



**BILANCIO
SOCIALE
2021**

Indice

Lettere agli stakeholder	4
Introduzione e indicazioni per la lettura	8
La mappa degli stakeholder	9
01. IDENTITÀ	10
02. SOCI	34
03. DIPENDENTI	40
04. CLIENTI E CONSUMATORI	48
05. FORNITORI	64
06. AMBIENTE	70
07. TERRITORIO E COMUNITÀ	80



SOSTENIBILITÀ AL CENTRO





Ivano Ferrarini

Amministratore Delegato

Il sostegno alle comunità è uno dei pilastri della strategia di sostenibilità dell'Insegna Conad; nel corso del 2021 abbiamo vissuto mesi altalenanti, la fine della pandemia è sembrata vicina per poi allontanarsi di nuovo generando un clima di estrema incertezza. In un momento così difficile Conad ha saputo dare risposte concrete ai suoi Clienti, con iniziative a sostegno del potere d'acquisto delle famiglie (per esempio "Bassi e Fissi") e con numerose attività nel sociale a supporto dei cittadini più fragili.

Conad Centro Nord ha registrato risultati di vendita molto positivi, soprattutto considerato l'andamento eccezionale delle vendite dell'anno precedente che rifletteva l'aumento esponenziale dei consumi domestici a causa delle restrizioni Covid.

Le difficoltà del quadro economico attuale stanno mettendo a dura prova l'intero sistema economico; oggi abbiamo il dovere di rispondere in maniera forte allo scenario che si sta delineando, tanto più in un periodo in cui l'inflazione sta condizionando i consumi degli italiani.

Abbiamo messo al centro del prossimo Piano Strategico della Cooperativa la sostenibilità, declinata in tutte le dimensioni possibili; per garantire a Conad Centro Nord uno sviluppo costante e sostenibile dovremo realizzarlo con le nostre forze e con comportamenti coerenti e ispirati dai nostri valori.

Il Piano Strategico che guiderà le nostre azioni per la crescita di Conad Centro Nord è particolarmente ambizioso e ha fra i suoi obiettivi il miglioramento della produttività dei punti vendita, il rafforzamento della solidità economica finanziaria della Cooperativa e delle imprese dei suoi Soci, infine, il rispetto e la tutela dell'ambiente in tutte le scelte che faremo, in campo commerciale, logistico, immobiliare.

Oltre allo sviluppo realizzato con le nuove aperture dovremo al più presto mettere in campo una serie di soluzioni per contrastare la crescita esponenziale dei costi energetici, rinnovando impianti e attrezzature e promuovendo la diffusione di comportamenti virtuosi orientati alla minimizzazione degli sprechi.

Dovremo poi concentrarci sulla crescita professionale delle persone per poter disporre di una «classe» di imprenditori e di store manager di alto valore, coerenti per comportamenti e in grado di rendere la nostra Cooperativa il punto di riferimento del mercato per successo economico e reputazionale nei territori in cui operiamo.



COESI E ALL'ALTEZZA DELLE SFIDE





Luca Signorini

Presidente

Concludo il primo anno del mio mandato da Presidente di Conad Centro Nord fiero di rappresentare una Cooperativa solida, attenta ai bisogni della società e riconosciuta come interlocutore di spessore a tutti i livelli.

Le donne e gli uomini di Conad Centro Nord firmano i successi quotidiani della Cooperativa con la loro professionalità, la capacità di collaborare e sostenersi in ogni situazione e con la loro umanità.

Abbiamo continuato a crescere sviluppando la rete e aumentando ulteriormente la quota di mercato in Lombardia; ora dovremo essere all'altezza delle sfide che ci pone la situazione economica, quindi dovremo innanzitutto rendere più competitiva e produttiva la rete esistente. Il sistema valoriale a cui da sempre si ispira il socio Conad ha retto all'urto di una pandemia, è compatto di fronte all'incerto scenario attuale e garantisce al sistema una crescita che include, perché fa progredire le comunità, in particolare guardando ai giovani.

Allo stesso modo noi Soci più esperti dobbiamo affiancare i Soci di domani, supportandoli e trasferendo loro le competenze tecniche, gestionali e relazionali necessarie ad operare in un sistema complesso. Sarà fondamentale nei prossimi anni essere d'esempio per i Soci più giovani, per assicurarci un ricambio generazionale nel solco dei valori fondanti di Conad.

Si è visto negli ultimi dieci anni, in occasione di grandi operazioni di solidarietà (a partire dal terremoto del 2012 nei territori emiliani) che quando siamo coesi otteniamo risultati straordinari.

Con questa convinzione abbiamo coinvolto tutti i Soci consiglieri nei gruppi di lavoro per l'elaborazione del Piano Strategico insieme ai manager della tecnostuttura; questa sinergia ha contribuito a scrivere il capitolo di domani della Cooperativa che si avvia a celebrare il sessantesimo anno di attività e che ci fa dire, orgogliosi, che in un mondo che divide, la margherita di Conad unisce.

A handwritten signature in black ink, reading 'Luca Signorini'.

Introduzione e indicazioni per la lettura

Quella che proponiamo è un'overview sulle attività del 2021 di Conad Centro Nord nell'ambito della Responsabilità Sociale.

Il documento è diviso in due parti: nella prima ripercorreremo in breve l'identità della Cooperativa: la Mission, gli organi societari, gli strumenti di governo, la storia che ha portato all'attuale assetto del Gruppo e i caratteri dell'impresa, con una panoramica sull'evoluzione della rete di vendita e sui risultati economici del Gruppo. Nella seconda scopriremo le attività e i progetti di Conad Centro Nord nell'ambito della Responsabilità Sociale per l'anno 2021.

Il criterio adottato, per fornire al lettore una facile guida alle attività, è quello dell'analisi per stakeholder. Questo criterio è per noi il più funzionale per un duplice ordine di motivi:

- è pratico e ci consente di rivolgerci, per le attività di rendicontazione, direttamente ai dipartimenti e ai responsabili delle singole attività, già clusterizzati per competenze;
- è "caldo" perché ci dà modo di ascoltare, spesso dalla viva voce dei responsabili di progetto, i limiti e gli orizzonti, gli sviluppi a breve e le potenzialità a medio termine di ogni attività.

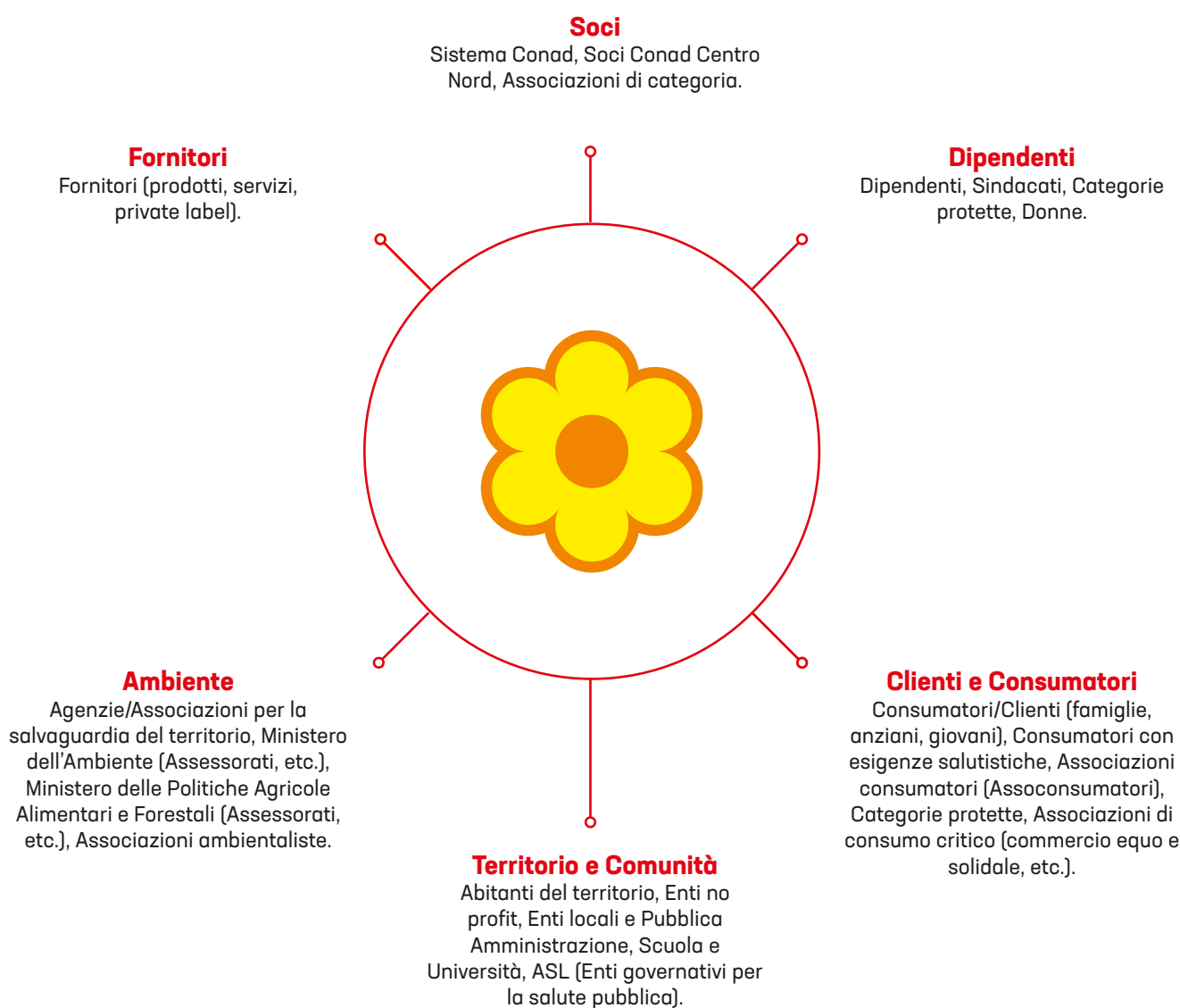
Questo Bilancio è stato redatto da un gruppo di lavoro coordinato dalla Direzione risorse umane, comunicazione interna e relazioni sociali (Marcello Tedeschi, Giulia Poli), con il contributo di:

- Federica Palermi, Giancarlo Tedeschi - Direzione marketing e commerciale;
- Luca Bonacini, Alessandro Guberti, Francesco La Rocca - Direzione sviluppo e patrimonio immobiliare;
- Francesca Benedetti, Luca Burani, Lisa Solari - Direzione risorse umane, comunicazione interna e relazioni sociali;
- Veronica Corchia, Serena Vettori - Direzione generale;
- Rita Costa - Direzione amministrazione, finanza e società intermedie;
- Marco Portioli - Direzione pianificazione e controllo di gestione;
- Mario Tagliati, Vincenzo Vecchi - Direzione logistica.

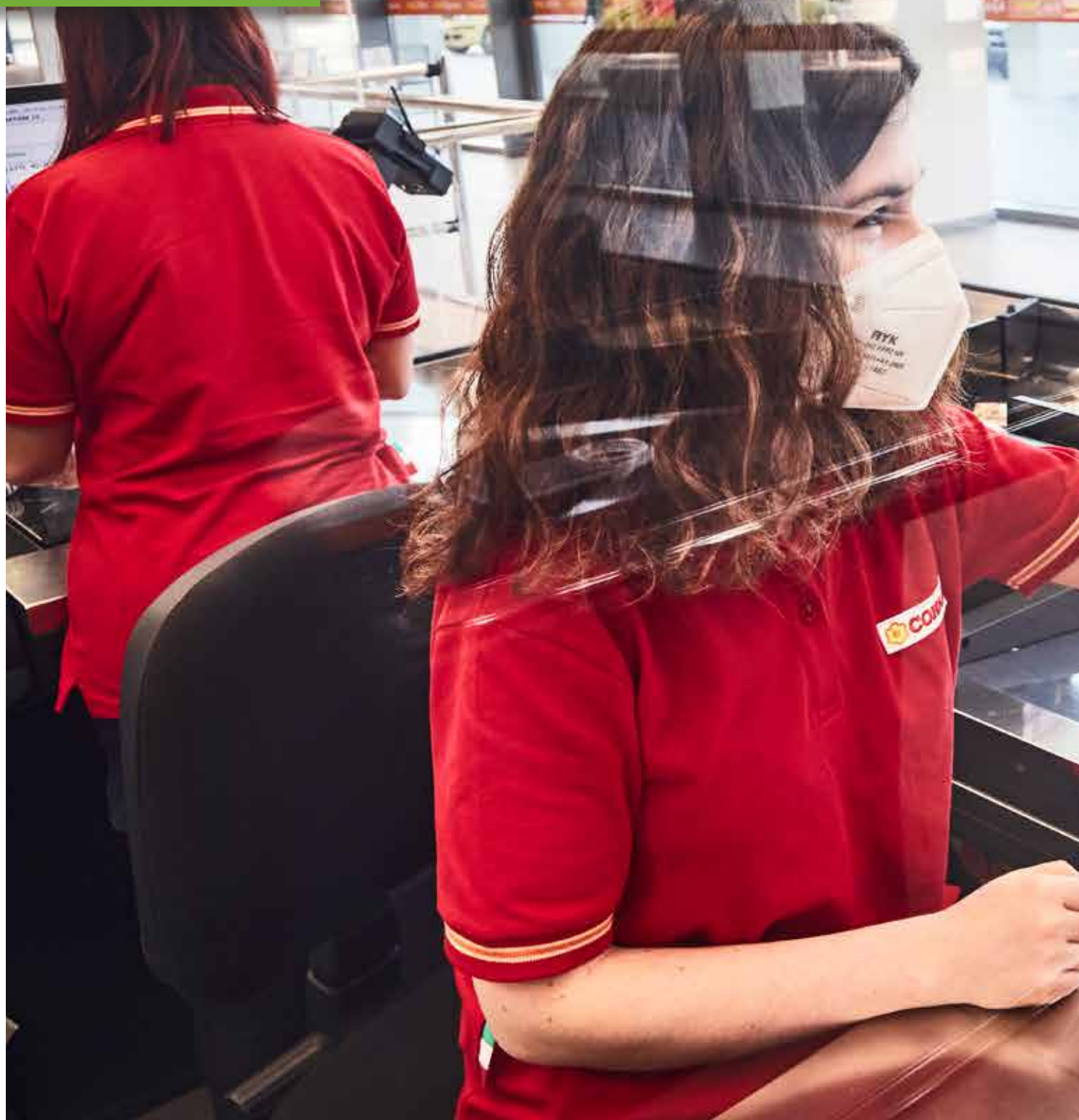
La mappa degli stakeholder

Proponiamo di seguito la mappatura degli stakeholder della Cooperativa. Questo criterio di analisi ci servirà per una lettura più chiara e sintetica del Bilancio nelle sue diverse parti.

Il presidio della CSR si articola attraverso il coinvolgimento di sei aggregati di stakeholder. Ciascun gruppo racchiude diversi portatori di interesse.



01. IDENTITÀ





Aspetti istituzionali e organizzativi

La Mission e il sistema di CSR

Fin dai suoi primi passi in fatto di Responsabilità Sociale, Conad Centro Nord ha dato ampio spazio al concetto di mutualità come impegno prioritario dell'organizzazione. Nel corso degli anni si è arrivati a formulare una sintesi degli obiettivi dell'organizzazione: essere un punto di riferimento stabile e affidabile per le comunità dei territori in cui operiamo, costruendo e sviluppando nel tempo un "sistema di mutualità" in grado di valorizzare il contributo di tutti gli attori economici e sociali coinvolti.

Questo è l'impegno di lungo termine, quello che definisce "stabilmente" ciò che Conad Centro Nord intende essere e fare. Se l'orizzonte tem-

porale si accorcia, ecco che l'obiettivo assume un carattere ancora più pratico: raggiungere e mantenere nel tempo una posizione di leadership nei territori in cui operiamo ed essere riconosciuti come punto di eccellenza del Sistema Conad, sviluppando un "modello d'impresa" caratterizzato da imprenditorialità diffusa, capacità di innovazione e progettualità.

Le politiche di CSR sono funzionali a questi obiettivi e danno sempre nuovo impulso alle principali attività della Cooperativa; è inevitabile che un sistema valoriale che sottolinea l'importanza dei territori e della mutualità diffusa faccia assumere alla Responsabilità Sociale un ruolo primario.

Governance

LA GOVERNANCE DEL SISTEMA

La governance di Conad Centro Nord deve innanzitutto tenere conto del fatto che la Cooperativa fa parte di un "sistema", cioè di un insieme di imprese che hanno deciso di mantenere tra di loro relazioni molto forti, al punto di costituire un momento istituzionale di coordinamento e integrazione, rappresentato dal Consorzio Nazionale Conad, che a sua volta possiede una specifica forma di

corporate governance. Ogni Cooperativa che fa parte del Sistema Conad è autonoma e possiede i propri organi di corporate governance, eppure nel momento in cui queste Cooperative hanno dato vita al Consorzio Nazionale, hanno (coscientemente) ceduto in parte questa loro autonomia per raggiungere determinati e comuni obiettivi.

LA GOVERNANCE DELLA COOPERATIVA

Il sistema di governo di Conad Centro Nord si basa sulla partecipazione attiva dei suoi associati a tutti i livelli decisionali e in collaborazione con il management. Gli organi istituzionali sono: l'**Assemblea dei Soci**, il **Consiglio di Amministrazione**, il **Collegio Sindacale** e le **Commissioni**.

Nel corso del 2019 è stato adottato un nuovo statuto. Conad Centro Nord ha infatti accolto la richiesta del Consorzio Nazionale Conad di uniformare gli statuti di tutte le Cooperative aderenti al Consorzio. Sempre per aderire alle indicazioni ricevute dal Consorzio Nazionale, Conad Centro Nord ha ritenuto corretto modificare parzialmente la propria governance, individuando un proprio

Amministratore Delegato, identificato nel Direttore Generale, che per questo è stato nominato Amministratore componente del Consiglio di Amministrazione, conservando comunque il ruolo di Direttore Generale.

Il Consiglio di Amministrazione ha inoltre approvato l'attribuzione di deleghe ad un Comitato Esecutivo, per rendere più snello ed efficace il processo decisionale, scelta resa opportuna in considerazione delle dimensioni raggiunte dalla Cooperativa. Le deleghe di poteri conferite riguardano i principali aspetti gestionali che non siano di competenza del Direttore Generale e della Tecnostuttura.

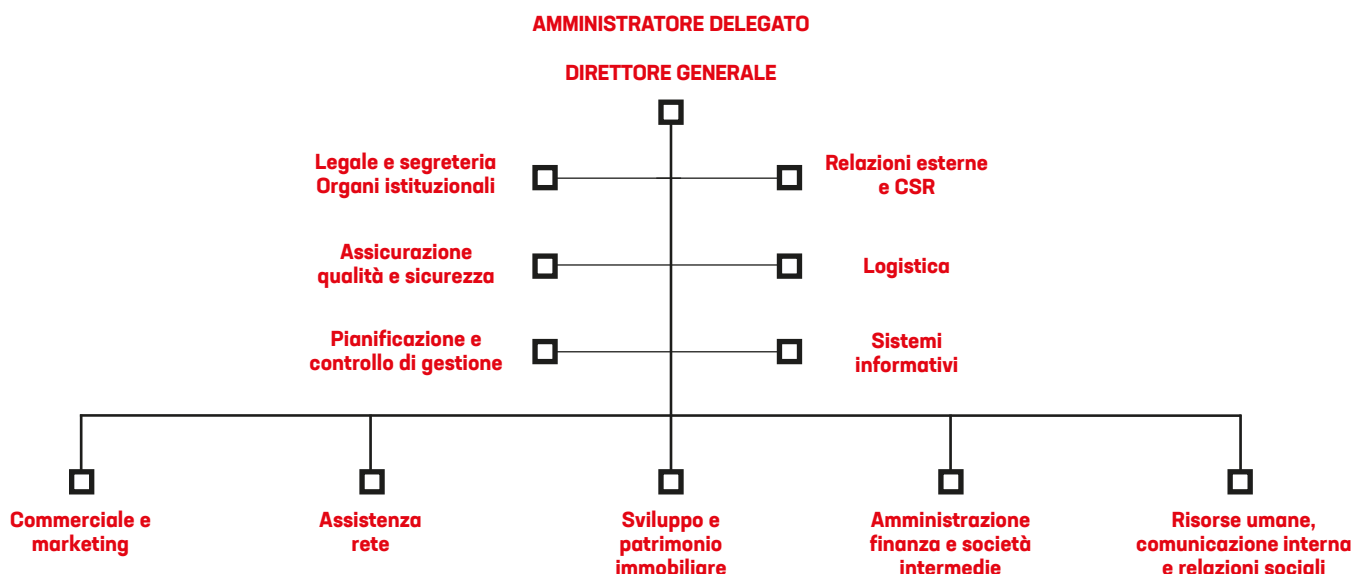
COMMISSIONI

In Conad Centro Nord operano 13 Commissioni che svolgono un ruolo cruciale nel quadro del sistema di governance. Tutte le Commissioni hanno un ruolo consultivo. Le Commissioni sono istituite dal Consiglio di Amministrazione per favorire il costante dialogo tra Consiglio di Amministrazione, Soci e tecnostuttura, mediante un utile scambio di informazioni e competenze. I componenti del-

le Commissioni sono: Consiglieri, Soci, manager della tecnostuttura, personale di punto vendita (esperti del mestiere, coinvolti in virtù del contributo che possono dare nelle commissioni commerciali di settore). Per tutte le Commissioni è prevista la turnazione di almeno il 25% dei membri a ogni rinnovo delle cariche.

ORGANIZZAZIONE

L'organizzazione di Conad Centro Nord è fondata su di un classico disegno funzionale, rappresentato nella figura seguente:



L'assetto organizzativo è, come si vede, disegnato sulle "grandi funzioni" che definiscono le principali responsabilità manageriali. Ecco perché si parla di un assetto "tipicamente funzionale". Nel disegno precedente è stato tuttavia messo in rilievo, per semplicità, unicamente l'assetto apicale. Ognuna delle Direzioni indicate è infatti articolata in aree e uffici, con diversi livelli di responsabilità. Obiettivo comune per la Direzione Operativa di Co-

nad Centro Nord è garantire la massima produttività ai punti vendita; in questo giocano un ruolo fondamentale la proposta commerciale, una corretta canalizzazione, il livello di servizio e la professionalità delle persone.

La Cooperativa oggi ha un assetto che garantisce vicinanza e assistenza alla rete di vendita, facilitata anche dall'utilizzo di nuovi mezzi di comunicazione fra la sede centrale e i supermercati.

Codice Etico e sistema dei controlli

Conad Centro Nord ha adottato il Modello di Organizzazione e Gestione ai sensi del D.Lgs. 8 giugno 2001 n. 231, al fine di esonerare la Società dalla responsabilità amministrativa per gli illeciti (contro la Pubblica Amministrazione, societari, contro l'industria e il commercio, in violazione delle norme sulla sicurezza sul lavoro, ambientali, etc.) commessi da Amministratori e dipendenti nell'interesse o vantaggio della stessa.

L'adozione del Modello è stata assunta nella convinzione che tale strumento, oltre a realizzare la condizione esimente dalla responsabilità stabilita dal Decreto, possa migliorare la sensibilità dei dipendenti - e di tutti coloro che operano per con-

to della Società - sull'importanza di conformarsi, non solo a quanto imposto dalla vigente normativa, ma anche ai principi deontologici a cui si ispira Conad Centro Nord in tema di legalità, correttezza e trasparenza.

Contestualmente all'adozione del Modello, il Consiglio di Amministrazione ha nominato l'Organismo di Vigilanza, con il compito di vigilare sull'efficacia e sul funzionamento del Modello e dei protocolli di prevenzione dei reati in esso contenuti, secondo quanto prescritto nel Decreto.

Gli organi di controllo sul funzionamento della Cooperativa, oltre a quelli previsti dalle leggi e dallo Statuto, sono in Conad Centro Nord integrati dal

Codice Etico: uno strumento di governo che ha lo scopo di rendere meno “tecnica” e più “mutualistica” l’attività di controllo.

Si tratta di una particolarità che deve sviluppare, assieme ad altre istanze, la partecipazione e la responsabilità dei Soci.

In sostanza, Conad Centro Nord ha adottato sia un Codice ai sensi della CSR (con un contenuto essenzialmente etico e strettamente connesso al perseguimento della strategia), sia un Codice ai sensi del D.Lgs. 231, per il quale sono state assegnate le deleghe con uno scopo più di tipo norma-

tivo, di garanzia per gli Amministratori e i terzi, e definiti i corretti ambiti di responsabilità fra struttura e Consiglio di Amministrazione.

Tra i due documenti, come è necessario, vi è stretto collegamento e sostanziale coincidenza.

Nel corso del 2021 sono state inserite alcune integrazioni nel Codice Etico (non modifiche sostanziali), come richiesto da Conad Nazionale in ottemperanza alle regole del Sistema. La Cooperativa ha inoltre nominato un Responsabile Etico che collabora con l’Organismo di Vigilanza.

IL CODICE ETICO NELLA GOVERNANCE DI CONAD CENTRO NORD

Il Codice Etico ha segnato un importante momento di passaggio nello sviluppo della Responsabilità Sociale di Conad Centro Nord. Il Codice è costituito da 36 articoli, suddivisi in quattro sezioni:

1. “Principi e generalità”;
2. “Le responsabilità del Socio”;

DOVERI DEL SOCIO

- Nel rispetto dei consumatori, produrre valore per sé e sviluppo per la propria impresa;
- garantire ai consumatori la massima qualità e sicurezza dei prodotti e dell’ambiente di vendita;
- partecipare al governo della Cooperativa, consapevoli che essa sia fattore di sviluppo e crescita per la singola impresa Conad e complessivamente per il Sistema;
- assieme agli altri Soci, investire nella nascita di nuove imprese associate a Conad, dimostrando

DOVERI DELLA COOPERATIVA

- Migliorare reddito e sviluppo dei Soci e la loro capacità di soddisfare i consumatori;
- produrre in Cooperativa la ricchezza sufficiente per sostenere l’avvio di nuove imprese al dettaglio tra persone;
- garantire ai consumatori - con l’impegno dei singoli Soci - la massima qualità e sicurezza di prodotti;
- partecipare allo sviluppo civile e sociale delle comunità dove si lavora, legando la crescita delle imprese associate a quella del loro territorio;
- valorizzare tra tutti - Soci e dipendenti - le ma-

3. “Le responsabilità della Cooperativa”;

4. “L’attuazione del Codice”.

In capo al Codice, in modo sintetico, sono formulati gli impegni fondamentali delle due grandi categorie di soggetti ai quali il Codice è indirizzato: i Soci da un lato e la Cooperativa dall’altro.

il valore imprenditoriale della proprietà condivisa;

- accrescere le componenti etiche e professionali del lavoro per trasmettere la cultura di Conad alle risorse umane della propria impresa e sostenere la nascita di nuovi imprenditori associati;
- partecipare e sostenere lo sviluppo civile e sociale delle comunità in cui si lavora.

nifestazioni di responsabilità individuale e la capacità di collaborare. Accrescere le componenti professionali e imprenditoriali del lavoro;

- promuovere la proprietà diffusa dei punti vendita e la loro appartenenza all’insegna Conad, dimostrando il valore imprenditoriale della proprietà condivisa.

In ragione di uno specifico dispositivo contenuto nel Codice stesso, alcuni degli articoli sono stati nel tempo corretti e adattati.

Il Sistema Conad

I protagonisti del Sistema (al contempo istituzionali e imprenditoriali) sono tre:

A) Il Consorzio Nazionale Conad:

- coordina le strategie di Sistema;
- promuove l'innovazione;
- tiene le relazioni con i partner europei.

Per realizzare compiutamente questi obiettivi generali svolge alcuni essenziali servizi:

- accordi commerciali generali con i grandi fornitori;
- politiche di marketing;
- realizzazione dei prodotti a Marchio Conad;
- comunicazione istituzionale.

B) Le 6 Cooperative:

- sostengono l'attività imprenditoriale dei Soci con servizi commerciali, di marketing, di logistica e distribuzione, di formazione, di innovazione tecnologica, consulenze per apertura e gestione dei punti vendita;
- collaborano con i Soci nei programmi di sviluppo della rete di vendita;

- partecipano all'elaborazione delle politiche nazionali nel Consorzio Nazionale e nell'Associazione di sistema (ANCD, Associazione Nazionale Cooperative Dettaglianti).

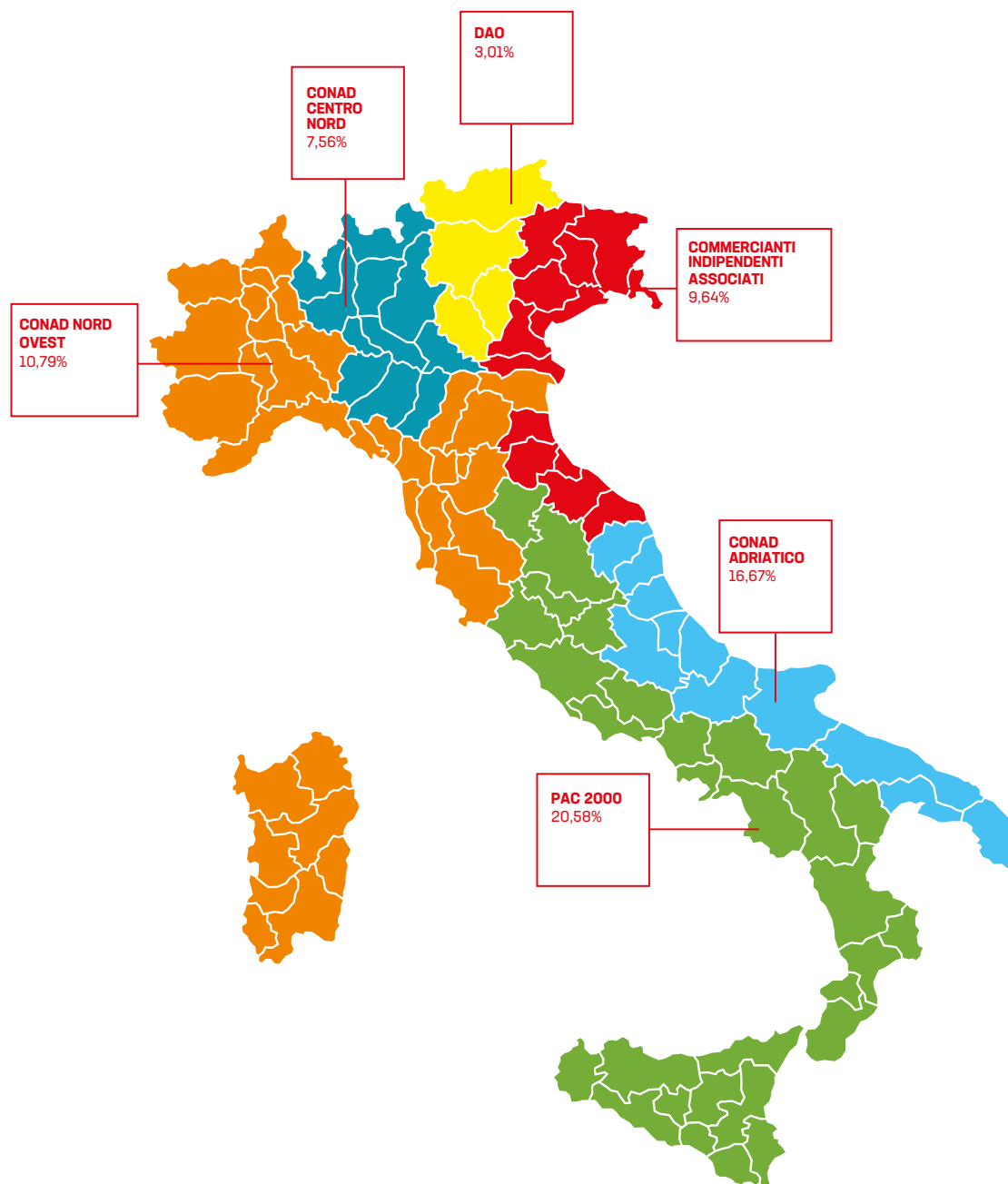
C) I Soci:

- sono proprietari e gestori delle strutture di vendita;
- presidiano il mercato locale e le relazioni sul territorio;
- partecipano alla definizione delle politiche della Cooperativa.

Questo modello organizzativo raggiunge al contempo due scopi fondamentali:

- garantisce la massa critica a livello nazionale;
- garantisce il rapporto con il territorio, cioè con il contesto sociale in cui il Cliente vive e opera.

Distribuzione territoriale e quota di mercato delle 6 Cooperative su zone

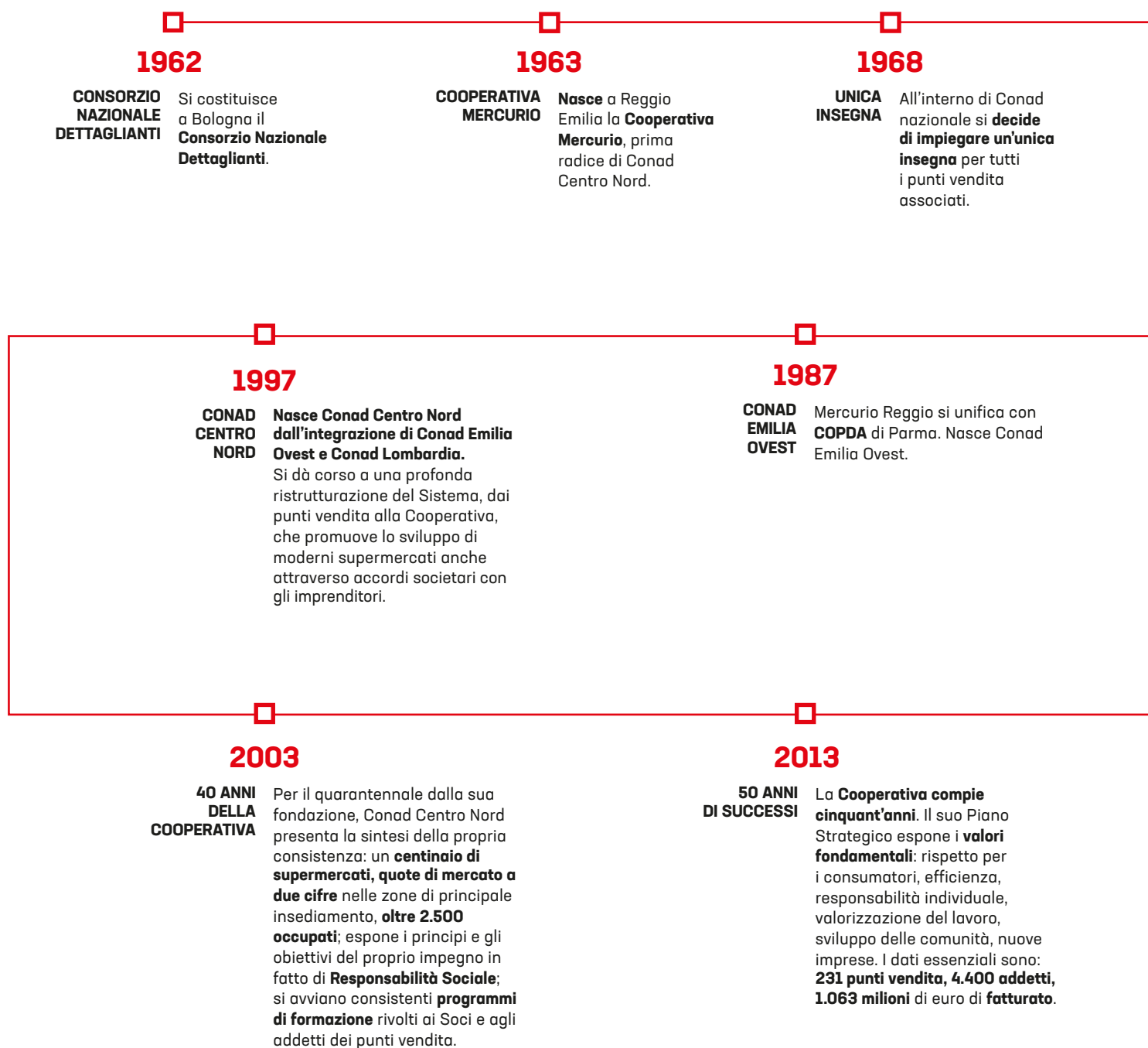


In 13 province sono presenti punti vendita di Cooperative diverse, ma il dato della quota di mercato per le aree condivise è puntuale.
Fonte: Guida Nielsen Largo Consumo, II semestre 2021.

La storia in sintesi

Per offrire un quadro d'insieme dei momenti salienti che hanno generato l'assetto odierno della Cooperativa, riportiamo di seguito la timeline delle

principali tappe che ne hanno caratterizzato lo sviluppo.



1973

ASSOCIAZIONE NAZIONALE COOPERATIVE FRA DETTAGLIANTI

Si costituisce l'Associazione Nazionale Cooperative fra Dettaglianti, l'**ANCD** (fino ad allora, la rappresentanza era stata fornita dall'associazione delle cooperative di consumatori).

1976

REGGIO EMILIA, PARMA E PIACENZA

Si consolida la relazione tra le Cooperative di dettaglianti di **Reggio Emilia, Parma e Piacenza** con alcune prime integrazioni.

1982

IL RILANCIO DI MERCURIO

In giugno, **un incendio distrugge il magazzino di Mercurio** di Reggio Emilia; i Soci, anche con l'aiuto delle altre cooperative di dettaglianti, garantiscono la continuazione dell'attività e il rilancio della Cooperativa.

1979

CONAD LOMBARDIA

Anche in territorio lombardo si avviano processi di integrazione, che nel giro di una decina d'anni porteranno alla costituzione di **un'unica Cooperativa: Conad Lombardia**. Contemporaneamente, in territorio emiliano procede la qualificazione dei punti vendita, con l'apertura di diversi supermercati.

2019

ACQUISIZIONE RETE AUCHAN ITALIA

Conad diventa leader fra le insegne GDO in Italia grazie all'**acquisizione di gran parte della rete Auchan**. Conad Centro Nord acquisisce **36 punti vendita**.

2020

UNA RETE IN COSTANTE SVILUPPO

Conad Centro Nord aumenta considerevolmente la quota di mercato. I dati essenziali: **277 punti vendita, un fatturato rete di oltre 1 miliardo e 770 milioni e oltre 7.000 addetti**.

L'assetto del Gruppo

La Cooperativa, per lo svolgimento delle proprie attività, è strutturata come Gruppo; da essa dipendono diverse Società di capitale di tipo funzionale o di sviluppo: alcune servono alla migliore realizzazione dell'attività caratteristica, mentre altre hanno l'obiettivo di permettere la diffusione

e il consolidamento delle attività dei Soci. Queste ultime prendono il nome di "Società intermedie", cioè rappresentano il sostegno e la partecipazione della Cooperativa allo sviluppo e hanno dunque una funzione "generativa" o di sostegno alle attività del singolo Socio.

ELENCO DELLE SOCIETÀ CONTROLLATE DELLA COOPERATIVA

I diversi colori indicano la funzione delle diverse Società: la Società finanziaria di Gruppo (Fin C S.r.l.) e l'Istituto di pagamento (CCN Servizi di Pagamento S.p.A.) svolgono funzioni di tesoreria per la Cooperativa e per i Soci; la società CCN Servizi

Contabili Srl svolge servizi amministrativi a favore dei soci. Le altre Società svolgono attività di tipo immobiliare e di gestione atte a favorire lo sviluppo della rete di vendita.

SCHEMA DEL GRUPPO - SOCIETÀ CONTROLLATE

Dirette

- Società di servizi
- Società di gestione
- Società finanziarie
- Società immobiliari

1 Globo S.r.l. 100,00%	2 Fin C S.r.l. 100,00%
3 CCN Servizi Contabili S.r.l. 100,00%	4 Gemma S.r.l. 100,00%
5 Valverde S.r.l. 55,55%	6 CCN Servizi di Pagamento S.p.A. 100,00%
7 Villa S.r.l. 100,00%	8 Forty S.r.l. 100,00%
9 Secchia S.r.l. 69,28%	10 Supermercati S. Giorgio S.r.l. 100,00%
11 La Francigena Immobiliare S.r.l. 55,75%	12 Dovizia S.r.l. 100,00%

SCHEMA DEL GRUPPO - SOCIETÀ CONTROLLATE

Indirette



- Società di servizi
- Società di gestione
- Società finanziarie
- Società immobiliari

ELENCO DELLE SOCIETÀ COLLEGATE

Indicano tutte le partecipazioni della Cooperativa a iniziative commerciali in cui la maggioranza del capitale è detenuta da Soci. Fa eccezione la col-

legata Servizi Assicurativi S.r.l., che svolge servizi a favore dei Soci.

SCHEMA DEL GRUPPO - SOCIETÀ COLLEGATE**Dirette**

- Società di servizi
- Società di gestione
- Società finanziarie
- Società immobiliari

1 Borgonuovo S.r.l. <hr/> 48,49%	2 Conad Reggio Sud Ovest S.r.l. <hr/> 49,06%
3 L'Arca S.r.l. <hr/> 49,22%	4 La Parma S.r.l. <hr/> 33,87%
5 Sidia S.r.l. <hr/> 36,48%	6 Canusina S.r.l. <hr/> 40,20%
7 Naviglio S.r.l. <hr/> 49,50%	8 Nord Investimenti S.r.l. <hr/> 46,85%
9 Servizi Assicurativi S.r.l. <hr/> 20,00%	10 Super Erre S.r.l. <hr/> 25,00%
11 Cernuscostore S.r.l. <hr/> 40,00%	12 Salsomaggiore S.r.l. <hr/> 40,00%
13 Nuova Viadana S.r.l. <hr/> 40,00%	14 Si.Re. S.r.l. in liquidazione <hr/> 20,00%

SCHEMA DEL GRUPPO - SOCIETÀ COLLEGATE

Indirette



Caratteri e funzionamento dell'impresa

I SERVIZI RESI DALLA COOPERATIVA

1. **Servizi commerciali:** ricerca delle migliori condizioni di acquisto; si tratta però anche di introdurre nelle imprese Socie elementi di innovazione e sviluppo commerciale, interpretando i principali trend di mercato con la creazione di nuovi servizi (ottico, parafarmacia, ecc.).
2. **Servizi di marketing:** formulazione di piani marketing, campagne di comunicazione, promozioni e iniziative di fidelizzazione del Cliente.
3. **Servizi logistici:** governo del ciclo logistico, dalla gestione del magazzino alla catena di distribuzione delle merci (fornitori, depositi, punti vendita).
4. **Assistenza alla rete di vendita:** attività di consulenza e monitoraggio delle performance economiche e gestionali dei punti vendita; presidio del rispetto delle normative riguardanti la qualità dei prodotti lungo la filiera distributiva. Coordinamento delle fasi di allestimento e start-up nelle nuove aperture.
5. **Risorse umane:** sviluppo delle competenze aziendali e gestionali; pianificazione, progettazione, realizzazione e monitoraggio delle iniziative di formazione per lo sviluppo profes-

I FORMATI DELLA RETE DI VENDITA

Per "formati" si intendono i modelli di punti vendita. La Grande Distribuzione Organizzata (GDO) non si realizza infatti con un unico modello di negozio, ma - con rilevanti differenze tra impresa e impresa - con una pluralità di "insegne" (cioè di formati) che si adattano ai luoghi, alle norme e

nale e imprenditoriale del personale della sede centrale e della rete di vendita.

6. **Servizi amministrativi e finanziari:** assistenza nel corretto adempimento delle attività amministrative, contabili e fiscali delle imprese socie. Attraverso la tesoreria centralizzata si realizza l'ottimizzazione dei flussi di cassa (della Cooperativa, delle Società intermedie, delle Società finanziarie e degli associati), la pianificazione finanziaria e fiscale, l'analisi degli investimenti e il monitoraggio dei fabbisogni finanziari.
7. **Servizi informatici:** sviluppo e manutenzione dell'Information Technology (telecomunicazioni, architettura hardware, piattaforme software), installazione e gestione degli strumenti informatici per la gestione del punto vendita.
8. **Sviluppo:** sviluppo della rete sul territorio attraverso l'acquisizione o la realizzazione di nuovi punti vendita. Coordinamento del processo delle nuove aperture per le fasi preliminari e di progettazione. Sviluppo nuovi concept (attuazione standard del consorzio).

alle caratteristiche delle comunità in cui operano. Lo scopo è quello di ottimizzare la risposta ai differenti bisogni della Clientela, insieme ai caratteri delle imprese Socie, facendo in modo che siano il più rispondenti possibili ai loro mercati.



MARGHERITA

Margherita è il negozio tradizionale, per la piccola spesa quotidiana e integrativa, con una superficie che varia tra i 100 e i 350 m².



CONAD CITY

Conad City è il canale di prossimità, con dimensioni più contenute e una forte attenzione alla selezione delle referenze proposte (cioè dei prodotti più adatti al bacino d'utenza). Consente in sostanza di fare una spesa conveniente, di qualità, vicino a casa e velocemente. La dimensione del negozio varia tra i 350 e i 600 m².



CONAD

Si tratta di punti vendita che ricercano la sintesi migliore di qualità e convenienza, ma anche la capacità di rispondere a una domanda più differenziata, con assortimenti qualificati e un'organizzazione che possa rispondere all'esigenza di fare una spesa completa. La superficie varia dai 600 ai 1.500 m².



CONAD SUPERSTORE

Conad Superstore mira a coniugare la facilità e la praticità della spesa vicino casa con la completezza degli assortimenti e una superficie commerciale più ampia. Si tratta di punti vendita per la spesa di scorta ma veloce, facile e completa. Le superfici di vendita possono oscillare tra i 1.500 e i 3.000 m².



SAPORI&DINTORNI

Sapori&Dintorni Conad è un format di vendita in cui il territorio e il gusto incontrano la cultura gastronomica: un'insegna che offre la qualità e l'eccellenza dei prodotti tipici d'Italia selezionati da Conad (Sapori&Dintorni Conad è la linea di prodotti tipici che nasce da ricette e tradizioni regionali di tutta Italia, interpretate dai migliori produttori).



PET STORE CONAD

Pet Store Conad è la nuova catena di negozi dedicata alla cura e al benessere degli animali; un'insegna specializzata, dove il Cliente più esigente e attento ad assecondare i bisogni del proprio animale può trovare una scelta ampia e articolata, unita alla garanzia di qualità, convenienza e sicurezza di Conad.



SPAZIO CONAD

Spazio Conad è l'insegna delle superfici di vendita più ampie, ideali per la scorta mensile o settimanale; offrono una proposta molto vasta di marche e prodotti e l'assortimento completo della marca del distributore.

La rete di vendita e la sua evoluzione

Ecco come si presenta alla fine del 2021 la rete di vendita della Cooperativa, con le ultime aperture realizzate e il confronto con i due anni precedenti.

Da segnalare in particolare, nell'ambito dell'acquisizione Auchan, l'apertura di punti vendita di grande superficie (Spazio Conad) in Lombardia.

APERTURE 2021

Località	Prov.	Canale	Area vendita (m ²)
Romano di Lombardia	BG	Conad	1.500
Sesto San Giovanni - Centro Commerciale Vulcano	MI	Superstore	3.500
Cremona	CR	Sapori & Dintorni	500
TOTALE			5.500

EVOLUZIONE QUOTA DI MERCATO NELL'AREA CONAD CENTRO NORD

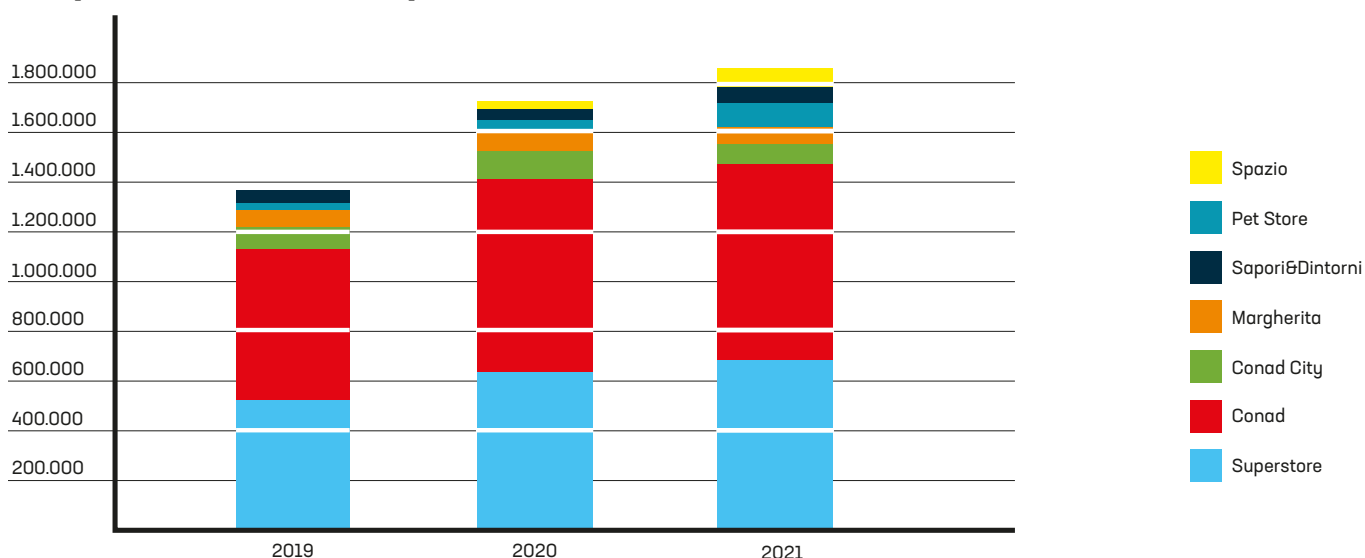
	2019	2020	2021
TOTALE	6,70%	7,43%	7,56%

NUMERO PUNTI VENDITA E FATTURATO PER CANALE

(IN MIGLIAIA DI €)

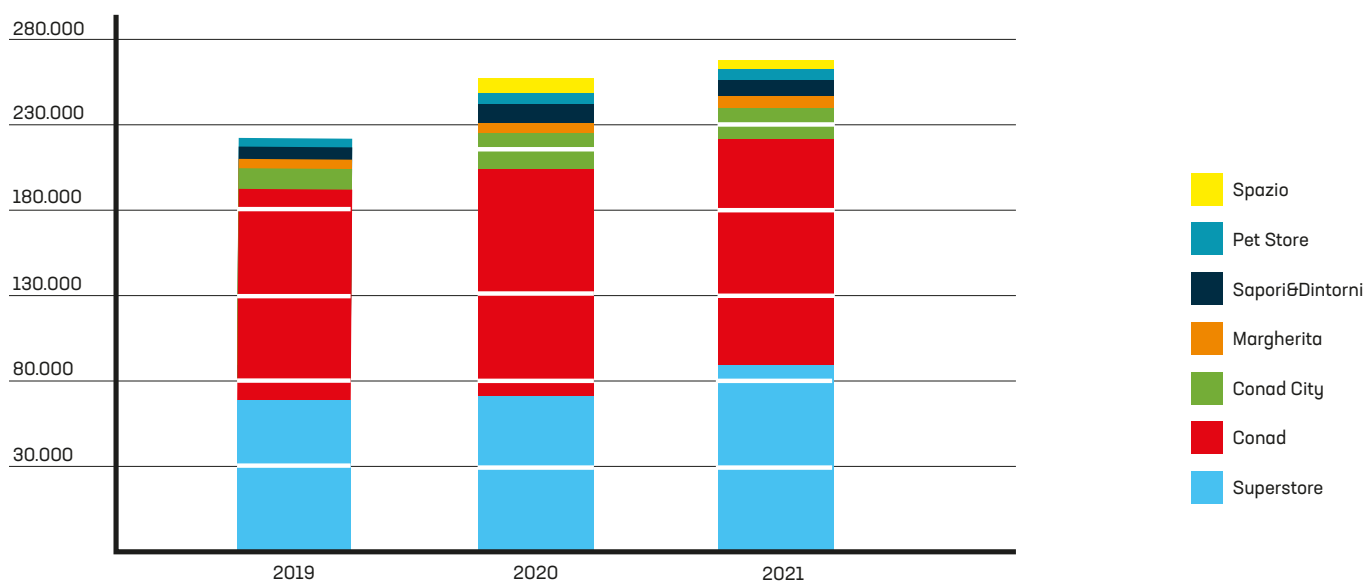
Canale	2019		2020		2021		Δ Ft.
	PDV	Fatturato	PDV	Fatturato	PDV	Fatturato	
Spazio	-	-	4	33.429	4	93.239	178,92%
Superstore	41	536.995	43	639.032	44	661.461	3,51%
Conad	112	693.612	123	913.283	122	921.692	0,92%
Conad City	47	110.363	52	137.533	51	128.501	-6,57%
Margherita	42	21.713	38	25.428	36	20.895	-17,82%
Sapori & Dintorni	5	20.044	6	21.248	7	20.889	-1,69%
Petstore	6	2.547	11	5.166	11	7.811	51,20%
TOTALE COMPLESSIVO	253	1.385.274	277	1.775.119	275	1.854.489	4,47%

Composizione del fatturato per canale



VARIAZIONE SUPERFICIE PER CANALE				(IN M ²)
Canale	2019	2020	2021	Δ 21/20
Spazio	-	23.448	21.200	-9,59%
Superstore	72.745	79.245	82.810	4,50%
Conad	121.214	138.663	138.505	-0,11%
Conad City	21.071	23.410	23.013	-1,70%
Margherita	5.981	5.546	5.185	-6,51%
Sapori&Dintorni	2.695	4.007	3.895	-2,80%
Pet Store	1.695	3.565	3.619	1,51%
TOTALE COMPLESSIVO	225.401	277.884	278.227	0,12%

Variatione superficie per canale



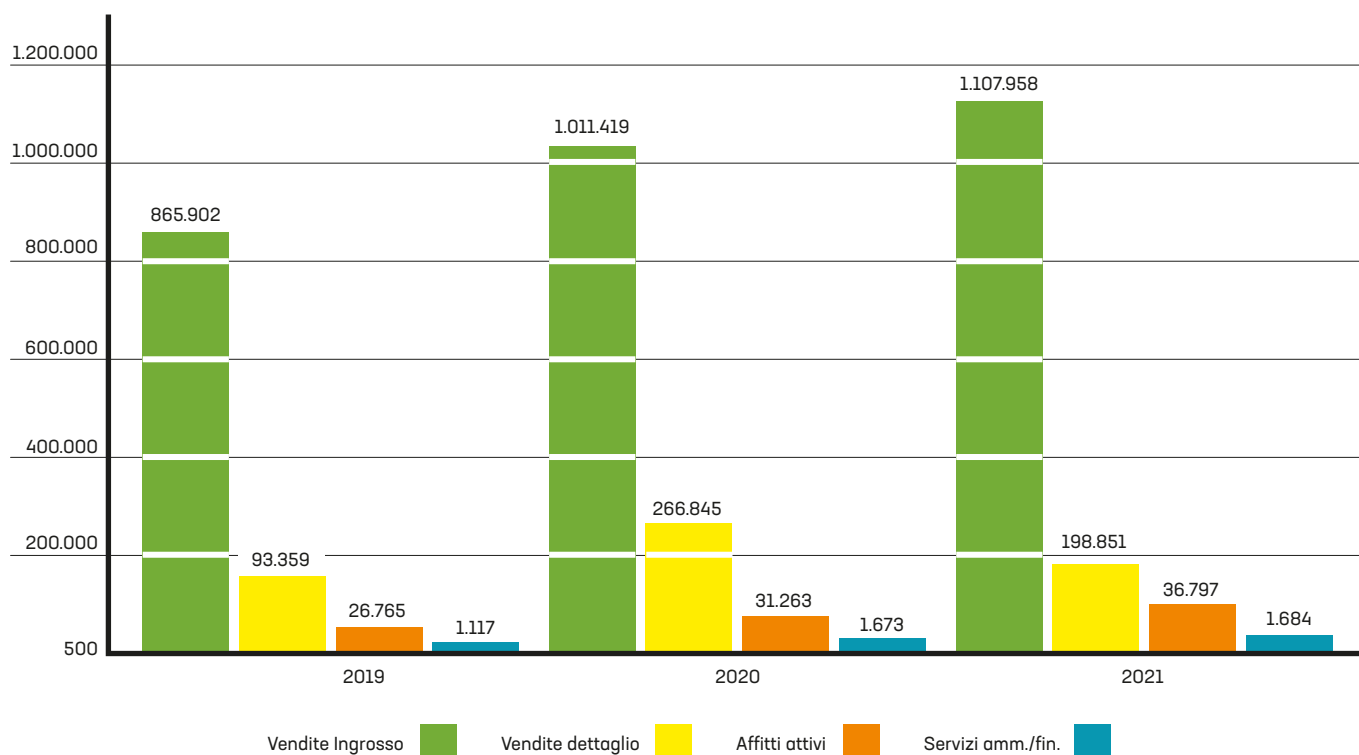
Risultati economici e patrimoniali

Per considerazioni più approfondite sulle performance economiche si rimanda direttamente alla

documentazione che costituisce il documento di Bilancio 2021.

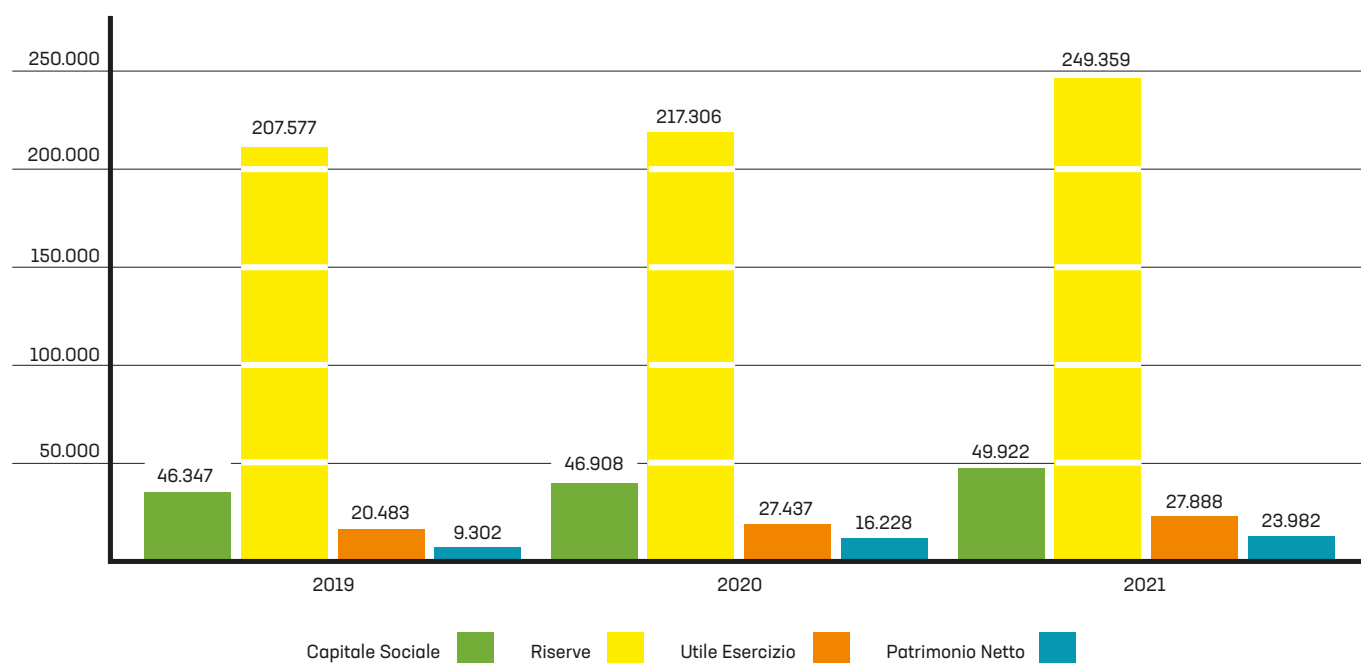
FATTURATO DEL GRUPPO	(IN MIGLIAIA DI €)				
	2019	2020	2021	Δ 21/20	%
Vendite ingrosso	865.902	1.011.419	1.107.958	96.539	11,1%
Vendite dettaglio	93.359	266.845	198.851	-67.994	-72,8%
Affitti attivi	26.765	31.263	36.797	5.534	20,7%
Servizi amm./fin.	1.117	1.673	1.684	11	1,0%
TOTALE	987.143	1.311.200	1.345.290	34.090	+3,5%

Evoluzione del fatturato del gruppo



PATRIMONIO NETTO	(IN MIGLIAIA DI €)		
	2019	2020	2021
Patrimonio Netto del Gruppo	274.407	291.651	327.169
Capitale Sociale	46.347	46.908	49.922
Riserve	207.577	217.306	249.359
Utile Esercizio	20.483	27.437	27.888
Patrimonio Netto di terzi	9.302	16.228	23.982
TOTALE	283.709	307.879	351.151

Patrimonio Netto



Determinazione e distribuzione del valore aggiunto

Lo schema del valore aggiunto (determinazione e riparto) è l'elemento che caratterizza lo standard GBS¹, mettendo in relazione gli aspetti economici della gestione con quelli sociali. Esso definisce da un lato la ricchezza prodotta dall'azienda nei vari Esercizi e dall'altro descrive come tale ricchezza è stata distribuita, con riferimento agli interlocutori principali.

Il valore aggiunto, secondo lo standard GBS, viene rappresentato in due prospetti:

- il primo (determinazione) descrive come sia costruito l'ammontare di questo valore, che rappresenta ciò che l'impresa ha prodotto con le proprie forze. Sarà necessario, dunque, togliere dal giro d'affari complessivo quei costi che rappresentano gli influssi di valore provenienti dall'esterno (le materie prime, i servizi, ecc.);
- il secondo (riparto) descrive, invece, come il valore prodotto dall'impresa sia stato distribuito tra gli stakeholder. Qui è necessario far notare che una parte degli stakeholder ha direttamente concorso al processo di produzione di valore (p.e. i lavoratori), mentre altri vi hanno concorso solo indirettamente (p.e. la Pubblica Amministrazione), e infine altri ancora non hanno avuto alcun ruolo nel processo di produzione del valore, ma sono ugualmente considerati essenziali o importanti per l'impresa.

Lo schema di produzione e riparto del valore aggiunto viene utilizzato per due motivi principali: in primo luogo - come si è appena detto - permette di quantificare quanta ricchezza è stata prodotta e come viene distribuita. In secondo luogo consente - ed è il passaggio dottrinarmente più importante - **di collegare il Bilancio Sociale con il Bilancio Ordinario**. In sostanza: lo schema di produzione e distribuzione del valore aggiunto è uno strumento per rileggere il Bilancio Consolidato dell'azienda dal punto di vista degli stakeholder principali.

Essere un riferimento stabile e affidabile per le comunità dei territori, come punto di eccellenza del Sistema Conad: questi sono gli obiettivi primari della nostra Cooperativa

Il prospetto del valore aggiunto di Conad Centro Nord è stato costruito sulle Società facenti parte dell'area di consolidamento e per la sua redazione sono stati adottati i principi analitici di determinazione dettati dal GBS.

¹Lo standard GBS (Gruppo Bilancio Sociale) è uno dei principali standard di riferimento per i processi di rendicontazione sociale.

VALORE AGGIUNTO GLOBALE	(IN €)		
	2019	2020	2021
A) Valore della produzione			
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	913.708.910	1.223.320.330	1.249.639.946
Variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, Semilavorati e finiti	0	0	0
Variazioni dei lavori in corso su ordinazione	0	0	0
Altri ricavi e proventi	143.802.614	168.635.844	197.399.429
TOTALE RICAVI DELLA PRODUZIONE TIPICA	1.057.511.524	1.391.956.174	1.447.039.375
Ricavi per produzioni atipiche	-	-	-
TOTALE RICAVI DELLA PRODUZIONE ATIPICA	0	0	0
TOTALE VALORE DELLA PRODUZIONE	1.057.511.524	1.391.956.174	1.447.039.375
B) Costi della produzione			
Per materie prime, sussidiari, di consumo e merci	903.567.140	1.156.820.353	1.214.932.378
Per servizi	44.397.812	61.465.003	64.432.867
Per godimento di beni di terzi	24.949.228	30.617.745	31.844.398
Accantonamenti per rischi	393.467	589.278	437.423
Altri accantonamenti	3.776.582	5.207.226	5.395.612
Oneri diversi di gestione	6.539.223	7.647.945	9.174.865
TOTALE COSTI INTERMEDI DELLA PRODUZIONE	983.623.452	1.262.347.550	1.326.217.543
VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO	73.888.072	129.608.624	120.821.832
C) Gestione accessoria straordinaria			
Saldo gestione accessoria			
+ ricavi accessori	22.178.817	13.016.731	16.306.716
- costi accessori	-441.493	-257.574	-216.047
Saldo gestione straordinaria			
+ ricavi straordinari	0	0	0
- costi straordinari	0	0	0
TOTALE GESTIONE ACCESSORIA E STRAORDINARIA	21.737.324	12.759.157	16.090.669
+ copertura perdite da parte dei Soci	0	0	0
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	95.625.396	142.367.781	136.912.501
- ammortamenti della gestione per gruppi omogenei di beni	-23.169.042	-26.875.898	-30.401.332
VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO NETTO	72.456.354	115.491.883	106.511.169

DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO							(IN €)
	2019	%	2020	%	2021	%	
A) Remunerazione del personale							
Personale non dipendente	-		-		-		
Personale dipendente							
- remunerazioni dirette	26.233.063		53.603.478		42.631.379		
- remunerazioni indirette	15.791.748		21.716.508		24.359.064		
- quote di riparto del reddito	0		0		0		
TOTALE REMUNERAZIONE DEL PERSONALE	42.024.811	58,00%	75.319.986	65,22%	66.990.443	62,90%	
B) Remunerazione della Pubblica Amministrazione							
Imposte dirette	2.127.179		4.152.073		3.013.912		
Imposte indirette							
- oneri tributari diversi	2.896.745		3.333.406		2.912.039		
- sovvenzioni in c/Esercizio	0		0		0		
TOTALE REMUNERAZIONE DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	5.023.924	6,93%	7.485.479	6,48%	5.925.951	5,56%	
C) Remunerazione del capitale di credito							
Oneri per capitali a breve termine	0		97		0		
Oneri per capitali a m/l termine	2.550.921		2.498.965		2.328.158		
Remunerazione del prestito dai Soci	36.468		32.739		27.353		
TOTALE REMUNERAZIONE DEL CAPITALE DI CREDITO	2.587.389	3,57%	2.531.801	2,19%	2.355.511	2,21%	
D) Remunerazione del capitale di rischio							
Dividendi distribuiti	1.182.321		1.159.261		1.242.832		
Ristorno cooperativo	9.274.515		12.041.041		12.444.778		
TOTALE REMUNERAZIONE DEL CAPITALE DI RISCHIO	10.456.836	14,43%	13.200.302	11,43%	13.687.610	12,85%	
E) Remunerazione dell'azienda							
Remunerazione della Capogruppo	9.622.808		13.790.146		13.809.198		
Remunerazione dei Soci di minoranza	114.390		575.689		686.053		
TOTALE REMUNERAZIONE DEL GRUPPO	9.737.198	13,44%	14.365.835	12,44%	14.495.251	13,61%	
F) Movimento cooperativo							
Fondi mutualistici (3% dell'utile)	404.359		446.880		390.910		
Contributi associativi	307.700		305.780		136.639		
TOTALE MOVIMENTO COOPERATIVO	712.059	0,98%	752.660	0,65%	527.549	0,50%	
G) Liberalità esterne							
	810.327	1,12%	1.113.058		925.755		
H) Spese sociali e mutualistiche (Soci e dipendenti)							
	1.103.810	1,52%	722.762		1.603.099		
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	72.456.354	100,00%	115.491.883	100,00%	106.511.169	100,00%	

Remunerazione

Gli aspetti più significativi dell'evoluzione negli anni dello schema di costruzione e riparto del valore aggiunto non riguardano tanto il prospetto di determinazione (che evidenzia un incremento complessivo delle voci), quanto lo schema di riparto, che evidenzia, voce per voce, le seguenti particolarità:

A. Remunerazione del personale

Contiene sia la remunerazione diretta, sia quella indiretta dei lavoratori.

B. Remunerazione della Pubblica Amministrazione

La voce comprende la quota di risorse destinate allo Stato sotto forma di imposte dirette sul reddito d'Esercizio (correnti, differite o anticipate), imposte indirette e tasse.

C. Remunerazione del capitale di credito

Si tratta essenzialmente degli oneri finanziari a lungo e breve termine, comprendenti sia i rapporti con gli Istituti di credito sia i rapporti con i Soci, sotto forma di prestito sociale.

D. Remunerazione del capitale di rischio

Rappresenta - sul piano formale - i dividendi e la rivalutazione delle quote di Capitale Sociale

versate dai Soci. Indica valori in crescita sia per i dividendi sia per la rivalutazione. Rappresenta una delle modalità d'espressione della mutualità e misura una parte dei vantaggi che la Cooperativa realizza per i Soci.

E. Remunerazione dell'azienda

È costituita dalla variazione in positivo o in negativo del Patrimonio Netto, dovuto all'accantonamento a riserva dell'utile di Bilancio o all'impiego del patrimonio a copertura delle perdite. Rappresenta in gran parte l'evoluzione del patrimonio indivisibile e non cedibile della Cooperativa, cioè quella parte di valore che è messa a disposizione della continuità aziendale e - sotto il profilo rigorosamente cooperativo - delle generazioni future.

F. Remunerazione al movimento cooperativo

Questa quota è composta dal 3% dell'utile (se presente) versato a Coopfond, il Fondo Mutualistico dell'Associazione, e dai contributi associativi a Legacoop.

G e H. Liberalità e spese sociali

Queste voci rappresentano la quota di valore aggiunto devolute a fini sociali, rivolte alle comunità, ai Soci e ai lavoratori.

02.
SOCI





Composizione, profili, evoluzione

I Soci

Dal punto di vista istituzionale, i Soci di Conad Centro Nord sono solo in piccola parte persone.

In origine, quando le società erano imprese familiari, c'era coincidenza tra il gestore proprietario del punto vendita e il Socio, cioè era il dettagliante proprietario del negozio a diventare Socio della Cooperativa. Poi, nel tempo, le cose si sono modificate, dato che diversi Soci-persone hanno costituito delle Società, che a loro volta sono diventate i Soci della Cooperativa.

Nella tabella sottostante è descritta la situazione degli ultimi tre anni, che mette in rilievo la graduale riduzione dei Soci-persone fisiche e il progressivo aumento dei Soci-persone giuridiche.

Al centro del Sistema Conad Centro Nord c'è il Socio imprenditore, figura di riferimento per la comunità, capace di costruire relazioni di fiducia sul territorio

SOCI CONAD CENTRO NORD	2019	2020	2021
Totale	177	181	181
di cui Soci ordinari persone fisiche	69	62	52
di cui Soci ordinari persone giuridiche	99	111	122
di cui Soci Speciali ¹	2	2	1
di cui Soci finanziatori	7	6	6

1 L'art. 9 dello Statuto di Conad Centro Nord stabilisce che "Il Consiglio di Amministrazione può deliberare, nei limiti previsti dalla legge, l'ammissione di nuovi Soci cooperatori in una categoria speciale in ragione dell'interesse al loro inserimento nell'impresa. Il Consiglio di Amministrazione può ammettere alla categoria dei Soci Speciali coloro che sono in grado di concorrere, ancorché parzialmente, al raggiungimento degli scopi sociali ed economici, in coerenza con le strategie di medio e lungo periodo della Cooperativa [...]. Alla data di scadenza del periodo di inserimento, il Socio Speciale è ammesso a godere i diritti che spettano agli altri Soci cooperatori ordinari a condizione che, come previsto dalla delibera di ammissione, egli abbia rispettato gli impegni di partecipazione all'attività economica della Cooperativa, finalizzati al proprio inserimento nell'organizzazione aziendale e a condizione che confermi la sua richiesta di inserimento a Socio ordinario della Cooperativa [...]".

Questa situazione non pone affatto in discussione la prevalenza del fattore umano nel funzionamento e nella missione della Cooperativa.

Il Sistema Conad pone sempre al centro il Socio imprenditore e il suo rapporto con il Cliente e il territorio. Conad Centro Nord è impegnata a valorizzare la centralità della figura dell'imprenditore commerciale - cioè della persona in carne e ossa - perché è proprio questa "umanità" che costituisce il principale fattore di successo, con la sua

presenza costante sul punto vendita, con la sua capacità di rappresentare un punto di riferimento nei territori e di costruire durature relazioni di fiducia con gli interlocutori della comunità.

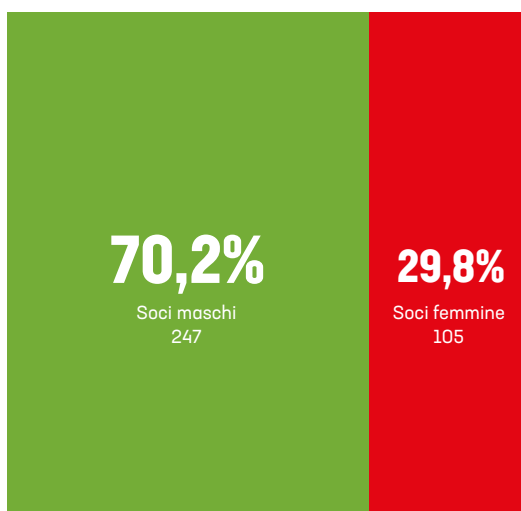
Nella tabella successiva si vede come gli imprenditori commerciali riuniti nelle Società, a loro volta Socie di Conad Centro Nord, rappresentino un numero assai più alto di quello dei Soci-persone fisiche.

	2019	2020	2021
TOTALE SOCI DELLE SOCIETÀ DI GESTIONE	330	341	352

La “fotografia” dei Soci imprenditori di Conad Centro Nord è rappresentata nella tabella e nei grafici seguenti:

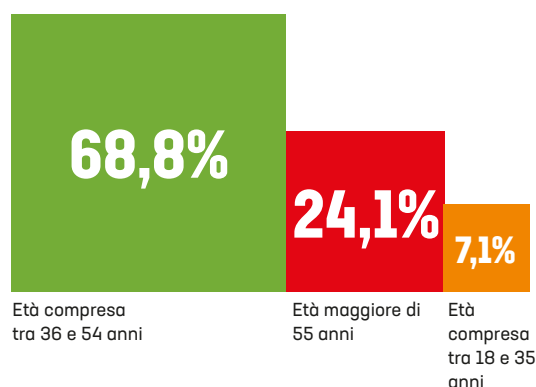
	2021
Totale Soci	352
di cui maschi	247
di cui femmine	105

Soci per genere



Negli anni più recenti si è registrata una fase di cambiamento all'interno delle Società di gestione in parte dovuta a motivi “fisiologici” (pensionamenti e dimissioni corrispondenti alla cessazione di alcuni punti vendita del canale Margherita), in parte a cambiamenti organizzativi all'interno delle Società consolidate. Tale cambiamento aveva portato a una progressiva contrazione del numero dei Soci imprenditori che compongono le Società rispetto al passato.

Soci per età anagrafica



Nel 2021 si è confermata l'inversione del trend, già avviata nel 2020 a seguito della costituzione di nuove Società, in parte composte da ex dipendenti della rete Auchan acquisita e diventati Soci imprenditori.

Ancora una volta si è dimostrata la peculiarità del “paradigma Conad”: saper cambiare e modificare la propria struttura con l'evolversi della società e del mercato.

CAMBIARE, CRESCERE, INNOVARE

Il Socio Conad incarna perfettamente lo spirito del commercio, che è quello della prossimità e della vicinanza dell'esercente al Cliente, oltre ad esprimere in modo peculiare il talento imprenditoriale, declinato in simbiosi con quello cooperativistico. Il Socio Conad, infatti, è un imprenditore che ha deciso di cooperare, poiché sa che la vera forza sta nell'unione e nella condivisione di regole e obiettivi, perseguiti nell'interesse proprio e dei propri Clienti. Un imprenditore che declina i valori cooperativi secondo la specificità e la ricchezza della "filosofia Conad", fondata sulla professionalità, sulla mutualità, sul senso di appartenenza e sull'intergenerazionalità.

Recentemente, per garantire la sostenibilità nel tempo di questo modello associativo di successo, sono state attuate iniziative per favorire il ricambio imprenditoriale all'interno degli organi istituzionali di Conad Centro Nord; ricambio inteso non solo come fatto anagrafico e generazionale, ma soprattutto come adeguamento della professionalità a un mercato più difficile. Garantire il ricambio dei vertici anche nelle Società di gestione è una responsabilità non solo verso le Società stesse, ma anche verso la Cooperativa ed è indispensabile per la sostenibilità del Sistema.

Grande importanza viene attribuita al Gruppo e alla sua identità, oltre che alla partecipazione degli individui che lo costituiscono e costruiscono, giorno dopo giorno, nei propri negozi ed esercizi come nella dimensione associativa complessiva del Sistema Conad.

Con l'obiettivo di allargare il più possibile la partecipazione dei Soci al governo e alla vita della Cooperativa, operano le Commissioni che sono coinvolte nell'operatività della tecnostuttura e in iniziative progettuali necessarie per implementare innovazioni e cambiamenti. Per ogni Commissione è fissato un numero di partecipanti fra Soci non consiglieri con l'obiettivo di arricchire il confronto, dando voce a un maggior numero di Soci. La partecipazione alle Commissioni rappresenta un tassello fondamentale e imprescindibile nel percorso di sviluppo delle competenze dei Soci

Le 13 Commissioni coinvolgono il più possibile i Soci nel governo e nella vita della Cooperativa, su attività caratteristiche e su progetti innovativi

che aspirano a diventare Consiglieri di Amministrazione.

Nel corso del 2021, con il rinnovo delle cariche è avvenuto anche il ricambio all'interno delle Commissioni; il numero delle Commissioni, inoltre, è stato ampliato da 10 a 13, in considerazione del mutato assetto organizzativo (separate Logistica e Sistemi Informativi) e dell'evoluzione del business (aggiunta la Commissione Commerciale Extra alimentare e le Commissioni Concept).

Le 13 Commissioni istituite sono: **Marketing, Rete, Finanza, Risorse Umane, Logistica, Sistemi Informativi**, Commerciali di settore (**Grocery 1, Grocery 2, Carne, Pesce, Ortofrutta, Extra alimentare**) e **Concept**. Tali Commissioni si riuniscono regolarmente e contano oltre 140 componenti.

Il Socio imprenditore Conad dedica la propria energia allo sviluppo della Cooperativa e dell'intero Sistema anche attraverso il tutoraggio a supporto della crescita professionale dei colleghi e dell'avvio di nuovi punti vendita. La partecipazione attiva alla progettualità di cooperativa si manifesta anche nelle varie fasi di elaborazione del Piano Strategico; nella seconda parte del 2021 sono stati avviati i lavori di elaborazione del Piano Strategico 2022-24 nei quali sono stati coinvolti attivamente tutti i Soci componenti del Consiglio di Amministrazione.

03. DIPENDENTI





Composizione, profili, evoluzione

DIPENDENTI DELLA COOPERATIVA

Il quadro generale dell'occupazione è osservabile dalle seguenti tabelle. I lavoratori presi in considerazione sono quelli specifici della Cooperativa, o meglio, quelli della Cooperativa più quelli delle sue

Controllate funzionali CCN Servizi di Pagamento e Fin C per tutti i lavoratori si applica il contratto del Terziario, Distribuzione e Servizi.

OCCUPATI, GENERE, INQUADRAMENTO			
	2019	2020	2021
Totale dipendenti	170	180	172
Genere			
Femmine	63	69	69
di cui:			
· dirigenti	-	-	1
· quadri	4	5	5
· impiegate	59	64	63
· apprendiste impiegate	-	-	-
Maschi	107	111	103
di cui:			
· dirigenti	7	8	9
· quadri	17	17	18
· impiegati	66	69	59
· operai	17	17	17
· apprendisti impiegati	-	-	-

TIPOLOGIA DI CONTRATTO			
	2019	2020	2021
Tempo determinato	8	16	11
Tempo indeterminato	162	164	161

PASSAGGI DI QUALIFICA			
	2019	2020	2021
Nomina da quadro a dirigente	-	1	-
Nomina da funzionario 1° livello a quadro	1	1	3
Passaggio a 1° livello	3	1	0
Passaggio a 2° livello	2	0	5
Passaggio a 3° livello	0	0	3

ETÀ ANAGRAFICA

	2019	2020	2021
Meno 30 anni	18	16	5
31-40 anni	38	43	50
41-50 anni	55	54	49
51-60 anni	54	59	60
Oltre 60 anni	5	8	8

ANZIANITÀ AZIENDALE

	2019	2020	2021
Fino 5 anni	46	56	57
Da 6 a 10 anni	34	32	25
Da 11 a 20 anni	42	47	44
Oltre 20 anni	48	45	46

PARI OPPORTUNITÀ

Fino ad ora per la relativa vicinanza fisica tra residenza e posto di lavoro e per le ridotte dimensioni dell'impresa si sono preferiti interventi "informali"

che tengono conto delle specifiche esigenze del soggetto.

MATERNITÀ

	2019	2020	2021
Astensioni per maternità obbligatoria - congedo parentale	2	5	3
Astensioni per maternità facoltativa	9	9	4

PERMESSI PER ESIGENZE FAMILIARI

	2019	2020	2021
Permessi in base alla L. 104	10	8	4

SICUREZZA E SALUTE

La positiva situazione si spiega non solo per il tipo di attività svolta (complessivamente priva di rischi), ma anche per il fatto che, il personale Conad Centro Nord è adeguatamente formato sui rischi e sulle norme di sicurezza attraverso corsi di formazione periodici. Sono inoltre presenti in ciascun magazzino i referenti della sicurezza, adeguatamente formati per quanto riguarda soprattutto il rischio di incendi e il primo soccorso. A tutti i dipendenti sono consegnati gli appositi

dispositivi di protezione individuale che sono tenuti a indossare. Medesime regole esistono per il personale delle imprese di facchinaggio e dei trasporti. In questi casi l'attività di formazione e gestione di eventuali infortuni è a carico dei fornitori dei servizi. I contratti-tipo di Conad Centro Nord con questi fornitori prevedono esplicitamente che l'attività sia svolta e che i presidi antinfortunistici siano istituiti.

Proprio per garantire anche ai dipendenti dei fornitori le più idonee condizioni di lavoro, Conad Centro Nord si serve di operatori qualificati, che molto spesso hanno la forma di cooperativa. Quando si tratta di cooperative operanti nel cam-

po dei servizi è molto importante verificarne la reale natura mutualistica (che cioè non si tratti di false cooperative, istituite unicamente per avere vantaggi dal punto di vista contributivo).

INDICI INFORTUNISTICI

	2019	2020	2021
Numero infortuni totali ¹	2	2	1
Indice di incidenza ²	1,2	1,12	0,58

¹ Numero di infortuni accaduti nell'anno con esclusione di quelli "in itinere".
² Calcolato secondo la formula: Numero di infortuni x 100 / Numero di addetti.

DIPENDENTI RETE DI VENDITA

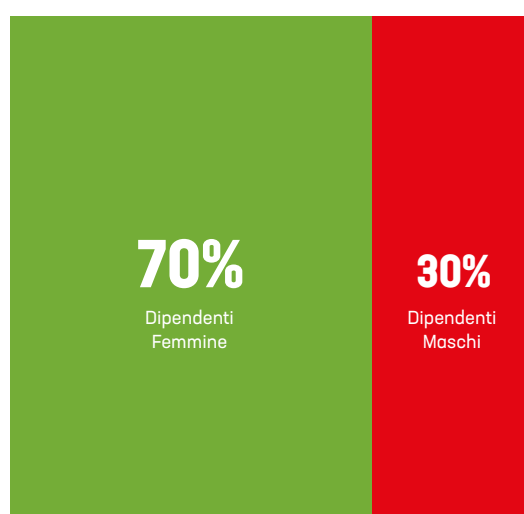
Le persone che lavorano quotidianamente nei punti vendita di Conad Centro Nord costituiscono un fattore chiave per il successo dell'organizzazione. Il trasferimento di esperienze e competenze fra imprenditori, dipendenti più anziani e nuove risorse crea il giusto clima per collaborare e per la costruzione di solide prospettive di crescita an-

che per il futuro, per le persone, le aziende e la stessa Cooperativa. Non va inoltre sottovalutato il fatto che è proprio dai dipendenti che sono emersi i nuovi imprenditori, e dunque i nuovi Soci della Cooperativa.

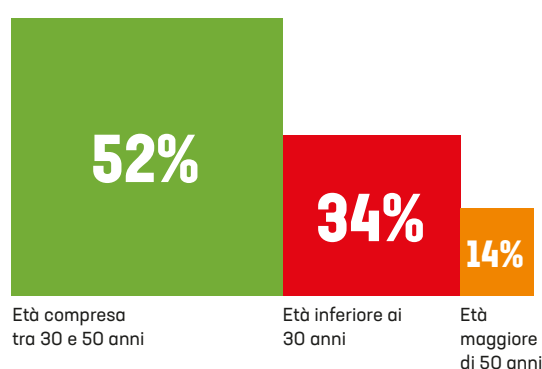
DIPENDENTI RETE DI VENDITA

	2019	2020	2021
TOTALE DIPENDENTI	5.500	6.988	7.234

Dipendenti per genere



Dipendenti per età anagrafica



LA FORMAZIONE

Conad Centro Nord anche nel 2021 ha messo in campo una serie di iniziative formative volte ad aumentare la competenza e la professionalità delle persone che operano nel punto vendita, supportando il recente sviluppo della Cooperativa e «attrezzandosi» per fronteggiare le evoluzioni del mercato.

Nel corso dell'anno sono state realizzate 2 edizioni del corso "Store Manager 4.0", il percorso formativo di 9 giornate dedicato ai capi negozio, che si è svolto in parte in modalità digitale e in parte in presenza.

L'attività formativa per la rete ha visto la ripresa dell'erogazione dei corsi in presenza, in particolare per quanto riguarda la formazione di mestiere dedicata ai responsabili dei reparti freschi, che nel 2020 aveva vissuto un rallentamento a causa delle restrizioni dovute alla pandemia. Nel 2021 è stata realizzata un'edizione di primo livello della Scuola dei Mestieri per ognuno dei settori freschi (Pescheria, Macelleria, Ortofrutta, Salumi Latticini). Tale percorso prevede 4 giornate dedicate a: Merceologia, Procedure di reparto, Lavorazioni e Servizio al Cliente.

Nel corso del 2021 poi, a 5 anni dall'avvio delle aule del primo livello, è stato realizzato il secondo livello della Scuola dei Mestieri, puntando a contenuti ancora più qualificanti e d'attualità per i capi reparto. Seguendo i cambiamenti dei consumi e dei mestieri è stato trattato nel percorso il tema dello storytelling per sottolineare l'importanza della comunicazione dell'addetto nel proporre i prodotti e nel porsi come riferimento autorevole nella relazione con il Cliente. È stato inserito inoltre un modulo sugli economics che fornisce ai capi reparto gli strumenti per monitorare e governare puntualmente l'andamento del settore. Si è scelto poi di introdurre una visita strutturata alla concorrenza per fare acquisire ai partecipanti un metodo anche nel confrontarsi con il mercato di riferimento e per alimentare curiosità e apertura su una serie di aspetti oggi molto rilevanti (ad esempio il livello di servizio, l'e-commerce, etc.) e codificati in aula prima della fase di osservazione. Nel corso del 2022 sarà coinvolta nella realizzazione della Scuola dei Mestieri di secondo livello anche la Macelleria.

Nel primo trimestre dell'anno è stata lanciata inoltre la piattaforma dedicata alla formazione digitale di Conad Centro Nord (e-learning puro e forma-

Per fronteggiare le evoluzioni del mercato, Conad Centro Nord ha offerto ai dipendenti corsi innovativi e qualificanti, promuovendo la diffusione della formazione digitale

zione in modalità sincrona) che oggi vanta oltre 450 utenti attivi e che include anche contenuti dedicati al personale dei concept Conad (Parafarmacia, Ottico, Petstore).

La diffusione della formazione digitale in Conad Centro Nord ha permesso di organizzare un percorso dedicato agli addetti box informazioni interamente realizzato a distanza che ha visto 100 partecipanti distribuiti su varie edizioni.

Sono stati portati a termine alcuni progetti ad hoc per singole società che avevano avviato nel 2020 percorsi di sviluppo per circa 140 dipendenti, incentrati in particolare sulle competenze trasversali, con l'obiettivo di migliorare i processi di funzionamento interno, aumentando la consapevolezza di ruolo e potenziando le competenze manageriali per la gestione dei collaboratori.

Complessivamente hanno preso parte ad attività formative oltre 400 partecipanti per più di 1.000 ore di formazione.

Per quanto riguarda la formazione per il personale della tecnostruttura, nel 2021 sono stati realizzati due percorsi a supporto dell'evoluzione di ruolo; il primo è stato dedicato a consolidare i tecnici di settore nel ruolo di formatori nell'ambito della Scuola dei Mestieri. Il secondo ha riguardato l'area commerciale, in particolare i category manager e gli assistenti commerciali under 40 ed è stato strutturato in due fasi: valutazione del potenziale e sviluppo delle capacità. In totale i due percorsi hanno coinvolto 30 dipendenti.

Infine, come sempre, sono state assicurate le iniziative di aggiornamento tecnico-professionale.

RELAZIONI SINDACALI

La situazione dei rapporti di lavoro interni alla Cooperativa non rileva problemi o particolarità.

È consolidato ormai da tempo un sistema di relazioni sindacali ove l'interlocutore dell'azienda è la R.S.A. Filcams CGIL composta da 3 membri, assistita dalla Filcams CGIL provinciale di Reggio Emilia.

Tale sistema di relazioni si concretizza in un Contratto Integrativo Aziendale (applicato anche alle controllate Fin C, CCN Servizi di Pagamento), che è stato rinnovato per il triennio 2017/2018/2019 - ed ancora in vigore in quanto soggetto rinnovo automatico di anno in anno, salvo disdetta.

In base all'Integrativo di cui sopra si sono disciplinati ulteriormente, rispetto a quanto già stabilito dal CCNL (Terziario, Distribuzione e Servizi Confcommercio), i seguenti argomenti:

- relazioni e diritti sindacali;
- ambiente di lavoro e sicurezza;
- appalti;
- orario di lavoro;
- mercato del lavoro;
- salario variabile;
- assistenza sanitaria integrativa.

In particolare, nell'Integrativo, è stato definito un trattamento migliorativo in tema di permessi per visita medica, di permessi per malattia bambino, di congedo di paternità e anche di congedo parentale (nel caso questo venga fruito in un'unica soluzione al termine della maternità obbligatoria). Inoltre, è stato ampliato il campo dei casi di applicazione dell'anticipo TFR rispetto alle normative vigenti.

Fino ad oggi il rapporto complessivo con i lavoratori e con le loro rappresentanze si può considerare più che positivo e privo di particolari aspetti conflittuali.

Per quanto riguarda i punti vendita - ovvero le aziende socie, in qualità di datori di lavoro, e i loro dipendenti - si conferma che, ad oggi, non sussiste una contrattazione aziendale di secondo livello, riguardante cioè le varie società di gestione, ma esiste comunque una prassi consolidata di

Per il 2021 il rapporto di Conad Centro Nord con i lavoratori e le loro rappresentanze si conferma positivo, disteso e privo di conflittualità

relazioni sindacali che ha portato alla definizione di accordi specifici con le OO.SS. Aziendali - ove esistenti - o Territoriali, su determinate materie.

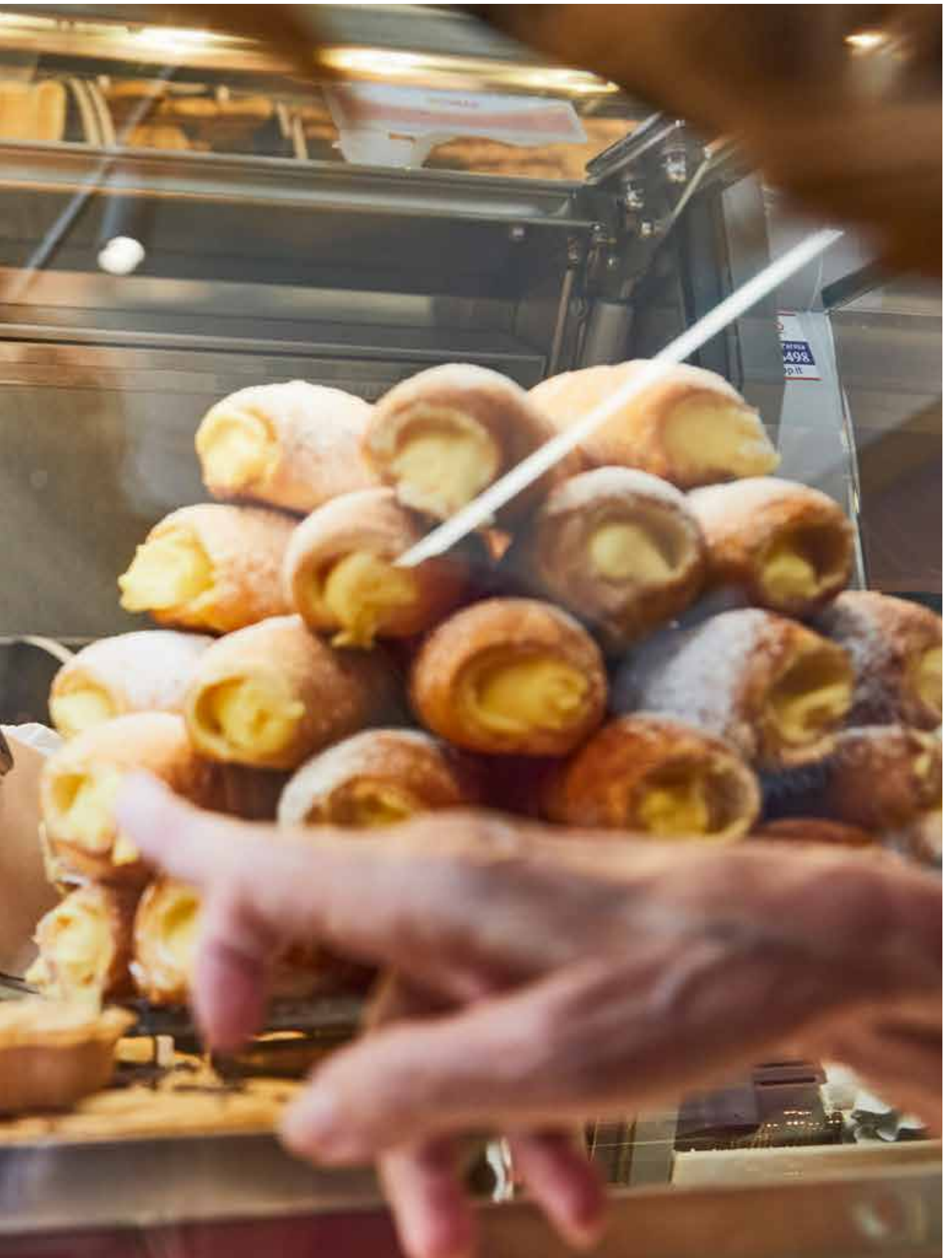
Nel richiamare l'acquisizione da parte di Conad Centro Nord di 36 punti vendita dalla cedente Margherita Distribuzione Spa, protagonista nel biennio 2019-2020 di una grande operazione di fusione per incorporazione della rete vendita italiana Sma/Simply e Auchan, si evidenzia la proficua attività svolta in concerto tra la Direzione Risorse Umane e la Direzione Rete, di messa in sicurezza della rete commerciale e con essa dei complessivi livelli occupazionali, attraverso una riorganizzazione del lavoro più efficiente, economica ed in linea con la cultura Conad.

Ad oggi, dei 36 negozi restano in gestione alla rete diretta Forty S.r.l. 4 punti vendita: via Tirandi a Brescia; Roncadelle (ad insegna Spazio); via Armonia a Romano di Lombardia (BG) e San Rocco al Porto in provincia di Lodi (ad insegna Spazio). I restanti 32, attraverso operazioni di affittanza d'azienda, sono stati trasferiti nel corso dell'anno 2021, alla gestione imprenditoriale, realizzando in tal modo la mission di Conad Centro Nord.

Le attività descritte hanno permesso di consolidare i rapporti con le Parti Sociali presenti sul territorio, costruendo solide relazioni di fiducia che nel futuro ridurranno il rischio di contenzioso, agevolando la soluzione bonaria di fisiologiche tensioni di "parte".

04. CLIENTI E CONSUMATORI





Per i nostri Clienti

Nel 2021 la rete Conad Centro Nord ha fatto registrare una crescita delle vendite pari a oltre il 4% in valore assoluto rispetto al 2020, anno in cui i dati

di vendita erano stati eccezionali in conseguenza dell'emergenza sanitaria e dei mesi di lockdown.

Per i nostri Clienti, i nostri Servizi

CARTA INSIEME PIÙ

Nella maggior parte dei punti vendita Conad Centro Nord è possibile pagare la spesa con Conad Card: la carta di debito **gratuita** offre la possibilità di accumulare **punti doppi**, beneficiare di **offerte esclusive**, ricevere un unico **addebito il giorno 10**

del mese successivo alle spese e consente di avere **sconti dedicati**. Nel 2021 sono state sviluppate iniziative CRM di arruolamento mirate a Clienti fedeli e sono state sottoscritte oltre 10.700 nuove Conad Card.



CONAD APP

Per i Clienti con Carte Conad è disponibile la nuova App Conad, con cui è possibile avere informazioni su supermercati e promozioni, fare liste della

spesa e, prossimamente, ricevere buoni ed effettuare pagamenti.



CONAD SERVIZI ASSICURATIVI

Anche la proposta dei servizi assicurativi è ispirata alla formula **"Risparmia con Conad"**. I partner assicurativi scelti offrono ai Clienti la **loro miglior tariffa**, con prodotti semplici e convenienti e con in più i vantaggi che **Carta Insieme riserva ai suoi possessori, proponendo sconti dal 5% al 25%** sulle polizze assicurative più diffuse delle migliori compagnie.



SPESA&VAI

In 27 negozi è possibile utilizzare il servizio di spesa veloce con Carta Fedeltà. All'entrata del supermercato sono collocati i lettori con i quali leggere i codici EAN dei prodotti prima di riporli nel carrello; alle casse dedicate basta consegnare il lettore e la spesa già imbustata, quindi provvedere al pagamento.

In 39 supermercati il Cliente che vuole risparmiare tempo può anche utilizzare le casse self automatiche per il pagamento della spesa.

**Per i nostri Clienti, Conad è anche...****PET STORE**

Pet Store Conad è l'insegna della catena specializzata per animali, con un assortimento dedicato e un proprio piano promozionale, con una gestione completamente indipendente dal supermercato. L'attività è svolta su superfici di vendita tra i 200 e i 500 m², con l'obiettivo di fornire prodotti per la cura totale dell'animale domestico e in ogni periodo della sua vita.

Conad Centro Nord ha orientato lo sviluppo di questo canale su superfici di minimo 250 m² (che presentano oltre 3.000 referenze) con 11 presidi a Rubiera (RE), Langhirano (PR), Guastalla (RE), Taneto (RE), Fornovo (PR), Felino (PR), Cogozzo di Viadana (MN), Palazzolo S/O (BS), Bergamo, San Rocco al Porto (LO) e Montecavolo (RE). In 3 punti vendita (Felino, Viadana e Montecavolo) viene fornito anche il servizio di toelettatura professionale con area dedicata "Bubble Pet". A Montecavolo i Clienti hanno anche la possibilità di lavare ed asciugare gli accessori dei propri animali domestici con l'apposita lavatrice e asciugatrice.

Dal 2019 vengono organizzate (ogni 2/3 mesi) giornate di raccolta alimentare col sostegno della Federazione Italiana Associazioni Diritti Animali e

PARAFARMACIA

In 27 supermercati è presente la parafarmacia Conad, reparto dedicato alla vendita di farmaci da banco o di automedicazione (SOP e OTC) e di parafarmaci, settore che comprende i cosmetici, i dietetici, la fitoterapia e altri prodotti per il benessere della persona. I Clienti sono assistiti da

Ambiente e l'appoggio degli enti locali.

Il concept Pet Store Conad si avvale di personale competente e preparato, grazie a continui corsi di aggiornamento organizzati sia internamente che in partnership con le industrie del settore. L'insegna ha un netto richiamo al Marchio Conad e garantisce al consumatore i valori già noti a chi fa la spesa nei nostri supermercati; a sottolineare tutto ciò la presenza dei prodotti pet food a Marchio Conad, già conosciuti e apprezzati dalla Clientela.

È possibile l'utilizzo della Carta Insieme Più per la gestione delle offerte e per la raccolta dei dati della Clientela.

Vengono inoltre proposti diversi servizi:

- consigli relativi alla cura e al benessere degli animali;
- entrata libera per tutti gli animali da compagnia;
- angolo ristoro per cani;
- bacheca per annunci;
- incisione medagliette;
- box per donazioni di alimenti a canili e gattili locali.

personale specializzato (farmacisti).

La politica prezzi proposta è basata sulla convenienza attraverso sconti che variano dal 15% al 40% sui farmaci acquistabili senza ricetta medica e di almeno il 5% sul parafarmaco.

OTTICO

L'attuale situazione del concept Ottico Conad nella nostra rete:

- Capriolo, il negozio dell'ottico è collocato al di fuori del superstore nello stesso complesso commerciale;
- Trezzo D'Adda, il negozio dell'ottico è a fianco della Parafarmacia come shop in shop all'interno del superstore.

Presso l'Ottico Conad, i consumatori possono ef-

fettuare un controllo della vista in pochi minuti e scegliere la montatura degli occhiali che preferiscono tra centinaia di modelli delle marche più note. Ogni punto vendita vanta la presenza di personale competente, adeguati strumenti diagnostici e un assortimento di proposte-moda a prezzi concorrenziali. In più, periodicamente, vengono offerti ai Clienti ulteriori occasioni di risparmio, grazie a specifiche iniziative promozionali.

CARBURANTE

Nel comune di Bibbiano (RE) è attivo dal 12 maggio 2010 il distributore di carburante a Marchio Conad dotato di erogatori diesel/benzina e di un'area dedicata al lavaggio auto. Il distributore, a 11 anni dall'apertura, è stato completamente rinnovato e ristrutturato nel corso della prima parte del 2021. L'intervento è stato fatto tenendo il punto vendita aperto ed è stato completato il 14 mag-

gio 2021. Questa ristrutturazione ha consentito di adottare politiche commerciali più efficaci. Contestualmente si è registrato, infatti, un aumento del risparmio della Clientela, rispetto ai punti vendita tradizionali, e un incremento dei litri erogati, in confronto al periodo pre-Covid, di circa il 50%. Il trend si sta ripetendo anche nella prima parte del 2022.

BENEFICI PER LA CLIENTELA	2021	IN € dal 2010
		452.250

BENEFICI MEDI PER LA CLIENTELA	2021	IN €/CENT/L dal 2010
		9,03

CONSEGNA A DOMICILIO

I negozi che espongono la comunicazione hanno attivo il servizio di consegna della spesa a domicilio, anche tramite l'utilizzo di veicoli elettrici non inquinanti. Diversi punti vendita di superficie più contenuta o ubicati in zone isolate e collinari of-

frono spontaneamente il servizio di consegna della spesa a casa per persone anziane o disabili. Il servizio di Spesa Online, risultato particolarmente gradito nel periodo dell'emergenza Covid, è attivo in 57 punti vendita.



LIBRI DI TESTO

Anche nel 2021 Conad è stata al fianco delle famiglie per gli acquisti di testi scolastici. In 228 punti vendita che hanno attivato il servizio è stato appli-

cato uno sconto ai Clienti del 15% sui libri di testo e del 5% sulle Enciclopedie.

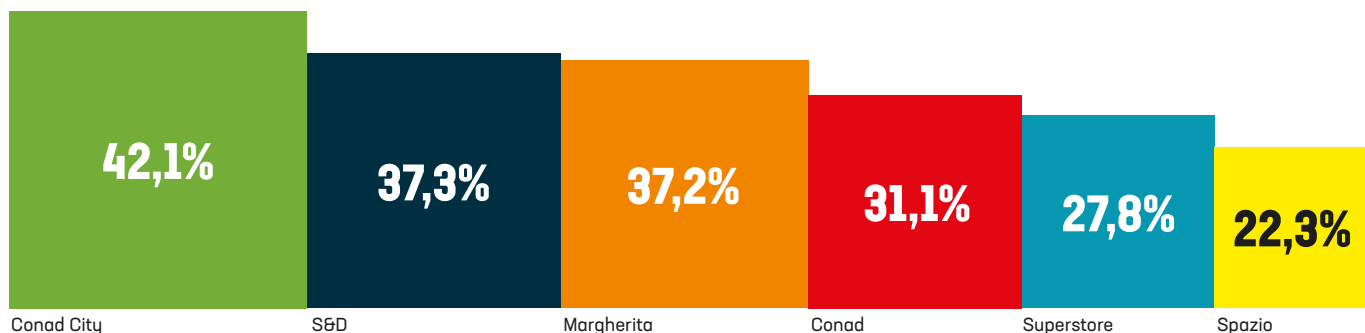
Per i nostri Clienti, i nostri Prodotti a Marchio Conad

L'iniziativa "Bassi e Fissi" (un paniere dei prodotti più importanti, a prezzo fisso e ribassato) ha giocato un ruolo fondamentale per le vendite dei prodotti a Marchio Conad e ha migliorato il percepito di convenienza nei confronti dell'Insegna, contribuendo ad incrementare la fidelizzazione dei Clienti. In Conad Centro Nord il fatturato dei prodotti Bassi e Fissi rappresenta oltre un terzo del fatturato totale della marca del distributore e l'8,3% di tutto il fatturato di prodotti confezionati.

L'attuale gamma conta oltre 650 referenze.

Nel 2021 la quota di mercato della marca del distributore (dato medio nazionale supermercati) si è attestata al 19,8%, mentre in Conad Centro Nord la quota per il largo consumo confezionato è stata del 30,7%.

A livello di canale la quota si attesta sui valori seguenti:

**Per i nostri Clienti, i nostri Premi****PUNTI**

Nel 2021, i Clienti hanno raccolto oltre 1,9 miliardi di punti, utilizzando i quali hanno potuto usufruire di buoni sconto di 5€ sulla spesa per 698.706.976 punti (pari a 6.987.069€), vincere premi personalizzati ed esperienze da vivere e scegliere una serie di prodotti dal Catalogo Desideri Made in Italy, arricchito di integrazioni stagionali: in estate i coloratissimi teli mare a marchio Australian e in inverno gli Gnomi del Natale e il para spifferi. Sono stati poi raccolti oltre 7.600.000 punti da destinare alla Fondazione *Lega del Filo d'Oro*, alla quale sono stati donati all'incirca 76.000€.



Anche nel 2021, per ravvivare il catalogo e stimolare nei Clienti l'interesse per i punti, sono state riproposte le Occasioni Punti: una *combinazione di premi* con le quali i Clienti hanno potuto ritirare oggetti del catalogo a punti scontatissimi.

Dopo il successo dello scorso anno una piacevole sorpresa è stata rinnovata anche quest'anno per i Clienti con carta, nel periodo dell'Avvento: un Ca-

lendario delle Feste che giornalmente offriva vantaggi diversi: punti, sconti, regali e premi.

Sono stati richiesti quasi 5.000 premi grazie alla promozione di domenica 12 dicembre, che omaggiava i Clienti di 200 punti con la prenotazione di un premio della collezione Desideri. Sono stati 8.030.000 i punti spesi dai Clienti per prenotare un premio e 963.800 quelli regalati.



RICORRENZE

Nel 2021 Conad ha sostenuto le Donne, nella loro festa, proponendo in omaggio, il libro "Niente Paura", una narrazione piacevole e leggera che racconta un approccio moderno alla difesa personale fatto di prevenzione e piccole abitudini. È stato consegnato a tutti i Clienti con Carte Conad a fronte di una spesa di almeno 10€.

Per la festa della Mamma è stato regalato un elegante complemento d'arredo: il diffusore per ambiente di fragranza fresca, primaverile, dalle note fiorite e fruttate, donato ai Clienti con Carte Conad con almeno 10€ di spesa.

E per ricordare una festività altrettanto importante, quella dei Nonni, Conad, per ogni 20€ di spesa e con l'aggiunta di un piccolo contributo di 1,50€, ha consegnato ai possessori della tessera il libro dei Nonni: un album in cui i nipoti, intervistando i nonni, hanno potuto raccogliere foto, racconti, aneddoti per conservare nel tempo questi preziosi ricordi.

Il libro è stato pensato per celebrare un momento importante di contatto fra nonni e nipoti.



SCRITTORI DI CLASSE

Riscuote sempre un importante successo la nuova iniziativa legata a **Scrittori di Classe**, partita nel mese di febbraio e giunta all'ottava edizione, che ha presentato una veste del tutto nuova sia nella meccanica che nella proposta al pubblico: si è infatti svolta in due fasi distinte denominate "Tempi", ognuno della durata di 6 settimane.

TEMPO 1 - da febbraio con ogni 20€ di spesa avveniva la consegna di 1 bustina di pasta modellabile in 18 diversi colori collezionabili, con cui i bambini hanno potuto sbizzarrirsi nel realizzare i personaggi protagonisti dell'iniziativa, e non solo, e la consegna di 1 Bollibro. Con 15 Bollibri il



Cliente poteva ritirare gratis il Libro Storie Spaziali che raccoglieva i 12 racconti vincitori del concorso letterario Scrittori di Classe 7, giochi e curiosità sullo spazio. Sono stati distribuiti più di 90.000 libri.



TEMPO 2 - da aprile protagonisti sono stati i divertenti e colorati **alieni**. I **peluche** Hey Clay hanno sostituito la distribuzione della pasta modellabile, mentre in cassa è continuata l'erogazione dei bollini (bollino scuola + bollino per raccolta peluche). Abbiamo distribuito oltre 212.000 peluche.

Con Scrittori di Classe Conad premia le scuole aderenti all'iniziativa e iscritte su www.insiemeperscuola.it. I plessi scolastici coi buoni scuola raccolti hanno potuto richiedere utilissimi premi per arricchire il materiale informatico scolastico. Per ottenerli bastava: iscrivere la scuola, caricare i buoni e scegliere i premi da un catalogo creato apposta



per loro. Inoltre, Conad ha distribuito bustine di plastilina ad asili, scuole, oratori, centri ricreativi e d'assistenza.



Promozioni Estive... e a soglia di spesa

Nel 2021, con l'obiettivo di mantenere stabile lo scontrino medio, Conad ha proposto ai Clienti 4 regali che hanno tenuto loro compagnia nel periodo estivo. Considerando che la vendita di libri

gialli raggiunge il suo apice proprio in vista delle vacanze estive si è pensato ad un regalo utile come un libro.



I libri scelti sono normalmente in commercio ad un prezzo al pubblico che oscilla tra i 14€ ed i 18€ come verificato dai siti di vendita online Amazon e

Ibs Libri. Conad Centro Nord ha proposto un libro in omaggio ai Clienti possessori di Carte Conad, con una spesa di almeno 50€.

Settembre segna da sempre il tema del rientro: rientro dalle ferie, rientro a scuola, rientro in cucina. Per stimolare le vendite è stata ideata una raccolta di coltelli di grande qualità, completamente in

acciaio. A partire dall'8 settembre, per 7 settimane, i Clienti potevano scegliere uno dei 5 coltelli Brandani aggiungendo un piccolo contributo ad ogni spesa di almeno 20€ (e multipli).



Autunno è il periodo in cui Conad Centro Nord, da anni, sviluppa iniziative a soglia di spesa che aganciano un progetto di solidarietà territoriale. Il 2021 ha visto protagonista Thun e le formine in legno firmate, utili come segnaposto, decorazione

per l'albero e chiudi pacco per regali.

Per ogni pendente acquistato 0,50€ erano devoluti in beneficenza, in totale sono stati donati 210.000€.

CRM

Dopo le prime campagne lanciate l'anno precedente, nel 2021 ha preso il via il primo **Piano CRM annuale** un vero e proprio programma CRM di fidelizzazione **continuativo** e **multilivello** con azioni differenziate in ambito Loyalty, Distintività e Convenienza, così da instaurare un dialogo costante con i Clienti e offrire loro, durante tutto l'anno, ulteriori **vantaggi esclusivi** e **personalizzati**.

Sono state infatti lanciate con successo più di **40 campagne**, coinvolgendo oltre 2,4 milioni di

contatti in attività legate a buoni spesa, sconti su prodotti a Marchio Conad o su particolari reparti del punto vendita, sempre declinate al Cliente in modo personalizzato, a seconda delle sue preferenze e del comportamento di spesa. In totale sono state inviate ai Clienti contattabili oltre 12 milioni di e-mail (caratterizzate da un alto tasso di apertura, fino al 33-35%), comunicando l'uscita dei nuovi volantini, iniziative personalizzate di CRM, attività nazionali e di cooperativa, etc.



BUONI SCONTO

L'iniziativa dei buoni sconto da 10€, distribuiti ad ogni spesa di 50€ e da usare su altri 50€ di spesa, si è rivelata nel tempo una operazione di succes-

so in tutte le sue varianti (buoni di Natale, Pasqua, Primavera, Black Friday, Week-end in black).

Il 12-13-14 marzo 2021 i Clienti con Carte Conad che hanno speso almeno 50€ (scontrino unico) hanno ricevuto un buono sconto da 10€ da spendere dal 15 al 23 marzo su altri 50€ di spesa. Sono stati utilizzati oltre 98.500 buoni per un valore di 985.000€.



A novembre 2021 è stata proposta la versione Black Friday: nell'ultimo week-end di novembre, i Clienti con Carte Conad spendendo almeno 50€ hanno ricevuto un buono sconto da 10€, spendibile dal 29 al 5 dicembre su altri 50€ di spesa. Sono stati utilizzati più di 75.000 buoni per un valore di oltre 750.000€.



MINI RACCOLTE

In estate il piano promozionale ha presentato ulteriori attività di fidelizzazione come la raccolta sostenibile **Leonardo**. Collezionando gli esclusivi prodotti in vetro Leonardo, i Clienti sono stati protagonisti di un grande progetto di salvaguardia ambientale, attraverso azioni di forestazione e gestione forestale sostenibile. L'esclusiva gamma di prodotti acquistabili con bollini e con punti, per Clienti con carta (1 bollino ogni 15€ di spesa e bollini aggiuntivi all'acquisto di prodotti sponsor) ha permesso ai Clienti di collezionare prestigiosi set di bicchieri colorati, caraffa, cannuce ed eleganti vasi arredo.



Dal 1 novembre **Thun** è stata di nuovo protagonista della mini collection nazionale, con teli, asciugamani, accappatoi, accessori a marchio ritirabili sia con bollini e un contributo aggiuntivo sia con i punti.

Dopo Leonardo, Thun Bagno è stata la seconda collection "sostenibile" legata all'importante pro-

getto nazionale "Sosteniamo il futuro", e ha visto rinnovare l'impegno di Conad per la salvaguardia ambientale. Alla morbida spugna, è stata abbinata una trama interna contenente plastica PET da bottiglie riciclate, che accresce la resistenza e la durata del tessuto.



PROMOZIONI

Molte sono state le offerte eccezionali come Sottocosto, Campioni del Risparmio e Bis che è stato ripetuto anche per tutta l'estate proponendo ai Clienti prodotti sempre nuovi a metà prezzo.

Per i nostri Clienti, la nostra Comunicazione

Per informare il Cliente su prodotti, offerte e altre iniziative sono stati utilizzati tutti gli strumenti di comunicazione tradizionali: volantini cartacei e digitali, manifesti, dépliant, cataloghi, comunicati radio, TV, integrati da comunicazioni web e pagine

CATALOGHI

In prossimità del Natale sono stati proposti ai Clienti e alle Aziende assortimenti di cesti e strene, insieme ad un vasto assortimento di eccellenze regionali, come i prodotti a Marchio Sapori&Dintorni raccolti in cataloghi dedicati.

All'interno dei punti vendita, sono in funzione Conad Channel (TV a circuito chiuso) e Radio Bene Insieme, che trasmettono informazioni e consigli ai Clienti.

I Clienti per effettuare segnalazioni possono contattare la Cooperativa attraverso il servizio "Contattaci" disponibile sul sito www.conad.it nella se-

social. Inoltre, nel 2021 sono stati realizzati opuscoli speciali dedicati a eccellenze e stagionalità (cioccolato, vini, formaggi, etc.), benessere (colazione) che presentano una panoramica sui prodotti, corredata di informazioni, prezzi, e curiosità.

zione dedicata a Conad Centro Nord, in modo da interagire direttamente col personale addetto.

La rivista **Bene Insieme** è un periodico con 10 numeri all'anno, 64 pagine e in media 1 milione di copie per ogni uscita, distribuite nei supermercati Conad in tutta Italia. Comprende rubriche di cucina, arredamento, stile di vita, bellezza, attività all'aria aperta, attività fai da te, attualità, puzzle e oroscopi. La rivista è recuperabile presso i punti vendita ma è anche social e conta 1,2 mila follower.



1,2mila
Follower

Rivista Bene Insieme

La politica per la qualità e la sicurezza degli alimenti

Il settore “Qualità e sicurezza degli alimenti” svolge una attività di sensibilizzazione e informazione relativamente ad argomenti richiesti dalla legislazione vigente in materia di sicurezza alimentare. L'obiettivo costante è fare in modo che la rete di vendita sia in linea con le richieste legislative in campo alimentare, richieste in continua evoluzione, sempre più precise e sempre più spinte verso la tutela del consumatore finale.

L'ufficio ha il compito di approfondire gli obblighi normativi in campo alimentare e di tradurli in soluzioni operative pratiche che consentano di aumentare i livelli di sicurezza alimentare senza influire negativamente sulla produttività dei settori. Tale attività si concretizza nell'individuazione e applicazione di procedure operative trasversali sulla rete dei negozi.

Il personale del settore partecipa agli incontri della Direttiva Qualità presso la sede del Consorzio nazionale, importanti appuntamenti in cui vengono affrontate e approfondite le tematiche sopra esposte, nell'intento di trovare soluzioni condivise e di aumentare i livelli di efficienza e sicurezza della filiera Conad.

Esempi di procedure che negli anni sono state approntate nel Direttivo Qualità, declinate nelle Cooperative e che abitualmente vengono applicate nei depositi e nei negozi della rete sono:

- disciplinare di etichettatura Conad IT 017 ET per le carni bovine CPQ;
- linee guida per Rintracciabilità degli alimenti nei depositi (per applicazione del Reg. 178/2002 CE);
- procedura di gestione degli Eventi Accidentali (Alimenti), ritiri e richiamo dei prodotti;
- linee guida per la verifica della corretta applicazione dell'autocontrollo nei punti vendita;
- linee guida per la qualificazione e verifica dei fornitori e dei CE.DI.;
- studio e validazione della procedura per la gestione dei tempi di vita dei prodotti freschi venduti sfusi e preincartati nei negozi;
- procedure gestione delle Non Conformità.

Numerosi sono gli interlocutori del settore Qualità sia in Conad Centro Nord (Soci, capi negozio e responsabili di reparto, Category Manager, Responsabili di Deposito, Ufficio Tecnico, Assistenti rete e specialisti di mestiere, Sistemi Informativi) sia all'esterno: Fornitori alimentari “locali” (non a contratto nazionale), Consulenti in materia di igiene e sicurezza dei prodotti alimentari (HACCP, Reg. 852/04, 853/04, etc.) e in materia di sicurezza degli operatori sui luoghi di lavoro (D.Lgs. 81/2008 e s.m.i.), Concessionari software bilance negozi, Associazioni di Categoria, Aziende Sanitarie Locali e altri Organi Competenti per i Controlli come NAS, MIPAF, Repressione Frodi.

DATI ATTIVITÀ 2021	N°
Punti vendita verificati	235
Nuove aperture con affiancamento igienico sanitario	1
Visite di controllo presso i punti vendita	711
Numero totale di tamponi ambientali	1.656
Numero totale di alimenti campionati per controlli	1.299 (2.203 aliquote)
Numero totale di campioni di ghiaccio	90
Alimenti campionati per il controllo Istamina	124
Numero totale di campioni di acqua di rete	235
Visite mirate alla verifica delle temperature di conservazione alimenti	42
Numero visite mirate a controlli di etichettatura presso punti vendita (etichettatura macelleria + etichettatura generale)	400
Numero incontri per formazione in ottemperanza ai requisiti del Reg. 852/04	129

ARTICOLI RITIRATI DALLA RETE DI VENDITA NEL 2021

	N°
Per non rispetto di standard qualitativi elevati o etichettatura non conforme	62
Per allerte sanitarie in corso di verifica	10
Per allerte sanitarie con avviso ai Clienti del punto vendita (richiamo)	17

PROGRAMMI PER IL 2022

Gli obiettivi per il 2022 sono rappresentati dalle seguenti attività:

- mantenimento Certificazione Biologica dei magazzini;
- verifica e consolidamento delle nuove procedure dei manuali di autocontrollo dei magazzini;
- consolidamento del sistema di qualifica e controllo dei fornitori alimentari con contratto locale con la Cooperativa;
- consolidamento della tracciabilità per il settore carni fresche e il settore ittico e aggiornamento della tracciabilità per il settore ortofrutta;
- diffusione e consolidamento delle procedure di gestione del marchio CPQ nel settore carni presso i negozi della rete.



05. FORNITORI





Fornitori

L'attività caratteristica originaria della Cooperativa è quella degli acquisti collettivi. Fin dall'origine la sua missione è stata di unirsi per superare il grossista e disporre di prodotti più sicuri a condizioni migliori; solo più recentemente a questo servizio se ne sono aggiunti altri, come descritto nella prima parte di questo Bilancio.

Il fornitore assume dunque, nelle politiche della Cooperativa, un ruolo duplice ed essenziale: da un lato egli nutre l'attività dell'intero Sistema, ma dall'altro è un soggetto che riceve dalla Cooperativa sicurezza, stimoli di qualificazione, prospettive di crescita. È dunque uno stakeholder di grande rilievo.

Sistema e politiche di approvvigionamento

Per illustrare il rapporto di Conad Centro Nord con i fornitori bisogna ricordare la natura e i caratteri dell'intero "Sistema Conad": il Consorzio Nazionale Conad definisce contratti con i fornitori che interessano l'intero Sistema, mentre alle diverse Cooperative spetta la definizione dei rapporti con

i cosiddetti "fornitori locali" che interessano invece, per ragioni di vario tipo, solamente la singola Cooperativa.

Per quanto riguarda Conad Centro Nord, ecco la sintesi riferita ai fornitori:

TIPOLOGIA FORNITORI E ACQUISTATO AL 31/12/2021

Tipo fornitore	N°	Quota acquistato
A contratto locale	644	22,23%
A contratto nazionale	528	77,77%
TOTALE	1.172	100%

Infine, gli stessi Soci - cioè i gestori di specifici punti vendita - possono intrattenere rapporti di fornitura che solamente per loro rivestono interesse.

Oltre ai 1.172 fornitori nazionali e locali vi sono infatti i fornitori diretti dei punti vendita. Si tratta certamente di operatori locali e la loro percentuale d'incidenza sull'acquistato non è rilevante (an-

corché non quantificabile), ma è assai importante l'aspetto sociale e l'incidenza qualitativa sul servizio, poiché si tratta, nella maggior parte dei casi, di forniture tagliate a misura del micro-mercato di riferimento. In ogni caso, anche per gli acquisti realizzati direttamente dai Soci nei punti vendita, devono valere le stesse regole della Cooperativa.

Le regole della fornitura

Il processo di selezione del fornitore, della definizione degli aspetti contrattuali e complessivamente dell'amministrazione dei rapporti è rigorosamente regolato.

In capo a tutto esistono norme dell'Unione Europea, poi recepite dalle legislazioni nazionali. Per quanto riguarda l'Italia, la normativa più importante è sicuramente il D.Lgs. 8 novembre 2021, n. 198 (recepimento delle direttive europee in materia di pratiche commerciali sleali) che abroga e sostituisce l'art.62 del D.Lgs. 24 gennaio 2012, n. 1 (Disposizioni urgenti per la concorrenza, lo sviluppo delle infrastrutture

e la competitività) e successive modifiche (Legge 24 marzo 2012, n. 27 e Legge 17 dicembre 2012, n. 221).

La nuova normativa, rinnova nella sostanza quanto già previsto dal precedente articolo 62, soprattutto per l'obbligo di pagare il fornitore di prodotti agricoli al massimo entro trenta giorni dalla consegna della merce. Il Decreto sancisce la correttezza etica e contrattuale che deve contraddistinguere il rapporto tra i fornitori e la distribuzione.

Oltre ai riferimenti di legge, per Conad Centro Nord

esiste una serie di riferimenti normativi che struttura in modo specifico la relazione con i fornitori:

1. **L'accordo commerciale (contratto quadro)**, ovvero l'accreditamento. Inquadra le relazioni tra la Cooperativa e il fornitore, definendo alcuni aspetti fondamentali: caratteristiche dei prodotti, fatture e fatturazione, logistica, vizi dei prodotti, oltre all'adesione del fornitore al Codice Etico di Conad Centro Nord.
2. **L'elenco specifico delle buone prassi e delle pratiche commerciali sleali**. Si tratta degli indirizzi che le grandi associazioni europee dei distributori hanno condiviso, in coincidenza della nuova Normativa UE, per il miglioramento dei rapporti con i fornitori e il maggior vantaggio dei consumatori.
3. **Il Codice Etico** di Conad Centro Nord.
4. **I protocolli specifici obbligatori per i nuovi fornitori** su: garanzie igienico-sanitarie, procedure di rintracciabilità e allarme rapido, privacy, etichette logistiche.
5. **Prassi e concorrenza**: un elemento qualificante per nuovi prodotti e fornitori è la presenza e disponibilità sul mercato competitivo (concorrenti, altri canali distributivi).

Per la costruzione e il mantenimento di una buona relazione con i fornitori non sono però sufficienti gli aspetti contrattuali e formali: anche per i fornitori sono fondamentali altri elementi, tra cui principalmente la reputazione, la conoscenza diretta del category manager cui spetta in maniera responsabile - ancorché discrezionale - la proposta di inserimento di prodotti e fornitori. In casi specifici, si attivano infine indagini ad hoc di tipo finanziario (visure camerali, indagini sulla solvibilità, etc.) e di controllo qualità (analisi prodotto, indagini tecniche su conformità delle etichette etc.).

Attenzione particolare viene riservata da Conad Centro Nord alle piccole aziende produttrici del territorio, come elemento tanto necessario quanto importante per offrire un contributo all'economia territoriale e alla valorizzazione delle specificità locali.



Forniture e Codice Etico

L'accordo commerciale tipo (cioè il documento che il fornitore deve sottoscrivere per essere accreditato da Conad Centro Nord) al punto A.11 richiede che l'aspirante fornitore sia a conoscenza di ciò che dispone il Codice Etico di Conad Centro Nord e che non ponga in essere "atti o comportamenti

19. RISPETTO DEI VALORI VERSO I FORNITORI DIRETTI E/O LOCALI

Nel caso in cui debba stipulare separati accordi con fornitori diretti e/o locali per integrare l'assortimento definito in Cooperativa, il Socio rispetta i principi di selezione adottati nella stessa e applica le regole di comportamento indicate dal presente Codice Etico.

Il Socio garantisce la correttezza nei rapporti commerciali con propri fornitori diretti/locali, in linea con le indicazioni generali definite in Cooperativa.

26. COLLABORAZIONE CON I FORNITORI

La Cooperativa seleziona i fornitori attraverso adeguati controlli atti a rilevare il rispetto delle normative, la tutela della salute, la qualità dei prodotti, l'etica dei comportamenti.

La Cooperativa, nel perseguire l'interesse dei Soci, intende i propri fornitori come partner e lavora per la costruzione di un rapporto di fiducia e di una visione condivisa del lavoro e del servizio.

Come si vede, il Socio, per gli acquisti diretti, deve

tali da determinare una violazione del Codice e ad adottare e attuare, se necessario, procedure idonee a prevenire tali violazioni".

Gli articoli del Codice Etico a cui l'accordo commerciale rimanda sono rispettivamente il 19 e il 26, che conviene riportare integralmente:

Per la Cooperativa, i fornitori sono partner di fiducia che condividono e rispettano gli articoli del Codice Etico di Conad Centro Nord

adottare i medesimi criteri della Cooperativa (art. 19) ma ancor più rilevante è il contenuto dell'art. 26, fin dal suo titolo che - pur all'interno di rapporti contrattualmente normati - definisce il rapporto come "collaborazione" o addirittura "partnership".

06.
AMBIENTE





L'impegno per la sostenibilità ambientale

In materia di sostenibilità ambientale l'impegno di Conad Centro Nord negli ultimi anni ha prodotto una serie di iniziative allo scopo di ridurre l'impatto ambientale e migliorare l'efficienza energetica sia presso la sede centrale che presso la rete di vendita.

LOGISTICA E TRASPORTI

Le iniziative di efficientamento della logistica condotte nel corso del 2021 da Conad Centro Nord hanno portato ad una riduzione di 41.360 km percorsi rispetto al 2020 (-0,5% su un totale di 8.644.253) a fronte di un aumento considerevole dei viaggi effettuati (+3.000; circa +4,7%) e dei colli trasportati (+4.200.840; circa +5,13%). Un risultato possibile grazie all'ottimizzazione logistica e del trasporto e anche al completamento dello sdoppiamento dei poli dei magazzini dei surgelati a Calcinate (BG).

L'ottimizzazione del trasporto è frutto di una nuova e più efficiente impostazione logistica (sdoppiamento dei magazzini) e di una nuova pianificazione di agende di consegna, ridefinizione di flussi e tratte. In sintesi, la Cooperativa, pur facendo fronte ad uno sviluppo enorme e trasportando un numero molto più elevato di colli, è riuscita ad abbassare sensibilmente il raggio medio dei viaggi

Conad Centro Nord, nel 2021, ha incrementato il suo impegno a favore della sostenibilità ambientale, raggiungendo risultati importanti grazie all'efficientamento della logistica e dei trasporti

rispetto ai due anni precedenti, con conseguente riduzione delle emissioni inquinanti.

Prosegue, inoltre, la modernizzazione della flotta mezzi dei vettori con il passaggio ad euro 6 del 41,2% della flotta (16,4% della flotta del vettore Transcoop e 75,6% per la flotta del vettore Cristinelli).



IMPATTO AMBIENTALE E EFFICIENZA ENERGETICA

All'interno dei depositi della Cooperativa l'adozione del sistema del pallet pooling per la gestione dei pallet di legno, rispetto al tradizionale interscambio, ha un impatto significativo sia per quanto riguarda la sostenibilità ambientale sia per quanto concerne l'efficienza e la riduzione dei

costi. Tale soluzione garantisce, infatti, l'impiego di legno proveniente da foreste controllate, il riciclo del materiale alla fine del ciclo di vita dei pallet (limitando gli sprechi e la produzione di rifiuti) e la riduzione delle emissioni di CO₂, grazie all'ottimizzazione del trasporto.



Fonte: CHEP Italia

Nell'ambito dell'efficientamento energetico, nei nuovi punti vendita e in quelli soggetti a ristrutturazione vengono adottate le più recenti soluzioni tecnologiche per favorire il risparmio energetico e la riduzione dei consumi. Nelle nuove costruzioni si punta alla realizzazione di immobili in classe energetica A.

Nei nuovi supermercati vengono installati impianti fotovoltaici sulla copertura, una tecnologia che permette di produrre energia pulita sfruttando la luce del sole, fonte rinnovabile che riduce in modo significativo le emissioni inquinanti in atmosfera. Si fa ricorso a pannelli prefabbricati isolati termicamente all'interno che garantiscono elevatissimi standard di isolamento dall'ambiente esterno, permettendo una maggiore efficienza degli impianti di riscaldamento e raffrescamento che si traduce in minori consumi e costi inferiori.

I serramenti e le vetrate vengono realizzati in alluminio con tecnologia a "taglio termico", basandosi sul principio dell'interruzione della continuità termica del metallo ottenuta con l'inserimento di un

materiale a bassa conducibilità termica all'interno del profilato, che consente l'isolamento termoacustico e contribuisce al risparmio energetico.

Vengono installati, inoltre, impianti di refrigerazione a CO₂ (transcritici) in cui i gas fluorurati ad effetto serra sono sostituiti dall'anidride carbonica. Tali impianti vengono dotati di sistemi di ottimizzazione ulteriore per abbassare i consumi energetici di un 10% circa attraverso una soluzione che permette l'evaporazione a temperatura costante tutto l'anno.

Tutti i frigoriferi sono dotati di chiusura automatica per ridurre al massimo la dispersione di freddo nell'ambiente con notevoli benefici sia in termini di risparmio energetico che di conservazione del prodotto.

Gli impianti di illuminazione, completamente a led sia per l'area di vendita che per i banchi frigoriferi, sono integrati con la regolazione di intensità luminosa automatica, per cui l'impianto interagisce con le fonti luminose naturali (lucernai, vetrate, etc.) garantendo un minor consumo.

LE VARIE TIPOLOGIE DI COLONNINE

Per quanto riguarda le colonnine di ricarica per auto elettriche, nel corso del 2021, in virtù della collaborazione ormai consolidata a livello nazionale con Enel X, sono state installate altre 13 colonnine di diversa tipologia nei parcheggi dei seguenti punti vendita:

Colonnine Juice Pole (quick recharge - fino a 22kW in corrente alternata):

- Guastalla (RE);
- Langhirano (PR);

Colonnine Juice Pump (fast recharge - fino a 50kW in corrente continua):

- Paviglio (RE);
- Fornovo di Taro (PR);
- Vigevano (PV);
- Crema (CR);
- Bibbiano (RE) - presso distributore carburanti;
- Angera (VA);
- San Secondo Parmense (PR);
- Traversetolo (PR);
- Fontanellato (PR);

Colonnine HPC stand alone (ultra fast recharge - fino a 100kW in corrente continua);

- Brescia, via Masaccio e via San Zeno.

A livello statistico, il numero di ricariche effettuate presso le colonnine nel 2021 è stato di 14.028 (+ 282% sul 2020) per un totale di 182.357 kWh (+

206% sul 2020). Il tempo di ricarica medio è stato di 52 minuti (38 minuti di media per le fast - 90 minuti di media per le quick).

Complessivamente sono 33 le colonnine di ricarica attive nei parcheggi della rete (16 "fast", 15 "quick" e 2 "ultra-fast"), per un numero totale di 64 punti di ricarica.



La gestione dei rifiuti

RACCOLTA DIFFERENZIATA E RICADUTE AMBIENTALI

Nel 2020 i punti vendita della rete Conad Centro Nord hanno effettuato la raccolta differenziata di carta e cartone, plastica e legno di **oltre 12 milioni di Kg.**

Di seguito sono indicate le quantità di rifiuti differenziati raccolti per provincia.

PROVINCIA / COMUNE	CARTA E CARTONE	PLASTICA	LEGNO	IMBALLAGGI MATERIALI MISTI
Bergamo	1.492.385	40.700	2.040	170.320
Almenno San Bartolomeo	94.350	7.300	-	-
Bolgare	48.970	-	-	-
Bonate Sotto	54.490	4.010	-	32.520
Capriate San Gervasio	57.700	1.700	-	-
Cologno al Serio	137.830	6.900	-	2.720
Dalmine	65.080	380	2.040	-
Ghisalba	83.660	-	-	-
Gorlago	10.940	-	-	-
Lefte	49.660	-	-	-
San Paolo d'Argon	23.330	-	-	-
Torre Boldone	58.850	1.220	-	31.590
Almè	26.380	-	-	-
Alzano Lombardo	53.480	2.150	-	25.760
Boltiere	7.920	-	-	6.940
Canonica d'Adda	48.780	7.620	-	-
Clusone	151.660	-	-	33.690
Grumello del Monte	70.300	-	-	-
Romano di Lombardia	157.890	-	-	23.500
Sarnico	115.490	-	-	13.600
Urgnano	93.770	9.420	-	-
Zogno	81.855	-	-	-

PROVINCIA / COMUNE	CARTA E CARTONE	PLASTICA	LEGNO	IMBALLAGGI MATERIALI MISTI
Brescia	1.790.196	41.953	10.512	736.807
Iseo	80.700	-	-	15.050
Esine	47.070	-	-	43.090
Bagnolo Mella	67.090	-	-	79.800
Capriolo	63.600	-	-	89.020
Travagliato	68.670	-	-	49.350
Rovato	109.530	-	-	74.300
Bedizzole	27.340	-	-	28.380
Carpinedolo	39.280	-	-	28.230
Urago d'Oglio	18.960	-	-	-
Darfo Boario Terme	62.520	-	-	-
Desenzano	40.380	-	-	-
Botticino	38.650	261	-	13.747
Borgosatollo	26.480	-	-	-
Verolanuova	48.100	-	-	-
Gussago	66.990	-	-	22.460
Brescia	282.831	13.141	2.742	1.500
Bovezzo	52.341	-	-	24.400
Maclodio	48.944	2.701	-	-
Pontevico	38.090	-	-	21.470
Padenghe	54.120	-	3.550	53.900
Palazzolo sull'Oglio	142.230	10.740	-	124.620
Roncadelle	164.200	6.510	-	18.400
Toscolano Maderno	63.340	2.405	2.855	-
Salò	51.580	925	1.365	49.090
Rodengo Saiano	87.160	5.270	-	-
Como	46.970	-	-	9.340
Mozzate	46.970	-	-	9.340
Cremona	204.140	-	7.140	10.000
Casalmaggiore	48.200	-	-	-
Crema	126.350	-	7.140	6.580
Piadena	29.590	-	-	3.420
Lecco	99.920	2.060	-	-
Lecco	47.240	2.060	-	-
Casatenovo	31.200	-	-	-
Osnago	21.480	-	-	-
Lodi	344.640	1.960	25.000	215.790
Codogno	48.120	1.960	5.180	27.400
Lodi	82.900	-	-	23.120
Casalpusterlengo	66.940	-	-	100.130
San Rocco al Porto	146.680	-	19.820	65.140
Monza Brianza	165.540	4.120	40	16.800
Bernareggio	68.400	-	-	15.480
Carate Brianza	40.220	-	-	-
Lissone	56.920	4.120	40	1.320
Milano	1.019.210	2.100	1.460	186.370
Casarile	58.680	-	-	-
Trezzo sull'Adda	94.420	-	-	-

PROVINCIA / COMUNE	CARTA E CARTONE	PLASTICA	LEGNO	IMBALLAGGI MATERIALI MISTI
Milano	361.630	-	-	-
Arese	56.250	1.470	860	-
Lainate	44.740	630	600	-
Cernusco sul Naviglio	166.420	-	-	136.650
Lacchiarella	91.960	-	-	49.060
Sesto San Giovanni	25.840	-	-	660
Motta Visconti	8.080	-	-	-
S. Colombano al Lambro	29.820	-	-	-
Trezzano sul Naviglio	12.950	-	-	-
Inveruno	29.990	-	-	-
Inzago	38.430	-	-	-
Mantova	297.790	-	-	195.920
Castiglione delle Stiviere	42.500	-	-	34.250
Gonzaga	33.020	-	-	21.040
Suzzara	45.480	-	-	64.440
Castel Goffredo	60.810	-	-	76.190
Castellucchio	19.260	-	-	-
Marmirolo	14.020	-	-	-
Viadana	82.700	-	-	-
Piacenza	622.980	13.600	15.830	155.670
Piacenza	276.570	11.290	15.830	66.960
San Giorgio Piacentino	32.240	-	-	42.300
Rivergaro	68.140	-	-	20.500
Fiorenzuola d'Arda	67.650	-	-	4.900
Pontenure	45.560	-	-	6.590
Alseno	19.080	-	-	-
Castell'Arquato	80.940	2.310	-	-
Podenzano	32.800	-	-	14.420
Parma	1.726.660	64.480	32.760	381.270
Riccò di Fornovo	120.440	13.180	11.900	54.900
Busseto	44.470	-	-	14.290
Colorno	76.360	8.160	-	10.420
Fontanellato	74.580	820	-	-
Collecchio	-	-	-	900
Borgotaro	96.260	11.340	-	30.820
Langhirano	83.980	-	-	-
Montechiarugolo	25.300	-	-	-
Noceto	85.460	-	-	5.280
Parma	551.480	8.760	11.940	98.900
Salsomaggiore	55.460	6.980	-	-
San Pancrazio	27.040	-	-	-
San Secondo	47.220	-	-	10.700
Soragna	26.410	-	-	8.790
Traversetolo	59.160	-	-	21.830
Fidenza	234.320	5.240	4.900	114.800
Felino	118.720	10.000	4.020	9.640
Pavia	118.950	-	840	-
Casorate Primo	68.460	-	840	-
Vigevano	50.490	-	-	-

PROVINCIA / COMUNE	CARTA E CARTONE	PLASTICA	LEGNO	IMBALLAGGI MATERIALI MISTI
Reggio Emilia	1.380.880	18.670	1.740	45.040
Albinea	86.460	160	-	-
Arceto di Scandiano	27.500	-	-	-
Bibbiano	45.210	-	-	-
Casalgrande	75.020	-	-	-
Cavriago	72.160	-	-	29.880
Correggio	112.000	-	-	-
Montecavolo	68.010	-	-	15.160
Reggio Emilia	414.400	4.220	-	-
Rio Saliceto	64.500	2.490	1.740	-
Rubiera	72.040	-	-	-
Sant'Ilario d'Enza	69.120	-	-	-
Scandiano	113.730	-	-	-
Taneto di Gattatico	16.170	-	-	-
Cadelbosco Sopra	53.450	-	-	-
Fabbrico	33.960	-	-	-
Poviglio	57.150	11.800	-	-
Sondrio	35.580	-	-	10.160
Villa di Tirano	35.580	-	-	10.160
Varese	210.060	-	-	98.020
Gorla Minore	56.180	-	-	2.960
Angera	57.560	-	-	33.280
Vergiate	74.140	-	-	61.780
Caronno Pertusella	22.180	-	-	-
TOTALE COMPLESSIVO	9.555.901	189.643	97.362	2.231.507

A questi valori bisogna sommare i quantitativi sia della raccolta differenziata del materiale organico che i materiali recuperati dal servizio di raccolta di carta, plastica e barattolame effettuato direttamente dai gestori rifiuti in privativa comunale nei singoli comuni. I dati comunali, essendo aggregati per tutte le utenze del comune, non sono resi disponibili.

I punti vendita della rete, mediamente, sulla base

dei riferimenti degli allegati del D.P.R. 158/99, avviano al recupero più del 70% dei rifiuti prodotti con punte oltre il 90%.

Anche con i materiali oggetto di raccolta differenziata vengono prodotti sacchi di plastica di "seconda vita", evitando pertanto il consumo di nuove materie prime vergini.

SCONTI PER AVVIO AL RECUPERO

Fra i punti vendita che possono avere diritto alla riduzione della tassazione sui rifiuti, (cioè in linea di massima, quelli che utilizzano uno smaltitore privato per il recupero di carta, cartone, plastiche e legno diverso dal gestore in privativa del Comune,

e che dimostrano di aver autonomamente avviato al recupero - e non al ciclo dei rifiuti - determinati quantitativi di materiale oggetto di raccolta differenziata) nel 2021 sono stati concessi sconti pari a 401.974 euro.

PROVINCIA			RIDUZIONI €
	2019	2020	2020
Bergamo	18.494	19.603	27.821
Brescia	12.061	13.035	42.515
Lecco	4.289	1.797	8.275
Lodi	24.407	25.619	20.652
Monza Brianza	3.632	-	3.476
Milano	6.275	31.333	19.314
Mantova	11.547	3.778	11.407
Piacenza	64.839	60.406	62.261
Parma	77.690	67.425	95.384
Pavia	3.061	3.402	8.953
Reggio Emilia	102.539	90.528	96.819
Varese	2.485	6.683	5.097
TOTALE	331.318	323.609	401.974

07. TERRITORIO E COMUNITÀ





Cambiamo il presente per sostenere il futuro

La figura del Socio Conad e del punto vendita continuano ad essere centrali non solo nel modello di business di Conad, ma anche nella messa a terra dell'impegno all'interno della Comunità attraverso relazioni di prossimità instaurate nel corso degli anni con i Clienti e i territori.

Queste sono le fondamenta su cui Conad Centro Nord promuove la creazione di valore condiviso nelle comunità locali, avendo come punto di riferimento per le scelte strategiche di business la sostenibilità economica e sociale.

Questa particolare sensibilità e vicinanza viene manifestata anche attraverso il sostegno a iniziative in ambito sportivo, sociale e culturale, ambiti che sempre più sconfinano l'uno nell'altro.

La partecipazione di Conad Centro Nord alla vita della comunità è basata su una serie di collaborazioni con i più rilevanti attori locali con l'intento di promuovere cultura del benessere e inclusione attraverso il supporto alle attività sportive e di rendere accessibile il patrimonio sociale e culturale ad un bacino di utenti sempre più ampio.



Sappiamo che per essere parte di un territorio bisogna ascoltarne le voci, ed essere pronti a rispondere. Siamo stati messi alla prova e abbiamo imparato molto. Abbiamo imparato che per stare al fianco del volontariato, bisogna mettersi nei panni di chi lo fa; di chi sceglie ogni giorno di dedicarsi agli altri e alla cura del nostro mondo. Le donne e gli uomini che lavorano in Conad Centro Nord sono scesi in campo con loro, e, in veste di volontari, hanno condiviso sfide e speranze. Abbiamo imparato quanto sia importante dire grazie per dare valore ad ogni singolo gesto. Abbiamo aiutato la comunità a tornare nelle piazze, rendendo vive le città e le strade; perché ogni rinascita comincia dando spazio all'emozione. Insieme, siamo tornati a nutrirci di bellezza e a godere dell'arte in ogni sua forma. Abbiamo continuato a guardare avanti, perché ciò che abbiamo imparato non vada perso, ma possa crescere tra le dita di chi sta costruendo il proprio domani

Complessivamente, tra sponsorizzazioni, liberalità e attività di charity che hanno coinvolto i Clienti

è stata destinata al territorio una somma pari a **2,7 milioni di euro**.

RESPONSABILITÀ SOCIALE (INVESTIMENTO IN INIZIATIVE SOCIALI E SOLIDARIETÀ)			(IN €)
	2019	2020	2021
Capitale versato dai Soci			
Iniziative territoriali	877.394	1.899.064	1.746.519
Colletta alimentare	9.000	-	2.000
Capitale versato dalla Cooperativa			
di cui erogazioni liberali	70.435	403.137	92.025
di cui attività charity - derivanti da punti fedeltà	39.630	77.115	98.690
di cui attività charity - derivanti da raccolta fondi	85.200	90.000	210.000
TOTALE	1.708.721	2.851.674	2.660.946

Nel 2021 la Cooperativa ha realizzato **81 iniziative** con investimenti per oltre 912 mila euro; ciò ha permesso a Conad Centro Nord di essere presente in oltre 60 conferenze stampa che hanno prodotto circa 300 uscite media ad esse correlate (presenze TV e quotidiani).

La ripartizione per ambito di investimento vede tornare lo Sport al primo posto al 42%, subito seguito dal Sociale con il 41% e dalla Cultura al

17%. Nel 2021 le province in cui si è investito maggiormente sono state Reggio Emilia (36%), Parma (26%) e Milano (11%), seguite da Brescia e Bergamo con il 7%. Le attività di sistema, che hanno riguardato tutto il territorio, sono state pari all'11% con una quota sempre più ampia, frutto di una modalità di operare congiuntamente adottata in seguito all'emergenza Covid-19.

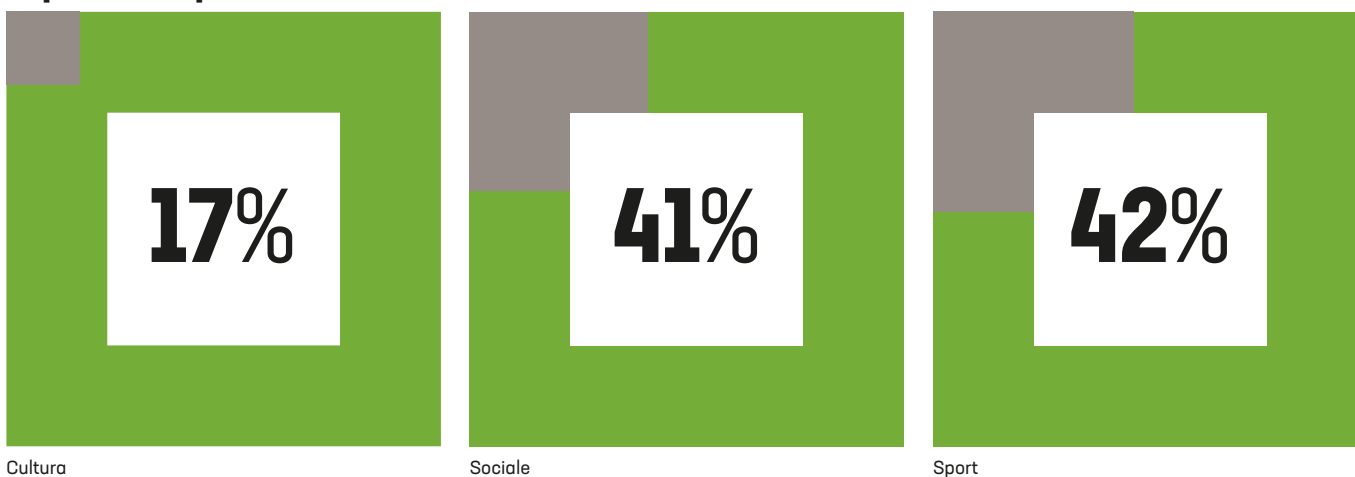
NUMERO DI INIZIATIVE SOSTENUTE DALLA COOPERATIVA

	2019	2020	2021
Cultura	39	27	39
Sport	30	14	21
Sociale	22	18	21
Altro	7	-	-
TOTALE	98	59	81

RIPARTIZIONE PER AMBITO

	Importo	(IN €) %
Cultura	155.487	17,0%
Sociale	375.789	41,2%
Sport	381.151	41,8%
TOTALE	912.427	

Ripartizione per ambito



RIPARTIZIONE PER PROVINCIA

	Totale	(IN €) %
Reggio Emilia	326.425	36%
Parma	233.167	26%
Milano	102.741	11%
Tutte le province	101.057	11%
Bergamo	62.000	7%
Brescia	61.700	7%
Piacenza	18.337	2%
Cremona	5.000	1%
Mantova	2.000	0%
TOTALE	912.427	

Il coinvolgimento delle comunità

SOCIALE

Superata l'emergenza sanitaria del 2020, Conad Centro Nord ha fatto tesoro di ciò che stato messo in campo e delle relazioni instaurate con le comunità di riferimento, continuando a dare sostegno alle esigenze sociali emerse nel periodo post-emergenza. Si sono date risposte tempestive e concrete ai bisogni delle persone e delle comunità, contrastando le nuove povertà causate dalle chiusure imposte per contenere la diffusione del virus e la solitudine delle persone più fragili.

Tra le tante attività da citare c'è il sostegno, insieme a Fondazione Cariparma, al progetto Rotary sul Covid-19 "**Rotary: un aiuto per le famiglie più fragili e dimenticate**". Grazie all'iniziativa, diverse famiglie, individuate dalla Caritas, hanno ricevuto per 5 mesi le tessere per l'acquisto di beni alimentari e di prima necessità. Un aiuto concreto che ha coinvolto 180 nuclei familiari nella provincia di Parma.

Conad Centro Nord e **Confartigianato Imprese**

Bergamo hanno collaborato al grande progetto sociale "**Amo Bergamo**": con "Poster per la ricerca" è stata finanziata una borsa di studio per giovani ricercatori impegnati a studiare le cause del Covid-19. In tutti i punti vendita Conad della bergamasca è stato possibile effettuare una donazione a Fondazione Aiuti per la Ricerca Malattie Rare ARMR - Istituto di Ricerche Farmacologiche Mario Negri, attraverso l'acquisto del poster che rappresentava tutti gli artigiani che hanno collaborato alla costruzione, in tempi record, dell'Ospedale in Fiera a Bergamo durante l'emergenza sanitaria.

Nell'aprile 2021 è stata realizzata l'iniziativa "**Insieme per Ringraziarvi**": in tutti i punti vendita Conad di Reggio Emilia e provincia parte del ricavato della vendita di prodotti Righi-Sfoglia Torino, è stato devoluto all'acquisto di voucher per l'ingresso gratuito allo stadio di medici e operatori sanitari durante le partite casalinghe di AC Reggiana.



Nel mese di marzo, in occasione della **Giornata Internazionale della Donna**, presso i punti vendita di Conad Centro Nord è stato distribuito gratuitamente il manuale di autodifesa "**Niente Paura!**" di Carlo Bocchialini. "*Nel nostro piccolo, cerchiamo*

di combattere l'indifferenza, come azienda e come insieme di persone che ci lavorano". Sono le parole di Ivano Ferrarini, amministratore delegato di Conad Centro Nord.

Nel mese di dicembre è tornata la campagna **“Anolino solidale”**, promossa da **Parma Facciamo Squadra** con più di 200 mila euro raccolti per costruire una comunità educante. I fondi serviranno ad offrire esperienze educative “di significato” a ragazzi e ragazze dagli 11 ai 19 anni, che vivono in contesti difficili con l’obiettivo di colmare quel



vuoto di occasioni che la pandemia ha inevitabilmente accentuato. Conad Centro Nord ha donato materie prime alimentari per la preparazione di 3.000 kg di “anolini solidali” e ha ospitato la raccolta fondi con la vendita di questi ultimi.



Tra le tante iniziative promosse da Conad Centro Nord è da sottolineare **“Spesa solidale”**, una raccolta fondi realizzata su tutti i 260 punti vendita della rete che ha totalizzato, grazie al contributo dei Clienti e di Conad Centro Nord, circa 25 mila euro. I destinatari dei fondi raccolti sono persone indigenti a cui sono state donate tessere prepagate Conad attraverso le associazioni del territorio che si occupano di lotta alla povertà.

Sabato 15 maggio 2021 si è svolta l’iniziativa **“Dona una spesa**, una raccolta di generi alimenta-

ri per le famiglie in difficoltà economica promossa da Conad Centro Nord, in collaborazione con tutti i Centri di Servizio per il Volontariato (CSV) delle province di Parma, Piacenza, Reggio Emilia e di tutta la Lombardia. L’iniziativa è nata otto anni fa a Parma per poi diffondersi nelle altre province, soprattutto con la grave crisi sociale provocata dalla pandemia. Nel corso della giornata, in tutti i punti vendita Conad Centro Nord, sono state raccolte quasi 167 tonnellate di generi non deperibili, grazie anche al coinvolgimento dei volontari di centinaia di associazioni del territorio.



L’appuntamento annuale con la **Colletta del Banco Alimentare** è stato riproposto con la formula “gift card”, senza la presenza fisica dei volontari a causa delle incertezze dovute al Covid-19. I Clienti

hanno potuto acquistare una card da 2,5 euro o 10 euro e donare l’importo; i fondi raccolti sono stati poi utilizzati per acquistare prodotti di prima necessità per persone in difficoltà.

RACCOLTE ALIMENTARI E CIRCUITI SOLIDALI

SPESA SOLIDALE		(IN €)
		Valore Donazione
Bergamo		4.775
Brescia		6.300
Como		175
Cremona		500
Lecco		975
Lodi		2.175
Monza e Brianza		325
Milano		2.325
Mantova		425
Piacenza		1.475
Parma		1.700
Pavia		325
Reggio Emilia		1.725
Sondrio		275
Varese		675
TOTALE COMPLESSIVO		24.150

RACCOLTA "DONA UNA SPESA"			
	2019	2020	(IN KG) 2021
Parma	19.785	17.569	22.559
Reggio Emilia	-	22.768	28.822
Piacenza	-	9.271	11.884
Bergamo	-	24.458	29.438
Brescia	-	17.900	21.450
Milano	-	-	16.610
Lecco	-	-	5.067
Sondrio	-	-	3.252
Monza	-	-	4.456
Pavia	-	-	1.865
Cremona	-	-	7.257
Mantova	-	-	2.544
Lodi	-	-	4.302
Como	-	-	2.329
Varese	-	-	4.768
TOTALE	19.785	91.966	166.602

COLLETTA BANCO ALIMENTARE			
	2019	2020	(IN KG) 2021
Totale kg di prodotti	167.715	75.033	7.880
TOTALE VALORE PRODOTTI (IN €)	550.692	186.356	19.811

L'iniziativa natalizia che Conad Centro Nord da anni promuove a favore degli Ospedali dei Bambini o reparti pediatrici dei territori in cui opera, dal 2021 è diventata una iniziativa a livello nazionale di tutto il mondo Conad.

Sono stati infatti raccolti quasi 2 milioni di euro a favore di più di 20 reparti pediatrici in tutta Italia. "Con tutto il cuore per un grande progetto di solidarietà", è il claim che ha animato l'iniziativa

di collezionamento legata al brand Thun. Per ogni premio distribuito Conad ha devoluto in beneficenza 50 centesimi a sostegno dei reparti pediatrici, dando un aiuto concreto a chi lavora ogni giorno per rendere la vita di tutti i bambini ricoverati il più normale possibile.

Conad Centro Nord ha devoluto 210 mila euro a sei strutture Ospedaliere con cui collabora da anni.



CAMPAGNA CHARITY THUN 2021

		(IN €)
Città	Progetti sostenuti	Donazione
Bergamo	Progetto "Giacamico" dell'Ospedale Papa Giovanni XXIII di Bergamo	49.000
Brescia	Progetto di sostegno psicologico dell'Ospedale dei Bambini di Brescia - Psicologia Clinica	33.000
Piacenza	Progetto "Fin dal primo vagito" della U.O. Pediatria e Neonatologia Azienda USL di Piacenza	17.000
Reggio Emilia	Associazione Curare Onlus dell'Arcispedale Santa Maria Nuova di Reggio Emilia	40.000
Parma	Acquisizione attrezzature sanitarie Ospedale dei Bambini di Parma	32.000
Milano	Progetto "#Bambini Fragili" dell'Ospedale dei Bambini Buzzi di Milano	39.000
TOTALE COMPLESSIVO		210.000

SPORT

Si è confermato l'interesse di Conad Centro Nord per la valorizzazione dello **sport** con l'obiettivo di favorire lo sviluppo della pratica sportiva tra i giovani e promuovere la cultura della corretta alimentazione e di corretti stili di vita; è stato

rinnovato il supporto ad associazioni e iniziative sportive territoriali quali il **Duathlon Conad Kids**, in collaborazione con il **Cus Parma, Go- All**, il **Torneo di Pulcini Conad Cup**, il **Torneo S&D Golf Parma, Astra Calcio, Audace Calcio** e **Giocampus**.



Sono proseguite le partnership per **Baseball Parma, Valorugby Emilia, Zebre Rugby, Conad Volley Tricolore, Reggiana Calcio** e **Cus Milano Rugby** che hanno visto la ripresa dell'attività sportiva e la parziale riapertura al pubblico.

In occasione del Centenario di Reggiana Calcio, Conad Centro Nord, sponsor di maglia della squadra, ha regalato a Clienti e tifosi reggiani la possibilità di completare l'**album di figurine "Passione Reggiana"**; il grande successo dell'iniziativa ha portato subito dopo alla produzione di un album anche per **Brescia Calcio**.



CULTURA

Nonostante la pandemia abbia fermato o limitato le attività culturali per parte del 2021, nei momenti in cui le misure di contenimento del Covid-19 lo hanno permesso, Conad Centro Nord ha continuato a valorizzare il settore, sostenendo diverse iniziative culturali: festival, convegni, rassegne teatrali, musicali e gastronomiche.

Conad Centro Nord ha contribuito a far tornare la comunità nelle piazze sostenendo la rassegna di appuntamenti estivi "**Piacere, Reggione Emilia**" e, per il quarto anno, il festival cultural-gastronomico **Mondi di Carta**, svoltosi a Crema (CR) negli spazi della Fondazione San Domenico.

A Parma, da giugno a settembre, Conad si è affiancato a **Insolito Festival** per facilitare l'accesso alla cultura delle fasce più fragili, in particolare bambini, giovani, nuovi cittadini e famiglie, acquistando biglietti da donare alla comunità attraverso una sinergia con i Laboratori Famiglie del Comune di Parma. E ancora, a settembre e no-

vembre la Cooperativa ha sponsorizzato il **Festival Mangiacinema** a Salsomaggiore e **Mangiamusica** a Fidenza, in provincia di Parma.

Sono state confermate anche le collaborazioni con i festival di circo contemporaneo **Tutti Matti per Colorno (PR)** e del **Dinamico Festival** a Reggio Emilia. Per quest'ultimo, i possessori di Carte Conad hanno beneficiato della prelazione di iscrizione ai laboratori per bambini "Piccolo circo Conad".

In occasione di **Parma Capitale Italiana della Cultura 2020+21** Conad Centro Nord ha sostenuto, in giugno, il **TorculariaBookFestival - Festival della conoscenza** e la prima edizione del **Festival Toscanini** offrendo alla città un concerto in Piazza Duomo; non è mancato il supporto a La Toscanini durante gli appuntamenti estivi di "Aemilia" al Parco della Musica, con l'ingresso offerto ai Clienti possessori di Carte Conad fino ad esaurimento posti.

Stessa opportunità è stata data al **Barezzi Festival**, produzione del Teatro Regio di Parma in costante tensione tra sperimentazione e recupero della tradizione, che quest'anno è tornato dal vivo.

È proseguita, inoltre, la collaborazione per le stagioni teatrali di Parma e Reggio Emilia, rispettivamente del **Teatro Due** e **Fondazione I Teatri**.

AMBIENTE

Nel 2021 Conad Centro Nord ha dato maggiore impulso all'esigenza di perseguire una sempre più imprescindibile sostenibilità ambientale entrando a far parte di due progetti importanti:

- **Progetto VI.VE. di Legacoop Emilia Ovest:** Conad Centro Nord ha aderito al progetto di sostenibilità promosso da Legacoop al fine di compensare le emissioni di CO₂ prodotte dal parco auto aziendale, acquistando Crediti al Carbonio certificati dall'ONU per la riforestazione di un'a-

A settembre si è tenuta la **mostra d'arte "Sguardi oltre il reale"** di Alfonso Borghi presso il prestigioso Palazzo Ducale del Giardino di Parma per cui Conad ha curato l'evento inaugurale, dando la possibilità di degustare le migliori specialità della città e di prodotti Saporis&Dintorni Conad.

rea del Brasile con il coinvolgimento delle comunità locali, nella tutela e nel ripristino della biodiversità nelle zone di riforestazione;

- ingresso della Cooperativa, in qualità di Socio sostenitore, nel Consorzio Forestale **Kilometro Verde Parma**, un progetto di creazione di boschi permanenti all'interno della provincia di Parma e un modello di buona pratica di cura del territorio.

VOLONTARIATO D'IMPRESA #UNGIORNOSPESOBENE

L'iniziativa denominata "Un giorno speso bene", progetto pilota di volontariato d'impresa di Conad Centro Nord avviato nel 2020 e fortemente voluto dalla direzione aziendale, nel corso del 2021 è stata estesa oltre che all'ambito sociale anche alle attività a favore dell'ambiente.

Il volontariato aziendale è un fenomeno che rappresenta un concreto e reale contributo al raggiungimento dei 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 dell'ONU.

Nel volontariato aziendale l'impresa incoraggia, supporta e/o organizza la partecipazione attiva e concreta del proprio personale alla vita delle comunità locali durante l'orario di lavoro. Questo tipo di attività, oltre a tradursi in vantaggi per le

impresе che vi aderiscono e per la comunità cui è rivolta e dedicata, risultano importanti strumenti di team building.

Il progetto pilota ha raggiunto l'adesione di 52 dipendenti della Cooperativa, che hanno svolto il loro operato in occasione di "Dona Una Spesa", e presso l'Emporio Solidale, un servizio a supporto di famiglie in difficoltà economica, di Parma e di Reggio Emilia. Nella seconda metà dell'anno tanti volontari Conad si sono mobilitati con associazioni del territorio di Reggio Emilia e con Legambiente a Parma per svolgere attività di pulizia dei parchi, dando così un concreto contributo al benessere della comunità.



Progetto e coordinamento
editoriale:
**Direzione Risorse Umane,
Comunicazione Interna
e Relazioni Sociali**



Conad Centro Nord Società Cooperativa

Via Kennedy, 5
42040 Caprara di Campegine (RE)
Tel. 0522.905111
Fax 0522.905222
www.conad.it