

LA COMUNITÀ **AL CENTRO.**

BILANCIO SOCIALE 2020



Indice



Lettera agli stakeholder	5
Introduzione e indicazioni per la lettura	6
La mappa degli stakeholder	7
Identità	8
Soci	28
Dipendenti	32
Clienti e Consumatori	38
Fornitori	48
Ambiente	52
Territorio e Comunità	62

Lettera agli stakeholder

Lavorare nel segno della continuità per guardare al futuro: la nostra risposta all'anno del cambiamento

Il 2020 per la Grande Distribuzione è stato un anno di risultati straordinari in termini di fatturato di vendita.

Tali risultati sono stati ovviamente condizionati dall'esplosione della pandemia e dalle conseguenti limitazioni agli spostamenti. In questo periodo così particolare abbiamo toccato con mano il fatto che i nostri supermercati sono aziende che offrono anche servizi di pubblica utilità; mai come nel 2020 abbiamo sentito di essere un punto di riferimento per le comunità locali. Mai come in quest'ultimo periodo ci siamo sentiti vicini ai nostri Soci, ai dipendenti e ai collaboratori che, nonostante la paura e la tensione, hanno tenuto aperti i supermercati garantendo continuità di servizi e forniture di prodotti di prima necessità. Abbiamo dimostrato nei fatti qual è l'essenza della nostra Cooperativa e quali sono le fondamenta su cui Conad Centro Nord promuove la creazione di valore condiviso nelle comunità locali (nell'anno sono stati quasi 2 milioni di euro gli investimenti a favore del territorio), sostenendole concretamente come abbiamo sempre fatto nelle situazioni di emergenza quali, ad esempio, il terremoto del 2012 in Emilia.

Per Conad Centro Nord l'ultimo anno ha significato anche portare a termine l'acquisizione della rete Auchan, rispettando i tempi e pur in condizioni davvero difficili. Anche in questo caso vogliamo esprimere la più sincera riconoscenza verso tutte le squadre di lavoro nei punti vendita e il personale della tecnostruttura.

Questa acquisizione ha imposto un cambio di passo allo sviluppo della rete della nostra Cooperativa: abbiamo considerevolmente aumentato la nostra quota di mercato, integrato più di 20 punti vendita nella prima parte dell'anno, adottato l'insegna Spazio per le grandi superfici, riformulate come negozi d'attrazione di grande metratura; oltre a ciò, ed è un aspetto che ci rende estremamente orgogliosi, abbiamo garantito migliaia di posti di lavoro e registrato le prime Società costituite da ex dipendenti Auchan diventati Soci imprenditori. Il nostro modello imprenditoriale riceve nuova linfa ed evolve costantemente.

Nell'ultimo quinquennio l'espansione della rete è avvenuta soprattutto nell'area lombarda, fino ad arrivare alla situazione attuale che vede quasi il 59% del fatturato realizzato dai punti vendita della Lombardia.

Se negli ultimi due anni lo sviluppo ha subito un'accelerazione, non dimentichiamo che è stata costante l'evoluzione della nostra Cooperativa: l'incremento del fatturato dal 2010 al 2020 registra infatti un dato significativo: +102%.

Oggi ci attendono nuove sfide, in primis quelle legate ai temi ambientali, a partire dal settore logistico, la digitalizzazione e l'implementazione di strumenti e tecnologie che possano rendere più efficienti i processi di lavoro e la realizzazione di format attrattivi per i consumatori di domani.

Ivano Ferrarini
Amministratore Delegato



Marzio Ferrari
Presidente




Introduzione e indicazioni per la lettura

Quella che proponiamo è un'overview sulle attività del 2020 di Conad Centro Nord nell'ambito della Responsabilità Sociale.

Il documento è diviso in due parti: nella prima ripercorreremo in breve l'identità della Cooperativa: la mission, gli organi societari, gli strumenti di governo, la storia che ha portato all'attuale assetto del Gruppo e i caratteri dell'impresa, con una panoramica sull'evoluzione della rete di vendita e sui risultati economici del Gruppo. Nella seconda scopriremo le attività e i progetti di Conad Centro Nord nell'ambito della Responsabilità Sociale per l'anno 2020.

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

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

Per orientarsi all'interno del documento, e per una lettura a macchia di leopardo in base alle esigenze specifiche del fruitore, abbiamo inserito, per ogni capitolo e per ogni stakeholder, un codice cromatico che differenzia gli argomenti e permette di reperire a colpo d'occhio le informazioni giudicate di maggior interesse.

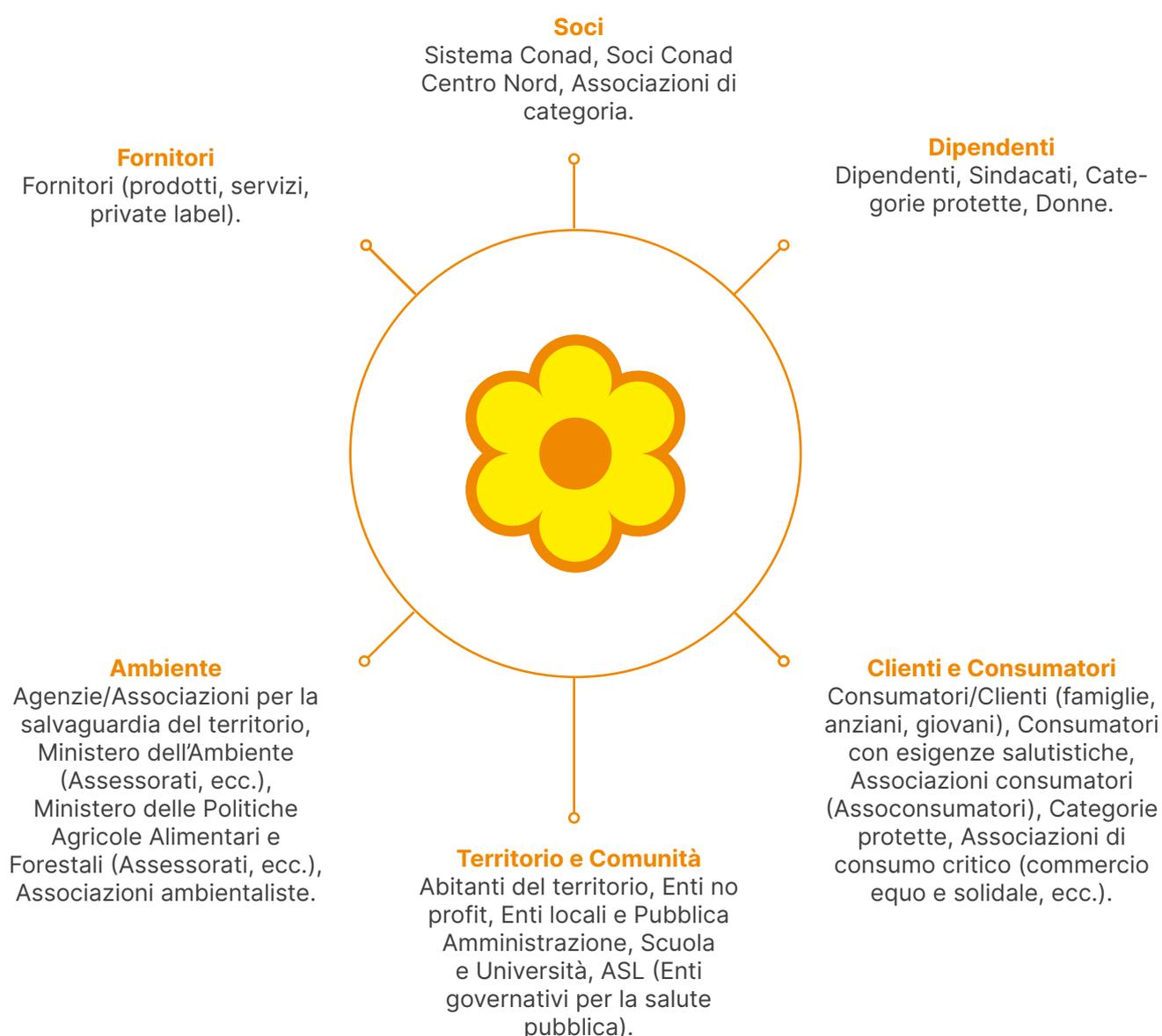
Questo Bilancio è stato redatto da un gruppo di lavoro coordinato dalla Direzione risorse umane, comunicazione interna e relazioni sociali (Marcello Tedeschi, Giulia Poli), con il contributo di:

- Franca Bruschi, Giancarlo Tedeschi – Direzione marketing e commerciale;
- Francesco La Rocca – Direzione sviluppo e patrimonio immobiliare;
- Luca Burani, Lisa Solari – Direzione risorse umane, comunicazione interna e relazioni sociali;
- Veronica Corchia, Serena Vettori – Direzione generale;
- Rita Costa – Direzione amministrazione, finanza e società intermedie;
- Marco Portioli – Pianificazione e controllo;
- Mario Tagliati, Vincenzo Vecchi – Logistica.

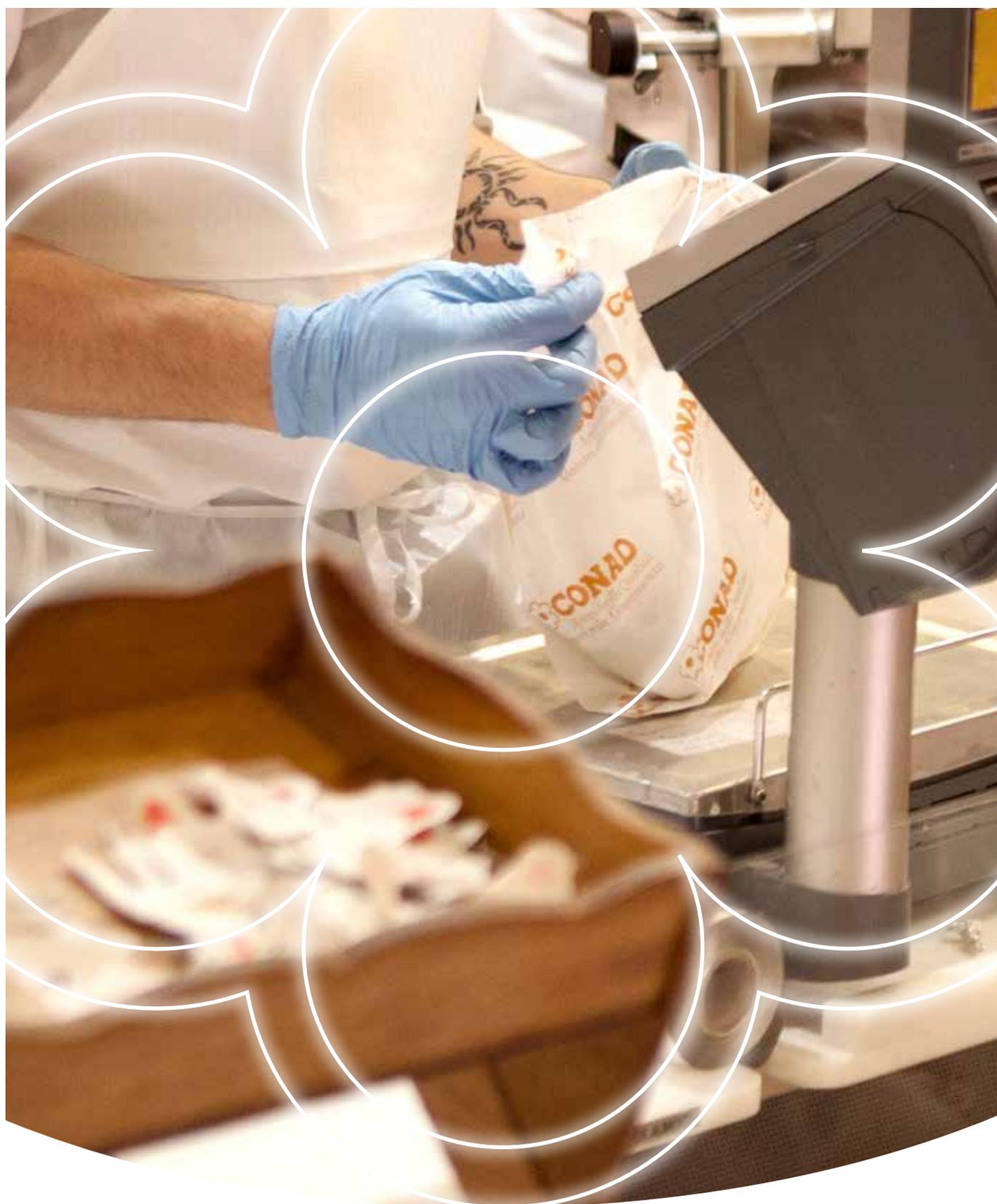
La mappa degli stakeholder

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

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



01. Identità



Aspetti istituzionali e organizzativi

La Mission e il sistema di CSR

Fin dai suoi primi passi in fatto di Responsabilità Sociale, Conad Centro Nord ha dato ampio spazio al concetto di mutualità come impegno prioritario dell'organizzazione. Nel corso degli anni si è arrivati a formulare una sintesi degli obiettivi dell'organizzazione: essere un punto di riferimento stabile e affidabile per le comunità dei territori in cui operiamo, costruendo e sviluppando nel tempo un "sistema di mutualità" in grado di valorizzare il contributo di tutti gli attori economici e sociali coinvolti. Questo è l'impegno di lungo termine, quello che definisce "stabilmente" ciò che Conad Centro Nord intende essere e fare. Se l'orizzonte temporale si accorcia, ecco che l'obiettivo assume un carattere ancora più pratico:

raggiungere e mantenere nel tempo una posizione di leadership nei territori in cui operiamo ed essere riconosciuti come punto di eccellenza del Sistema Conad, sviluppando un "modello d'impresa" caratterizzato da imprenditorialità diffusa, capacità di innovazione e progettualità.

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

Codice Etico e sistema dei controlli

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

L'adozione del Modello è stata assunta nella convinzione che tale strumento, oltre a realizzare la condizione esimente dalla responsabilità stabilita dal Decreto, possa migliorare la sensibilità dei dipendenti – e di tutti coloro che operano per conto della Società – sull'importanza di conformarsi, non solo a quanto imposto dalla vigente normativa, ma anche ai principi deontologici a cui si ispira Conad Centro Nord in tema di legalità, correttezza e trasparenza.

Contestualmente all'adozione del Modello, il Consiglio di Amministrazione ha nominato l'Organismo di Vigilanza, con il compito di vigilare sull'efficacia e sul funzionamento

del Modello e dei protocolli di prevenzione dei reati in esso contenuti, secondo quanto prescritto nel Decreto.

Gli organi di controllo sul funzionamento della Cooperativa, oltre a quelli previsti dalle leggi e dallo Statuto, sono in Conad Centro Nord integrati dal Codice Etico: uno strumento di governo che ha lo scopo di rendere meno "tecnica" e più "mutualistica" l'attività di controllo. Si tratta di una particolarità che deve sviluppare, assieme ad altre istanze, la partecipazione e la responsabilità dei Soci.

In sostanza, Conad Centro Nord ha adottato sia un Codice ai sensi della CSR (con un contenuto essenzialmente etico e strettamente connesso al perseguimento della strategia), sia un Codice ai sensi del D.Lgs. 231, per il quale sono state assegnate le deleghe con uno scopo più di tipo normativo, di garanzia per gli Amministratori e i terzi, e definiti i corretti ambiti di responsabilità fra tecnostruttura e Consiglio di Amministrazione. Tra i due documenti, come è necessario, vi è stretto collegamento e sostanziale coincidenza.

IL CODICE ETICO NELLA GOVERNANCE DI CONAD CENTRO NORD

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

1. "Principi e generalità";
2. "Le responsabilità del Socio";

3. "Le responsabilità della Cooperativa";
4. "L'attuazione del Codice".

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

DOVERI DEL SOCIO

- Nel rispetto dei consumatori, produrre valore per sé e sviluppo per la propria impresa.
- Garantire ai consumatori la massima qualità e sicurezza dei prodotti e dell'ambiente di vendita.
- Partecipare al governo della Cooperativa, consapevoli che essa è fattore di sviluppo e crescita per la singola impresa Conad e complessivamente per il Sistema.
- Assieme agli altri Soci, investire nella nascita di

- nuove imprese associate a Conad, dimostrando il valore imprenditoriale della proprietà condivisa.
- Accrescere le componenti etiche e professionali del lavoro per trasmettere la cultura di Conad alle risorse umane della propria impresa e sostenere la nascita di nuovi imprenditori associati.
- Partecipare e sostenere lo sviluppo civile e sociale delle comunità in cui si lavora.

DOVERI DELLA COOPERATIVA

- Migliorare reddito e sviluppo dei Soci e la loro capacità di soddisfare i consumatori.
- Produrre in Cooperativa la ricchezza sufficiente per sostenere l'avvio di nuove imprese al dettaglio tra persone.
- Garantire ai consumatori – con l'impegno dei singoli Soci – la massima qualità e sicurezza di prodotti.
- Partecipare allo sviluppo civile e sociale delle comunità dove si lavora, legando la crescita delle imprese associate a quella del loro territorio.

- Valorizzare tra tutti – Soci e dipendenti – le manifestazioni di responsabilità individuale e la capacità di collaborare. Accrescere le componenti professionali e imprenditoriali del lavoro.
- Promuovere la proprietà diffusa dei punti vendita e la loro appartenenza all'insegna Conad, dimostrando il valore imprenditoriale della proprietà condivisa.

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

Governance**LA GOVERNANCE DEL SISTEMA**

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

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

LA GOVERNANCE DELLA COOPERATIVA

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

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

Nazionale, Conad Centro Nord ha ritenuto corretto modificare parzialmente la propria governance, individuando un proprio Amministratore Delegato, identificato nel Direttore Generale, che per questo è stato nominato Amministratore componente del Consiglio di Amministrazione, conservando comunque il ruolo di Direttore Generale.

Il Consiglio di Amministrazione ha inoltre approvato l'attribuzione di deleghe ad un Comitato Esecutivo, per rendere più snello ed efficace il processo decisionale, scelta resa opportuna in considerazione del-

le dimensioni raggiunte dalla Cooperativa. Le deleghe di poteri conferite riguardano i principali aspetti

gestionali che non siano di competenza del Direttore Generale e della Tecnostruttura.

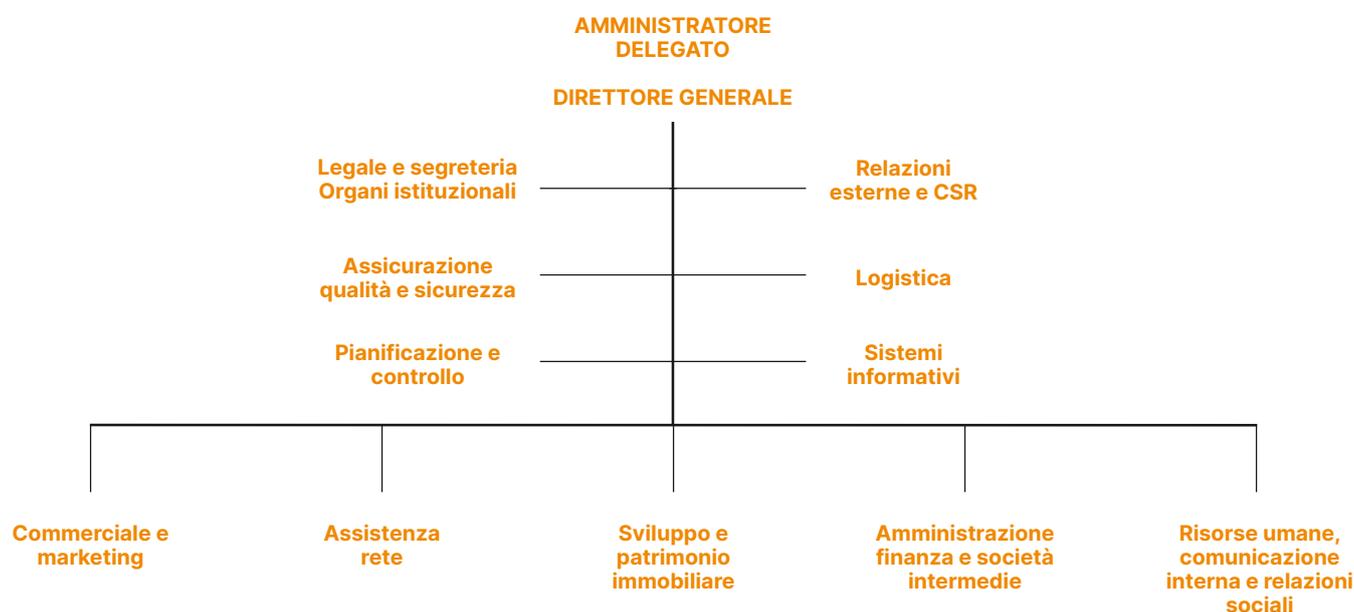
COMMISSIONI

Le Commissioni svolgono un ruolo cruciale nel quadro del sistema di governance. Tutte le Commissioni hanno un ruolo consultivo. Le Commissioni sono istituite dal Consiglio di Amministrazione per favorire il costante dialogo tra Consiglio di Amministrazione, Soci e tecnostruttura, mediante un utile scambio di informazioni e competenze. I componenti delle Commissioni sono: Consiglieri, Soci, manager della tecnostruttura, personale di punto vendita (esperti del me-

stiere, coinvolti in virtù del contributo che possono dare nelle commissioni commerciali di settore). Per tutte le Commissioni è prevista la turnazione di almeno il 25% dei membri a ogni rinnovo delle cariche. Le 10 Commissioni di Conad Centro Nord sono: Marketing, Rete, Finanza, Risorse Umane, Logistica e Sistemi Informativi, Commerciali di Settore (Grocery 1, Grocery 2, Carne, Pesce e Ortofrutta).

ORGANIZZAZIONE

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



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

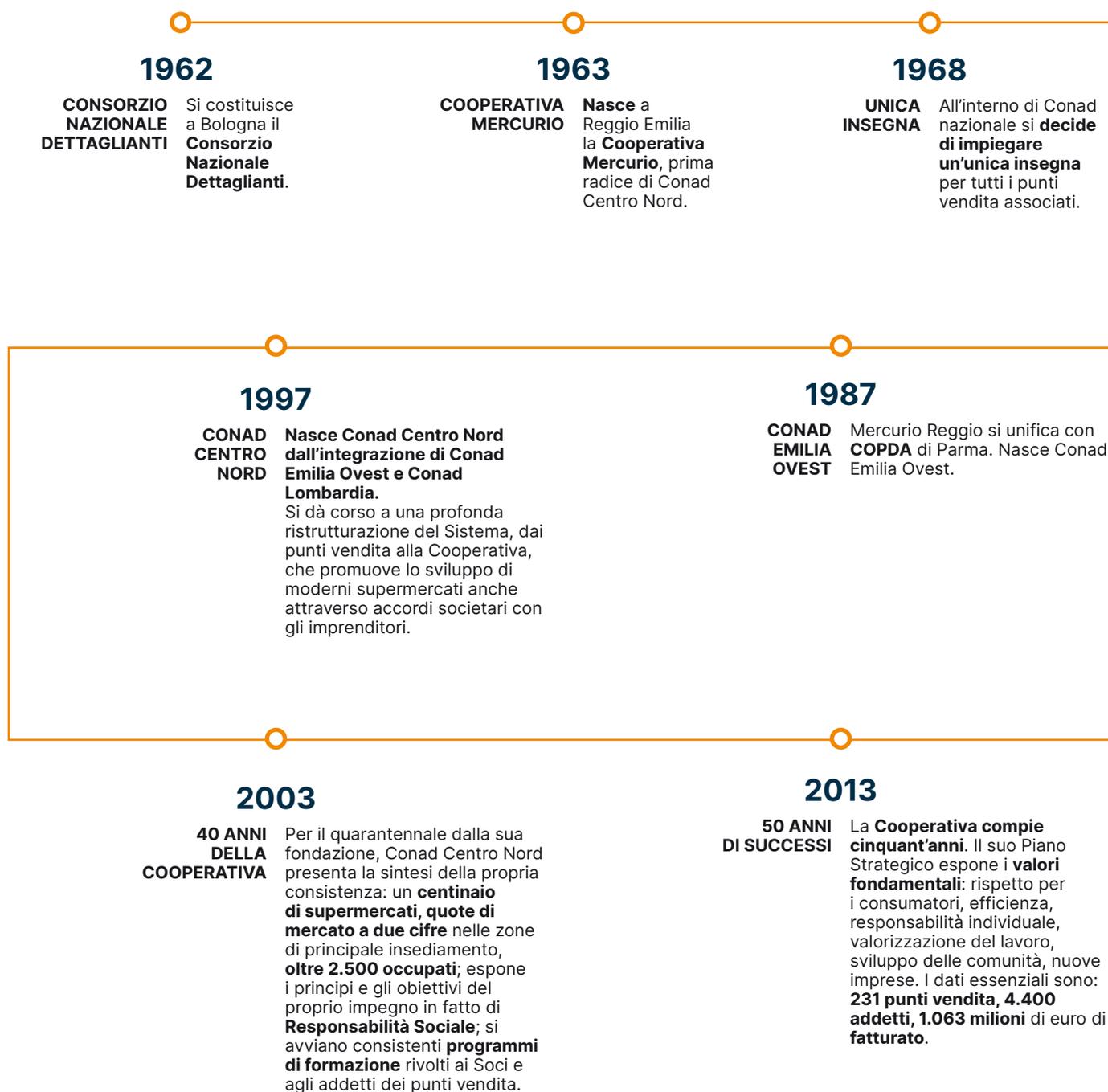
Obiettivo comune per la Direzione Operativa di Co-

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

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

La storia in sintesi

Per offrire un quadro d'insieme dei momenti salienti che hanno generato l'assetto odierno della Cooperativa, riportiamo di seguito la timeline delle principali tappe che ne hanno caratterizzato lo sviluppo.



1973**ASSOCIAZIONE NAZIONALE COOPERATIVE FRA DETTAGLIANTI**

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

1976**REGGIO EMILIA, PARMA E PIACENZA**

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

1982**IL RILANCIO DI MERCURIO**

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

1979**CONAD LOMBARDIA**

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

2019**ACQUISIZIONE RETE AUCHAN ITALIA**

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

2020**UNA RETE IN COSTANTE SVILUPPO**

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

L'assetto del Gruppo

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

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

ELENCO DELLE SOCIETÀ CONTROLLATE DELLA COOPERATIVA

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

S.r.l. svolgono servizi amministrativi a favore dei Soci. Le altre Società svolgono attività di tipo immobiliare e di gestione atte a favorire lo sviluppo della rete di vendita.

■ Società di servizi ■ Società di gestione ■ Società finanziarie ■ Società immobiliari



13 | Gioia S.r.l.

100,00%

14 | FIN C S.r.l.

100,00%

15 | Assiteco S.r.l.

55,00%

16 | Supermercati
S. Giorgio S.r.l.

100,00%

17 | La Francigena
Immobiliare S.r.l.

50,10%

ELENCO DELLE SOCIETÀ COLLEGATE

Indicano tutte le partecipazioni della Cooperativa a iniziative commerciali in cui la maggioranza del capitale è detenuta da Soci. Fa eccezione la collegata Servizi Assicurativi S.r.l., che svolge servizi a favore dei Soci.

1 | Salsomaggiore S.r.l.

40,00%

2 | L'Arca S.r.l.

49,22%

3 | Borgonuovo S.r.l.

48,17%

4 | Naviglio S.r.l.

49,50%

5 | Conad Reggio Sud
Ovest S.r.l.

46,07%

6 | La Parma S.r.l.

33,87%

7 | Servizi Assicurativi
S.r.l.

20,00%

8 | Canusina S.r.l.

49,31%

9 | Cernuscostore
S.r.l.

40,00%

10 | Sidia S.r.l.
(ex Redia)

37,85%

11 | Nord Investimenti
S.r.l.

46,85%

12 | F.do Mercury

40,11%

13 | Super Erre S.r.l.

25,00%

Il Sistema Conad

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

A) Il Consorzio Nazionale Conad:

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

Per realizzare compiutamente questi obiettivi generali svolge alcuni essenziali servizi:

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

B) Le 6 Cooperative:

- sostengono l'attività imprenditoriale dei Soci con servizi commerciali, di marketing, di logistica e distribuzione, di formazione, di innovazione tecnologica, consulenze per apertura e gestione dei punti vendita;

- collaborano con i Soci nei programmi di sviluppo della rete di vendita;
- partecipano all'elaborazione delle politiche nazionali nel Consorzio Nazionale e nell'Associazione di sistema (ANCD, Associazione Nazionale Cooperative Dettaglianti).

C) I Soci:

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

Questo modello organizzativo raggiunge al contempo due scopi fondamentali:

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

Distribuzione territoriale e quota di mercato delle 6 Cooperative su zone



In 13 province sono presenti punti vendita di Cooperative diverse, ma il dato della quota di mercato per le aree condivise è puntuale.
Fonte: Guida Nielsen Largo Consumo, II semestre 2020.

Caratteri e funzionamento dell'impresa

I SERVIZI RESI DALLA COOPERATIVA

- 1. Servizi commerciali:** ricerca delle migliori condizioni di acquisto; si tratta però anche di introdurre nelle imprese Socie elementi di innovazione e sviluppo commerciale, interpretando i principali trend di mercato con la creazione di nuovi servizi (ottico, parafarmacia, ecc.).
- 2. Servizi di marketing:** formulazione di piani marketing, campagne di comunicazione, promozioni e iniziative di fidelizzazione del Cliente.
- 3. Servizi logistici:** governo del ciclo logistico, dalla gestione del magazzino alla catena di distribuzione delle merci (fornitori, depositi, punti vendita).
- 4. Assistenza alla rete di vendita:** attività di consulenza e monitoraggio delle performance economiche e gestionali dei punti vendita; presidio del rispetto delle normative riguardanti la qualità dei prodotti lungo la filiera distributiva. Coordinamento delle fasi di allestimento e start-up nelle nuove aperture.
- 5. Risorse umane:** sviluppo delle competenze aziendali e gestionali; pianificazione, progettazione, realizzazione e monitoraggio delle iniziative di formazione per lo sviluppo professionale e imprenditoriale del personale della sede centrale e della rete di vendita.
- 6. Servizi amministrativi e finanziari:** assistenza nel corretto adempimento delle attività amministrative, contabili e fiscali delle imprese socie. Attraverso la tesoreria centralizzata si realizza l'ottimizzazione dei flussi di cassa (della Cooperativa, delle Società intermedie, delle Società finanziarie e degli associati), la pianificazione finanziaria e fiscale, l'analisi degli investimenti e il monitoraggio dei fabbisogni finanziari.
- 7. Servizi informatici:** sviluppo e manutenzione dell'Information Technology (telecomunicazioni, architettura hardware, piattaforme software), installazione e gestione degli strumenti informatici per la gestione del punto vendita.
- 8. Sviluppo:** sviluppo della rete sul territorio attraverso l'acquisizione o la realizzazione di nuovi punti vendita. Coordinamento del processo delle nuove aperture per le fasi preliminari e di progettazione. Sviluppo nuovi concept (attuazione standard del consorzio).

I formati della Rete di vendita

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

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



MARGHERITA

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



CONAD CITY

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



CONAD

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



CONAD SUPERSTORE

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



SAPORI&DINTORNI

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



PET STORE CONAD

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



SPAZIO CONAD

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

La rete di vendita e la sua evoluzione

Ecco come si presenta alla fine del 2020 la rete di vendita della Cooperativa, con le ultime aperture realizzate e il confronto con i due anni precedenti. Da segnalare in particolare, nell'ambito dell'acquisizione Auchan, l'apertura di punti vendita di grande superficie (Spazio Conad) in Lombardia.

APERTURE 2020

Località	Prov.	Canale	Area vendita (m ²)
Toscolano Maderno	Bs	Conad	1.312
Salò	Bs	Conad	1.700
Padenghe	Bs	Conad	1.433
Desenzano	Bs	Conad	1.312
Casarile	Mi	Conad	1.230
Lissone	Mb	Conad	1.437
Sondrio	So	Conad City	496
Maclodio	Bs	Conad	1.250
San Colombano	Mi	Conad City	395
Trezzano	Mi	Conad City	332
Motta Visconti	Mi	Conad City	717
Podenzano	Pc	Conad	1.349
Piacenza	Pc	Sapori&Dintorni	1.312
Vedano al Lambro	Mb	Conad City	390
Sarnico	Bg	Conad	1.250
Viadana	Mn	Superstore	3.400
Viadana	Mn	Pet Store	410
Palazzolo	Bs	Spazio	6.360
Palazzolo	Bs	Pet Store	400
Brescia V. Cefalonia	Bs	Conad	990
Romano di Lombardia	Bg	Conad	1.430
Rovato	Bs	Superstore	3.100
Bergamo	Bg	Superstore	5.400
Bergamo	Bg	Pet Store	313
Roncadelle	Bs	Spazio	5.788
San Rocco al Porto	Lo	Spazio	5.900
San Rocco al Porto	Lo	Pet Store	337
Leno	Bs	Conad	1.567
Vigevano	Pv	Conad	1.698
Traversetolo	Pr	Conad	1.499
Montecavolo	Re	Pet Store	322
Totale			54.829

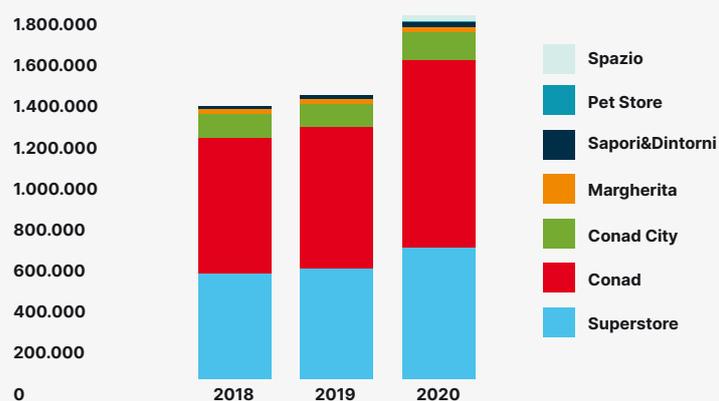
EVOLUZIONE QUOTA DI MERCATO NELL'AREA CONAD CENTRO NORD

	2018	2019	2020
Totale	5,90%	6,70%	7,43%

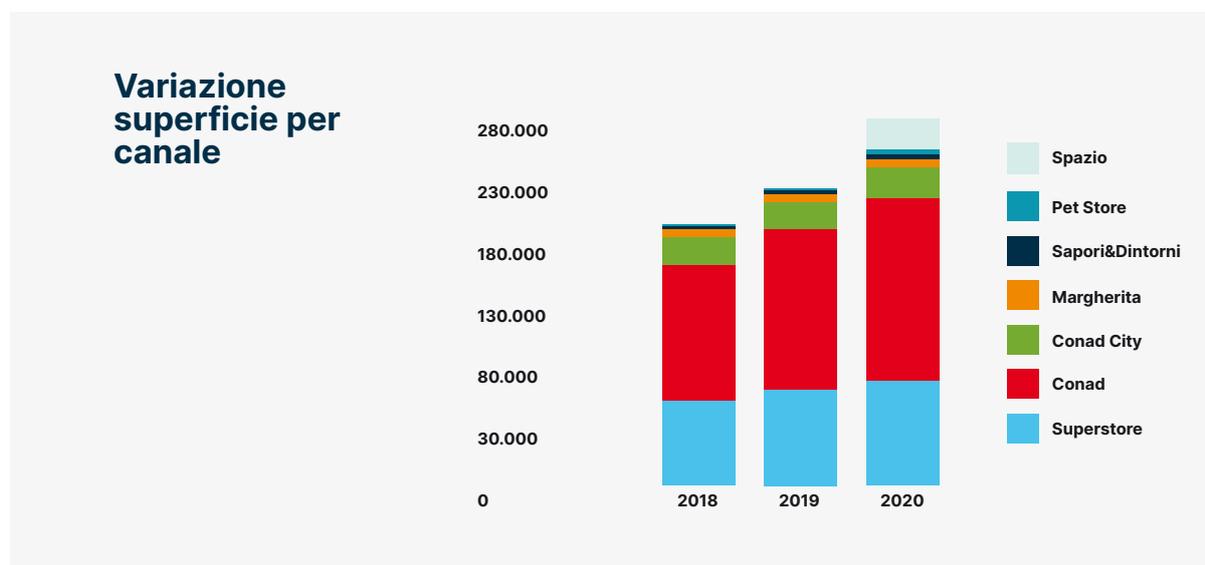
NUMERO PUNTI VENDITA E FATTURATO PER CANALE

(IN MIGLIAIA DI €)

Canale	2018		2019		2020		Δ Ft. Ft. 20/19
	PDV	Fatturato	PDV	Fatturato	PDV	Fatturato	
Spazio					4	33.429	
Superstore	37	514.770	41	536.995	43	639.032	19,00%
Conad	100	660.493	112	693.612	123	913.283	31,67%
Conad City	47	116.310	47	110.363	52	137.533	24,62%
Margherita	43	22.412	42	21.713	38	25.428	17,11%
Sapori&Dintorni	5	15.315	5	20.044	6	21.248	6,01%
Pet Store	4	1.465	6	2.547	11	5.166	102,82%
Totale complessivo	236	1.330.765	253	1.385.274	277	1.775.119	28,14%

Composizione
del fatturato per
canale

VARIAZIONE SUPERFICIE PER CANALE				(IN M ²)
Canale	2018	2019	2020	Δ 20/19
Spazio			23.448	
Superstore	64.215	72.745	79.245	8,94%
Conad	102.830	121.214	138.663	14,40%
Conad City	20.866	21.071	23.410	11,10%
Margherita	6.061	5.981	5.546	-7,27%
Sapori&Dintorni	2.695	2.695	4.007	48,68%
Pet Store	1.038	1.695	3.565	110,32%
Totale complessivo	197.705	225.401	277.884	23,28%

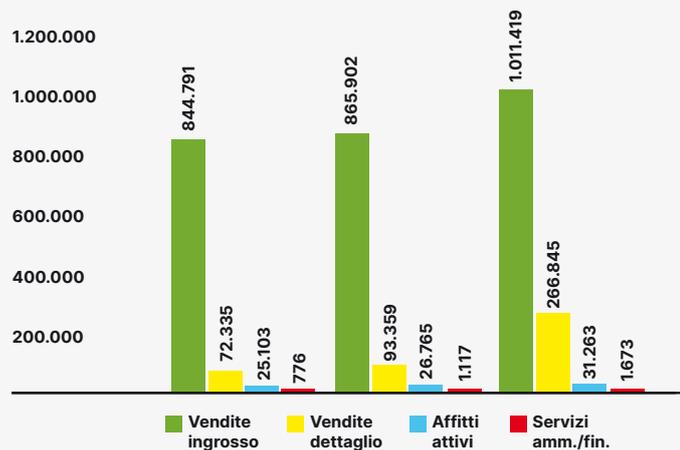


Risultati economici e patrimoniali

Per considerazioni più approfondite sulle performance economiche si rimanda direttamente alla documentazione che costituisce il documento di Bilancio 2020.

FATTURATO DEL GRUPPO				(IN MIGLIAIA DI €)	
	2018	2019	2020	Variazione 20/19	%
Vendite ingrosso	844.791	865.902	1.011.419	145.517	16,8
Vendite dettaglio	72.335	93.359	266.845	173.486	185,8
Affitti attivi	25.103	26.765	31.263	4.498	16,8
Servizi amm./fin.	776	1.117	1.673	556	49,8
Totale	945.023	989.162	1.313.220	324.057	32,8

Evoluzione del fatturato del gruppo

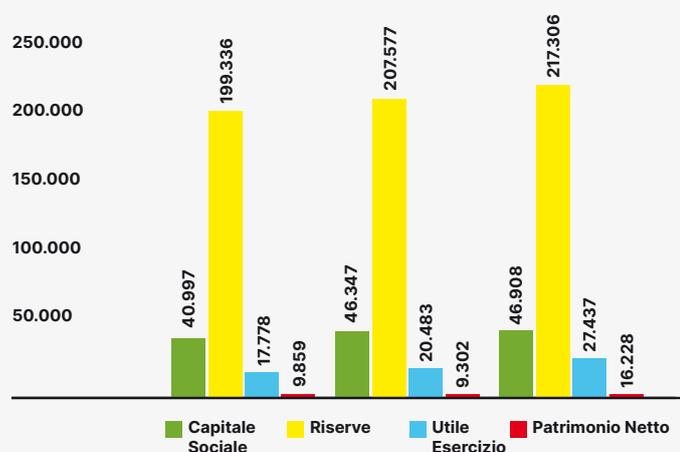


PATRIMONIO NETTO

(IN MIGLIAIA DI €)

	2018	2019	2020
Patrimonio Netto del Gruppo	258.111	274.407	391.651
Capitale Sociale	40.997	46.347	46.908
Riserve	199.336	207.577	217.306
Utile Esercizio	17.778	20.483	27.437
Patrimonio Netto di terzi	9.859	9.302	16.228
Totale	267.970	283.709	307.879

Patrimonio Netto



Determinazione e distribuzione del valore aggiunto

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

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

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

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

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

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

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

VALORE AGGIUNTO GLOBALE	(IN €)		
	2018	2019	2020
A) Valore della produzione			
ricavi delle vendite e delle prestazioni	872.811.947	913.708.910	1.223.320.330
variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	0	0	0
variazioni dei lavori in corso su ordinazione	0	0	0
altri ricavi e proventi	133.505.393	143.802.614	168.635.844
Totale ricavi della produzione tipica	1.006.317.340	1.057.511.524	1.391.956.174
ricavi per produzioni atipiche	-	-	-
Totale ricavi della produzione atipica	0	0	0
Totale valore della produzione	1.006.317.340	1.057.511.524	1.391.956.174
B) Costi della produzione			
per materie prime, sussidiari, di consumo e merci	842.180.484	903.567.140	1.156.820.353
per servizi	38.491.034	44.397.812	61.465.003
per godimento di beni di terzi	23.245.226	24.949.228	30.617.745
accantonamenti per rischi	310.644	393.467	589.278
altri accantonamenti	4.004.450	3.776.582	5.207.226
oneri diversi di gestione	8.274.389	6.539.223	7.647.945
Totale costi intermedi della produzione	916.506.227	983.623.452	1.262.347.550
Valore aggiunto caratteristico lordo	89.811.113	73.888.072	129.608.624
C) Gestione accessoria straordinaria			
saldo gestione accessoria			
+ ricavi accessori	2.507.276	22.178.817	13.016.731
- costi accessori	-3.937.697	-441.493	-257.574
saldo gestione straordinaria			
+ ricavi straordinari	0	0	0
- costi straordinari	0	0	0
Totale gestione accessoria e straordinaria	-1.430.421	21.737.324	12.759.157
+ copertura perdite da parte dei Soci	0	0	0
Valore aggiunto globale lordo	88.380.692	95.625.396	142.367.781
- ammortamenti della gestione per gruppi omogenei di beni	-22.617.990	-23.169.042	-26.875.898
Valore aggiunto caratteristico netto	65.762.702	72.456.354	115.491.883

DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO						(IN €)
	2018	%	2019	%	2020	%
A) Remunerazione del personale						
Personale non dipendente	-		-		-	
Personale dipendente						
- remunerazioni dirette	22.214.555		26.233.063		53.603.478	
- remunerazioni indirette	14.915.010		15.791.748		21.716.508	
- quote di riparto del reddito	0		0		0	
Totale remunerazione del personale	37.129.565	56,46%	42.024.811	58,00%	75.319.986	65,22%
B) Remunerazione della Pubblica Amministrazione						
Imposte dirette	3.416.780		2.127.179		4.152.073	
Imposte indirette						
- oneri tributari diversi	2.800.367		2.896.745		3.333.406	
- sovvenzioni in c/Esercizio	0		0		0	
Totale remunerazione della Pubblica Amministrazione	6.217.147	9,45%	5.023.924	6,93%	7.485.479	6,48%
C) Remunerazione del capitale di credito						
Oneri per capitali a breve termine	0		0		97	
Oneri per capitali a m/l termine	2.798.868		2.550.921		2.498.965	
Remunerazione del prestito dai Soci	28.832		36.468		32.739	
Totale remunerazione del capitale di credito	2.827.700	4,30%	2.587.389	3,57%	2.531.801	2,19%
D) Remunerazione del capitale di rischio						
Dividendi distribuiti	1.060.030		1.182.321		1.159.261	
Ristorno cooperativo	6.204.662		9.274.515		12.041.041	
Totale remunerazione del capitale di rischio	7.264.692	11,05%	10.456.836	14,43%	13.200.302	11,43%
E) Remunerazione dell'azienda						
Remunerazione della Capogruppo	10.146.383		9.622.808		13.790.146	
Remunerazione dei Soci di minoranza	-100.869		114.390		575.689	
Totale remunerazione del Gruppo	10.045.514	15,28%	9.737.198	13,44%	14.365.835	12,44%
F) Movimento cooperativo						
Fondi mutualistici (3% dell'utile)	366.741		404.359		446.880	
Contributi associativi	303.376		307.700		305.780	
Totale movimento cooperativo	670.117	1,02%	712.059	0,98%	752.660	0,65%
G) Liberalità esterne						
	730.668	1,11%	810.327	1,12%	1.113.058	
H) Spese sociali e mutualistiche (Soci e dipendenti)						
	877.299	1,33%	1.103.810	1,52%	722.762	
Valore aggiunto globale netto	65.762.702	100,00%	72.456.354	100,00%	115.491.883	100,00%

Remunerazione

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

A. Remunerazione del personale

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

B. Remunerazione della Pubblica Amministrazione

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

C. Remunerazione del capitale di credito

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

D. Remunerazione del capitale di rischio

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

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

E. Remunerazione dell'azienda

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

F. Remunerazione al movimento cooperativo

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

G.e H. Liberalità e spese sociali

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

02. Soci



Composizione, profili, evoluzione

I Soci

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

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

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

**Professionalità,
mutualità, senso
di appartenenza,
intergenerazionalità,
umanità: tutto ciò
sta al centro della
filosofia di Conad
Centro Nord e dei
suoi Soci**

SOCI CONAD CENTRO NORD	2018	2019	2020
Totale	174	177	181
di cui Soci ordinari persone fisiche	74	69	62
di cui Soci ordinari persone giuridiche	91	99	111
di cui Soci Speciali ¹	2	2	2
di cui Soci finanziatori	7	7	6

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

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

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

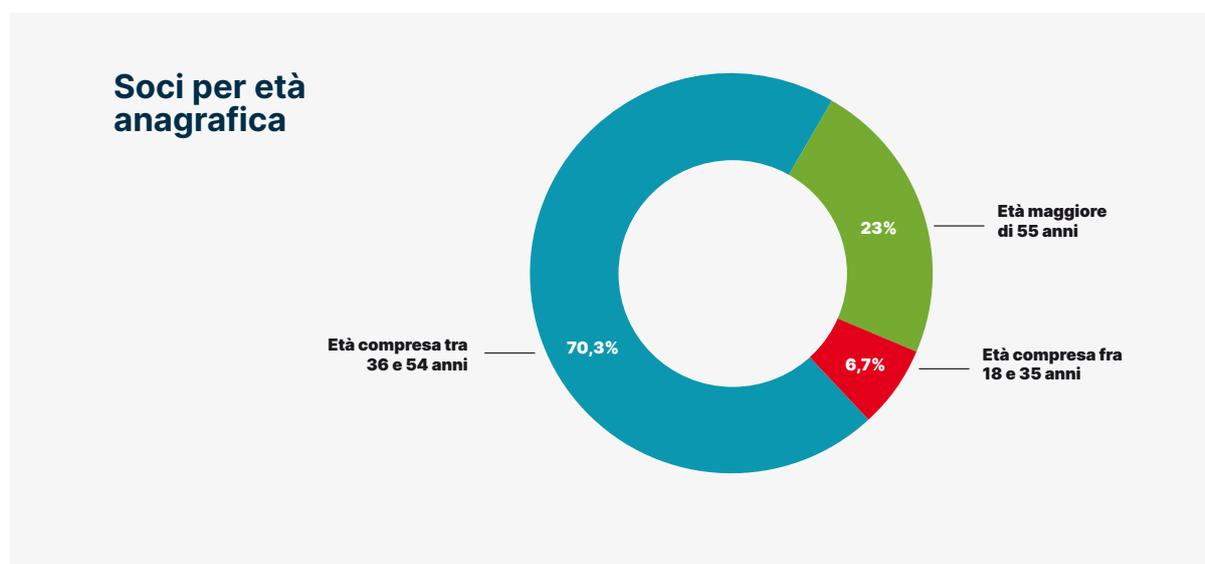
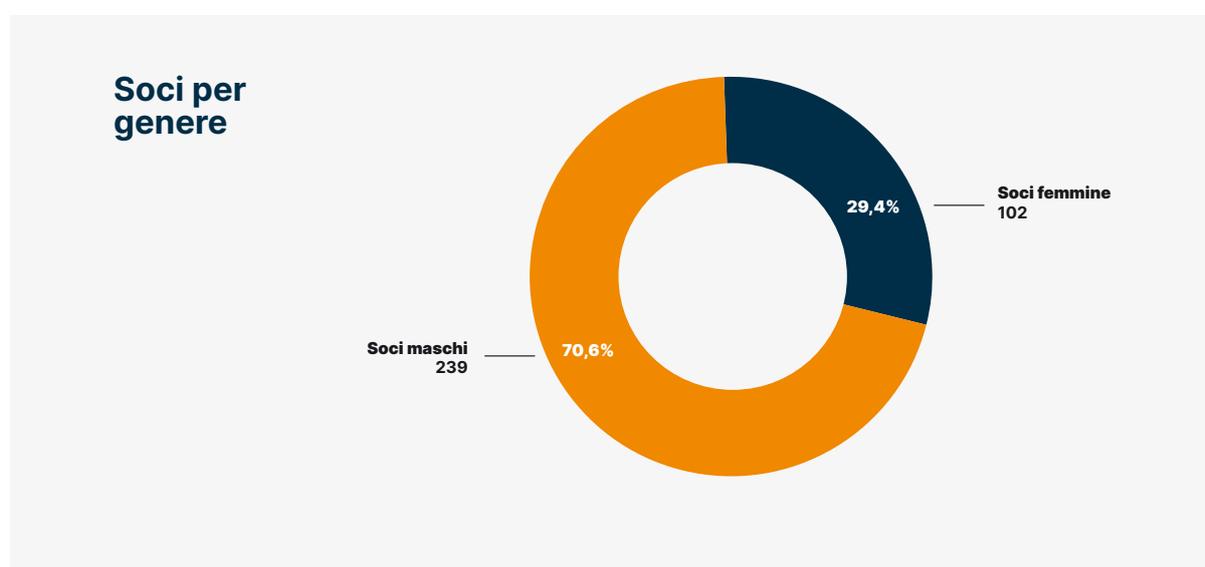
punto vendita, con la sua capacità di rappresentare un punto di riferimento nei territori e di costruire durature relazioni di fiducia con gli interlocutori della comunità.

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

	2018	2019	2020
Totale Soci delle Società di gestione	328	330	341

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

	2020
Totale Soci	341
di cui maschi	239
di cui femmine	102



CAMBIARE, CRESCERE, INNOVARE

Il Socio Conad è un imprenditore che ha deciso di cooperare poiché sa che la vera forza sta nell'unione e nella condivisione di regole e obiettivi, perseguiti nell'interesse proprio e dei propri Clienti: un imprenditore che declina i valori cooperativi secondo la specificità e la ricchezza della "filosofia Conad", fondata sulla professionalità, sulla mutualità, sul senso di appartenenza e sull'intergenerazionalità.

Il Socio Conad incarna perfettamente lo spirito del commercio, che è quello della prossimità e della vicinanza dell'esercente al Cliente, vale a dire un'espressione peculiare del talento imprenditoriale, declinato in simbiosi con quello cooperativistico.

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

Nel 2020, a seguito dell'acquisizione della rete Auchan, sono state costituite nuove società, in parte composte da ex dipendenti Auchan diventati Soci imprenditori.

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

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

Recentemente, per garantire la sostenibilità nel tempo di questo modello associativo di successo, sono state attuate iniziative per favorire il ricambio imprendito-

riale all'interno degli organi istituzionali di Conad Centro Nord; ricambio inteso non solo come fatto anagrafico e generazionale ma soprattutto come adeguamento della professionalità a un mercato più difficile. Garantire il ricambio dei vertici anche nelle Società di gestione è una responsabilità non solo verso le Società stesse ma anche verso la Cooperativa ed è indispensabile per la sostenibilità del Sistema.

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

Le 10 Commissioni istituite sono: Marketing, Rete, Finanza, Risorse Umane, Logistica e Sistemi informativi, Commerciali di settore (Grocery 1, Grocery 2, Carne, Pesce, Ortofrutta). I componenti sono oltre 100.

Le 10 Commissioni coinvolgono il più possibile i Soci nel governo e nella vita della Cooperativa, su attività caratteristiche e su progetti innovativi

03. Dipendenti



Composizione, profili, evoluzione

DIPENDENTI DELLA COOPERATIVA

Il quadro generale dell'occupazione è osservabile dalla seguente serie di tabelle. I lavoratori presi in considerazione sono quelli specifici della Cooperativa, o meglio quelli della Cooperativa più quelli delle

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

OCCUPATI, GENERE, INQUADRAMENTO

	2018	2019	2020
Totale dipendenti	156	170	180
Genere			
Femmine:	61	63	69
di cui			
· dirigenti	-	-	-
· quadri	4	4	5
· impiegate	57	59	64
· apprendiste impiegate	-	-	-
Maschi	95	107	111
di cui			
· dirigenti	6	7	8
· quadri	15	17	17
· impiegati	54	66	69
· operai	20	17	17
· apprendista impiegati	-	-	-

TIPOLOGIA DI CONTRATTO

	2018	2019	2020
Tempo determinato	5	8	16
Tempo indeterminato	151	162	164

PASSAGGI DI QUALIFICA

	2018	2019	2020
Nomina da quadro a dirigente	-	-	1
Nomina da funzionario 1°liv. a quadro	-	1	1
Passaggio a 1° livello	2	3	1
Passaggio a 2° livello	1	2	0
Passaggio a 3° livello	4	0	0

ETÀ ANAGRAFICA

	2018	2019	2020
Meno 30 anni	18	18	16
31-40 anni	33	38	43
41-50 anni	53	55	54
51-60 anni	47	54	59
Oltre 60 anni	5	5	8

ANZIANITÀ AZIENDALE

	2018	2019	2020
Fino 5 anni	31	46	56
Da 6 a 10 anni	33	34	32
Da 11 a 20 anni	39	42	47
Oltre 20 anni	53	48	45

PARI OPPORTUNITÀ

Fino ad ora, per la relativa vicinanza fisica tra residenza e posto di lavoro e per le ridotte dimensioni dell'impresa, si sono preferiti interventi "informali" che tengono conto delle specifiche esigenze del soggetto.

MATERNITÀ

	2018	2019	2020
Astensioni per maternità obbligatoria - congedo parentale	2	2	5
Astensioni per maternità facoltativa	8	9	9

PERMESSI PER ESIGENZE FAMILIARI

	2018	2019	2020
Permessi in base alla L. 104	10	10	8

SICUREZZA E SALUTE

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

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

Proprio per garantire anche ai dipendenti dei fornitori le più idonee condizioni di lavoro, Conad Centro Nord

si serve di operatori qualificati, che molto spesso hanno la forma di Cooperativa.

INDICI INFORTUNISTICI

	2018	2019	2020
Numero infortuni totali ¹	1	2	2
Indice di incidenza ²	0,6	1,2	1,12

¹ Numero di infortuni accaduti nell'anno con esclusione di quelli "in itinere".

² Calcolato secondo la formula: Numero di infortuni x 100 / Numero di addetti.

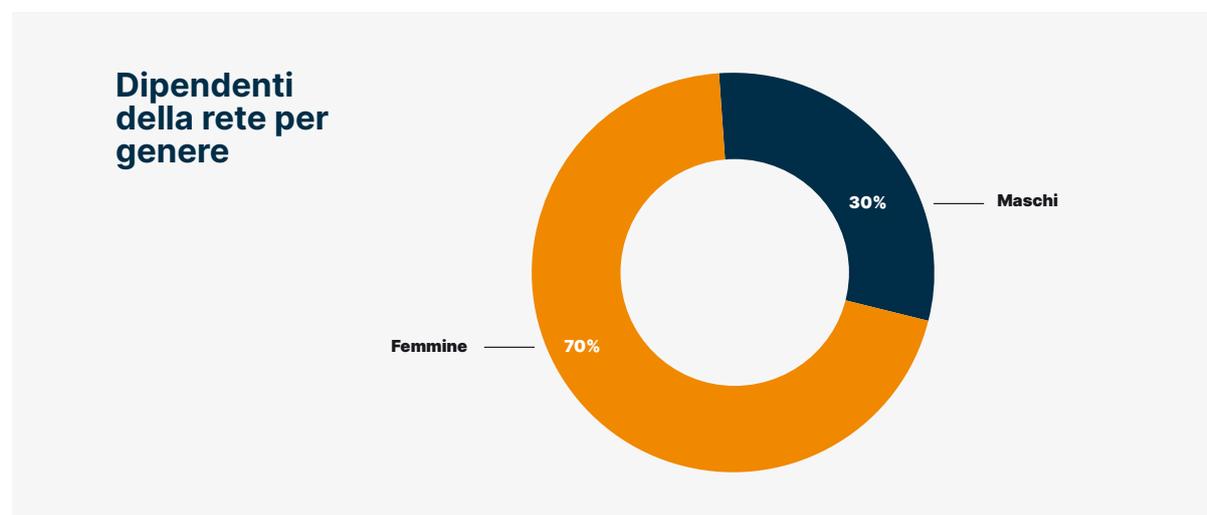
DIPENDENTI DELLA RETE DI VENDITA

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

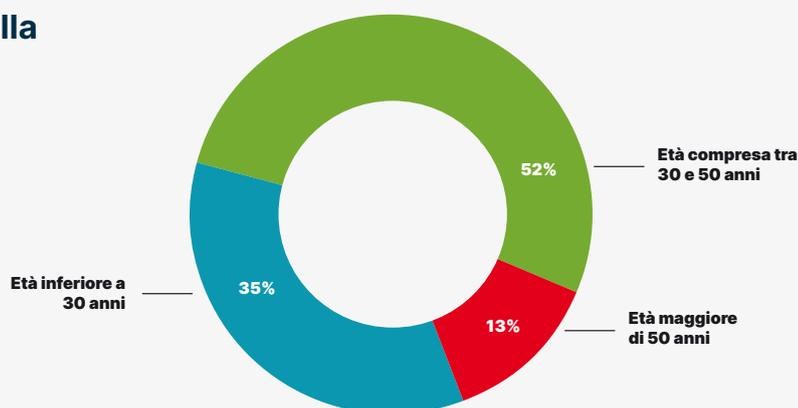
solide prospettive di crescita anche per il futuro, per le persone, le aziende e la stessa Cooperativa. Non va inoltre sottovalutato il fatto che è proprio dai dipendenti che sono emersi i nuovi imprenditori, e dunque i nuovi Soci della Cooperativa.

DIPENDENTI RETE DI VENDITA

	2018	2019	2020
Totale dipendenti	4.797	5.500	6.988



Dipendenti della rete per età anagrafica



LA FORMAZIONE

Nel corso del 2020 l'attività formativa per la rete ha subito un rallentamento legato all'esplosione della pandemia di Covid-19, in particolare nel primo semestre e soprattutto per quanto riguarda la formazione di mestiere dedicata ai responsabili dei reparti freschi. Infatti, nell'ambito del percorso formativo "Scuola dei Mestieri", che promuove lo sviluppo della professionalità del personale dei reparti freschi, si è conclusa soltanto un'edizione destinata alla pescheria programmata in febbraio e terminata prima del periodo di lockdown.

Una volta superato il primo picco dell'emergenza alcuni corsi sono stati convertiti in modalità digitale e, tramite piattaforme di videoconferenza, sono state portate a termine 3 edizioni del corso Store Manager 4.0, il percorso formativo (9 giornate) dedicato ai capi negozio e incentrato sull'acquisizione da parte dei partecipanti di un metodo manageriale di conduzione del punto vendita.

Una delle edizioni del percorso Store Manager 4.0 del 2020 è stata dedicata all'integrazione degli store manager dei punti vendita acquisiti da Auchan, con una parziale rivisitazione dei contenuti, in particolare con l'inserimento di un focus sul tema dell'imprenditorialità che caratterizza il Sistema Conad.

Sono stati realizzati inoltre 2 progetti ad hoc, richiesti da singole Società che hanno intrapreso percorsi di sviluppo per circa 70 capi reparto di 11 punti vendita, su temi trasversali, con l'obiettivo di migliorare i processi di funzionamento interno aumentando la consapevolezza di ruolo e potenziando le competenze manageriali per la gestione dei collaboratori.

L'impossibilità di realizzare formazione in presenza, fatto che ha caratterizzato gran parte dell'anno e

Il personale di Conad Centro Nord è adeguatamente formato attraverso corsi di formazione periodici, convertiti nel 2020 anche in modalità digitale

che ha imposto la conversione di alcuni corsi in modalità digitale, ha fatto sperimentare a diversi dipendenti dei punti vendita Conad Centro Nord una nuova modalità di fruizione della formazione che, ancorché a distanza e con qualche limite legato alle tecnologie a disposizione, ha rappresentato una novità di rilievo e garantito ugualmente una certa interattività.

Con questa consapevolezza Conad Centro Nord ha avviato la progettazione di una piattaforma destinata alla formazione a distanza, sia per la rete dei punti vendita che per la tecnostuttura, che consente di erogare formazione sia in modo a-sincrono (moduli e-learning) che in modalità sincrona (webinar).

Per quanto riguarda la formazione per il personale della tecnostuttura, nel 2020 è stato organizzato un percorso sui temi della comunicazione efficace, della leadership e del lavoro in team cui hanno preso parte circa 70 dipendenti; i 40 moduli che costituiscono il percorso sono stati erogati con la modalità del webinar. Infine, come sempre, sono state assicurate le iniziative di aggiornamento tecnico-professionale.

RELAZIONI SINDACALI

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

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

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

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

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

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

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

Per quanto riguarda i punti vendita – ovvero le aziende Socie, in qualità di datori di lavoro, e i loro dipendenti – si conferma che, ad oggi, non sussiste una contrattazione aziendale di secondo livello, riguardante cioè le varie società di gestione, ma esiste comunque una prassi consolidata di relazioni sindacali che ha portato alla definizione di accordi specifici con le OO.SS. Aziendali – ove esistenti – o Territoriali, su determinate materie.

Un approfondimento è doveroso in relazione all'ingresso nella Rete di vendita, tra l'ottobre 2019 e set-

Il rapporto di Conad Centro Nord con i lavoratori e le loro rappresentanze può essere considerato positivo e privo di aspetti conflittuali

tembre del 2020, dei 36 negozi provenienti dal Gruppo Auchan con insegna Sma/Simply e Auchan, che ha visto coinvolti all'incirca 1500 dipendenti.

A tal fine si è deciso di creare una unica Società di gestione (Forty S.r.l.), controllata al 100% da Conad Centro Nord, alla quale sono passati in forza i lavoratori di cui sopra, in base alla procedura ex art. 47 L. 428/90 gestita per competenza territoriale a livello nazionale con le OO.SS. di Categoria.

Da evidenziare che i punti vendita di cui sopra sono caratterizzati da una importante presenza delle OO.SS., sia in termini di iscritti, sia in termini di rappresentanze sindacali aziendali costituite, prevalentemente facenti capo alla FISASCAT-Cisl. I rapporti instaurati con le OO.SS. provinciali sono improntati ad una leale collaborazione, salvo qualche eccezione che ha reiterato sul territorio le stesse tensioni e conflittualità registrate ai tavoli nazionali. Questo non ha comunque impedito di costruire rapporti proficui, proiettati al futuro e utili all'intero network Conad.

Per questo motivo si era ritenuto di assicurare, già a partire dal 2019, un adeguato presidio per la gestione del personale di Forty S.r.l. e delle relazioni sindacali a livello di rappresentanze sindacali aziendali e/o territoriali, tramite l'inserimento di una risorsa dedicata a tal scopo nell'ambito della Direzione Risorse Umane, Comunicazione Interna e Relazioni Sociali.

La Direzione Risorse Umane, Comunicazione Interna e Relazioni Sociali sta anche gestendo, d'intesa con la Direzione Assistenza Rete, il passaggio dei punti vendita Forty S.r.l. dall'attuale modalità in gestione "diretta" a gestioni imprenditoriali – sia di nuova costituzione, sia già esistenti – in base ad una pianificazione che ha avuto inizio nei primi mesi del 2020 e si protrarrà per tutto il 2021.

Ovviamente permane l'obiettivo finale di portare tutti i punti vendita il prima possibile in linea con gli standard gestionali della Rete Conad Centro Nord e all'interno della Rete Associata.

04. Clienti e Consumatori



Per i nostri Clienti

Nel 2020 la rete Conad Centro Nord ha fatto registrare una crescita delle vendite in valore assoluto pari al +28,14%. Fortemente influenzato dalla pandemia l'incremento è stato assai notevole. Va inoltre sottolineata l'accelerazione dello sviluppo dell'e-commerce.

Conad Centro Nord propone un'ampia varietà di servizi, sempre orientati all'innovazione, per incontrare le esigenze dei Clienti

Servizi

CARTA DI PAGAMENTO

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

vo alle spese e consente di beneficiare di regali o sconti dedicati. Nel 2020 sono state sviluppate iniziative CRM di arruolamento mirate a Clienti fedeli e sono state sottoscritte oltre 10.000 nuove Conad Card.



SERVIZI ASSICURATIVI

Con le Carte è possibile beneficiare di sconti (dal 5% al 25%) sulle polizze assicurative più diffuse (RCAu-

to, Moto, Medica, Casa, Terremoto, Viaggi, Animali, ecc.) delle migliori compagnie.



CONAD APP E SPESA E VAI

Per i Clienti con Carte Conad è disponibile la App Conad ricca di informazioni sui supermercati e sulle offerte in corso. In alcuni supermercati è possibile utilizzare il servizio di spesa veloce con l'apposito

lettore di codici EAN dei prodotti e previa attivazione al box con carta fedeltà. In 32 supermercati il Cliente che vuole risparmiare tempo può anche utilizzare le casse self automatiche per il pagamento della spesa.

PET STORE

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

Conad Centro Nord ha orientato lo sviluppo di questo canale su superfici di minimo 250 m² (che presentano oltre 3000 referenze) con 11 presidi a Rubiera (RE), Langhirano (PR), Guastalla (RE), Taneto (RE), Fornovo (PR), Felino (PR), Cogozzo di Viadana (MN), Palazzolo S/O (BS), Bergamo, San Rocco al Porto (LO) e Montecavolo (RE). In 3 punti vendita (Felino, Viadana e Montecavolo) viene fornito anche il servizio di toelettatura professionale con area dedicata "Bubble Pet". A Montecavolo i Clienti hanno anche la possibilità di lavare ed asciugare gli accessori dei propri animali domestici con l'apposita lavatrice ed asciugatrice.

Dal 2019 vengono organizzate (ogni 2/3 mesi) giornate di raccolta alimentare col sostegno della Federa-

zione Italiana Associazioni Diritti Animali e Ambiente e l'appoggio degli enti locali.

Il concept Pet Store Conad si avvale di personale competente e preparato grazie a continui corsi di aggiornamento, organizzati sia internamente che in partnership con le industrie del settore. L'insegna ha un netto richiamo al Marchio Conad e garantisce al consumatore i valori già noti a chi fa la spesa nei supermercati; a sottolineare tutto ciò la presenza dei prodotti petfood a Marchio Conad, già conosciuti e apprezzati dalla Clientela. È possibile l'utilizzo della Conad Card per la gestione delle offerte e per la raccolta dei dati della Clientela.

Vengono inoltre proposti diversi servizi, fra i quali:

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

CARBURANTE

Nel comune di Bibbiano (RE) è attivo da maggio 2010 il distributore di carburante a Marchio Conad dotato di erogatori diesel/benzina e di un'area dedicata al lavaggio auto.

PARAFARMACIA

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

assistiti da farmacisti.

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

OTTICO

Presente all'interno della rete Conad Centro Nord presso i superstore di Trezzo sull'Adda (MI) e di Capriolo (BS), questo format presenta personale competente, adeguati strumenti diagnostici e un assortimento

di proposte-moda a prezzi concorrenziali. In più, periodicamente, l'Ottico Conad offre ulteriori occasioni di risparmio grazie alle iniziative promozionali.

LIBRI DI TESTO

Per quanto riguarda i libri di testo il 2020 ha visto la conferma della campagna a favore delle famiglie: in 194 punti di vendita che hanno attivato il servizio è stato applicato uno sconto ai Clienti del 15%.



CONSEGNA A DOMICILIO

In alcune aree (Reggio Emilia città, Parma città, Bergamo provincia, Brescia provincia), nei supermercati che espongono la comunicazione, è attivo il servizio di consegna della spesa a domicilio anche tramite l'utilizzo di veicoli elettrici non inquinanti. Diversi punti vendita di superficie più contenuta o ubicati in zone isolate e collinari offrono spontaneamente il servizio di consegna della spesa a domicilio a persone anziane o disabili che richiedono la collaborazione del personale.

Nel 2020 in diversi punti vendita è stato istituito il servizio di Spesa Online che è risultato particolarmente gradito dato il periodo di difficoltà per gli spostamenti fuori casa.



Prodotti a Marchio Conad

L'iniziativa "Bassi e Fissi" (un paniere dei prodotti più importanti, a prezzo fisso e ribassato) ha giocato un ruolo fondamentale per le vendite dei prodotti a Marchio Conad e ha migliorato il percepito di convenienza nei confronti dell'insegna, contribuendo ad incrementare la fidelizzazione dei Clienti. In Conad Centro Nord il fatturato dei prodotti Bassi e Fissi rappresenta il 34,3% del fatturato totale della marca del Distributore ed è in corso un importante ampliamento della gamma, che oggi conta circa 900 referenze.

Nel 2020 la quota di mercato della marca del distri-

butore (dato medio nazionale supermercati) si è attestata al 21,3% mentre in Conad Centro Nord la quota per il largo consumo confezionato è stata del 31,1% (con una crescita dello 0,7%).

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

Conad City:	42,2%
Conad:	31,1%
Superstore:	27,9%
Spazio:	22,5%

Fidelizzazione

PUNTI

I Clienti hanno raccolto oltre 1,8 miliardi di punti sulla spesa durante tutto l'anno utilizzando i quali hanno potuto richiedere buoni sconto sulla spesa (per un valore totale di oltre 6,6 milioni di euro) o su acquisti online, abbonamenti, viaggi, servizi e premi del catalogo Desideri 5, arricchiti in corso d'anno di altre integrazioni stagionali dalla durata più breve come le borse mare e le borracce ecologiche in estate o le cassette del villaggio di Natale nel periodo invernale. Sempre utilizzando i punti sono stati donati oltre

80.000 euro alla fondazione *Legga del filo d'oro*. Nel corso del secondo semestre è stato possibile per i Clienti beneficiare delle occasioni punti con le quali hanno potuto ritirare premi del catalogo con punti scontatissimi.

Una piacevole sorpresa è stata offerta ai nostri Clienti per il periodo dell'Avvento: un calendario delle feste dove ogni giorno si potevano scoprire vantaggi diversi, tra cui punti, sconti e regali.



SCRITTORI DI CLASSE

In primavera si è svolta sui punti vendita la nuova special promotion **"Scrittori di Classe"**, grazie alla quale sono stati distribuiti presso i punti vendita **6 esclusivi LIBRI PER RAGAZZI**.

L'iniziativa è stata affiancata, come di consueto, dall'operazione di raccolta buoni a favore delle scuole ma, oltre all'aiuto concreto (in attrezzature) offerto alle scuole del territorio, Conad ha lanciato un messaggio educativo abbinando l'iniziativa ad una campagna di informazione sul rispetto, sull'integrazione e

sulla resilienza. Ad inizio anno infatti è stato promosso un concorso a livello nazionale dedicato a tutte le classi delle scuole elementari e medie: ogni classe ha potuto realizzare un breve racconto sulla base di una delle 6 tracce fornite. I singoli racconti, caricati sul sito web dedicato, sono stati votati e, tra i finalisti, le 6 storie migliori sono state sviluppate all'interno della collana dedicata a Greg nella serie Diario di una Schiappa, che i Clienti hanno potuto ricevere raccogliendo bollini sulla spesa.



PROMOZIONI A SOGLIA DI SPESA

L'anno 2020 ha visto la nascita di nuove operazioni di fidelizzazione a soglia di spesa come la collezione dei colorati **taglieri** attraverso le spese nel reparto ortofrutta o il **gel** disinfettante per bimbi regalato con 50 euro di spesa in occasione del rientro a scuola, oppure le **tazze** da personalizzare, regalate a fronte

di acquisti in prodotti Bassi e Fissi. In autunno è stata proposta la collezione di **sfere** natalizie artigianali decorate a mano grazie alle quali 6 strutture ospedaliere dislocate nel territorio hanno ricevuto 90.000 euro destinati a sostenere progetti a favore dei bambini.



CRM (Customer Relationship Management)

Nel corso dell'anno sono state realizzate attività mirate su diversi cluster di Clienti fedeli che hanno ricevuto sconti su prodotti a Marchio Conad e a marca industriale, oppure occasioni di sconto e di risparmio legate al proprio comportamento d'acquisto.

BUONI SCONTO

In occasione del Black Friday di fine novembre i Clienti migliori hanno potuto beneficiare nell'intero week end di buoni sconto da 10 euro, maturati e spendibili su 50 euro di spesa, per un valore complessivo di oltre 1 milione di euro.



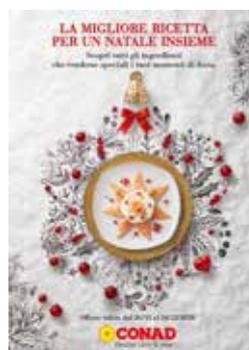
MINI RACCOLTE

In estate il piano promozionale ha proposto ulteriori attività di fidelizzazione fra cui la raccolta a bollini Tupperware (1 bollino ogni 15 euro di spesa) che ha permesso ai Clienti di collezionare contenitori dedicati alla corretta conservazione dei cibi, indicati anche per pasti fuori casa. Il tutto all'insegna della riduzione degli sprechi e del riciclo del materiale plastico.



CATALOGHI

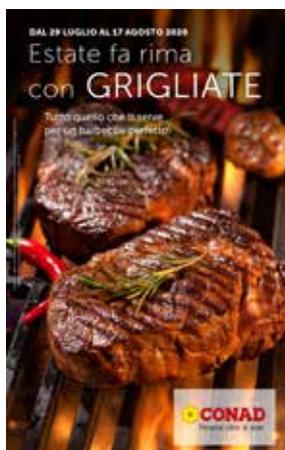
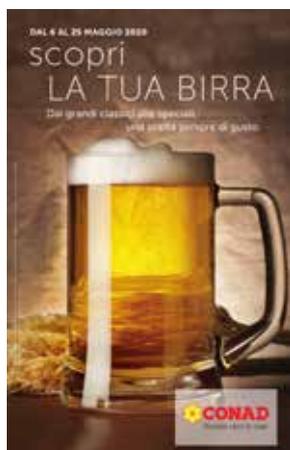
In prossimità del Natale sono stati proposti ai Clienti ed alle Aziende assortimenti di cesti e strenne ed un vasto assortimento di eccellenze regionali, come i prodotti Sapori&Dintorni illustrati in due cataloghi dedicati e lasciati a disposizione dei Clienti.



Comunicazione

Per informare il Cliente su prodotti, offerte e altre iniziative sono stati utilizzati diversi strumenti di comunicazione: volantini cartacei e digitali, manifesti, depliant, cataloghi, comunicati radio, TV, integrati da comunicazioni web e pagine social.

Inoltre, nel 2020 sono stati realizzati opuscoli speciali dedicati a eccellenze (vini bianchi e rossi), stagionalità (birre e grigliata), colazione (benessere), che presentano una panoramica sui prodotti, corredata da informazioni, provenienze e curiosità.



All'interno dei punti vendita, sono in funzione Conad Channel (TV a circuito chiuso) e Radio Bene Insieme, che trasmettono informazioni e consigli ai Clienti. I Clienti possono contattare la Cooperativa attraverso il servizio "Contattaci" disponibile sul sito www.conad.it nella sezione dedicata a Conad Centro Nord

ed interagire attraverso le pagine social. Infine la newsletter Conad viene inviata periodicamente a 170.000 Clienti che ne hanno fatto richiesta.

La politica per la qualità e la sicurezza degli alimenti

Il settore "Qualità e sicurezza degli alimenti" svolge un'attività di sensibilizzazione e informazione relativamente ad argomenti richiesti dalla legislazione vigente in materia di sicurezza alimentare.

L'obiettivo costante è fare in modo che la rete di vendita sia in linea con le richieste legislative in campo alimentare, che sono in continua evoluzione, sempre più precise e più spinte verso la tutela del consumatore finale.

Il compito principale del settore è dunque approfondire gli obblighi normativi in campo alimentare e di tradurli in soluzioni operative che consentano di aumentare i livelli di sicurezza alimentare senza influire negativamente sulla produttività dei settori. Tale attività si concretizza nell'individuazione e applicazione di procedure operative trasversali sulla rete dei negozi.

La partecipazione agli incontri della Commissione Qualità presso la sede del Consorzio Nazionale, costituisce un importante appuntamento in cui vengono affrontate e approfondite le tematiche sopra esposte, nell'intento di trovare soluzioni condivise e di aumentare i livelli di efficienza e sicurezza della filiera Conad.

Esempi di procedure che negli anni sono state approntate in Commissione Qualità presso il Consorzio nazionale, declinate nelle Cooperative e che abitualmente vengono applicate nei depositi e nei negozi della rete sono:

- disciplinare di etichettatura Conad IT 017 ET per le carni bovine CPQ;
- linee guida per Rintracciabilità degli alimenti nei depositi (per applicazione del Reg. 178/2002 CE);

Obiettivo di Conad Centro Nord è allineare la rete di vendita con le direttive legislative in campo alimentare, tramite procedure operative condivise con il Consorzio Nazionale

- procedura di gestione degli Eventi Accidentali (Alimenti) e ritiri e richiamo dei prodotti;
- linee guida per la verifica della corretta applicazione dell'autocontrollo nei punti vendita;
- linee guida per la qualificazione e verifica dei fornitori e dei CE.DI.;
- studio e validazione della procedura per la gestione dei tempi di vita dei prodotti freschi venduti sfusi e preincartati nei negozi.

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

DATI ATTIVITÀ 2020	N°
Punti vendita verificati	224
Nuove aperture con affiancamento igienico sanitario	5
Visite di controllo presso i punti vendita	612
Numero totale di tamponi ambientali	1321
Numero totale di alimenti campionati per controlli	869 (1573 aliquote)
Numero totale di campioni di ghiaccio di pescheria	84
Alimenti campionati per il controllo Istantanea	88
Numero totale di campioni di acqua di rete	199
Visite mirate alla verifica delle temperature di conservazione alimenti	75
Numero visite mirate a controlli di etichettatura presso punti vendita	181
Numero incontri per formazione in ottemperanza ai requisiti del Reg. 852/04	127
Numero totale di ore per formazione in ottemperanza ai requisiti del Reg. 852/04 (specifica per dipendenti addetti alle nuove aperture)	44
Altra formazione (in ore) su aspetti inerenti la sicurezza degli alimenti	-

ARTICOLI RITIRATI DALLA RETE DI VENDITA NEL 2020	N°
Per non rispetto di standard qualitativi elevati o etichettatura non conforme	80
Per allerte sanitarie in corso di verifica	4
Per allerte sanitarie con avviso ai Clienti del punto vendita (richiamo)	20

PROGRAMMI PER IL 2021

Gli obiettivi per il 2021 sono rappresentati dalle seguenti attività:

- consolidamento del sistema di qualifica e controllo dei fornitori alimentari con contratto locale con la Cooperativa;
- mantenimento e consolidamento della nuova gestione degli allergeni per tutti i prodotti freschi sfusi e preincartati (identificati dal PLU centralizzato);
- consolidamento della tracciabilità per il settore carni fresche e il settore ittico, e aggiornamento della tracciabilità per il settore ortofrutta;
- diffusione e consolidamento delle procedure di gestione del marchio CPQ nel settore carni presso i negozi della rete;
- verifica e consolidamento delle nuove procedure dei manuali di autocontrollo dei magazzini;
- certificazione biologica dei magazzini.

05. Fornitori



Fornitori

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

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

Sistema e politiche di approvvigionamento

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

ve spetta la definizione dei rapporti con i cosiddetti "fornitori locali" che interessano invece, per ragioni di vario tipo, solamente la singola Cooperativa.

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

TIPO FORNITORE	N°	QUOTA ACQUISTATO
A contratto locale	655	26,13%
A contratto nazionale	460	73,87%
TOTALE	1.115	100%

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

Oltre ai 1.115 fornitori nazionali e locali, vi sono infatti i fornitori diretti dei punti vendita. Si tratta certamente di operatori locali e la loro percentuale d'incidenza sull'acquistato non è rilevante (ancorché non quan-

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

Le regole della fornitura

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

In capo a tutto esistono norme dell'Unione Europea, poi recepite dalle legislazioni nazionali. Per quanto riguarda l'Italia, la normativa più importante è sicuramente il D.L. 24 gennaio 2012, n. 1 (Disposizioni urgenti per la concorrenza, lo sviluppo delle infrastrutture e la competitività) e successive modifiche (Legge 24 marzo 2012, n. 27 e Legge 17 dicembre 2012, n. 221).

La relazione con i fornitori si basa sul pieno rispetto di numerosi riferimenti normativi e del Codice Etico di Conad Centro Nord

Anche il cittadino meno attento a questi fenomeni ha certamente sentito parlare dell'art. 62 del Decreto, che nel 2012 ha sollevato alcuni interrogativi e qualche polemica, soprattutto per l'obbligo di pagare il fornitore di prodotti agricoli al massimo entro trenta giorni dalla consegna della merce. Il Decreto ha avuto tuttavia l'indubbio merito di sancire la correttezza etica e contrattuale che deve contraddistinguere il rapporto tra i fornitori e la distribuzione.

Oltre ai riferimenti di legge, per Conad Centro Nord esiste una serie di riferimenti normativi che struttura in modo specifico la relazione con i fornitori:

1. **L'accordo commerciale (contratto quadro)**, ovvero l'accreditamento. Inquadra le relazioni tra la Cooperativa e il fornitore, definendo alcuni aspetti fondamentali: caratteristiche dei prodotti, fatture e fatturazione, logistica, vizi dei prodotti, oltre all'adesione del fornitore al Codice Etico di Conad Centro Nord.
2. **L'elenco specifico delle buone prassi e delle pratiche commerciali sleali**. Si tratta degli indirizzi che le grandi associazioni europee dei distributori hanno condiviso, in coincidenza della nuova Normativa UE, per il miglioramento dei rapporti con i fornitori e il maggior vantaggio dei consumatori.
3. **Il Codice Etico** di Conad Centro Nord.

Forniture e Codice Etico

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

4. **I protocolli specifici obbligatori per i nuovi fornitori** su: garanzie igienico-sanitarie, procedure di rintracciabilità e allarme rapido, privacy, etichette logistiche.
5. **Prassi e concorrenza**: un elemento qualificante per nuovi prodotti e fornitori è la presenza e disponibilità sul mercato competitivo (concorrenti, altri canali distributivi).

Per la costruzione e il mantenimento di una buona relazione con i fornitori non sono però sufficienti gli aspetti contrattuali e formali: anche per i fornitori sono fondamentali altri elementi, tra cui principalmente la reputazione, la conoscenza diretta del category manager cui spetta in maniera responsabile – ancorché discrezionale – la proposta di inserimento di prodotti e fornitori.

In casi specifici, si attivano infine indagini ad hoc di tipo finanziario (visure camerali, indagini sulla solvibilità, ecc.) e di controllo qualità (analisi prodotto, indagini tecniche su conformità delle etichette, ecc.).

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

violazione del Codice e ad adottare e attuare, se necessario, procedure idonee a prevenire tali violazioni". Gli articoli del Codice Etico a cui l'accordo commerciale rimanda sono rispettivamente il 19 e il 26, che conviene riportare integralmente:

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

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

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

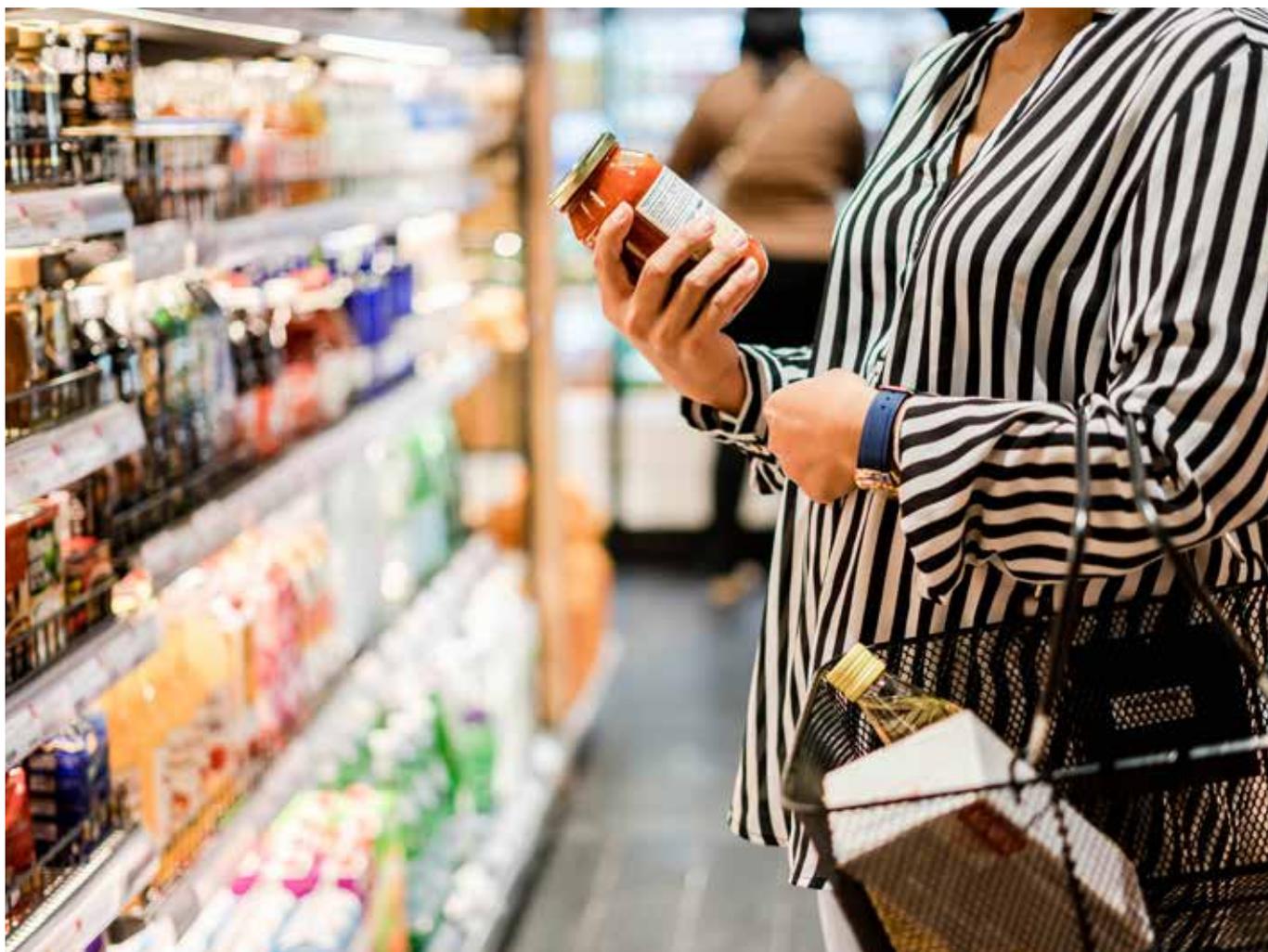
26. COLLABORAZIONE CON I FORNITORI

La Cooperativa seleziona i fornitori attraverso adeguati controlli atti a rilevare il rispetto delle normati-

ve, la tutela della salute, la qualità dei prodotti, l'etica dei comportamenti.

La Cooperativa, nel perseguire l'interesse dei Soci, intende i propri fornitori come partner e lavora per la costruzione di un rapporto di fiducia e di una visione condivisa del lavoro e del servizio. Come si vede, il Socio, per gli acquisti diretti, deve

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



06. Ambiente



L'impegno per la sostenibilità ambientale

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

LOGISTICA E TRASPORTI

Nel 2020 la logistica di Conad Centro Nord ha dovuto far fronte a un incremento sostanziale del numero di consegne e di colli trasportati dovuto allo sviluppo della rete di vendita con l'acquisizione dei negozi ex-Auchan e all'aumento dei volumi richiesti, in conseguenza dell'esplosione della pandemia di Covid-19. Ciononostante, grazie alla razionalizzazione logistica con lo sdoppiamento dei magazzini fra Emilia e Lombardia e al processo di ottimizzazione dei trasporti, è stato possibile ridurre considerevolmente le emissioni inquinanti. L'ottimizzazione dei trasporti in particolare è stata ottenuta grazie ad una nuova pianificazione di agende di consegna e di ridefinizione di flussi e tratte che hanno portato a raggi chilometrici medi di viaggio sensibilmente più bassi.

In sintesi, pur facendo fronte ad uno sviluppo enorme

Il nostro impegno in favore della sostenibilità ambientale ha portato a importanti risultati grazie alla riorganizzazione della logistica e dei trasporti, alla gestione dei rifiuti e alla riduzione dei consumi

e dovendo trasportare un numero molto più elevato di colli, è stato abbattuto il raggio medio del trasporto portando alla percorrenza di meno chilometri rispetto all'anno precedente e a una rilevante riduzione delle emissioni di CO₂, oltre che a un importante risparmio di risorse.

SVILUPPO DEI TRASPORTI	2019	2020	Delta %
Tot. km percorsi	9.499.716	8.685.891	-9%
N. colli trasportati	63.292.331	81.801.782	29%
N. viaggi	49.615	64.693	30%



IMPATTO AMBIENTALE E EFFICIENZA ENERGETICA

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

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



**Riduzione pari a oltre
537 tonnellate di
emissioni di CO₂**



**Riduzione pari a oltre
58 tonnellate di rifiuti**



**Risparmio pari a 536
metri cubi di legno**

Fonte: CHEP Italia

Nei nuovi punti vendita e in quelli soggetti a ristrutturazione vengono adottate le più recenti soluzioni tecnologiche per favorire risparmio energetico e riduzione dei consumi.

Nelle nuove costruzioni i pannelli prefabbricati (anch'essi in materiale isolante), vengono completati con una parte interna integrata con materiale isolante. Con questa combinazione si riescono a garantire elevatissimi standard di isolamento dall'ambiente esterno permettendo così una maggiore efficienza degli impianti di riscaldamento e raffrescamento, che si traduce in minori consumi e costi.

Tutti i frigoriferi sono dotati di chiusura automatica per ridurre al massimo la dispersione di freddo nell'ambiente; viene poi utilizzata una recente soluzione tecnologica (impianti transcritici) che permette il funzionamento dei frigoriferi con il solo gas CO₂, eliminando così l'impiego di gas fluorurati.

Per l'illuminazione interna ed esterna vengono installate lampade led. Le strutture vengono progettate in modo da poter sfruttare al massimo l'illuminazione naturale.

Nei nuovi supermercati vengono installati impianti fotovoltaici sulla copertura: una tecnologia che permette di produrre energia pulita sfruttando la luce del sole, fonte rinnovabile che riduce in modo significativo le emissioni inquinanti in atmosfera.



Per quanto riguarda le colonnine di ricarica per auto elettriche, nel corso del 2020, in virtù dell'accordo a livello nazionale tra Conad ed Enel X, sono state installate altre 4 colonnine nei parcheggi dei seguenti punti vendita:

- Campus (PR) (quick recharge - fino a 22kW in corrente alternata)

- Bernareggio (MB) (fast recharge – fino a 50kW in corrente continua)
- Bagnolo Mella (BS) (fast recharge – fino a 50kW in corrente continua)
- Felino (PR) (quick recharge - fino a 22kW in corrente alternata)

A livello statistico il numero di ricariche effettuate presso le nostre colonnine nel 2020 è stato di 3.673 per 59.612 kWh. Il tempo di ricarica medio è stato di 84 minuti (80 minuti di media per le fast – 100 minuti di media per le quick).

Complessivamente sono 20 le colonnine di ricarica attive nei parcheggi della rete (7 “fast” e 13 “quick”), senza considerare quelle già preesistenti o per le quali ha provveduto direttamente il comune all’installazione su parcheggi pubblici.

Nel 2020 sono state implementate nuove colonnine di ricarica per le auto elettriche nei nostri parcheggi, riconfermando il nostro impegno per una viabilità sostenibile

La gestione dei rifiuti

RACCOLTA DIFFERENZIATA E RICADUTE AMBIENTALI

Nel 2020 i punti vendita della rete Conad Centro Nord hanno effettuato la raccolta differenziata di carta e cartone, plastica e legno per **oltre 9,7 milioni di kg**.

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

PROVINCIA / COMUNE	CARTA E CARTONE	PLASTICA	LEGNO
Bergamo	1.466.753	34.560	-
Almè	22.390	-	-
Almenno San Bartolomeo	97.860	7.880	-
Alzano Lombardo	54.390	-	-
Bolgare	39.830	-	-
Boltiere	6.800	-	-
Bonate Sotto	55.240	4.060	-
Canonica d'Adda	49.620	6.560	-
Capriate San Gervasio	62.960	3.340	-
Clusone	163.710	-	-
Cologno al Serio	140.040	7.060	-
Dalmine	91.790	-	-
Ghisalba	82.020	-	-
Grumello del Monte	49.990	-	-
Lefte	57.320	-	-
Romano di Lombardia	121.780	-	-
San Paolo d'Argon	25.050	-	-
Sarnico	101.760	-	-
Torre Boldone	69.300	-	-

PROVINCIA / COMUNE	CARTA E CARTONE	PLASTICA	LEGNO
Urgnano	100.120	5.660	-
Zogno	74.783	-	-
Brescia	1.718.689	37.380	8.888
Bagnolo Mella	75.730	-	-
Bedizzole	38.280	-	-
Borgosatollo	27.730	990	-
Botticino	42.706	697	615
Bovezzo	57.263	832	265
Brescia	354.246	17.415	6.092
Capriolo	80.500	-	-
Carpenedolo	56.990	-	-
Darfo Boario Terme	33.180	-	-
Desenzano	14.500	-	-
Esine	58.070	-	-
Gussago	88.510	-	-
Iseo	76.530	-	-
Maclodio	41.932	2.313	-
Padenghe	58.270	-	1.890
Palazzolo sull'Oglio	94.660	11.640	-
Pontevedico	62.080	-	-
Rodengo Saiano	88.282	2.910	-
Roncadelle	58.100	83	26
Rovato	51.760	-	-
Salò	65.690	-	-
Toscolano Maderno	20.520	500	-
Travagliato	86.520	-	-
Urago d'Oglio	28.710	-	-
Verolanuova	57.930	-	-
Como	43.930	-	-
Mozzate	43.930	-	-
Cremona	216.150	-	-
Casalmaggiore	66.760	-	-
Crema	112.790	-	-
Cremona	-	-	-
Offanengo	-	-	-
Piadena	36.600	-	-
Lecco	105.470	2.760	2.220
Calolziocorte	-	-	-
Casatenovo	36.660	-	-
Lecco	45.580	2.760	2.220
Osnago	23.230	-	-
Lodi	262.550	-	18.100
Casalpusterlengo	69.410	-	-
Codogno	49.320	-	8.800

PROVINCIA / COMUNE	CARTA E CARTONE	PLASTICA	LEGNO
Lodi	91.580	-	-
San Rocco al Porto	52.240	-	9.300
Sant'Angelo Lodigiano	-	-	-
Monza Brianza	175.480	1.720	-
Bernareggio	83.760	-	-
Carate Brianza	38.520	-	-
Lissone	50.160	1.720	-
Vedano al Lambro	3.040	-	-
Milano	1.139.590	1.730	1.630
Arese	68.620	1.370	1.350
Casarile	61.220	-	-
Cernusco sul Naviglio	206.100	-	-
Inveruno	43.510	-	-
Inzago	-	-	-
Lacchiarella	103.660	-	-
Lainate	56.140	360	100
Milano	394.220	-	-
Motta Visconti	32.100	-	-
San Colombano al Lambro	18.090	-	-
Sesto San Giovanni	29.760	-	180
Trezzano sul Naviglio	10.850	-	-
Trezzo sull'Adda	115.320	-	-
Mantova	252.750	-	-
Castel Goffredo	59.940	-	-
Castellucchio	31.360	-	-
Castiglione delle Stiviere	56.740	-	-
Gonzaga	33.800	-	-
Marmirolo	-	-	-
Suzzara	70.910	-	-
Piacenza	660.760	12.650	-
Alseno	25.750	-	-
Castell'Arquato	88.610	2.570	-
Fiorenzuola d'Arda	72.230	-	-
Piacenza	280.440	10.080	-
Podenzano	33.540	-	-
Pontenure	51.490	-	-
Rivergaro	66.660	-	-
San Giorgio Piacentino	42.040	-	-
Parma	1.756.180	61.340	28.720
Borgotaro	89.000	12.520	-
Busseto	52.590	-	-
Colorno	72.600	7.020	-
Felino	120.320	12.640	6.340
Fidenza	239.120	9.560	6.520

PROVINCIA / COMUNE	CARTA E CARTONE	PLASTICA	LEGNO
Fontanellato	74.040	-	-
Langhirano	81.220	-	-
Montechiarugolo	42.040	-	-
Noceto	86.840	-	-
Parma	546.960	5.360	8.060
Riccò di Forno	113.160	9.640	7.800
Salsomaggiore	58.440	4.600	-
San Pancrazio	32.260	-	-
San Secondo	59.640	-	-
Soragna	27.350	-	-
Traversetolo	60.600	-	-
Pavia	122.240	-	-
Casorate Primo	99.640	-	-
Vigevano	22.600	-	-
Reggio Emilia	1.403.270	11.860	3.310
Albinea	36.690	-	-
Arceto di Scandiano	22.560	-	-
Bibbiano	54.320	-	-
Bibbiano Todis	21.020	-	-
Cadelbosco di Sopra	61.920	-	-
Casalgrande	74.860	-	-
Cavriago	81.430	-	-
Correggio	95.550	-	-
Fabbrico	28.880	-	-
Guastalla	-	-	-
Montecavolo	83.340	-	-
Poviglio	85.580	5.680	-
Reggio Emilia	530.440	4.340	-
Reggiolo	-	-	-
Rio Saliceto	49.990	1.840	3.310
Rubiera	59.300	-	-
Sant'Ilario d'Enza	89.270	-	-
Taneto di Gattatico	28.120	-	-
Sondrio	36.260	-	-
Villa di Tirano	36.260	-	-
Varese	233.350	-	-
Angera	61.560	-	-
Caronno Pertusella	37.830	-	-
Gorla Minore	66.560	-	-
Vergiate	67.400	-	-
Totale complessivo	9.593.422	164.000	62.868

Attraverso l'avvio al riciclo dei materiali sopra indicati – quindi non destinandoli a smaltimento o distruzione attraverso il ciclo dei rifiuti ma trasformando gli stessi

in nuovi prodotti – le ricadute ambientali sono notevoli. Ad esempio, per la carta ed il cartone:

RICADUTE AMBIENTALI

	Carta e cartone	Unità di misura
Materiale raccolto ed avviato al recupero da CCN	9.593	ton
Alberi risparmiati (1 ogni 70 kg di carta riciclata)	137.043	numero
CO ₂ risparmiata (1,3 ogni kg di carta)	12.471	ton
Tonnellate equivalenti di petrolio (1 ton CO ₂ ogni 0,335 TEP)	4.178	ton
	Plastica	Unità di misura
Materiale raccolto ed avviato al recupero da CCN	164	ton
CO ₂ risparmiata (1,39 kg ogni kg di plastica)	228	ton
Tonnellate equivalenti di petrolio (1 ton CO ₂ ogni 0,335 TEP)	76	ton

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

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

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

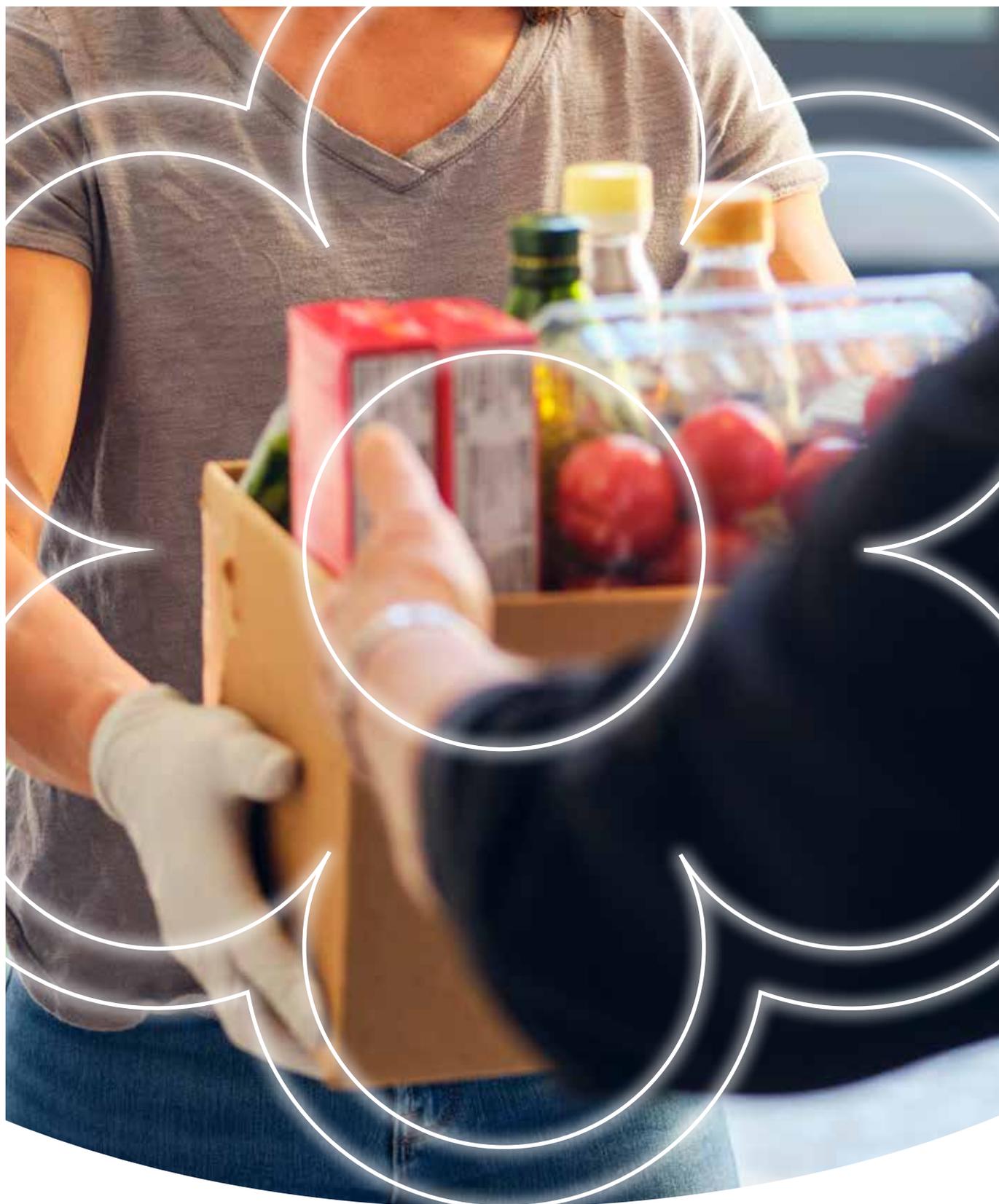
SCONTI PER AVVIO AL RECUPERO

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

no di aver autonomamente avviato al recupero – e non al ciclo dei rifiuti – determinati quantitativi di materiale oggetto di raccolta differenziata), nel 2020 sono stati concessi sconti pari a 323.609 euro.

PROVINCIA	RIDUZIONI €		
	2018	2019	2020
BG	17.537	18.494	19.603
BS	13.046	12.061	13.035
LC	613	4.289	1.797
LO	12.447	24.407	25.619
MB	4.241	3.632	-
MI	1.549	6.275	31.333
MN	11.725	11.547	3.778
PC	60.871	64.839	60.406
PR	74.724	77.690	67.425
PV	3.144	3.061	3.402
RE	98.486	102.539	90.528
SO	-	-	-
VA	12.984	2.485	6.683
Totale	311.366	331.318	323.609

07. Territorio e Comunità



Le iniziative per il territorio

Il modello Conad continua a evolvere attorno alla figura del Socio che opera e vive all'interno di relazioni di prossimità instaurate nel corso degli anni con i Clienti e i territori. Queste sono le fondamenta su cui Conad Centro Nord promuove la creazione di valore condiviso nelle comunità locali, proponendosi come riferimento per lo sviluppo economico, sociale e culturale delle comunità in cui opera.

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

Nel primo trimestre 2020, anche il territorio in cui opera Conad Centro Nord è stato colpito dall'emergenza sanitaria causata dalla pandemia di Covid-19; la Cooperativa ha posto in essere attività straordinarie per garantire a tutta la comunità un sostegno concreto come ha sempre fatto nelle situazioni di emergenza quali, ad esempio, il terremoto del 2012. Parte del budget annuale destinato alle sponsoriz-

Conad Centro Nord promuove la creazione di valore condiviso nelle comunità locali, proponendosi come riferimento per lo sviluppo economico, sociale e culturale

zazioni è stato pertanto riallocato, pur mantenendo molti impegni, per destinare più risorse possibili agli importanti interventi di beneficenza avviati nei diversi territori.

Complessivamente tra sponsorizzazioni, erogazioni liberali e attività di charity che hanno coinvolto i Clienti, Conad Centro Nord ha destinato al territorio una somma pari a **2,8 milioni di euro**.

RESPONSABILITÀ SOCIALE (INVESTIMENTO IN INIZIATIVE SOCIALI E SOLIDARIETÀ)	(IN €)		
	2018	2019	2020
Capitale versato dai Soci			
Iniziativa territoriali	843.648	877.394	1.899.064
Colletta alimentare	8.850	9.000	-
Capitale versato dalla Cooperativa	730.668	822.327	952.609
di cui erogazioni liberali	50.070	70.435	403.137
di cui attività charity - derivanti da punti fedeltà	41.870	39.630	77.115
di cui attività charity - derivanti da raccolta fondi	90.000	85.200	90.000
Attività straordinarie territoriali	15.729	18.557	-
Totale	1.598.895	1.727.278	2.851.674

Nel 2020 la Cooperativa ha contribuito a realizzare 59 iniziative con investimenti per oltre 952 mila euro; ciò ha permesso a Conad Centro Nord di essere presente in oltre 60 conferenze stampa che hanno prodotto circa 300 uscite media ad esse correlate (presenze TV e quotidiani).

La ripartizione per ambito, a causa della pandemia, vede il sociale come principale sfera di investimento

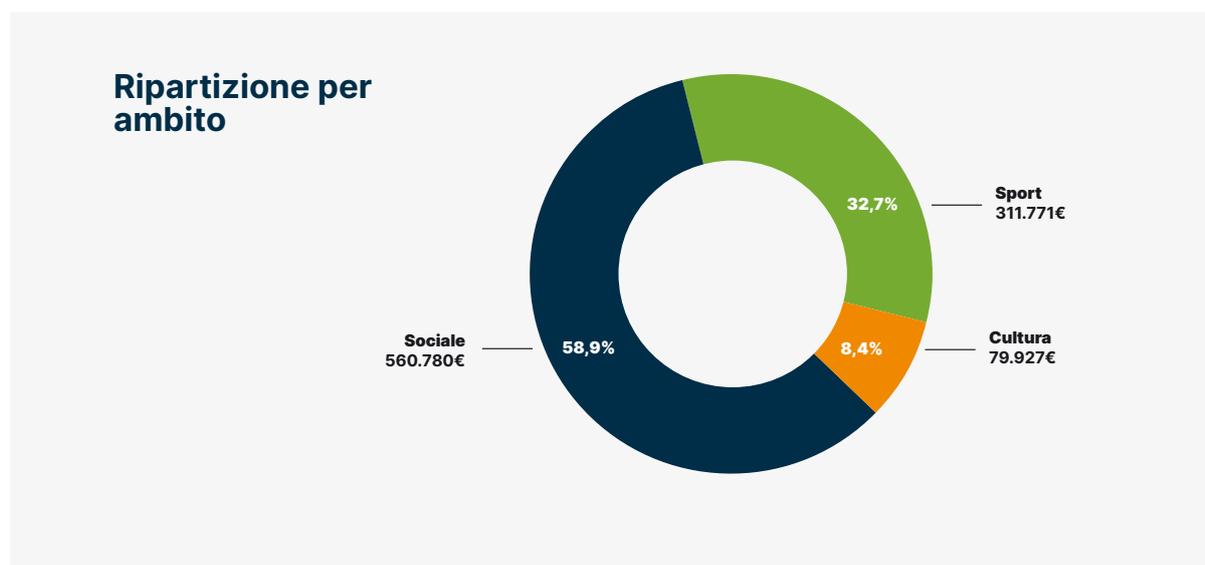
al 59%, seguito dallo sport al 33% e dalla cultura al 8%. La pandemia ha condizionato anche la distribuzione degli investimenti per provincia, perché diverse attività sono state realizzate sull'intera rete (per circa il 43% dell'investimento totale); al netto di queste iniziative interprovinciali, le province in cui si è investito maggiormente sono state Reggio Emilia (28%), Parma (16%) e Milano (8%).

NUMERO DI INIZIATIVE SOSTENUTE DALLA COOPERATIVA

	2018	2019	2020
Cultura	38	39	27
Sport	29	30	14
Sociale	19	22	18
Totale	86	91	59

RIPARTIZIONE PER AMBITO

	Importo in €	%
Cultura	79.927	8,4
Sociale	560.780	58,9
Sport	311.771	32,7
Totale	952.477	100



RIPARTIZIONE PER PROVINCIA

	Totale in €	%
Interprovinciale	407.115	43
BG	19.000	2
BS	13.500	1
CR	2.500	0
MI	78.500	8
PC	16.998	2
PR	147.962	16
RE	267.002	28
Totale	952.477	100

Il coinvolgimento delle comunità

Durante la prima emergenza sanitaria legata alla diffusione del Covid-19, tra marzo e luglio 2020, Conad Centro Nord ha avviato iniziative di solidarietà e collaborazioni con ospedali, associazioni, parrocchie e volontari; in parallelo, ha garantito continuità di servizio e di approvvigionamento grazie all'impegno dei propri Soci e addetti nei punti vendita, salvaguardando la salute di migliaia di collaboratori e Clienti.

Nell'arco di poche settimane, infatti, la comunità si è trovata a dover fronteggiare un nemico invisibile, il Covid-19, e le relative conseguenze a livello economico e sociale, come l'emergere di nuove povertà e la solitudine delle persone più fragili. Grazie al sostegno di istituzioni e associazioni di volontariato Conad ha consegnato **spese a domicilio** a chi non era nelle condizioni di poter-

si recare in punto vendita a fare la spesa, come anziani soli, cittadini disabili, persone affette da Coronavirus o in isolamento domiciliare fiduciario, e ha organizzato nei punti vendita "**Spesa sospesa**", un'iniziativa a sostegno delle famiglie in condizioni di disagio economico maggiormente colpite dall'emergenza Covid-19.

Per ricordare l'impegno concreto dei Soci e della Cooperativa, è stato realizzato un docuvideo dal titolo "Conad Centro Nord: il valore della Comunità nei giorni del Covid" che, attraverso i ricordi dei primi giorni dell'emergenza sanitaria, racconta i valori di unità nazionale che il Paese ha saputo dimostrare, in cui ogni soggetto ha fatto la propria parte per contribuire al sostegno delle fasce più colpite della popolazione.

Molte sono state le iniziative organizzate da Conad Centro Nord per fronteggiare l'emergenza del Covid-19, tra iniziative, donazioni e volontariato sempre a sostegno delle persone più in difficoltà



A inizio marzo Conad Centro Nord ha dato voce ai propri stakeholder attraverso un percorso di engagement che ha coinvolto direttamente tutti i soggetti della filiera nell'iniziativa "**Unisciti a noi**" che ha visto coinvolte tutte le 15 province in cui opera a favore di oltre 50 ospedali.

Circa 36 mila donazioni (fra punti fedeltà e contributi in denaro) da parte dei Clienti hanno permesso di raccogliere oltre 120 mila euro che si sono andati a sommare ai circa 790 mila euro devoluti da Conad Centro Nord, dai Soci imprenditori dei punti vendita e dai collaboratori Conad grazie al Payroll Giving.

La somma complessiva raggiunta è stata di oltre 900 mila euro, che sono stati devoluti alle Aziende Socio Sanitarie Territoriali coinvolte tra Emilia Romagna e Lombardia: 686 mila euro in Lombardia a sostegno di oltre 40 strutture ospedaliere, 214 mila euro in Emilia Romagna per 9 strutture ospedaliere.

A fine marzo Conad ha donato a livello nazionale 3 milioni di euro a due strutture ospedaliere in prima linea nel contenimento e contrasto dell'epidemia di Coronavirus: lo Spallanzani di Roma e il Sacco di Milano. A favore di quest'ultimo sono andati i 330 mila euro donati da Conad Centro Nord.

UNISCITI A NOI - LE DONAZIONI					(IN €)
Province	Importo	Dipendenti	Clienti	Conad Centro Nord	DONATO
RE	73.500	10.472	15.508	-	100.000
BS	69.500	-	17.767	-	87.000
BG	65.000	-	19.265	-	84.000
PR	59.500	-	17.810	-	77.000
MI	56.250	-	11.088	-	67.200
PC	26.500	-	10.766	-	37.000
CR	20.000	-	11.183	-	31.000
LC	13.500	-	3.467	-	17.000
MN	11.000	-	940	-	12.000
LO	9.500	-	2.258	-	11.800
VA	9.500	-	3.547	-	13.000
MB	9.000	-	374	-	9.300
CO	6.000	-	650	-	6.600
SO	6.000	-	4.664	-	10.500
PV	4.500	-	867	-	5.300
CONAD CENTRO NORD	-	-	-	330.000	330.000
Totale complessivo	439.250	10.472	120.154	330.000	898.700



Nel mese di dicembre è stata riproposta in versione rivisitata la campagna **“Anolino solidale”** promossa da Parma Facciamo Squadra a favore del progetto **“Non Più Soli”**, che promette di rendere sempre più fitta la rete che sostiene le persone sole e fragili. In poco più di un mese sono stati raccolti 60.265 euro, diventati 210 mila con l'effetto moltiplicatore di Fondazione Cariparma, Barilla e Chiesi Farmaceutici.

Conad Centro Nord, data l'impossibilità di produrre gli anolini con l'ausilio dei volontari, ha acquistato e donato 1500 chili di anolini “ingaggiando” un piccolo pastificio artigianale e un folto gruppo di chef, in gran parte ristoratori di Parma Quality Restaurants. La raccolta fondi è avvenuta tramite la vendita nei supermercati Conad in città e provincia.

In occasione della partecipazione al progetto **"Natale a Reggio"**, per ognuna delle tremila luci led dell'albero di Natale di Piazza Prampolini, Conad Centro Nord ha donato 1 euro alla sede reggiana di CSV Emilia (Centro di Servizio per il Volontariato) impegnata, tra gli altri, nei progetti della **"Prossima spesa"** in aiuto dei cittadini in difficoltà economica.



A confermare il sostegno della Cooperativa alla salvaguardia della salute, è stata realizzata anche nel 2020 l'iniziativa solidale **"Natale Prezioso"** che si propone ogni anno, con nomi e protagonisti differenti, di raccogliere fondi all'interno dei punti vendita a favore di sei strutture ospedaliere del territorio che si occupano di cure per i bambini.



NATALE PREZIOSO

Città	Progetti sostenuti	Donazione (IN €)
Bergamo	A favore del progetto "Giocamico" dell'Ospedale Papa Giovanni XXIII di Bergamo	19.000
Brescia	A favore del progetto "Giocamico" dell' Ospedale dei Bambini di Brescia - Psicologia Clinica	13.500
Parma	Per il nuovo reparto di terapia intensiva pediatrica dell'Ospedale dei Bambini di Parma	13.000
Piacenza	A favore dell'Associazione Insieme per l'Hospice di Piacenza	6.500
Reggio Emilia	A favore dell'Associazione CURARE ONLUS dell'Arcispedale S. Maria Nuova di Reggio Emilia	22.000
Milano	A favore del progetto "#Bambini Speciali" dell'Ospedale dei Bambini Buzzi di Milano	16.000
Totale complessivo		90.000

Data la grave crisi sociale acuita dalla pandemia, nel 2020 si sono moltiplicate le iniziative di raccolte alimentari a sostegno dei circuiti solidali.

L'appuntamento annuale con la **Colletta del Banco Alimentare** di novembre non è mancato, pur avendo l'iniziativa cambiato forma per motivi di sicurezza. Per tutti i Clienti è stato possibile acquistare una card da 2, 5 o 10 euro (in cassa o online) e donare l'importo contribuendo alla raccolta fondi per l'acquisto di prodotti di prima necessità.



La raccolta alimentare targata Conad Centro Nord **"Dona una spesa"**, organizzata da 7 anni da Centro Servizi Volontariato Emilia di Parma (allora Forum Solidarietà) per la prima volta è stata estesa ai territori di Piacenza, Reggio Emilia, Brescia e Bergamo. Il 26 settembre oltre 1500 volontari di piccole e grandi asso-

ciazioni, a fianco degli Empori solidali e delle Caritas, hanno reso possibile raccogliere quasi 92 tonnellate di generi non deperibili e di prima necessità su circa 160 punti vendita; migliaia di cittadini hanno trasformato il gesto quotidiano della spesa in un gesto generoso.

RACCOLTE ALIMENTARI E CIRCUITI SOLIDALI

(IN KG)

Colletta Banco Alimentare	2018	2019	2020
totale kg di prodotti	162.390	167.715	75.033
Totale valore	533.208	550.692	186.356

RACCOLTA "DONA UNA SPESA"

(IN KG)

	2018	2019	2020
Parma	15.600	19.785	17.569
Reggio Emilia	-	-	22.768
Piacenza	-	-	9.271
Bergamo	-	-	24.458
Brescia	-	-	17.900
Totale Raccolto DONA UNA SPESA	15.600	19.785	91.966

Nonostante la riallocazione di risorse dovuta all'emergenza sanitaria, Conad Centro Nord ha mantenuto il suo interesse nella valorizzazione dello **sport** sostenendo alcune associazioni e iniziative sportive territoriali quali il **Duathlon Conad Kids** in collaborazione con il Cus Parma, il progetto **"Go-All"** che promuove l'attività motoria dei bambini dai 2 ai 6 anni, il **torneo di calcio Conad Cup** (categoria pulcini), il **Torneo Sappori&Dintorni Golf Parma**, **Astra Calcio Parma**, con l'obiettivo di favorire lo sviluppo della pratica sportiva

tra i giovani e promuovere la cultura della corretta alimentazione e di corretti stili di vita.

È stata confermata anche la partnership con **Baseball Parma**, **Valorugby Emilia**, **Zebre Rugby**, **Conad Volley Tricolore**, **Reggio Audace (AC Reggiana 1919)** nonostante la sospensione dell'attività agonistica e la chiusura al pubblico degli impianti abbia limitato la valorizzazione della partnership a contenuti prettamente digitali.



È stata rinnovata inoltre la partnership con **Cus Milano Rugby** che da sempre favorisce l'inclusione sociale dei giovani delle periferie di Milano attraverso il rugby (in particolare tramite la riqualificazione di campi da rugby nei quartieri periferici di Milano). Nei primi mesi della pandemia i giocatori e allenatori della squadra si sono resi disponibili a collaborare al progetto **"Aiutarci"** per la consegna delle spese a domicilio alle persone anziane o a rischio.

Conad Centro Nord ha confermato il suo interesse nella valorizzazione dell'ambito culturale, sostenendo diverse iniziative: sono stati sponsorizzati festival e rassegne teatrali, musicali e gastronomiche per lo più nel periodo estivo, nel rispetto delle normative Covid. Nei primi mesi dell'anno è continuata la liaison tra cultura e impresa per promuovere la partecipazione alla cultura e al benessere sociale, obiettivo della sinergia con il **Teatro delle Briciole**, il teatro ragazzi di Parma, che ha permesso la donazione di 250 ingressi agli spettacoli della rassegna primaverile, per i bambini e le loro famiglie.

Conad Centro Nord ha rinnovato la sua partecipazione al **"Gola Gola Festival"** con il Cooking Show della chef stellata Patrizia Grossi della Compagnia degli Chef, testimonial della linea Sapori&Dintorni.

Conad Centro Nord è stata sponsor anche di **#Restate 2020**, rassegna di 220 appuntamenti estivi e della serata **"Reggio per Reggio"**, in cui nel centro città si è tenuta la cena benefica di ringraziamento per medici e operatori sanitari dell'Arcispedale Santa Maria Nuova, il cui ricavato è andato a favore di quest'ultimo.

A Crema per il terzo anno si è ribadito l'impegno a favore della rassegna **"I Mondi di Carta"**, il festival cultural-gastronomico svoltosi negli spazi della Fondazione San Domenico; a Parma Conad ha sostenuto da giugno a settembre l'**"Insolito Festival"**, la rassegna di spettacoli, incontri, esplorazioni urbane per adulti e bambini, che punta a rafforzare la relazione tra il teatro e la città, tra un crocevia di pensieri e linguaggi artistici sul mondo e un insieme di spazi urbani che sono soprattutto una comunità di persone. Sono state confermate anche le partnership con i fe-

Conad Centro Nord conferma il suo interesse nella valorizzazione dell'ambito culturale sostenendo diverse iniziative in campo artistico

stival di circo contemporaneo **"Tutti Matti per Colorno"** e **"Dinamico Festival"** a Reggio Emilia.

Non è mancato il sostegno alle iniziative estive de **La Toscanini**, impegnata nella tournée "Aemilia" in regione; per le date in programma al parco della musica di Parma, Conad Centro Nord ha offerto i biglietti d'ingresso ai clienti possessori di carte Conad fino ad esaurimento scorte. Lo stesso appoggio è stato offerto al **"Barezzi Festival"**, evento musicale tra sperimentazione e recupero della tradizione, prodotto dal Teatro Regio di Parma, che per quest'anno si è svolto in streaming ottenendo ulteriore successo.

A favore del **Teatro Due** di Parma è stata supportata la stagione dell'arena estiva; a **Fondazione I Teatri** di Reggio Emilia è andato il sostegno per **"Opera Camion"**, versione di un solo atto de il Barbiere di Siviglia realizzata su un camion, un modo per rendere l'opera accessibile nei contenuti, nella durata e negli spazi.

A novembre la Cooperativa è stata main sponsor della rassegna **"A cura delle donne"** voluta dall'Assessorato alle Pari Opportunità del Comune di Parma per offrire un autorevole focus per celebrare la giornata internazionale contro la violenza. Un triplice appuntamento, in streaming, che ha visto protagoniste donne italiane impegnate a vari livelli su questo importante tema: Michela Murgia, Chiara Valerio, Lella Costa, Cathy La Torre, Serena Dandini. Per ogni partecipazione allo streaming, Conad ha offerto 1 euro al Centro Antiviolenza di Parma.

Volontariato d'impresa #UnGiornoSpesoBene

Il 2020 è stato caratterizzato anche dalla realizzazione del progetto pilota di volontariato d'impresa Conad Centro Nord, fortemente voluto dalla direzione aziendale e messo a punto da un gruppo di lavoro che ha dato il via a **"Un giorno speso bene"**; con questo progetto Conad Centro Nord incoraggia e organizza la partecipazione concreta dei dipendenti della Cooperativa alla vita della comunità locale, a sostegno di organizzazioni no profit durante l'orario di lavoro o con un corrispondente recupero delle ore effettuate. Si tratta di un'iniziativa utile non solo per migliorare il mondo che ci circonda, ma anche per fare squadra tra colleghi e per passare un po' di tempo insieme riscoprendo l'importanza del fare comunità.

All'edizione pilota hanno aderito 23 dipendenti che il 26 settembre hanno collaborato alla raccolta alimentare **"Dona una Spesa"** di Reggio Emilia, e offerto un aiuto, tra settembre e dicembre, all'Emporio Solidale di Parma (market solidale a supporto di famiglie in difficoltà economica).



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

Stampato da
Tipolitografia L'OLMO
Montecchio Emilia (RE)



Conad Centro Nord Società Cooperativa

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