni/progetti mediante la partecipazione attiva dei **Soci**.



LA CONVENTION 2021 PRONTI AL FUTURO

Il 2021 ha visto finalmente di nuovo in presenza l'annuale Convention aziendale, con oltre 500 persone riunite. **Un impegno straordinario che ha coinvolto 19 Commissioni Soci ed il management aziendale in 35 momenti di incontro e partecipazione volti allo sviluppo di linee guida, di indirizzi strategici e di progetti che delineeranno le rotte del sistema Conad Nord Ovest verso il 2030.** Un grande lavoro progettuale che ha coinvolto tutta l'azienda e tutta la base sociale, e che è culminato in una due giorni di intesi lavori il 19 e 20 ottobre 2021.

Mettere a fuoco in termini di priorità e rilevanza gli obiettivi e i progetti ha rappresentato **un grande lavoro di partecipazione e sintesi, cuore della realtà della cooperativa**, che ha portato ad affinare i pilastri strategici per affrontare le sfide future. In questa ottica è stato presentato l'aggiornamento della **piramide strategica Conad che indica gli obiettivi cui tutto il sistema deve tendere e ai quali faranno riferimento i progetti e le azioni che le Cooperative e i Soci andranno a sviluppare.** Della nuova piramide, che conferma i valori principali del progetto di otto anni fa, sono state evidenziate ulteriori nuove prospettive come il rafforzamento del rapporto con la comunità grazie al coinvolgimento delle persone dell'intero sistema.

Le regole e i valori che devono delineare il futuro del Sistema Conad sono argomento della **nuova commissione nazionale "Movimento e Sistema", che ha l'obiettivo di**

Partecipazione attiva

ATTIVITÀ/PROGETTI		STRATEGIA
Commissioni		Assemblea di Bilancio
34 Centrali	12 Freschi	1
Commissioni vs. Convention		Convention Soci
14 Centrali	6 Freschi	1
Riunioni Area Soci		Assemblee territoriali
29 Incontri di Bench		22

Nel corso della Convention sono state lanciate anche le **Commissioni Territoriali per aree omogenee**, con l'obiettivo di condividere e valorizzare le opportunità distintività del territorio.

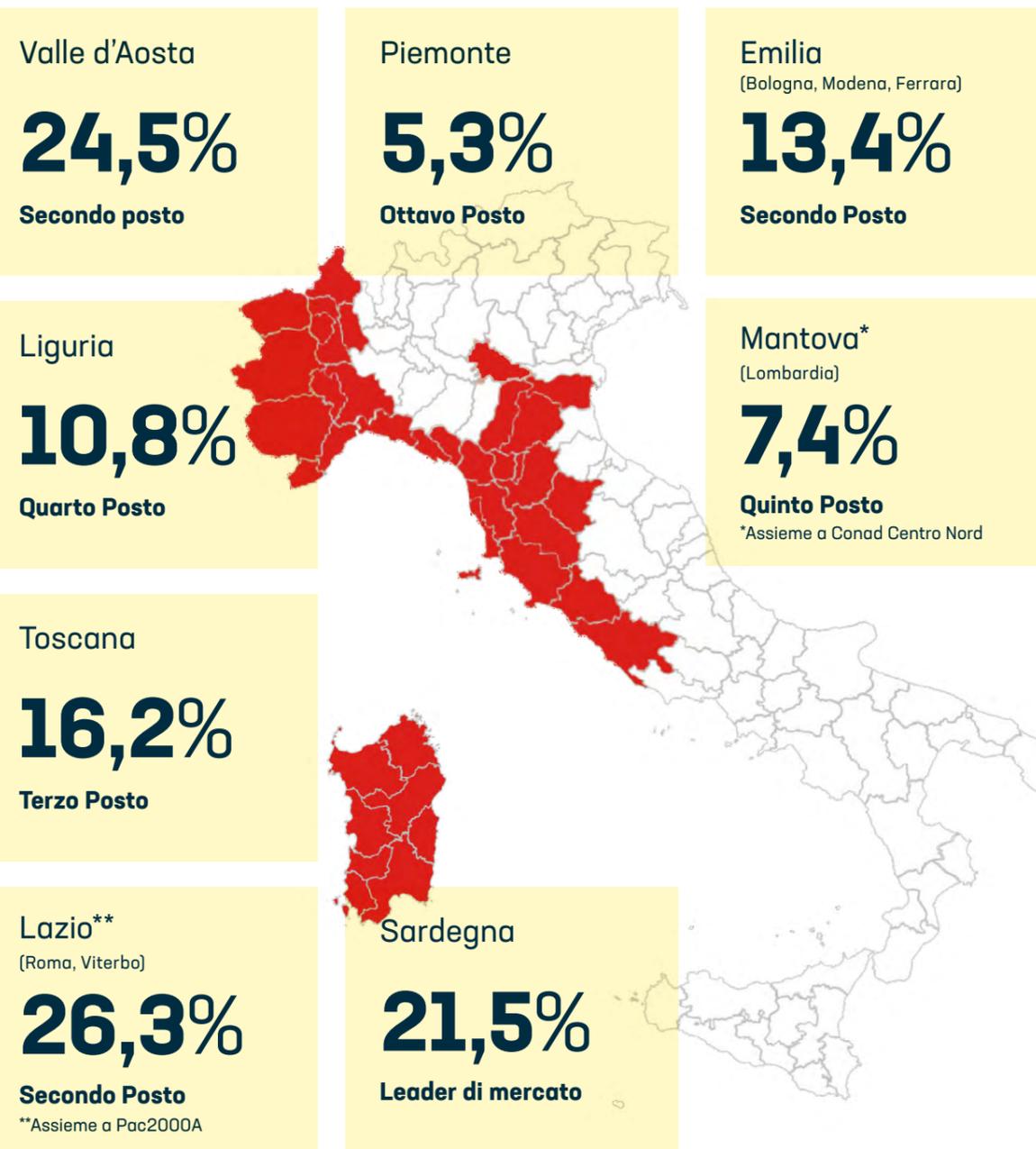
condividere principi e regole comuni a tutte le cooperative: regole d'insegna, omogeneità degli statuti, Codice Etico, modello imprenditoriale Conad e conseguente rafforzamento del ruolo dei Soci proprietari e responsabili dello sviluppo delle proprie aziende, nonché del valore della partecipazione, della democraticità e del rapporto con il territorio. In Convention è stata inoltre lanciata la nuova scuola di formazione Conad Nord Ovest **"CRESCERE INSIEME"** un percorso di crescita e di formazione professionale per vivere il cambiamento e che pone il socio imprenditore al centro del progetto **La Convention si è confermata un momento fondamentale nella vita dell'azienda:** è questo il modo con cui la cooperativa si confronta e cresce, valorizzando i contributi di tutti verso un futuro le cui basi sono già realtà.

LA COOPERATIVA
REGIONE
PER REGIONE:

Le rete di Vendita

Conad Nord Ovest è presente in una vasta area territoriale con i propri soci imprenditori che gestiscono 600 punti vendita. **La territorialità è un punto di forza della cooperativa**, sul territorio si formano anche nuova imprenditorialità giovanile e nuovi soci imprenditori, con importanti ricadute sulle economie locali. Conad Nord Ovest è il primo gruppo distributivo in Sardegna, per un totale di vendite lorde di 4,35 miliardi di euro.

I punti di vendita sono spazi anche sociali, microcosmi di relazione e comunità, luoghi dove oltre alle cose si incontrano persone che vivono attivamente l'essere parte di una comunità in cui la funzione sociale del punto di vendita assume grande valore.



I DATI DELLA RETE DI VENDITA

Numerica punti di vendita

RETE VENDITA	600	PIEMONTE E VALLE D'AOSTA	EMILIA	LIGURIA
PIEMONTE E VALLE D'AOSTA	75	RETE VENDITA	RETE VENDITA	RETE VENDITA
EMILIA	115	SPAZIO CONAD	SPAZIO CONAD	SPAZIO CONAD
LIGURIA	61	CONAD SUPERSTORE	CONAD SUPERSTORE	CONAD SUPERSTORE
TOSCANA	190	CONAD	CONAD	CONAD
LAZIO	78	CONAD CITY	CONAD CITY	CONAD CITY
SARDEGNA	81	MARGHERITA	SAPORIGDINTORNI	MARGHERITA
ALTRI BUSINESS	196	ALTRE INSEGNE	MARGHERITA	ALTRI BUSINESS
PIEMONTE E VALLE D'AOSTA	53	ALTRI BUSINESS	ALTRI BUSINESS	PARAFARMACIA
EMILIA	24	PARAFARMACIA	PARAFARMACIA	BAR/BISTROT
LIGURIA	23	BAR/BISTROT	BAR/BISTROT	PET STORE
TOSCANA	50	OTTICO	OTTICO	CARBURANTE
LAZIO	13	PET STORE	PET STORE	
SARDEGNA	33	CARBURANTE	CARBURANTE	
RETE VENDITA	600	TOSCANA	LAZIO	SARDEGNA
SPAZIO CONAD	24	RETE VENDITA	RETE VENDITA	RETE VENDITA
CONAD SUPERSTORE	34	SPAZIO CONAD	SPAZIO CONAD	SPAZIO CONAD
CONAD	222	CONAD SUPERSTORE	CONAD SUPERSTORE	CONAD SUPERSTORE
CONAD CITY	258	CONAD	CONAD	CONAD
SAPORIGDINTORNI	8	CONAD CITY	CONAD CITY	CONAD CITY
MARGHERITA	51	SAPORIGDINTORNI	SAPORIGDINTORNI	SAPORIGDINTORNI
ALTRE INSEGNE	3	MARGHERITA	MARGHERITA	MARGHERITA
ALTRI BUSINESS	196	ALTRI BUSINESS	ALTRI BUSINESS	ALTRI BUSINESS
PARAFARMACIA	63	PARAFARMACIA	PARAFARMACIA	PARAFARMACIA
BAR/BISTROT	58	BAR/BISTROT	BAR/BISTROT	BAR/BISTROT
OTTICO	9	OTTICO	PET STORE	OTTICO
PET STORE	34	PET STORE	CARBURANTE	PET STORE
CARBURANTE	26	CARBURANTE	ALTRE AFFILIAZIONI	CARBURANTE
ALTRE AFFILIAZIONI	6	ALTRE AFFILIAZIONI		ALTRE AFFILIAZIONI

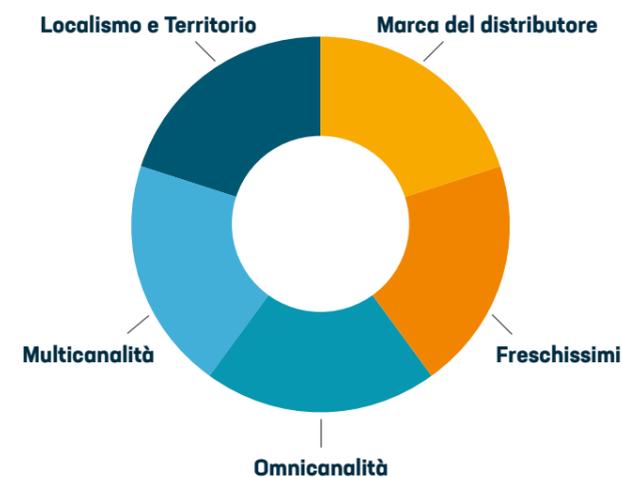
AREA VENDITA + BUSINESS

494.765 CONAD NORD OVEST	86.830 PIEMONTE E VALLE D'AOSTA	80.890 EMILIA	47.440 LIGURIA	130.740 TOSCANA	62.635 LAZIO	86.230 SARDEGNA	
Vendite lorde Conad Nord Ovest							
CONAD NORD OVEST	4.357.154.137	PIEMONTE E VALLE D'AOSTA	601.483.958	EMILIA	663.950.027	LIGURIA	367.844.856
RETE VENDITA	3.960.659.761	RETE VENDITA	519.338.383	RETE VENDITA	585.070.148	RETE VENDITA	340.728.203
SPAZIO CONAD	657.038.387	SPAZIO CONAD	156.226.534	SPAZIO CONAD	90.483.932	SPAZIO CONAD	63.851.637
CONAD SUPERSTORE	620.209.069	CONAD SUPERSTORE	63.172.675	CONAD SUPERSTORE	64.622.018	CONAD SUPERSTORE	65.820.652
CONAD	1.702.014.245	CONAD	232.605.736	CONAD	267.681.978	CONAD	99.859.853
CONAD CITY	895.279.213	CONAD CITY	56.368.512	CONAD CITY	150.319.551	CONAD CITY	103.799.454
SAPORI&DINTORNI	30.090.716	MARGHERITA	2.411.927	SAPORI&DINTORNI	1.373.881	MARGHERITA	7.396.606
MARGHERITA	47.475.132	ALTRE INSEGNE	8.553.000	MARGHERITA	10.588.788	ALTRI BUSINESS	27.116.654
ALTRE INSEGNE	8.553.000	ALTRI BUSINESS	82.145.575	ALTRI BUSINESS	78.879.879	PARAFARMACIA	7.707.594
ALTRI BUSINESS	396.494.377	PARAFARMACIA	9.984.487	PARAFARMACIA	6.950.262	BAR/BISTROT	1.877.939
PARAFARMACIA	42.552.795	BAR/BISTROT	4.164.832	BAR/BISTROT	1.243.036	PET STORE	4.481.089
BAR/BISTROT	16.425.498	OTTICO	1.115.222	OTTICO	965.286	CARBURANTE	13.012.468
OTTICO	2.702.645	PET STORE	7.980.604	PET STORE	4.021.932	ALTRE AFFILIAZIONI	37.563
PET STORE	24.201.700	CARBURANTE	58.900.430	CARBURANTE	65.699.363		
CARBURANTE	295.133.014						
ALTRE AFFILIAZIONI	15.478.725						
CONAD NORD OVEST	4.357.154.137	TOSCANA	1.455.255.839	LAZIO	538.044.791	SARDEGNA	730.574.666
RETE VENDITA	3.960.659.761	RETE VENDITA	1.314.333.685	RETE VENDITA	524.847.663	RETE VENDITA	676.341.678
PIEMONTE E VALLE D'AOSTA	519.338.383	SPAZIO CONAD	48.370.569	SPAZIO CONAD	43.356.940	SPAZIO CONAD	254.748.776
EMILIA	585.070.148	CONAD SUPERSTORE	226.470.869	CONAD SUPERSTORE	92.248.042	CONAD SUPERSTORE	107.874.812
LIGURIA	340.728.203	CONAD	587.928.971	CONAD	279.583.992	CONAD	234.353.715
TOSCANA	1.314.333.685	CONAD CITY	420.664.273	CONAD CITY	99.065.752	CONAD CITY	65.061.671
LAZIO	524.847.663	SAPORI&DINTORNI	19.546.875	SAPORI&DINTORNI	3.053.816	SAPORI&DINTORNI	6.116.143
SARDEGNA	676.341.678	MARGHERITA	11.352.129	MARGHERITA	7.539.121	MARGHERITA	8.186.560
ALTRI BUSINESS	396.494.377	ALTRI BUSINESS	140.922.154	ALTRI BUSINESS	13.197.128	ALTRI BUSINESS	54.232.988
PIEMONTE E VALLE D'AOSTA	82.145.575	PARAFARMACIA	5.458.101	PARAFARMACIA	2.356.172	PARAFARMACIA	10.096.179
EMILIA	78.879.879	BAR/BISTROT	4.184.970	BAR/BISTROT	2.340.335	BAR/BISTROT	2.614.386
LIGURIA	27.116.654	OTTICO	383.019	OTTICO	24.891	OTTICO	239.118
TOSCANA	140.922.154	PET STORE	3.202.127	PET STORE	8.475.730	PET STORE	4.491.057
LAZIO	13.197.128	CARBURANTE	125.306.149	CARBURANTE		CARBURANTE	23.738.874
SARDEGNA	54.232.988	ALTRE AFFILIAZIONI	2.387.788	ALTRE AFFILIAZIONI		ALTRE AFFILIAZIONI	13.053.375

La strategia Commerciale

Essere impresa nella comunità, farsene parte attiva per **creare valore, offrire servizi** che soddisfino al meglio le aspettative dei clienti ed avere un primario ruolo economico e sociale nelle Comunità in cui opera, rappresentano per Conad Nord Ovest **un impegno costante che cresce nel tempo**. Una missione e una distintività a cui ci si dedica quotidianamente, e che si concretizza in **una offerta di prodotti e servizi a prezzi competitivi che rispondono alle reali esigenze della clientela**. Un presente veloce e imprevedibile, un futuro che richiede risposte e azioni concrete già adesso presuppongono **una politica commerciale sempre pronta al cambiamento**, capace di guardare avanti, ma che prende costantemente le misure con quello che accade intorno. Per riuscire in questo obiettivo servono pilastri saldi e condivisi, che Conad Nord Ovest ha individuato in **cinque asset strategici**.

I CINQUE ASSET STRATEGICI:



Localismo e Territorio

Conad Nord Ovest è una realtà vicina a persone e territori, attiva e protagonista nel valorizzare e sostenere le economie locali, di cui tanti piccoli e medi produttori sono i principali interpreti. Coniugare l'alta qualità a prezzi convenienti è un'impresa possibile, che porta avanti nel mercato produzioni di nicchia mettendole in sintonia con le necessità della distribuzione, soprattutto nella gestione della qualità del prodotto finale e del processo produttivo. Dalla volontà di valorizzare le tradizioni e le abitudini di consumo, tipiche dei territori in cui opera Conad Nord Ovest, **da luglio 2021 il marchio "I nostri ORI", nelle varie declinazioni, è presente in tutti i supermercati**. Un grande progetto distintivo che mira al rispetto per la natura ed i suoi ritmi, per i sapori autentici, per il territorio e per l'ambiente.

Freschissimi

Il mondo dei freschissimi è sempre più il pilastro centrale del business di Conad Nord Ovest. In un contesto multicanale i reparti freschi necessitano di una declinazione trasversale: dall'assistito al take away, dalla valorizzazione sia del prodotto locale che delle eccellenze italiane e mondiali, dalla ricerca costante della qualità al ruolo fondamentale della convenienza, dalle attività promozionali per tutti a quelle di CRM. I prodotti vengono sottoposti a migliaia di controlli in ogni fase della filiera, garantendo così la provenienza, il rispetto di elevati standard ed il rispetto dell'ambiente.

Marca del distributore (MDD)

Conad, negli anni, ha costruito un grande progetto sui prodotti a marchio, che l'ha portata nelle case di oltre 10 milioni di famiglie, contribuendo a far diventare l'insegna leader di mercato. Risultati raggiunti grazie a 5 capisaldi che guidano le strategie di sviluppo dei prodotti a marchio Conad: convenienza data da un rapporto tra qualità e prezzo che non teme confronti sul mercato; attenzione alla salute e al benessere del cliente; impegno verso la sostenibilità ambientale; valorizzazione del servizio; infine, la cultura del sapore. La MDD Conad oggi conta ormai **5.056 referenze**, amate e apprezzate in tutto il Paese.

Omnicanalità

Omnicanalità significa integrare l'offerta del negozio fisico con quella del canale digitale, consentendo al cliente di muoversi liberamente tra i due mondi, secondo le necessità del momento e valorizzando le peculiarità di ciascuno di essi. La velocità e l'ubiquità del digitale vengono coniugate con l'esperienza del negozio fisico e della relazione personale. Nel 2021 il servizio ordinare e ritirare e la consegna a domicilio hanno registrato crescita esponenziale. L'omnicanalità rappresenta un'opportunità importante che prossimamente si concretizzerà sempre più, anche grazie ad un progetto nazionale condiviso.

Multicanalità

Format e multicanalità sono alla base della politica commerciale. Il format identifica e interpreta la funzione d'uso di ogni punto di vendita e quindi il tipo di offerta che offre al cliente. La canalizzazione è determinata da un insieme di fattori quali la localizzazione, il tipo di clientela, la profilazione degli acquisti, la concorrenza.

Diversi sono i format di vendita per presidiare in maniera capillare città grandi e piccole, centri storici e periferie, contesti urbani e rurali: Spazio Conad, Conad Superstore, Conad, Conad City, Saporì&Dintorni e Margherita: L'obiettivo è fornire risposte puntuali e diversificate alle molteplici esigenze dei clienti, tutte accomunate da qualità dell'offerta, convenienza nella spesa e forte focalizzazione su marca del distributore e prodotti freschi. Costante è, inoltre, l'attenzione al tessuto di piccole e medie imprese locali che producono eccellenze e rappresentano l'ossatura dell'economia del Paese, con cui Conad Nord Ovest da sempre intrattiene un rapporto privilegiato.



spazio
CONAD

CONAD
SUPERSTORE

CONAD

CONAD CITY

SAPORI
DINTORNI
CONAD

Margherita
CONAD

SPAZIO CONAD > 24

con una superficie a partire da 3mila mq soddisfa i bisogni di clienti con un'offerta ampia in cui sono presenti prodotti sia alimentari sia non, e con una completa integrazione di servizi.

CONAD SUPERSTORE > 34

la metratura media tra 1.700 e 2.900 mq assicura la massima specializzazione nel food, una attenta presenza di prodotti extralimentari e di servizi di completamento.

CONAD > 222

il supermercato di fiducia per una spesa completa, anche giornaliera, veloce e con tanti prodotti freschi e freschissimi.

CONAD CITY, SAPORI&DINTORNI > 266

Conad City: tradizionale punto di vendita di prossimità, vicino al cliente, dedicato alla spesa quotidiana e di completamento di quella settimanale.

Saporì&Dintorni è l'insegna che rafforza il legame con il territorio attraverso l'offerta di prodotti tipici e degustazioni delle eccellenze del made in italy.

MARGHERITA CONAD > 51

il negozio sotto casa per completare gli acquisti in maniera rapida e pratica, per una spesa veloce ed integrativa

HEYCONAD

La Spesa Online

Nel 2021 il servizio **Ordina&Ritira** e la consegna a domicilio **Ordina&Ricevi** hanno rappresentato una importante valorizzazione nella modalità di acquisto del cliente. Sono 192 i punti vendita con servizio Ordina&Ritira attivo, di cui 17 di questi prevedono anche la consegna a domicilio Ordina&Ricevi. Nel complesso, oltre 17 milioni di euro sono stati veicolati attraverso i servizi digitali, elementi preziosi della nostra offerta per rispondere alle necessità ed alle evoluzioni degli stili di vita dei nostri consumatori. Nel 2022 l'impegno digitale si moltiplica con HeyConad, il marchio coniato per indicare la famiglia di servizi e-commerce veicolati attraverso le nuove piattaforme digitali nazionali. Un nuovo canale per un'esperienza d'acquisto rinnovata, con un Customer Care dedicato ed un'offerta assortimentale capace di qualificare la nostra insegna.



I CONCEPT E LA LORO EVOLUZIONE

I concept Parafarmacia, Ottico, Petstore, Conadself24, Bar-Bistrò vanno ad integrare la multicanalità arricchendo in tal modo l'offerta di servizi con punti di vendita specializzati in grado di dare risposte alle richieste dei clienti. Rispondere ai bisogni dei consumatori con un'offerta ricca ed articolata si dimostra vincente e nel 2021 l'evoluzione del concept Parafarmacia a "Con Cura" nel canale Spazio Conad, ha contribuito ad un'ottima performance del business.



63

PARAFARMACIE



26

DISTRIBUTORI DI
CARBURANTI



34

PETSTORE



9

OTTICO



58

BAR/BISTRO

Nei supermercati, in aree opportunamente dedicate e affidate a farmacisti professionisti, si possono acquistare farmaci da banco e senza obbligo di prescrizione a prezzi convenienti con sconti dal 15% al 40%. Inoltre, l'evoluzione nel canale Spazio



Conad del concept Parafarmacia in "Con Cura", fornisce una risposta specializzata per il benessere e la salute della persona e della famiglia attraverso servizi come consulenze dermatologiche e nutrizionistiche. Nel 2021 le 63 parafarmacie CNO hanno sviluppato un importante giro di affari attestandosi su un fatturato di oltre 42,5 mil di € con una crescita del +15,50% sull'anno precedente (dato assoluto). Non è mancata la solidarietà: si è dato vita a un nuovo progetto a sostegno delle attività della Fondazione ANT (Associazione Nazionale Tumori), la più ampia realtà non profit in Italia per l'assistenza socio-sanitaria domiciliare gratuita ai pazienti oncologici.

L'Ottico Conad è nato per rispondere a tutte le esigenze legate alla vista, garantendo professionalità e competenza del personale ottico e la sicurezza di strumenti diagnostici all'avanguardia. Anche il concept Ottico nel 2021 ha garantito prestazioni e servizi altamente professionali a prezzi competitivi, registrando un fatturato di oltre 2,73 milioni di € con un incremento del +24,90% sull'anno precedente a rete assoluta. Risultati preziosi, frutto della specializzazione e dell'attenta assistenza professionale offerta al cliente.

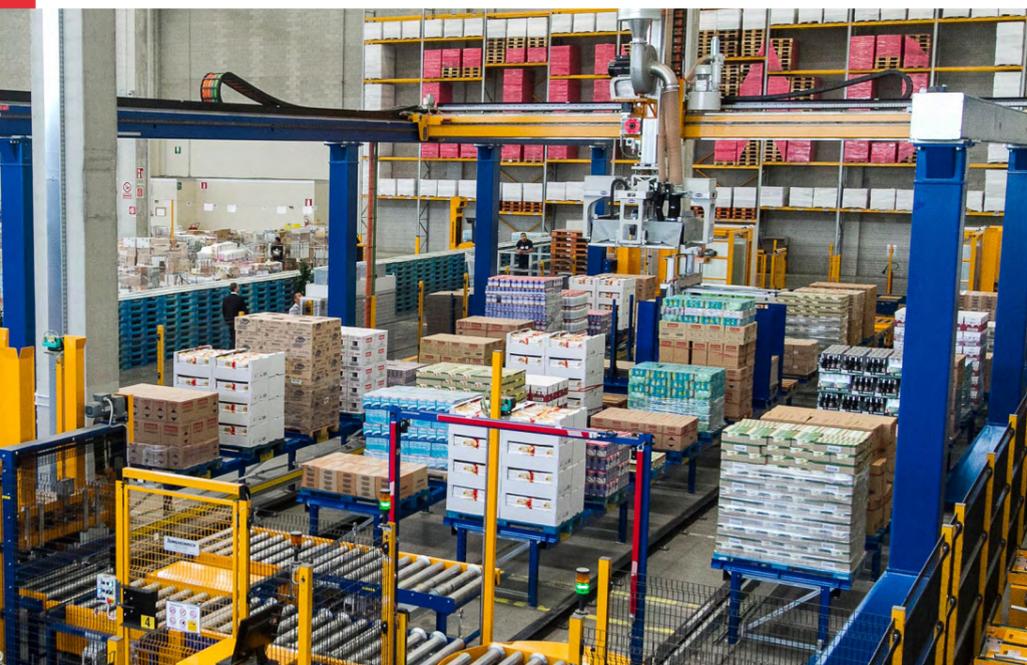
Vincente anche il concept petstore, il negozio dedicato agli animali domestici sempre più presenti nelle case degli italiani, che offre un'ampia proposta assortimentale, conveniente e distintiva. Nel 2021 i Petstore si sono confermati un progetto di grande successo, in sinergia con il Mass-Market (in galleria o adiacenti al Supermercato) ma anche in collocazione indipendente, connotando il concept sempre più come un vero e proprio canale distributivo ed in forte crescita. Hanno sviluppato un fatturato di oltre 24,2 mil di € con un incremento sul 2020 del + 49%.

La praticità di fare rifornimento a due passi dal punto vendita e la convenienza dei prezzi rispetto alla media di mercato. Sono i due grandi punti di forza dei distributori di carburante Conad, di cui il primo inaugurato nel 2005 a Galliciano, in provincia di Lucca. Conad Nord Ovest opera con una filiera di approvvigionamento molto corta, usa le più importanti basi logistiche petrolifere, con un controllo costante della qualità dei carburanti nel rispetto delle normative previste anche per la componente di biocarburanti e con un controllo diretto dei Soci Conad alle gestioni degli impianti: tutto ciò offre notevoli garanzie al cliente, in termini di qualità del servizio e risparmio. Nell'anno 2021, gli impianti di soci CNO sono quindi saliti a ben 26 ed hanno sviluppato un volume di oltre 205 milioni di litri venduti, equivalenti ad un risparmio medio per la clientela di 15,5 milioni di euro, pari a oltre 7,5 centesimi al litro in meno rispetto alla media prezzi pubblicata dall'Osservatorio Prezzi Carburanti Mise.



Le piattaforme logistiche

Il network logistico ci consente di essere **capillarmente presenti sul territorio**. Centri di distribuzione che assicurano un **servizio coerente** con il business aziendale **rivolto alla qualità, all'efficienza, all'innovazione e alla sostenibilità, con costante e attento monitoraggio dei costi**, al fine di garantire un solido vantaggio competitivo. Centri di distribuzione moderni orientati all'innovazione e alla sostenibilità: sono queste le caratteristiche principali che fanno della logistica di Conad Nord Ovest un modello di **supply chain integrata** in grado di sincronizzare al meglio i flussi tra i magazzini e i punti di vendita.



PIATTAFORME LOGISTICHE 263.765 m² totali

Lazio	Civitavecchia (RM)	Food Secco, Beverage, Food (15-18°C), No Food	22.000 m ²
	Tarquinia (VT)	Fresco, Ortofrutta, Carne, Pesce, Surgelato	17.100 m ²
Toscana	Montopoli in Val d'Arno (PI)	Food Secco, Beverage, Food (15-18°C), No Food	27.000 m ²
	Montopoli in Val d'Arno (PI)	Fresco, Ortofrutta, Carne, Pesce	19.500 m ²
	San Miniato (PI)	No Food, Food Secco, Beverage	13.460 m ²
	Serravalle P.se (PT)	Surgelato	1.500 m ²
	Selvatelle (PI)	Extralimentare	11.500 m ²
Sardegna	Monastir (CA)	Food Secco, Beverage, Food (15-18°C), No Food	21.900 m ²
	Monastir (CA)	Fresco, Ortofrutta, Carne, Pesce	7.700 m ²
	Sassari (SS)	Food Secco, Beverage	8.000 m ²
	Sassari (SS)	Fresco, Ortofrutta, Carne	4.000 m ²
	Uta (CA)	Surgelato	1.100 m ²
Emilia	Modena (MO)	Fresco, Ortofrutta, Carne	15.900 m ²
	Anzola Emilia (BO)	Food Secco, Beverage, Food (15-18°C), No Food	26.870 m ²
Liguria	Quiliano (SV)	Food Secco, Beverage, Food (15-18°C), Fresco, Ortofrutta, Carne	40.000 m ²
	Villacidro (SU)	No Food	10.000 m ²
Piemonte	Nichelino (TO)	Food Secco, Beverage, Food (15-18°C), No Food	13.000 m ²



PERFORMANCE ECONOMICHE

L'impegno di Conad Nord Ovest si traduce ogni giorno in ricchezza per la collettività, quel Valore Aggiunto che contribuisce alla crescita dell'azienda, si concretizza in posti di lavoro, crescita delle aziende nostre fornitrici, sostenendo le produzioni nei territori, distribuisce sostegno a numerosissimi progetti di valore culturale e sociale.

Ma l'impegno è anche quello di rendere accessibile in modo dettagliato e trasparente a tutti i nostri stakeholder l'informazione su tale ricchezza generata e condivisa, partendo dai dati del Bilancio Economico e mettendoli in relazione alle informazioni sulle numerose attività aziendali anche in ambito sociale.

I dati relativi al "valore aggiunto" prodotto ed alla sua distribuzione, sono stati rilevati dal **Bilancio Civilistico di Conad Nord Ovest al 31/12/2021**.

Il Bilancio della Società Conad Nord Ovest S.C., per l'esercizio 2021, è stato predisposto nel rispetto dei:

- Principi Contabili Internazionali (IAS/IFRS) emessi dall' International Accounting Standard Board (IASB) e omologati dall'Unione Europea, recepiti nel nostro ordinamento dal D. Lgs 38/2005;
- del D.Lgs 9 Aprile 1991, n° 127, in attuazione delle Direttive CEE n° 78/600 e n° 83/349m in materia societaria.

La cooperativa redige annualmente anche un Bilancio Consolidato. Al fine di dare, in quest'ambito, un'informazione relativa alla dimensione dell'area di consolidamento, si proone di seguito lo schema relativo all'area di consolidamento del 2021 ed il confronto con quella dell'anno precedente.

Produzione e distribuzione del **Valore Aggiunto**

Il bilancio 2021 evidenzia
un utile dell'esercizio
pari a **49 milioni ca. di €**



Movimenti Patrimonio Netto al 31/12/2021

(Euro)	Capitale sociale	Riserva legale	Riserve da rivalutazione	Riserva fair value	Riserva fair value da realizzo	Altre riserve	Utile (perdite dell'esercizio)	Totale
Valore contabile netto al 31/12/2020	91.808.446	270.599.515	6.287.447	171.410.097	1.895.076	181.482.682	67.796.595	791.279.858
Destinazione del risultato dell'esercizio:							(42.419.743)	(42.419.743)
- Rivalutazione	-							-
- Remunerazione	-							-
- Ristorni	21.131.476							21.131.476
- Altre destinazioni		20.338.979				949.288		21.288.267
Liberazione riserva di rivalutazione			(12.707)					(12.707)
Adeguamento al fair value di attività finanziarie disponibili per la vendita				13.023.029				13.023.029,00
Adeguamento al fair value da realizzo					(767.585)			(767.585)
Attualizzazione T.f.r.						(3.815)		(3.815)
Altre variazioni	(1.686.424)				(1.895.076)	3.921.869	(25.376.852)	(25.036.483)
Risultato dell'esercizio corrente							49.025.217	49.025.217
Valore contabile netto al 31/12/2021	111.253.498	290.938.494	6.274.740	184.433.126	(767.585)	186.350.024	48.025.217	827.507.514

SOCIETÀ PARTECIPATE

Società Controllate

partecipazione > 50%

2020	2021
43	40

Le Società controllate vengono consolidate con il metodo "integrale", in base all'equity, ovvero alla percentuale di partecipazione detenuta nella società, il risultato ed il patrimonio netto vengono attribuiti al gruppo e terzi.

Società Collegate

partecipazione tra il 20% ed il 49%

2020	2021
167	183

Le società collegate vengono consolidate con il metodo del "patrimonio netto", la Capogruppo valuta le partecipazioni in collegate proporzionalmente alla percentuale posseduta, in base al loro patrimonio netto e al risultato d'esercizio.

Altre Imprese

partecipazione < 20%

La partecipazione in altre imprese vengono valutate al "fair value" se attendibile o, in alternativa, al costo.

Prospetto di determinazione del **Valore Aggiunto**

Nel prospetto che segue, analizziamo il **Valore Aggiunto** prodotto Conad Nord Ovest nel corso dell'esercizio 2021, valore dato dalla differenza fra la ricchezza prodotta e i consumi sostenuti per la sua distribuzione ai vari portatori d'interessi (stakeholder). Esso è, quindi, il punto di unione fra il Bilancio d'Esercizio e il Bilancio Sociale. Di seguito una breve analisi degli scostamenti rilevati nella distribuzione del valore tra i vari portatori d'interessi; per un'analisi approfondita si rimanda alla consultazione del Bilancio Civile di Conad Nord Ovest 2021.

Nella tabella "**Determinazione del Valore Aggiunto**" si può notare come la ricchezza aziendale prodotta (valore aggiunto globale netto) sia stata, nel 2021, di circa **281 milioni di Euro**. Nella tabella "**Riparto del Valore aggiunto**" si può notare come la ricchezza prodotta sia stata distribuita, principalmente:

- per circa il **64% nella Remunerazione dei Soci**, al fine di sostenere il loro impegno per il mantenimento del livello di competitività rispetto al mercato finale, e quindi, in un'ultima analisi, destinata a sostenere i consumi delle famiglie;
- per circa il **23% direttamente nella Remunerazione dei Consumatori**, attraverso investimenti in operazioni promozionali finalizzate alla fidelizzazione dei consumatori stessi, aumentando gli importanti investimenti dello scorso anno.

Si può inoltre notare che:

- la Remunerazione Aziendale (circa il 17% della ricchezza distribuita) ammonta a circa **49 milioni di Euro**;
- la Remunerazione del Personale pesa circa l'11% della ricchezza complessiva prodotta.

Determinazione del Valore Aggiunto (migliaia di Euro)

VALORE AGGIUNTO GLOBALE	31/12/2021
A) Valore della produzione	2.982.673
B) Costi intermedi della produzione	(2.698.727)
Valore aggiunto caratteristico lordo	283.945
C) Componenti accessori e straordinari	
+/- Saldo gestione accessoria (finanziaria)	19.346
+/- Saldo componenti straordinari	78
Valore aggiunto globale lordo	303.369
Ammortamenti	(22.483)
Valore aggiunto globale netto	280.887

Riparto del Valore Aggiunto ¹ (migliaia di Euro)

DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO	31/12/2021
Remunerazione del Personale Dipendente	30.714
Remunerazione della Pubblica Amministrazione	1.551
Remunerazione del Capitale di Credito	2.163
Remunerazione dei Soci	95.084
Remunerazione Solidarietà Associati	36.300
Remunerazione dei Consumatori	63.458
Remunerazione dell'Azienda	49.025
Remunerazione della Comunità (liberalità esterne)	2.591
Valore aggiunto globale netto	280.887
Remunerazione dei Soci (ristorno differito imputato per competenza)	30.139
Totale Remunerazione Soci	125.223

¹ Per la descrizioni delle voci vedere Appendice



Investimenti 2021 e piano di sviluppo triennale

Gli investimenti del Gruppo ammontano, per il 2021, a **circa 163 milioni di Euro**. Nel complesso, nel corso del 2021 sono state realizzate 12 aperture e 29 ristrutturazioni. **Il piano finanziario del triennio 2022 - 2024 prevede investimenti per circa 660 milioni di Euro** così ripartiti.

Riepilogo investimenti (€/1000)				
(€)	2022	2023	2024	TOTALE
Totale sistema CNO	206.960	247.284	205.295	659.539

“
Distintività
e Impegno
”

“

**PERSONE
E COMUNITÀ**

”

IL CLIENTE AL CENTRO

Per Conad Nord Ovest il Cliente è al centro di tutte le decisioni strategiche e operative dell'Azienda. La Cooperativa nella sua interezza, a partire dalla cultura organizzativa e dall'orientamento strategico, ritiene il Cliente un interlocutore attivo, da ingaggiare, al quale offrire un'esperienza di valore che trascende il puro acquisto dei prodotti. Lo scaffale è, infatti, solo il punto di arrivo di un pensiero più ampio che racconta una reale vicinanza alla comunità, che ha l'obiettivo di creare un tangibile valore sociale: attraverso l'impegno in iniziative di carattere solidale, con azioni concrete di riduzione dell'impatto ambientale, sostenendo i fornitori locali e contribuendo così alla crescita del benessere collettivo.



Il **Customer Relationship Management (CRM)**, ovvero la gestione della relazione tra l'azienda e il cliente, richiede l'abilità di conoscere i comportamenti e le preferenze di ciascun cliente in modo da poter personalizzare in maniera più mirata le comunicazioni e le proposte che gli vengono di volta in volta indirizzate. I primi motivi di scelta di un qualsiasi supermercato sono dinamici, ma non prescindono da: la marca privata, la convenienza dei prezzi, la qualità dei prodotti, l'ordine e la pulizia, i prodotti locali, la riduzione dei tempi di attesa alle casse. Ma fermarsi solo a questo modo sarebbe un errore: bisogna espandere la conoscenza anche oltre i confini di ciò che il cliente compra nei negozi per arrivare ad un'immagine sempre più definita di chi esso sia per offrire una esperienza di valore.

L'importanza della customer centricity viene confermata dai numeri: **nel 2021 sono oltre 1 milione le famiglie che hanno scelto i punti vendita Conad Nord Ovest** come riferimento per la spesa quotidiana, mentre le carte fedeltà attive hanno raggiunto 2, 6 mil di clienti fedeli, per un'incidenza di circa 79% sul fatturato complessivo.

Ciò premia la continua ricerca di modi per offrire qualità e convenienza ai clienti: una Marca del distributore made in Italy, con prodotti di alta qualità e prezzo conveniente, il paniere di prodotti Bassi e Fissi che garantisce ogni mese ciò che di fondamentale serve alla vita di una famiglia, carte fedeltà che consentono un risparmio reale e concreto nel bilancio annuale e, soprattutto, un ascolto profondo delle esigenze della clientela.

Lo sviluppo di nuovi punti di contatto, gli strumenti di comunicazione che evolvono in ottica multicanale, la crescente attenzione al mondo digital: sono alcune tra le numerose direttrici seguite dalla Cooperativa per costruire una relazione di ascolto e confronto con i propri clienti, volta a raccogliere informazioni, impressioni e necessità dalle famiglie e crescere insieme. **Strategie rese più che mai attuali dalla pandemia, che ha accelerato la trasformazione del cliente in ottica di "omnicanalità", intesa come integrazione circolare tra punto di vendita e mondo online in cui il Cliente è sempre al centro.**



Competitività

La competitività è da sempre uno dei pilastri della strategia commerciale di Conad Nordovest. La capacità di esprimere un posizionamento adeguato al contesto competitivo in cui opera un negozio è ormai uno dei requisiti essenziali del modo con cui vogliamo presentarci ai nostri clienti.

Un'azienda come Conad Nord Ovest, che sviluppa la propria attività in contesti territoriali molto vasti e diversi fra loro, attraverso una rete di negozi realmente "multicanale", non può prescindere dal gestire in maniera precisa ed approfondita i prezzi di vendita, alla costante ricerca del migliore equilibrio tra sostenibilità economica dei vari negozi e competitività all'interno della piazza in cui i negozi stesi operano.

Per questo **l'azienda si è dotata di un pool dedicato a questo tipo di attività.** In particolare, sul vasto mondo del largo Consumo Confezionato (Generi Vari + Libero Servizio + Surgelati), il team lavora sulla base di rilevazioni periodiche dei prezzi dei competitor di riferimento per i prodotti confrontabili (stesso ean) o assimilabili (per esempio nel caso dei prodotti a marchio). Le rilevazioni, affidate ad agenzie specializzate in materia, permettono di avere costantemente il quadro della situazione ed elaborare degli indici di posizionamento per le singole aree (piazze) in cui è diviso idealmente il territorio. Questo consente di valutare il raggiungimento degli obiettivi di competitività stabiliti e, nel caso di distanza da questi obiettivi, individuare le azioni necessarie per il loro raggiungimento. Oltre all'esperienza e competenza dei componenti di questo gruppo di lavoro, l'azienda si avvale dell'utilizzo di elaborati strumenti informatici, sia in fase di analisi dei dati che di simulazione dei risultati attesi in relazione a specifiche azioni poste in essere. **Anche per quanto riguarda i reparti freschi Conad Nord ovest ha intensificato il proprio impegno attraverso un'importante rete di monitoraggio dei competitor:** è stata implementata la rilevabilità di un paniere di prodotti legati ai freschi (ortofrutta, carne, pesce, panetteria, ecc.), appositamente selezionato dalla struttura commerciale. I dati rilevati vanno ad alimentare un indice di competitività in grado di confrontare l'allineamento o il disallineamento dei prezzi al pubblico tra i prodotti in vendita sui banchi della rete Conad Nord Ovest e quelli dei competitor di riferimento. **Grazie a questo nuovo procedimento, è possibile effettuare rilevamenti capillari sulla base non solo mensile, ma anche settimanale, permettendo alla struttura commerciale di intervenire sui prezzi al pubblico, per garantire al consumatore finale prodotti di qualità a prezzi in linea col mercato nazionale.**

Una fidelizzazione costante e le iniziative di convenienza

Il rapporto con la comunità è da sempre uno dei tratti distintivi di Conad, che è vicina ai territori, alle esigenze delle famiglie italiane. **Valorizzando la propria natura cooperativa, offre una vasta scelta di possibilità che tutelano il potere di acquisto della clientela,** attraverso carte fedeltà dedicate ai soci, campagne che distribuiscono buoni spesa, attività di collezione premi, iniziative specifiche per le famiglie.

Valore economico complessivo delle iniziative di fidelizzazione 2021

Conad Nord ovest nel 2021 ha distribuito complessivamente ai propri clienti, titolari di Carta Insieme, attraverso molteplici iniziative di fidelizzazione, oltre 68 milioni in buoni spesa.

CARTA INSIEME

Carta Insieme è la carta fedeltà di Conad: gratuita, esclusiva e personale. A dicembre 2021 le carte attive che hanno fatto almeno una spesa nell'ultimo anno sono circa **2.600.000**, per un'incidenza di circa il 79% sul fatturato complessivo. **Ai possessori di Carta Insieme sono dedicati vantaggi esclusivi** sia in termini di attività di convenienza ed erogazione di sconti che di iniziative di collezionamento premi. **La panoramica delle iniziative è assai vasta,** variando da Esperienze da vivere, Concorsi, Mini Collection, Self Promotion di Solidarietà, e Special Promotion.



Parlando più da vicino di Convenienza, con l'obiettivo di sostenere il potere d'acquisto della clientela, nel 2021 CNO ha sviluppato le seguenti iniziative:

Fidelizzazione Mass (vantaggi distribuiti a tutti i possessori della carta fedeltà).

Nel 2021 Conad Nord Ovest ha realizzato iniziative veicolate a tutti i possessori di Carta Insieme proponendo meccaniche diversificate per canale e coerenti al comportamento del Cliente. **Per tutti i titolari di Carta Insieme sono state realizzate iniziative a sostegno del prodotto a marchio, dei freschissimi e del totale carrello.** In totale sono stati distribuiti buoni spesa per **oltre 18.500.000€.** In aggiunta al piano di Cooperativa, anche i singoli punti vendita hanno realizzato molteplici iniziative di convenienza a sostegno del proprio territorio erogando altri buoni per oltre 7.800.000€

Fidelizzazione Customer (vantaggi distribuiti a target specifici di Clienti)

Nel 2021, per recuperare la relazione con i clienti in flessione e gratificare i clienti nuovi e quelli "in crescita" sono state predisposte attività diversificate, partendo da un'analisi puntuale del loro comportamento e predisponendo per ogni cluster individuato una promozione mirata. A consuntivo sono stati erogati a favore dei clienti un valore di circa **6.400.000 € di risparmio.**

Scegli&Sconta

Nel 2021 Conad Nord Ovest ha implementato nel proprio piano di fidelizzazione l'iniziativa **Scegli&Sconta**, riservata ai Clienti titolari di Carta Insieme, con l'obiettivo di gratificarli consentendo loro di inserire nel carrello del cliente articoli ad alta battuta - dal reparto enoteca e parafarmacia - facendo conoscere un particolare assortimento tematico e stagionale. **Un piano che ha veicolato ai clienti un risparmio di ben oltre 1.180.000 Euro.**



Più convenienza per le famiglie con:

INIZIATIVA FAMIGLIA

Conad Nord Ovest riserva da sempre una **grande attenzione alle famiglie con figli minorenni**, clienti che hanno esigenze di comprensibile contenimento dei costi del bilancio annuale, per questo nasce l'**iniziativa FAMIGLIA**. Il cliente per beneficiare dei vantaggi FAMIGLIA 2021 deve registrare la propria Carta Insieme nel Cluster "Famiglia", dimostrando di avere almeno un figlio con età massima 18 anni nel proprio nucleo familiare. Nel 2021 l'iniziativa famiglia si è trasformata in "CLUB" (escluso Lazio), un'operazione più dinamica che ha consentito di erogare ai nostri Clienti vantaggi diversificati ogni settimana.

Con questa iniziativa sono stati erogati alle circa 218.000 famiglie iscritte sconti per oltre 5.250.000€.

INIZIATIVE A SOSTEGNO DEGLI ACQUISTI SCOLASTICI

Nel 2021 sono state due le iniziative di convenienza **a favore delle famiglie sull'acquisto di libri di testo e materiale scolastico**: 15% di sconto immediato sull'acquisto di libri scolastici; 10€ in buoni spesa da utilizzare per materiale scolastico su una spesa minima di 50.

Circa 81.000 famiglie hanno beneficiato di oltre 2.600.000 € di sconti.

NATALE: INIZIATIVE A SOSTEGNO DEGLI ACQUISTI DI GIOCATTOLE

Nel 2021 sono state realizzate due iniziative di convenienza a favore delle famiglie e relative **all'acquisto di giocattoli**: Scegliere Sconta 30% sui giocattoli; con l'acquisto in giocattoli del valore minimo di 30€ e multipli su scontrino unico, il cliente Carta Insieme e NON, poteva ricevere direttamente sul suo scontrino 3 Buono Spesa del valore di 10€ da utilizzare su una spesa minima di 30€.

Come risultato, circa 71.000 famiglie hanno beneficiato di oltre 1.470.000€ di sconti.

INIZIATIVA OVER 65

Questa iniziativa ha avuto l'obiettivo di **sostenere il target over 65**; è stata gestita in modo personalizzato sui singoli territori e ha proposto uno sconto sul totale spesa in una giornata specifica della settimana.

Risultati: oltre 5.250.000€ di sconti erogati alle famiglie.

CARTA INSIEME PIÙ CONAD CARD

È la Carta Insieme con in più la funzione di **pagamento a spendibilità esclusiva nel circuito privativo dei PdV CONAD abilitati**. Non ha costi di attivazione, ri-emissione né canone annuo, e ha un unico addebito dal giorno 10 del mese successivo. Per il cliente rappresenta uno strumento di "relazione pregiata" con l'Insegna, attraverso la quale usufruire di iniziative promo-

zionali dedicate, come articoli mensili in sconto e la raccolta di Bollini doppi in occasione delle iniziative di collezionamento. Inoltre, per incentivare all'utilizzo della carta Insieme Più è stata predisposta una attività che eroga Buoni «Più Valore con Conad Card» in funzione del montante pagato con Carta Insieme Più Conad Card nel mese precedente.



L'iniziativa, nel 2021, ha portato a un risparmio per i clienti di oltre 1.580.000€.

LE CARTE PREPAGATE

Anche le Carte Prepagate Conad rappresentano uno strumento di fidelizzazione in quanto sono una **modalità di pagamento al portatore che i Clienti possono utilizzare per fare la spesa solo nei punti vendita Conad**. Sono a scalare, hanno una validità di 12 mesi dalla data di attivazione e possono essere ad importo fisso (da 30€, 50€ o 100€) o variabile. **Le carte prepagate spesso sono utilizzate dalle aziende nell'ambito di programmi di welfare per i propri dipendenti e di incentivazione alle vendite, per gestire promozioni riservate o come premio in concorsi e raccolte punti**. Per promuoverne la vendita e la distribuzione, Conad Nord Ovest ha sottoscritto negli ultimi anni diverse convenzioni nel proprio territorio con aziende, associazioni e istituti di credito realizzando così nel 2021 un fatturato di oltre 12.800.000€.

LA GRATIFICAZIONE DEL CLIENTE CON I PREMI COLLEZIONABILI

Sul piano della gratificazione, Conad dedica ai clienti fedeli benefici e vantaggi nella forma di premi collezionabili. Sono attività che vivacizzano il legame con l'Insegna, che hanno tra i requisiti distintivi l'emozionalità e la creatività.

Nel 2021 sono state diverse le iniziative di gratificazione:

- **miPREMIO 2021**: esperienze da vivere, catalogo premi fisici, premi personalizzabili e Charity
- **Minicollection** - Leonardo e Thun
- **Self promotion**
- **Special promotion** - Scrittori di Classe

miPREMIO 2021 ha distribuito dunque oltre 153.000 premi e con **miPREMIO CHARITY** le iniziative hanno contribuito anche a donazioni di solidarietà destinando **205.045 euro alla Lega Filo d'oro**, e **11.725 euro all'Associazione Peter Pan** di Roma, che offre alloggio gratuito a famiglie che si spostano nella capitale per curare i propri figli.

Minicollection 2021 sempre più attente all'ambiente.



Le operazioni di mini-collezionamento nazionale di Conad sono state firmate da **Leonardo** e da **THUN**: il primo un brand di lustro nel mondo del design, ha coinvolto più di 165.000 clienti mentre il noto brand Thun ha coinvolto 334.000 clienti. **Operazioni che si inseriscono nel progetto "Sosteniamo il Futuro"** valorizzando così

l'impegno di Conad sulla sostenibilità: con la collaborazione di Rete Clima è stata **calcolata e neutralizzata al 100% l'impronta di carbonio generata dal ciclo di vita dei prodotti Leonardo**, dalla produzione fino allo smaltimento futuro dei prodotti stessi

a fine vita. **Con Thun, la spugna prodotta combinando il cotone ad una trama interna contenente plastica riciclata (rPet) consente di ridurre il consumo di acqua e di coloranti/sbiancanti** impiegati nel processo produttivo e di aumentare la resistenza e la durata del tessuto. Nel 2021 si è svolta la nuova edizione di **Scrittori di Classe 7**: una special promotion, inserita nel programma Insieme per la Scuola e concepito allo scopo di promuovere attivamente la lettura e la scrittura tra i ragazzi, premiando il lavoro di squadra. In questa edizione è stato enfatizzato l'aspetto didattico e culturale lanciando i temi dello spazio e della vita degli astronauti. Le 6 storie vincitrici sono state oggetto di pubblicazione dando vita ad un libro "Storie Spaziali" distribuito nei punti vendita Conad, attraverso una meccanica di accumulo bollini che hanno dato diritto ai clienti di ritirare il libro ed i peluche alieni Hey Clay ecosostenibili (imbottiture e rivestimenti realizzati in pet riciclato). L'operazione ha segnato un importantissimo traguardo: **ben 180.000 copie di libri e 415.000 peluche ritirati**.



Nel settembre 2021 ha preso avvio anche la prima fase di **Scrittori di classe 8**: il concorso letterario quest'anno legato al mondo di Harry Potter. Le storie vincitrici sono state raccolte ed editate in un unico volume.

A **livello nazionale** l'iniziativa ha registrato **5.256** scuole iscritte; **27.106** le classi iscritte e ben **7.770** racconti completati e pubblicati. A **livello locale** ecco i risultati della I fase circa le adesioni al concorso: **1557** scuole iscritte; **7427** classi iscritte; **1.956** racconti completati e pubblicati.

Fra i 12 vincitori nazionali di quest'ultima edizione anche i ragazzi della scuola primaria S.Poli di Galliciano (LU) e della scuola primaria Ugo Foscolo Budria di Pavullo nel Frignano (MO), entrambe nel territorio di competenza di Conad Nord Ovest.



La Marca del distributore (MDD): **impegno fra qualità e risparmio**

I prodotti a marchio Conad si fondano su aspetti imprescindibili come qualità e convenienza, attenzione al sostegno delle produzioni Made in Italy, sostenibilità: le famiglie li scelgono per conciliare qualità e risparmio.

Il 95% dei prodotti a marchio Conad sono prodotti in Italia. Nel 2021 la marca del distributore Conad si è confermata un punto di riferimento nella spesa di oltre 11 milioni di clienti e ha contribuito in maniera decisiva alla crescita dell'insegna: ha infatti conquistato il 31% di quota sul totale del largo consumo confezionato in Italia (canale super) e realizzato un fatturato pari a 4,8 miliardi di euro (+5,8% a valore rispetto al 2020). Nel 2021 in Conad Nord Ovest il prodotto a marchio ha sviluppato complessivamente un fatturato di circa 1,2 miliardi di euro.

I prodotti della marca del distributore - MDD - si suddividono in diverse linee in grado di rispondere sempre meglio alle abitudini ed esigenze delle persone.

Il 61% del volume d'affari della MDD è rappresentata da **CONAD LOGO ROSSO**: la linea che punta a soddisfare le esigenze della clientela su un ampio ventaglio di prodotti di uso quotidiano. È riconoscibile per il marchio margherita di colore rosso, l'emblema dell'insegna, elemento che rimanda ai sapori, alla freschezza e alla qualità dei prodotti Conad.

Nel 2021 in Conad Nord Ovest la linea Conad Logo rosso ha sviluppato circa 732 milioni di euro di fatturato.

QUOTA MDD IN CNO PER INSEGNA:

21%
spazio
CONAD

25%
CONAD
SUPERSTORE

32%
CONAD

42%
CONAD CITY



UN'OFFERTA SEMPRE PIÙ MIRATA ALLA SODDISFAZIONE DEL CLIENTE

Il 2021 ha visto una valorizzazione importante sia delle linee premium dell'Mdd Sapori&Dintorni e Sapori&Idee che delle linee benessere e salutistico Verso Natura, Conad Essentiae, Conad Piacersi, Conad Alimentum, per un'offerta sempre più mirata alla soddisfazione del cliente.

SAPORI&DINTORNI CONAD



Con le sue 427 eccellenze alimentari di 19 regioni italiane, è il marchio ambasciatore delle produzioni tipiche regionali, realizzate da piccoli produttori di qualità e di grande tradizione, fornitori locali coi quali Conad ha stretto un rapporto di partnership, che si fonda sul sostegno sociale ed economico volto alla tutela della cultura alimentare.

Nel 2021 in Conad Nord Ovest la linea ha sviluppato oltre 132 milioni di euro di fatturato a sell-out.

SAPORI&IDEE CONAD



La linea combina materie prime di alta qualità e ingredienti gourmet che si affiancano a proposte innovative e accostamenti inediti, per un'esperienza di gusto completa e distintiva, ma sempre accessibile ad ogni famiglia.

Nel 2021, a poco più di un anno dal suo lancio, la gamma è stata rafforzata e oggi conta 218 referenze ed in Conad Nord Ovest la linea ha sviluppato oltre 16 milioni di euro di fatturato a sell-out.

In occasione del Natale 2021 le linee di prodotti **Sapori&Idee** e **Sapori&Dintorni Conad** sono state protagoniste del Catalogo Enogastronomico, accompagnando i clienti in un'esperienza di gusto e condivisione, all'insegna di tre pilastri strategici: Tradizione (Sapori&Dintorni), Modernità (Sapori&Idee), Sostenibilità (con consigli antispreco).

Nel 2021 Conad Nord Ovest, per andare sempre più incontro ai gusti e alle esigenze dei consumatori, ha rafforzato la proposta assortimentale delle **linee benessere e salutistico**, e ha adottato spazi di esposizione dedicati e ben visibili, supportati da una comunicazione dedicata, in grado di coinvolgere i clienti che cercano un'offerta sempre più mirata. L'assortimento è stato bilanciato per profondità e varietà in relazione alle dimensioni di ciascun punto di vendita, dalla prossimità Conad City fino all'attrazione del canale Spazio Conad. Nel 2021 in Conad Nord Ovest la linea ha sviluppato oltre 91 milioni di euro di fatturato.

VERSO NATURA CONAD

Verso Natura raggruppa quattro linee pensate per i clienti più sensibili alle tematiche della sostenibilità ambientale.

- **BIO**, prodotti biologici che privilegiano l'alimentazione semplice e genuina;
- **Eco**, prodotti ecologici che rispettano l'ambiente favorendo logiche di sostenibilità;
- **EQUO**, prodotti equo solidali che tutelano i Paesi in via di sviluppo, ponendo la massima attenzione nei confronti delle condizioni del lavoratore;
- **VEG**, prodotti indicati per chi ha scelto una dieta vegetariana e vegana o per chi cerca un'integrazione all'alimentazione tradizionale.

CONAD ESSENTIAE

Una linea beauty pensata per il cliente che ama prendersi cura di sé in modo naturale, grazie a formulazioni delicate e ingredienti naturali.

CONAD PIACERSI

Un assortimento di prodotti dedicato a chi ama un'alimentazione equilibrata e rispondente ai nuovi trend di consumo: prodotti per il benessere magri, leggeri e funzionali alla vitalità quotidiana.

CONAD ALIMENTUM

Una risposta specifica rivolta a chi è intollerante al lattosio o al glutine. Un'offerta mirata e specializzata che aiuta le persone con intolleranze a non rinunciare al gusto, in piena sicurezza.



BASSI E FISSI - UN PANIERE CHE TUTELA IL POTERE DI ACQUISTO

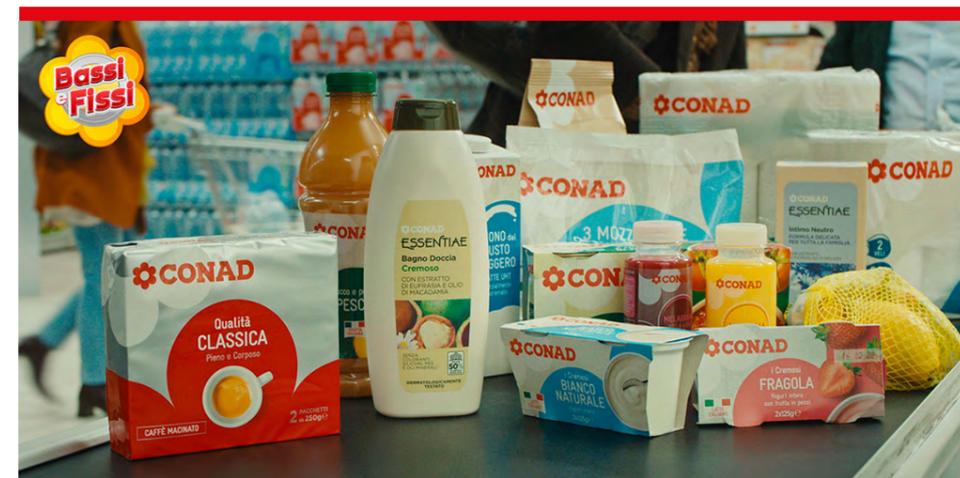


Nel 2013 Conad ha avviato l'operazione **Bassi e Fissi**, un paniere di prodotti a marchio Conad fondamentali per la vita quotidiana proposti a prezzi ribassati rispetto alla media di mercato.

Una iniziativa concreta, per tutelare il potere di acquisto delle famiglie, dando la possibilità a milioni di nuclei familiari di fare una spesa completa, di qualità e a prezzi convenienti.

Nel 2021 si è rivelato ancora di più un vero e proprio piano strutturale a sostegno delle famiglie, aiutando in particolare quelle che hanno faticato ad arrivare alla fine del mese a causa della pandemia. Il paniere viene aggiornato quadrimestralmente; tutti i prodotti che ne fanno parte sono ben evidenziati a scaffale, e ogni 15 giorni ne vengono scelti alcuni a cui viene data particolare enfasi con grafica dedicata nei volantini quindicinali.

In totale, sono stati circa **702 i prodotti** rappresentativi di **137 categorie** che hanno determinato un risparmio medio annuo del **33,1% a famiglia**.



*Su ciò che conta,
ci puoi sempre contare.*

**Puoi contare tutti i giorni
su una scelta di prodotti
davvero grande e su prezzi
davvero piccoli.**

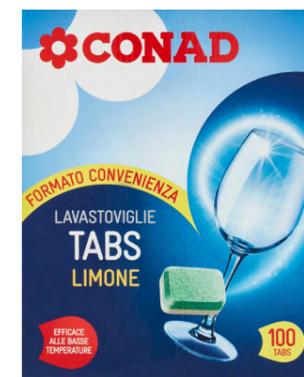


Scopri di più su conad.it

CONAD
Persone oltre le cose



Per garantire un'offerta ancor più consistente e offrire maggiore ampiezza assortimentale, nel 2021 il Consorzio ha deciso di ampliare le referenze presenti in questo paniere: un esempio sono i prodotti **Logo Rosso Conad Grandi Formati e Multipack** reperibili nei punti vendita Spazio e Superstore. La gamma dei questi formati over size è composta da 59 referenze.



I reparti freschi: qualità, territorio, sicurezza e ruolo dell'MDD

Sempre più il cliente ci sceglie e si fidelizza grazie ad un'offerta dei reparti freschi ampia, profonda, conveniente e convincente.

Il mondo dei reparti freschi e freschissimi per Conad Nord Ovest rappresenta un pilastro strategico della politica commerciale, con un'offerta al cliente che privilegia la selezione di aziende e prodotti freschi del territorio provenienti da filiere controllate e un profondo assortimento di prodotto a marchio.



In un contesto multicanale i reparti freschi trovano declinazione in tutte le loro espressioni: dall'assistito al take away, dal fondamentale ruolo del prodotto del territorio a km0 in tutti i reparti a quello delle eccellenze italiane e oltre, dalla ricerca della qualità al ruolo fondamentale della convenienza e alle meccaniche promozionali.

 I prodotti vengono sottoposti ad **accurati controlli in ogni fase della filiera** garantendo la provenienza e la sicurezza attraverso il rispetto di elevati standard qualitativi².

Per questo nel 2021 Conad Nord Ovest si è strutturata, con una organizzazione ad hoc, per lavorare ancora meglio ogni giorno sulla qualità dei prodotti freschi con l'obiettivo di appagare le aspettative dei clienti offrendo freschezza, assortimento, sempre in linea con le nuove tendenze di consumo, convenienza e professionalità.

Fra i reparti freschi predomina il **REPARTO ORTOFRUTTA**, che rappresenta la massima espressione del grande lavoro di soci e cooperativa sul localismo e la tutela della filiera. Presenti in tutti i 600 punti di vendita i prodotti dei **"Consorzi Ori"** che dal 2010 portiamo sulle tavole dei nostri clienti con le migliori eccellenze della filiera ortofrutticola del territorio, garantendo prodotti a km0 e stagionali: **141 aziende locali consorziate per un fatturato 2021 di circa 55 milioni euro**.



 Nel 2021 nasce inoltre il marchio ombrello **"I NOSTRI ORI"** che segnala l'origine regionale dei prodotti valorizzandone provenienza, pratiche artigianali e produttive ed ecosostenibilità³.

² Per approfondimenti ved. pag. 77

³ Per approfondimenti ved. pag. 83

Nel 2021 si è consolidata la quota del venduto di prodotti freschi a marchio Conad, grazie allo sviluppo in particolare di prodotti nelle linee valoriali SaporisIdee e SaporisDintorni. Le due linee sono parte dell'offerta premium MDD Conad, che vede le eccellenze enogastronomiche locali, espressione del territorio e della tradizione, interpretate dal marchio SaporisDintorni, insieme a sapori moderni e contemporanei della nuova linea SaporisIdee.

Nel reparto sale anche l'incidenza del prodotto a marchio con un venduto di circa 129 milioni ed una crescita del 5%. Il 2021 ha visto lo sviluppo di 20 nuove referenze ed un rebranding su specialità selezionate.



All'interno del **REPARTO CARNI** l'importanza di garantire al cliente prodotti di massima qualità e controllati in ogni passaggio della filiera rappresenta un impegno quotidiano e strutturato.



Un reparto in cui trovano grande enfasi le linee italiane come la scottona piemontese e sarda, la razza Chianina, la carne ovina sarda, l'avicolo piemontese, il suino emiliano e la valorizzazione di allevamenti di eccellenza di alcune microaree come l'avicunicolo della Val di Chiana, di alcune aree del Lazio e della Sardegna.

Continua in reparto lo sviluppo della marca del distributore con una quota progressiva di circa il 62%. Il venduto è stato di 162 milioni di venduto, con una crescita del 1,50% sul 2020. La quota del prodotto a marchio è data dall'insieme di varie linee che si trovano nell'offerta e che hanno in vendita prodotti freschi. Il **Conad Percorso Qualità** è la prima linea del MDD del reparto carne e rappresenta una quota del 41.27%. La seconda linea per importanza è la **linea Conad** (quota del 16.69%), il brand mainstream che punta a soddisfare le esigenze della clientela su un ampio ventaglio di prodotti di uso quotidiano. Molti prodotti di questa linea fanno parte del paniere Bassi & Fissi.

Ma negli ultimi anni l'MDD si è rafforzata grazie soprattutto alle linee Saporis & Dintorni (quota del 2.23%) Saporis & Idee (quota del 0.55%) e CONAD Verso Natura BIO (quota del 0.92%) pensata per clienti sensibili alle tematiche della sostenibilità ambientale. Nel 2021 questa linea ha vissuto un importante re-packaging verso confezioni eco-sostenibili.

Percentuale di prodotto italiano venduto nel reparto carni:

- 100% di avicunicolo
- 70% di suino
- 40% di bovino e vitello



Anche nel **REPARTO PESCHERIA** campeggia il pescato del territorio con rifornimento giornaliero delle marinerie: il pescato del "Consorzio Ori del mar Tirreno", dei pescatori di Civitavecchia, dei pescatori sardi, liguri e dell'Adriatico.

In **pescheria** è cresciuto anche l'impegno ad un maggiore sviluppo dell'MDD, che nel 2021 si è attestata al 12%. L'MDD in pescheria ha sviluppato 12,6 milioni di venduto, con una crescita del 32% sul 2020. Nel corso dell'anno sono state lanciate nuove linee e nuovi prodotti, con l'inserimento delle referenze confezionate marinate Saporì&Idee e delle referenze confezionate Conad Ready to eat e di Percorso Qualità Conad.



Un forte trend che stanno vivendo la macelleria e la pescheria, è la crescita del gradimento del consumatore verso un prodotto **Pronto da cuocere o pronto da mangiare**. In macelleria questo segmento raggiunge 1/3 del fatturato e cresce del 12%, mentre in pescheria cresce del 8% circa. Nei punti vendita dove la profondità assortimentale lo permette, è stato inserito un assortimento di pronti da cuocere realizzati con merce freschissima dei banchi.



Il **REPARTO FORNO E PASTICCERIA**, oltre a valorizzare i prodotti da forno di piccoli e medi fornitori locali con innumerevoli varietà di panificati, vero fiore all'occhiello del reparto, ha registrato l'atteso sviluppo di linee a marchio Conad, con referenze di pane precotto non congelato, da finire di cuocere nei negozi. La linea è stata sviluppata con particolare attenzione ad incarti che comunicano "valore", interamente smaltibili nella carta; efficace comunicazione dell'origine delle materie prime (farine italiane e regionali), espositori auto vendenti. In Conad Nord Ovest, inoltre, esiste una realtà di produzione interna di pane fresco 7 giorni su 7 con tre sfornate al giorno per pane, pizze e focacce e panifici all'interno



dei punti di vendita che producono e consegnano pane fresco ai negozi Conad in area (come ad esempio gli SpazioConad di Roma Casal del Marmo e gli SpazioConad di Torino e prov. e Cuneo e prov.). La maggior parte di questi panifici producono internamente anche pasticceria - torte, crostate, biscotteria e mignon - sempre più apprezzata anche per la possibilità di prenotazione e personalizzazione e che si è particolarmente sviluppata nel corso del 2021 con grande attenzione alla formazione del personale del reparto realizzata anche in collaborazione con grandi aziende del settore dolciario.

Da segnalare nel **REPARTO GASTRONOMIA Piatti Pronti** l'attesa e rinnovata partenza di prodotti a marchio Conad. La declinazione delle linee ha visto un primo sviluppo con prodotti con i 3 brand: Gustosamente Conad, che offre piatti semplici e genuini, Saporì&Dintorni che offre piatti della tradizione italiana, e Saporì&Idee, con un'offerta di cucina gourmet moderna e creativa

Prodotti freschissimi del territorio e delle linee Saporì&Dintorni sono espressione del banco assistito di salumi e formaggi.

L'obiettivo perseguito da Conad Nord Ovest nel 2021 è stato quello di valorizzare le informazioni sui prodotti che i clienti trovano in vendita: la cooperativa vuole essere promotrice della cultura della filiera agroalimentare, anche attraverso la formazione degli addetti e con la comunicazione mirata nel reparto. Fondamentale, quindi, il ruolo del banconiere nel dare un valore aggiuntivo alla «conoscenza e utilizzo» ai prodotti.



CACIOTTA TIPOLOGIA LATTE: MUCCA STAGIONATURA: 8/15 GIORNI SAPORE: DELICATO TENDENTE AL BURRO PROVENIENZA: CASTEL SAN PIETRO (BO)	EMMENTAL SVIZZERO TIPOLOGIA LATTE: MUCCA STAGIONATURA: ALMENO 4 MESI SAPORE: DOUCE PROVENIENZA: VALLE DELL'EMMENTAL (CH)	FORMAGGIO AL TARTUFO TIPOLOGIA LATTE: MUCCA/PECORA STAGIONATURA: ALMENO 20 GIORNI SAPORE: DOUCE CON L'INTENSO DEL TARTUFO PROVENIENZA: VALSAMOGGIA (BO)
GRUYERE TIPOLOGIA LATTE: MUCCA STAGIONATURA: 5/18 MESI SAPORE: AROMATICO FRUTTATO PROVENIENZA: CANTON FRIBURGO (CH)	FORMAGGIO NOCERINO TIPOLOGIA LATTE: PECORA STAGIONATURA: ALMENO 60 GIORNI SAPORE: DELICATO E AROMATICO PROVENIENZA: FORLÌ	PARMIGIANO BIO TIPOLOGIA LATTE: VACCA STAGIONATURA: OLTRE 24 MESI SAPORE: INTENSO E AROMATICO PROVENIENZA: ALTA VAL DI PARMA



Comunicare al cliente



Per Conad Nord Ovest l'ascolto delle esigenze della clientela è fondamentale: per svolgere al meglio questa attività, gli strumenti messi a disposizione sono molti e diversificati, dal rapporto diretto con i soci e i dipendenti dei punti vendita, che quotidianamente raccolgono le esigenze dei clienti, al contatto telefonico per risolvere eventuali difficoltà, ai media digitali, sempre di più veicolo di informazioni e scambio diretto con i consumatori.

Capacità di ascolto, risposta e problem solving sono le parole chiave nell'ambito del Servizio di Customer Care di Conad Nord Ovest, uno degli strumenti fondamentali per la gestione della Customer Retention.

SERVIZIO CONTATTACI

Il servizio di Customer Care è gestito attraverso il canale on-line, ovvero mediante il servizio **CONTATTACI** raggiungibile dal sito www.conad.it. Il servizio nel 2021 ha registrato **oltre 9.500 richieste da parte dei clienti**.

TOTALE 2021

Al Tuo Servizio	900
APP	306
Sito	1718
Carte Conad	489
Catalogo MiPremio	535
Problemi accredito punti-buoni	423
Problemi richieste premi on-line	3076
Prodotti non a marchio	114
Prodotto a marchio	560
Punti vendita	1431

Totale 9.552

La comunicazione digitale

I clienti e gli stakeholder possono entrare in contatto con Conad Nord attraverso molteplici canali: **sito web, newsletter, mobile app, sfogliatori digitali, adv digital, social network**. Nel sistema di comunicazione, i media digitali si affiancano ai tradizionali, con un mix di attività e di messaggi che fanno squadra e rendono impattante e competitiva la presenza comunicativa. L'omnicanalità è la strada intrapresa anche nella comunicazione, nell'obiettivo di creare una comunicazione unica, coerente e sinergica tra i vari canali che presidiamo.

Il canale digitale ha abilitato nuove soluzioni di relazione con i clienti e si contraddistingue per essere l'unico in grado di garantire un contatto continuo e in tempo reale con i consumatori. Offre l'opportunità di tessere relazioni di fiducia, non solo contattandoli e raccontando le iniziative, ma anche per ascoltare e imparare da loro. In quest'ottica, i Social Network sono uno strumento prioritario

Tra i Social, **FACEBOOK** è ormai una presenza necessaria per il business. Su Facebook si concentra la maggior parte del tempo speso online dai clienti, in particolare la fascia di età tra i 40 e i 60 anni più rilevante per Conad. **Nel 2021 si è attestato come il principale media digitale di Conad Nord Ovest. Si contraddistingue per il fatto di essere un social basato sull'identità.**

Nel 2021, le campagne pubblicitarie su Facebook hanno raggiunto la copertura totale del bacino potenziale (oltre 10.000.000 utenti unici over 30 nei territori CNO, +26% rispetto al 2020) producendo 1.978.107 click ai volantini presenti su Conad.it (+87% rispetto al 2020). L'ottimo interesse verso le campagne di traffico è sintetizzato nel dato del CTR medio del 1,34%



In sinergia con il piano editoriale Facebook del Consorzio Nazionale, sono state veicolate tutte le iniziative promozionali, di fidelizzazione, di marketing territoriale di cooperativa e di sostegno a singoli pdv. Nel 2021, sono stati pubblicati oltre 94.000 POST sulle pagine Facebook di pdv, e con le campagne pubblicitarie è stato raggiunto il 100% degli utenti over 30 (10.039.136 utenti unici nei territori Conad Nord Ovest, +26% rispetto al 2020) producendo circa 1.978.107 di click ai volantini presenti su Conad.it (+87% rispetto al 2020).

Nello stesso anno, Conad Nord Ovest ha attivato anche un altro canale, **LINKEDIN: un nuovo mezzo di dialogo per comunicare la propria distintività, uno spazio virtuale fruito da professionisti per una comunicazione di taglio business e focalizzata su temi di interesse professionale.** È stato stilato un piano editoriale che permette di avere immediatezza e dinamicità della comunicazione, pur mantenendo un taglio di carattere istituzionale. I contenuti sono collegati agli altri strumenti della cooperativa e assicurano una costante alimentazione delle informazioni, in modo armonico e integrato. Ad oggi, la fanbase è cresciuta del 300%, confermando l'interesse del target alle comunicazioni sui social media.



LE PERSONE

Le persone sono la vera ricchezza della Cooperativa, il motore di ogni azione: Conad Nord Ovest si impegna costantemente nell'ascoltare e rendere partecipi tutti i soci e collaboratori, creando opportunità di crescita e di formazione in tutte le fasi della vita professionale. Ampio spazio viene dato alla concreta valorizzazione della identità distintiva di Conad Nord Ovest, ai progetti dedicati allo sviluppo della professionalità e della leadership imprenditoriale. In tale ottica, è determinante il ruolo della partecipazione attiva espressa nei vari appuntamenti della Commissione Formazione: momenti chiave di sintesi e confronto per intraprendere i corretti passi verso un piano di lavoro capace di rafforzare le competenze, la "cura" del servizio e la relazione con il cliente, per un costante aggiornamento in termini di preparazione, conoscenza, attenzione al particolare.

Identità, gestione e competenza: sono queste le tre aree di riferimento della formazione e le parole chiave che guidano la cooperativa nello sviluppo dei vari programmi, necessariamente adeguati, nelle loro modalità, alle complessità del momento. È con questi obiettivi che si è operato nel 2021, puntando costantemente ad "alzare l'asticella" dell'organizzazione e pianificando attività a supporto di Soci, Collaboratori di Sede e di Rete.

La nostra Scuola di Formazione Crescere Insieme



CRESCERE INSIEME | SCUOLA FORMAZIONE CONAD NORD OVEST

Nel 2021 Conad Nord Ovest ha inaugurato **Crescere Insieme, la Scuola di Formazione** voluta fortemente dai soci imprenditori. Nel contesto di cambiamento che interessa la società e il mercato, solo dall'investimento sui soci e sul miglioramento continuo delle collaboratrici e dei collaboratori, dalla loro centralità e dal loro protagonismo, può scaturire la nostra risposta alle sfide del futuro. Crescere Insieme organizza i suoi percorsi formativi secondo un modello basato su tre linee. **La linea gialla**

è quella della professionalità e della competenza: tutte le donne e gli uomini di Conad Nord Ovest perseguono l'obiettivo di un miglioramento continuo per quanto riguarda le abilità professionali, i livelli di conoscenza dei prodotti e dei processi, l'utilizzo delle strumentazioni digitali e tradizionali. A questa categoria appartengono, tra gli altri, i corsi e i laboratori di reparto e i corsi per l'utilizzo di software standard e di software specializzati. **La linea arancio** è quella della gestione: qui si trovano i percorsi di crescita che tendono allo sviluppo dell'efficienza e dell'efficacia di tutti i processi di Punto di Vendita e di cooperativa. Appartengono a questo gruppo gli incontri di bench, i percorsi sulle pratiche di efficientamento dei Punti di Vendita e sullo scheduling, i corsi sulla gestione del tempo. Infine, **la linea rossa**, quella dell'identità e della distintività. Qui la scuola di formazione cerca di diffondere i valori di Conad Nord Ovest, a partire dall'adagio 'Persone oltre le cose' che deve guidare ogni scelta e ogni orientamento. Raccogliere le sfide del futuro significa anche rinnovare la fedeltà a quello che

Conad Nord Ovest è nel profondo: un'azienda di persone, guidata da persone, al servizio di clienti che sono prima di tutto persone. Alla linea rossa appartengono corsi come il Noi, Protagonisti, il corso sul cibo come relazione, i moduli sulla leadership e sul lavoro di squadra.

Per rendere fruibile per i Soci e per le loro persone l'esperienza formativa della nostra Scuola di Formazione Crescere Insieme, ci siamo dotati di LITMOS, la piattaforma di Learning Management System che permette ai Soci Imprenditori di Conad Nord Ovest di conoscere la programmazione delle attività formative in atto, usufruire dei contenuti legati alle varie progettualità formative e monitorare i percorsi di crescita delle loro persone.

Ad oggi la scuola di formazione Crescere Insieme ha formato circa **4.200 persone** e ha erogato **225 unità formative**. La formazione destinata a collaboratrici e collaboratori di sede, inoltre, è stata finora finanziata in tre occasioni, per un totale di circa 130.000€. In particolare, è stato finanziato: un corso avente a oggetto l'efficientamento dei Punti di Vendita e riservato al personale delle direzioni rapporto soci e tecnici e supertecnici di prodotto; un corso sulla gestione del tempo e la selezione delle priorità, destinato a oltre 100 collaboratrici e collaboratori delle nostre sedi; un corso sull'utilizzo di un nuovo Category Management Tool, riservato a tutti i Category, gli assistenti e i dirigenti della direzione commerciale.

L'attività formativa 2021 di Crescere Insieme si è incentrata in primis nella continua diffusione verso Soci, dipendenti di punto vendita e di sede dei valori ed i comportamenti positivi alla base del Progetto Noi, Protagonisti. Relazione, identità e motivazione: sono queste le tre parole chiave che continuano ad orientare lo sviluppo del progetto, ideato per il consolidamento della nostra identità e del rapporto con il cliente, nell'ottica di intraprendere un percorso di riorientamento culturale che coinvolga tutte le nostre persone. Grande impegno nella programmazione delle attività formative è stato inoltre riposto sui reparti, con i laboratori co-progettati con partner di pregio - Università dei Saperi di Perugia, Banca del Vino di Pollenzo, il Prof. Nicola Perullo, Prorettore dell'Università delle Scienze Gastronomiche di Pollenzo, Agrotor del Professor Roberto Della Casa dell'Università degli Studi di Bologna - e con i corsi base ed evoluti costruiti insieme ai nostri tecnici di reparto - protagonisti, questi ultimi, anche del cantiere di revisione dei manuali operativi di reparto. Di particolare rilievo sono inoltre le nostre collaborazioni con l'Academy dell'azienda Irca di Gallarate, una realtà innovativa che con Crescere Insieme ha costruito un percorso formativo per la pasticceria e i prodotti dolciari da forno, e con Bain&Company, con cui portiamo avanti il percorso, già citato, sull'efficientamento dei PdV e sul nuovo strumento di Category management.

I PERCORSI DI CRESCITA



VISIONE

«Crescere, Vivere il Cambiamento ed essere ogni giorno più forti»

SOCI RETE SEDE

- IDENTITÀ
- GESTIONE
- COMPETENZA

MISSIONE

Essere un partner culturale e professionale dei soci e di tutti i collaboratori del Sistema Conad Nord Ovest e:

- Facilitare il raggiungimento degli obiettivi di business, rafforzando i nostri valori
- Generare professionalità e uno stile gestionale "univoco e distintivo"
- Supportare la crescita professionale e la capacità di agire nel cambiamento
- Assicurare un profondo senso di appartenenza e lo sviluppo di una mentalità coesa e "aperta"
- Rafforzare identità verso gli stakeholder per attrarre e trattenere i talenti

FATTORI CHIAVE DEL SUCCESSO

- Forte sostegno da parte dei soci
- Stretta e diretta "connessione con il business" e le strategie (approccio agile, tempestivo, pratico, diretto, moderno)
- Offerta formativa "sul pezzo" e di alta qualità
- Sostenibilità
- Sistema di feedback in grado di misurare l'efficienza e il valore generato
- Efficace comunicazione

CRESCERE INSIEME: LA BUSSOLA DEL CAMBIAMENTO

RAFFORZATI DALLE ESPERIENZE
EMPIRIA

CREDIBILI



ETHOS

SENSIBILI



PATHOS

ORGANIZZATI



LOGOS

ATTENTI AL DETTAGLIO
AISTHESIS

Particolarmente importate è sicuramente la realizzazione del corso Aspiranti Soci. Per Conad Nord Ovest, come sappiamo, i dipendenti di oggi sono i soci di domani e il processo formativo che vede una selezione di collaboratrici e collaboratori impegnati nella scoperta della vita del socio-imprenditore e dei valori della nostra cooperativa è un cantiere sempre aperto e sempre in espansione. La condivisione delle buone pratiche di business è stato l'elemento al centro del Progetto Bench, l'attività formativa focalizzata sull'analisi ed il confronto di indicatori economici, gestionali e qualitativi del punto vendita. Da molti anni questo Progetto rappresenta un prezioso momento di sintesi gestionale; obiettivo del prossimo anno è quello di evolvere questa attività, rendendo disponibile

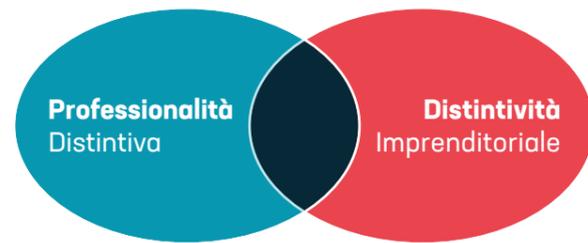
Noi, Protagonisti

le varie analisi tramite un cruscotto digitale che permetta una migliore e più tempestiva fruizione di tutti i dati del negozio.

Il 2021 ha visto anche il focus su due ambiti specifici, le Parafarmacie, gli Ottici. Nel mese di luglio la Scuola di Formazione Crescere Insieme, in collaborazione con la Conad Academy Nazionale, ha iniziato un nuovo percorso di crescita valoriale e professionale rivolto ai Farmacisti, agli Ottici, ai Soci dei punti di vendita. Obiettivo del progetto è stato quello di sviluppare una nuova esperienza di formazione professionale che rispondesse alle esigenze delle persone di Conad. Un percorso di apprendimento e sviluppo di nuove competenze professionali, un contenitore di spunti, stimoli e approfondimenti attraverso una piattaforma digitale. Grande impegno sarà riversato anche ad una formazione specifica dello staff dei Petstore, in capo alla struttura commerciale ma in sviluppo con la scuola di formazione Crescere Insieme e Conad Academy, supportata da tecniche di vendita e di "mestiere", ha rafforzato l'immagine di professionalità e competenza degli addetti di vendita dei negozi. La relazione e l'empatia con il cliente hanno rafforzato la fidelizzazione all'insegna. Grazie alla sicurezza trasmessa nello sviluppo del proprio lavoro gli addetti hanno instaurato un rapporto fiduciario con il cliente abbracciandone la sfera emotiva ed affettiva nei confronti degli animali che rappresentano per i consumatori parte integrante della famiglia.

Per il prossimo futuro Crescere Insieme si è assegnata due principali propositi, tra loro collegati. Il primo è quello di rendere l'offerta formativa più semplice e più fruibile. Proprio perché l'azienda è grande e le persone sono molte, lo sforzo di semplificazione deve essere massimo. Anche per questo, adesso che la Scuola di Formazione è partita, è il momento di strutturare il contributo dei soci della Commissione Crescere Insieme in modo più articolato e decisivo. La scuola, d'altronde, è dei soci e vive per i soci. Nessuno più dei soci stessi è dunque titolato a indirizzarla e gestirla, con il contributo operativo delle persone di cooperativa. Franklin D. Roosevelt diceva: «è buonsenso prendere un metodo e provarlo. Se fallisce, ammettetelo onestamente e provatene un altro. Ma, soprattutto, provate qualcosa». È questo lo spirito con cui Conad Nord Ovest ha conferito alla scuola Crescere Insieme una funzione strategica. Nel senso di questa promessa che non è una scommessa, di questo impegno verso il futuro, sta la sfida del miglioramento continuo, della ricerca dell'eccellenza, del nostro essere Persone oltre le cose.

LA RESPONSABILITÀ DELLA LEADERSHIP



*«Se pensi all'anno prossimo
semina il granturco.
Se pensi ai prossimi 10 anni
pianta un albero.
Se pensi ai prossimi 100 anni
istruisci le persone.»*

Zygmunt Bauman



CRESCERE INSIEME | SCUOLA FORMAZIONE CONAD NORD OVEST



Formazione su igiene e sicurezza sui luoghi di lavoro

Nel corso del 2021 è rimasto costante l'impegno dell'aggiornamento nel campo della formazione obbligatoria dei dipendenti degli associati e del personale della Cooperativa e delle società del Gruppo (comprese le società di Servizi).

La "formazione obbligatoria" è necessaria per adempiere alle disposizioni normative in particolare in materia di igiene alimentare (HACCP) e sicurezza sul luogo di lavoro (Testo Unico 81/2008), ma rappresenta anche un valore essenziale che permette di rendere riconoscibile il sistema Conad Nord Ovest da un punto di vista di legalità, etica e serietà nella relazione con i lavoratori.

L'impegno, l'attenzione e la sempre più accresciuta consapevolezza in questa direzione consente ricadute positive e a vantaggio dell'intero sistema che pone al centro la valorizzazione e la tutela stessa delle persone. La normativa sull'igiene alimentare e sulla sicurezza sul luogo di lavoro pone a carico delle aziende l'obbligo di erogare la formazione a tutti i dipendenti secondo precise modalità, durate e contenuti mediante aule di docenza con

consulenti specializzati e, quando consentito dalla normativa, attraverso la fruizione della formazione a distanza. In generale, **la formazione obbligatoria delle risorse è organizzata con costante attività di promozione e monitoraggio su tutto il territorio sia in ambito di formazione destinata a tutti i lavoratori, sia in campo di formazione e aggiornamento periodico rivolto a figure nominate in ruoli specifici**, ad esempio addetti antincendio, primo soccorso, preposti, rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza. Anche nell'ambito della Cooperativa è fondamentale l'impegno in tema di formazione e aggiornamento in materia di sicurezza sul luogo di lavoro, ritenuta valore sociale e condiviso, la cui divulgazione contribuisce a migliorare i livelli di consapevolezza sulla sicurezza.

Conad Nord Ovest sviluppa infatti questo tema anche oltre le previsioni normative, ispirandosi da sempre ai principi di tutela e salvaguardia dell'ambiente di lavoro e della salute dei lavoratori. In particolare, soprattutto per i depositi ove il tema della sicurezza presenta, per le caratteristiche delle attività ivi espletate, criticità più forti rispetto a quelle presenti negli uffici - **la Cooperativa ha mantenuto alta l'attenzione sull'efficacia e il rispetto delle procedure interne a vantaggio della sicurezza** che si concre-



tizzano in vere e proprie regole comportamentali integrative e complementari al Testo Unico sulla sicurezza. La realizzazione di un continuo programma di formazione obbligatoria, soprattutto quella in cui è prevista una necessaria parte pratica da svolgersi in presenza, è stata fortemente condizionata dal perdurare dell'emergenza epidemiologica nell'intero anno 2021 a seguito delle specifiche misure di contenimento dettate dal Protocollo condiviso covid 19 tra Governo e Parti Sociali. **La formazione a distanza** in questo contesto ha rappresentato un importante strumento che in molti casi **ha consentito di garantire continuità**, ad esempio, nell'area della formazione obbligatoria sulla sicurezza sul luogo di lavoro ed igiene alimentare.

DATA PROTECTION E TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

Nell'ambito della propria compliance e del progressivo adeguamento al Regolamento Europeo UE 2016/679 (GDPR), concernente la tutela delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali e la libera circolazione di tali dati, **la Cooperativa ha adottato un complesso di misure giuridiche, organizzative e tecniche per la protezione dei dati personali.**

Conad Nord Ovest ha nominato il Data Protection Officer (D.P.O.), una figura esterna di qualificata preparazione, competenza ed esperienza nell'ambito privacy. Inoltre la Cooperativa si è dotata di un proprio Modello Organizzativo, ha elaborato il Registro dei trattamenti e specifiche procedure per la gestione della data protection che sono oggetto di un costante aggiornamento sulla base dello sviluppo della normativa e degli specifici trattamenti dei dati.

In questo contesto la formazione rivolta alle proprie persone riveste uno strumento in grado di sensibilizzare e mantenere un adeguato livello di cultura in ambito privacy, che in termini di tutela dei dati personali comporta un valore aggiunto per Conad Nord Ovest. **Attraverso la formazione si intende infatti perseguire la diffusione capillare ed uniforme delle disposizioni del GDPR e delle procedure di cui il Gruppo si è dotato e a tal fine la formazione è estesa anche alle altre Società del Gruppo e dei Servizi, alle risorse della rete associata, ai Soci in particolare e a coloro che all'interno dei punti vendita rivestono il ruolo di "designato" occupandosi del trattamento dei dati personali oltre che dei lavoratori anche dei clienti fidelizzati.**



Tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori

Al fine di contrastare l'emergenza epidemiologica e dare attuazione alla normativa nazionale e regionale tempo per tempo vigente, la Cooperativa ha adottato una serie di misure orientate al contenimento e al contrasto della diffusione del Covid-19, dotandosi di un protocollo aziendale, allegato al Documento di valutazione dei rischi, nel quale sono state illustrate le misure di contenimento da attuarsi negli ambienti di lavoro. In particolare, **tra le principali misure: uso obbligatorio della mascherina, rilevazione della temperatura mediante termoscanner all'ingresso di ogni sede, rispetto distanziamento interpersonale, installazione di barriere in plexiglass tra le singole postazioni, disponibilità di gel a base alcolica per la sanificazione personale, sanificazione programmata dei locali.** Inoltre, durante l'autunno 2021 a seguito dell'entrata in vigore della normativa sull'obbligo del green pass sui luoghi di lavoro, la Cooperativa ha introdotto una specifica procedura di verifica del possesso del certificato verde per tutti i dipendenti e per tutti coloro che accedono alle sedi.

Il monitoraggio dell'andamento epidemiologico e la verifica dell'efficacia delle misure messe in campo per il contrasto del contagio hanno rappresentato una priorità della Cooperativa e dell'intero Gruppo, compresa la rete di vendita, tanto da prevedere e costituire una specifica unità di crisi, costituita dalle competenti funzioni aziendali in continuo confronto con i soci, che dall'inizio del lockdown ha avuto il compito di garantire il coordinamento legato all'analisi e recepimento delle disposizioni contenute nei decreti emergenziali e nelle ordinanze delle singole otto regioni in cui opera la Cooperativa.

SMART WORKING E FLESSIBILITÀ

Nell'ambito della Cooperativa, tra le misure di contenimento del contagio tese a limitare il contatto e l'interazione tra le persone è stato favorito il ricorso allo strumento del lavoro agile c.d. **smart working** anche in ragione delle raccomandazioni contenute nei decreti governativi e nel protocollo condiviso con le parti sociali che hanno consentito di adottare il lavoro agile in una forma semplificata nella contingente situazione di stato emergenza e fino al perdurare della stessa. Durante l'intera fase emergenziale lo smart working è stato esteso a quei dipendenti che rivestono profili professionali e comunque eseguono mansioni compatibili con lo svolgimento della suddetta modalità di esecuzione della prestazione. **Il lavoro in smart working oltre a rappresentare uno strumento di prevenzione è stato anche utile e modulabile in relazione alle esigenze aziendali e dei lavoratori, in particolare dei genitori con figli piccoli a seguito di provvedimenti di chiusura delle scuole o dei periodi di quarantena imposte alle classi di frequenza degli stessi.** Per quei genitori che tuttavia svolgono mansioni che richiedono la presenza in ufficio è stata prevista una specifica flessibilità oraria con la possibilità di anticipare o posticipare l'ingresso e ridurre la pausa e posticipare o

anticipare la conseguente uscita. **A sostenere in modo significativo l'utilizzo dello smart working è stato un nuovo impiego delle tecnologie informatiche che ha consentito di eliminare le distanze e ridurre in modo considerevole le trasferte durante la pandemia, ottimizzando i processi di comunicazione anche fra le numerose sedi del Gruppo.**

Copertura assicurativa Covid 19 per i collaboratori

Con l'obiettivo condiviso di proseguire con un concreto riconoscimento alle persone, considerato il perdurare dell'emergenza, **è stata rinnovata per l'intero anno 2021 una polizza istitutiva di una copertura sanitaria integrativa in favore di tutti i dipendenti con età uguale o inferiore ai settanta anni che siano stati ricoverati in ospedale, in costanza di rapporto, a seguito di un'infezione covid 19.** Tale iniziativa è stata adottata anche da numerose società della rete associata e del Gruppo ciascuna per i propri dipendenti.

POSTE VITA - LA PERSONA AL CENTRO DEL NOSTRO SISTEMA

Nel corso del 2021 è stata consolidata l'attuazione dell'importante progetto rivolto alle risorse occupate in Conad Nord Ovest, al quale stanno via via aderendo numerose società della rete associata e del Gruppo, che vede il fondamentale coinvolgimento di un **partner di rilievo come Poste Italiane.** Si tratta di un'operazione di grandissimo valore, resa possibile dalla normativa in materia di Welfare, che si propone di dare un concreto supporto ai collaboratori, prevedendo, al verificarsi di momenti di autentica difficoltà nella vita di quest'ultimi, l'erogazione a loro favore di una prestazione sanitaria integrativa quale la LTC Long Term Care e la Temporanea Caso Morte.

La realizzazione di tale progetto rende ancora più tangibile la reale considerazione che la nostra comunità ha per la "persona" in quanto tale, riconoscendone il valore assoluto a prescindere dalla sua veste di lavoratore, valorizzandone il ruolo al centro del nostro Sistema che considera ancora più in generale l'individuo, i suoi valori ed i suoi diritti, valori intangibili e da tutelare.

Alternanza scuola-lavoro

La cosiddetta "Alternanza Scuola-Lavoro" con gli studenti di alcuni Istituti Scolastici del territorio svolti presso i punti vendita e le società del Gruppo è considerata una esperienza positiva e costruttiva e come tale incentivata dalla cooperativa. Purtroppo, rispetto agli anni precedenti, **tale esperienza è stata fortemente condizionata dal perdurare della pandemia.** Anche durante l'intero 2021 si è assistito a periodi di sospensione delle attività scolastiche e successivo ricorso alla didattica a distanza che si è protratta per buona parte dell'anno scolastico per le scuole superiori, non consentendo la realizzazione dell'alternanza presso i punti vendita.

L'alternanza intende integrare, attraverso una collaborazione produttiva, i sistemi dell'istruzione, della formazione e del lavoro: se per i giovani rappresenta un'opportunità di crescita ed inserimento futuro nel mercato del lavoro, per le aziende si tratta di investire strategicamente in capitale umano e cogliere un'importante occasione di incontro con i giovani e con il territorio.

A questo quadro si aggiunge anche l'esperienza dell'alternanza con l'Università, atteso che la normativa prevede per gli Atenei la possibilità di promuovere tirocini di formazione ed orientamento al fine di agevolare le scelte professionali degli studenti universitari mediante la conoscenza diretta del mondo del lavoro e la realizzazione di momenti di alternanza tra studio e lavoro nell'ambito dei processi formativi. In questa prospettiva, in particolare, **Conad Nord Ovest si è resa disponibile ad intraprendere una concreta collaborazione con le Università che hanno avanzato tali opportunità per l'attivazione dei tirocini curriculari nelle aree di interesse nell'ambito della Cooperativa,** ovvero quei periodi di alternanza scuola/lavoro inclusi nei piani di studi o all'interno di percorsi di istruzione universitaria, con riferimento ai quali il tirocinante possiede la qualifica di "studente" o "dottorando" o "specializzando" o "iscritto a un master".



Lavora con noi - Il processo di selezione

A fronte dell'esigenza di inserimento di personale per ricoprire posizioni e funzioni aziendali, anche di alto livello, **vengono individuate e privilegiate le professionalità interne attraverso un percorso formativo supportato da riorganizzazione di attività lavorative e valorizzazione delle attitudini e potenzialità di crescita. Nell'ipotesi in cui non sia possibile soddisfare il fabbisogno con persone all'interno dell'organizzazione, viene intrapreso un percorso di ricerca verso l'esterno**, adottando una procedura che prevede la selezione del personale sulla base dei curricula disponibili che possono pervenire attraverso canali diversi e paralleli.

Lo strumento di prima selezione utilizzato per la ricerca di personale è l'apposita sezione del sito Conad denominato "Lavora con noi", nella quale vengono pubblicati i curricula e le domande di lavoro da parte dei candidati.

Per nuovi inserimenti all'interno degli uffici la ricerca è incentrata maggiormente su figure di giovani laureati poiché i compiti da svolgere richiedono di norma il possesso di conoscenze che derivano dalla conclusione di un percorso di formazione e di studio necessario allo svolgimento di mansioni specifiche. **Nell'ambito della selezione particolare rilievo riveste, di regola,**

anche il titolo e la valutazione finale ottenuta dai candidati, nell'ottica di individuare nuovi talenti da inserire in tutti i livelli della struttura organizzativa. Per la ricerca di profili specializzati e con competenze tecniche la selezione è effettuata anche attraverso la collaborazione con le Università, con gli Istituti Scolastici, con l'ausilio della preselezione da parte di agenzie per il lavoro nonché lo screening dei curricula spontanei pervenuti in sede. **In alcuni casi la ricerca viene estesa al ricorso ad inserzioni su quotidiani o su pagine specializzate e/o su piattaforme di reclutamento on line.** Per la ricerca di nuovi inserimenti nella specifica area dell'assistenza verso gli associati della rete di vendita nell'ambito della Cooperativa prevale la valutazione dell'esperienza diretta maturata nel reparto e nel punto vendita ove è possibile acquisire la competenza e la conoscenza di merceologie e tecniche di vendita e allestimento che risultano necessarie a ricoprire con efficacia il ruolo.



LA RETE DI VENDITA - LA SELEZIONE

Di norma, anche per la rete associata vi è la consolidata tendenza a **favorire il percorso di crescita del personale già occupato presso il punto vendita e la selezione di nuovi inserimenti è incentrata su neodiplomati e laureati, privilegiando i giovani in cerca di prima occupazione.**

La selezione di professionalità specifiche aventi funzione di regia avviene invece in tutti quei casi in cui non sia possibile soddisfare l'esigenza con la qualificazione di persone interne.

In caso di esigenza di nuovi inserimenti, le persone vengono scelte attraverso la selezione delle candidature presentate o direttamente presso i punti vendita o attraverso il portale nella sezione "Lavora con noi" oppure inviate spontaneamente presso la sede della Cooperativa.

In occasione di nuove aperture, attesa la complessità della ricerca e dell'individuazione di numerosi nuovi profili, il punto vendita interessato viene supportato dalla società del Gruppo che cura gli aspetti amministrativi della gestione del personale, considerata la competenza ed esperienza che la stessa possiede nell'ambito delle risorse umane.



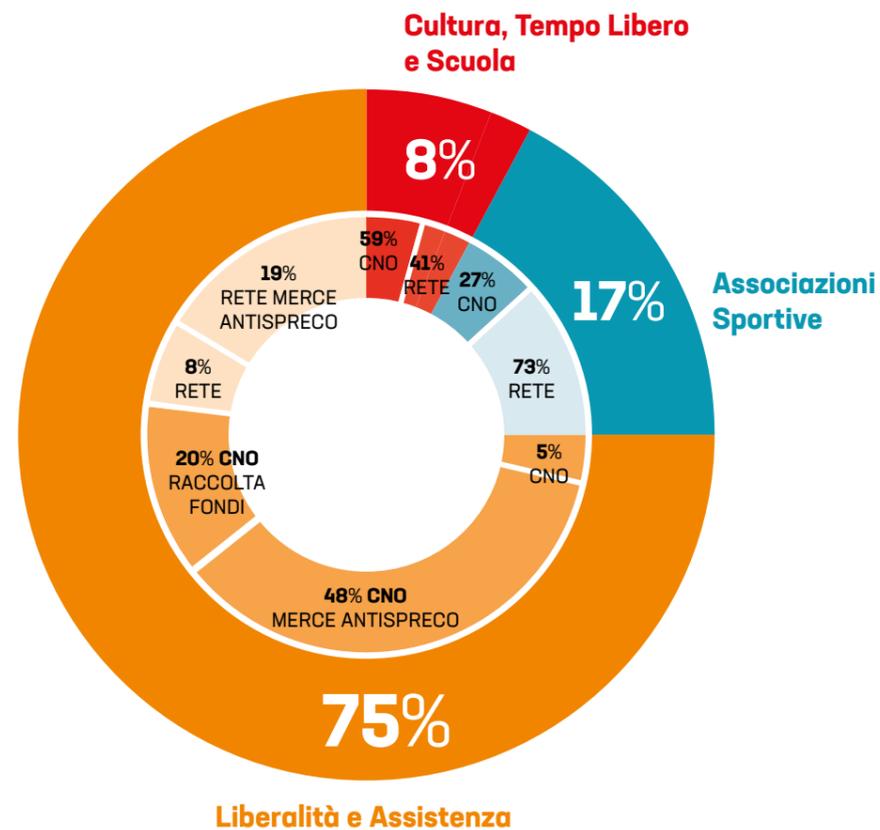


LA COMUNITÀ

I progetti a fini sociali

Conad Nord Ovest è una comunità di persone che si mette a servizio: ognuno ha il proprio ruolo e la coesione di intenti produce valore condiviso nella comunità. Durante il secondo e difficile anno di pandemia, “le persone” di Conad Nord Ovest hanno continuato a dimostrare coraggio e passione dando ogni giorno un contributo straordinario in termini di responsabilità, dedizione, servizio. La cooperativa e i Soci imprenditori si sono resi partecipi delle esigenze della comunità: la filiera, le scuole, le associazioni, le fondazioni, le strutture mediche, gli enti sportivi e culturali, hanno avuto risposte alle loro istanze che sono frutto di sensibilità, impegno e lavoro quotidiano. Nel 2021, **7,4 milioni di euro** sono stati destinati a iniziative di responsabilità sociale, sostegno e valorizzazione del territorio e della comunità. Un importo in crescita rispetto al 2020 di +2,4 milioni di euro, escludendo l’impegno eccezionale contro il Covi-19 messo in campo con iniziative speciali e dedicate che avevano caratterizzato specificatamente l’anno della pandemia.

CONTRIBUTI E SPONSORIZZAZIONI CONAD NORD OVEST E RETE DI VENDITA



7,4 milioni di euro
Complessivi per contributi e sponsorizzazioni anno 2021
Cooperativa Cno + Rete Cno

IL SOSTEGNO ALLA COMUNITÀ

Grande partecipazione ha avuto la campagna solidale di collezionamento **“Con tutto il cuore per un grande progetto di solidarietà”** promossa da Conad Nord Ovest nel periodo natalizio per sostenere gli ospedali pediatrici presenti nei territori di competenza. L’iniziativa grazie alla partecipazione di oltre **468.000 Clienti**, ha permesso di raggiungere la straordinaria cifra di **820.000 mila euro donata a favore dell’IRCCS Ospedale Pediatrico Giannina Gaslini**, alla **Fondazione Policlinico Sant’Orsola per la pediatria dell’Ospedale**, all’**Associazione Sandremo per l’ARNAS G. Brotzu pediatria di Cagliari**, alla **Fondazione Bambino Gesù onlus**, alla **Fondazione FORMA dell’Ospedale Infantile “Regina Margherita” di Torino** e alla **Fondazione Gabriele Monasterio Regione Toscana CNR di Massa**.

I clienti hanno scelto di sostenere l’iniziativa virtuosa di collezionamento di soggetti natalizi per l’addobbo e la decorazione, realizzati con materiali green. Nelle sue otto edizioni, la campagna ha devoluto oltre **3,3 milioni di euro a strutture che si occupano dei più piccoli**.



CON TUTTO IL CUORE PER UN GRANDE PROGETTO DI SOLIDARIETÀ.

OGNI 15€ DI SPESA, CON 1,50€ PUOI ACQUISTARE UN PENDENTE THUN. 0,50€ SARANNO DEVOLTI IN BENEFICENZA

Scopri di più su www.conad.it

20 pendenti THUN con decoro a sorpresa. Dall'1 novembre al 12 dicembre 2021

CONAD
Persone oltre le cose

Nel 2021 Conad Nord Ovest ed i Soci hanno sostenuto **“Panchine Rosse”**, un’iniziativa di forte sensibilizzazione culturale, di prevenzione ed educazione, un investimento di 150.000€ che ha permesso di fare donazioni ed installare ben **276 panchine rosse all'esterno di punti vendita**, in prossimità delle scuole o in aree a verde pubblico, come simbolo della lotta contro la violenza sulle donne. Le panchine, che riportano il numero nazionale anti violenza 1522 e i contatti dei centri anti violenza locali, sono state posizionate in collaborazione con i Comuni, 35 associazioni e i centri anti violenza. L'iniziativa ha permesso di avviare anche numerosi altri progetti mirati di tutela a favore delle donne.



8 marzo | Giornata Internazionale della Donna

QUANDO FINIRÀ LA VIOLENZA CONTRO LE DONNE, POTREMO FESTEGGIARE DAVVERO.

In occasione dell'8 marzo, Conad ribadisce il suo sostegno al progetto panchine rosse a favore della lotta contro la violenza sulle donne.

Ad oggi nella nostra comunità abbiamo installato **276 PANCHINE ROSSE.**

1522 NUMERO ANTI VIOLENZA E STALKING

CONAD
Persone oltre le cose

Iniziativa promossa da Conad Nord Ovest

SOSTENIAMO LE PASSIONI

BASTANO PICCOLI GESTI PER FARLE CRESCERE

Anche nel 2021 è proseguito il progetto **“Sosteniamo le Passioni”**: operazione di solidarietà che Conad Nord

Ovest, insieme ai Soci, ha ideato per dare una risposta alle tante richieste di sostegno, cogliendo appieno le esigenze delle comunità. L'iniziativa è fondata su una solidarietà condivisa, concreta e corale: nei punti di vendita della rete Conad Nord Ovest aderenti all'iniziativa, per ogni 10 euro di spesa fatta con Carta Insieme, i clienti ricevono 1 “punto cuore”. Al raggiungimento di 35 punti cuore potranno richiedere un buono da 2,5 euro da donare alle Associazioni partecipanti all'iniziativa. Nel 2021, segnato dagli effetti della pandemia, sono stati erogati 70.259 buoni cuore pari a 175.648 euro. **In 8 edizioni di “Sosteniamo le Passioni”, sono stati erogati 577.149 buoni cuore per un contributo complessivo di oltre 2 mil di euro che si è concretizzato nella realizzazione di tanti piccoli progetti a sostegno di associazioni sportive, enti ed onlus sul territorio.**



Rinnovato per il sesto anno consecutivo il sostegno a **Corri la Vita**, corsa podistica non competitiva nata per sostenere le strutture sanitarie pubbliche di Firenze specializzate nella lotta contro il tumore al seno. Anche quest'anno, nei punti vendita Conad partner dell'iniziativa, nelle province di Firenze, Prato, Pistoia e Arezzo, è stato destinato a Corri la Vita il 10% dell'incasso delle vendite di prodotti delle linee Sapori&Dintorni, “Alimentum”, “Piacersi” e Verso Natura”. **Grazie alla grande partecipazione è stato raggiunto il traguardo di 15.000 euro.** Inoltre da oltre 10 anni Conad a Biella **sostiene AISM** che organizza il **Biellese di Corsa** il cui ricavato è totalmente destinato alla ricerca e alle attività socio-assistenziali a favore di persone colpite da sclerosi multipla.

Per fronteggiare l'emergenza da Covid-19, Conad Nord Ovest e la rete dei suoi Soci sul territorio hanno rafforzato il loro impegno nei confronti della comunità, attraverso la collaborazione con enti caritatevoli, empori solidali e parrocchie con l'obiettivo di portare aiuto a sempre più numerose famiglie vittime di una nuova povertà post pandemia.



IL SOSTEGNO ALLA SCUOLA

Numerose e diverse sono state le iniziative di Conad Nord Ovest nel 2021 a sostegno della formazione e del mondo della scuola, a partire dalla 19° edizione del **Campionato di Giornalismo** di cui è partner storico. Il concorso, in collaborazione con La Nazione e Il Resto del Carlino, in Toscana e nelle edizioni di La Spezia, Bologna, Modena, Ferrara ed Imola ha visto la **partecipazione nell'edizione 2021 di 505 classi di scuole secondarie di I grado con quasi 13.000 studenti.** I ragazzi, con grande partecipazione ed interesse, hanno imparato a conoscere la realtà di un quotidiano, cimentandosi nella redazione di articoli sul tema della sana e corretta alimentazione e di attualità, imparando a lavorare in squadra e sviluppando conoscenza e spirito critico. A bando di concorso sempre un tema Conad.



Con **“Insieme per la Scuola”**, attivo sul territorio nazionale, Conad sostiene in modo diretto le Scuole primarie e secondarie, permettendo alle stesse di ricevere gratuitamente utili strumenti per la didattica: attrezzature informatiche e multimediali e tanti altri materiali per l'attività scolastica.



La partecipazione all'iniziativa è il risultato di una meccanica che unisce raccolta di buoni da portare a Scuola con una raccolta di premi destinati ai bambini e alle famiglie. La meccanica è semplice: i clienti collezionano Buoni di “Insieme per la Scuola” facendo la spesa nei punti vendita Conad.

“Insieme per la Scuola” ha concluso l'edizione 2021 con i seguenti risultati.
A LIVELLO LOCALE:
 con oltre 3.691 scuole iscritte; oltre 10.417 Premi richiesti; oltre 4.552.395 buoni redenti.

A LIVELLO NAZIONALE:
 12.219 Scuole iscritte; 34.981 Premi del Catalogo richiesti (tra cui attrezzature informatiche e altro); 17.428.635 buoni redenti, per un valore investito di oltre 31.000.000€. Anche nel 2021 si è tenuto **“Mangiando s'impara”**, il progetto di educazione alimentare e sani stili di vita rivolto ai bambini della scuola primaria e materna: percorsi didattico/ludici, narrazioni animate e laboratori seguiti da esperti. I principi ai quali si ispira non sono stati stravolti dalla pandemia: gli educatori hanno continuato a trasmettere attraverso la didattica a distanza i temi della corretta alimentazione, la stagionalità, la conoscenza dei territori, la sostenibilità, attraverso il gioco ed il coinvolgimento.

IL SOSTEGNO ALLO SPORT

Lo sport vede da sempre i soci di Conad Nord Ovest impegnati con importanti risorse, con l'obiettivo di sostenere e valorizzare le tante realtà sportive e polisportive locali che vivono soprattutto grazie al volontariato. **Grande attenzione è stata riservata agli sport giovanili in un difficile 2021 segnato dalla pandemia.** Durante l'anno alcune collaborazioni storiche hanno concentrato l'interesse sul settore giovanile, come la partnership storica con Pistoia Basket, si è trasformata da sostegno a sport professionistico a sostegno alle squadre giovanili. **Hanno beneficiato del supporto della cooperativa e dei soci anche il Conad Team Volley Lessona under 12, la scuola di pallavolo Biellese, la ASD pallavolo giovanile Civitavecchia e diversi centri estivi 6-12 anni.**



IL SOSTEGNO ALLA CULTURA

Valorizzare il patrimonio artistico e culturale del nostro paese rappresenta il miglior modo per essere vicini alla comunità, vuol dire creare valore condiviso promuovendo le eccellenze dei nostri territori. **Nel 2021 Conad Nord Ovest ha sostenuto diverse iniziative.**

A Pistoia la mostra dedicata a **“L'altare argenteo di San Iacopo a Pistoia”**, che oltre ad avvicinare il grande pubblico a un'opera d'arte che è considerata il più grande manufatto di oreficeria sacra del Medioevo europeo, ha accompagnato i visitatori alla scoperta di Pistoia “Crocevia di Cammini” e invitato i pellegrini di tutto il mondo a conoscere le sue bellezze e i suoi tesori nascosti. A questa si è aggiunta inoltre la mostra **“Medioevo a Pistoia. Crocevia di artisti fra Romanico e Gotico”**, dedicata alle arti figurative di Pistoia del Medioevo dal XII agli inizi del XV secolo, attraverso una ricca selezione di opere.

A Bologna, è nata la collaborazione con **l'Istituzione Bologna Musei**, che proseguirà fino al 2023: nel 2021 infatti è stato inaugu-



rato un centralissimo Saporidintorni, che si è impegnato a promuovere le numerose iniziative del sistema museale, rafforzando le partnership già presenti in città. Ai clienti Carta Insieme di tutti i punti di vendita della rete Conad Nord Ovest saranno riservate inoltre sconti sulle biglietti di ingresso ai musei.

Ferrara, con il sostegno dei soci, si è accesa di magia con **“Ex Artis”**, il progetto di videomapping che ha proiettato sul Castello Estense, simbolo della città, l'opera d'arte Stelle di Palazzo Schifonia.

Nel **capoluogo ligure**, invece, è andata in scena la musica: l'iniziativa **“Genova, parole e musica”** ha coinvolto una trentina di artisti che, alternandosi in diverse postazioni, si sono esibiti in performance acustiche da strada, eseguendo i brani dei grandi cantautori della scuola genovese, oltre a produzioni proprie. Location della manifestazione, l'iconica via del Campo - raccontata da Fabrizio de Andrè - e corso Italia, dove sorgerà la 'Casa dei Cantautori', a poche decine di metri dal borgo di Boccadasse che vide gli esordi del cantautorato ligure.

In **Garfagnana**, il festival **“Mont'Alfonso sotto le stelle”** ha visto la sponsorizzazione di un evento di prestigio con artisti di caratura internazionale, tra Alpi Apuane e Appennino Tosco-Emiliano, valorizzando al contempo l'antica fortezza.

Collaborazione con il comune di **Sanremo** per la mostra #TurismoaSanremo, dedicata agli anni d'oro del turismo con suggestivi manifesti e filmati d'epoca, fotografie e documenti storici che raccontano la straordinaria affermazione della città tra la seconda metà dell'ottocento e gli anni '50.



LOTTA ALLO SPRECO ALIMENTARE

Lotta allo spreco alimentare e sostenibilità sociale: Conad Nord Ovest dona valore al cibo non idoneo alla commercializzazione donandolo agli enti caritativi; previene il generarsi di eccedenze calibrando gli ordini, attivando promozioni e curando l'esposizione dei prodotti.

Nel 2021 sono stati recuperati e donati oltre 1 milione di kg di merce, pari ad un valore di 3,7 milioni di euro. Coinvolte 86 onlus ed enti caritatevoli e 44 punti di vendita oltre ai Ce.di di cooperativa. Tante le collaborazioni attivate sull'intero territorio di Conad Nord Ovest, come quelle con Banco Alimentare, Croce Rossa, Food for Soul, Caritas diocesane, singole parrocchie, associazioni di volontariato. Inoltre, con l'obiettivo di contribuire alla lotta contro lo spreco alimentare è stato attivato nel 2021 il progetto **“Non c'è cibo da perdere”**, in cui sono attivamente coinvolti i soci: consapevoli dell'importanza di ridurre al minimo gli sprechi, giornalmente destinano alle Onlus i quantitativi rimasti invenduti ma perfettamente idonea al consumo. Il progetto è stato attivato in collaborazione con **Last Minute Market**. La prima fase del progetto è stata la raccolta di informazioni da ogni punto vendita sul tema delle donazioni, finalizzata a conoscere i punti vendita che già donano e quelli che non donano, ma sono disposti a farlo solo con Enti Beneficiari presenti sul territorio di cui venga valutata l'idoneità, la disponibilità e l'efficienza. Contestualmente sono state individuate idonee procedure per la tracciatura del prodotto donato, procedure sintetizzate in appositi manuali. A partire dal

mezzo di settembre 2021 il progetto **“Non c'è cibo da perdere”** è stato presentato a tutti i Soci in occasione delle Assemblee di canale. La seconda fase del progetto si svilupperà nel 2022, partirà dalla selezione di Enti Beneficiari sul territorio, la loro formazione e la sottoscrizione di un modello di adesione con il quale si fanno carico di tutti gli adempimenti necessari a garantire che la merce donata e ritirata sia messa a disposizione dei bisognosi nel più breve tempo possibile per garantire il massimo livello di qualità.



“

IMPRESE E TERRITORIO

”



VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO E TUTELA DELLE FILIERE

Conad Nord Ovest è impegnata nel sostenere le economie dei territori in cui opera, di cui tanti piccoli e medi produttori sono i principali interpreti. Un impegno che porta avanti fin dal 2010, cioè fin dalla nascita dei primi Consorzi Ori attraverso i quali la cooperativa ha lavorato per la valorizzazione dei produttori e la tutela della filiera.

Attraverso il **progetto Consorzi Ori** e la costituzione delle prime vere O.P., organizzazioni di produttori ortofrutticoli regionale, Conad Nord Ovest ha rilanciato e sviluppato il sistema produttivo di colture di eccellenza a livello regionale promuovendo e coordinando i vari soggetti della filiera, produttore-distributore-consumatore.

Il processo di selezione dei fornitori affianca alle esigenze di business e alla garanzia di prodotti di qualità, una forte attenzione alla sostenibilità. Le imprese produttrici vengono incoraggiate ad attuare politiche di efficientamento energetico, di riduzione dei consumi e delle emissioni, di impiego di energia da fonte rinnovabile, per poter così contribuire a un eco-sistema di comportamenti virtuosi con positive ricadute per l'intera comunità. Ciò si affianca ai tre capisaldi che orientano le politiche dell'Insegna nella relazione tra la Cooperativa e le imprese: il primo è essere competitivi grazie a un posizionamento concorrenziale a scaffale e a una forte promozionalità territoriale; il secondo è valorizzare le eccellenze del territorio, tutelando le caratteristiche della produzione agricola che garantisce prodotti di alto livello; il terzo è offrire un assortimento costante e di alto livello.

Nell'agosto del 2021 si è costituito anche il Consorzio Ori Emilia che porta ad otto il numero dei Consorzi Ori ortofrutticoli e di pescatori: Ori di Toscana, Ori del Lazio, Ori di Sardegna, Ori di Piemonte, Ori della Valle d'Aosta, Ori Liguria, Ori dell'Emilia e Ori del Mar Tirreno.

A fine 2021 si contano 141 aziende agricole aderenti ai Consorzi Ori per un fatturato di circa 55 milioni di euro e 13 imbarcazioni consorziate che promuovono pesca sostenibile con circa 647.000 kg di pesce allevato e pescato dal 2016 a oggi, di cui 80.000 kg solo nel 2021. I risultati ottenuti nel 2021 hanno visto una crescita del 6,8% nell'area nord e del 22,2% nell'area ovest, dimostrando che i consumatori apprezzano molto le produzioni locali a km0 e con esse il tessuto produttivo del territorio e la biodiversità.

Dallo speciale impegno e attenzione per la valorizzazione del territorio scaturisce **il rapporto con le imprese locali che nel 2021 ha prodotto partnership commerciali con 1.800 fornitori locali per un fatturato di 581 milioni di euro.**

	Fatturato mil€	nr. Articoli	nr. Fornitori
TOTALE	581	22.650	1.800
PIEMONTE + VAL D'AOSTA	36	3.130	142
LIGURIA	37	3.400	158
EMILIA	61	5.300	265
TOSCANA	234	5.500	700
LAZIO	64	1.950	210
SARDEGNA	149	3.370	325

Prodotti ORI - Vendite 2021

	VENDITE (€ x 000)	DELTA 2020	INC % TOT OF	
	22.695	-4,3%	18,2%	AREA OVEST: Confermato anche per l'anno 2021 un trend positivo rispetto all'anno precedente.
	12.220	+1,0%	26,5%	
	14.000	+14,7%	28,3%	
TOTALE AREA OVEST:	48.915	+1,8%	22,2%	
	2.268	N.D	7,4%	
	402	N.D	8,0%	AREA NORD: Crescita omogenea su Piemonte, Val d'Aosta e Liguria. Emilia avviata ad Agosto 2021.
	1.692	N.D	9,4%	
	1.088	N.D	4,1%	
TOTALE AREA NORD:	5.450	N.D	6,8%	



Un esempio virtuoso di sviluppo, valorizzazione delle tradizioni, sostegno alle filiere corte e offerta ai clienti di prodotti sostenibili e di qualità, lo si trova nello speciale rapporto con la Coop.va La Peschereccia di **Orbetello**. Nel 2021, in esclusiva nei punti vendita Conad di Toscana, Lazio, Emilia e Sardegna, sono arrivati oltre 48.300 kg di pescato dalla Laguna di Orbetello, un'autentica eccellenza regionale.



I nostri Ori: un unico brand per le specialità agroalimentari

Per rafforzare l'impegno di cui sopra e farsi tutore dell'integrità delle filiere, Conad Nord Ovest da luglio 2021 ha lanciato il progetto distintivo e identitario "I nostri ORI", un marchio ombrello che punta a garantire la provenienza e la qualità dei migliori prodotti tipici locali, commercializzandoli nei 600 punti vendita della rete.

"I nostri Ori" sono una firma trasversale e riconoscibile, creata per testimoniare la reale vicinanza della Cooperativa ai produttori locali, dando sostegno economico alla loro attività e valorizzando maggiormente le specialità del territorio.

A dimostrazione di tale impegno, è stato creato un logo che ha lo scopo di coniugare e far emergere tre aspetti portanti:

- **l'origine regionale**, rappresentata dalla silhouette della regione integrata nella lettera R
- **ORI** quale elemento di garanzia di valore della offerta
- la partecipazione in prima linea da parte di Conad, espressa attraverso l'utilizzo del pronome "I nostri" che nel contempo mira a sviluppare senso di appartenenza nel Cliente. Il sottotitolo completa e rendere ancora più esplicito e diretto il legame con l'economia locale. Per quanto riguarda l'aspetto cromatico, i colori scelti si rifanno alle cromie associabili alla terra, al territorio e alla concretezza, in continuità con il progetto "Prodotti del Territorio".



I Valori

Scopri i **VALORI** che rendono grandi **I NOSTRI TESORI**

I nostri ORI

TERRITORIO

Tutelare le sue caratteristiche, promuovere le sue delizie, valorizzare le sue risorse

FILIERA

Prediligere prodotti a filiera corta per preservare qualità e freschezza e garantire un minore impatto ambientale

ORIGINI

Valorizzare i prodotti locali e le loro pratiche artigianali e produttive per riconoscere e proteggere le origini e l'identità di un territorio

CONTROLLI

Verificare la corretta gestione produttiva per garantire prodotti di altissima qualità

RISPETTO

Porre massima attenzione alle tradizioni locali, ai sapori autentici, al territorio e all'ambiente nel quale i prodotti nascono e crescono.

NATURA

Coltivare e produrre seguendo i ritmi naturali per garantire qualità, rispetto dell'ambiente e dei consumatori

Sostenibilità dei prodotti stagionali a “km 0” ed equa retribuzione del produttore

La maggior parte dei prodotti alimentari, prima di arrivare sulle nostre tavole, percorre centinaia di km. Questo fenomeno, spesso causato dalla ricerca di convenienza economica, non tiene conto dei pesanti impatti ambientali causati soprattutto dalle emissioni generate dai trasporti e dall'agricoltura intensiva, necessaria alla produzione delle elevate quantità richieste.

Ciò va a contribuire al danneggiamento sempre più irreparabile di fauna e flora di tutto il pianeta, congiuntamente al clima già gravemente compromesso

Il progetto Consorzi Ori, fin dalla sua nascita si è posto l'obiettivo di garantire una giusta ed equa retribuzione fra i vari soggetti appartenenti sia al mondo produttivo che a quello commerciale; questo per evitare l'aumento del fenomeno di disuguaglianza che contraddistingue spesso la filiera agroalimentare.

La qualità della produzione è garantita da uno specifico disciplinare interno ai consorzi che è strumento di garanzia. Da subito è parso evidente la necessità di lavorare sulla programmazione della produzione e dei piani di sviluppo, in relazione alle richieste della distribuzione: la conoscenza commerciale dell'Insegna unita all'esperienza produttiva locale, ha trovato un punto di incontro verso le richieste dei consumatori.

Qualità della produzione, conoscenza del consumatore, esigenze dei fornitori, programmazione: grazie al bilanciamento di questi asset commerciali **è stato individuato il giusto costo dei prodotti, garantendo una equa retribuzione dei produttori** e la valorizzazione della provenienza e della qualità.



I VANTAGGI DELLA FILIERA CORTA

- Meno emissioni inquinanti
- Minor tempi di trasporto
- Merce più fresca
- Riscoperta di prodotti tipici
- Salvaguardia del patrimonio genetico delle colture ortofrutticole tradizionali
- Supporto dell'economia locale del territorio
- Protezione del territorio agricolo e della biodiversità.



I CONTROLLI SULLA QUALITÀ: GARANZIA PER IL CONSUMATORE

La sicurezza alimentare e la qualità dei prodotti è una priorità per Conad Nord Ovest, è il cardine su cui si fonda l'intera relazione di fiducia con i consumatori. Le linee guida Conad si basano sullo standard IFS (International Featured Standard), un sistema di controllo unificato dei sistemi di qualità e sicurezza, applicato a tutti i livelli della produzione nei quali gli alimenti vengono lavorati. I requisiti imposti da questo standard fanno riferimento ai sistemi di gestione qualità, alla metodologia HAC-CP e a un insieme di requisiti GMP (Good Manufacturing Practice), GLP (Good Laboratory Practice) e GHP (Good Hygiene Practice), e sono adottati dalla grande distribuzione tedesca, francese, italiana e spagnola.



L'iter di controlli è lungo e molto accurato, e inizia nella fase di selezione del fornitore. Il primo aspetto che viene verificato sono i siti produttivi e il rispetto degli standard inseriti nelle linee guida Conad, ovvero tutto ciò che è previsto dalla legge, a cui si vanno ad aggiungere alcuni principi propri di Conad. Queste regole sono parte integrante del contratto di fornitura e oggetto di continui controlli, i cui esiti adottano una scala di criticità di giudizio che va da 1 (voto più alto) a 5 (voto più basso). Se un produttore, durante il periodo del contratto, ottiene una votazione bassa ai controlli, ha modo di presentare un piano di rientro all'interno degli standard.

La miglior espressione dell'attenzione alla qualità è Conad Percorso Qualità, che identifica gli alimenti freschi e freschissimi, dal pesce alla carne, dalle uova alla frutta, alla verdura da sottoporre a migliaia e migliaia di controlli aggiuntivi in ogni fase della filiera, dall'allevamento o campo fino al carrello, per dare la garanzia che la loro provenienza sia da filiere garantite.

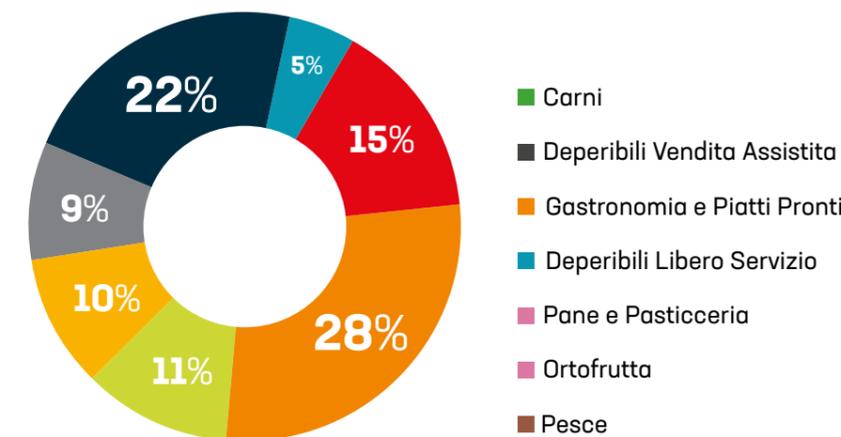
L'impegno di Conad per garantire la massima qualità e sicurezza dei prodotti CPQ che il cliente porta in tavola parte dal produttore e arriva fino al trasporto, effettuato nel minor tempo possibile dal luogo di produzione al punto vendita per mantenerne intatta la freschezza.

Le analisi sui prodotti commercializzati

Il Sistema della Qualità prevede che per i fornitori locali dei settori carni, ortofrutta, ittico, deperibili in vendita assistita sia implementato un sistema di verifica analitica ai requisiti normativi dei prodotti forniti. Conad Nord Ovest ha previsto per il 2021 il controllo di almeno un prodotto di ciascuna azienda fornitrice che ha una commercializzazione continuativa in tali settori, estendendo i controlli anche ad altri quali: il settore dei deperibili in vendita al libero servizio, la gastronomia e i piatti pronti, il settore pane e pasticceria.

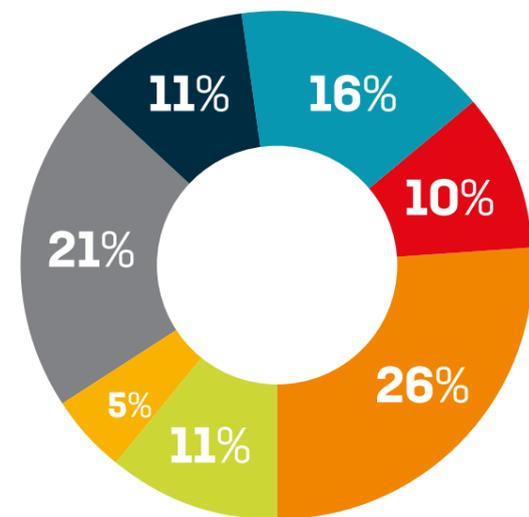
Ad ogni prodotto da controllare è associata una specifica matrice alimentare, ovvero una lista di parametri microbiologici e chimici con i relativi limiti, che viene fornita dalla Cooperativa ai laboratori di analisi con richiesta di controllo. **Nel corso del 2021 sono stati sottoposti ad analisi chimiche e microbiologiche 387 prodotti realizzati da altrettante aziende fornitrici locali.**

Il maggior numero di analisi (110) è stata effettuata nel settore **Deperibili Vendita Assistita**, incidendo per il 28% dei prodotti. A seguire il settore **Ortofrutta**, con 84 campioni di prodotto analizzati che incidono per il 22% sul totale. Il terzo raggruppamento per numerosità di prodotti controllati (56) sono i **Deperibili Libero Servizio**, che rappresenta il 15% del totale. A seguire i controlli per prodotti dei settori **Gastronomia e Piatti Pronti** (44) e **Pane e Pasticceria** (40), ovvero 11% e 10% del totale. I controlli nei settori **Pesce e Carni** rappresentano rispettivamente il 9% e il 5% dei campioni.



NB: La torta riporta la percentuale di incidenza dei controlli sul totale dei prodotti

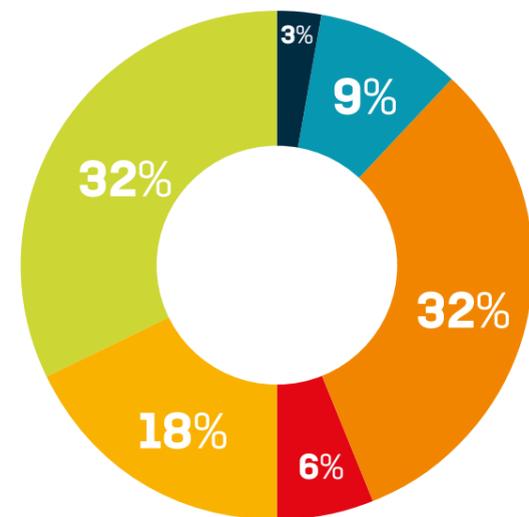
Per il **settore carni**, sono stati effettuati 19 controlli su fornitori locali. La maggior percentuale dei controlli ha riguardato i tagli sottovuoto di carne bovina (26%); a seguire i controlli di salsicce di suino (21%) e i piatti pronti a base di carne (16%).



- Altri Piatti Pronti Carni
- Bovino/Vitello Sottovuoto
- Ovino
- Suino in Osso
- Bovino/Vitello Macinato
- Coniglio, Pollo, Tacchino
- Salsiccia di Suino

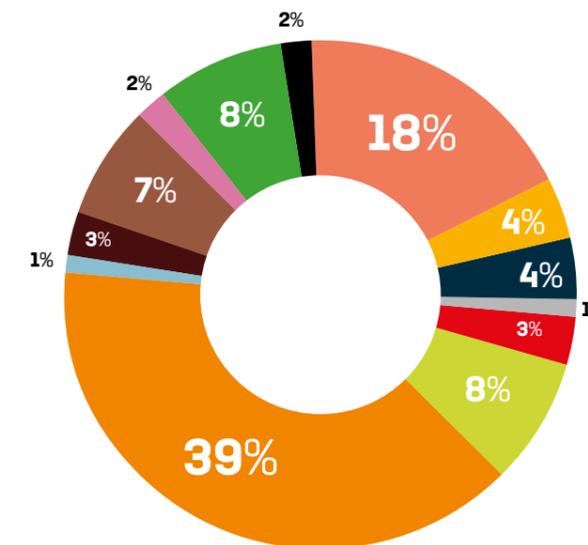
NB: La torta riportano la percentuale di incidenza dei controlli sul totale dei prodotti

Per il **settore pesce** i controlli sono stati 34 ed hanno riguardato prevalentemente Pesci Interi e Tranci (32%) e i preparati a base di Pesce / Il III IV elaborati di Pesce (32%); a seguire i controlli di Molluschi Conchigliame (18%), Filettame (9%), Molluschi Cefalopodi (6%) e Crostacei (3%).



- Crostacei
- Filettame - Prodotto Eviscerato
- Il III IV Elaborati Ittici - Preparati a base di pesce
- Molluschi Cefalopodi (Seppie e Totani)
- Molluschi Conchigliame
- Pesci Interi/Tranci

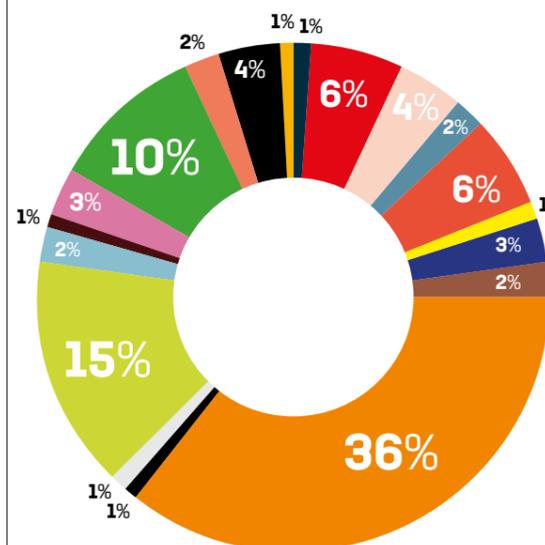
Per il **settore ortofrutta** la maggior parte dei controlli, in totale 84, ha riguardato gli ortaggi (39%), mentre i controlli di frutta fresca hanno rappresentato il 18% del totale.



- Frutta
- Funghi Secchi
- Ortaggi
- Tuberi
- Altri Prodotti Ortofrutta
- Frutta Secca
- Odori
- Radice
- IV Gamma

I prodotti: **Deperibili in Vendita Assistita**, 110 in totale, sono in genere in questo settore, la fetta maggiore dei controlli ha riguardato il raggruppamento denominato "Insaccati e salumi stagionati" (36%); a seguire i controlli effettuati su "Pecorino stagionato" (15%) e sulla "Ricotta" (10%). Se si considerano insieme tutti i formaggi oggetto di controlli (60), questi incidono per il 55%.

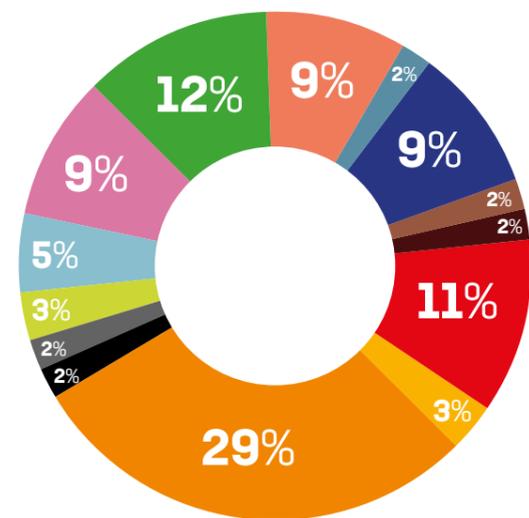
Gran parte di questi prodotti sono in rifatturazione o sono costituiti da prodotti con grosse pezzature. Pertanto, si è richiesto ai laboratori di effettuare i prelievi direttamente presso i punti vendita nel 74% dei casi. Per procedere con i campionamenti si considerano le informazioni fornite dal commerciale sui territori in cui viene commercializzato ogni singolo pro-



dotto, si individuano i punti vendita dove potrebbero essere disponibili e a ciascun punto vendita si richiede di accantonare un determinato numero di prodotti in cella assicurando che le confezioni siano integre al momento del prelievo. Nel 2021 sono stati coinvolti 19 Soci in questa attività.

- Altri piatti pronti deperibili vendita assistita
- Caciocavallo VA
- Caprini VA
- Formaggio a pasta filata VA
- Gorgonzola VA
- Insaccati e salumi stagionati deperibili VA
- Pasta fresca all'uovo VA
- Pecorino VA
- Prosciutto cotto VA
- Toma VA
- Burrate VA
- Caciotta VA
- Formaggi a crosta fiorita VA
- Formaggi freschi pasta semicotta VA
- Grana e simili VA
- Insalata russa VA
- Pecorino stagionato VA
- Primi piatti pronti freschi VA
- Ricotta VA

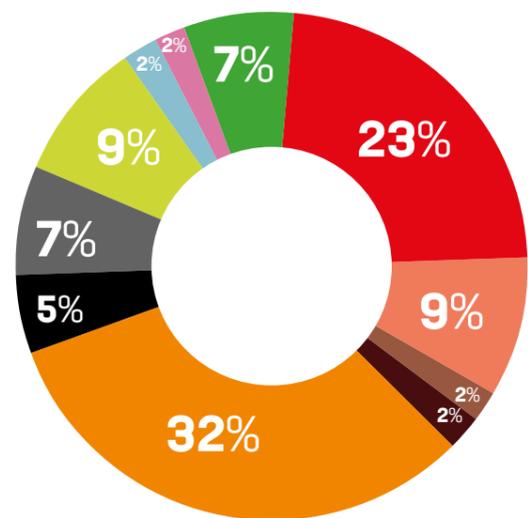
Con il nome **Deperibili al libero servizio** si identificano i prodotti preconfezionati da ditta esterna che sono commercializzati nei reparti salumi e latticini. I campionamenti effettuati, in totale 84, riguardano prodotti appartenenti alle categorie. Presentano maggiore incidenza in questo settore i controlli su pasta fresca all'uovo (29%), sulle uova di gallina (12%), su Insaccati e salumi stagionati (11%), su specialità ittiche (9%) e sui formaggi a pasta filata (9%).



- Burro
- Caciotta LS
- Formaggi a pasta filata LS
- Formaggi freschi pasta semicotta LS
- Gnocchi e chicche LS
- Insaccati e salumi stagionati LS
- Panna fresca
- Pasta fresca all'uovo LS
- Pesto genovese
- Primi piatti pronti freschi LS
- Ricotta LS
- Salmone affumicato
- Specialità ittiche LS
- Uova gallina

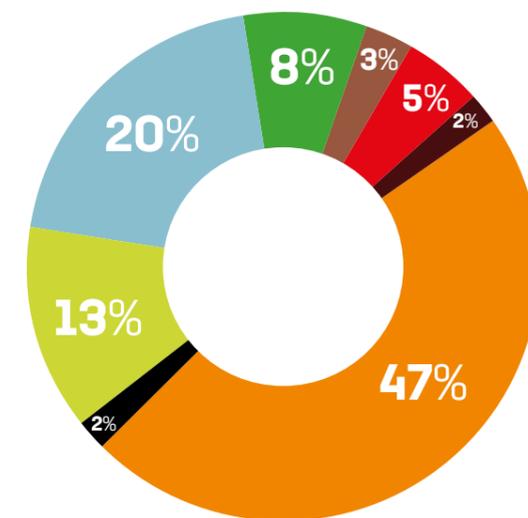
NB: La torte riportano la percentuale di incidenza dei controlli sul totale dei prodotti

Il settore **Gastronomia e Piatti Pronti**, per il quale sono state effettuate 84 analisi, è costituito dai prodotti in vendita assistita nel reparto gastronomia; qui assumono particolare rilievo i controlli per pasta fresca all'uovo (32%) e i controlli per il raggruppamento Altri Piatti Pronti di Gastronomia (23%).



- Altri piatti pronti gastronomia
- Gnocchi e chicche gastronomia
- Insalata russa gastronomia
- Ortaggi conditi
- Pasta fresca all'uovo gastronomia
- Patè per crostini gastronomia
- Pesto genovese gastronomia
- Primi piatti pronti freschi gastronomia
- Prosciutto cotto gastronomia
- Ragù e sughi gastronomia
- Specialità ittiche gastronomia

Per il settore **Pane e Pasticceria**, su un totale di 40 analisi, i controlli sul pane rappresentano il 47%; seguono i controlli su pasticceria secca (20%) e pasticceria fresca (13%).



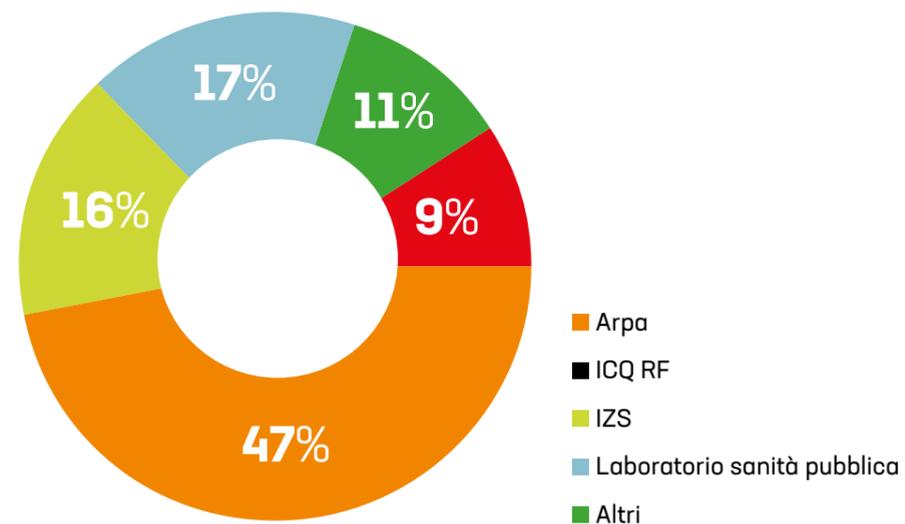
- Biscotti secchi
- Cornetti pasticceria surgelati (vuoti e con ripieno)
- Pane
- Pane semilavorato parzialmente cotto e refrigerato
- Pasticceria fresca
- Pasticceria secca
- Pizza





Ai controlli commissionati da Conad Nord Ovest si associano i **controlli effettuati dagli Organi di Vigilanza**. Gli esiti delle attività di analisi vengono regolarmente notificati ai punti vendita e da questi inoltrati all'ufficio qualità che li archivia, costituendo di fatto una integrazione al piano di campionamento della Cooperativa. Nel 2021 sono stati 477 i controlli effettuati sui punti vendita associati a Conad Nord Ovest.

L'Ente che ha inoltrato più comunicazioni è l'IZ (Istituto Zooprofilattico) che, dalle diverse sedi in cui opera, ha effettuato il 47% dei controlli; i restanti sono stati effettuati dal Laboratorio di Sanità Pubblica per il 16%, dall'ARPA (Agenzia Regionale per la Protezione Ambientale) per l'11%, da ICQRF (Ispettorato Centrale della tutela della Qualità e Repressione Frodi dei prodotti agroalimentari) per il 9%, mentre nel raggruppamento "Altri" (16%) sono confluiti tutti i restanti esiti provenienti da altre fonti.

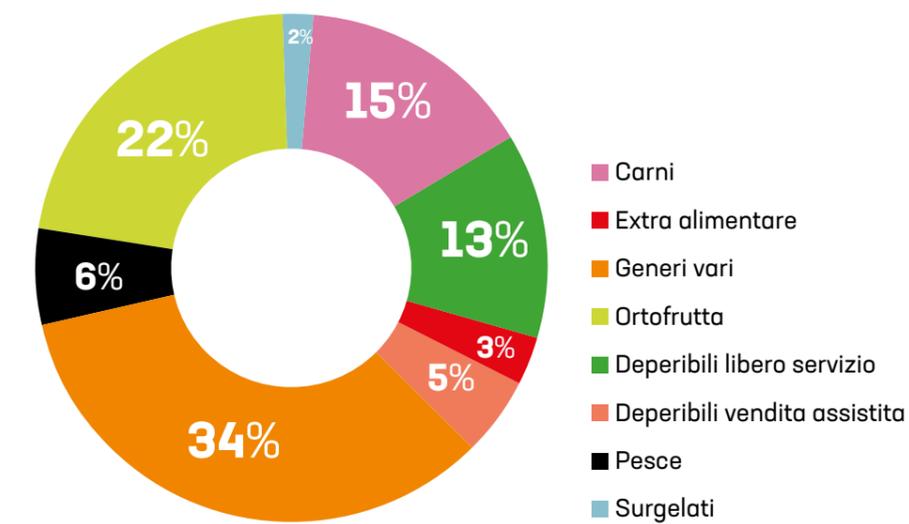


Enti e Laboratori di Analisi	
	n° analisi
Arpa	50
ICQRF	45
IZS	224
Laboratorio sanità pubblica	78
Altri	80
TOTALE	477

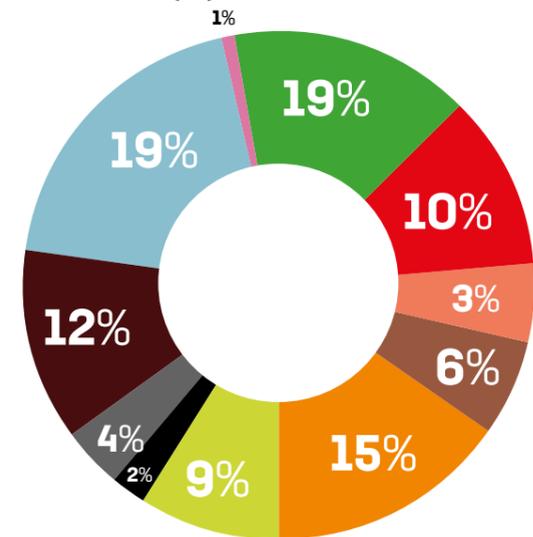


Nel settore merceologico, si nota come siano i generi vari i più controllati (34%), seguiti dal settore ortofrutta (22%), dalle carni (15%) e dai deperibili Libero Servizio (13%), dal Pesce (6%), dai deperibili Vendita Assistita (5%), dagli extralimentari (3%) e dai surgelati (2%).

Organi di Vigilanza per settore merceologico	
	n° analisi
Carni	71
Deperibili libero servizio	63
Extra alimentare	14
Deperibili Vendita assistita	23
Generi Vari	165
Pesce	29
Ortofrutta	103
Surgelati	9
TOTALE	477



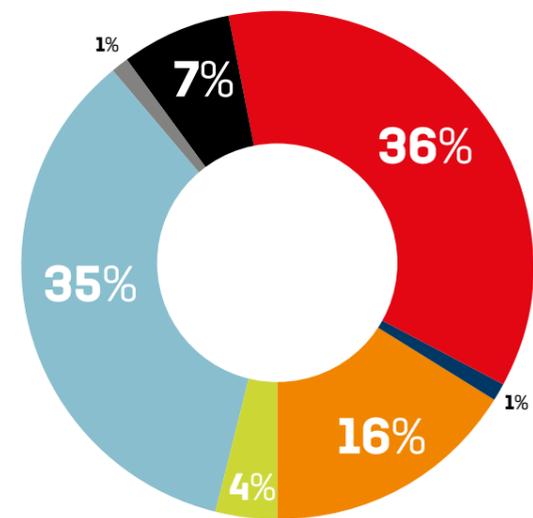
Considerando il gruppo merceologico che compone il gruppo **Generi Vari**, si evidenzia che si tratta esclusivamente di prodotti preconfezionati da fornitori, per il quale il punto vendita viene informato dell'esito del controllo effettuato a seguito del prelievo presso il proprio esercizio. I prodotti più rappresentati sono: acque Minerali - bevande alcoliche e analcoliche (19%) e paste secche - farine - riso (19%); a seguire abbiamo i dolci - prodotti da forno - sostitutivi del pane (15%), l'olio (12%), l'alimentazione per l'infanzia (10%), la drogheria alimentare (9%), le conserve vegetali e animali (6%), il miele (4%), le confetture - marmellate (3%), gli integratori alimentari (2%), salse e condimenti (1%)



- Acque minerali bevande alcoliche e analcoliche
- Confetture - Marmellate
- Dolci - prodotti da forno - sostitutivi del pane
- Integratori alimentari
- Olio
- Salse - condimenti GV
- Allimentazione per infanzia
- Conserve vegetali ed animali
- Drogheria alimentare
- Miele
- Paste secche - farina - riso

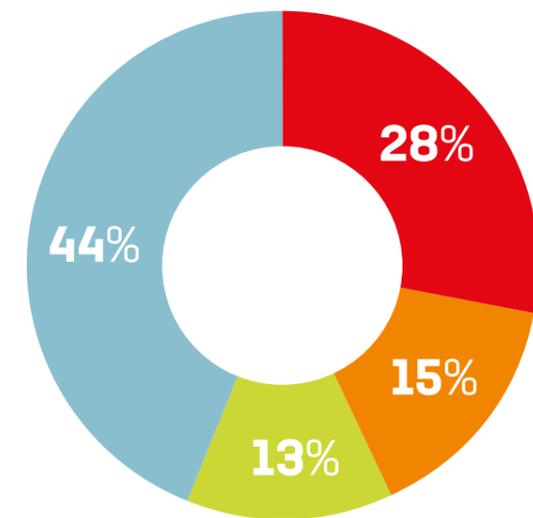
NB: La torta riportano la percentuale di incidenza dei controlli sul totale dei prodotti

I controlli di **Prodotti Ortofrutticoli**, in totale 103, da parte degli Organi di Vigilanza hanno riguardato principalmente frutta (36%), Ortaggi (35%) e prodotti di IV e V gamma (17%)



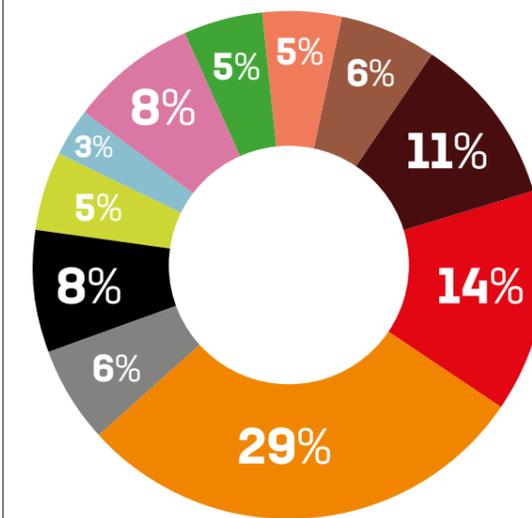
- Frutta
- IV Gamma - V Gamma
- Ortaggi
- Succhi e nettari
- Frutta secca disidratata
- Legumi - cereali
- Spezie

Il controllo **Carni**, in totale 71 analisi, ha riguardato per il 44% i Preparati di Carni, per il 28% la carne avicunicola, per il 15% la carne bovina e per il 13% la carne suina.



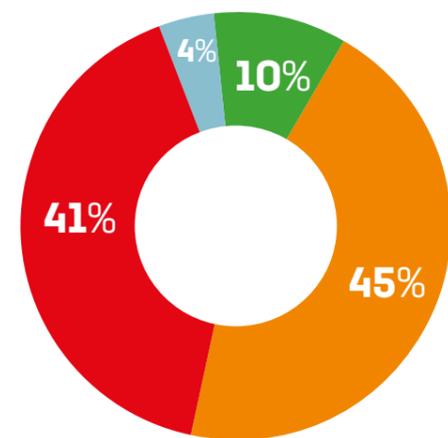
- Carne avicunicola
- Carne bovina
- Carne suina
- Preparati di carne

Tra i prodotti compresi nel raggruppamento **Deperibili Libero Servizio** si evidenzia che gli Organi di Vigilanza, su 63 analisi fatte, controllano in prevalenza latte e derivati (29%); a seguire i formaggi (14%), i formaggi a pasta filata (11%), salumi stagionati (8%), piatti pronti (8%), elaborati ittici (6%), pasta fresca all'uovo (6%), alimentazione per l'infanzia (3%), uova (3%), prodotti dolciari (3%), salse e condimenti (3%).



- Alimentazione per infanzia LS
- Formaggi a pasta filata LS
- Latte e derivati
- Piatti pronti LS
- Salse e condimenti LS
- Uova
- Elaborato Ittico
- Formaggi LS
- Pasta fresca all'uovo LS
- Prodotti dolciari LS
- Salumi stagionati insaccati LS

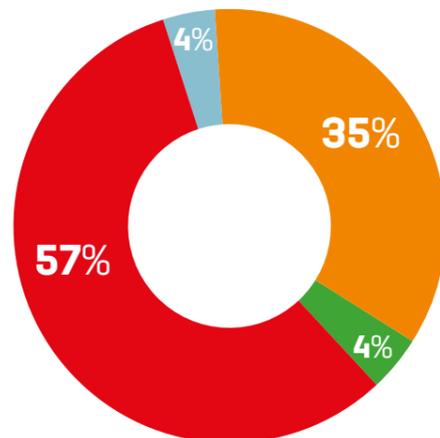
La maggiore percentuale di controlli, in totale 29, sui **Prodotti Ittici** riguarda i molluschi (45%); a seguire abbiamo i Pesci Interi (41%), gli elaborati ittici (10%) e il sushi (4%).



- Elaborato ittico PES
- Molluschi
- Pesce intero
- Sushi

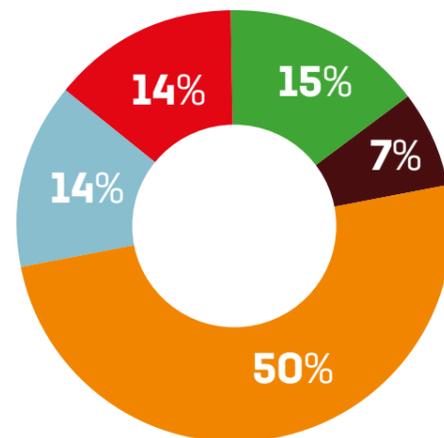
NB: La torte riportano la percentuale di incidenza dei controlli sul totale dei prodotti

Tra i prodotti **Deperibili in Vendita Assi-stita**, su un totale di 23 analisi, prevalgono i controlli ufficiali sui piatti pronti (57%), quindi i Formaggi (35%); si registrano anche controlli su pasta fresca all'uovo (4%) e prodotti da forno (4%).



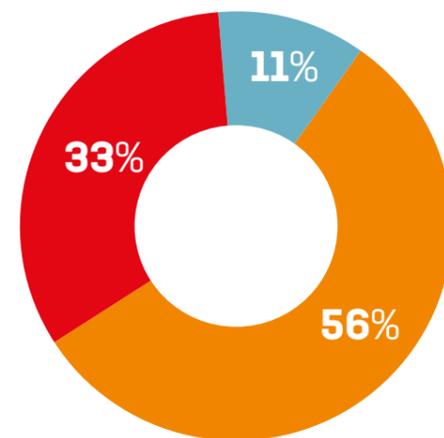
- Formaggi VA
- Piatti pronti VA
- Pasta fresca all'uovo VA
- Prodotti da forno

I controlli nel **Settore Extra Alimentare**, in totale 71 analisi, riguardano principalmente i Materiali a Contatto con Alimenti (50%).



- Dispositivi di protezione individuale
- Materiali a contatto con alimenti
- Sanificanti
- Igiene personale
- Puericoltura

Le analisi per i **Prodotti Surgelati**, in totale 9, si dividono tra Pesce (56%), Verdura (33%) e Frutta (11%).



- Frutta surgelata
- Pesce surgelato
- Verdure surgelate



I controlli nei punti vendita

Le attività di controllo nei punti vendita non riguardano soltanto i prodotti: il Reg. UE 852/04 impone ad ogni esercizio di vendita l'obbligo di definire un Piano di Autocontrollo igienico-sanitario. Per la stesura dei Piani di Autocontrollo nella Grande Distribuzione Organizzata il riferimento è il Manuale di Corretta Prassi Igienica che viene realizzato da Federdistribuzione e approvato dal Ministero della Salute.

Nel 2021, il 94% dei punti vendita ha aderito al servizio di assistenza (**Protocollo Cooperativa**) proposto dall'ufficio Qualità di da Conad Nord Ovest, che prevede l'incarico ad una società specializzata per:

- la predisposizione del **Piano di Autocontrollo HACCP** corrispondente alle attività regolarmente notificate;
- la definizione personalizzata di un **Piano di campionamento** con dettaglio della tipologia e frequenza delle verifiche analitiche per prodotti a preparazione interna, superficie, acqua potabile utilizzata;
- la definizione delle modalità, durata e frequenza annuale **verifiche ispettive mediante check-list CONAD** su aspetti strutturali, igienico sanitari e gestionali - applicazione del sistema di Autocontrollo HACCP. Questa attività risponde a pieno a quanto impone il Regolamento del Sistema Conad

Il restante 7% dei punti vendita, che non ha aderito al servizio, ha ricevuto un audit di verifica, ed è stata direttamente la Cooperativa a incaricare ditte specializzate per la verifica della corretta attuazione del piano e del rispetto dei requisiti strutturali, oltre che della corretta compilazione del Piano di Autocontrollo, facendosi carico dei relativi costi. Anche questa attività è imposta dal Regolamento Conad.

Le check-list CONAD utilizzate per le verifiche ispettive forniscono il dettaglio sulle carenze rilevate e un rating che varia da 1 a 5 (1 nel caso di aziende che registrano il massimo livello di adeguamento).

Conad esercita a sua volta un controllo a campione sui punti vendita.

Tab. 1: Gestione Punti Vendita

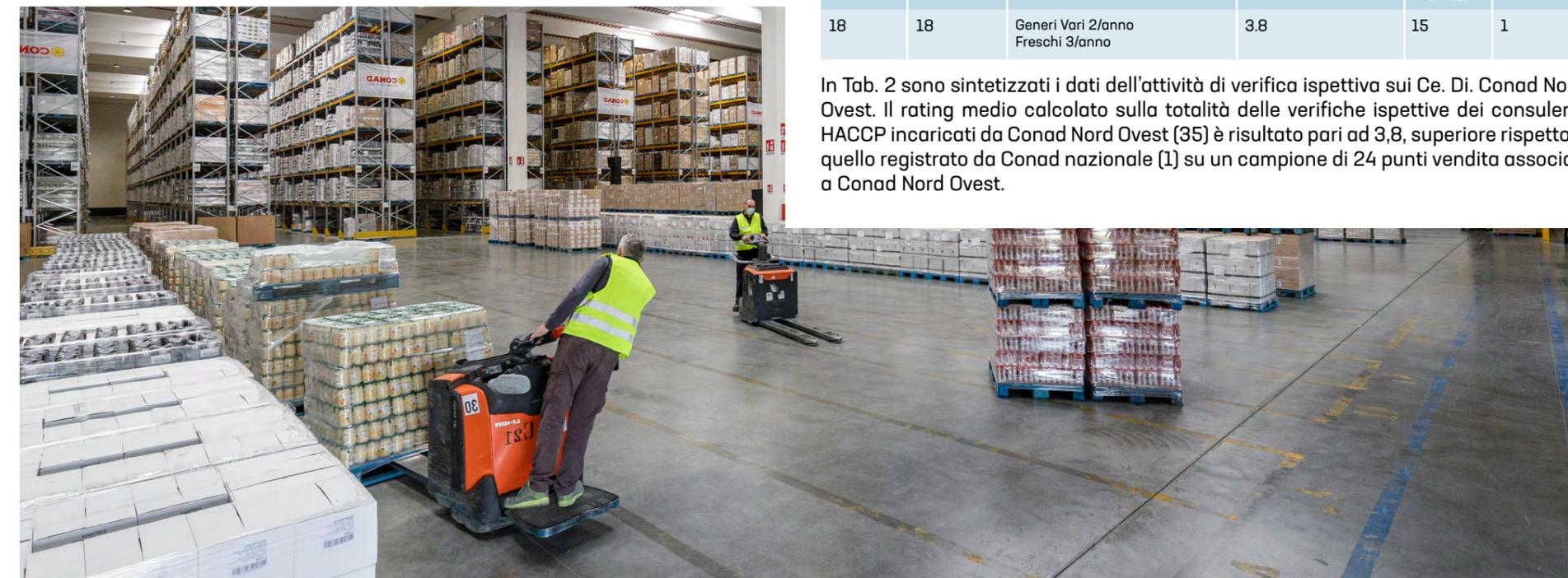
COOPERATIVE						CONAD	
n° PDV Coop.va (dato Anacan al 17/12/21)	n° PDV aderenti al Protocollo HACCP CNO	n° PDV non aderenti verificati ai sensi del punto 9.a.iv	% copertura rete	Frequenza Annuale Verifiche Ispettive come da Protocollo HACCP CNO	Rating medio Coop.va	Campione verifica PDV Consorzio	Rating medio Consorzio
601	567	34	100%	<ul style="list-style-type: none"> • Spazio Conad 6/anno • Superstore-Conad-Conad City-Sapory&Dintorni 3/anno • Margherita 2/anno 	1,4	24	2

In Tab. 1 sono sintetizzate i dati dell'attività di verifica ispettiva sui punti vendita associati a Conad Nord Ovest che confermano la piena adesione di Conad Nord Ovest ai principi dettati dal Regolamento del Sistema Conad. Il rating medio calcolato sulla totalità delle verifiche ispettive dei consulenti haccp sui punti vendita associati a Conad Nord Ovest è risultato pari ad 1,4, leggermente inferiore rispetto a quello registrato da Conad nazionale (2) su un campione di 24 punti vendita associati a Conad Nord Ovest.

I controlli nei Centri di Distribuzione

Il Sistema della Qualità prevede che presso i Centri di Distribuzione siano svolte **verifiche ispettive su aspetti strutturali, igienico sanitari e gestionali** - in applicazione del sistema di Autocontrollo HACCP.

Anche Conad esercita a sua volta un controllo a campione sui Centri di Distribuzione.



Tab. 2: Gestione Ce.Di

COOPERATIVE				CONAD	
n° CeDi Coop.va	n° CeDi verificati	Frequenza annuale Verifiche	Rating medio Coop.va	Campione verifica CeDi Consorzio	Rating medio Consorzio
18	18	Generi Vari 2/anno Freschi 3/anno	3,8	15	1

In Tab. 2 sono sintetizzati i dati dell'attività di verifica ispettiva sui Ce. Di. Conad Nord Ovest. Il rating medio calcolato sulla totalità delle verifiche ispettive dei consulenti HACCP incaricati da Conad Nord Ovest (35) è risultato pari ad 3,8, superiore rispetto a quello registrato da Conad nazionale (1) su un campione di 24 punti vendita associati a Conad Nord Ovest.

Qualifica fornitori

Il Sistema della Qualità prevede che per i fornitori locali sia implementato un sistema per la loro qualifica e la rispondenza agli standard minimi definiti dai Protocolli approvati dal Direttivo Qualità.

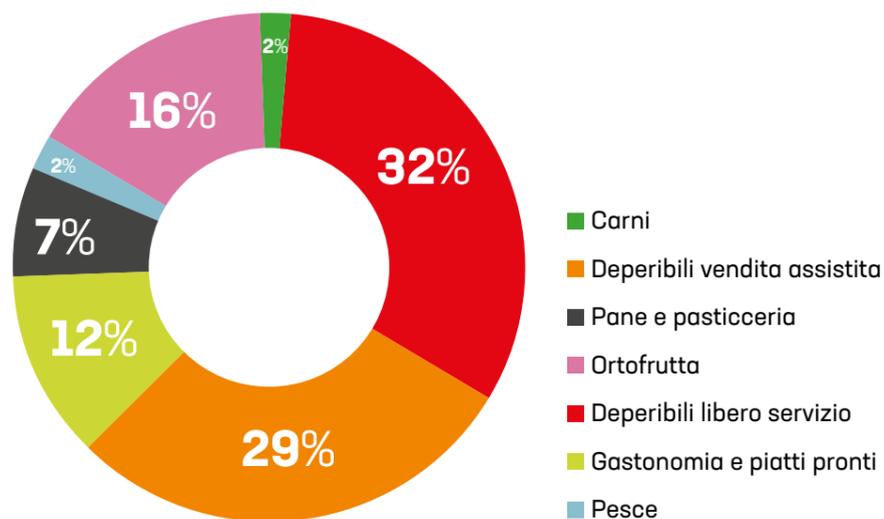
La qualifica dei fornitori locali nel 2021 ha riguardato in totale 56 fornitori (Tab. 3).

Analizzando la distribuzione delle attività di verifica per settore merceologico, è il settore dei deperibili Libero Servizio quello per il quale sono state effettuate il maggior numero di verifiche: 32%; a seguire le verifiche nei settori Deperibili Vendita Assistita (29%), Ortofrutta (16%), Gastronomia e Piatti Pronti (12%), Pane e Pasticceria (4%), Carni (2%), Pesce (2%).



Tab. 3: n° verifiche per settore merceologico

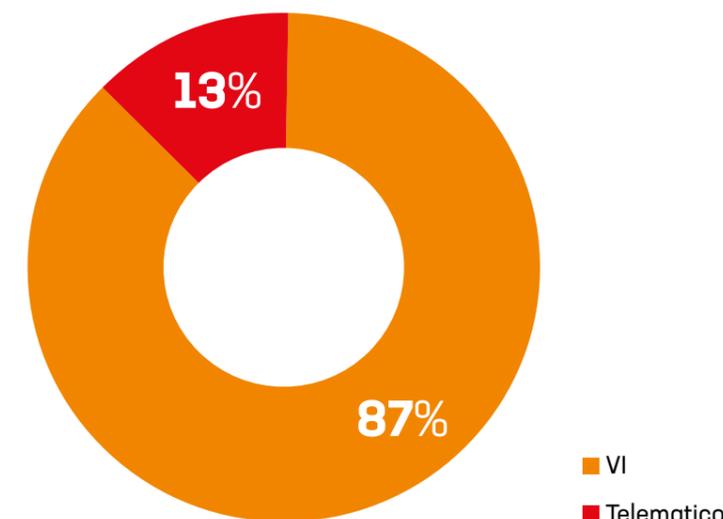
	n° fornitori qualificati
Carni	1
Deperibili libero servizio	18
Deperibili vendita assistita	16
Gastronomia e piatti pronti	7
Pane e pasticceria	4
Pesce	1
Ortofrutta	9
TOTALE	56



Considerando la tipologia di qualifica (Tab. 4), le 56 attività di qualifica sono state effettuate per il 13% con verifiche a distanza (audit telematici) e per la restante parte attraverso Verifiche Ispettive degli stabilimenti (87%).

Tab. 4: Tipologia di verifica effettuata

	n° fornitori qualificati
VI	49
Telematico	7
TOTALE	9



“

AMBIENTE E RISORSE

”



PUNTI DI VENDITA MODERNI E ATTENTI ALLA SOSTENIBILITÀ

Combinare efficienza ed ecosostenibilità è una scelta, come affiancare i clienti verso un'evoluzione culturale, alla comprensione di ciò che è sostenibile affinché aumenti la sensibilità e la responsabilità di tutti nei confronti della salvaguardia dell'ambiente. Conad Nord Ovest, in quanto importante player della GDO, sente molto la responsabilità che ha nei confronti dell'ambiente, alla base del progetto "Sosteniamo il Futuro". Le strategie e le logiche distributive della Cooperativa da tempo infatti sono indirizzate e parte integrante verso la lotta ai cambiamenti climatici. La ricerca di modelli di gestione più sostenibili e soluzioni più efficienti si realizza in azioni concrete che riguardano i punti vendita, la logistica, i prodotti a marchio, le Sedi e i Centri di Distribuzione.



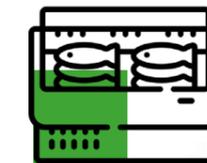
La Cooperativa nei punti vendita ha scelto un doppio impegno verso la sostenibilità ambientale: da un lato vi è una progettazione focalizzata alla riduzione dei consumi, dall'altro la scelta di soluzioni orientate a massimizzare l'utilizzo di energia pulita. Conad Nord Ovest lavora continuamente su entrambi questi fronti adottando le soluzioni tecnologiche che permettano, sia in modo indipendente che combinato tra di loro, di abbattere i consumi e di utilizzare, dove compatibile, energia da fonti rinnovabili.



Tecnologie innovative per **impianti efficienti**

Impianti di refrigerazione alimentare con gas non inquinanti, sportelli frigo che riducono la dispersione di energia, integrazione con gli impianti di climatizzazione, utilizzo di tecnologia ad inverter, illuminazione LED con calibrazione sull'illuminazione naturale e pannelli fotovoltaici sono le principali attenzioni dello standard di costruzione della Cooperativa.

L'adozione di queste tecnologie ha permesso, nell'anno 2021, di **stimare una riduzione dell'emissione complessiva della CO2 pari a circa 4000 tonnellate, equivalenti ad aver restituito all'ambiente 5200 alberi.**



Banchi frigoriferi basati su gas refrigerante a CO2, l'unico gas naturale con il più basso impatto ambientale. La stessa progettazione degli impianti a gas refrigerante tiene conto dell'obiettivo di **non sprecare energia nel percorso** e quindi di realizzare impianti integrati fra loro e quanto più possibile vicini fra loro.



Impianti a led nei nuovi pdv e sostituzione dei vecchi impianti a neon negli pdv esistenti, per avere **più durata e meno consumo energetico.**



Impianti frigo, riscaldamento e raffrescamento con tecnologia Inverter, che consente ad un impianto di lavorare in modo graduale in base al fabbisogno. È stimato, per dare un ordine di grandezza, che una tecnologia ad inverter porti **fino al 30% di riduzione dei consumi.**



Impianti fotovoltaici nei nuovi punti di vendita salvo vincoli autorizzativi o di spazio, e sempre più spesso anche a copertura dei parcheggi per **produrre energia elettrica da fonte rinnovabile.**

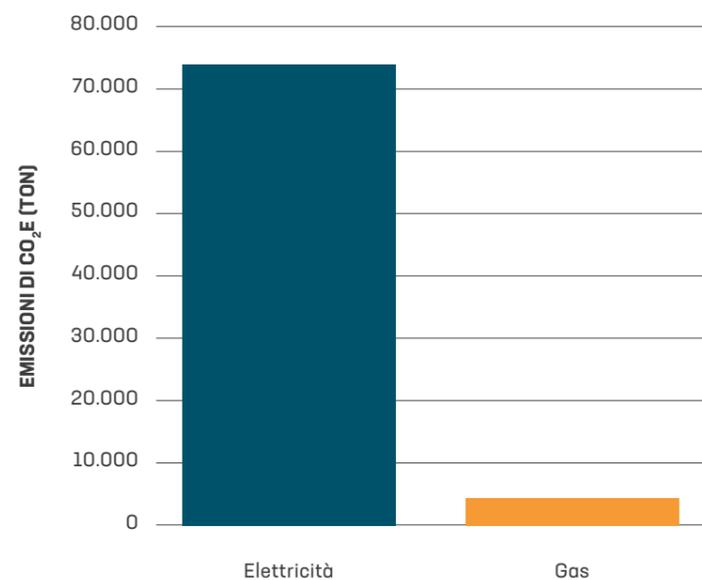
In base allo studio di Green Router nell'ambito del progetto di rilevazione Impronta Climatica Supply Chain intrapreso a livello nazionale e a cui anche Conad Nord Ovest ha aderito, per il primo anno nel 2021 sono state rilevate le emissioni e i consumi di 547 punti di vendita della rete per un totale di oltre 463.560 mq coperti.

Si stima che nel corso dell'anno 2021 siano state emesse in totale 77.521 ton di CO₂e.

EMISSIONI E CONSUMI

Relativamente ai **Punti Vendita**⁵, si stima che nel corso dell'anno 2021 siano state emesse in totale 77.521 di CO₂e.

Ripartizione delle emissioni dei Punti di Vendita Conad Nord Ovest 2021



⁵ Il perimetro di analisi 2021 esclude i "concept store" (distributori, pet store, parafarmacia ottico) poichè i dati disponibili non sono stati valutati sufficienti al fine del calcolo.



Packaging **riciclabili**

I consumatori richiedono sempre di più una grande attenzione alla riciclabilità dei materiali che contengono e proteggono gli alimenti.

Per questo i prodotti a marchio del Distributore (MDD) sono la rappresentazione concreta dell'impegno in termini di sostenibilità di Conad e il loro packaging è una tappa di un percorso volto a rendere sempre più sostenibile la MDD nel suo complesso. Ridurre il consumo di materie prime vergini, reinserire nel ciclo produttivo una quota sempre maggiore di materiali sostenibili in tutte le fasi di vita del prodotto, favorire la separazione e il riciclo dei materiali, sono temi centrali anche nella politica economica europea e italiana, che sempre più integra la sostenibilità al suo interno sotto il cappello della "circular economy". In questo quadro, Conad ha individuato

quattro ambiti di intervento prioritari su cui concentrare il proprio impegno sul packaging dei prodotti a marchio, che abbracciano tutte le fasi del ciclo di vita di un prodotto, dalla progettazione, al riciclo al reinserimento nel ciclo produttivo: riciclabilità dei materiali; utilizzo di materiali riciclati; biodegradabilità e compostabilità; ecodesign.



AMBITI PRIORITARI PER IL PACKAGING DEI PRODOTTI:

Riciclabilità dei materiali; Utilizzo di materiali riciclati; Biodegradabilità e Compostabilità; Ecodesign.

Nello sviluppo e nella ridefinizione dei pack, oltre all'utilizzo di materiali riciclati o riciclabili, l'utilizzo di materiali biodegradabili o compostabili, l'utilizzo di carta certificata proveniente da fonti sostenibili, l'utilizzo di plastiche biodegradabili da fonti rinnovabili, particolare attenzione ai formati con l'obiettivo di ridurre i materiali non necessari. Sul fronte della plastica, Conad lavora ogni giorno per incrementare la percentuale di plastica riciclata impiegata, per utilizzare la plastica riciclata monomateriale e per realizzare pack con una percentuale di plastica inferiore.

Anche la comunicazione on pack è stata ripensata al fine di valorizzare sia i cambiamenti, comunicando sul facing modifiche rilevanti dei materiali usati, sia chiare e precise indicazioni per consentire un corretto riciclo con il progressivo inserimento, a partire dal 2021, del logo "Sosteniamo il futuro".

Nel reparto ortofrutta, già dal 2019, si era intervenuti con la sostituzione delle vaschette in plastica con nuove confezioni in cartoncino e con R-pet 50%*.



Nel 2021 il lavoro è proseguito e ben 338 referenze sono state oggetto dei seguenti cambiamenti di packaging: in 44 referenze che contengono patate, cipolle e aglio le retine sono state **sostituite con soluzioni in cellulosa**; in 82 referenze che contengono arance, mandarini e limoni le retine sono state **sostituite con materiale riciclabile e film pelabile**; 168 referenze **sono passate a R-pet 50% o al cartoncino** (albicocche, carote, cavoli, cetrioli, ciliegie...); 45 referenze di frutta e legumi secchi hanno visto la **sostituzione di materiale accoppiato in monomateriale barrierato**.

Nell'extralimentare assortimenti **sempre più eco-friendly**

L'obiettivo di fornire un completamento importante della spesa nei punti di vendita di prossimità, e di generare convenienza e attrazione nei punti di vendita di superficie più grande come i SuperstoreConad e gli SpazioConad è stato alla base della politica commerciale 2021 del reparto extralimentare. Una scelta attenta per **offrire al cliente, anche in queste categorie, la giusta esperienza d'acquisto, puntando alla comodità, al risparmio di tempo attraverso un assortimento razionalizzato, semplificato ma esaustivo**. Un ruolo strategico è stato svolto dal prodotto a marchio con incremento delle referenze nei segmenti premium, un restyling del pack ed una



nuova e semplice nomenclatura per facilitare l'identificazione dei prodotti nelle varie categorie.

La Cooperativa ha inserito in assortimento, con ottimi risultati, una proposta molto interessante di prodotti eco-friendly, per **incentivare ad un consumo consapevole e sostenibile**.

Conad Nord Ovest ha infatti iniziato già dal 2020 la collaborazione con aziende leader di settore per la commercializzazione di **prodotti realizzati da plastiche riciclate, legno, bio plastiche e da scarto alimentare**. Nel 2021 si registra un sell-out di circa 699.000 € circa.

Giocattoli

Per il mondo giocattoli si è puntato su articoli in legno FSC e vernici atossiche, come nel marchio Melissa & Dough, e su articoli in plastica riciclata, come nel marchio Green Toys.



Mondo scuola: Zaini, Astucci e trolley

Nel mercato zaini, astucci e trolley Conad Nord Ovest ha scelto di collaborare con **fornitori che si avvalgono di tecnologie all'avanguardia per il rispetto dell'ambiente**, come Seven, Invicta e Spirit. Il gruppo Seven, per esempio, si avvale di certificazione dei tessuti in poliesteri riciclati, Global Recycled Standard, il più importante standard internazionale per la produzione sostenibile di indumenti e prodotti tessili realizzati con materiali da riciclo. Gli articoli sono presenti, in base agli spazi disponibili, sui pdv della rete CNO Conad, Superstore e Spazio.

Nel 2021 in termini sostenibili l'azione di Conad Nord Ovest ha consentito di riciclare oltre 100.000 bottigliette per la linea scuola e 350.000 bottigliette per il settore giocattolo.



Mondo Scuola, Cancelleria

Per favorire una scuola "Amica dell'Ambiente" nei punti di vendita è a disposizione un assortimento di prodotti di cancelleria ecosostenibili, realizzati in collaborazione con l'azienda Manslita. Si tratta di referenze realizzate con materiali naturali e completamente riciclabili, utili per sensibilizzare le nuove generazioni al rispetto della natura e dell'ambiente.

Per il segmento cancelleria, Conad Nord Ovest acquista prodotti in bio-plastica e carta. Le circa **200.000 penne in bio-plastica** acquistate da Conad Nord Ovest nel 2021, **hanno comportato un risparmio di: 90 Kg di plastica; 314Kg di Petrolio; 1575L di Acqua; 85,5 KWh; 2,8 tonnellate in meno di Monossido Di Carbonio; 361 tonnellate in meno Anidride Carbonica**.

Nel 2021, sempre con il marchio Mans, sono stati inseriti in assortimento i pastelli in Biofibra, completamente compostabili e biodegradabili, avendo il fusto realizzato con scarti di gambi di colture, gusci di noce, segatura e bamboo.

Per il segmento **Carta da Fotocopie** è stato selezionato un prodotto realizzato con carta da riciclo e da FSC, foreste

controllate e gestite in modo responsabile. La referenza è realizzata con energia prodotta da impianti fotovoltaici nel rispetto di natura e ambiente, che permettono di risparmiare ogni anno 100.000Kg di CO2 e hanno il 100% di riciclo degli scarti produttivi. L'85% dell'energia utilizzata per creare questo prodotto, deriva da Energia Fotovoltaica. L'assortimento di CNO per i prodotti eco-friendly è completato da **Accessori Tecnici** (Marchio ARDA) come squadre, righelli, righe 100% eco-sostenibili in confezioni di carta riciclata, e dai prodotti per classificazione e archiviazione da ufficio in materiale 100% riciclato del fornitore PaperDream.



CERTIFIED BY CONTROL UNION CU10199661

Volantino **digitale**

In un mondo che evolve, per ottimizzare l'efficacia della comunicazione è fondamentale un equilibrio tra strumenti digitali e tradizionali. Il percorso di ottimizzazione del media mix iniziato nel 2021 è un processo continuo, che proseguirà anche nel 2022.

Tra gli strumenti di comunicazione, il più importante è il volantino, che viene diffuso nel bacino di riferimento e disponibile nei punti vendita. Nel 2021 tutta la rete Conad Nord Ovest è stata coinvolta dal ridisegno dei bacini di distribuzione, applicando a ogni punto vendita un metodo omogeneo, innovativo e trasparente che ha permesso di ottimizzare i volumi dei volantini distribuiti per ogni piazza e parallelamente massimizzare la presenza sui canali digitali più rilevanti.

Sono stati fatti investimenti importanti per diminuire l'uso della carta e aumentare la diffusione del volantino digitale: sugli sfogliatori online, su Conad.it e l'app Conad, che totalizzano oltre 1,4 milioni di letture al mese. Inoltre è stata incentivata la diffusione del volantino digitale sui 575 i punti vendita Conad Nord Ovest presenti su Facebook

Questo primo step di lavoro ha permesso di diminuire del 18% la diffusione dei volantini in distribuzione. Al termine del 2021 è stata completata la prima ottimizzazione di tutta la rete, gettando le basi per una revisione periodica dei bacini e una presenza sempre più forte sui canali digitali.

I RISULTATI DELLA FASE 1



Mobilità elettrica

Nel 2021, aderendo appieno al progetto nazionale di sviluppo di mobilità elettrica secondo l'accordo quadro siglato con ENELX (CONAD_ENELX "INSIEME PER L'AMBIENTE"), Conad Nord Ovest ha proseguito la verifica di fattibilità per l'installazione di colonnine di ricarica elettrica presso i parcheggi dei punti vendita dei propri soci. Il progetto prevede l'installazione di infrastrutture di ricarica (IdR) di tipo rapido "JUICEPUMP" con potenza disponibile di 72 kW e due auto in contemporanea in carica: il punto di ricarica è dotato di collegamenti sia in corrente continua (DC, 50 kW, con standard CHAdeMO e CCS-COMBO) sia in corrente alternata (AC, 22 kW). In alternativa a questa tipologia di infrastruttura, il progetto prevede anche IdR di tipo veloce "JUICEPOLE", con due prese capaci di caricare due autovetture contemporaneamente e potenza disponibile di 22 kW ciascuna.



Al 31/12/2021 risultavano funzionanti 36 infrastrutture di ricarica all'interno del perimetro del progetto ENELX e altre 4 su impianti carburante Conad Self 24h, anch'esse di potenza compresa tra i 22 kW e i 50 kW.

Le infrastrutture di ricarica presso soci Conad Nord Ovest hanno permesso di servire oltre 16.495 veicoli elettrici su base annua, con miglior performance di servizio resa dalla infrastruttura di ricarica rapida ubicata nel parcheggio del punto vendita Spazio Conad di Bologna via Larga, che ha segnato a consuntivo 2021 ben 2549 veicoli in ricarica serviti, quasi 7 veicoli ricaricati ogni giorno. **Sempre a consuntivo 2021 sono stati ceduti ai 16.495 clienti oltre 191 MWh di energia per le auto elettriche, un risultato veramente inaspettato che continua a crescere rispetto al passato, quasi triplo rispetto al 2020.** La gestione e le funzionalità delle colonnine di ricarica è a carico di EnelX, che attraverso la carte funzionali Juice-PassCard e l'APP dedicata "JUICEPASS" che permette di attivare o prenotare la stazione di ricarica da parte dell'utente. Le colonnine sono ovviamente fruibili tramite anche tutti gli altri MSP (Mobility Service Provider) secondo le norme di interoperabilità stabilite dalla normativa europea.

Cooperativa	Tipo Colonnina		Totale Complessivo
	Pole Station	Fast Recharge	
CNO	23	13	36
Conad	17	8	25
Conad City	1	-	1
Conad Superstore	4	4	8
Spazio Conad	-	1	1
Conad Self 24h	1	-	1



Il metano arriva in Conad Self 24h

Il 2021 ha visto due nuove importanti aperture del business carburanti a marchio CONAD in Toscana nelle provincie di Grosseto e Livorno.

Nella città di Grosseto è stato inaugurato il secondo impianto cittadino CONAD SELF 24 h, adiacente al nuovo supermercato, sulla Via Scansanese, nella parte est della città. E' stato il primo impianto in Toscana a marchio Conad ad erogare oltre che benzina e gasolio anche il metano in forma compressa CNG. A Cecina (LI), all'interno del retail park Acquerta, è stato inaugurato un impianto carburanti liquidi attrezzato anch'esso per l'erogazione del prodotto gassoso metano compresso CNG.



Ecocompattatori

Sono circa una **cinquantina gli ecocompattatori attualmente in funzione presso i punti vendita della rete Conad Nord Ovest** tramite i quali i clienti hanno la possibilità di conferire nel macchinario bottiglie in plastica (in Pet, polietilenterefalato) e/o dei flaconi di detersivi e alimenti e dei tappi di plastica (in Hdpe, polietilene ad alta densità). A fronte del conferimento di bottiglie o flaconi, l'ecocompattatore eroga un ticket con codice a barre a cui è abbinato un buono spesa da utilizzare in uno dei supermercati a marchio Conad come sconto sullo scontrino.





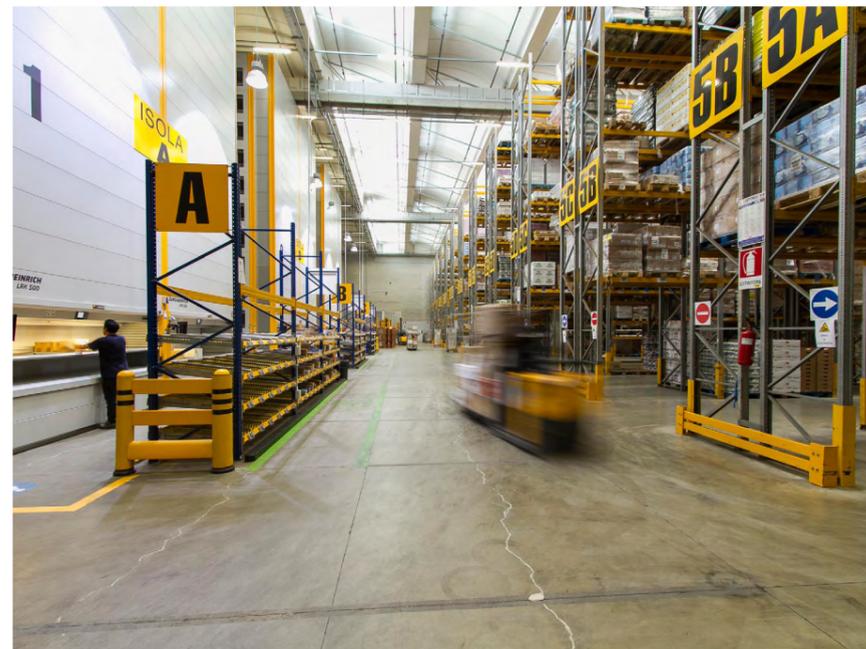
UNA LOGISTICA INNOVATIVA A RIDOTTO IMPATTO AMBIENTALE

Una logistica moderna ed efficiente deve ottimizzare carichi e tratte, sviluppare intermodalità, ricercare opportunità di collaborazione di filiera in cui siano coinvolti tutti gli attori, dai produttori ai trasportatori, dagli operatori logistici ai competitor. Per supportare i Soci e le vendite, tenendo fede all'imperativo di alta qualità del servizio, contenimento dei costi e attenzione alla sostenibilità ambientale, è di vitale importanza una efficace attività progettuale e la gestione di tutto l'attuale network distributivo nell'ottica di innovazione tecnologica e meccanizzazione.

Sono molti i progetti che vedono coinvolto il settore logistico, dall'ampliamento del polo di Montopoli, alla razionalizzazione dei magazzini nel Lazio, alla riqualificazione del polo di Modena, all'ampliamento con ristrutturazione di Monastir e infine, alla costruzione di un nuovo importante polo logistico in Piemonte, baricentrico rispetto all'attuale Ce.Di. di Quiliano.

Ma non basta: Conad ha avviato un progetto molto innovativo che in Italia non ha modelli organizzativi di riferimento: il progetto trasporti inbound, che mira all'ottimizzazione dei flussi di trasporto primari. Questa modalità, attraverso la nuova società Conad Logistics, permette di prelevare direttamente la merce dai fornitori, gestendo centralmente i trasporti dalle aziende ai CeDi delle cooperative. In questo modo si riducono in modo significativo il dispendio energetico e le emissioni di CO2.

Molto elevata dunque è l'attenzione nei confronti dell'ambiente: anche nel 2021 **Conad Nord Ovest ha partecipato attivamente al progetto di rilevazione Impronta Climatica Supply Chain** intrapreso a livello nazionale da Conad, eseguito da Green Router e sottoposto a verifica da parte di Sgs Italia Per le Cooperative associate, il focus è rappresentato dall'area logistica nelle componenti dei Centri Distributivi (Ce.Di), della Distribuzione (trasporto verso i Punti Vendita) e, a partire dal 2021, anche dei Punti Vendita. Si segnala che nel corso del 2021 sono stati attivati 3 nuovi Ce.Di., i centri di Nichelino, San Miniato e Villacidro.



Trasporti con automezzi a metano liquido

Nel 2021 è aumentata la flotta di mezzi alimentati a LNG (Liquefied Natural Gas) con l'introduzione di due nuovi vettori: oltre alle aziende LC3 e Actis Guido, nel 2021 è stata avviata una collaborazione con le aziende LG e Cooperativa Paratori Genova. L'impiego di mezzi LNG, su un totale di circa 5.000 viaggi pari a 1,1 mil di km percorsi, ha **ridotto di circa 140 ton le emissioni di CO2, pari a 182 alberi restituiti all'ambiente, tagliato del 70% le emissioni di ossido di azoto (Nox), pari a 325 auto diesel euro6 in meno nell'am-**

Abbiamo tolto dall'atmosfera tante PM come se avessimo spento l'equivalente di:



-156

CALDAIE A PELLET



+182

ALBERI



-325

AUTO DIESEL EURO 6

biente, e ridotto le emissioni di particolato come se fossero state spente 156 caldaie di pellet di ultima generazione. Inoltre riducono l'inquinamento acustico di circa 4 volte, 5 dB(A), rispetto a un veicolo diesel euro 6. Infine, le sinergie con i trasportatori hanno permesso che i mezzi, sulle ore lavorate, siano stati più produttivi, viaggiando sempre carichi. riportiamo nella tabella il consuntivo dei viaggi effettuati nel periodo dal 01/01/2021 al 31/12/2021 che riepiloga le quantità di CO2, NOx e PM immesse in atmosfera.

Abbiamo ripulito l'aria da Nox come se avessimo tolto dalla strada l'equivalente di:

SINTESI - TOTALE FLOTTA LNG

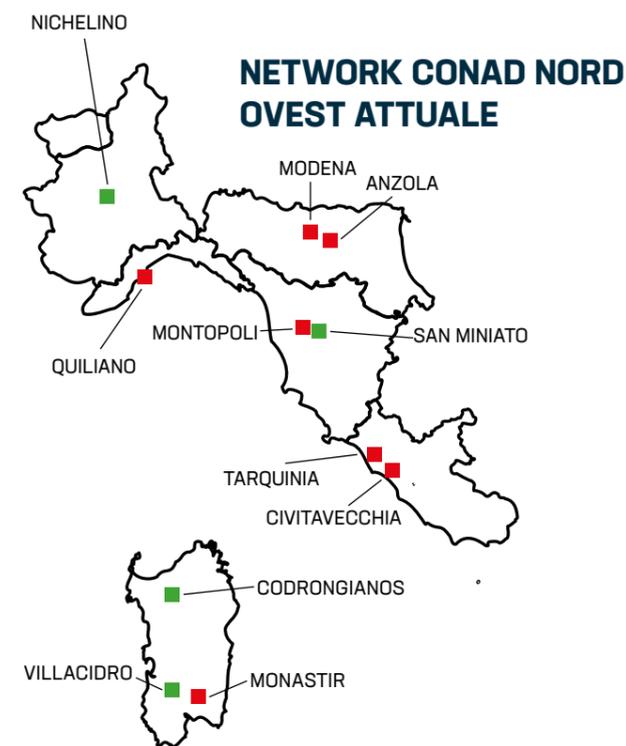
Anno	Km percorsi	N. viaggi	RIF	CO2(Kg)	NOx (kg)	PM (KG)
2021	1.093.711	4.961	Diesel Euro 6	914.342,40	218.742,20	83.605.456,26
			Flotta	774.347,39	63.435,24	3.678.150,09
			Differenza	-139.995,01	-155.306,96	-79.927.306,17

Valori di riferimento	CO2 (Kg/km)	Nox (kg/km)	PM (kg/kg)
Diesel Euro 6	0,836	0,2	76,442
Lng	0,708	0,058	3,363



EFFICIENTAMENTO DEL NETWORK LOGISTICO

Per far fronte all'aumento dei volumi espressi, a seguito della fusione fra Conad del Tirreno e Nordiconad in Conad Nord Ovest nel 2021 sono stati avviati alcuni **interventi di ristrutturazione ed ammodernamento del network logistico**: sono stati inseriti tre magazzini temporanei e precisamente a Villacidro (SU), San Miniato (PI) e Nichelino (TO) per garantire il regolare approvvigionamento dei supermercati. Questi Ce.di consentono un ammodernamento dei magazzini di Monastir e di Montopoli, e l'alleggerimento dei volumi su Quiliano.



DISTRIBUZIONE DA CE.DI. A PUNTI VENDITA

Per quanto riguarda la Distribuzione da Ce.Di. a Punti Vendita, per i circa 15,2 milioni di km percorsi¹, sono state registrate emissioni pari a 21.482 ton CO₂e (il dato finale del 2021 include sia la consegna a punto vendita sia i trasferimenti tra magazzini).

Tabella 1: risultati 2021 di emissioni e consumi del flusso dei trasporti di Conad Nord Ovest.

	Udm	2017	2018	2019	2020	2021	Variazione annua (2021 vs 2020)
Totale emissioni (WtW)	ton CO ₂ e	21.743	22.540	21.494	26.211	27.459	5%
Totale energia consumata (WtW)	GJ	301.744	312.825	298.315	382.201	400.649	5%
Totale emissioni (TtW)	ton CO₂e	17.429	18.066	17.226	20.508	21.482	5%
Totale energia consumata (TtW)	GJ	244.902	253.871	242.078	303.629	318.272	5%
Distanza percorsa a pieno ¹	Km	12.895.566	14.445.623	13.244.405	14.255.672	15.229.699	7%

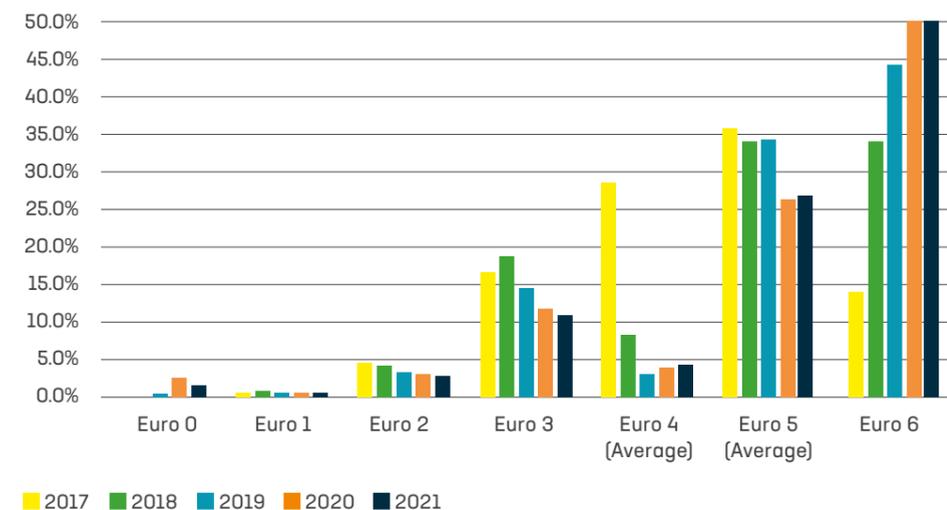
Il risultato 2021 segna un aumento complessivo del 5% delle emissioni di CO₂e di Conad Nord Ovest, aumento meno che proporzionale rispetto all'incremento delle distanze percorse a pieno carico (+7%). Pertanto, **nel corso del 2021 l'indicatore di efficacia nel trasporto stradale migliora passando da un valore di 1,44 kg CO₂e/km del 2020 a 1,41 kg CO₂e/km del 2021.**

¹ Tale distanza rappresenta il totale delle percorrenze a pieno carico effettuate. Nella distribuzione, così come nel rifornimento dei Ce. Di., le percorrenze a vuoto vengono conteggiate nel calcolo delle emissioni ma non presentate nel valore totale delle distanze.

EMISSIONI PARTICOLATO (PMX)

Nel 2021 si è registrata una diminuzione del 7% delle emissioni di PMX, relativamente ai flussi distributivi di Conad Nord Ovest, grazie al progressivo ammodernamento del parco mezzi e il maggior ricorso a mezzi Euro 6 e euro 5. In totale si stima che siano stati emessi 1.816 Kg di PMX nel 2021.

Grafico 1: percentuale di km percorsi per classe Euro per il flusso di distribuzione di Conad Nord Ovest (2017-2021)



-7% di emissioni di PMX nel 2021

² I valori di PMx del 2021 e del 2020 sono calcolati secondo i parametri di emissione HBEFA aggiornati alla versione 4.1.



Un materiale riciclabile per l'avvolgimento dei pallet

Nell'ottica di continuare a ridurre il fabbisogno di plastica dell'intera filiera, nei primi mesi del 2021 la Cooperativa ha intrapreso un progetto che prevede il passaggio da un materiale plastico per fasciare i pallet ad un materiale rinnovabile e completamente riciclabile: "Ecowrap".

La carta elastica Kraft prodotta per lo scopo specifico ha caratteristiche superiori al film in polietilene in termini di resistenza agli urti accidentali e soprattutto costituisce una barriera ai raggi solari. Un progetto che ha visto la luce dopo anni di R&D, dove know-how, tecnologia e sostenibilità si sono incontrate, dando vita ad un'innovazione che ha

la possibilità di rivoluzionare il mondo della logistica. I test effettuati nel corso del primo semestre hanno portato a realizzare "Advantage StretchWrap", una carta pensata appositamente per l'avvolgimento dei pallet (in attesa di brevetto). È in grado di dilatarsi e resistere alle forature, garantendo una protezione robusta delle merci durante il trasporto. **Tale carta, insieme al sistema di avvolgimento per pallet Rocket E-500 dell'azienda ACMI, consente di passare ad una soluzione totalmente riciclabile.** L'attuale standard industriale per l'avvolgimento dei pallet è rappresentato dal film plastico con percentuali limitate di materiale riciclato.

Condivisione di bancali in legno certificato

Da diversi anni, Conad Nord Ovest, grazie alla partnership con Chep e con CPR - fornitori di soluzioni di supply chain per il settore beni di consumo, prodotti freschi e bevande - utilizza il **pallet pooling, ovvero la condivisione con altre aziende dei bancali utilizzati per il trasporto delle merci.** I bancali sono realizzati con legno certificato Pefc e Fsc, e i principali vantaggi sono la riduzione dei rifiuti, perché i bancali rotti o danneggiati non finiscono in discarica, ma vengono riparati con legno certificato, e l'abbattimento delle emissioni dovute al trasporto dei vuoti.

Chep, con il calcolatore certificato dal ministero dell'Ambiente come LCA "Life Cycle Analysis", è in grado di quantificare

i benefici ambientali derivanti dall'utilizzo del suo sistema di pooling rispetto ad altre alternative.

Per quanto riguarda **CPR**, l'analisi dell'impatto ambientale del pallet in legno per il settore ortofrutta ed il circuito interno (magazzino - Pdv), **evidenzia che sono state evitate 1870 tonnellate di CO2, e che la quantità di materia prima vergine utilizzata è stata ridotta del 29% grazie all'utilizzo di materiale recuperato ai bancali**

Concludendo, il pallet pooling su oltre 2,2 milioni di pallet ha permesso di ridurre le emissioni di CO2 nell'ambiente di 3.041 tonnellate all'anno e di salvare 3.949 alberi.



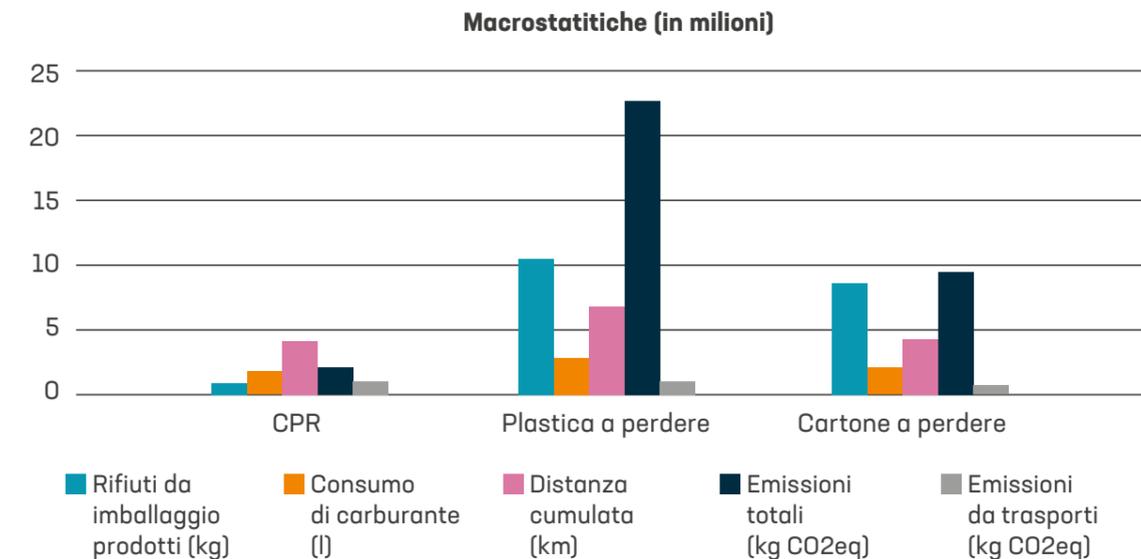
Cassette riutilizzabili in plastica riciclata

L'economia circolare è un modello di produzione e consumo che estende il ciclo di vita dei prodotti per abbattere la quota di rifiuti. Si basa sui seguenti principi: **ridurre** la quantità di risorse della natura utilizzate; **riusare e riciclare**. Conad Nord Ovest, per il contenimento e lo spostamento di ortofrutta e carni, predilige gli imballaggi riutilizzabili in plastica riciclabile, che consentono di sostituire le casse in plastica o in cartone con una cassetta in polipropilene a sponde abbattibili, ad alta resistenza meccanica, riciclabile e riutilizzabile.

Il sistema CPR garantisce un **riutilizzo pressoché continuo**, seguendo un processo che parte dal campo di coltivazione ed arriva direttamente sia ai CeDi, sia ai punti vendita della GDO. Una volta utilizzata nel punto vendita, la cassa viene ritirata da CPR, lavata quando sporca e, se intatta, nuovamente messa a disposizione dal produttore per essere riutilizzata. Se danneggiata, la cassa viene riparata o, nel caso non fosse possibile, viene trasformata in granulo riutilizzabile per creare altre casse.

Macro-statistiche

Valutazione dei KPI logistici e di impatto ambientale della rete con le diverse alternative di imballo. I valori sono riportati in milioni secondo le unità di misura indicate sotto.



Valutazione dell'impatto ambientale delle cassette CPR-CONAD NORD OVEST



Orizzonte temporale: 1 anno

Nel 2021 rispetto alle casse di cartone e a quelle di plastica a perdere, c'è stata una **significativa riduzione sia nei rifiuti da imballaggio prodotti, sia nel consumo di carburante.** Stessa evidenza nella CO2eq risparmiata: rispetto alle casse di plastica a perdere, gli imballaggi riutilizzabili in plastica riciclabile hanno fatto risparmiare **21.326 tonnellate di CO2eq**; il risparmio rispetto all'uso di cassette in cartone è stato di **7782 tonnellate di CO2eq.**



CENTRI DI DISTRIBUZIONE ALL'AVANGUARDIA

I Centri di Distribuzione sono il punto nevralgico della logistica, e la Cooperativa pone grande attenzione al loro impatto ambientale, riservando lo stesso impegno anche alle Sedi.



Relamping



Nel 2021 si è concluso il processo di relamping dell'impianto d'illuminazione di Montopoli iniziato nel 2019 con il magazzino freschi di Montopoli. La classica illuminazione con lampade ad incandescenza o a risparmio energetico a fluorescenza è stata sostituita con illuminazione LED, che garantisce i seguenti vantaggi: i led si accendono automaticamente senza dovere attendere secondi come nel caso delle lampade a fluorescenza; non generano scintille, con maggiore sicurezza all'interno dei magazzini; possono essere installati senza dover modificare gli impianti già esistenti; non contengono gas come fosfori, vapori di mercurio, o sostanze pericolose quali il mercurio, il piombo o qualsiasi altro genere di metallo pericoloso per l'ambiente (suolo o sottosuolo) e per l'uomo stesso. Grazie a tale intervento, **il risparmio complessivo di CO2 è di 7.287 tonnellate** restituendo così all'ambiente l'equivalente di **9.463 alberi**.

Inoltre, nel 2021 è stato realizzato il relamping della Sede Legale di Pistoia, che ha portato un risparmio complessivo di CO2 di **2.297 tonnellate pari ad aver restituito all'ambiente 2.983 alberi**.

Impianti fotovoltaici

Nel 2021, i progetti di efficientamento dei CE.DI hanno riportato risultati importanti: i grandi impianti Fotovoltaici presenti sono stati sempre attivi e performanti e hanno registrato circa **5.7 GWh di energia autoprodotta**. Impianti fotovoltaici sono presenti sui magazzini di: Montopoli, Quiliano, i due magazzini di Civitavecchia, Tarquinia e Monastir.

Emissioni e consumi dei magazzini

Prosegue per il quinto anno consecutivo l'analisi iniziata nel 2017 relativa ai magazzini utilizzati da Conad Nord Ovest.

L'analisi 2021 di Green Router per Conad Nord Ovest include un totale di 12 Ce.Di. per i quali sono state stimate emissioni pari ad un totale di 6.151 ton CO2e.

Tabella 2: emissioni totali 2021 degli edifici logistici Conad Nord Ovest

Ce.Di.	Merceologia	Emissioni totali 2017 (ton CO ₂ e)	Emissioni totali 2018 (ton CO ₂ e)	Emissioni totali 2019 (ton CO ₂ e)	Emissioni totali 2020 (ton CO ₂ e)	Emissioni totali 2021 (ton CO ₂ e)
Anzola	Generi vari	371,3	408,1	355,3	289,09	285,01
Modena	Freschi	745,6	897,4	821,7	661,64	697,13
Quiliano	Generi vari + Freschi	608,7	714,8	584,2	752,54	780,53
Civitavecchia Busnengo	Generi vari	115,0	112,9	114,5	233,96	197,34
Civitavecchia Flores	Generi vari	-	68,5 ³	99,9	96,01	57,94
Codrongianos	Generi vari + Freschi	-	6,5 ⁴	622,7	544,85	643,93
Monastir	Generi vari + Freschi	834,2	803,2	801,8	812,30	1.042,81
Montopoli	Generi vari + Freschi	2.254,6	2.061,8	2.050,6	1.841,77	1.606,99
Tarquinia	Freschi + Surgelati	669,9	658,2	718,1	656,42	621,59
Nichelino	Generi vari	-	-	-	-	45,54
Villacidro	Generi vari	-	-	-	-	124,73
San Miniato	Generi vari	-	-	-	-	47,23
TOTALE	-	5.599,3	5.713,4	6.168,8	5.888,6	6.150,75

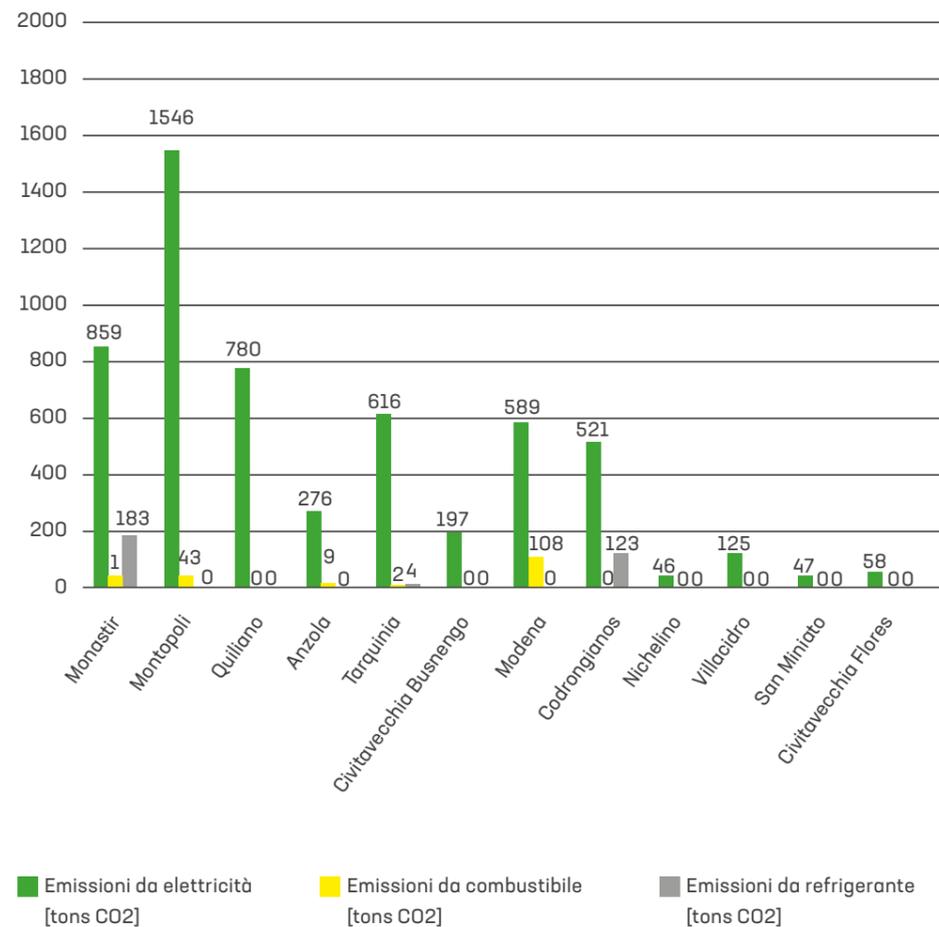
Il 2021 mostra un lieve aumento delle emissioni rispetto al 2020, dovuto principalmente all'aggiunta al perimetro di 3 nuovi Ce.Di (Nichelino, Villacidro e San Miniato), ma questo non inficia sull'indice di intensità delle emissioni nei magazzini (20,0 kgCO2e/m2), che è in miglioramento rispetto al 2020 (22,2 kgCO2e/m2).

Tabella 3: emissioni per superficie 2021 degli edifici logistici Conad Nord Ovest

Ce.Di.	Merceologia	Emissioni totali 2017 (ton CO ₂ e)	Emissioni totali 2018 (ton CO ₂ e)	Emissioni totali 2019 (ton CO ₂ e)	Emissioni totali 2020 (ton CO ₂ e)	Emissioni totali 2021 (ton CO ₂ e)
Anzola	Generi vari	13,4	14,7	12,8	10,4	10,3
Modena	Freschi	56,0	67,4	61,8	49,7	52,4
Quiliano	Generi vari + Freschi	15,3	17,9	14,7	18,9	19,6
Civitavecchia Busnengo	Generi vari	7,7	7,5	7,6	15,6	13,2
Civitavecchia Flores	Generi vari	-	NA	13,3	12,8	7,7
Codrongianos	Generi vari + Freschi	-	NA	17,7	15,5	18,3
Monastir	Generi vari + Freschi	15,2	14,6	14,6	14,8	19,0
Montopoli	Generi vari + Freschi	42,5	38,9	38,7	34,8	28,6
Tarquinia	Freschi + Surgelati	36,6	36,0	39,2	35,9	34,0
Nichelino	Generi vari	-	-	-	-	3,4
Villacidro	Generi vari	-	-	-	-	11,0
San Miniato	Generi vari	-	-	-	-	3,2
TOTALE	-	21,1	25,5	23,3	22,2	20,0

³ Il dato è relativo al periodo di attività giugno-dicembre.
⁴ Il dato è relativo al periodo di attività novembre-dicembre.

Grafico 2: composizione emissioni totali 2021 per Ce.Di. Conad Nord Ovest



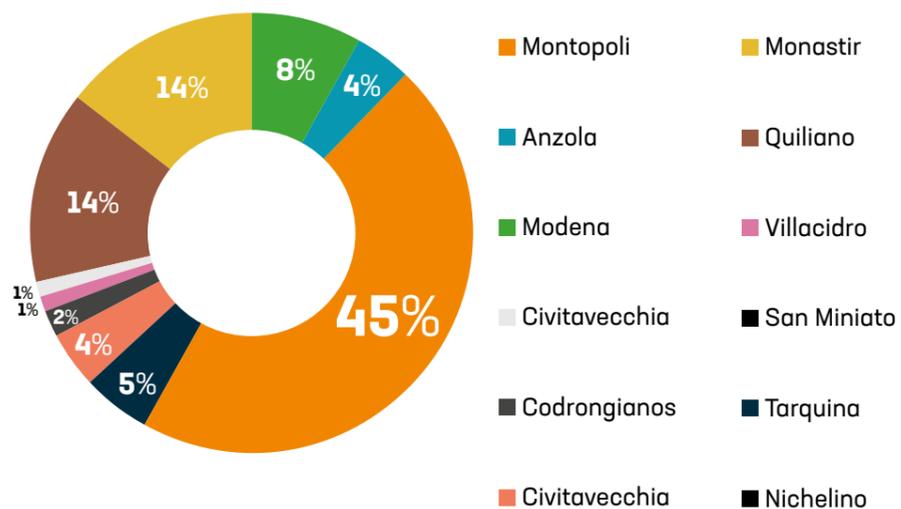
³ Il dato è relativo al periodo di attività giugno-dicembre.
⁴ Il dato è relativo al periodo di attività novembre-dicembre.

Consumo di acqua e produzione di rifiuti

Nel 2021 i 12 Ce.Di. di Conad Nord Ovest hanno consumato 138.320 m3 di acqua, circa il +4% rispetto al 2020. Nello stesso periodo, i Ce.Di. di Conad Nord Ovest hanno prodotto in totale **4.302 tonnellate di rifiuti, di cui circa il 70% è stato avviato a riciclo, con un miglioramento rispetto al 2020**, in cui le tonnellate di rifiuti prodotti sono state 4.520.

Nel grafico seguente vengono rappresentati le quantità di rifiuti prodotti dai diversi Ce.di in percentuale.

Grafico 3: ripartizione percentuale dei rifiuti prodotti nel 2021 fra Ce.Di. Conad Nord Ovest



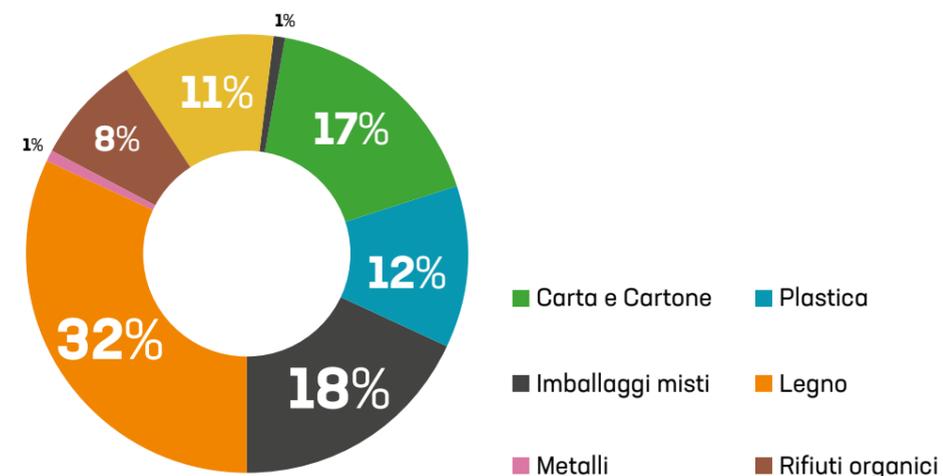
La tabella seguente mostra la ripartizione percentuale della destinazione per le diverse tipologie di rifiuto.

Tabella 4: ripartizione percentuale delle diverse categorie di rifiuti prodotti da Conad Nord Ovest nel 2021 per destinazione

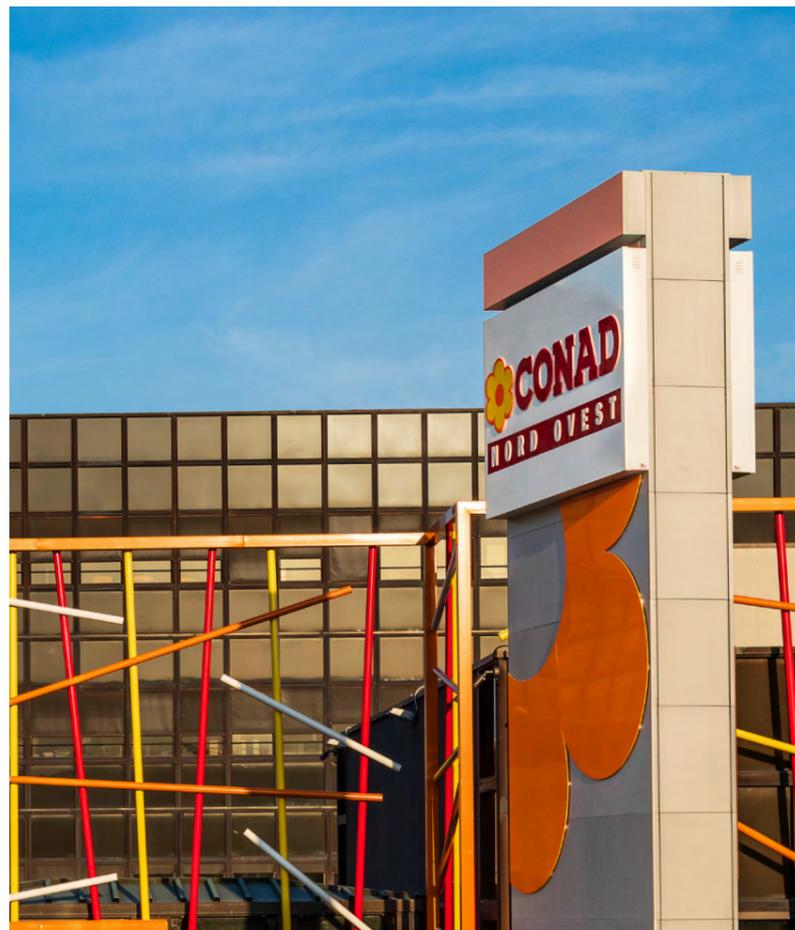
Destinazione rifiuto	Carta e cartone	Legno	Plastica	Rifiuti Organici	Metalli	Rifiuti pericolosi	Imballaggi Misti	Altri rifiuti speciali non pericolosi
Smaltimento in discarica	-	-	1%	7%	-	99%	98%	78%
Riciclo	100%	100%	99%	93%	100%	1%	2%	1%
Riuso	-	-	-	-	-	-	-	0%
Non definito	-	-	-	-	-	-	-	21%

Segue infine la ripartizione percentuale dei rifiuti prodotti dai 12 Ce.Di. Conad Nord Ovest per categoria di rifiuto.

Grafico 4: ripartizione percentuale dei rifiuti prodotti nel 2021 dai Ce.Di. Conad Nord Ovest per tipologia



Efficienze di sede



Riduzione delle stampe nelle sedi

Come politica di contenimento dei rifiuti, si segnala il risultato della riduzione della carta presso le Sedi: grazie alla scelta da parte dell'ufficio tecnico, di un maggior utilizzo della progettazione digitale e della condivisione per email dei progetti, soprattutto di quelli che avrebbero previsto stampe di grandi dimensioni, **la CO2 è stata ridotta del 77%**.

Water station

Nel 2021 presso le sedi di Pistoia e Modena sono state introdotte le "Water Station" per il riempimento di borracce personali o bicchieri biodegradabili che, su stima annua di 84.000 litri di acqua erogati, hanno **evitato l'utilizzo di 168.000 bottigliette in PET**.

L'introduzione del Mobility Manager

La riduzione degli impatti ambientali, sociali ed economici causati dall'utilizzo dei veicoli nel 2021 si è estesa anche all'ambito degli spostamenti tra persone all'interno dell'azienda.

Conad Nord Ovest ha provveduto a identificare un **Mobility Manager**, una nuova figura specializzata nella gestione delle richieste concernenti la richiesta di mobilità e nella promozione della mobilità sostenibile nell'ambito degli spostamenti casa-lavoro del personale dipendente.

Conad Nord Ovest, inoltre, ha redatto il Piano Spostamenti Casa Lavoro - c.d. P.S.C.L. - che comprende anche misure alternative all'uso individuale del veicolo privato a motore come, ad esempio, la messa a disposizione di **auto elettriche, rastrelliere** per favorire l'utilizzo di **biciclette** e spazio dedicato e coperto per l'utilizzo di **motocicli**.

Il documento redatto è finalizzato anche a **una più efficace distribuzione degli utenti del trasporto pubblico locale**, oltre che a realizzare un coordinamento tra gli orari di inizio e termine delle attività economiche, lavorative e gli orari dei servizi di trasporto pubblico locale, urbano ed extraurbano. Il Mobility Manager di Cooperativa, inoltre, cura anche la fase di aggiornamento e monitoraggio del PSCL, in cui viene anche verificata l'efficacia delle misure adottate.

Un progetto speciale per ridurre la plastica - Progetto UTO

Conad Nord Ovest si attiene alle linee strategiche nazionali in materia di sostenibilità ambientale. Tra queste contribuire a sottrarre plastica all'ambiente, un rifiuto certamente pericoloso se smaltito in modo non corretto. In tale direzione, la sensibilizzazione del consumatore è fondamentale e la cooperativa è impegnata direttamente a sostenere il modello di produzione e consumo dell'economia circolare, che implica condivisione, prestito, riutilizzo, riparazione, ricondizionamento e riciclo dei materiali e prodotti esistenti il più a lungo possibile.

Attraverso il sostegno al **progetto UTO - Upcycling the Oceans** - promosso dalla Fondazione Ecoalf, Conad Nord Ovest si pone in prima linea sul fronte della riduzione dei rifiuti marini: questa campagna di tutela del mare, iniziata in Spagna nel 2015 e poi esportata in Thailandia e in Grecia, consiste nella raccolta di rifiuti da parte di pescherecci che escono nel Mediterraneo ogni giorno. **Da metà ottobre 2020, 16 pescherecci della cooperativa di pescatori di Civitavecchia portano a terra tutti i giorni quello che inquina il mare** e che raccolgono nelle loro reti durante la pesca a strascico. I rifiuti vengono raccolti in appositi container e, dopo il triage, il PET recuperato verrà poi trasformato in polimero, in seguito in

filato per poi creare capi e accessori 100% riciclati. **A dicembre 2021 sono stati recuperati 16.976 kg di rifiuti**, di cui 918 kg in plastica e trasformati in filato per la creazione di capi di abbigliamento e accessori ecosostenibili.



Da Ottobre 2020 a Dicembre 2021
ABBIAMO RECUPERATO 16.976 KG DI RIFIUTI IN MARE DI CUI 918 KG DI PLASTICA

Non possiamo più stare a guardare.

Conad, insieme a Fondazione Ecoalf, sostiene i **PESCATORI DI CIVITAVECCHIA**.

CONAD Persone oltre le cose **fundación ECOALF**

NOTA METODOLOGICA DI REDAZIONE DEL BILANCIO

Il Bilancio Sociale di Conad Nord Ovest nasce dalla collaborazione di tutte le funzioni aziendali che, ciascuna per le proprie competenze, hanno raccontato progetti ed esperienze di un anno di lavoro.

IL MODELLO GBS

Il Bilancio Sociale è un documento disgiunto dal Bilancio d'esercizio, pur riprendendone parte delle informazioni economiche necessarie alla determinazione del valore aggiunto creato dall'azienda a favore dei propri stakeholder.

Conad Nord Ovest ha seguito, nella redazione di questo Bilancio Sociale, il modello GBS, elaborato da un gruppo di studio formato da professionisti provenienti dal mondo accademico e della consulenza, con l'obiettivo di offrire una guida sulle finalità e sulle procedure di formazione del Bilancio Sociale. Tale gruppo di studio, costituito nel 1998, presentò, nel 2001, lo standard generale per la redazione del Bilancio Sociale indicandone i soli contenuti minimi, lasciando quindi spazio all'aggiunta d'informazioni facoltative a discrezione delle aziende. Alla scelta del contenuto minimo, che è garanzia di completezza del Bilancio, si è aggiunta, in seguito, la definizione della sua struttura, che è rivolta a tutelare l'uniformità nella presentazione delle informazioni.

Il modello proposto prevede una struttura articolata in 2 parti: 1) identità aziendale; 2) distintività e impegno.

La prima parte fa riferimento all'insieme di condizioni che si riflettono sul modo di essere dell'azienda: scelta degli obiettivi, modalità di realizzazione, rapporto con gli stakeholder. Gli elementi che definiscono l'identità aziendale sono: l'assetto istituzionale, i valori di riferimento, la missione, le strategie e le politiche. Riporta, inoltre, il calcolo e la distribuzione del valore aggiunto, per ancorare il Bilancio Sociale ai dati contabili, i quali hanno una loro autonoma valenza sociale che non traspare dal Bilancio di esercizio e che deve essere comunque esplicitata.

La seconda parte è destinata alla descrizione dei risultati connessi all'attività aziendale.

Gli stakeholder presi in considerazione dal modello sono ad esempio: personale, soci, collaboratori, finanziatori, clienti, utenti, fornitori, pubblica amministrazione, collettività. Quest'ultima categoria comprende, tra l'altro, gli interessi di natura sociale e ambientale. Per ciascun gruppo di stakeholder il bilancio riferisce in ordine alle politiche intraprese e ai risultati attesi, al grado di soddisfazione rilevato rispetto alle aspettative, alle modalità di comunicazione e al livello di conflitto.

VOCI RELATIVE ALLA TABELLA "RIPARTO DEL VALORE AGGIUNTO" PG. 37

REMUNERAZIONE DEL PERSONALE

In tale voce è compresa l'intera spesa per il personale dipendente della cooperativa, compresi i miglioramenti di merito, scatti di contingenza, costo delle ferie non godute e accantonamenti di legge.

REMUNERAZIONE DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Riflette il carico fiscale di competenza dell'esercizio.

REMUNERAZIONE DEL CAPITALE DI CREDITO

In linea con i finanziamenti a medio lungo strutturati per coprire i fabbisogni relativi allo sviluppo effettuato negli anni precedenti.

REMUNERAZIONE DEI SOCI

Comprende le risorse assegnate a titolo di "rapporto negoziato e/o premio fedeltà" collegato alla fedeltà degli acquisti in cooperativa ed ai compensi per le attività promozionali.

Queste risorse sono state vincolate al raggiungimento di obiettivi di natura commerciale e di fidelizzazione dei clienti.

In attuazione di quanto stabilito dall'art. 2545 sexies c.c., l'assemblea dei soci, pur nel doveroso perseguimento dell'interesse sociale (e dunque tenendo conto delle esigenze di sviluppo ed autofinanziamento dell'impresa cooperativa) e proporzionalmente alla quantità e alla qualità degli scambi tra soci e cooperativa, provvede a ripartire tra i soci i ristorni, ad esercizio chiuso ed in sede di approvazione del bilancio.

I ristorni rappresentano una modalità di attribuzione della parte differita del vantaggio mutualistico, a favore del socio ed in ragione del rapporto di scambio sottostante.

Il Ristorno corrisposto ai Soci operatori in relazione alle quantità e qualità degli scambi mutualistici realizzati nell'esercizio 2021, proposto ed in seguito stabilito in sede di approvazione del relativo Bilancio, corrispondente in aliquota allo % calcolato sul valore acquistato in Cooperativa da ogni singolo socio, ammonta a circa milioni di Euro.

REMUNERAZIONE DEI CONSUMATORI

Evidenzia gli interventi promo pubblicitari e di fidelizzazione dei consumatori ad eccezione delle sponsorizzazioni effettuate dalla cooperativa, esplicitate nella voce "remunerazione della comunità".

REMUNERAZIONE DELL'AZIENDA

L'utile realizzato dalla cooperativa è destinato ad incrementare il patrimonio della stessa.

REMUNERAZIONE DELLA COMUNITÀ

Indica le risorse destinate dalla cooperativa, al sostegno di attività sociali, culturali e sportive. Da questo importo sono esclusi gli interventi effettuati dalla rete di vendita associata che ha un rapporto diretto con la comunità e che non trovano manifestazione economica all'interno del bilancio di Conad Nord Ovest.

NOTA METODOLOGICA DI GREEN ROUTER PER IL CALCOLO DELL'IMPATTO CLIMATICO DELLA SUPPLY CHAIN

1/ SCOPE OF REPORTING (AMBITO)

Il progetto riguarda le emissioni clima alteranti, afferenti alla Supply Chain Conad sul territorio nazionale italiano e precisamente:

- I flussi dei Prodotti a Marchio (PAM o MDD) dalle fabbriche di produzione ai magazzini gestiti da Conad sul territorio nazionale
- I flussi di distribuzione dai Centri Distributivi (Ce.Di.) delle Cooperative ai Punti Vendita, che includono Prodotto a Marchio e merce di fornitori terzi
- I magazzini centrali (c.d. Hub del PAM) e i Ce.Di. delle Cooperative
- I PdV delle Cooperative.

Sono stati presi in considerazione i dati degli anni 2021, 2020, 2019, 2018, 2017 per il trasporto, degli anni 2021, 2020, 2019, 2018 e 2017 per i magazzini.

Dettaglio del perimetro dell'analisi

Per quanto attiene a Conad Nord Ovest, l'analisi rientra nel perimetro della Supply Chain gestito direttamente e comprende:

- I trasporti relativi ai flussi di distribuzione verso i Punti Vendita della Cooperativa, che includono Prodotto a Marchio e merce di fornitori terzi
- I magazzini (Ce.Di.) di Anzola, Modena, Quiliano, Civitavecchia (2 Ce.Di.), Monastir, Montopoli, Tarquinia, Codrongianos e le nuove aperture 2021: Nichelino, Villacidro e San Miniato.
- I PdV della Cooperativa.

2/ SCOPE OF EMISSIONS

I valori di emissioni presentati nel presente documento all'interno del perimetro descritto nei paragrafi precedenti afferiscono:

- Per i trasporti interamente allo Scope 3
- Emissions from outsourced activities, così come definito da The Greenhouse Gas Protocol (GHGP)
- Per i magazzini allo Scope 1 e 2

3/ SCOPE OF ACTIVITIES

I valori di emissioni presentati nel presente documento all'interno del perimetro descritto nei paragrafi precedenti afferiscono alla categoria Trasporto e Stoccaggio.

4/ SCOPE OF SUPPLY CHAIN

I valori di emissioni presentati nel documento all'interno del perimetro descritto nei paragrafi precedenti considerano la porzione di Supply Chain Conad riferita a: Prodotto a Marchio per Conad Nazionale (inclusi i prodotti di fornitori terzi per Conad Logistics), Prodotto a Marchio e prodotto di fornitori terzi per la distribuzione delle 5 Cooperative.

Gli indicatori

I dati sono presentati impiegando diverse tipologie di indicatori, secondo le linee guida del "The Consumer Goods Forum":

- Emissioni totali: l'indicatore principale è il valore di emissioni di CO2e Tank-to-Wheel
- Indicatori di efficacia, che misurano le performance unitarie di emissione, in modo da rendere confrontabili periodi e perimetri di analisi differenti: il valore totale delle emissioni è rapportato, ad esempio, alle distanze percorse, alle tonnellate di merce trasportata oppure alle superfici servite.
- Indicatori di efficienza, che misurano quanta CO2e è stata emessa per ciascuna tonnellata di prodotto trasportato per 1 km.

Coordinamento editoriale

Hill+Knowlton Strategies

Progetto grafico e impaginazione

Rocco Malatesta per Hill+Knowlton Strategies

Fotografie

Archivio Conad Nord Ovest

Stampa

Nuova Fag litografica S.r.l., Pistoia

Pistoia, giugno 2022

Il documento è disponibile anche in versione elettronica sul sito internet www.conad.it nella sezione Cooperative, Conad Nord Ovest.



Conad Nord Ovest s.c.
Sede Legale: Via Bure Vecchia Nord 10
Loc. Sant'Agostino - 51100 Pistoia
www.conad.it