





**“**

**La Cooperativa  
si riconosce pienamente  
nei principi e nei valori sanciti  
dalla Costituzione della Repubblica  
e in un’economia di libero mercato;  
si pone l’obiettivo di una crescita  
dell’associazionismo fra dettaglianti  
e ne difende i diritti,  
contribuendo altresì alla crescita  
economica, civile e democratica  
del Paese, nelle realtà in cui opera**

*(Codice Etico Cia)*

**”**

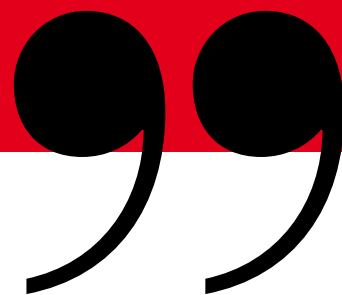


# Sommario

<b>01.</b>	Il futuro che ci aspetta	4
<b>01.</b>	<b>L'IDENTITÀ</b>	<b>6</b>
	Chi siamo	7
	La nostra storia	7
	I nostri valori	9
	La logistica	10
	I magazzini di Cia	11
	La rete associata	12
	Parafarmacie	14
	Ottici	15
	Bar e ristoranti Con Sapore	16
	PetStore	18
	Distributori di carburanti	19
	Lo sviluppo	20
	Il sistema Conad	24
<b>02.</b>	<b>LA GOVERNANCE</b>	<b>26</b>
	Partecipazione democratica	27
	Convention soci	28
	Cda, Commissioni, Gruppi di lavoro	30
	Verso il Bilancio di Sostenibilità	32
<b>03.</b>	<b>L'AMBIENTE</b>	<b>34</b>
	Responsabilità verso l'ambiente	35
	Energy manager	36
	Sostenibilità ambientale sulla rete	37
	Sostenibilità ambientale nei trasporti	38
	Energia pulita con le colonnine Enel	39
	Una spesa sempre più green	40
	Riduzione volantini cartacei	41
	Lavorare in sicurezza	42
	Mobility Manager	43
<b>04.</b>	<b>PERSONE E COMUNITÀ</b>	<b>44</b>
	Il lavoro	45
	Le risorse umane Cia e società	46
	Le risorse umane sulla rete	48
	La formazione	50
	I clienti	55
	Questione di Goodwill	56
	Il prodotto a marchio in Cia	57
	Tra globale e locale	58
	Le Carte Conad	60
	Valore condiviso	63
	Salute e solidarietà	64
	Cibo e solidarietà	68
	Scuole e nuove generazioni	69
	Cultura e culture	70
	Sport	72
<b>05.</b>	<b>RISULTATI ECONOMICI</b>	<b>74</b>
	I numeri di Cia	75
	Investimenti, patrimonio e valore aggiunto	76
	Distribuzione del valore aggiunto	77
	Le vendite della rete	78
	<b>APPENDICE COMPLIANCE</b>	<b>79</b>
	Qualità	80
	Sicurezza sul lavoro	82
	Responsabilità amministrativa	83



# IL FUTURO CHE CI ASPETTA



**Luca Panzavolta**  
Amministratore Delegato Cia

**Maurizio Pelliconi**  
Presidente Cia



### **Care Socie e cari Soci**

Se il 2020 è stato l'anno della pandemia inaspettata e travolgente, che ha colto tutti di sorpresa, con il 2021 abbiamo fatto i conti con il perdurare di una situazione difficile dal punto di vista sanitario e con il progressivo adattamento a nuove abitudini di vita e lavoro che forse continueranno ad accompagnarci anche per gli anni a venire. I vaccini hanno contribuito al contenimento della diffusione del virus, il lock down serrato ha progressivamente ceduto il passo a un lento ritorno a condizioni di quella che potremmo definire una "nuova normalità" legata al Covid, tra incertezze e tensioni che non ci hanno abbandonato e contrassegnano anche gli inizi del 2022.

In questo anno di assestamento 2021, ancora una volta la grande distribuzione ha giocato un ruolo importante di tenuta e di servizio: ha rappresentato non solo lo spazio degli acquisti necessari, ma una occasione di incontro e relazione, un punto di riferimento per la vita dei territori e delle comunità. In questo ovviamente il merito maggiore è stato delle socie e dei soci imprenditori, delle loro addette e addetti, che non hanno lesinato in impegno e spirito di servizio, pur tra le evidenti difficoltà che la pandemia ha continuato a causare in tutto il nostro Paese.

Ma c'è di più. La pandemia ha evidenziato quanto siano fondamentali reputazione e credibilità delle aziende in termini di responsabilità sociale e impatto sul pianeta; responsabilità rispetto all'ambiente, agli ecosistemi e alle persone, che non può essere ignorata. Sempre più le imprese sono misurate non solo sui risultati meramente economici, ma soprattutto sulla base di azioni e valori che hanno a che fare con la tenuta del bene comune, dell'economia, dell'ambiente. Essere una cooperativa ci pone in una posizione di vantaggio rispetto a questi trend, giacché gran parte di questi impegni sono elementi fondanti della nostra forma di impresa: tramandarsi ai soci di domani, rapportarsi al territorio nel quale si opera, garantire le migliori condizioni ai propri soci in maniera trasparente e onesta sono i valori che accompagnano Cia dalla nascita e che rappresentano una solida base sulla quale costruire il futuro che ci aspetta.

In linea con la scelta che Conad ha intrapreso da qualche anno, anche Cia ha deciso di esplicitare il proprio impegno in termini di sostenibilità. Nel 2021 si è definito un percorso che nell'arco di due anni porterà la Cooperativa alla redazione del primo Bilancio di sostenibilità; a questo scopo è stato creato un apposito tavolo di lavoro interno che, anche grazie all'apporto di competenze di una professionista dedicata, sta già lavorando per questo importante obiettivo. Il percorso ci porterà a rileggere e presentare la nostra attività secondo i più recenti standard in materia (Global Reporting Index), ma soprattutto a identificare, grazie ad un più organico coinvolgimento dei portatori di interesse, i temi "materiali" per la Cooperativa e i suoi soci. Si tratta di quegli aspetti rilevanti in grado di riflettere gli impatti sociali e ambientali delle nostre attività, la cui priorità sarà allineata alle esigenze del business e dei nostri principali stakeholder.

È un lavoro importante e impegnativo, che riguarda tutta la nostra Cooperativa, i soci, la rete e i punti vendita e che ci permetterà di presentarci in modo ancora più coerente e credibile a tutti i nostri interlocutori.

Con questo augurio e impegno comune, buon lavoro a tutti noi.

# 01. L'IDENTITÀ





# Chi siamo

## Cooperatori Commercianti al dettaglio da oltre sessant'anni

Commercianti Indipendenti Associati è una delle cinque cooperative del sistema Conad; nata a Forlì il **23 settembre del 1959**, ha assunto l'attuale assetto e presenza territoriale in seguito alle fusioni che negli anni si sono succedute.

Oggi associa oggi gli imprenditori dettaglianti gestori dei punti vendita a marchio Conad nell'area nord est della penisola: il territorio della rete Cia si estende dalla **Romagna** (Forlì-Cesena, dove tuttora sono la sede legale, gli uffici, una parte importante dei magazzini; Ravenna e Rimini) a **San Marino** alle **Marche** settentrionali (Pesaro-Urbino e Ancona in parte); comprende il **Veneto** (Padova, Rovigo, Venezia, Belluno, Treviso, alle quali si aggiunge lo Spazio Conad di Bussolengo-VR), il **Friuli Venezia Giulia** (Trieste, Gorizia, Udine e Pordenone) e parte della **Lombardia**. Qui è presente a Milano (città e provincia), oltre che in alcuni comuni come Curno (BG) e Merate (LC).

L'essenza della Cooperativa, la sua specificità e la sua ragion d'essere sono ben identificati dal nome scelto dal 2005: Commercianti Indipendenti Associati, infatti, fa riferimento a una base sociale costituita da **soci commercianti al dettaglio**, organizzati come singole ragioni sociali distinte (quindi tra loro indipendenti), ma **associati in cooperativa**, dalla quale ricevono servizi e beni a condizioni migliori di quelle che avrebbero potuto ottenere da soli sul mercato. Su questo principio base di scambio mutualistico, sul quale è nata, si regge tuttora Cia Conad, a oltre 60 anni dalla sua costituzione.

Alla base della storia della Cooperativa c'è la capacità di aver saputo coniugare e fare coesistere due dimensioni apparentemente opposte: quella individualistica dei singoli commercianti e quella cooperativa basata sulle logiche della mutualità e del fare sistema.

Il modello cooperativo ha consentito a Cia di tramandarsi nei decenni, dimostrando nel tempo capacità di resistenza e di positivo superamento anche dei periodi economicamente e socialmente più difficili.

Con gli anni i soci cooperatori hanno contribuito al **consolidamento dell'impresa**, reinvestendo gli utili in cooperativa per fare sviluppo della rete e per rafforzare patrimonialmente la Cooperativa, con l'impegno di fare durare nel tempo l'azienda a favore dei soci futuri.

## LA NOSTRA STORIA

### 1959

Il 23 settembre a Forlì nasce la "Cooperativa di Approvvigionamento Fra Esercenti" o C.A.F.E. A firmare l'atto costitutivo sono dieci esercenti forlivesi (5 donne e 5 uomini) con un capitale di 50 mila lire, una piccola sede sociale e come principale risorsa la "fiducia" dei fondatori.

### Anni '60

Il 13 maggio 1962 nella "Sala dei 600" di Palazzo Re Enzo, nel cuore di Bologna, nasce CO.NA.D. "Consorzio Nazionale Dettaglianti". CAFE fu una delle quattordici cooperative fondatrici del gruppo.

### Anni '70

C.A.F.E. Forlì e ALCOOP Cesena si fondono: nasce Mercurio Romagnolo, con maggiore potenzialità commerciale e servizi più efficienti e vantaggiosi agli associati e ai consumatori.

### Anni '80

Il 21 gennaio 1982, a Forlì, i soci di Mercurio Romagnolo e Mercurio Adriatico di Rimini decidono di creare un'unica realtà territoriale attraverso una fusione per incorporazione.

### 1988

Nasce Conad Romagna dalla fusione tra Mercurio Romagnolo e COPPER di Ravenna.

### Anni '90

Il 26 maggio 1995 nasce Conad Romagna-Marche dalla fusione tra Conad Romagna e Conad Fano.

### Anni 2000

Il 1° gennaio 2005 nasce Commercianti Indipendenti Associati dalla fusione tra Conad Romagna-Marche e Conad Friul Veneto. La scelta è frutto della volontà di superare i limiti geografici, ricalibrando il focus sul socio dettagliante, vero protagonista della storia imprenditoriale.

### Ultimi anni

Dal 2005 è continuata la crescita della Cooperativa, non solo in termini economici, ma anche di radicamento ulteriore nei vari territori. Lo sviluppo è passato anche attraverso importanti acquisizioni di altre catene, quali Billa e Coop Operaie (2014-2015) e Auchan (2019-2020). Ai nostri giorni la cooperativa è tra le imprese più strutturate non solo a livello locale, sia dal punto di vista della solidità economica e patrimoniale, che per l'elevato numero di posti di lavoro che garantisce, tra Cia, società di sistema e più in generale rete dei punti vendita.



**Alla base della Cooperativa  
ci sono valori legati  
alla responsabilità sociale,  
ambientale ed economica.**



## I nostri valori

Il Codice etico e di Autoregolamentazione è lo strumento che definisce l'insieme di valori che la Cooperativa riconosce, accetta e condivide e l'insieme delle responsabilità che assume verso l'interno e verso l'esterno, ispirandosi ai principi di correttezza e trasparenza.

Sono gli stessi principi che animano l'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile dell'ONU e i suoi obiettivi.

Essa è stata sviluppata partendo da cinque concetti chiave. I nostri valori riflettono lo stesso approccio:

### **Correttezza, lealtà e onestà**

Rinuncia al perseguimento di interessi personali o societari a favore degli interessi del sistema nel suo complesso.

### **Valorizzazione delle risorse umane**

Aggiornamento e formazione per qualificare le professionalità, accrescere le competenze e garantire il miglior servizio ai propri associati e alla loro clientela.

### **Tutela della salute**

Garantire la sicurezza dei luoghi di lavoro, l'integrità fisica di tutti i prestatori di lavoro.

### **Imparzialità**

Divieto di ogni forma di discriminazione con tutte le controparti contrattuali e in tutte le relazioni con gli stakeholder.

### **Tutela della privacy**

Assicurare la riservatezza dei contenuti delle banche dati e degli archivi personali e rispetto degli adempimenti previsti dalle attuali normative in materia di privacy.

### **Tutela dei consumatori**

Massimo rispetto dei consumatori e attenzione alla soddisfazione dei loro bisogni, con il miglior rapporto qualità prezzo, promozione della qualità e della sicurezza dei prodotti messi in vendita.

### **Tutela del marchio e dell'immagine aziendale**

La buona reputazione e la credibilità costituiscono irrinunciabili risorse immateriali del Sistema e vanno protetti attraverso l'attuazione di politiche sostenibili e trasparenti.

### **Tutela dell'ambiente**

Garantire il rispetto delle normative vigenti in materia ambientale.

### **Valorizzazione dei rapporti con le comunità sociali**

Impegno a favorire, nei limiti della propria missione cooperativistica, lo sviluppo dell'economia locale, la tutela dell'identità culturale e ambientale e del contesto sociale di riferimento.



## La logistica

### Una logistica potenziata e più efficiente, per un miglior servizio alla rete

Nel corso del 2021 sono entrati in piena operatività i secondi 10.000 mq del magazzino generi vari di Forlì, che ha raggiunto i 50.000 mq complessivi e può ospitare circa 7.500 referenze.

Questo **ampliamento** raddoppia il potenziale del deposito rispetto al 2020. Il layout dei magazzini di Forlì è stato oggetto di una complessiva rivisitazione, che ha puntato a migliorare la successione merceologica per assicurare una **preparazione migliore delle spese** per i soci, con separazione netta tra alimentare e non alimentare.

È stata inoltre ampliata la cella della frutta secca e della cioccolata, consentendo l'inserimento di altre 150 referenze; è stato aperto il deposito del pane surgelato presso Adriatica Logistics (per 800 mq, a Forlì) con un complessivo miglioramento sulla capacità produttiva del settore e della sicurezza alimentare, grazie alla separazione tra pane surgelato e surgelati a banco.

Con l'ampliamento del magazzino generi vari è stata ultimata la **nuova viabilità di accesso** con un servizio di accettazione/guardiola più funzionale, grazie al quale è possibile un moderno accreditamento dei trasportatori per via informatica e un accesso ai gate di scarico più veloce, con chiamate in funzione delle esigenze di magazzino.

Questo efficientamento della logistica contribuisce a diminuire l'impatto ambientale dei mezzi in transito, diminuendo i tempi di attesa e di conseguenza i consumi di carburante.

Per quanto riguarda il settore freschi è avvenuto uno spostamento di pesce ATM da tutti i magazzini dei deperibili alle carni.

Particolarmente intensa si è confermata, in generale, l'attività di tutti i Ce.Di. durante il secondo anno di pandemia, non solo nell'intento di rispondere al meglio alle richieste dei negozi e ai bisogni dei clienti, ma soprattutto di non perdere in efficienza a causa del Covid. In corso d'anno il numero degli addetti di magazzino è cresciuto rispetto all'anno precedente a causa dei maggiori volumi sviluppati.

Tra i progetti in essere, merita attenzione quello legato all'avvio della **creazione dell'ufficio traffico**, finalizzato a gestire, organizzare e controllare i trasporti in modo ottimizzato e maggiormente integrato con i magazzini così da avere l'intera regia del flusso logistico in capo alla Cooperativa, con miglioramenti sul fronte della puntualità delle consegne, della standardizzazione delle fasce orarie di scarico, della accresciuta rapidità di comunicazioni tra socio e Cia. A tendere, quando il progetto andrà a regime, l'ufficio traffico di Cia sarà l'unico punto di riferimento logistico per i soci.

Nel corso dell'anno è stato inoltre implementato TC1 **software per la gestione delle prenotazioni** per gli scarichi fornitori presso i nostri Ce.Di..

Nell'arco del 2021 è stato definito e sviluppato il **progetto e-commerce di Cooperativa** con lo scopo di offrire una nuova esperienza di spesa online attraverso una piattaforma digitale unica e integrata, che permetta all'utente di svolgere l'acquisto con massima semplicità, scegliendo tra 10.000 referenze. Il servizio prevede che il cliente possa scegliere se ricevere la spesa a casa o se andare a ritirarla nel punto vendita più vicino o nei locker. Le spese online vengono preparate all'interno di un dark store (magazzino oscuro, chiuso al pubblico) situato a Pievesestina di Cesena. Per la gestione dell'e-commerce è stata costituita la società DA TE Srl, controllata al 100% dalla Cooperativa.



## I MAGAZZINI DI CIA

# 139.410 mq.

TOTALE SUPERFICIE CENTRI DI DISTRIBUZIONE

**1** POZZUOLO M. (MI) **6.000 mq.**



**2** GRANTORTO (PD) **10.500 mq.**



**3** SCORZÈ (VE) **17.500 mq.**



**4** PORTO VIRO (RO) **665 mq.**



**5** FORLÌ (FC) **79.800 mq.**



**6** CESENA (FC) **9.000 mq.**



**7** MISANO (RN) **10.300 mq.**



**8** FANO (PU) **5.645 mq.**



## La rete associata



Una presenza capillare e multicanale nei vari territori, fatta di negozi di format differenti e concept tematici, per una spesa completa

### TOTALE SUPERFICIE PDV

Rete Cia

**303.620**mq

102.164 mq	Spazio Conad
63.108 mq	Conad Superstore
55.962 mq	Conad
23.892 mq	Conad Spesa Facile
58.494 mq	Conad City

### TOTALE NEGOZI

Rete Cia

**277**

16	Spazio Conad
31	Conad Superstore
58	Conad
24	Conad Spesa Facile
148	Conad City

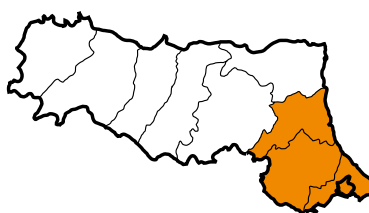
### TOTALE CONCEPT STORE

Rete Cia

**78**

26	Bar e Ristoranti Con Sapore*
21	Parafarmacia
6	Distributori carburanti
17	PetStore
8	Ottico

\*di cui 1 Cremeria, 22 Con Sapore e 3 Saporì e Sorrisi



### ROMAGNA e SAN MARINO

Forlì-Cesena, Ravenna, Rimini, San Marino

**134**

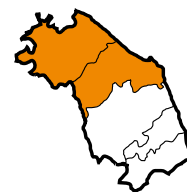
3	Spazio Conad
15	Conad Superstore
33	Conad
5	Conad Spesa Facile
78	Conad City*

\*di cui 2 Saporì e Dintorni

**25**

10	Bar e Ristoranti Con Sapore*
6	Parafarmacia
2	Distributori carburanti
4	PetStore
3	Ottico

\*di cui 1 Cremeria Saporì e Dintorni



### MARCHE

Ancona, Pesaro-Urbino

**53**

2	Spazio Conad
8	Conad Superstore
12	Conad
4	Conad Spesa Facile
27	Conad City

**11**

5	Bar e Ristoranti Con Sapore
2	Parafarmacia
3	PetStore
1	Ottico

Dopo due anni di crescita significativa della rete dei negozi associati, legata alla acquisizione di Auchan tra 2019 e 2020, il 2021 si è caratterizzato come un anno di consolidamento, nel corso del quale sono andate a regime molte delle nuove società di gestione dei negozi di più recente ingresso.

La rete - composta al 31 dicembre 2021 da **277 punti vendita** - si conferma sempre più orientata alla multicanalità ed è articolata nelle diverse insegne di prossimità (City, Conad e Superstore), oltre che nel format "everyday low price" di Spesa Facile e in quello di attrazione Spazio Conad.

Il territorio della Cooperativa comprende 5 regioni (Romagna, Marche, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Lombardia) oltre alla Repubblica di San Marino; in totale le province in cui sono presenti negozi Conad associati a Cia sono 18, oltre a San Marino.

Particolarmente ricca anche l'**offerta dei concept tematici**, che completano l'esperienza di spesa con una gamma di prodotti e di servizi che vanno dalla parafarmacia all'ottico, dal pet store ai bar-ristoranti self service, ai distributori di carburante, tutti caratterizzati da una offerta qualificata a prezzi sensibilmente concorrenziali, in grado di assicurare importanti risparmi quotidiani, in un'unica esperienza di acquisto.



#### LOMBARDIA

Milano, Bergamo, Lecco

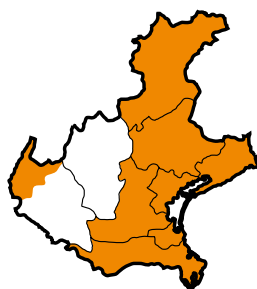
# 28

- 4 Spazio Conad
- 5 Conad
- 2 Conad Spesa Facile
- 17 Conad City\*

\*di cui 2 Sapori e Dintorni

# 13

- 3 Bar e Ristoranti Con Sapore
- 4 Parafarmacia
- 4 PetStore
- 2 Ottico



#### VENETO

Belluno, Padova, Rovigo, Treviso, Venezia, Verona

# 36

- 6 Spazio Conad
- 2 Conad Superstore
- 5 Conad
- 8 Conad Spesa Facile
- 15 Conad City\*

\*di cui 1 Sapori e Dintorni

# 22

- 7 Bar e Ristoranti Con Sapore
- 7 Parafarmacia
- 1 Distributore carburanti
- 5 PetStore
- 2 Ottico



#### FRIULI-VENEZIA GIULIA

Gorizia, Pordenone, Trieste, Udine

# 26

- 1 Spazio Conad
- 6 Conad Superstore
- 3 Conad
- 5 Conad Spesa Facile
- 11 Conad City

# 7

- 1 Bar e Ristoranti Con Sapore
- 2 Parafarmacia
- 3 Distributori carburanti
- 1 PetStore



**La comodità di acquistare prodotti per la salute e il benessere di tutta la famiglia**



**PARAFARMACIE**

A completare l'offerta commerciale dei punti vendita (principalmente Spazio Conad o Superstore), sulla rete Cia sono presenti anche **21 parafarmacie**, punto di riferimento, con oltre 4.000 referenze in assortimento, per l'acquisto di farmaci da banco senza obbligo di prescrizione, cosmetici, prodotti erboristici, dietetici e per la cura della persona.

Oltre a un significativo risparmio, che può arrivare fino al 40%, in questi concept specializzati farmacisti qualificati sono a disposizione dei clienti, per indirizzare e consigliare al meglio alla scelta più adatta in base alle diverse esigenze e a bisogni specifici nell'ambito della salute e del benessere.







## Un servizio qualificato per vedere meglio e un'ampia scelta di occhiali e lenti a prezzi vantaggiosi



### OTTICI

L'Ottico Conad è il punto di riferimento per chi vuole spendere meno e vedere meglio.

Questi concept, in tutto **8** nella rete Cia, sono uno spazio esclusivo nato per rispondere a tutte le esigenze di chi cerca la competenza di personale qualificato, la sicurezza di strumenti diagnostici all'avanguardia, una vasta esposizione tra cui scegliere (spaziando tra occhiali da vista, da sole, lenti a contatto), la novità di tutte le marche più prestigiose e la tradizionale convenienza garantita da Conad.





**La sosta di gusto  
che completa la spesa,  
con una proposta  
per ogni momento della giornata**



#### **BAR e RISTORANTI CON SAPORE**

In ambito ristorazione, sono **26** i concept tematici che propongono ai clienti una occasione di sosta e ristoro prima o dopo la spesa, offrendo anche soluzioni take-away di qualità, grande comodità per quanti cercano prodotti già pronti per il pranzo o la cena. L'offerta spazia tra primi, secondi di carne e pesce, sapori della tradizione e cucine dai sapori innovativi.

I bar ristoranti a marchio Con Sapore sono 22, ai quali si aggiungono 3 corner Sapori&Sorrisi (Spazio Conad Mestre, Rescaldina e Vimodrone). Sulla rete è inoltre presente una gelateria a marchio: si tratta della Cremeria dello Spazio Conad Rimini. A caratterizzare questi servizi è una attenta scelta delle materie prime e la produzione interna (dove è presente la cucina), anche con impiego di prodotti a marchio Conad.







**Lo spazio a tema dedicato all'alimentazione, alla salute, alla cura degli animali da compagnia**



**PETSTORE**

A fronte di una crescita sempre più significativa del numero di animali da affezione anche nel nostro Paese, l'offerta tematica di Conad si è arricchita di spazi dedicati all'alimentazione e cura di cani, gatti, roditori, volatili e più in generale di tutti i più diffusi animali da compagnia.

Nei PetStore Conad, **in tutto 17 sulla rete Cia**, è possibile trovare tutti i prodotti di marca tipicamente venduti all'interno delle catene specializzate, oltre a un vasto assortimento di referenze a marchio Conad, che uniscono alla qualità delle materie prime scelte anche un prezzo decisamente competitivo.

In alcuni punti vendita, a completamento dell'offerta, si trovano anche la toelettatura e altri servizi integrativi per il benessere degli animali.





**Un pieno di convenienza  
tutti i giorni della settimana  
e nuovi servizi per una mobilità  
più sostenibile**



#### DISTRIBUTORI DI CARBURANTI

In poco più di dieci anni l'offerta di carburanti sulla rete Cia è passata da un solo distributore a **6 impianti** attivi nel 2021: Faenza (RA), Portogruaro (VE), Azzano X (PN), Porcia (PN), Martignacco (UD), Cesena (FC).

Significativo il risparmio per gli automobilisti, dell'ordine medio tra gli 8 e 10 centesimi a litro, grazie a una filiera di approvvigionamento molto corta, con un controllo costante della qualità dei carburanti nel rispetto delle normative previste anche per la componente di biocarburanti.

È possibile la modalità di rifornimento *self service* con pagamento alla colonnina oppure alle casse *drive in*. Oltre ai tradizionali carburanti i distributori si sono arricchiti anche di postazioni per la ricarica delle auto elettriche.



## Lo sviluppo

**Nuove aperture, ristrutturazioni totali e parziali, cambi insegna per una rete di punti vendita ancora più moderna e qualificata**



### NUOVE APERTURE

Nonostante il perdurare della pandemia di Covid anche nel 2021, l'attività di sviluppo, consolidamento e qualificazione della rete associata è proseguita in modo significativo. In particolare nel corso dell'anno si è provveduto al completamento della assegnazione della quasi totalità dei punti vendita di acquisizione Auchan che erano ancora in gestione diretta, affidandoli a società di nuova costituzione o a società già attive sulla rete.

**Le nuove aperture di punti vendita sono state 4:** di queste 3 derivano da costruzioni ex novo frutto di investimenti consistenti della Cooperativa, mentre una è legata a un'acquisizione da un'altra catena. Hanno fatto il loro ingresso sulla rete due Conad e due Superstore.



Nel primo caso rientrano il Conad di **Marotta** (PU), supermercato di 1.200 metri quadri in via Brodolini gestito dalla società Conad Senigallia snc, e il Conad di **San Mauro Pascoli** (FC), di circa 1.000 metri quadri in Piazzetta Il gelsomino notturno, gestito dalla Iacopo snc.

Hanno insegna Conad Superstore le altre due nuove aperture dell'anno: il primo è il punto vendita inaugurato a **Tavagnacco** (UD) a ottobre, con superficie di oltre 3.000 metri quadri, acquisito da Carrefour e la cui gestione è diretta tramite la società Sgr Ipermercati; il secondo punto vendita è quello di **Lugo "Stuoie"**, che ha aperto i battenti in novembre in provincia di Ravenna, grazie a un intervento di recupero e profonda riqualificazione di un'area urbana, quella cosiddetta Ex Acetificio, da anni in condizioni di abbandono e pesante degrado.

Il negozio, di 2.300 mq gestito dalla cooperativa Cofra, ha restituito alla città un'area abbandonata, grazie a un investimento significativo che ha coniugato qualità della proposta commerciale, attenzione alla sostenibilità e ascolto delle esigenze della cittadinanza per l'inserimento di servizi di prossimità e il collegamento con il tessuto urbanistico circostante.

**Quattro nuovi PetStore** sono stati inaugurati nell'anno: nuove aperture per quelli dello Spesa Facile di **Fabriano** (AN) e dello Spazio Conad di **Mestre** (VE) a marzo; altri due PetStore hanno aperto i battenti nell'ambito delle ristrutturazioni dello Spazio Conad di **Cesena** (FC) in maggio e dello Spesa Facile di **Sant'Agata sul Santerno** (RA) in novembre, ampliando l'offerta commerciale e di servizio dei punti vendita ai quali sono integrati.





## RISTRUTTURAZIONI

Per quanto riguarda le **ristrutturazioni**, tra totali e parziali sono state **32**; si tratta di quelle che hanno comportato interventi significativi sugli immobili e sulla struttura stessa del punto vendita, con una rivisitazione totale del layout e delle attrezzature e in alcuni casi anche con l'ampliamento della superficie e l'inserimento ex novo di nuovi reparti, oppure con l'adozione di soluzioni innovative di format sulla base dello studio dello specifico contesto nel quale i punti vendita si collocano.

Nel complesso gli interventi dell'anno, tra cambi gestione, cambi di insegna, ristrutturazioni totali, parziali e di minima, sono stati oltre una cinquantina, tutti volti a un miglioramento e ammodernamento dell'assetto dei negozi.

Tra questi si segnalano gli interventi sullo **Spazio Conad di Mestre (VE)**, derivante dalla acquisizione Auchan, riaperto dopo un breve periodo di transizione in forma completamente rinnovata e trasformato in Spazio Conad, il format innovativo dell'ipermercato di Conad.

Al canale Spazio Conad è passato anche il punto vendita **Montefiore di Cesena (FC)**, oggetto di un ampliamento che ha riguardato sia il superstore che più in generale la galleria commerciale che lo ospita. In entrambi i casi l'offerta commerciale del supermercato è stata integrata da quella dei concept tematici (Parafarmacia e Ottico declinati con l'insegna Con Cura, PetStore e Bar e Ristorante Con Sapore).

Una menzione particolare merita il punto vendita di **via della Ferrera, a Milano**, che non rientrava nel progetto riguardante le nuove acquisizioni ex Auchan.

Sono state la particolare e positiva attenzione da parte dell'Amministrazione comunale e delle istituzioni civiche del territorio, per le funzioni di utilità sociale che il supermercato riveste, a convincere la Cooperativa non solo ad acquisirlo, ma anche a ristrutturarlo totalmente. È stato così possibile restituire alla collettività uno spazio commerciale completamente rinnovato, anche nel format, e inserito in un quartiere popolare con una forte presenza di persone anziane che altrimenti sarebbero state costrette a rivolgersi a strutture più lontane.

Nel cambio di insegna sono stati tutelati i posti di lavoro di tutti i 28 addetti che già collaboravano con la precedente catena Auchan.

L'apertura del punto vendita si è caratterizzata inoltre come un importante intervento di riqualificazione del contesto urbano: su indicazione del Municipio 6 del Comune di Milano, Conad ha commissionato all'associazione culturale "We run the streets" la realizzazione di un murales, collocato nelle immediate adiacenze del negozio e nei pressi del parco comunale e che raffigura simbolicamente il concetto di filiera, espressione artistica del percorso che il prodotto segue "dal campo alla tavola", attraverso uno stile giovane e innovativo.

Altre ristrutturazioni totali su punti vendita derivanti dalla acquisizione Auchan sono state quelle al **Superstore di Monfalcone (GO)** e di **Jesi (AN)** e al **Conad City di via Osoppo a Cesena (FC)**; cambio insegna e revisione complessiva del format anche per il **Conad City di via Bandello a Milano**, diventato Saporis&Dintorni con un'offerta gourmet a marchio Conad, che ben si addice al contesto urbano residenziale nel quale il negozio è inserito.

Sempre a Milano, lo **Spesa Facile di via Venini 37** ha assunto la nuova caratterizzazione del formato "Urban", con la totalità dell'offerta in libero servizio e una proposta di sfuso nell'ortofrutta, a fianco del confezionato, pensate per la clientela business e di giovani tipica del quartiere, in cerca di una spesa veloce e senza fila ai banchi o in cassa.

Sulla rete storica si è intervenuti sui negozi di **Lucrezia (PU)**, **Sant'Agata sul Santerno (RA)**, **Cesena Barriera (FC)**, **Forlì Ravaldino (FC)** e **San Polo (VE)**.





## Il sistema **CONAD**



### **Insegna leader del mercato nazionale, Conad si conferma la più ampia organizzazione di imprenditori indipendenti del commercio al dettaglio in Italia**

#### **IL CONSORZIO NAZIONALE CONAD**

Il Consorzio Nazionale Conad nasce a Bologna il 13 maggio del 1962; a dettarne la costituzione fu principalmente la spinta di alcuni piccoli dettaglianti (già riuniti in cooperativa) a emanciparsi dal potere dei grossisti e dell'industria di marca, disponendo di una struttura alla quale affidare le politiche commerciali e la gestione centralizzata degli approvvigionamenti.

In un mercato altamente frammentato come quello italiano, Conad si conferma l'insegna leader della Gdo, con una quota di mercato del **15,07%** e un fatturato complessivo 2021 di **16,9 miliardi di euro**, in crescita del 6% sul 2020 (fonte: [www.conad.it](http://www.conad.it), 17.12.2021)

Il sistema Conad è articolato su 3 livelli:

#### **1. Socio imprenditore**

alla base del sistema Conad, è l'imprenditore che gestisce il punto vendita, il volto di Conad sul territorio, primo contatto con il cliente e con la sua comunità di riferimento;

#### **2. Cooperative**

strutture territoriali di ambito sovraregionale, associano i dettaglianti gestori dei negozi Conad, per i quali sono i principali fornitori di merce nonché di una serie di servizi di varia natura (amministrativi, commerciali, finanziari, logistici, ecc.);

#### **3. Consorzio Nazionale**

Conad associa le Cooperative, verso le quali agisce come una sorta di centrale d'acquisto; produce e promuove il prodotto a marchio e si occupa di pianificazione strategica, marketing e comunicazione per tutto il sistema.

Conad è tra i promotori di AgeCore, alleanza internazionale tra i maggiori retailer indipendenti in Europa; oltre a Conad, ne sono parte le insegne Coop (Svizzera), Colruyt (Belgio), Edeka (Germania), Groupement des Mousquetaires (Intermarchè - Francia), Eroski (Spagna).

## Linee strategiche di sviluppo Conad:

Sostenibilità, Digitalizzazione, Multicanalità, Marca del distributore



oltre **3.900**

Punti vendita



**15,07%**

Quota di mercato  
Conad



**4.8mld**

Fatturato Prodotti  
a Marchio Conad



**1.8mld**

Investimenti  
sulla rete (2021-2023)

fonte: [www.conad.it](http://www.conad.it), 17.12.2021

A livello nazionale, sul fronte politico-sindacale Conad aderisce ad ANCD (Associazione nazionale delle cooperative tra dettaglianti, articolazione settoriale della centrale cooperativa Legacoop) e ad Adm, associazione della distribuzione moderna.

Il 25 novembre 2021 sono stati siglati i protocolli d'intesa tra **Conad e Confcommercio**, in virtù dei quali il Consorzio ha fatto il suo ingresso in Confcommercio-Imprese per l'Italia, la più grande rappresentanza d'impresa attiva nel nostro Paese con oltre 700.000 associati.

L'Amministratore Delegato di Conad Francesco Pugliese ha assunto la carica di Vicepresidente di Confcommercio con delega alla fiscalità e alla finanza d'impresa.

L'accordo è stato raggiunto nell'ambito di un accordo quadro tra ANCD (Associazione Nazionale Cooperative Dettaglianti, struttura politico-sindacale aderente a Legacoop a cui sono associate le cooperative territoriali e il Consorzio Nazionale Conad) e Confcommercio.

L'ingresso del Sistema Conad in Confcommercio porterà alla presenza di delegati di cooperativa e di soci imprenditori Conad nelle organizzazioni provinciali dell'associazione di categoria.



# 02. LA GOVERNANCE



## Partecipazione democratica

Anche nel corso del 2021, a causa della pandemia e per garantire una complessiva maggiore sicurezza, l'assemblea dei soci per l'approvazione del bilancio si è svolta a maggio in modalità mista, ovvero con un limitato numero di soci in sala e la maggior parte collegati da remoto, sfruttando la possibilità prevista in tal senso dalla normativa: "come indicato nell'art. 106 del D.L. 18/2020, si è fatto ricorso a quegli strumenti che consentono l'intervento in assemblea e l'espressione del diritto di voto senza la necessaria presenza fisica dei soci in un unico luogo".

L'assemblea di bilancio si è svolta il 20 maggio nella sala assemblee della sede sociale della Cooperativa a Forlì, via dei Mercanti 3. In aula erano presenti fisicamente 32 soci, tutti rigorosamente distanziati e con mascherina in base ai protocolli di contenimento Covid, mentre quelli collegati in audio-video conferenza, tramite la piattaforma Microsoft Teams, sono stati 123.

La modalità scelta, dettata da motivi di sicurezza e dal rispetto delle disposizioni anti Covid, non ha affatto limitato da parte dei soci l'esercizio del loro diritto alla **partecipazione democratica**, cardine sul quale si fonda la Cooperativa. La presenza in questa occasione si è attestata sulla percentuale massima possibile, poiché dei 155 soci aventi diritto al voto sono risultati presenti o rappresentati in 155, confermando l'assise come principale occasione di coinvolgimento dei soci imprenditori nella vita e nelle scelte della loro Cooperativa.

Nel corso della assemblea si è provveduto al **rinnovo della composizione del Consiglio di Amministrazione**, che resterà in carica per un triennio.

Il socio faentino **Maurizio Pelliconi**, 53 anni, è stato confermato presidente; Pelliconi proviene da una famiglia di commercianti ed è entrato giovanissimo nel mondo del dettaglio. Alla data di nomina gestiva con due soci il Superstore Filanda di Faenza, che oltre al supermercato alimentare offre servizi aggiuntivi a marchio Conad quali il distributore carburanti, la parafarmacia e il ristorante self service Con Sapore. È inoltre presidente di ANCD, Associazione Nazionale delle Cooperative tra Dettaglianti. Conferma anche per l'amministratore delegato e direttore generale **Luca Panzavolta**.

Di nuova nomina invece il vicepresidente, il socio di Pesaro **Massimo Marchionni**, che già ricopriva la carica di consigliere di amministrazione. Marchionni, 53 anni, è amministratore della società Tre Effe srl e insieme ad altri 5 soci gestisce un Conad a Fossombrone (PU) e un Superstore con bar ristorante Con Sapore a Fermignano (PU); a questi si è aggiunto, dal febbraio 2020, anche lo Spazio Conad di Fano, ipermercato rientrante nell'acquisizione Auchan.

Nel Consiglio di Amministrazione, composto da 16 persone, hanno fatto il loro ingresso quattro nuovi soci: **Loredana Corzani** di Ravenna; **Filippo Lorenzini** di Savignano sul Rubicone (FC); **Giuseppe Righi** di Urbino; **Mario Caione**, dello Spazio Conad di Curno in provincia di Bergamo, per l'area lombarda. Gli altri componenti, riconfermati, del consiglio di amministrazione sono **Mauro Bosio** (dirigente apicale di Conad nazionale), **Denis Barichello** (PD), **Thomas Bellucci** (RN), **Marina Colombari** (TS), **Enrico Gaspari** (FC), **Matteo Lorenzini** (FC), **Marco Mazzoni** (RA), **Claudio Pierini** (RN) e **Vanni Zanfini** (FC).

Iscritti  
Libro Soci  
al 31.12.2021

**162**  
persone giuridiche\*

\*comprensivo di SRL, SNC, Coop.ve e Imprenditori Individuali

Soci  
al 31.12.2021

**419**  
persone fisiche

Assemblea  
generale  
ordinaria  
dei soci  
al 20.05.2021

**155**  
aventi diritto

**155**  
votanti presenti



## Convention soci

Il tradizionale appuntamento tra Cooperativa e soci nella forma della **Convention**, momento ormai atteso e abituale da molti anni, si è svolto nel 2021 a Rimini a settembre, in presenza. I lavori hanno spaziato dai temi più strettamente legati alle politiche di Conad e della Cooperativa, passando per contributi di ospiti esterni che hanno ampliato l'orizzonte di riferimento, portando spunti di riflessione riguardanti i nuovi scenari di consumo o i parallelismi tra il mondo dell'impresa e quello dello sport.

Nel primo caso è stato il divulgatore Rudy Bandiera, esperto di innovazione, a condurre gli oltre 250 presenti in una riflessione sul futuro della Gdo e sul cambiamento che "non chiede permesso", ponendo l'accento sulla rapidità delle trasformazioni in atto rispetto alle quali serve un atteggiamento non disfattista di stampo "luddista", ma di lettura critica e sgombra da pregiudizi, per coglierne fattori positivi e potenzialità, da poter sfruttare a vantaggio della propria causa.

Il domani sarà caratterizzato sempre più da una ibridazione di offerta anche nel mondo della distribuzione, tra botteghe sotto casa, local e on demand, nei quali il cliente ricerca una esperienza, non solo un prodotto e dove può fare acquisti in modalità promiscua. In questa situazione il vero lusso sarà allora quello rappresentato dal rapporto umano, ambito nel quale si delineano ampi margini di distintività per la nostra insegna e per un commercio che trova ancora nella relazione tra persone la sua caratteristica fondante.

Grande attenzione ha richiamato anche l'intervento di Lorenzo Bernardi, oggi allenatore già pluricampione del volley italiano in squadre di club e con i colori della nazionale, che partendo dalla metafora sportiva ha sviluppato un ragionamento che ha toccato l'importanza dell'impegno del singolo e della squadra, intesa come insieme di individualità al servizio degli obiettivi comuni e non come campo nel quale sia solo il singolo campione a poter emergere.





## CdA, Commissioni, Gruppi di lavoro

INCONTRI  
COMMISSIONI

48

La modalità telematica, alla quale si è fatto ricorso anche durante il 2021 laddove necessaria per motivi di sicurezza legati al Covid, è stata attivata oltre alla presenza fisica; in tal modo si è assicurato lo svolgimento dei vari momenti della vita democratica della Cooperativa, consentendo sempre e comunque ai soci la partecipazione.

Le riunioni del Cda sono state in tutto 13, indicativamente con la consueta periodicità mensile che contraddistingue lo svolgimento di questi incontri; la presenza media dei consiglieri sul totale riunioni anche nel 2021 si è confermata molto alta e si è attestata addirittura al 93%.

Analogamente non si è fermato il lavoro delle **Commissioni e dei Gruppi tematici**, che coinvolgono, oltre ai referenti di Cia che le coordinano, circa un centinaio di persone, tra soci e addetti dei punti vendita, nel confronto specifico su temi e scelte di natura commerciale, logistica, di tenuta del punto vendita e più in generale legate alle politiche dell'insegna.

La periodicità di convocazione varia a seconda dell'argomento trattato e può andare dalle tre/quattro settimane (per temi che necessitano una frequenza più ravvicinata) a una cadenza bi-tri o quadri-mestrale.

Nel corso del 2021 si è provveduto inoltre a un complessivo aggiornamento della composizione delle Commissioni e dei Gruppi, questi ultimi trasformati in Comitati.



### Consiglieri

ETÀ 30-50

31%

ETÀ >50

69%

DONNE

12.5%

UOMINI

87.5%

### Composizione nuovo Consiglio di Amministrazione

#### CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Presidente - socio	Pelliconi Maurizio
Vice Presidente - socio	Marchionni Massimo
Amm. Delegato e Dir. Gen.	Panzavolta Luca
Consigliere (Conad nazionale)	Bosio Mauro
Consigliere - socio	Barichello Denis
Consigliere - socio	Bellucci Thomas
Consigliere - socio	Caione Mario
Consigliere - socio	Colomban Marina
Consigliere - socio	Corzani Lorena
Consigliere - socio	Gaspari Enrico
Consigliere - socio	Lorenzini Filippo
Consigliere - socio	Lorenzini Matteo
Consigliere - socio	Mazzoni Marco
Consigliere - socio	Pierini Claudio
Consigliere - socio	Righi Giuseppe
Consigliere - socio	Zanfini Vanni

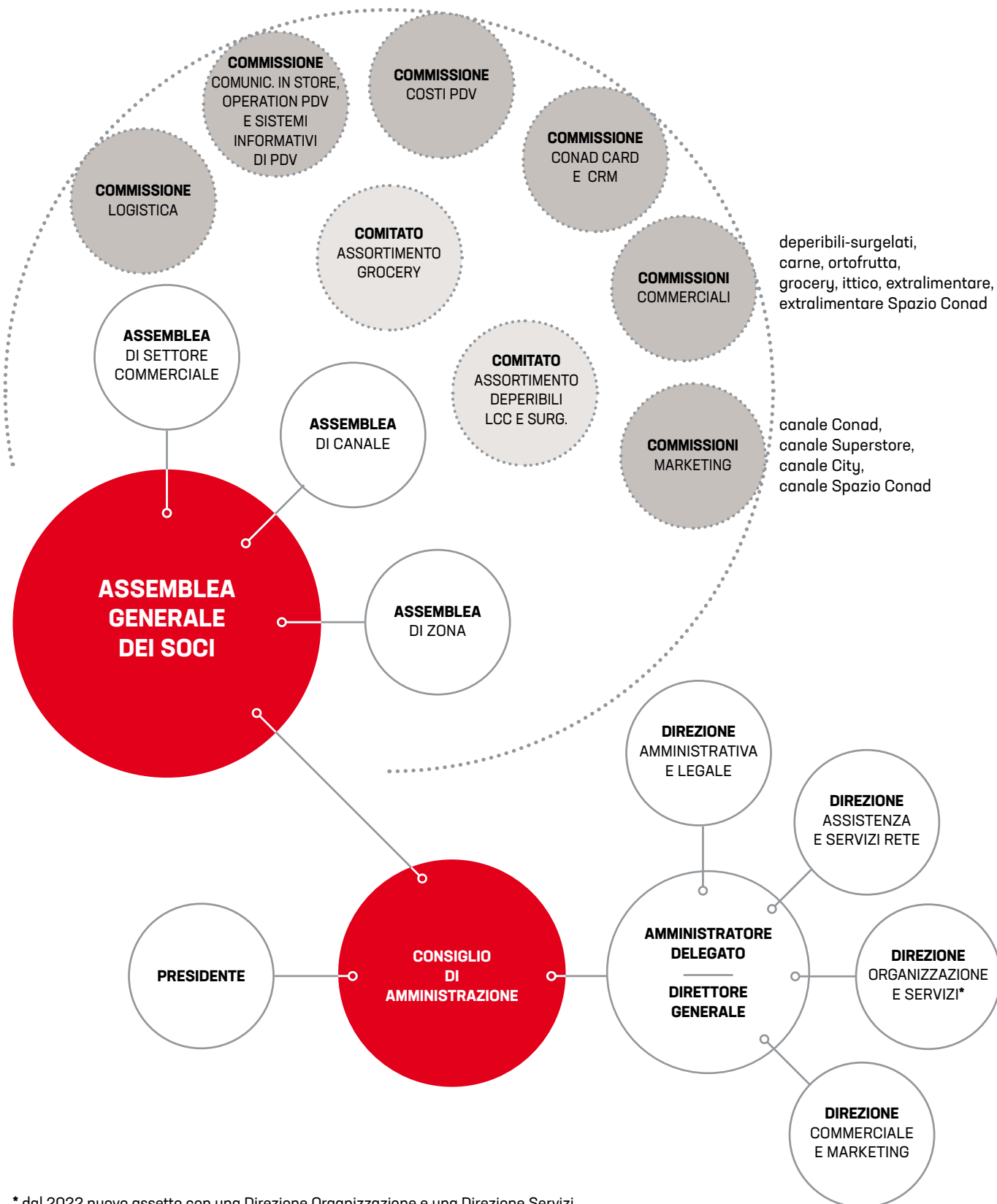
#### COLLEGIO SINDACALE

Sindaco Presidente	Balzani Paolo
Sindaci Effettivi	Gavelli Giorgio
	Garavini Sauro
Sindaci Supplenti	Caminati Maurizio
	Grandi Fabrizia

#### INVITATI

Direttore Organizzazione	Gianni Brasini
Direttore Comm. e Marketing	Valentino Colantuono
Direttrice Assistenza Rete	Federica Corzani
Direttore Servizi*	Gaetano Dini Ciacci
Direttore Amministrativo	Massimo Tassani





\* dal 2022 nuovo assetto con una Direzione Organizzazione e una Direzione Servizi

## Verso il **Bilancio di Sostenibilità**



**L'impegno di Cia e Conad  
sul tema sostenibilità,  
verso l'ambiente,  
le comunità e i territori,  
e sotto il profilo economico,  
nell'operato e nella sua  
rendicontazione trasparente**

Nel corso dell'anno la Direzione Operativa ha ribadito la volontà di continuare a lavorare sui temi della sostenibilità, sia come impegno concreto nella propria attività caratteristica, che nella direzione di una rendicontazione integrata e trasparente che ha come obiettivo la redazione del primo Bilancio di Sostenibilità di Cia. A tal fine è stato formalmente costituito a gennaio 2022 un gruppo di lavoro interno a Cia, rappresentativo delle diverse aree aziendali.

A coordinare il gruppo è Enrica Mancini (referente formazione e delegata di Cia al GdL sul bilancio di sostenibilità di Conad nazionale); ne fanno inoltre parte Valentina Versari (Responsabile Internal Audit), Margherita Ruffilli (Assistente Direttore Amministrativo), Eleonora Montalti (Assistente rete canale Conad), Marco Gardini (Responsabile Piani Marketing e Comunicazione), Giulia Sgobio (Organizzazione/Assistenza Logistica) e Sandro De Matteis (Direttore Sistemi Informativi).

Con l'assistenza di un consulente esterno specializzato sui temi della sostenibilità (Giorgia Palazzo, G.P. Consulting Group), il gruppo di lavoro ha l'obiettivo di pubblicare entro il 2024 un documento che rendiconti l'operato di Cooperativa secondo gli standard internazionali del GRI, **Global Reporting Initiative**.

Tramite una puntuale mappatura degli stakeholder si procederà a una riflessione condivisa rispetto ai temi materiali per i segmenti "Food Retail" e "Multiline Retailers & Distributors" definiti dal SASB (SASB.org), che permetterà di comprendere la matrice di materialità di Cia al fine di rendicontare correttamente l'impatto economico, sociale ed ambientale della Cooperativa secondo indicatori specifici e riconducibili alla reportistica internazionale del settore.

L'impegno rientra nella più generale attenzione che da anni Conad riserva alla sostenibilità intesa nelle sue varie declinazioni e ricondotta, tra l'altro, a un marchio, "**Sosteniamo il futuro**", legato al progetto che il Consorzio ha lanciato a marzo 2021.

La strategia di sostenibilità di Conad, consultabile nella sua totalità su [futuro.conad.it](http://futuro.conad.it), si basa su tre pilastri fondamentali, che rappresentano le dimensioni dell'agire quotidiano dell'insegna: **Ambiente e Risorse, Persone e Comunità, Imprese e Territorio**.

Per Conad, infatti, esiste un solo modo di fare business: farlo in maniera sostenibile, con azioni concrete basate sulla partecipazione e sull'inclusività, alimentando la crescita e il benessere delle Comunità in cui opera ogni giorno.

Per Conad essere leader di mercato significa assumersi responsabilità sempre maggiori, che vanno oltre la semplice crescita del fatturato, nella consapevolezza di dover dare un contributo concreto allo sviluppo del Paese, dai grandi centri urbani ai Piccoli Comuni, guardando al futuro con determinazione, impegno e positività. "Il nostro compito - ha commentato l'Amministratore Delegato di Conad, Francesco Pugliese - è quello di costruire sostenibilità economica nei territori in cui operiamo, senza mai dimenticare che siamo una filiera di persone al servizio di Comunità in un settore che ha il dovere e la responsabilità di rivedere le proprie logiche produttive e distributive facendo la propria parte nella lotta ai cambiamenti climatici".

L'impegno su questi tre pilastri alimenta il Bilancio di Sostenibilità Conad, a cui il Consorzio e le Cooperative Conad lavorano, con l'obiettivo di rendicontare le performance e gli obiettivi di sostenibilità ambientale, sociale ed economica in maniera completa e trasparente, oltre a identificare quei temi rispetto ai quali impegnarsi tramite una progettualità orientata a un futuro sempre più equo e sostenibile.



# 03. L'AMBIENTE



## Responsabilità verso l'ambiente

### Attenzione all'ambiente, per preservarlo per le generazioni future

In questa sezione sono presentati progetti e rendicontate quelle attività di Cia orientate direttamente alla preservazione della sostenibilità ambientale; azioni e progetti hanno l'obiettivo comune di ridurre la nostra impronta ambientale, tramite un utilizzo consapevole e ridotto delle risorse e la ricerca di soluzioni innovative maggiormente compatibili con la salvaguardia ambientale.

Del resto, il concetto di sostenibilità è parte fondante del Dna cooperativo: la capacità di agire con un'ottica di lungo periodo, preservando risorse o costruendo relazioni, con comportamenti e scelte responsabili nei confronti dell'ambiente, dell'economia e dell'ecosistema sociale sono difatti parte integrante dei nostri valori.

Agire a "impatto zero" (rispetto ad eventuali ricadute negative) creando una circolarità virtuosa e gettando le basi per una continuità nel futuro rappresenta esattamente l'obiettivo naturale della cooperazione.

Nel Codice Etico Cia difatti è esplicitato l'impegno a "operare nel rispetto delle normative vigenti in materia ambientale, a promuovere e programmare lo sviluppo delle proprie attività volto a valorizzare le risorse naturali e a preservare l'ambiente per le generazioni future".

Nel corso degli anni l'attenzione a questo aspetto ha caratterizzato le scelte della Cooperativa, che si è sempre più orientata verso il ricorso a energie rinnovabili, verso la riduzione degli impatti ambientali nelle nuove costruzioni o nelle ristrutturazioni e sulla scelta - dove possibile - di soluzioni innovative e a minore impatto ambientale.

Va in questa direzione, per esempio, la **nuova palazzina** uffici che sta sorgendo a Forlì in via Navicella. Il cantiere ha subito un importante rallentamento a causa della pandemia, ma nel corso del 2021 i lavori sono potuti proseguire con il progressivo completamento di larga parte della struttura, per la cui realizzazione si sono scelti materiali come il vetro e l'acciaio, dal minor impatto costruttivo; soluzioni impiantistiche di ultima generazione consentiranno la riduzione delle dispersioni e dei consumi energetici (sistemi di riscaldamento e raffrescamento a soffitto, lamelle frangisole nei rivestimenti esterni per abbattere la necessità di climatizzazione). La palazzina, grazie al potente impianto fotovoltaico di cui sarà dotata, sarà autosufficiente in termini di consumi energetici.



## Energy manager



### L'impegno di Cia per il controllo e l'efficientamento dei consumi energetici

L'Energy Manager è una figura tecnica introdotta in Italia per promuovere il controllo dei consumi e la diffusione di buone pratiche di efficientamento energetico presso i soggetti pubblici e privati caratterizzati da consumi rilevanti (espressi in Tonnellate Equivalenti di Petrolio, TEP).

L'articolo n. 19 della Legge 10/91 obbliga alla nomina dell'Energy Manager tutti i soggetti operanti nei vari settori che nel corso dell'anno precedente abbiano avuto un consumo di energia in TEP superiore a 10.000 TEP per il settore industriale e 1.000 TEP per tutti gli altri settori (civile, terziario, trasporti).

La Cooperativa rientra dunque tra i soggetti obbligati caratterizzati da consumi rilevanti (> 1.000 TEP/anno), con 2.131,83 TEP di consumi comunicati al 31 marzo 2021. Con un profilo di consumo così importante, anche considerando gli andamenti del mercato dell'energia, è ancora più strategico ricercare e valutare ogni possibile efficientamento energetico (nell'anno 2020 acquistati c.ca 8,5 MWh di energia elettrica pari a c.ca 1.250.000 euro).

Cia, in quanto soggetto obbligato (grande impresa secondo il D.Lgs. 102/14), ha provveduto ad effettuare le prime diagnosi energetiche (anni 2015 e 2019) e dovrà provvedere alla prossima diagnosi energetica, salvo nuove indicazioni, entro l'anno 2023.

Le aziende obbligate devono predisporre un piano di monitoraggio e misurazione dei carichi maggiormente significativi, e per redigere correttamente le diagnosi energetiche devono essere utilizzati i dati rilevati nell'anno precedente. **Questo ruolo diventa ancor più centrale nel percorso di Sostenibilità intrapreso da Cia, essendo il consumo energetico uno dei principali temi materiali del nostro segmento di mercato.**

## SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE SULLA RETE

Nel corso dell'anno 2021 sono stati realizzati da Cia 14 interventi di **riqualificazione energetica** sulla rete dei punti vendita, incentrati sulla sostituzione del generatore di calore per la climatizzazione invernale.

Si stima che tali interventi abbiano portato ad un risparmio di energia primaria pari a 267 tep/anno e di emissioni pari a 626 tCO<sub>2</sub>/anno.

Per quanto riguarda invece la totalità degli interventi eseguiti dal 2017 ad oggi, pari a 50 interventi, il risparmio di energia primaria stimato è pari a 633 tep/anno e 1.486 tCO<sub>2</sub>/anno.

Gli investimenti ammontano per il 2021 a 6.155.760 euro a fronte dei quali sono stati ottenuti (compresi quelli in attesa) contributi in conto energia per un valore di 1.848.856 euro.

Per protocollo i nuovi negozi sono realizzati tutti in classe A; nelle ristrutturazioni integrali si interviene su involucri, infissi e impianti per efficientare anche i fabbricati più vetusti.

Le attrezzature interne nei punti vendita sono scelte tra quelle a più ridotto impatto energetico, acustico e di emissioni in ambiente.

In tema di energia prodotta da fotovoltaico, nel corso del 2021 la Cooperativa ha appaltato la fornitura e la posa in opera di un nuovo impianto fotovoltaico di circa 1.200KW sopra l'ampliamento del magazzino GV di Forlì; gli impianti fotovoltaici dei negozi della rete, invece, non si limitano solo a una produzione energetica da minimo di legge, ma soddisfano almeno il 20% del fabbisogno del negozio.

Da segnalare anche che, in accordo con le amministrazioni locali, a fronte di edificazioni di nuovi punti vendita si procede in molti casi a titolo perequativo a opere extra-comparto di forestazione di aree agricole urbane o periferiche in corrispondenza di parchi, alvei di fiumi, ecc.

**Risparmio energetico** medio annuo

**633 tep**

**1.486 tCO<sub>2</sub>**



## SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE NEI TRASPORTI

### Legno risparmiato

**621** alberi

### Riduzione di CO<sub>2</sub>

**710** mila Kg

### Riduzione rifiuti

**63** mila Kg

Grazie all'utilizzo del sistema di pooling di **CHEP Italia**, il contributo certificato di Cia nella salvaguardia dell'ambiente e nella promozione di un modello di logistica sostenibile ha consentito nel 2021 un risparmio di legno per 642.301 dm<sup>3</sup>, pari a 621 alberi risparmiati; una minore emissione di CO<sub>2</sub> per 710.600 kg, equivalenti a 16 viaggi intorno alla Terra, e un abbattimento di 63.764 kg di rifiuti prodotti, ovvero 15 camion carichi di rifiuti evitati.

Il sistema di pooling messo a punto da Chep (pallet blu per la logistica) consente il noleggio, la condivisione e il riutilizzo dei pallet stessi; grazie a questa soluzione si possono ridurre considerevolmente i viaggi dei mezzi, con un evidente beneficio in termini ambientali.

Per i primi nove mesi del 2020 la preparazione e partenza dei freschi in ventilazione per l'area lombarda è stata predisposta dal magazzino di Chiari (Ex Auchan/Margherita) in provincia di Brescia.

Le restanti categorie merceologiche invece venivano preparate nei vari magazzini Conad Cia (Forlì, Cesena e Scorzè) e navettate verso lo stesso magazzino di Chiari per poi, dopo un passaggio in cross docking, essere consegnate ai vari pdv (merceologie surgelati, freschi in stock e Grocery).

Da ottobre 2020 il Ce.Di. dei freschi in ventilazione è stato portato a Pozzuolo Martesana (MI) in prossimità dei pdv di consegna (province Milano, Bergamo, Lecco).

Nel 2021 lo spostamento dal magazzino di Chiari al magazzino di Pozzuolo Martesana (MI) è stato totale. La maggior prossimità ai punti vendita ha comportato una **riduzione complessiva dei Km percorsi**, nonostante il numero di mezzi utilizzati sia maggiore.

L'effetto migliorativo in termini di costi e consumi è stato inoltre ampliato da un aumento dei volumi.

I mezzi impiegati hanno percorso oltre 16 milioni di chilometri: di questi la gran parte sono stati percorsi da veicoli euro 5 ed euro 6, oppure alimentati a GNL (gas naturale liquefatto) o GNC (gas naturale compresso, miscela di idrocarburi leggeri stoccati ad alta pressione, con basso livello di particolato e meno ossido di azoto rispetto al gasolio).

Anche queste ottimizzazioni concorrono alla gestione di un altro tema materiale importante per la GDO in generale, ovvero l'impatto delle emissioni generate dai trasporti; nei prossimi anni sarà costante l'impegno di Cia per migliorare gli aspetti logistici anche in ottica ambientale.



## SISTEMA CPR

### Riduzione di CO<sub>2</sub>

**22** mila tep

### Pallet CPR in legno

**-29%**  
materia prima vergine

In tema di imballaggi delle merci, ha continuato a dare risultati significativi l'impiego delle cassette verdi del **CPR System**, realizzate con plastica riciclata.

Sono stati oggetto di uno studio di valutazione dell'impatto ambientale da parte del Food Supply Chain Center dell'Università di Bologna, Dipartimento di Ingegneria Industriale.

Con riferimento al 2021, il ricorso a queste **cassette verdi CPR** per il trasporto delle merci dai magazzini di Cooperativa ai punti vendita della rete ha consentito di evitare l'immissione di 15.318 tonnellate di CO<sub>2</sub>

equivalenti rispetto alle tradizionali cassette di plastica e di 5.610 tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalenti rispetto alle cassette di cartone a perdere.

Per quanto riguarda invece i **pallet CPR in legno**, impiegati nel settore ortofrutta, sono realizzati con legname derivante da foreste gestite in maniera sostenibile da parte dei fornitori, secondo rigorosi disciplinari approvati e certificati PEFC.

Nel 2021 hanno consentito a Cia di evitare la produzione di 992.785 kg di CO<sub>2</sub> e hanno consentito una riduzione della quantità di materia prima vergine del 29% grazie all'utilizzo di blocchetti ottenuti dal recupero di bancali.



## Energia pulita con le colonnine ENEL

### Postazioni di ricarica elettrica: quel servizio in più che piace a chi fa la spesa

Per incentivare lo sviluppo e la diffusione della mobilità elettrica è stato sottoscritto nel 2017 tra Conad ed Enel un Protocollo d'intesa, in virtù del quale negli anni si è assistito alla progressiva installazione di **postazioni di ricarica elettrica** nei parcheggi dei supermercati, dei centri commerciali e degli ipermercati a insegna Conad. Nel territorio della rete Cia le colonnine di ricarica operative al 31-12-2021 erano **20**: di queste 8 in Romagna, 4 in Veneto, 3 in Friuli Venezia Giulia e 5 nelle Marche.

La possibilità di usufruire delle colonnine di ricarica elettrica nel momento della spesa si configura sempre più come un servizio aggiuntivo di grande valore per il cliente, nel segno dell'attenzione alla sostenibilità ambientale e della concreta promozione di stili di mobilità urbana meno impattanti.

Le colonnine sono di due tipi: **Pole Station** (22 kW), che permettono la ricarica dei veicoli in meno di un'ora, e **Fast Recharge** (50 kW), in grado di garantire un pieno di energia in circa 20 minuti.

Sono sempre più numerosi gli italiani che stanno modificando le proprie abitudini di consumo nell'ottica di un maggiore rispetto per l'ambiente e della conservazione delle risorse naturali. Questo trend è confermato dall'andamento del mercato delle auto ad alimentazione elettrica o ibrida.

Sia a livello nazionale che con riferimento al solo dato locale, dall'esame del trend 2018-2021 si può notare che il cliente continui a preferire il ricorso alla modalità fast recharge, grazie al non trascurabile maggiore risparmio di tempo (nonostante la diffusione ancora limitata di questa tipologia sull'intera rete a livello nazionale, dove rappresenta un quarto dell'offerta).



### Numero ricariche totali 2021



# 11.818

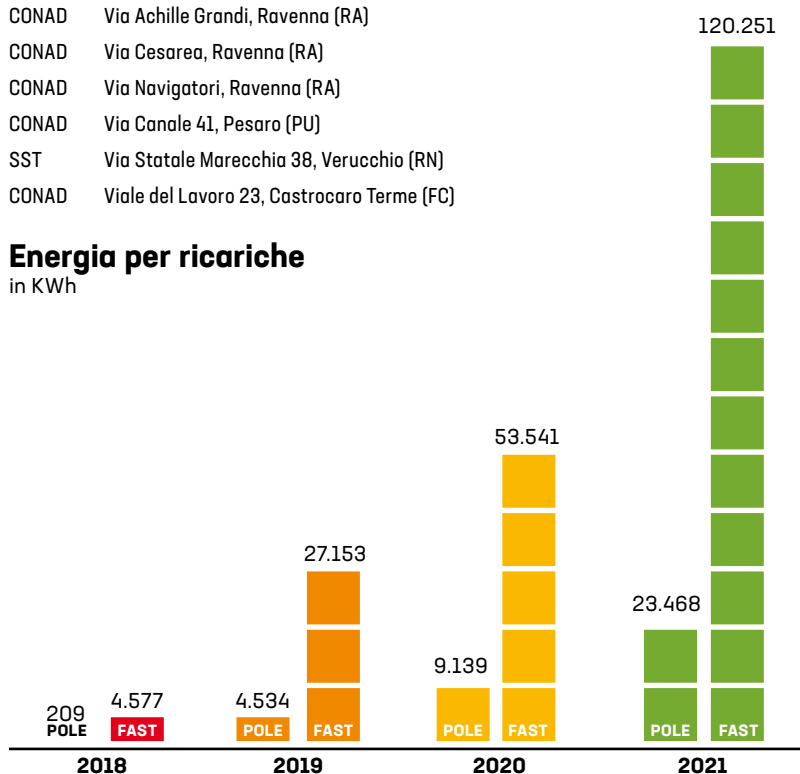
### Postazioni di ricarica elettrica

Rete Cia

SST	Via della Costituzione 28, Faenza (RA)
SPAZIO	Via Leopoldo Lucchi 235, Cesena (FC)
SF	Via Luigi Einaudi 37, Rovigo (RO)
SST	Via Don Milani 5, Misano Adriatico (RN)
SST	Via del Novecento, Pesaro (PU)
CONAD	Via Edgardo Morpurgo, Trieste (TS)
SST	Via Guglielmo Oberdan 7, S.Vito al Tagliamento (PN)
CONAD	Via De Zan 9, Aviano (PN)
SPAZIO	Via Postumia Ovest 76, S. Biagio di Callalta (TV)
CONAD	Via Ghirada, Treviso (TV)
CONAD	Via Enrico Mattei 10, Serra De' Conti (AN)
SST	Via Romea 1024, Legnaro (PD)
SST	Via Sasso 78, Urbino (PU)
SST	Via Benedetto Croce 15, Fermignano (PU)
CONAD	Via Achille Grandi, Ravenna (RA)
CONAD	Via Cesarea, Ravenna (RA)
CONAD	Via Navigatori, Ravenna (RA)
CONAD	Via Canale 41, Pesaro (PU)
SST	Via Statale Marecchia 38, Verucchio (RN)
CONAD	Viale del Lavoro 23, Castrocaro Terme (FC)

### Energia per ricariche

in KWh



# Una spesa sempre più green

## Nuova vita per la plastica alimentare, da rifiuto a materia prima riciclata

Fare la spesa contribuendo alla riduzione dei rifiuti e al recupero della plastica. Va in questa direzione la collaborazione con Green Money, piattaforma impegnata nel recupero della plastica Pet alimentare (bottiglie di acqua, di olio, succhi di frutta, ecc.).

I rifiuti di plastica conferiti in questo tipo di raccoglitori vengono recuperati e riciclati al 90%, consentendo la creazione di nuova materia prima seconda.

A ogni conferimento viene inoltre rilasciato al cliente dalla macchina un buono sconto del valore di 1 euro, spendibile per gli acquisti al supermercato.

Anche nel 2021 è stato possibile realizzare un'attività capillare di raccolta di plastica Pet alimentare, conferita nelle 16 macchine ecocompattatrici presenti all'ingresso di altrettanti punti vendita dislocati tra Romagna e Marche.

I pezzi raccolti nel 2021 sono stati **3.472.501**, con il recupero di **104 tonnellate** di materiale raccolto, e hanno generato l'emissione di **buoni sconto** sulla spesa per un valore di **1.157.500 euro**.



### Pezzi raccolti 2021



**3.472.501**

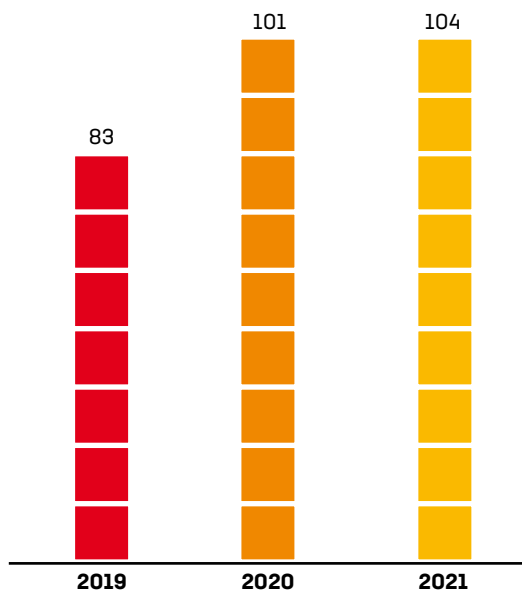
### Punti vendita con Green Money

Rete Cia

CITY	Via Coletti 57, Rimini (RN)
CITY	via E. Montale, Mercatale di Sassocorvaro (PU)
CONAD	Via Canale 41, Pesaro (PU)
CONAD	Vicolo Tacchini 33, Ravenna (RA)
CONAD	Via A. Grandi 2, Ravenna (RA)
CONAD	Via Renaccio 23/25, Faenza (RA)
CONAD	Via Ricci Curbastro 54, Lugo (RA)
SST	Via Albergone 32, Bagnacavallo (RA)
SST	Via della Costituzione 28, Faenza (RA)
SST	Via Galilei 4, Faenza (RA)
SST	Via Newton 28, Ravenna (RA)
SST	Via Statale Marecchia 38, Villa Verucchio (RN)
SST	Via della Fiera 50, Rimini (RN)
SST	Via L. Missirini 1, Viserba (RN)
SST	Via Sasso 123, Urbino (PU)
SST	Via B. Croce 15, Fermignano (PU)

### Materiale raccolto

in tonnellate



## Riduzione dei **volantini cartacei**

### Meno volantini cartacei e più strumenti promozionali online

La Cooperativa ha già da tempo fatto la scelta di una progressiva riduzione della distribuzione *door to door* dei volantini cartacei delle offerte promozionali; sempre più clienti, infatti, usano altri strumenti per venire a conoscenza delle promozioni, tra cui in primis sfogliatori digitali, app, siti web e canali social.

L'efficacia del volantino cartaceo si è nel tempo sempre più ridotta, al punto che la valutazione di Cia è stata quella di evitare impiego di carta e dispendio di risorse, investendo piuttosto queste ultime in comunicazione online, in maniera più fruttuosa e in modo mirato sulle esigenze dei vari clienti.

Nel 2021 si è così evitata la distribuzione nelle buchette postali, sulla rete Cia, di circa **9,5 milioni** di volantini, grazie alla scelta di non distribuirli più nelle case per **123 punti vendita** della rete.

Sul versante della strategia di comunicazione, gli investimenti della Cooperativa si stanno ri-orientando, con un ridimensionamento di quelli nel tradizionale volantino cartaceo, che fino al 2019 assorbiva il 74% delle risorse Cia dedicate, per portarsi nel 2021 a quota 60%.

L'obiettivo dichiarato è di arrivare nel 2022 sotto questa percentuale, a vantaggio di strumenti digital e offline, entrambi potenziati.

### Riduzione volantini cartacei 2020-2021



# 9,5 milioni



### Campagne Digital ADV



# 80 attività

### Punti vendita della rete

con sospensione volantino door to door



# 123

### Click sulle pagine



# 1,4 milioni

### Lecture digitali mensili

tra sfogliatori, sito e Conad APP

# circa 600.000

## Lavorare in **sicurezza**

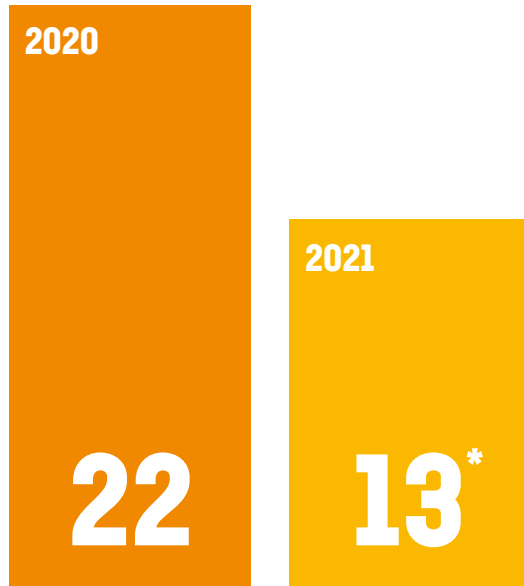
### La sicurezza si conferma una delle priorità sulle quali Cia investe

La Cooperativa riserva massima attenzione al tema della sicurezza, a tutti i livelli, con azioni volte a promuoverla e garantirla, soprattutto in fase preventiva.

Sul versante degli **infortuni**, nel 2021 sono stati 13 (esclusi infortuni in itinere e ricadute, con i quali il numero sarebbe 20). Escludendo dall'analisi gli infortuni in itinere e le ricadute si evidenzia un **netto miglioramento** degli indici di frequenza e un miglioramento degli indici di gravità.

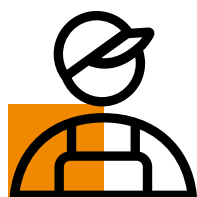
#### Numero infortuni

\*esclusi infortuni in itinere e ricadute



#### Formazione sulla sicurezza

erogata da Cia



**2.512**  
ore/uomo

La cooperativa ha effettuato nell'anno 2021 alcuni aggiornamenti necessari del proprio **Documento di Valutazione dei Rischi**, in particolare per quanto concerne la movimentazione manuale dei carichi (mediante metodo NIOSH) e lo stress lavoro-correlato, ed ha implementato azioni volte a ridurre alcuni rischi e a cogliere eventuali opportunità, che saranno valutate dopo rendicontazione e aggiornamento a seguito del periodo di applicazione.

Nel corso dell'anno 2021 è stato inoltre effettuato un audit di ri-certificazione ed estensione da parte dell'ente di certificazione, con esito positivo, per la verifica della conformità alla norma **ISO 45001:2018** del Sistema di Gestione della Sicurezza sul Lavoro.

Al fine di monitorare costantemente il rispetto delle procedure operative e l'adozione di comportamenti corretti da parte di tutti i lavoratori sono stati intensificati i controlli e le ispezioni.

Si è inoltre avviata l'adozione di una **piattaforma informatica** per la gestione di tutti gli aspetti riguardanti la salute e la sicurezza sul lavoro, tra i quali dispositivi di protezione individuale, visite mediche, informazione-formazione-addestramento, segnalazioni.

Sul versante della **formazione in tema di sicurezza** si è continuato ad investire in maniera importante, con **2.512 ore uomo** erogate (in crescita sul 2020); anche se l'emergenza COVID ha costretto ad un ridimensionamento notevole dei corsi programmati nel primo semestre, soprattutto di quelli in aula, questi sono ripartiti nel corso del prosieguo dell'anno.

L'azienda ha dunque investito e continua a investire sulla formazione e oltre alla formazione ordinaria si è aggiunta anche la **formazione specifica sul COVID-19**, a conferma del fatto che per Cia lavorare in sicurezza è prioritario e a tal fine la formazione continua a essere un elemento centrale per l'azienda, anche con funzione preventiva.

In materia di Covid va inoltre ricordato che la Cooperativa si è dotata dal 2020 di un Comitato interno preposto alla stesura, applicazione e verifica delle misure per il contrasto alla diffusione del Covid (formato da 4 persone: Dirigente delegato dal datore lavoro, Responsabile ufficio sicurezza, Rappresentante dei lavoratori per la sicurezza e Rsu e un RSU), contenute nel **Protocollo aziendale anticovid**, periodicamente aggiornato nel corso dell'anno, per essere pienamente rispondente alle novità normative.

## Mobility manager

### Nominato il Mobility Manager e redatto il primo piano spostamenti casa lavoro dei dipendenti di Cia

In base a quanto previsto dal decreto legge 34 del 19 maggio 2020, cosiddetto "decreto rilancio", convertito con legge 77 del 17 luglio 2020 "al fine di favorire il decongestionamento del traffico nelle aree urbane ma anche la riduzione dell'uso del mezzo di trasporto privato individuale, le imprese e le pubbliche amministrazioni di cui all'articolo 1 comma 2 del decreto legislativo 30 Marzo 2001 numero 165 con singole unità locali con più di 100 dipendenti ubicati in un capoluogo di regione, in una città metropolitana, in un capoluogo di provincia ovvero in un comune con popolazione superiore a 50mila abitanti sono tenute ad adottare, entro il 31 dicembre di ogni anno, un piano degli spostamenti casa lavoro del proprio personale dipendente finalizzato alla riduzione dell'uso del mezzo di trasporto privato individuale, nominando tal fine un **Mobility manager** con funzioni di supporto professionale continuativo alle attività di decisione, pianificazione, programmazione, gestione e promozione di soluzioni ottimali di mobilità sostenibile".

La Cooperativa ha a tal fine nominato una società esterna di consulenza per l'elaborazione del **PSCL - Piano Spostamento Casa Lavoro** (Echos Engineering). Il perimetro preso in considerazione è stato quello di Forlì: sono stati quindi coinvolti i lavoratori di questa

sede, ai quali è stato trasmesso un questionario volto a sondare le abitudini di spostamento nel tragitto casa-lavoro e gli eventuali desiderata o suggerimenti per migliorare in termini ambientali.

Il questionario è stato accessibile online dal 6 al 12 dicembre ed è stato compilato da 87 lavoratori (circa un quinto della totalità), che ha consegnato una fotografia ragionevolmente attendibile della situazione degli impiegati e quadri aziendali (più contenuta la risposta, invece, degli operai).

Tra fine dicembre 2021 e fine gennaio 2022 il documento è stato affinato per arrivare a una versione inviata all'Amministrazione comunale forlivese.

Nella stragrande maggioranza lo spostamento casa-lavoro è affidato al mezzo privato (automobile prioritariamente o moto), scelto per motivi di maggiore indipendenza, comodità e velocità.

Circa un terzo di quanti hanno risposto si dicono disposti e interessati a migliorare le modalità degli spostamenti, ipotizzando auto elettriche o ibride, biciclette elettriche o mezzi pubblici, oltre a car sharing e car pooling.

Tra le proposte presentate all'Amministrazione comunale, quella di favorire l'uso del trasporto pubblico, con aumento delle corse dei mezzi, così da far diventare il TPL una alternativa maggiormente credibile all'uso dell'auto personale; favorire la mobilità ciclabile o la micromobilità e mettere in campo azioni di sensibilizzazione e informazione, in grado di raggiungere anche gli operai, ampliando l'area della consapevolezza su questi temi.



# 04. PERSONE E COMUNITÀ



## Il lavoro

### Nella pandemia, il sistema Cia ha tenuto e ha aumentato l'occupazione

Il 2021 è stato il secondo anno di pandemia, con un andamento dei dati economici e occupazionali alquanto differenziato tra la prima parte dell'anno e la seconda, anche in relazione al procedere del Covid dal punto di vista sanitario.

Secondo i dati Banca d'Italia, "la ripresa della domanda di lavoro nel Paese si è iniziata a sentire da dopo l'estate, proseguendo per tutto il quarto trimestre. Il ristagno del tasso di disoccupazione è la conseguenza del progressivo recupero dell'offerta di lavoro, che si avvicina ai valori pre-pandemici" (Bollettino economico gennaio 2022, pag 35).

La preoccupazione della perdita o della mancanza di lavoro si è però confermata come drammaticamente e largamente prioritaria in Italia per buona parte della popolazione: a giugno, secondo un'indagine Ipsos commissionata da Cia, l'Italia risultava il secondo Paese su base mondiale a vedere questo tema come quello maggiormente pressante (59%, dietro al 64% del solo Sud Africa).

La crisi economica anche nel 2021 ha spaventato di più di quella sanitaria (57% vs 43%), confermando la sfiducia quale sentimento prioritario e la sicurezza tra le aspettative più desiderate.

Differenziata la tenuta sul fronte dell'occupazione nei vari settori produttivi dell'economia italiana: a fronte di comparti, quali quello dei servizi alla persona, del turismo, della cultura, maggiormente e più direttamente colpiti dalla pandemia fin da subito, in generale il commercio e la Gdo hanno invece saputo tenere, salvaguardando posti di lavoro.

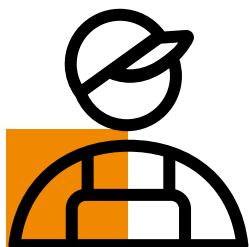
Passando dal contesto più ampio alla situazione specifica della Cooperativa e delle società di sistema, complessivamente sono state **571** le persone impiegate nel **sistema** tra **Cia, Ccs e Cofiro**.

Le stesse società davano lavoro l'anno prima in tutto a 521 persone, confermando un trend positivo, non solo di tenuta ma di crescita, già rilevato nell'ultimo decennio (durante il quale la forza lavoro è raddoppiata).

Da sottolineare è inoltre il dato sulla qualità dell'occupazione, che conferma una caratteristica distintiva del lavoro nel sistema Cia, ovvero il fatto che i contratti sono per la stragrande maggioranza a **tempo indeterminato** in tutte e tre le società, oltre che sulla rete associata.

Sulla **rete vendita**, tra negozi e concept, considerando sia gli addetti dipendenti che i soci impegnati direttamente nel lavoro, l'occupazione si è portata a quota **10.552 risorse**, anche in questo caso con netta prevalenza di lavoro non a termine.

Dalla somma tra **società del sistema** (Cia, CCS, Cofiro) e **rete vendita**, il dato degli occupati supera le 11mila unità, arrivando a **11.123 persone**. Questo stesso dato nel 2020 era pari a 10.893, con una crescita del 2%.



# 571

Cia e Società

# 10.133

Addetti pdv e concept

# 419

Soci persone fisiche

# 11.123

Cia, Società e rete



## Le risorse umane Cia e società

### Commercianti Indipendenti Associati

Il numero di occupati totali della Cooperativa risultava al 31 dicembre 2021 pari a **489 persone**; nel 2020 era di 434.

In un anno ancora non facile, aver tenuto sul versante occupazionale, incrementando il numero degli occupati (+12,7%) è un risultato significativo, che conferma la Cooperativa tra le realtà imprenditoriali più solide del proprio territorio di riferimento, capace di coniugare occupazione e prospettive di crescita e sviluppo.

I tempi indeterminati sono in percentuale ampiamente prevalente: solo 22 sono, infatti, i contratti a tempo determinato (pari al 4,5%), contro i 467 **tempi indeterminati**, corrispondenti al **95,5%** della forza lavoro. Il regime orario maggioritario è quello a tempo pieno; i full time sono in tutto 477 (97,5%), mentre i part time sono 12 (2,5%).

Il ricorso ad addetti aggiuntivi in corso d'anno, principalmente per i magazzini, è stato di 122 unità, parte dei quali poi confermata e stabilizzata in corso d'anno.

La forza lavoro è principalmente maschile, anche per il peso significativo della componente dei magazzini su questo dato: sul totale del 489 dipendenti, gli uomini sono 422 (86%), le donne 67 (14%).

# 489

OCCUPATI

UOMINI

## 422

86%

DONNE

## 67

14%

TEMPO INDETERMINATO

## 467

95,5%

TEMPO DETERMINATO

## 22

4,5%

FULL TIME

## 477

97,5%

PART TIME

## 12

2,5%

NUOVE ASSUNZIONI

## 72

UOMINI DONNE

## 67 5

CONGEDI PARENTALI

## 19

UOMINI DONNE

## 7 12

UNDER 30

## 24%

30>50

## 54%

OVER 50

## 22%

DIRIGENTI

## 8

QUADRI

## 68

IMPIEGATI

## 85

OPERAI

## 328

TASSO TURNOVER

## 16%

LAVORATORI STRANIERI

## 38



## CCS s.r.l.



CCS srl è la società del sistema Cia dedicata e specializzata nelle attività amministrative di tenuta della contabilità per i soci imprenditori Cia. Nata a Forlì il 12 marzo 1984, nel 2021 ha tenuto la contabilità al 95% dei punti vendita della rete associata, ai quali eroga anche assistenza fiscale, controllo di gestione e consulenza nella gestione delle risorse umane.

Anche per questa società valgono alcune delle considerazioni già riportate per Cia sulla qualità del lavoro; CCS infatti impiega personale assunto in prevalenza a tempo indeterminato (93,5%), mentre i tempi determinati hanno quota molto ridotta (6,5%).

## COFIRO soc. coop.



All'interno del sistema Cia, Cofiro è la realtà che si occupa di servizi finanziari e di tesoreria ai propri soci, che sono rappresentati dai soci Cia e dalle società da questa controllate.

È attiva dal 1987, quando fu costituita il 4 giugno a Forlì. La sua forza lavoro era costituita al 31 dicembre 2021 da 5 dipendenti, 4 dei quali a tempo indeterminato (80%).

## COROGA

Costituita il 4 giugno 1987, ha lo scopo di agevolare il ricorso al credito da parte dei soci (soci Cia che siano Pmi), soprattutto in fase di investimento per avvio nuove attività, ristrutturazione o acquisto licenze.

Può concedere fidejussioni per il ricorso al credito e l'assistenza tecnica per ottenere finanziamenti, fornendo garanzie a banche ed enti finanziari.



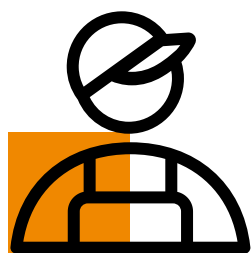
## Le risorse umane sulla rete

Al 31/12/2021 la rete dei punti vendita contava **277 negozi e 78 concept**: il numero complessivo di persone occupate, tra gli uni e gli altri, era di **10.133**, considerando solo gli **addetti dipendenti**.

L'età media resta contenuta e si assesta a 41,5 anni. Gli **under 30** che lavorano tra negozi e concept erano 1.582 (15,6%), dei quali quasi 500 apprendisti (487).

Prevalgono anche in questo caso i contratti a tempo indeterminato, che sono l'86,3% (8.746 persone), mentre i tempi determinati incidono per il 13,7% (1.387 addetti).

Dei 10.133 occupati totali di punto vendita e concept, 3.314 erano gli uomini (33%) e 6.819 le donne (67%), con un dato che conferma la prevalenza femminile del lavoro sulla rete, caratteristica che ancora contraddistingue questo settore occupazionale e la rete Cia.



# 10.552

**Soci + Addetti pdv e concept**

Uomini	Donne
<b>3.603</b>	<b>6.949</b>
34%	66%

Inversa la proporzione nella composizione di genere, invece, quando si passa ai **soci persone fisiche**: nel 2021 erano **419**, dei quali 289 uomini (69%) e 130 donne (31%), con un'età media di 48 anni.

Sommando addetti di punto vendita e di concept ai soci persone fisiche, il dato dell'**occupazione totale sulla rete vendita** diventa di **10.552 persone**.

Dal confronto con il 2020, quando erano 10.372, emerge che la crescita che si è avuta è stata quasi del 2%, in un contesto economico e in un anno in cui molte realtà hanno invece dovuto fare i conti con significativi ridimensionamenti degli organici, se non addirittura con chiusure e cessazioni delle attività.

# 10.133

**Addetti pdv e concept**

Uomini	Donne
<b>3.314</b>	<b>6.819</b>
33%	67%

### Contratti sulla rete

TEMPO INDETERMINATO	TEMPO DETERMINATO
<b>86,3%</b>	<b>13,7%</b>

### Addetti under 30 sulla rete

# 15,6%



# 419

## Soci persone fisiche

Uomini

# 289

69%

Donne

# 130

31%



## La formazione

**In presenza oppure online, anche nel 2021 è stata intensa l'attività formativa per Cia e per la rete**

Anche nel 2021 parte della formazione è stata erogata in modalità online, per motivi di maggior sicurezza e in ottemperanza alle normative vigenti in materia di contrasto al Covid.

Si è fatto ricorso a questa tipologia non in presenza anche per quelle formazioni per le quali è risultata complessivamente più comoda la partecipazione online, che ha consentito di ridurre gli spostamenti e di ottimizzare i tempi dei partecipanti.

In corso d'anno si è però potuti tornare alla classica modalità della formazione in presenza, nel pieno rispetto delle disposizioni di sicurezza (mascherine, distanziamento, igienizzazione frequente delle mani e aerazione dei locali, oltre al contingentamento della capienza delle aule).

Questo ha consentito di svolgere alcuni corsi in modo meno mediato e con la possibilità di un confronto più diretto tra partecipanti e docenti, cosa che ha sicuramente rappresentato in molti casi un valore aggiunto.



### Corsi di formazione

erogati da Cia per rete e Cooperativa

**12.500** ore/uomo  
**+2.512** ore/uomo  
 sulla sicurezza

Indicativamente le ore complessive di formazione organizzata da Cia per i dipendenti della Cooperativa stessa e a favore della rete associata sono state poco meno di un migliaio, dato dal quale restano escluse le ore di quei corsi di formazione online a fruizione "personalizzata", per i quali non è possibile un conteggio puntuale. Si tratta per lo più di contenuti formativi resi disponibili sul portale soci o in altro canale streaming, al quale soci e dipendenti hanno potuto accedere per la consultazione in maniera diretta e autonoma e in base a proprie logiche organizzative e tempistiche.

Sono stati coinvolti in percorsi di formazione di vario genere poco meno di 2.300 partecipanti (intesi però non come "utenti unici") con una **stima di formazione erogata** (al netto di quanto sopra e della formazione obbligatoria in tema di sicurezza) **pari a circa 12.500 ore/uomo**.

Tra i percorsi di formazione svolti in corso d'anno, la Cooperativa ha puntato per i propri dipendenti su temi sia di taglio più di taglio tecnico-operativo, legati alla conoscenza di strumenti di lavoro quotidiani delle varie aree aziendali, sia su una formazione più trasversale e delle competenze relazionali e legate al ruolo professionale.

Nel primo caso rientrano corsi per l'approfondimento dell'utilizzo di programmi di calcolo, nuovi software, grafica, gestione procedure di natura amministrativa e simili.



Un cenno particolare merita anche la capillare formazione che ha coinvolto un'ottantina di persone, tra quadri e impiegati, sui contenuti del Dlgs 231 quale aggiornamento necessario dei dipendenti su una normativa la cui conoscenza viene periodicamente rinnovata, anche alla luce di eventuali aggiornamenti normativi direttamente impattanti sulla attività della Cooperativa.

Nel secondo caso, invece, si è lavorato con percorsi di coaching e di crescita personale per alcuni dipendenti di Cia, tra persone di più recente ingresso e altre di maggiore anzianità professionale, focalizzandosi sugli ambiti di miglioramento e i punti di forza di ciascuno, coadiuvati da una coach certificata.

Particolare attenzione è stata riservata alla formazione per il personale dei magazzini, che rappresenta numericamente una quota consistente della forza lavoro e che è stato particolarmente sollecitato prima durante tutta la fase di acquisizione di Auchan e a seguire durante tutti i difficili mesi della pandemia.

Un percorso ad hoc di team building ha coinvolto i capi magazzino sulla gestione della squadra e delle situazioni di stress, sulla capacità di lavorare in sintonia e di trovare soluzioni agli imprevisti.

Ospite d'onore del terzo e ultimo appuntamento di questa formazione è stato il calciatore **Lorenzo Minotti**, già capitano del Parma di Nevio Scala e nazionale ai mondiali Usa 1994. In aula con lui la docente **Nicoletta Tozzi**, pluricampionessa italiana di atletica leggera, formatrice e coach certificato, che ha condotto i dodici capi magazzinieri Cia a confrontarsi sui temi legati alla **leadership**, alla **comunicazione**, alla **gestione delle persone**.

In questi ambiti, paradigmatica è stata l'esperienza di Lorenzo Minotti, che da capitano del Parma ha gestito lo "spogliatoio" da un lato e i rapporti con l'allenatore e la dirigenza dall'altro, mettendo in campo equilibrio e capacità di gestire le persone dei vari gruppi con cui si è trovato a lavorare.



La metafora sportiva con cui si è chiuso il corso ha aiutato i partecipanti a focalizzarsi in modo ancor più diretto sull'importanza di essere una squadra in cui ognuno si impegna per dare il meglio, in cui si gioca per un comune risultato, e in cui ogni componente ha un ruolo funzionale al risultato complessivo.

Un'altra iniziativa mirata ha coinvolto una quarantina di magazzinieri stabilizzati a tempo indeterminato nel corso dell'anno, per i quali è stato organizzato un appuntamento formativo di illustrazione della **specificità del modello cooperativo**, di Conad e di Cia, nonché delle buone pratiche di lavoro in azienda.

Innovativo il corso rivolto ai capi settore del commerciale, "**Laboratorio di Leadership e Mind Management**", in collaborazione con la scuola di formazione cooperativa Quadir. L'iniziativa si è incentrata sull'esercizio della leadership orientato a sperimentare nuovi metodi organizzativi efficaci nella gestione e nella motivazione del gruppo di lavoro composto dai collaboratori, focalizzandosi sulle strategie di gestione più adeguate al coordinamento dei carichi di lavoro (cosa è necessario fare, come è possibile agire ed entro quali limiti) e allo sviluppo delle potenzialità, nella logica di una crescente complessità del contesto organizzativo.

L'approccio adottato è stato concreto e pragmatico e ha alternato alle più tradizionali lezioni d'aula una giornata di **cammino sulle colline forlivesi** nella modalità dell'*on walking training* in grado di coniugare la dimensione del team con le tematiche della resilienza e della gestione di sé in un contesto naturalistico e destrutturato.







un progetto



partner







## IMPARA UN MESTIERE E CREA IL TUO FUTURO

La scuola dei mestieri è il percorso formativo e professionale di Commercianti Indipendenti Associati - Conad che ti prepara nei reparti freschi serviti carne, banco, pesce

Per quanto riguarda la **formazione** promossa dalla Cooperativa **per la rete**, anche nel 2021 si sono svolti corsi rivolti ai capi reparto dei freschi, in particolare carne, pesce e deperibili, con un percorso mirato per i negozi della città di Milano, coinvolti anche in un corso specifico della ormai consolidata formazione dei soci e dei capi negozio.

Per il personale dei concept a marchio PetStore è stata promossa una formazione di prodotto molto articolata, che ha coinvolto i referenti delle principali marche di prodotti per animali, chiamati a illustrare le specificità delle loro linee e le principali referenze in assortimento.

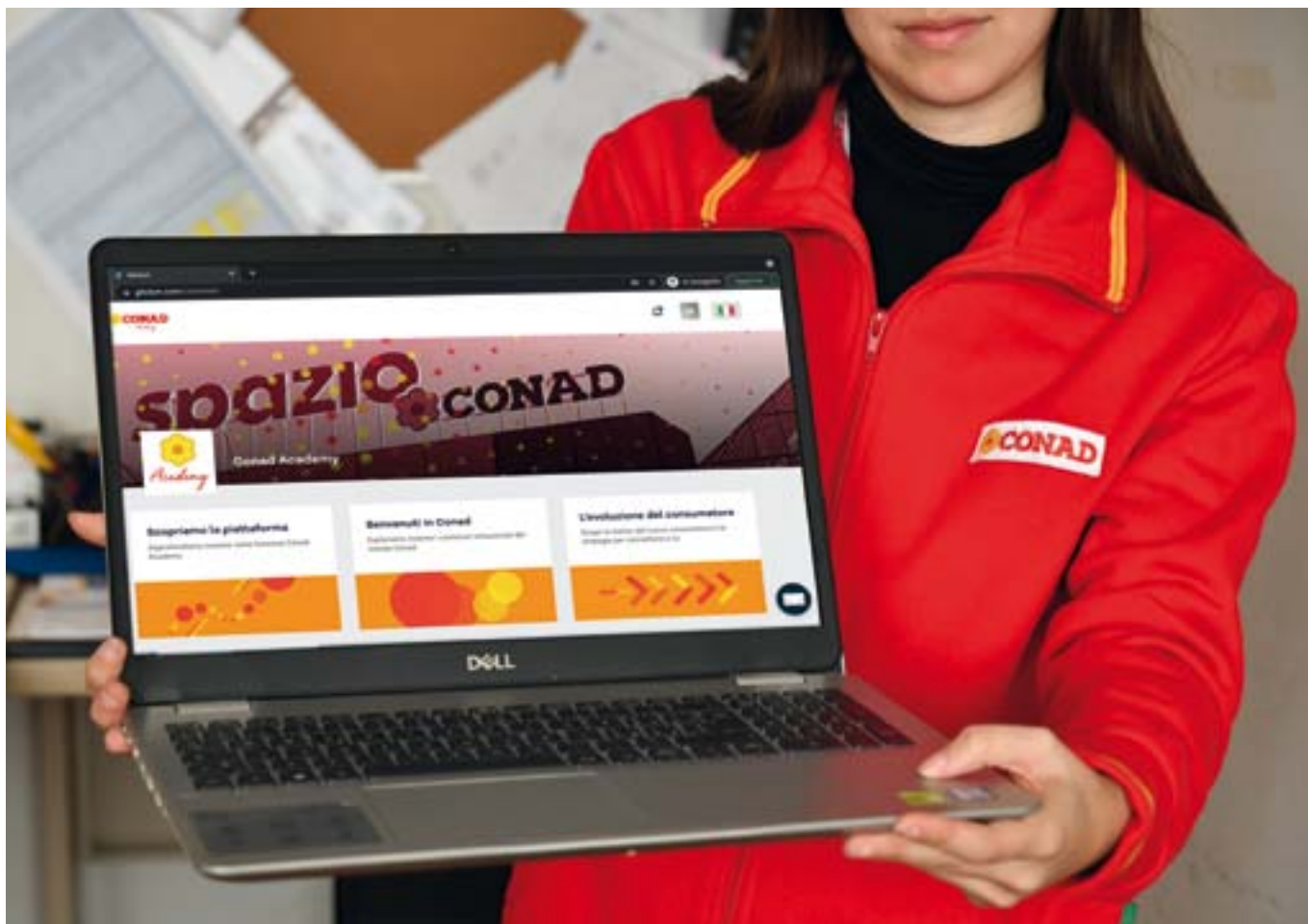
Market e riordino assistito sono stati oggetto di moduli tematici dedicati, svolti per lo più online, e incentrati sulle principali funzionalità di questi due strumenti di base per la gestione quotidiana del punto vendita.

Sono stati proposti anche corsi di gestione del cliente per gli addetti dei reparti serviti ("Se non sai sorridere... non lavorare in un negozio") e per il

personale di cassa ("In cassa con stile"), in particolare del canale Spazio. Quest'ultimo è stato coinvolto in attività formative ulteriori, di gestione economica del punto vendita attraverso la lettura ragionata degli indicatori di performance e delle stampe ("Economia del punto vendita"), oltre che in focus tematici sulle *operation* dei vari reparti.

Una menzione specifica merita la prima edizione del corso di visual merchandising dell'extra alimentare, svolto tra docenza d'aula e l'allestimento pratico in punto vendita del catalogo dell'**addobbo natalizio**, che si è tenuto allo Spazio Conad di Forlì con il diretto coinvolgimento dei capi settore degli altri Spazio, nonché di alcuni referenti visual e commerciale dell'extra alimentare di Conad.

Un cenno merita inoltre l'avvio del progetto **Scuola dei Mestieri**, promosso da Cia con partner operativo Gi Group, attraverso cui la Cooperativa formerà nel 2022 circa un centinaio di potenziali nuovi addetti per i reparti pescheria, banco salumi latticini/gastronomia e macelleria, per rispondere al fabbisogno espresso dalla rete in questi settori freschi serviti, per i quali



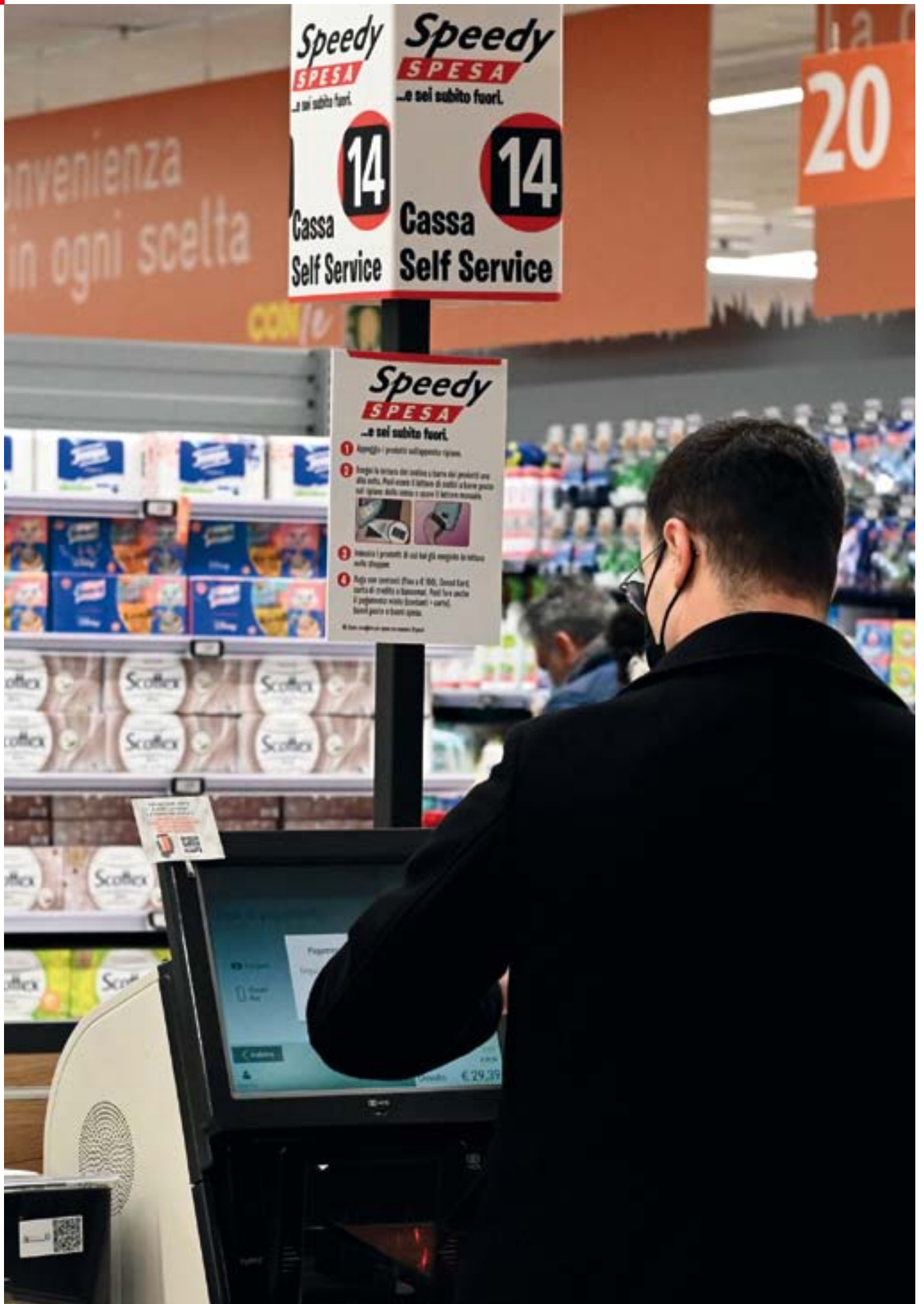
la carenza di personale formato è un problema ricorrente. Dopo un periodo di 80 ore di formazione teorica d'aula, le persone (selezionate da Gi Group) saranno coinvolte in una vera e propria "palestra" in punto vendita, dove saranno affiancati a un tutor che li seguirà in un percorso di formazione pratico, di durata variabile in base al reparto: dalle 6 settimane del banco pesce alle 14 di quello salumi-latticini, fino alle 18 della macelleria.

Infine, è partito nel 2021 un nuovo e ambizioso progetto di formazione del Consorzio, chiamato **Conad Academy**, che si pone l'obiettivo di mettere a disposizione di tutte le Cooperative una serie di contenuti utili a formare e informare soci e dipendenti dei punti vendita sulle principali aree di distintività, specializzazione e innovazione dell'insegna.

Un progetto fondato sulla valorizzazione delle competenze e sulla specializzazione delle risorse che operano in questi concept tematici, per costruire una nuova cultura di vendita con l'obiettivo di far vivere al cliente un'esperienza di acquisto di valore e fidelizzante.

Il punto vendita Conad, infatti, non è solo il luogo dove acquistare prodotti, ma è, e vuole essere sempre di più, una piattaforma relazionale dove trovare soluzioni per la spesa, il benessere e la famiglia, anche attraverso servizi e consulenze personalizzate. In linea con questa strategia, il piano della nuova Conad Academy ha preso avvio dai concept di Salute e Benessere (Parafarmacia e Ottico) con l'obiettivo di svolgere una formazione professionale sui mercati specializzati, in sinergia con le esperienze e le modalità formative maturate da ciascuna Cooperativa.

La formazione avviene mediante la fruizione individuale online di brevi contenuti ('pillole' che alternano slide a podcast e video), proposti a cadenza periodica e incentrati sia su conoscenza di prodotto che su tecniche di vendita e relazione con il cliente.





## I clienti

A livello nazionale il 2021 si è caratterizzato ancora come anno che ha risentito dell'impatto del Covid, ma con dinamiche diverse dall'iniziale fase della pandemia del 2020, al punto che si è assistito a una vera e propria inversione di tendenza tra i due periodi quanto alle dinamiche di spesa e scelta di canale da parte dei clienti.

Se nel 2020 il lockdown aveva penalizzato le grandi superfici e favorito i negozi di vicinato (anche per motivi legati ai provvedimenti più restrittivi della fase di picco dell'emergenza sanitaria), con il 2021 il dato si è ribaltato: il settore della distribuzione alimentare, a livello nazionale, ha avuto complessivamente andamento negativo (-0,58% a parità di rete, dato Nielsen-Osserva Italia, progressivo anno 2021 da 4/01/21 a 2/01/22), con gli ipermercati a quota +1,07% (Conad Iper +6,67%) e un andamento invece negativo dei supermercati.

Il dato complessivo della rete associata Cia, che è risultato positivo (+1,26%), ha visto un andamento negativo del canale City (in parte anche di quello Conad, ma di minore impatto), canale che era stato invece nel 2020 largamente scelto per la spesa da parte dei clienti, anche in virtù delle limitazioni agli spostamenti che avevano in parte obbligato a questa scelta. Altro elemento significativo del 2021 è stata la tenuta dei discount e più in generale la continua crescita dell'e-commerce.

In questo secondo caso, come ampiamente ricordato anche lo scorso anno, sulle abitudini dei clienti molto ha inciso la pandemia, che ha fatto scoprire e letteralmente "esplodere" l'on-line, la cui popolarità nelle scelte di spesa non è calata con l'allentarsi della morsa dell'emergenza sanitaria.

Come emerso nell'indagine Ipsos per Cia (2021) sull'impatto del Covid sui consumatori, l'Italia è stata tra i Paesi che hanno visto la maggior crescita

del commercio online, sesto Paese con il maggior incremento dietro Gran Bretagna, Usa, Cile, Corea del Sud e Canada, con un 48% di famiglie che hanno intensificato gli acquisti e-commerce rispetto a una percentuale media del 43%. Allo stesso modo alcune priorità che avevano guidato i consumatori nel precedente anno sono state riconfermate nel 2021 e rappresentano una tendenza che probabilmente avrà carattere persistente nel breve, medio e forse più lungo periodo.

**Sicurezza, eticità** nella spesa e **riduzione del tempo di visita** nei supermercati erano 'bisogni' importanti nel momento del Covid e hanno continuato a orientare le scelte di buona parte della clientela anche nel 2021.

Diventa sempre più importante, da parte di produttori e distributori, saper fornire le necessarie attenzioni e rassicurazioni, in particolare rispetto ai temi legati alla sicurezza e **qualità** dei prodotti, alla loro **tracciabilità** e **riconcucibilità a filiere corte** e sostenibili.

La **sostenibilità** non è più solo un fattore reputazionale, ma rappresenta un indice di valutazione per misurare serietà, affidabilità e impegno delle catene della grande distribuzione; una metrica non più solo ad appannaggio dei giovani dei *Fridays For Future*, ma di una componente sempre più ampia di clientela, più attenta, responsabilizzata, informata e matura sotto il profilo della scelta in fase di acquisti alimentari e non.

Altra caratteristica che ha trovato conferma nell'anno considerato è stato il crescente apprezzamento per il segmento dei **prodotti premium**, con particolare riferimento a quelli **a marchio Conad**, che hanno saputo consolidarsi nelle spese dei clienti, anche grazie ad assortimenti che valorizzano qualità, gusto, attenzione alla tipicità (Sapori&Dintorni e il più recente Sapori&Idee).

### LA SPESA ON-LINE

Nel 2021 si sono gettate le basi per l'avvio nei vari territori delle diverse cooperative del progetto di spesa on line promosso da Conad. Come già ricordato, Cia ha costituito la società Da Te srl, partecipata al 100%, che ha avviato l'attività di creazione di un dark store dedicato, in località Pievesestina di Cesena (FC) e di tutto il sistema di implementazione del servizio.

A regime, nel 2022, i clienti delle province servite dall'e-commerce Cia Conad potranno avere a disposizione la consegna a casa (home delivery), il ritiro in punto vendita (click and collect) oppure in punti di prelievo ad hoc (locker).



## Questione di **Goodwill**

### Oltre la sola convenienza, Cia e Conad premiate dai clienti nel rapporto qualità/prezzo

Si chiama "goodwill", si legge convincimento che porta la persona a diventare fedele frequentatore di un punto di vendita di un'insegna distributiva, poiché ne è del tutto soddisfatto. Un misto di gradimento reale e scelta consapevole perché motivata, che orienta il consumatore a preferire l'una o l'altra catena. Risale al 2019 il primo nucleo di questo concetto, a partire da una indagine innovativa denominata **CX Store**, promossa dalla rivista Promotion, da Amagi, società di ricerche di mercato e in collaborazione con Smart Research. La ricerca si propone di analizzare gli acquisti di beni di consumo da parte dei responsabili degli acquisti in famiglia al fine di rilevare e misurare la soddisfazione per le insegne frequentate in funzione del rapporto qualità/prezzo. Da questi dati sono ricavate le informazioni che consentono di stabilire una graduatoria per l'assegnazione dei **CX Store Award**.

Il panel dei rispondenti all'indagine è composto da 5.830 responsabili degli acquisti ed è un campione rappresentativo della popolazione italiana (universo di 26 milioni di famiglie censite periodicamente dall'Istat).

Alla base di tutto l'idea che non si potesse continuare a misurare nella distribuzione moderna solo la convenienza di prezzo, tralasciando altre dimensioni importanti che ruotano attorno al responsabile degli acquisti, ovvero il cliente. Colui o colei che valuta, confronta, prova e sceglie. Il goodwill è il frutto di queste valutazioni di chi fa acquisti e anche su questo aspetto si distinguono i vari retailer.

Il passo successivo è stata la creazione di un riconoscimento, il CX Store Award, premio attribuito alle insegne maggiormente gradite dai responsabili degli acquisti

Al centro dell'analisi è il cliente e il goodwill è espressione del rapporto qualità/prezzo, ovvero della **convenienza percepita**, influenzata anche dalla **complessiva shopping experience**. Il goodwill è oggettivamente misurabile poiché è il cliente stesso che ne decreta il valore e da qui si è così potuta costruire una scala che attribuisce un **punteggio alle insegne** distributive.

Dal confronto tra il CX Store Award del 2020 con quello del 2021 emerge la conferma di Conad quale insegna vincitrice, con quasi 4 milioni di famiglie che attribuiscono il miglior rapporto qualità/prezzo, conquistando un enorme capitale di goodwill che passa dal 14,9% al 15,1%.

Nell'area Medio Adriatico (comprendente Romagna, Marche, Abruzzo e Molise) anche Cia si è distinta come cooperativa Conad al vertice per il rapporto qualità prezzo (insieme a Conad Adriatico).



## Il prodotto a marchio in Cia

Resta significativamente alta la percentuale del prodotto a marchio Conad in Cia, le cui vendite percentuali si attestano non solo oltre la quota media del sistema Conad, ma oltre i valori raggiunti da tutte le altre cooperative. Il cliente gradisce e sceglie un prodotto che ha potuto conoscere e apprezzare nel tempo, nelle sue varie linee e declinazioni, veicolo straordinario di distintività e fidelizzazione che continua a legare consumatore e punto vendita.

La quota di MDD in Cia raggiunge il 36%, con pesi percentuali inevitabilmente differenziati tra i canali, dal circa 47% dei City, con quasi un prodotto MDD su due acquistati, alle percentuali più contenute dello Spazio, dove le referenze a marchio Conad sono circa una su cinque comprate, con margini di potenziale ulteriore crescita.



### Quote MDD in Cia

TUTTI I CANALI

36%

CANALE CITY

47%

## LA RISCOPERTA DELLA VICINANZA

Negli anni della pandemia è emerso forte il bisogno di tornare a valorizzare un concetto come quello di **vicinanza**, sia nelle scelte comunicative che in quelle di proposta commerciale. Da questo punto di vista si è intensificato l'impegno di Conad, e anche quello di Cia, nel sottolineare e promuovere l'importanza della **comunità** e il ruolo di Conad come parte del tessuto sociale del Paese.

È stata rafforzata l'idea della vicinanza territoriale come ampiezza della scelta di assortimento per soddisfare (essere vicini a) i bisogni di consumo legati ai diversi stili di vita.

La multicanalità è lo strumento attraverso il quale presentare un ventaglio differenziato di proposte a consumatori sempre più diversificati, ovvero possibilità di scegliere tra diversi formati in linea alle proprie esigenze di spesa, tra canali di prossimità e ultra prossimità (evoluzione del vicinato) e spesa di attrazione (Superstore, Spazio Conad e



concept tematici specializzati], fino ad arrivare alla omnicanalità, che ricomprende le diverse dimensioni possibili della spesa, da quelle tradizionali del negozio fisico a quelle digitali con il commercio online.

Vicinanza è diventata però anche parola chiave per indicare un impegno concreto per il **futuro della comunità**, come scelta distintiva, come convenienza e occasione di risparmio, ma prima di tutto come attenzione alle **economie di prossimità**, che rappresentano la risposta virtuosa e sostenibile alle potenziali ed estreme derive determinate dalla globalizzazione.

## Tra globale e locale

Cia tiene nella massima considerazione i fornitori locali, che sono a tutti gli effetti degli stakeholder della Cooperativa: a loro sono infatti rivolte tutte le attenzioni per la loro crescita dimensionale e organizzativa, nel presupposto di un rapporto fortemente interattivo e strategico. Questo assunto, contenuto nel Codice Etico Cia (in vigore fino al 2021), è un impegno concreto che la Cooperativa persegue da tempo; nel 2021 sono stati **614 i fornitori locali** attivati per un fatturato di acquistato dalla Cooperativa di 190.447.136 euro.

La promozione delle referenze locali di filiera corta risponde all'esigenza di offrire ai consumatori prodotti del **territorio**, legati a **stagionalità** e **tipicità**, e rappresenta una straordinaria occasione di crescita e consolidamento economico delle imprese attive nei territori della rete.

Rappresenta un impegno concreto verso gli obiettivi dell'Agenda 2030, volti alla valorizzazione delle economie e caratteristiche territoriali, alla creazione di ecosistemi sostenibili in tutti gli ambiti, cittadino e rurale, e allo sviluppo di modelli di consumo sempre più orientati alla riduzione degli sprechi, anche grazie alle filiere corte e alla crescita sviluppo delle competenze dei fornitori locali.

All'interno del più ampio parco di fornitori locali, per offrire ai consumatori prodotti di alta qualità a filiera corta, tipici, sostenibili e genuini, Cia ha selezionato agricoltori, casari, pescatori, allevatori, viticoltori dei vari territori, raccogliendoli sotto il comune 'marchio' **SIAMO** nato da qualche anno come progetto di valorizzazione delle produzioni locali.

Il progetto SIAMO ha avuto un fatturato di acquistato Cia nel 2021 di circa 41,5 milioni di euro; di questi, 5,1 milioni di euro nel pesce (7 fornitori), 11,3 milioni di euro nella carne (19 fornitori), 5,8 milioni di euro in ortofrutta (47 fornitori), 19 milioni di euro nel mondo dei deperibili (45 fornitori di salumi e formaggi) e 330.700 euro nell'alimentare confezionato.

### Fatturato totale fornitori locali Cia

FATTURATO	2021	2020
<b>GROCERY</b> bevande, generi vari e surgelati	98.503.248	91.180.382
<b>FRESCHI</b> carni e ittico	37.757.763	32.496.339
<b>DEPERIBILI</b>	39.396.201	36.231.332
<b>ORTOFRUTTA</b>	14.789.924	15.812.938
<b>TOTALE</b>	<b>190.447.136</b>	<b>175.720.991</b>



### Numero totale fornitori locali Cia

NUMERO FORNITORI	2021	2020
<b>GROCERY</b> bevande, generi vari e surgelati	371	361
<b>FRESCHI</b> carni e ittico	34	31
<b>DEPERIBILI</b>	153	159
<b>ORTOFRUTTA</b>	56	52
<b>TOTALE</b>	<b>614</b>	<b>603</b>



## Le Carte Conad

### Strumenti di pagamento e fidelizzazione, sono sempre più apprezzate dai clienti

Le **Carte Insieme più Conad Card**, strumento di fidelizzazione con funzione di pagamento, sono cresciute anche nel 2021, sia in quantità che per fatturato sviluppato; nel primo caso sono arrivate sulla rete Cia a **163.988** (+7,42%), mentre il fatturato prodotto si è attestato a 422,7 milioni, registrando sull'anno precedente un +1,35%. Conad e Superstore i canali nei quali si sono raggiunti valori più alti di spesa pagata con questa Carta, che da soli sviluppano oltre la metà del transato con Conad Card.

Tra le iniziative da segnalare c'è l'inserimento della Carta Insieme più Conad Card tra gli strumenti di pagamento elettronico abilitati al cashback di Stato e alla lotteria degli scontrini (sono stati diversi i vincitori che avevano fatto spesa e pagato con Conad Card).

Per il cashback di Stato, pur se partiti in ritardo rispetto agli altri emittitori di carte private, i risultati sono stati lusinghieri, con oltre 40.000 clienti registrati e con il riconoscimento, per la prima volta, delle carte private come equiparate a quelle tradizionali che operano con il pubblico (quali Bancomat, Visa, Mastercard, Postepay, ecc).

Per quanto riguarda la distribuzione geografica della Conad Card, sulle quasi 164 mila carte complessive, oltre 120mila sono quelle della Romagna, seguita dalle 26mila delle Marche e degli altri territori (Friuli Venezia Giulia, Veneto e Lombardia, che insieme contano più di 17mila Carte).



Nel 2021 è stata intensa l'attività di **reclutamento** promossa per incentivare alla sottoscrizione di nuove Conad Card, strumento che anche durante la pandemia aveva rappresentato una valida alternativa all'uso del contante, con evidenti risvolti di sicurezza in termini igienico-sanitari.

Grazie alla campagna di promozione di nuove sottoscrizioni, quasi 23mila sono state le nuove Conad Card entrate nel circuito (+37,6% sul 2020).



<b>Friuli Venezia Giulia</b>	1.404
<b>Veneto</b>	1.720
<b>Romagna</b>	13.334
<b>Marche</b>	4.358
<b>Lombardia</b>	1.811

**22.627**  
nuove attivazioni

**331.897**      **163.988**  
carte attive **Conad**      carte attive **Cia**

2.471	pdv attivi	284
21,4 mln.	operazioni	11,5 mln.
782,4 mln.	transato in euro	422,7 mln.



## SERVIZI ALLA PERSONA CON CONAD CARD

Dal 2020 è in vigore la convenzione tra Cia e Rete ComeTe, che riunisce sul territorio nazionale una quindicina di cooperative sociali impegnate in servizi di cura e assistenza per anziani, disabili, bambini, in virtù della quale si è allargata la rete dei servizi alla persona per i possessori di Carta Insieme più Conad Card.

La convenzione riguarda i possessori della Carta nelle aree interessate dall'iniziativa, Forlì-Cesena, Ravenna, Rimini e Pesaro-Urbino.

I possessori della Carta Insieme più Conad Card possono beneficiare della consulenza gratuita di un "care manager", un professionista in ambito socio-assistenziale, che li orienterà verso le soluzioni disponibili sul territorio di riferimento.

Se i servizi individuati dal care manager (tra pubblico, privato e privato sociale) sono tra quelli erogati dal

circuito delle cooperative sociali di Rete ComeTe, sarà inoltre possibile usufruirne a tariffe convenzionate, applicate al possessore della Carta, ma con possibilità di estensione anche ai suoi familiari.

Le cooperative sociali della Rete ComeTe che sono coinvolte in questa iniziativa sono CAD (per Forlì-Cesena e Rimini), Zerocento (Ravenna) e Il Labirinto (Pesaro), tutte realtà di consolidata esperienza nel campo dell'assistenza ad anziani, disabili, servizi educativi.

L'iniziativa integra la convenzione già da tempo in essere con alcune strutture sanitarie convenzionate, della Romagna e del nord delle Marche, dal nome Sanità più veloce, grazie alla quale i possessori di Conad Card possono prenotare una visita in tempi ristretti e pagando secondo tariffe concordate e migliorative rispetto ai listini consueti.

Sul versante della **Carta Insieme Digitale**, anche questa ha registrato una crescita importante fino a 173.655 unità, per un fatturato di più di 132 milioni, per oltre la metà attribuito al canale Spazio.

Sul fronte della **gift card La Prepagata Conad** il volume in euro nel 2021 è stato di 14,430 milioni per 203.050 carte emesse: oltre il 70% dei volumi della Prepagata sono attribuibili a 84 punti vendita della rete associata, che si sono dimostrati particolarmente attivi nella promozione di questo strumento in ambito welfare aziendale.



**82.793**  
carte attive **2020**

**173.655**  
carte attive **2021**

**90.862**  
nuove attivazioni

**Friuli Venezia Giulia**  
**Veneto**  
**Romagna**  
**Marche**  
**Lombardia**

4.455  
17.984  
2.268  
14.405  
43.681

14.193  
42.164  
15.351  
30.473  
71.474

9.738  
24.180  
13.083  
16.068  
27.793





## Valore condiviso

### Territori, comunità e relazioni: la mutualità verso l'esterno come buona prassi e impegno di Cia e dei soci

Nel rapporto con le comunità si sostanzia la caratteristica principale del modo di fare commercio al dettaglio nel mondo Gdo del modello cooperativo Cia Conad. I soci sono **radicati nei loro territori**, con i quali le relazioni e gli scambi sono quotidiani e si sostanziano in una diretta partecipazione del singolo punto vendita alla vita dei propri quartieri, paesi, città.

In questa sezione sono in particolare raccontate alcune esperienze che hanno contraddistinto il 2021 in quanto buone prassi e progetti di valore tipici della **mutualità esterna** di un sistema cooperativo, che restituisce al contesto circostante buona parte di quanto riceve, sotto forma di sostegno alla solidarietà, alla cultura, alla scuola e alle generazioni future, allo sport e più in generale come contributo diretto alla coesione sociale.

### INSIEME CONTRO IL COVID

Anche nel 2021 si è rinnovato l'impegno della Cooperativa e dei soci con diverse nuove iniziative legate ai bisogni specifici emersi a causa dell'impatto del Coronavirus.

Alcune di queste hanno avuto come obiettivo il sostegno diretto a persone in difficoltà oppure ad associazioni impegnate ad aiutarle, attraverso erogazioni liberali in denaro o tramite raccolte di derrate alimentari che i soci hanno promosso o alle quali hanno direttamente partecipato.

Per ringraziare, in particolare, i **medici della Asl Romagna** che si sono resi disponibili nei quattro ambiti provinciali territoriali, prestando

la propria opera **a titolo volontario** durante la campagna vaccinale anti Covid 19, la Cooperativa ha donato Carte La Prepagata Conad nominative, con l'intenzione di esprimere riconoscenza e gratitudine ai professionisti che in quella delicata fase della gestione pandemica si sono messi a disposizione della comunità, dedicando il proprio tempo e la propria professionalità per garantire le vaccinazioni a tutti i cittadini romagnoli e non solo.

Le carte sono state consegnate nel corso di una cerimonia organizzata dall'Azienda Usl della Romagna, che con questa scelta ha voluto tributare un riconoscimento significativo al personale medico volontario e all'impegno dimostrato.



## Salute e solidarietà



### Nuovi progetti e traguardi nella collaborazione con IOR, Istituto Oncologico Romagnolo

È proseguita la collaborazione pluridecennale tra la Cooperativa e lo IOR, Istituto Oncologico Romagnolo, sempre più stretta anche in virtù della nomina dell'Ad Cia, Luca Panzavolta, a nuovo Presidente del sodalizio. Nell'ambito dell'impegno di Cia nel sostegno alle attività di prevenzione, cura e ricerca seguite dallo IOR, un traguardo significativo si è raggiunto con l'inaugurazione del **Prime Center di San Cristoforo di Cesena (FC)**, realtà innovativa nel campo della Prevenzione, Riabilitazione ed Integrazione in Medicina.

La nuova struttura sarà quindi operativa nel campo della sensibilizzazione delle giovani generazioni alla lotta contro il cancro e della medicina integrativa volta al miglioramento della qualità di vita all'interno del percorso di cura oncologico. La cerimonia ufficiale del taglio del nastro si è svolta lunedì 22 novembre presso l'ex complesso scolastico San Cristoforo, dove sorge la facility ideata e fortemente voluta dal fondatore dello IOR, prof. Dino Amadori.

Il Prime Center, che si presenta come una struttura unica nel suo genere, si pone non solo quale punto di riferimento territoriale come da natura e mission dell'organizzazione no-profit che ha contribuito a crearla, l'Istituto Oncologico Romagnolo, ma anche come luogo di condivisione, apprendimento e cura per studenti e pazienti provenienti da tutta Italia, che



troveranno all'interno del Prime Center una serie di attività con solide basi scientifiche che si inscrivono all'interno di una presa in carico della persona a 360°.

All'interno della struttura trovano spazio una cucina didattica per laboratori dedicati alla sana alimentazione, intesa non solo come arma di prevenzione, ma anche come valido aiuto alle terapie e una palestra di 148 metri quadrati con attrezzature di ultima generazione donate da Technogym, partner tecnico dello IOR, per la preabilitazione e riabilitazione del paziente sottoposto a terapie oncologiche e ad intervento chirurgico. Il progetto congiunto prevede la prescrizione di esercizio fisico monitorato e la realizzazione di studi e ricerche volte a valutare l'impatto del movimento sul malato e a creare nuovi protocolli di cura validati scientificamente.

All'interno del Prime Center sarà prevista anche la presenza di ambulatori e spazi dedicati ad attività di medicina integrativa quali mindfulness, agopuntura, musicoterapia, tutte iniziative la cui efficacia è confermata da migliaia di sperimentazioni svolte nei principali centri di ricerca e che verranno portati avanti da professionisti esperti e preparati; nonché aule a disposizione delle classi, delle scuole e delle aziende che vogliono avviare alunni e dipendenti a programmi di welfare e di sensibilizzazione alla prevenzione.



## Prevenzione, ricerca e cura: quando la spesa diventa occasione di solidarietà

Sempre nel solco dell'impegno al contrasto della malattia oncologica, Cia ha rinnovato la collaborazione con IOR anche per altre due iniziative ormai consolidate: si tratta del progetto **Benessere è equilibrio** e della lotteria di Natale IOR.

Nel primo caso, grazie alla devoluzione del 2% delle vendite di novembre dei prodotti a marchio Verso Natura nei 135 negozi Conad della Romagna e Repubblica di San Marino, è stato possibile destinare 35mila euro allo IOR, che impiegherà la somma per attività di ricerca legate all'immunoterapia. Il progetto "Benessere è equilibrio", nato nel 2018 per comune volontà di Commercianti Indipendenti Associati e IOR, ha preso vita dall'idea che sensibilità a corretti stili di vita e solidarietà siano un binomio sempre più praticabile anche dalla scelta di cosa portare in tavola ogni giorno.

L'iniziativa ha coinvolto non a caso ancora una volta la linea di referenze a marchio Conad Verso Natura che offre una proposta attenta alla salubrità dei prodotti e rispettosa dell'ambiente, in linea con il percorso legato alla sostenibilità intrapreso da Conad. Si è così voluto rinnovare questo progetto a sostegno della attività di IOR poiché la prevenzione, la cura e la ricerca sono temi che da sempre stanno a cuore alla Cooperativa e verso i quali l'impegno è totale, sia direttamente come cooperativa, sia tramite i soci imprenditori nei vari territori.

Ritorna la raccolta per lo IOR!

Per **TUTTO IL MESE DI NOVEMBRE** destiniamo allo IOR, Istituto Oncologico Romagnolo, il **2% delle vendite** dei prodotti Verso Natura Conad.

Lo IOR destinerà tale contributo alla ricerca sull'immunoterapia.

**BENESSERE e EQUILIBRIO**

VERSUS NATURA e IOR Istituto oncologico romagnolo ricerca e cura insieme a chi cura

CONAD VIN BIO PESSATA POMODI BOT. € 0,99

Cerca nei punti vendita i prodotti contrassegnati da questo cartellino

**CONAD**  
Persone oltre le cose



LOTTERIA IOR 2021  
A Natale vinci per aiutare

Special Partner **CONAD**

**22 GRANDI PREMI IN PALIO**  
1° Premio Automobile RENAULT TWINGO

**CON LA LOTTERIA IOR VINCI SEMPRE!**

## Natale dello IOR

oltre **58.000** euro  
BUONI SCONTO UTILIZZATI

L'altra attività rinnovatasi a fine 2021 è stata la tradizionale lotteria di **Natale dello IOR**, che si svolge nelle tre province di Forlì-Cesena, Ravenna, Rimini. I biglietti non risultati vincitori hanno dato diritto a un buono sconto di 2,50 euro su una spesa di 20 euro nei Conad dei territori indicati, dal 10 gennaio al 27 febbraio 2022. Oltre 23mila i biglietti utilizzati in tal senso, per un valore complessivo di oltre 58mila euro.



## Con tutto il cuore: Cia, Conad e Thun aiutano gli ospedali pediatrici



Sempre in tema attività solidaristiche in area sanitaria, si è svolto nel 2021 il progetto di Conad con Thun, dal titolo **“Con tutto il cuore”**, che ha direttamente coinvolto le varie cooperative del Consorzio nei vari territori.



Il collezionamento dei premi in punto vendita è diventato così occasione, tra novembre e dicembre, di un grande progetto di solidarietà, attraverso una linea di 20 soggetti natalizi Thun per l'addobbo e la decorazione, tutti in legno proveniente da foreste gestite in modo sostenibile e responsabile.



Per ogni premio distribuito nella rete dei negozi Conad aderenti a Commercianti Indipendenti Associati sono stati devoluti 50 centesimi a sostegno di **cinque ospedali pediatrici** presenti nei territori in cui la Cooperativa e i soci operano ogni giorno: il reparto pediatria dell'ospedale di Rimini (al quale sono andati 95.000 euro), l'ospedale pediatrico Salesi di Ancona (per complessivi 62mila euro), l'istituto di ricovero e cura a carattere scientifico materno-infantile Burlo Garofolo di Trieste (30mila euro), la clinica di oncematologia pediatrica dell'azienda ospedale università di Padova (32mila euro) e l'ospedale dei Bambini Buzzi di Milano (per altri 62mila euro).

L'impegno dedicato alle partnership sostenibili e, in particolare, alle iniziative di fidelizzazione a sostegno dell'ambiente e delle persone, rientra nel grande progetto di sostenibilità di Conad **“Sosteniamo il futuro”**, basato su tre dimensioni fondamentali dell'agire quotidiano dell'insegna: rispetto dell'ambiente, attenzione alle persone e alle comunità, valorizzazione del tessuto imprenditoriale del territorio italiano.



## Con tutto il cuore

**281.000** euro  
DONAZIONI TOTALI



## Sport e solidarietà: una maratona per la ricerca e per contrastare l'Alzheimer



Si è rinnovata la collaborazione tra Cia e **Maratona Alzheimer**, evento che unisce sport e solidarietà per promuovere la prevenzione della malattia attraverso l'attività fisica e per sostenere la ricerca scientifica. Nel 2021 l'evento è tornato in presenza secondo modalità più consuete e si è svolto a metà settembre tra Cesena e Cesenatico, coinvolgendo tanti appassionati camminatori e sportivi che si sono dati appuntamento per la mezza maratona Alzheimer, gara competitiva Fidal Cesena - Cesenatico e per la marcia Alzheimer, circuito non competitivo con partenza e arrivo al parco di levante di Cesenatico.



## Il nostro 8 marzo: un impegno diretto contro la violenza di genere



L'8 marzo 2021 è stato occasione di sensibilizzazione sul tema del **contrasto alla violenza di genere** nei negozi Conad della provincia di Ravenna: oltre 10mila euro sono stati erogati a sostegno delle tre associazioni di Ravenna, Faenza e Lugo che sostengono le donne che attraversano momenti di disagio e di difficoltà o che subiscono violenze fisiche, psicologiche, sessuali ed economiche.

La somma è stata donata dai 41 punti vendita Conad della provincia di Ravenna che nelle giornate del 6, 7 e 8 marzo hanno devoluto dieci centesimi per ogni scontrino emesso in cassa.

Le realtà beneficiarie sono Linea Rosa Ravenna, Sos Donna Faenza e Demetra Donne Lugo, a cui sono andati rispettivamente 4.583, 3.305 e 2.581 euro.



Il ricavato di questa campagna di sensibilizzazione potrà servire ai progetti che le tre associazioni portano avanti da tempo, sia in aiuto alle donne vittime di violenza che ai loro familiari, sia nelle politiche di prevenzione e contrasto a questi fenomeni.

## Cibo e solidarietà



### La lotta allo spreco alimentare parte dal supermercato

Pienamente in linea con uno degli obiettivi di Agenda 2030 (Goal n.2 Contrasto alla fame, ma anche con l'obiettivo 12, di un consumo più responsabile), è consolidato ormai da anni l'impegno dei soci nel **contrasto allo spreco alimentare**, attraverso il recupero delle derrate alimentari ancora buone, ma non più vendibili, destinate a fini solidaristici alle onlus che operano nei vari territori e che le impiegano in mense di beneficenza o in distribuzioni a persone in condizioni di difficoltà.

Questo circuito virtuoso di recupero coinvolge una parte importante dei punti vendita associati (circa un terzo, oltre novanta negozi), che per la maggior parte destinano derrate alimentari al mondo dell'associazionismo attraverso il circuito formalizzato di **Last Minute Market** o in forme di contatto diretto tra negozio e onlus beneficiaria.

2 SCONFIGGERE LA FAME



12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI



Nel 2021 è stato così possibile destinare alle varie realtà non lucrative per riutilizzo a fini sociali cibo per oltre **4,1 milioni di euro**, ai quali si sono aggiunte le derrate direttamente conferite a Caritas dai magazzini della Cooperativa per un valore di ulteriori 93mila euro.

Tra i destinatari si segnalano sezioni locali della Caritas e della Papa Giovanni XXIII, associazioni territoriali di volontariato, mense dei poveri istituite da enti religiosi e non, cooperative sociali, banchi alimentari locali, che consentono di non sprecare cibo, destinarlo a situazioni di reale bisogno con finalità solidaristiche, contribuendo a evitare di trasformare in rifiuto e spreco derrate ancora buone e che mantengono inalterate le loro caratteristiche organolettiche.

## Scuole e nuove generazioni



**“Il Buono che c’è: viaggio alla scoperta del territorio attraverso i suoi prodotti”** è invece il percorso di educazione incentrato su buona alimentazione e stili di vita salutistici, attraverso la lettura consapevole delle etichette e il consumo informato.

L’iniziativa, in collaborazione con la Coop. sociale Atlantide di Cervia (RA), è giunta alla sua quinta edizione e coinvolge le scuole primarie e secondarie di primo grado dell’intera rete, con tre incontri nel corso dei quali gli studenti sono accompagnati alla scoperta della corretta educazione alimentare.

Per il secondo anno consecutivo, a causa della pandemia, l’attività si è svolta online, con due momenti di aula e un tour “a distanza” nei negozi Conad, dove gli alunni sono stati accompagnati dal socio/capo negozio a fare da cicerone tra scaffali e banchi. Sessanta le classi coinvolte con circa 1.200 studenti partecipanti.

A metà strada tra mondo della scuola, educazione civica e mondo dello sport, l’iniziativa **“Scuole a Palazzo”**, organizzata da Pallacanestro 2.015 Forlì e promossa da Cia, si è incentrata su un percorso di vera e propria educazione allo sport e agli stili di vita sani, in ambito non solo alimentare ma più in generale dei comportamenti, fino a quelli dei tifosi che seguono la propria squadra del cuore.

In accordo con l’assessorato alla pubblica istruzione e ai giovani del Comune di Forlì e con i Dirigenti scolastici di scuole elementari, medie e superiori il progetto prevede visite nelle classi con giocatori, tecnici e preparatori della Pallacanestro 2.015 per alcuni focus didattici sulle tematiche dette.

Il progetto prevede poi la visita delle classi coinvolte accompagnate dai docenti per assistere alle sedute di allenamento e infine alle partite di campionato.

Il progetto è partito a settembre 2021 con l’inizio dell’anno scolastico e terminerà a giugno 2022, il tutto rigorosamente in ottemperanza alle disposizioni anti-Covid sia durante gli stage in classe, sia durante le iniziative presso l’Unieuro Arena.

Ai ragazzi verrà donata la maglietta, ideata appositamente per il progetto, a ricordo della partecipazione all’iniziativa.



### Progetti per e con le scuole, con lo sguardo rivolto al domani

Mascherine e gel igienizzanti sono stati donati da Cia per la ripresa, in sicurezza e in presenza, di tante attività educative bloccate dal Covid. Grazie all’iniziativa **“Sicuri e presenti”**, a Forlì sono state oltre 50mila le mascherine e 5.000 i flaconi di igienizzante donati a realtà del terzo settore nei servizi extrascolastici. A Cesena 60mila mascherine e 120 dispenser a muro sono andati al personale dei nidi e delle scuole dell’infanzia comunali e dei centri educativi pomeridiani. A Ravenna 51mila mascherine e 5mila flaconi di gel sanificante sono stati destinati a doposcuola, centri ludico-ricreativi, centri giovanili, progetti estivi e una parte ai Servizi sociali comunali.

Mascherine e dispenser di gel igienizzante sono stati donati anche alla Rsa “I Girasoli” del Comune di Riccione e all’Onpi di Vecchiazano (Forlì), oltre che alla Protezione Civile di Rimini.

## Cultura e culture



### La cultura in tutte le sue forme, per superare anche la pandemia

A Milano, la riapertura a marzo del Conad di via della Ferrera ha coinciso con un importante intervento di riqualificazione del contesto urbano: su indicazione del Municipio 6 del Comune, Conad ha commissionato all'associazione culturale **We run the Streets** la realizzazione di un murales, collocato nelle immediate adiacenze del negozio e nei pressi del parco comunale.

L'opera, dipinta da sette artisti appartenenti all'associazione, raffigura simbolicamente il concetto di filiera, espressione artistica del percorso che il prodotto segue "dal campo alla tavola", attraverso uno stile giovane e innovativo. L'associazione culturale **We run the Streets** da anni si occupa di riqualificazione tramite graffiti e street art e ha coinvolto per questo progetto 7 artisti tra quelli di più consolidata esperienza in questo campo.

Sempre a Milano si è svolto a fine luglio l'evento di presentazione della ricerca IPSOS "**L'Italia tra tensioni sociali e metamorfosi**", condotta per Fondazione De Gasperi, Cia e Conad.

Dallo studio è emerso come l'Italia sia uno dei Paesi dove è più alta la percentuale di preoccupazione per l'impatto sociale ed economico della pandemia: disoccupazione e lavoro sono la prima preoccupazione per il 57% degli intervistati, mentre oltre il 60% dei giovani italiani sente i suoi progetti di vita a rischio.

Ne hanno parlato in una tavola rotonda Giuseppe Sala, Sindaco del Comune di Milano, Francesco Pugliese, AD Conad e Maurizio Lupi, Parlamentare e Presidente fondazione 'Costruiamo il futuro'.

Presentando i risultati, il Direttore Scientifico di IPSOS Enzo Rizzo ha messo in evidenza che in Italia la rilevanza delle preoccupazioni derivanti da tensioni socio-economiche è molto superiore a quella di altri Paesi dell'Unione Europea: il 59% degli italiani intervistati mostra molta preoccupazione per il rischio di aumento della disoccupazione e di perdita di posti di lavoro, posizionando l'Italia al 2° posto nel mondo; il 32% degli intervistati si è anche detta preoccupata per l'ineguaglianza sociale e la povertà (Italia al 9° posto nel mondo).





In questo contesto, sono particolarmente significative le difficoltà economiche dichiarate dagli italiani, con il 56% dei rispondenti che si colloca nella parte bassa della piramide sociale del Paese e il 57%, che esprime una probabilità di diminuzione del reddito familiare dal 20 al 50%.

In un clima dove regna uno stato emotivo di incertezza per il 58% degli intervistati, calano gli italiani che provano sentimenti positivi come fiducia (14%) e serenità (solo al 10%).

In questo scenario, sono 5 gli elementi che gli intervistati hanno messo in evidenza per alimentare un futuro migliore: una economia basata su una concezione maggiormente cooperativa (87%), un maggiore sostegno alle famiglie (84%), la garanzia di maggiore stabilità e certezze per i lavoratori (81%), un investimento sul civismo delle persone (76%) e una redistribuzione delle ricchezze per diminuire le disuguaglianze (75%).

Tra i valori che dovrebbero guidare le scelte al cambiamento del Paese, il tema della sostenibilità emerge preponderante, con gli Italiani che per il 70% sostengono la necessità di un maggiore ricorso a pratiche responsabili nel mondo delle imprese.

Cia ha supportato inoltre **Piano City Milano 2021**, uno tra gli eventi culturali in presenza più attesi dell'anno, in particolare in una situazione di progressiva uscita dalle restrizioni imposte dall'emergenza sanitaria. Giunto alla sua decima edizione, il Festival ha collezionato negli anni un grande successo mediatico e di pubblico con oltre 3.000 concerti che hanno coinvolto più di 3.500 pianisti italiani e internazionali.

La manifestazione, sotto la direzione artistica di Ricciarda Belgiojoso e Titti Santini, si è svolta dal vivo nei più importanti luoghi simbolo della città, con oltre 100 concerti organizzati nel rispetto delle norme di sicurezza per la salute pubblica, con l'esibizione di 150 pianisti di fama nazionale e internazionale.

Sul fronte delle altre iniziative culturali direttamente sostenute dalla Cooperativa segnaliamo in **ambito teatrale** la rinnovata sponsorizzazione alla stagione del teatro Diego Fabbri di Forlì, con il progressivo ritorno allo spettacolo dal vivo dopo i difficili mesi della pandemia, e la partecipazione dei soci del territorio di Forlì e Cesena al progetto "Teatro in classe", che promuove tra gli studenti delle scuole superiori l'amore per il teatro e la capacità di visione e recensione critica di alcuni degli spettacoli in cartellone nei due teatri cittadini.

**"E la chiamano Rimini"** è stata l'iniziativa estiva del Comune della Riviera, sponsorizzata da Cia; analogamente al passato, ha proposto un fitto cartellone di eventi culturali, tra musica, teatro, spettacoli e proiezioni di film nella arena all'aperto.

Rinnovate anche, per il tramite dei soci imprenditori, le collaborazioni con la Fondazione Alfred Lewin, che organizza da anni il 900fest - Festival di Storia del Novecento, incentrato nel 2021 su "DEMOCRAZIA! Centralismo o federalismo? Democrazia liberale o autoritaria?" e il sostegno al Cesenatico Noir, festival di letteratura che richiama ogni anno sul porto canale alcuni dei più importanti nomi del panorama letterario giallo e noir, italiani e non solo.

## Sport



### Lo sport come occasione di aggregazione e crescita

Nel 2021, attraverso la Cooperativa Cia, Conad ha sostenuto la **Walking Day Milano**, manifestazione podistica non competitiva in programma 16 e 17 ottobre. Walking Day Milano, evento patrocinato dalla Regione Lombardia e dal Comune di Milano, è il primo degli appuntamenti che fanno da cornice al progetto Corri Conad, organizzato dall'agenzia CSport Marketing.

L'iniziativa, insieme a tante altre azioni concrete messe in atto da Cooperative e Soci sul territorio a sostegno dello sport e della comunità, fa parte di Sosteniamo il Futuro, il progetto di sostenibilità ambientale, sociale ed economica di Conad.

Attraverso questo programma, la prima insegna della Grande Distribuzione si impegna ad alimentare la crescita e il benessere delle comunità in cui opera ogni giorno.

Walking Day Milano valorizza il ruolo fondamentale dello sport per Conad, una sana pratica sportiva incentrata sui valori dell'impegno, dell'umiltà, dello spirito di squadra e del piacere di stare insieme.



A Ravenna si è invece svolta la Hoka **Maratona di Ravenna Città d'Arte**, manifestazione podistica del 12-14 novembre, con corsa sui 42 chilometri e 195 metri della disciplina regina dell'atletica leggera, mezza maratona e una competizione su un percorso di 10,5 chilometri, oltre a un'iniziativa dedicata alle famiglie e alle scuole, la "Conad Family Run", all'ippodromo Candiano con il coinvolgimento di tutte le scuole elementari, medie e superiori di Ravenna.



**Ride Riccione Week** è l'evento internazionale di ciclismo, giunto alla seconda edizione, che anima la perla della Riviera Adriatica a inizio giugno, con una manifestazione che vuole offrire a un pubblico variegato di appassionati e famiglie l'occasione di muoversi in bicicletta e la possibilità di visitare e conoscere il territorio, tra valli, borghi e paesi ricchi di fascino, storia, cultura ed eccellenze enogastronomiche.

Un evento unico, ricco di appuntamenti sportivi, stand e spettacoli, interamente dedicato al mondo "cycling", con una gara (Ride Riccione) in bici da corsa che si snoda per 150 km su alcuni dei più bei paesaggi a cavallo tra la Romagna e l'antica Repubblica di San Marino, fino ad attraversare il Cippo Carpegna.

Cia, in maniera diretta o attraverso il coinvolgimento dei soci, ha rinnovato il sostegno allo **sport giovanile e ai vivai di avviamento sportivo** di molte realtà presenti nei vari territori, tra i quali **Tarvisium Rugby Treviso** e **Pesaro Rugby**; nel basket, le giovanili di **Reyer Venezia**, **Unieuro Forlì**, **Tigers Cesena**, oltre alla **scuola di pallavolo di Ravenna** e al **Centro Universitario Sportivo di Padova**, che promuove numerose discipline sportive, tra le più e meno note, tra gli studenti del territorio.

Da segnalare, inoltre, che nel quadro della sponsorizzazione della società sportiva Rugby Tarvisium, a ottobre è stata inaugurata la nuova palazzina dedicata agli spogliatoi/infermeria all'interno del Centro Sportivo di viale Olimpia a Treviso, alla presenza dei tanti ragazzi dei vivai giovanili e dei bambini della scuola di rugby con le famiglie, oltre ai soci Cia del territorio.

Tra i progetti sportivi sostenuti da anni dalla Cooperativa si segnalano anche **Muoviti che ti fa bene** e **Benessere giovane**, due attività consolidate e rivolte, in area cesenate, a chi pratica sport in maniera amatoriale e ai bambini delle scuole elementari.

Nel primo caso l'attività sportiva ha coinvolto 9 parchi cittadini cesenati, con un calendario ricco di diverse discipline, dal Tai Chi, alla ginnastica dolce, al pilates e allo stretching, fino alla attività rivolte a persone con deambulatore, tutte guidate da istruttori qualificati.

Benessere giovane ha invece coinvolto una trentina di classi elementari di Cesena in esercizi di avviamento alla pratica sportiva e di psicomotricità; per motivi di sicurezza le attività sono state svolte all'aperto, nel rispetto delle disposizioni anticovid, e con singoli eventi classe per classe di consegna degli attestati di partecipazione al posto della più tradizionale festa finale in plenaria allo stadio Manuzzi di Cesena, che potrà essere ripristinata quando le condizioni lo consentiranno.

# 05. RISULTATI ECONOMICI



## I numeri di Cia

### Bilancio lusinghiero per Cia anche in un anno ancora non facile: crescono le vendite e si consolida la posizione di mercato

Il 2021 si è caratterizzato a livello nazionale per un mercato in leggera decrescita e un andamento della Gdo positivo a rete corrente (quindi con lo sviluppo), ma negativo a parità di negozi rispetto all'anno precedente. In crescita il formato Ipermercato, che ha in parte recuperato la flessione del 2020 dovuta al Covid, e gli specialisti drug; il mondo del libero servizio, che aveva avuto una crescita importante durante la fase più acuta della pandemia, ha registrato invece una forte flessione, ma mantiene un trend positivo di lungo periodo. In generale, a livello Paese, il dato Conad è stato caratterizzato da **performance comunque migliori del mercato**, sia nel totale che nei singoli canali.

Nell'area di riferimento di Cia, ovvero quella del Nord Est, nel complesso l'andamento è stato del -0,30% sul 2020, mentre il dato medio a livello nazionale si è attestato a quota -0,58% (Fonte Nielsen - Osserva Italia, progr. 2 gennaio 2022 sett.52).

In questo contesto assume ancora più valore il risultato delle **vendite della rete** associata alla Cooperativa, a quota **+1,26%** per fatturato a rete omogenea e **+10,04%** a rete corrente.

L'anno si è contraddistinto per una crescita della frequenza di spesa e un calo del valore dello scontrino medio: allentate le restrizioni del lockdown e del primo periodo di emergenza sanitaria, si è tornati progressivamente a comportamenti più in linea con la fase pre-Covid anche se ancora l'economia nel suo complesso non è tornata ai livelli pre-Covid.

La pressione promozionale nel LCC si è rialzata, dopo la flessione del periodo pandemico: non così in Cia, dove invece cala progressivamente e si posiziona su valori significativamente inferiori al mercato.

La **quota di mercato** della Cooperativa, nel proprio territorio di riferimento, è del **9,64%**, dato sul quale incide la presenza molto differenziata tra i diversi territori (con alcune province condivise con altre socie del Consorzio).

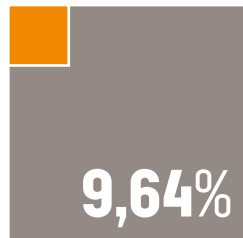
Si tratta comunque di un valore in crescita sulla rilevazione dell'anno precedente (+1,87%).

Si conferma il primato in area Romagna e Marche (oltre il 38%), con una crescita dell'1,8% che ne consolida la leadership; aumenta la quota anche in area FriulVeneto e in Lombardia, dove esistono ulteriori margini di sviluppo, ma dove comunque grazie alle acquisizioni è stato possibile triplicare in breve tempo la percentuale di mercato.

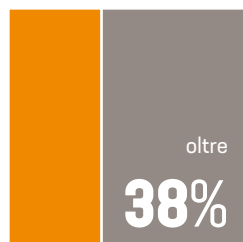
Nel canale Super, Cia detiene una quota significativa, pari al 19,01%, ed è la seconda insegna del proprio territorio; anche in questo caso il dato è una media tra l'area di Romagna e Marche (dove resta in prima posizione di mercato con largo distacco sui concorrenti) e le altre zone.

Venendo al dato delle **vendite da Cia ai propri soci**, queste si sono attestate a **1.634 milioni** di euro; dal 2015 al 2021 la crescita è stata di oltre il 61% e del 9,7% sul 2020, ovvero in linea con l'incremento percentuale che si è registrato nelle vendite alle casse (in assoluto).

#### Quote mercato territorio Cia



#### Romagna e Marche



#### Vendite della Cooperativa ai soci

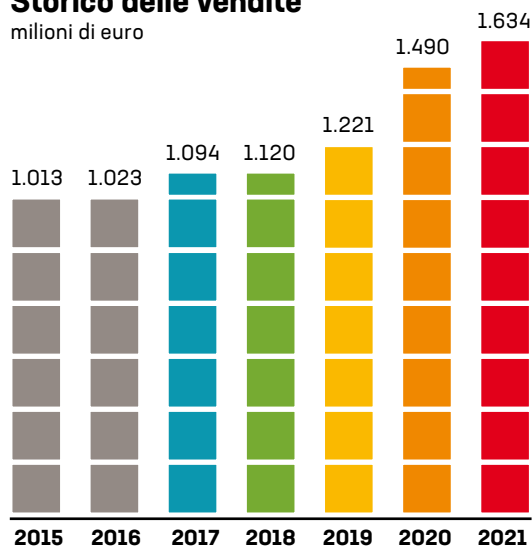
**1.634mln**  
totale 2021

**+9,7%**  
2020-2021



#### Storico delle vendite

milioni di euro



## Investimenti, **patrimonio** e valore aggiunto

Sul versante degli **investimenti** dell'anno, questi hanno superato i 201 milioni di euro, tra investimenti sulla rete (circa 188 milioni) e investimenti sulla struttura, con circa 6 milioni ulteriori di investimento a carico diretto dei soci.

Il **patrimonio netto** ha superato gli 811 milioni di euro, di cui 110,2 milioni come capitale sociale e gli altri 651 milioni di riserve e oltre 49 milioni di utile.

Cia conferma così la sua solidità economica, rafforzatasi anche tra 2020 e 2021, caratteristica distintiva di un'impresa che reinveste i risultati della sua attività per rendersi più patrimonializzata e per trarre gli obiettivi di sviluppo e consolidamento futuri, come è tipico della forma cooperativa.

### Investimenti su rete e struttura

# 207,5mln

Cia + soci



### Il patrimonio in euro

	CAPITALE SOCIALE	RISERVE	UTILE	PATRIMONIO NETTO
<b>2021</b>	<b>110.225.828</b>	<b>651.619.810</b>	<b>49.223.386</b>	<b>811.069.023</b>
<b>2020</b>	105.396.227	617.001.246	47.686.374	770.083.847
<b>2019</b>	98.141.386	587.292.997	40.481.330	725.915.713
<b>2018</b>	96.622.837	563.701.190	34.035.320	694.359.347
<b>2017</b>	98.551.499	542.407.911	30.421.988	671.381.398
<b>2016</b>	97.485.127	514.539.585	37.579.826	649.604.538
<b>2015</b>	89.766.257	487.284.370	37.205.423	614.256.050
<b>2014</b>	87.771.064	466.608.176	29.195.140	583.574.380
<b>2013</b>	81.495.702	446.025.683	31.979.141	559.500.526
<b>2012</b>	72.413.075	421.366.016	36.180.553	529.959.644

### Il valore aggiunto in euro

Valore della produzione	1.805.359.795
Costi intermedi della produzione	- 1.681.628.337
Valore aggiunto caratteristico lordo	123.731.458
Componenti accessori e straordinari:	
Saldo gestione accessoria	32.005.089
Saldo componenti straordinari	12.427.255
Valore aggiunto globale lordo	168.163.802
Ammortamenti della gestione	- 36.663.688
<b>Valore aggiunto globale netto</b>	<b>131.500.114</b>

### LA COMPOSIZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

Il valore aggiunto può essere considerato come valore condiviso, ovvero quella parte di ricchezza che la Cooperativa ha contribuito a produrre e che viene riversata sia sul territorio di riferimento, sia sugli attori che hanno concorso alla realizzazione di questo valore.

Nel 2021 il **valore aggiunto** ha raggiunto quota **131.500.114 euro** e la sua distribuzione va in qualche modo a "ricompensare" soci, dipendenti, personale di Cia, oltre che la pubblica amministrazione, la comunità e il movimento cooperativo.

La creazione di valore condiviso è uno degli ambiti della sostenibilità e ha a che fare, in particolare, anche con tutte le attività di mutualità esterna tipiche di una cooperativa, oltre che con le attività "strutturali" e sociali di Cia.

## Distribuzione del valore aggiunto



# 41,3%

54.308.384 euro

### REMUNERAZIONE DEI SOCI

è una voce che esprime la mutualità tra socio e cooperativa e in termini economici consiste nei dividendi ai soci, nella rivalutazione del capitale sociale, nelle attività sociali, nei ristorni e nei premi (che la Cooperativa ha codificato in fedeltà, sconto sull'acquistato, sviluppo marchio e gestione pdv).

# 26,3%

34.586.860 euro

### REMUNERAZIONE DELL'AZIENDA

è uno degli indicatori dello stato di salute patrimoniale della Cooperativa: fa riferimento alla capacità di non intaccare il patrimonio con la gestione, ma di incrementarlo con le riserve indivisibili, a garanzia della continuità aziendale.

# 20,6%

27.041.781 euro

### REMUNERAZIONE DEL PERSONALE

rientrano in questa voce le retribuzioni (dirette e indirette) dei lavoratori della Cooperativa.

# 10,1%

13.256.537 euro

### REMUNERAZIONE DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

al pari delle altre imprese, le cooperative pagano le tasse: questa voce fa riferimento alle risorse versate sotto forma di imposte, dirette e indirette, e tasse.

# 0,8%

1.101.270 euro

### FONDO MUTUALISTICO SVILUPPO COOPERAZIONE

in base alla L.59/1992, il 3% degli utili aziendali va al Fondo di solidarietà intercooperativo e di promozione e sviluppo di nuova cooperazione.

# 0,8%

1.054.363 euro

### LIBERALITÀ ESTERNE

le risorse impiegate nelle iniziative di mutualità esterna (sport, cultura, solidarietà, salute), distribuite come sponsorizzazioni ed erogazioni.

# 0,1%

150.919 euro

### REMUNERAZIONE CAPITALE DI CREDITO

oneri per capitale a breve e lungo termine.

## Le vendite della rete

Nel 2021 le vendite sviluppate complessivamente, tra i 277 punti vendita e tutti i concept, hanno superato quota **2,541 miliardi** di euro per **98.800.000 scontrini** emessi.

Limitandosi ai soli negozi e ai concept a questi "interni", il valore è stato di **2,450 miliardi** di euro, con un trend di crescita continua che tra il 2017 e il 2021 è stato dell'ordine del 60% e dal 2010 al 2021 ha fatto registrare un incremento superiore al 124%. La crescita tra il 2020 e il 2021 è stata invece del +1,26% a rete omogenea e del +10,04% a rete corrente.

I canali hanno concorso in modo piuttosto equilibrato allo sviluppo del fatturato alle casse dell'anno: i City hanno sviluppato un 23% delle vendite, tuttavia con un minore incremento di questa insegna rispetto alle altre nel passaggio dal 2020, anno di grande crescita, al 2021; i Conad hanno prodotto il 24% del fatturato, il canale Superstore si è attestato sul 22%, mentre lo Spazio Conad ha rappresentato il 25%, registrando l'incremento di vendite più rilevante, in doppia cifra al +38%. A quota 6% il peso delle vendite sviluppate dagli Spesa Facile.

Quanto al valore dello scontrino medio, come detto, il 2021 ha visto un calo generalizzato in tutti i canali.



### Vendite rete Cia

(pdv+tutti i concept)



**2,541mld**  
vendite alle casse

**98,8mln**  
scontrini emessi

### Andamento vendite rete Cia

2020-2021



**+1,26%**  
rete omogenea

**+10,04%**  
rete corrente



## **Appendice Compliance**

## Qualità

Il Progetto Qualità è un'iniziativa nazionale di Conad, adottata da tutte le cooperative e in vigore da un paio di anni. L'obiettivo è di garantire nei punti vendita standard minimi di qualità a livello igienico-sanitario e di autocontrollo HACCP, evitando disomogeneità nella rete.

### RATING PDV

Nel corso del 2021, nell'ambito di questa iniziativa, è stato svolto un audit per ognuno dei 277 punti vendita della rete associata; il rating medio è stato di 1,55 (dove 1= punteggio migliore e 5= punteggio peggiore), con miglioramento rispetto al valore dell'anno precedente. Il 95% dei negozi visitati ha avuto punteggio tra 1 e 2, mentre i 3 punti vendita con punteggio più basso (4) sono stati verificati una seconda volta, contribuendo a un ulteriore miglioramento del punteggio complessivo (arrivato a 1,54).

### RATING FORNITORI E CE.DI.

Audit sono stati svolti anche presso i **fornitori locali** con analisi e verifiche su prodotti potenzialmente a più elevato rischio (carni, ortofrutta, ittico, deperibili): sono stati verificati 41 fornitori, con rating medio 2,20; i campioni di prodotto sottoposti a controllo sono stati 118 (116 conformi).

Conad nazionale verifica annualmente i **centri distributivi della Cooperativa**, nell'ambito del controllo della filiera CPQ, per verificare il rispetto delle indicazioni contenute nelle Linee Guida Qualità per i Ce.Di..

Dai controlli nei **16 Ce.Di.** di Cia svolti da auditor di Conad nazionale è **emerso il rating più alto**, ovvero 1, con miglioramento sul 2020 (quando era 1,4). Questo dato è in linea anche con le verifiche preventive che ogni cooperativa (anche Cia quindi) fa svolgere ad auditor esterni, prima del controllo di Conad nazionale.

### Rating medio 2021

1 = migliore 5 = peggiore



**1,54**  
Pdv rete Cia  
1,94 nel 2020

**1,00**  
Ce.Di. di Cia  
1,4 nel 2020

**PRATICHE GESTITE UFFICIO QUALITÀ**

Complessivamente nel 2021 le **pratiche** gestite dall'ufficio Qualità e HACCP di Cooperativa sono state **183**, in crescita significativa sull'anno precedente.

Comprendono gestione verifiche ispettive e campionamenti di prodotti presso i Ce.Di., gestione di richieste documentazione relativa alla merce distribuita dai Ce.Di. oltre al supporto ai soci per verifiche, campionamenti, sanzioni e sequestri presso i punti vendita associati nonché gestione dei relativi verbali.

**PRATICHE LEGALI E RECLAMI**

Anche sul fronte delle **pratiche legali** e dei **reclami**, l'attività ha avuto una crescita: mentre nel 2020 il totale delle attività di questo genere trattate dall'Ufficio Qualità era stato di 1.562 casi, nel 2021 il numero è salito a **1.834** (+17.5%).

Tra le pratiche legali rientrano le iniziative di supporto ai soci per valutazione delle casistiche con il legale di Cia e l'eventuale predisposizione di scritti difensivi da fornire ai soci, mentre le principali tipologie di reclami gestite hanno avuto a che fare con reclami dai negozi della rete, da parte dei consumatori, dai Ce.Di. e dalla sezione "Contattaci" del sito di Conad nazionale.

**RITIRI E RICHIAMI**

Nel corso del 2021 sono inoltre stati gestiti **180 casi** tra **ritiri** e **richiami** (151 del primo tipo, meno grave e 29 del secondo, talvolta legati anche ad allerte sanitarie nazionali); nel 2020 erano stati in tutto 117 (+54.5%).

Sui 180 casi del 2021, un terzo ha coinvolto prodotti a marchio Conad, mentre nel 70% dei casi i prodotti coinvolti erano di altri marchi.

**FORMAZIONE**

Sul versante della formazione specifica, è stata svolta attività specifica sulle buone pratiche igienico sanitarie da seguire in magazzino per 114 magazzinieri neoassunti nel 2021 (un'ora di corso frontale e test di apprendimento), mentre per capi magazzino e capi turno è stata svolta una formazione specifica sul manuale di autocontrollo HACCP del loro Ce.Di. e relativi monitoraggi che devono effettuare (15 ore di formazione).

**Ufficio Qualità e HACCP**

**183**  
pratiche gestite  
+47,5% vs 2020

**1.834**  
pratiche legali e reclami  
+17,5% vs 2020

**180**  
ritiri e richiami  
+54,5% vs 2020

## Sicurezza sul lavoro

Dal mese di settembre 2020 la Cooperativa ha ottenuto la **Certificazione sullo Standard ISO 45001** relativa alla sicurezza sul lavoro, che ha integralmente sostituito il precedente standard certificativo OHSAS 18001, già ottenuto da Cia nel 2018.

Lo standard UNI EN ISO 45001 specifica i requisiti per un **Sistema di Gestione della Salute e della Sicurezza del Lavoro (SGSSL)**, per consentire a una organizzazione di controllare i suoi rischi di SSL e migliorare le sue performance.

Grazie a questo standard l'azienda ha adottato e formalizzato un sistema di procedure e documentazioni atte a sostenere i requisiti la norma e a rendere efficace la gestione della sicurezza in azienda a tutti i livelli.

La politica per la salute e sicurezza sul lavoro di Cia deriva direttamente dagli impegni assunti dal Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex Dlsg 231/2001: "tutela della salute: la Cooperativa adotta tutte le misure necessarie per garantire la sicurezza dei luoghi di lavoro e si adopera affinché venga garantita l'integrità fisica di tutti i prestatori di lavoro, nel rispetto integrale della normativa in materia".

A tale scopo Cia ha sviluppato il sistema di gestione basato sulla UNI ISO 45001 con la cui applicazione si propone di porre particolare attenzione alla sicurezza e salute dei lavoratori, in ogni luogo di lavoro delle sedi di competenza aziendale; prevenire infortuni e malattie professionali; essere conforme alle prescrizioni normative applicabili in materia di salute e sicurezza sul lavoro; promuovere un processo di consultazione e partecipazione dei lavoratori a tutti i livelli; valutare e monitorare tutti i rischi generati dallo svolgimento delle proprie attività e individuare azioni di miglioramento per prevenire i rischi per la salute e la sicurezza dei lavoratori, adottando un approccio proattivo, compatibili con gli indirizzi strategici dell'azienda e appropriato alle finalità e al contesto dell'organizzazione.

Per raggiungere questi obiettivi, la Cooperativa si è impegnata a soddisfare i requisiti previsti dalla Norma UNI ISO 45001, assicurando l'informazione e la consapevolezza di tutte le parti interessate; fornire le risorse adeguate per l'attuazione della politica e per l'efficace funzionamento del sistema di gestione; proteggere i lavoratori da eventuali ritorsioni a seguito della segnalazione di incidenti, pericoli, rischi e opportunità; addestrare e formare il personale a tutti i livelli per eseguire le attività, svolgere i propri compiti in sicurezza e apportare un contributo concreto e continuo per il funzionamento e il miglioramento del sistema di gestione; migliorare con continuità l'efficacia del sistema di gestione per la salute e sicurezza sul lavoro, assicurando che la politica sia appropriata alle finalità e al contesto aziendale.



certificazione  
**ISO 45001**  
Tutela della salute  
e sicurezza sul lavoro

# Responsabilità amministrativa

Il Decreto legislativo 8/06/2001 n. 231 ha introdotto nel nostro ordinamento la *responsabilità amministrativa* dell'ente di "appartenenza" che abbia tratto vantaggio da reati commessi da persone che rivestono funzioni di rappresentanza, di amministrazione o di direzione dell'ente stesso (...) o di gestione e controllo dello stesso.

Sono previste nel D.Lgs. 231 sanzioni pecuniarie in misura variabile a seconda della gravità del reato e della capacità patrimoniale dell'ente; sanzioni interdittive anche in via cautelare (sospensione o revoca di autorizzazioni, licenze o concessioni, il divieto di contrattare con la Pubblica Amministrazione, l'interdizione dall'esercizio dell'attività, l'esclusione da agevolazioni o finanziamenti pubblici ed il divieto di pubblicità).

Gli articoli 6 e 7 del D.Lgs. 231 prevedono una forma di "esonero dalla responsabilità" qualora l'ente dimostri di aver adottato ed efficacemente attuato **modelli di organizzazione, gestione e controllo** idonei a prevenire la realizzazione dei reati indicati; il sistema prevede inoltre l'istituzione di un organismo di controllo interno all'ente con il compito di vigilare sul funzionamento e sull'osservanza dei modelli nonché di curarne l'aggiornamento.

Alla luce di quanto sopra, la Cooperativa ha scelto di adottare un suo Modello di Organizzazione e Gestione (**MOG**) ai sensi del D.Lgs. 231, affinché coloro che operano in e con Cia osservino, nello svolgimento delle proprie attività e prestazioni, un comportamento tale da prevenire il rischio di commissione dei reati previsti dal Decreto. Successivamente alla prima adozione del Modello, lo stesso viene aggiornato per effetto dell'inserimento di nuovi reati tra quelli presupposti, previsti dal Decreto.

È uno strumento che, oltre a rendere la Cooperativa ottemperante nei termini di legge, può migliorare la sensibilità di coloro che operano per conto di Cia sull'importanza di conformarsi a quanto imposto dalla vigente normativa, ma anche ai principi deontologici a cui si ispira Cia al fine di svolgere la propria attività ai massimi livelli di legittimità, correttezza e trasparenza.

Come previsto dal MOG è importante lo svolgimento di **attività di formazione periodica** per garantire che tutti i soggetti destinatari del Modello siano istruiti in merito ai comportamenti da tenere al fine di prevenire situazioni a rischio di reato.

A tal proposito la Cooperativa promuove iniziative mirate per il proprio personale, come avvenuto anche nel 2021 con un corso ad hoc che ha coinvolto una ottantina di dipendenti (quadri e impiegati) in un percorso incentrato sulla conoscenza del dettato normativo e delle novità intervenute negli ultimi anni e con un quiz finale volto ad attestare l'apprendimento dei partecipanti. Nell'ambito delle previsioni del D.Lgs. 231, Cia ha nominato un Organismo di Vigilanza (ODV), organo collegiale composto da tre membri, che rimane in carica 3 anni di concerto con la nomina del Consiglio di Amministrazione.

Nel maggio del 2021, con la nomina del nuovo Cda, si è proceduto a rinnovare anche l'OdV, confermandone la composizione: Presidente è l'Avv. Patrizio La Rocca, mentre gli altri due membri sono Rag. Laura Campri e Avv. Jacopo Zanotti. Nel corso dell'ultimo anno di mandato (maggio 2020-maggio 2021), l'ODV ha svolto periodicamente i propri incontri, concentrandosi in particolare sulla verifica delle misure per far fronte all'emergenza Covid, sulla gestione della posta sensibile, in entrata e uscita e su aspetti in materia ambientale e di sicurezza sul lavoro, in particolare ha analizzato gli infortuni svoltisi, oltre a verificare le pratiche dell'Ufficio Sicurezza e HACCP relative ad alcuni provvedimenti di sospensione per alcuni fornitori e a verificare il rispetto della procedura di redazione del bilancio annuale secondo quanto previsto dalle procedure aziendali richiamate nel MOG.

Ha inoltre preso visione delle schede di flussi informativi trasmesse dalle Direzione Aziendali. Ha preso atto dell'attività di risk assessment relativa ai reati informatici predisposta dalla Cooperativa con il contributo di un consulente esterno, rilevando che il rischio è considerabile come gestito dalla procedura seguita dalla Cooperativa.

Per il 2021-2022 Cia procederà all'aggiornamento del MOG previa valutazione della rilevanza dei nuovi reati per l'attività svolta dalla Cooperativa.

**Commercianti Indipendenti Associati - Società Cooperativa**

Associata Conad

Via dei Mercanti 3, 47122 Forlì (FC)

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

Grafica e impaginazione: PromotionArti per Tribucoop  
Immagini: archivio Commercianti Indipendenti Associati,  
punti vendita Conad, Conad, Archivi società partner,  
Foto Fabio Blaco, Tissellistudioarchitetti.

Stampa:

 TIPOGRAFICO .it



maggio 2022

Le immagini che compaiono in questo bilancio sociale sono riferite principalmente all'anno rendicontato. Ci sono anche, tuttavia, foto di archivio di altri periodi. Laddove le persone compaiono senza mascherina è perché gli scatti sono stati realizzati quando, o in condizioni nelle quali, non vi era obbligo in tal senso.



