

BILANCIO SOCIALE 2016



PERSONE AMBIENTE
FORNITORI TERRITORIO SOCIAL
VALORI CODICE ETICO INCLUSIVITÀ
DIPENDENTI PERSONE AMBIENTE CONSUM
STENIBILITÀ FORNITORI TERRITORIO SOCIAL
MUNITÀ VALORI CODICE ETICO INCLUSIVITÀ
OCI DIPENDENTI PERSONE AMBIENTE CONSI
STENIBILITÀ FORNITORI TERRITORIO SOCIAL
MUNITÀ VALORI CODICE ETICO INCLUSIVITÀ
CI DIPENDENTI PERSONE AMBIENTE CONSUM
STENIBILITÀ FORNITORI TERRITORIO SOCIAL
MUNITÀ VALORI CODICE ETICO INCLUSIVITÀ
BIENTE CONSUMATORI SOSTENIBILITÀ FORN
RRITORIO SOCIALE COMUNITÀ VALORI CODI
CO INCLUSIVITÀ IDENTITÀ SOCI DIPENDENTI
PERSONE AMBIENTE CONSUMATORI SOSTENIBI
FORNITORI TERRITORIO SOCIALE COMUNITÀ VI

DIECI, CENTO, MILLE COMUNITÀ

enti Persone Ambiente Sostenibilità Fornito
Comunità Valori Codice Etico Inclusività Ide
Persone Ambiente Consumatori Sostenibilit
rio Sociale Comunità Valori Codice Code
ntità Soci Dipendenti Persone Ambiente Co
Fornitori Territorio Sociale Comunità Valo
Persone Ambiente Consumatori Sostenibilit
ciale Comunità Valori Codice Etico Incl

enti Persone Amb
ciale Comunit
Persone Amb
nità Val
sumat
Diper
ritorio
i Dip
ritorio
Diper
ritorio
i Dip
ritorio
i Dip
ciale C
enti Pe
Person
ciale C
Perso
ci

NDEN
PERSONE AM
CONSUMATO
SOSTENIBILITÀ
FORNITORI TER
SOCIALE COM
VALORI CODIC
NCLUSIVITÀ ID
SOCI DIPENDE
PERSONE AMB
CONSUMATOR
SOSTENIBILITÀ

PERSONE AM
CONSUMATO
SOSTENIBILITÀ
FORNITORI TER
SOCIALE COM
VALORI CODIC
NCLUSIVITÀ ID
SOCI DIPENDE
PERSONE AMB
CONSUMATOR
SOSTENIBILITÀ

PERSONE AM
CONSUMATO
SOSTENIBILITÀ
FORNITORI TER
SOCIALE COM
VALORI CODIC
NCLUSIVITÀ ID
SOCI DIPENDE
PERSONE AMB
CONSUMATOR
SOSTENIBILITÀ

PERSONE AM
CONSUMATO
SOSTENIBILITÀ
FORNITORI TER
SOCIALE COM
VALORI CODIC
NCLUSIVITÀ ID
SOCI DIPENDE
PERSONE AMB
CONSUMATOR
SOSTENIBILITÀ

PERSONE AM
CONSUMATO
SOSTENIBILITÀ
FORNITORI TER
SOCIALE COM
VALORI CODIC
NCLUSIVITÀ ID
SOCI DIPENDE
PERSONE AMB
CONSUMATOR
SOSTENIBILITÀ

PERSONE AM
CONSUMATO
SOSTENIBILITÀ
FORNITORI TER
SOCIALE COM
VALORI CODIC
NCLUSIVITÀ ID
SOCI DIPENDE
PERSONE AMB
CONSUMATOR
SOSTENIBILITÀ

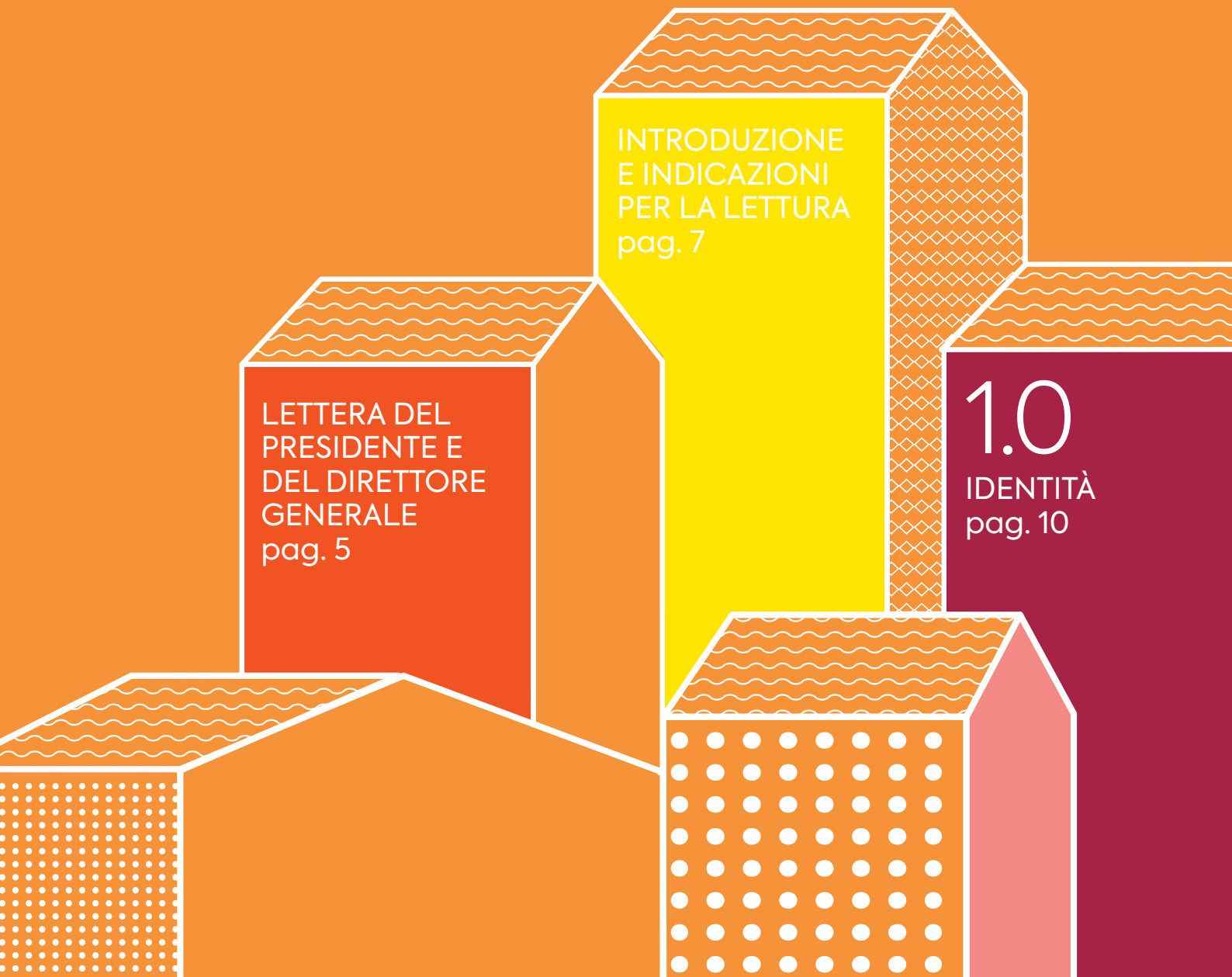
PERSONE AM
CONSUMATO
SOSTENIBILITÀ
FORNITORI TER
SOCIALE COM
VALORI CODIC
NCLUSIVITÀ ID
SOCI DIPENDE
PERSONE AMB
CONSUMATOR
SOSTENIBILITÀ

PERSONE AM
CONSUMATO
SOSTENIBILITÀ
FORNITORI TER
SOCIALE COM
VALORI CODIC
NCLUSIVITÀ ID
SOCI DIPENDE
PERSONE AMB
CONSUMATOR
SOSTENIBILITÀ



BILANCIO SOCIALE
2016

INDICE

The background features a stylized cityscape of 3D buildings. The buildings are rendered in various colors (orange, yellow, red, purple) and patterns (wavy lines, diamonds, dots). The text is placed on the front faces of these buildings.

INTRODUZIONE
E INDICAZIONI
PER LA LETTURA
pag. 7

LETTERA DEL
PRESIDENTE E
DEL DIRETTORE
GENERALE
pag. 5

1.0
IDENTITÀ
pag. 10

4.0

CLIENTI
E CONSUMATORI
pag. 54

5.0

FORNITORI
pag. 64

3.0

DIPENDENTI
pag. 44

6.0

AMBIENTE
pag. 70

2.0

SOCI
pag. 36

7.0

TERRITORIO
E COMUNITÀ
pag. 80



“LA SOSTENIBILITÀ
DEL SISTEMA
CONAD”



PROMUOVIAMO UNA CRESCITA ATTENTA E INTEGRATA PER LO SVILUPPO SUL TERRITORIO

Il 2016 di Conad Centro Nord si è chiuso con buoni risultati sia per la rete di vendita che per la Cooperativa e con un'attenzione sempre crescente al bilanciamento delle componenti economiche, sociali e ambientali delle nostre performances.

La nostra crescita è basata sui pilastri della mutualità e della coesione fra Soci; anche in tempi difficili come l'ultimo decennio, contraddistinto da grandi cambiamenti nei comportamenti d'acquisto, non abbiamo perso la capacità di interpretare il mercato e il contesto in cui operiamo. Siamo consapevoli che il dialogo e la collaborazione con il territorio e con le comunità restano sempre la prima leva del nostro successo.

Rappresentiamo un osservatorio privilegiato sulla società, ne monitoriamo le esigenze non solo per incrementare il nostro business ma per essere un interlocutore sempre attento ai bisogni dei Clienti, dei dipendenti, dei nostri Soci. Sono i Soci infatti a rappresentare la nostra forza, sono loro che si mettono in ascolto dei bisogni delle comunità e creano gli spunti per rispondere alle loro richieste.

L'ottica del business ci ha visti protagonisti, insieme a Cattolica Assicurazioni e ad altre due Cooperative Conad, della sottoscrizione del Fondo Immobiliare Mercury, che ha lo scopo di consentire alle Imprese del sistema Conad di liberare risorse da dedicare integralmente allo sviluppo delle loro attività, migliorandone la competitività sul mercato e accelerando ulteriormente il percorso di crescita che caratterizza la strategia di Conad degli ultimi anni.

Cresciamo anche grazie al supporto del Consorzio centrale, alle grandi iniziative di comunicazione, allo sviluppo della marca del distributore e a strategie di marketing in grado di rafforzare la distintività del nostro Marchio.

Con le nuove aperture del 2016 si consolida la nostra volontà di penetrare sempre più capillarmente nel tessuto sociale con offerte mirate e format di vendita specializzati, sempre più in linea con le richieste dei consumatori.

Con queste basi siamo certi di poter crescere anche per il 2017, dialogando e collaborando con le forze più vitali del nostro territorio, mettendoci al servizio di tutti i nostri portatori di interesse e contribuendo attivamente alla crescita e allo sviluppo delle comunità in cui siamo attivi.

Marzio Ferrari
Presidente



Ivano Ferrarini
Direttore Generale



INTRODUZIONE E INDICAZIONI PER LA LETTURA

Quella che proponiamo è un'overview sulle attività del 2016 di Conad Centro Nord nell'ambito della Responsabilità Sociale.

Il documento è diviso in due parti: nella prima ripercorreremo in breve la mission della Cooperativa, 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 2016.

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:

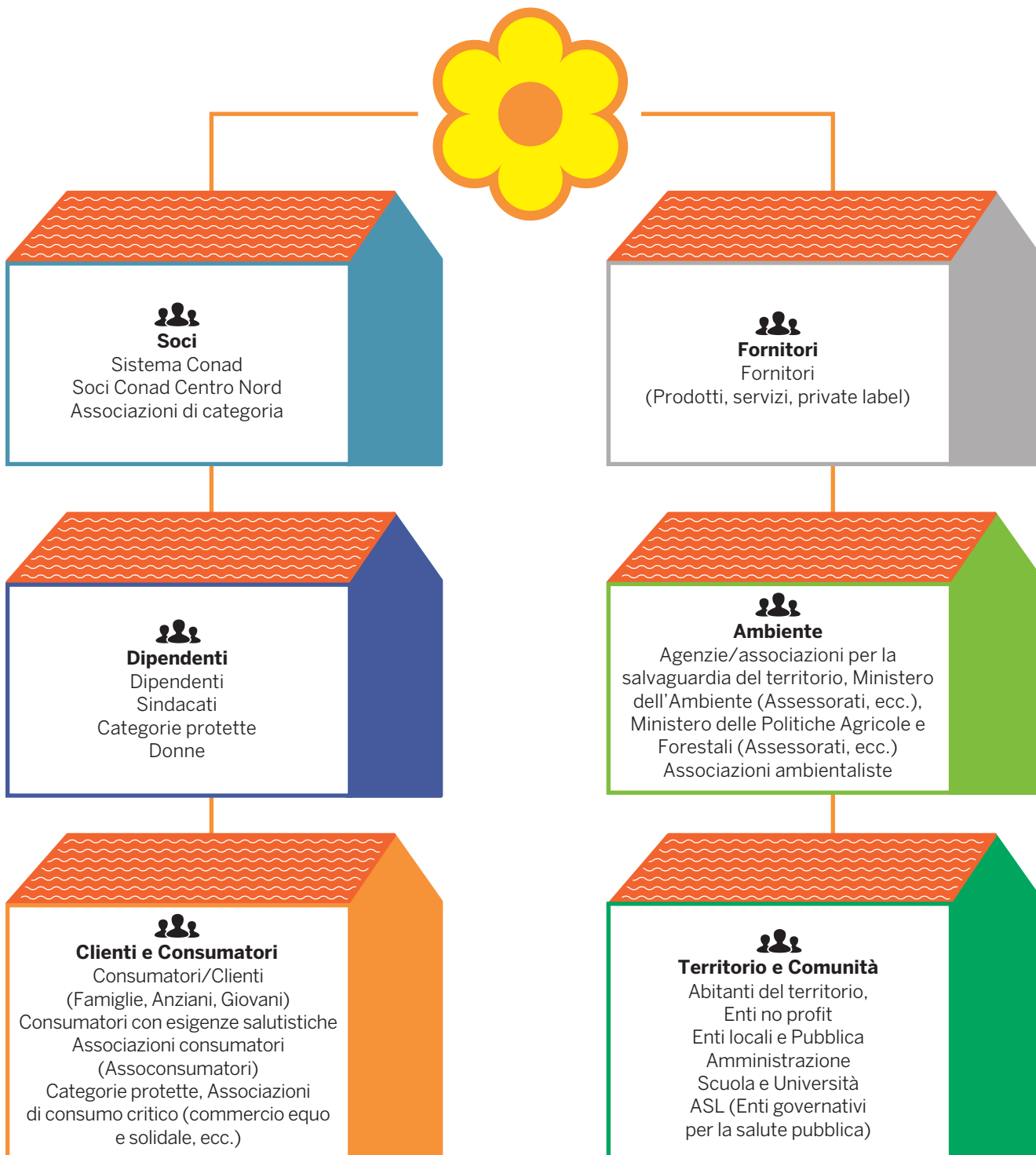
- Stefano Baroni - Direzione sviluppo e patrimonio immobiliare
- Luca Burani, Francesca Leonardelli, Lisa Solari - Direzione risorse umane, comunicazione interna e relazioni sociali
- Franca Bruschi, Giancarlo Tedeschi - Direzione marketing e commerciale
- Veronica Corchia - Direzione generale
- Rita Costa - Direzione amministrazione, finanza e società intermedie
- Serena Vettori - Direzione marketing e commerciale
- Marco Portioli - Direzione pianificazione, controllo, sistemi informativi e logistica.

Le attività sono state completate nel maggio 2017.

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.



1.0

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. Recentemente si è arrivati a formulare una sintesi che compendia efficacemente gli 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, che si manifesta proprio nel processo che ha portato alla redazione di questo documento.

CODICE ETICO E SISTEMA DEI CONTROLLI

Con delibera del Consiglio di Amministrazione del 10 marzo 2014 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 nel corso del 2014 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 stato approvato dal CdA il 14 aprile del 2008 ed 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 di 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 governance. Ogni Cooperativa che fa parte del Sistema Conad è autonoma e possiede i propri organi di corporate governance, eppure nel momento in cui queste Cooperative hanno dato vita al Consorzio Nazionale hanno (coscientemente) ceduto in parte questa loro autonomia per raggiungere determinati e comuni obiettivi.

La governance della Cooperativa

Il sistema di governo di Conad Centro Nord si basa sulla partecipazione attiva dei suoi associati a tutti i livelli decisionali e in collaborazione con il management.

Gli organi istituzionali sono: l'**Assemblea dei Soci, il Consiglio di Amministrazione, il Collegio Sindacale, le Commissioni.**

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 CdA per favorire il costante dialogo tra CdA, 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 mestiere, che i Soci intendano coinvolgere 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, Ortofrutta).

Commissione di Presidenza

La Commissione di Presidenza, come le altre Commissioni, ha compiti consultivi. Il suo compito è supportare il Presidente nella definizione degli ordini del giorno per le sedute del CdA. La Commissione di Presidenza è composta da: Presidente, Vicepresidenti, Direttore Generale, Consiglieri.

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, costituiti da diversi livelli di responsabilità.

Nel corso del 2016 è proseguita l'attività di sviluppo della Rete di vendita con nuove aperture e interventi di ristrutturazione di alcuni punti vendita esistenti, con l'obiettivo di ottimizzarne le performance. È infatti uno degli scopi della nostra azione quello di aumentare la produttività della Rete e contestualmente ridurre le disomogeneità fra i punti vendita. La Cooperativa oggi ha un assetto che garantisce maggior vicinanza e assistenza alla Rete di vendita, facilitata anche dall'utilizzo di nuovi mezzi di comunicazione fra la sede centrale e i supermercati.

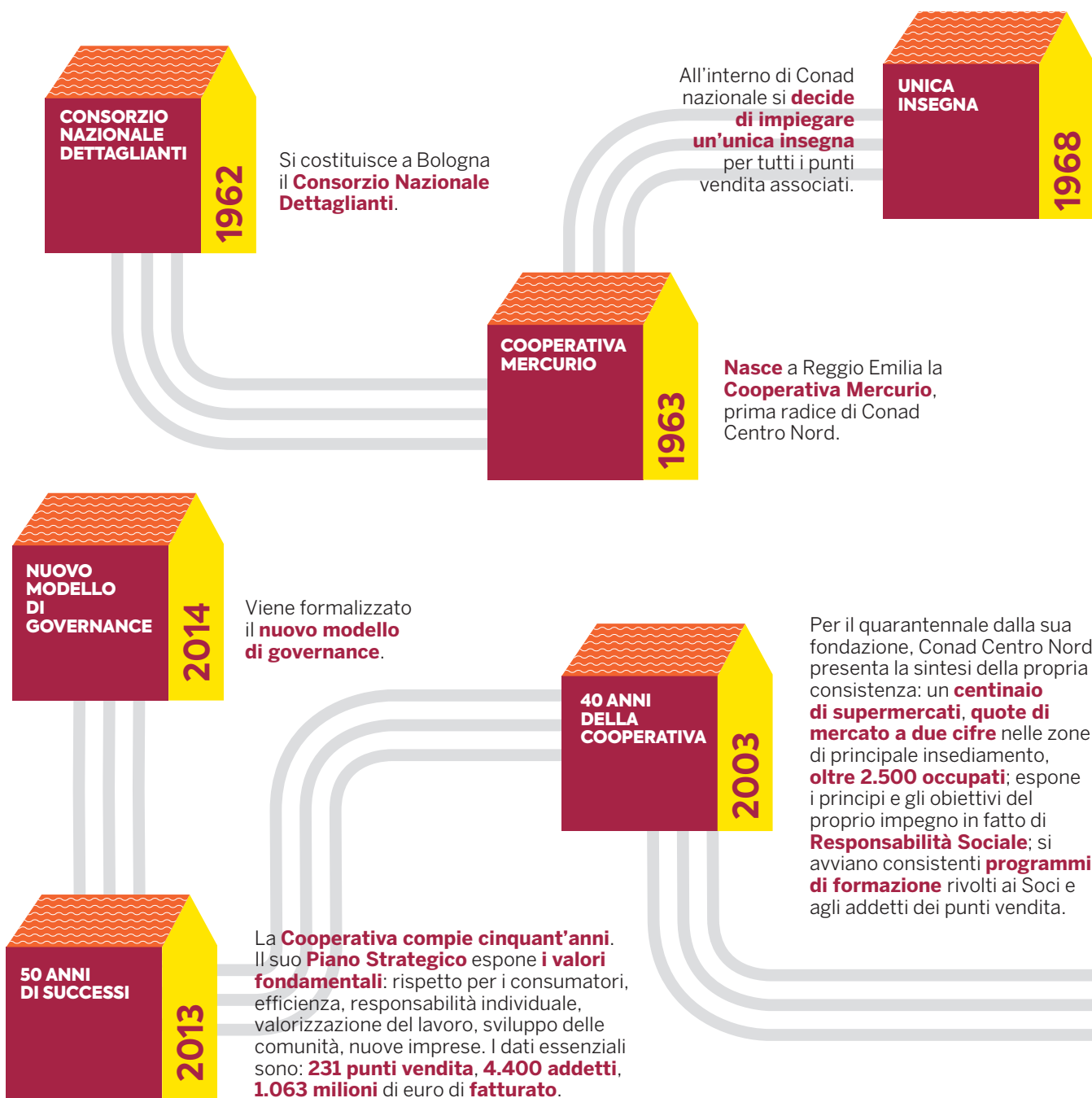
L'attività dei gruppi di lavoro e delle Commissioni favorisce una collaborazione costante e un confronto allargato su temi strategici e operativi.

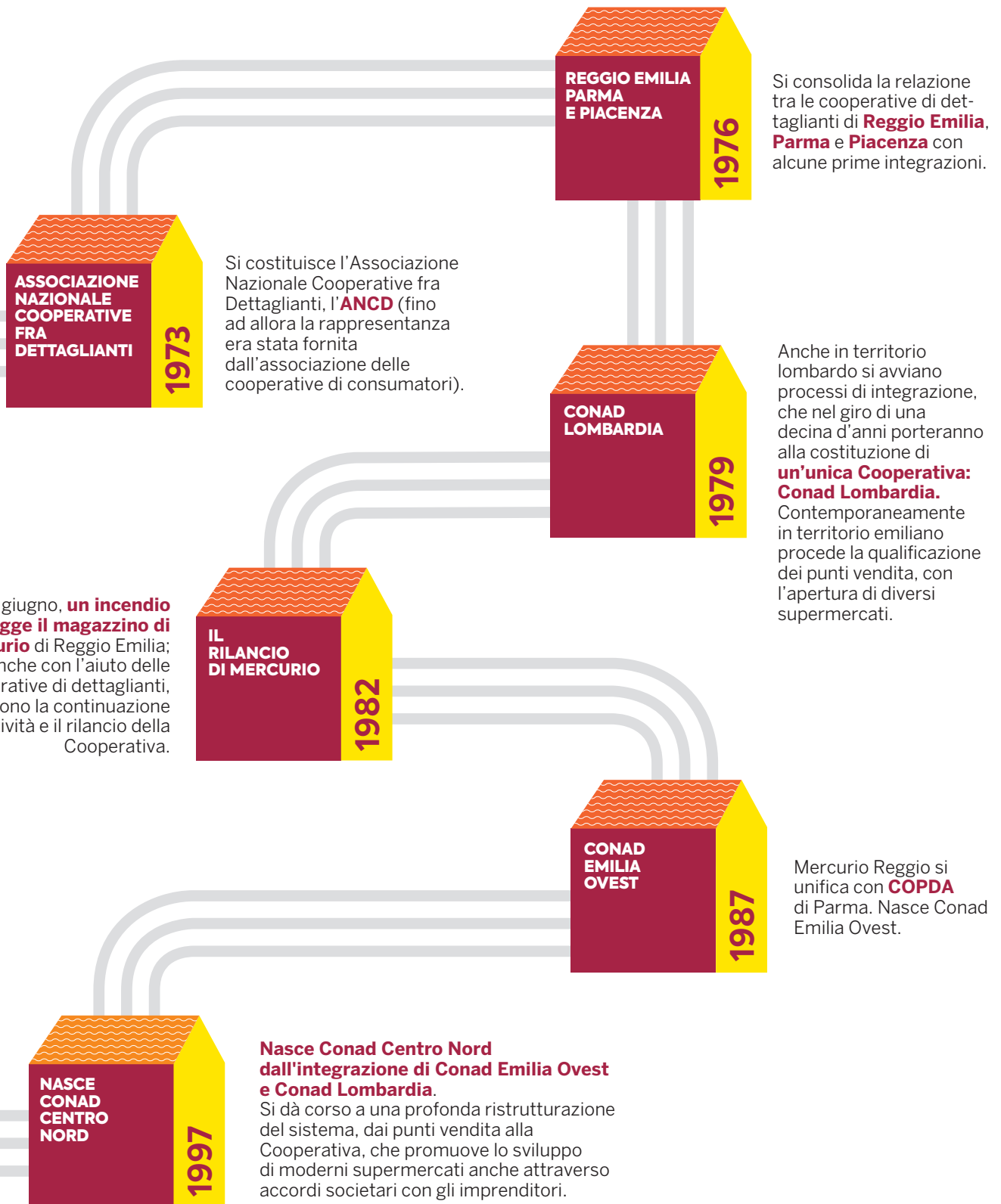
È stata avviata la fase di attuazione per alcuni dei progetti del piano strategico, in particolare la cessione delle Aziende ai Soci e il ricambio imprenditoriale. L'obiettivo principale è la sostenibilità nel tempo di Conad Centro Nord, legata all'evoluzione della figura del Socio imprenditore, un Socio che non solo investe in termini economici nella rete ma investe anche sulle persone che pensa possano essere i nuovi Soci della Cooperativa.

Obiettivo comune per la Direzione Operativa di Conad Centro Nord è garantire la massima distintività ai punti vendita; in questo giocano un ruolo fondamentale la proposta commerciale, una corretta canalizzazione, il livello di servizio e la professionalità delle nostre persone.

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.





L'ASSETTO DEL GRUPPO

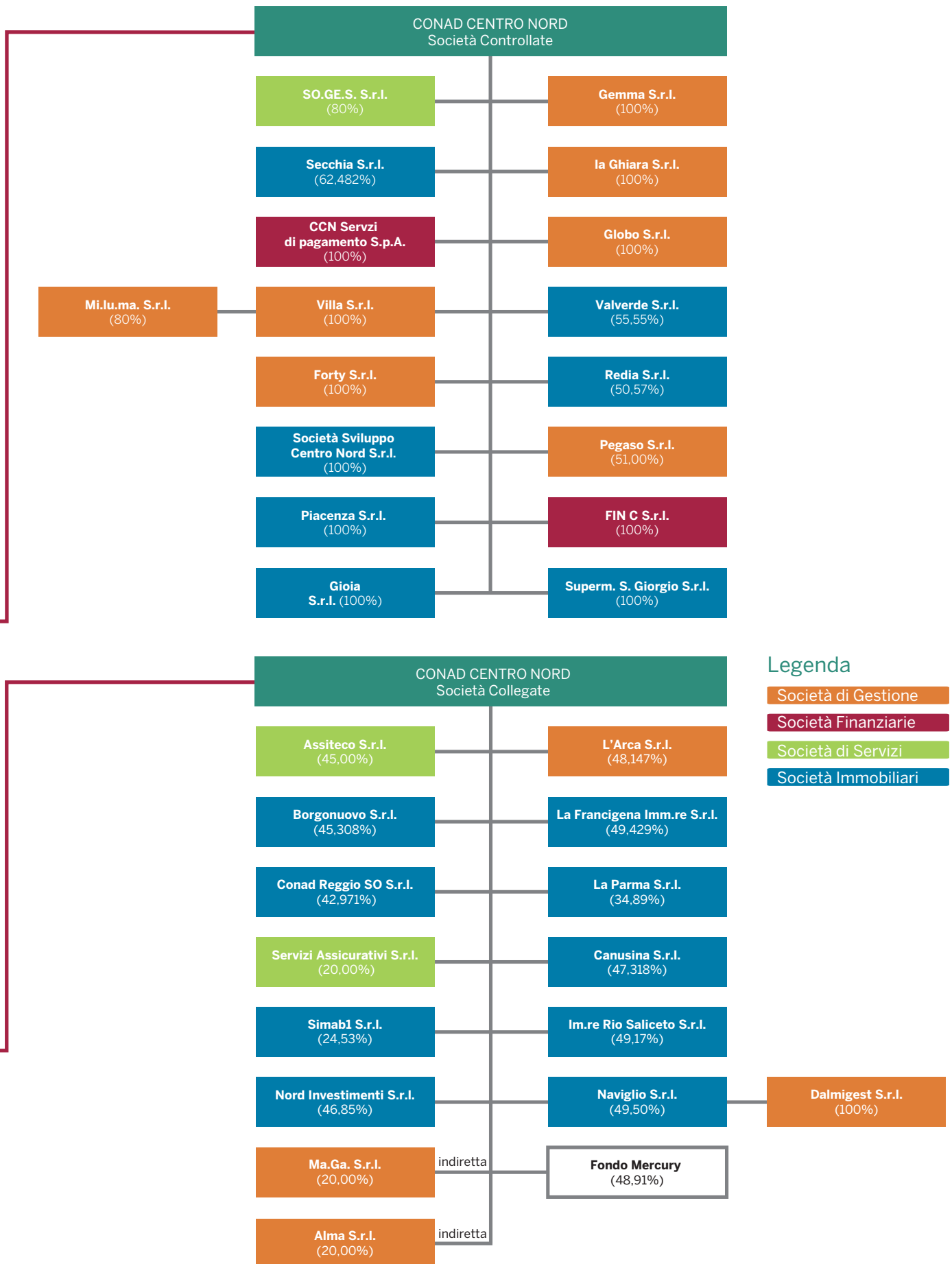
La Cooperativa, per lo svolgimento delle proprie attività, è strutturata come Gruppo; da essa dipendono diverse società di capitale di tipo funzionale o di sviluppo: alcune servono alla migliore realizzazione dell'attività caratteristica mentre altre hanno l'obiettivo di permettere la diffusione e il consolidamento delle attività dei Soci. Queste ultime prendono il nome di "società intermedie", cioè rappresentano il sostegno e la partecipazione della Cooperativa allo sviluppo e hanno dunque una funzione "generativa" o di sostegno alle attività del singolo Socio.

Elenco delle Società Controllate della Cooperativa.

I diversi colori indicano la funzione delle diverse Società: la Società Finanziaria di Gruppo (Fin C S.r.l.) e l'Istituto di pagamento (CCN Servizi di Pagamento S.p.A.) svolgono funzioni di tesoreria per la Cooperativa e per i Soci; la Società SO.GE.S S.r.l. svolge servizi amministrativi nell'area lombarda a favore dei Soci.

Le altre Società svolgono attività di tipo immobiliare e di gestione atte a favorire lo sviluppo della Rete di vendita.

Elenco delle Società Collegate. Indicano tutte le partecipazioni della Cooperativa a iniziative commerciali in cui la maggioranza del capitale è detenuta da Soci. Fanno eccezione la Collegata Assiteco S.r.l. e Servizi Assicurativi S.r.l. che svolgono servizi a favore dei Soci.



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 7 Cooperative:

- sostengono l'attività imprenditoriale dei Soci con servizi commerciali, di marketing, di logistica e distribuzione, di formazione, 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 (ANCD).

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 col contesto sociale in cui il Cliente vive e opera.

DISTRIBUZIONE TERRITORIALE DELLE 7 COOPERATIVE



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), pianificazione finanziaria e fiscale, analisi degli investimenti e 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'affiliazione di nuovi Soci e 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 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 ma anche i 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 fra **i 100 e i 350 mq.**



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 fra **i 350 e i 600 mq.**



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 mq.**



CONAD SUPERSTORE

Il canale 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 fra **i 1.500 e i 3.000 mq.**



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.



LA RETE DI VENDITA E LA SUA EVOLUZIONE

Ecco come si presenta alla fine del 2016 la situazione della Rete di vendita della Cooperativa, con il confronto ai due anni precedenti.

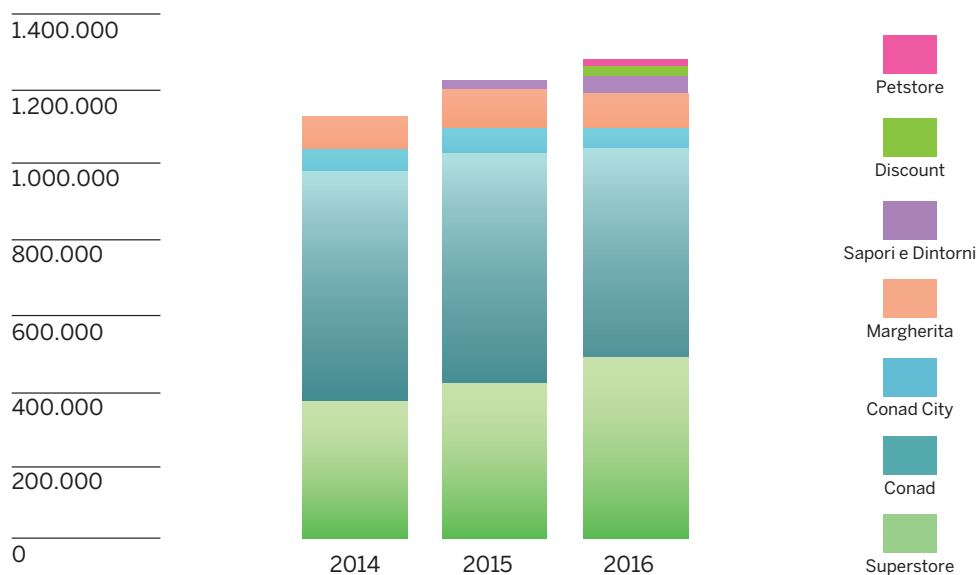
Aperture 2016			
Località	Prov.	Canale	Area vendita (mq)
Rubiera	(RE)	Superstore	1.400
Rubiera Pet	(RE)	Petstore	234
Clusone	(BG)	Superstore	1.499
Langhirano Pet	(PR)	Petstore	268
Piacenza	(PC)	Superstore	1.483
Bernareggio	(MB)	Superstore	1.643
Romano Di Lombardia	(BG)	Conad	567
Travagliato	(BS)	Conad	1.360
Totale			8.454

Quote di mercato per territori negli anni			
	2014	2015	2016
Lombardia	3,9	3	3,11
Emilia Romagna	29,9	24,3	26,22
Totale	6,8	5,5	5,51

Numero punti vendita e fatturato per Canale							
Canale	2014		2015		2016		Δ Ft
	Pdv	Fatturato	Pdv	Fatturato	Pdv	Fatturato	Ft 16/15
Superstore	27	359.357	32	428.089	36	453.058	5,83%
Conad	93	637.576	100	633.551	99	636.480	0,46%
Conad City	50	127.614	45	114.161	42	105.640	-7,46%
Margherita	59	28.014	57	27.612	52	26.127	-5,38%
Sapori e Dintorni	-	-	3	4.466	3	12.097	170,86%
Discount	-	-	-	-	4	7.365	-
Petstore	-	-	-	-	2	387	-
Totale Complessivo	229	1.152.561	237	1.207.879	238	1.241.154	2,75%

COMPOSIZIONE DEL FATTURATO PER FORMATO

In migliaia di €



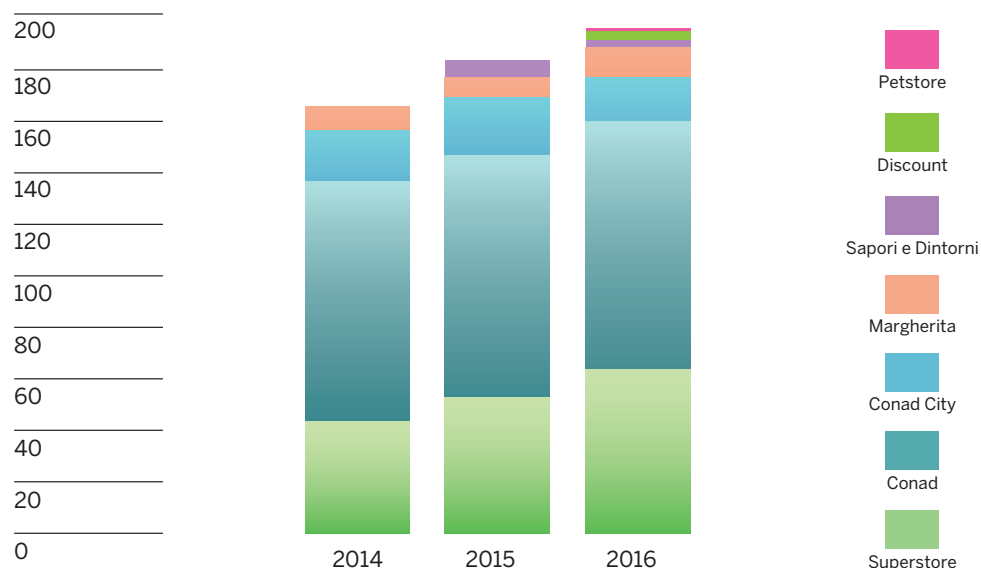
I cambiamenti fondamentali che si osservano nel grafico riguardano la crescita del fatturato complessivo e una rilevante modifica nei formati che lo realizzano, con il costante aumento dei Superstore a discapito degli altri canali.

Ogni formato possiede, per metro quadrato, una produttività differente. Di seguito l'evoluzione negli anni delle superfici per formato.

Ripartizione in mq per canale				(in mq)
Canale	2014	2015	2016	Δ 16/15
Superstore	44.831	54.812	60.837	10,99%
Conad	93.605	98.702	100.026	1,34%
Conad City	21.262	18.316	17.526	-4,31%
Margherita	8.419	8.019	7.649	-4,61%
Saponi e Dintorni	-	1.776	1.776	0,00%
Discount	-	-	2.757	-
Petstore	-	-	502	-
Totale	168.117	181.625	191.073	5,20%

VARIAZIONE SUPERFICIE PER FORMATO

mq



Rapporto fatturato/mq per canale

(in migliaia di €)

Canale	2014			2015			2016		
	ft	mq	ft/mq	ft	mq	ft/mq	ft	mq	ft/mq
Superstore	359.357	44.831	8,0	428.089	54.812	7,8	453.058	60.837	7,4
Conad	637.576	93.605	6,8	633.551	98.702	6,4	636.480	100.026	6,4
Conad City	127.614	21.262	6,0	114.161	18.316	6,2	105.640	17.526	6,0
Margherita	28.014	8.419	3,3	27.612	8.019	3,4	26.127	7.649	3,4
Saponi e Dintorni	-	-	-	4.466	1.776	2,5	12.097	1.776	6,8
Discount	-	-	-	-	-	-	7.365	2.757	-
Petstore	-	-	-	-	-	-	387	502	-
Totale	1.152.562	168.117	6,9	1.207.879	181.625	6,7	1.241.154	191.073	6,5

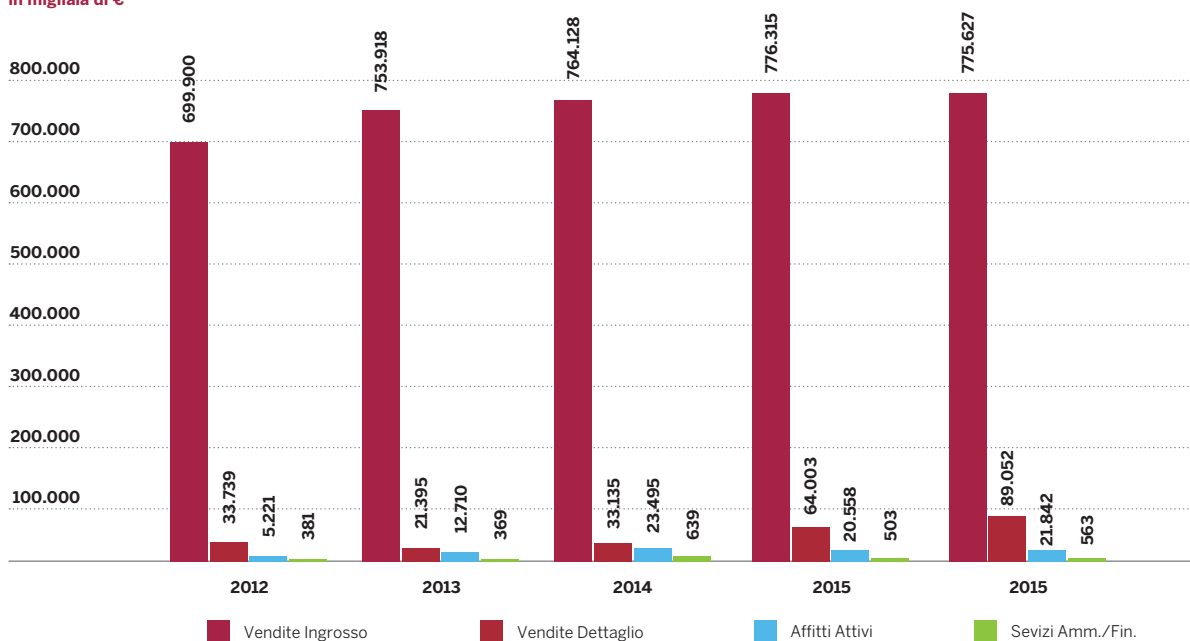
Risultati economici e patrimoniali

Per considerazioni più approfondite sulle performance economiche si rimanda direttamente alla documentazione che costituisce il documento di Bilancio 2016.

Fatturato del Gruppo				(in €)
	2016	2015	var.	%
Vendite all'ingrosso	775.266.612	776.315.039	-1.048.427	-0,14%
Vendite dettaglio	89.412.574	64.003.088	25.409.486	39,70%
TOTALE	864.679.186	840.318.127	24.361.059	2,90%

Evoluzione del Fatturato del Gruppo

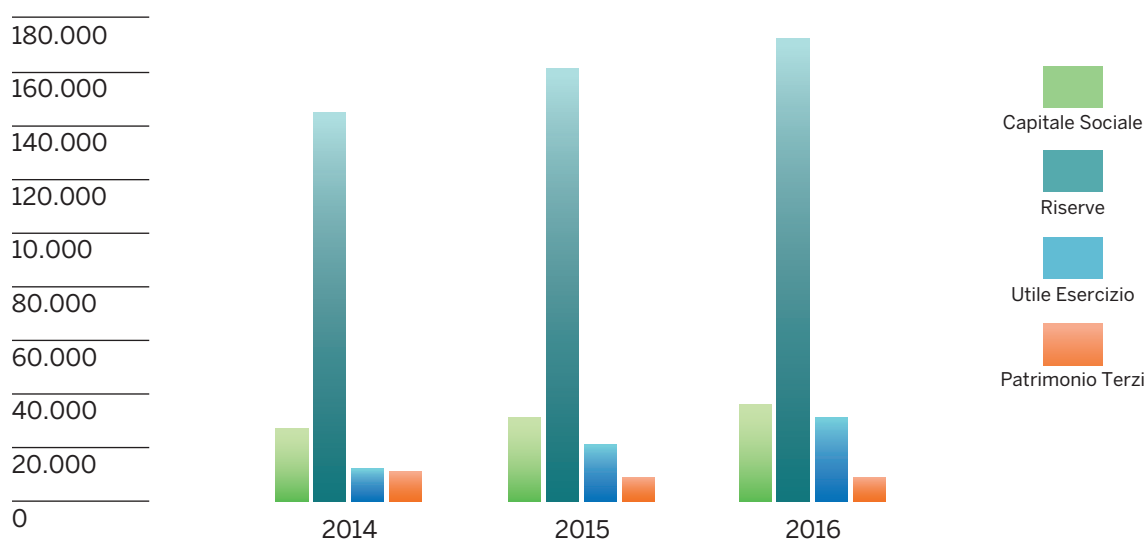
in migliaia di €



Patrimonio del Gruppo

(in migliaia di €)

	2014	2015	2016
Capitale Sociale	27.822	34.178	37.131
Riserve	153.212	160.392	170.232
Utile Esercizio	12.321	21.619	27.962
Patrimonio Terzi	11.583	10.746	11.211



DETERMINAZIONE E DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

Lo schema del valore aggiunto (determinazione e riparto) è l'elemento che caratterizza lo standard GBS*, 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, eccetera;
- 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.

Lo schema di produzione e riparto del VA 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.

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

Valore aggiunto globale		(in €)		
	2016	2015	2014	
Valore aggiunto globale				
A) Valore della produzione				
1) ricavi delle vendite e delle prestazioni	827.383.801	805.741.540	771.788.455	
2) variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	0	0	0	
3) variazioni dei lavori in corso su ordinazione	0	0	0	
4) altri ricavi e proventi	147.640.943	122.886.622	118.324.086	
Totale ricavi della produzione tipica	975.024.744	928.628.162	890.112.541	
5) ricavi per produzioni atipiche	0	0		
Totale ricavi della produzione atipica	0	0	0	
Totale valore della produzione	975.024.744	928.628.162	890.112.541	
B) Costi della produzione				
6) per materie prime, sussidiari, di consumo e merci	783.707.469	769.681.633	751.619.945	
7) per servizi	40.052.660	49.833.038	45.294.698	
8) per godimento di beni di terzi	16.876.931	12.418.247	11.213.964	
9) accantonamenti per rischi	355.344	909.306	943.431	
10) altri accantonamenti	5.329.574	238.532	150.000	
11) oneri diversi di gestione	9.223.031	6.829.691	8.939.519	
Totale costi intermedi della produzione	855.545.009	839.910.447	818.161.557	
Valore aggiunto caratteristico lordo	119.479.735	88.717.715	71.950.984	
C) Gestione accessoria straordinaria				
12) Saldo gestione accessoria				
+ Ricavi accessori	449.080	5.395.613	4.828.708	
- Costi accessori	-13.226.593	-814.650	-717.565	
13) Saldo gestione straordinaria				
+ Ricavi straordinari	1.733.484	1.739.715	584.777	
- Costi straordinari	0	-1.278.614	-1.677.329	
Totale gestione accessoria e straordinaria	-11.044.029	5.042.064	3.018.591	
+ Copertura perdite da parte dei Soci	0	0	0	
Valore aggiunto globale lordo	108.435.706	93.759.779	74.969.575	
- Ammortamenti della gestione per gruppi omogenei di beni	-22.192.425	-24.848.850	-23.310.046	
Valore aggiunto caratteristico netto	86.243.281	68.910.929	51.659.529	

Distribuzione del valore aggiunto							(in €)
	2016	%	2015	%	2014	%	
Valore aggiunto globale							
A) Remunerazione del personale							
Personale non dipendente							
Personale dipendente							
- remunerazioni dirette	25.317.617		21.898.481		16.266.984		
- remunerazioni indirette	13.399.812		13.379.677		10.707.074		
- quote di riparto del reddito	0		0		0		
Totale remunerazione del personale	38.717.429	44,89	35.278.158	51,19	26.974.058	52,22	
B) Remunerazione della Pubblica Amministrazione							
Imposte dirette	7.102.539		5.059.984		3.580.604		
Imposte indirette							
- oneri tributari diversi	2.761.280		2.879.918		2.299.882		
- sovvenzioni in c/esercizio	0		0		0		
Totale remunerazione della Pubblica Amministrazione	9.863.819	11,44	7.939.902	11,52	5.880.486	11,38	
C) Remunerazione del capitale di credito							
Oneri per capitali a breve termine	0		0		0		
Oneri per capitali a m/l termine	3.778.201		2.814.935		5.653.237		
Remunerazione del prestito dai Soci	68.738		68.765		47.410		
Totale remunerazione del capitale di credito	3.846.939	4,46	2.883.700	4,18	5.700.647	11,04	
D) Remunerazione del capitale di rischio							
Dividendi distribuiti	930.338		700.150		521.800		
Ristorno cooperativo	9.075.252		10.574.027		4.610.250		
Totale remunerazione del capitale di rischio	10.005.590	11,60	11.274.177	16,36	5.132.050	9,93	
E) Remunerazione dell'azienda							
Remunerazione della Capogruppo	17.371.857		9.953.187		6.887.893		
Remunerazione dei Soci di minoranza	3.879.673		-186.238		-603.591		
Totale remunerazione del Gruppo	21.251.530	24,64	9.766.949	14,17	6.284.302	12,16	
F) Movimento cooperativo							
Fondi mutualistici (3% dell'utile)	497.279		391.846		300.615		
Contributi associativi	374.285		370.967		373.676		
Totale movimento cooperativo	871.564	1,01	762.813	1,11	674.291	1,31	
G) Liberalità esterne	569.745	0,66	583.082	0,85	693.203	1,34	
H) Spese sociali e mutualistiche (Soci e dipendenti)	1.116.665	1,29	422.148	0,61	320.492	0,62	
Valore aggiunto globale netto	86.243.281	100,00	68.910.929	100,00	51.659.529	100,00	

REMUNERAZIONE

Gli aspetti più significativi dell'evoluzione negli anni dello schema di costruzione e riparto del VA 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 che 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 che per la rivalutazione. Rappresenta una delle modalità d'espressione della mutualità e misura una parte dei vantaggi che la Cooperativa realizza per i Soci.

E) Remunerazione dell'azienda

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

F) Remunerazione al movimento cooperativo

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

G) e H) Liberalità e spese sociali

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

2.0

SOCI





COMPOSIZIONE, PROFILI, EVOLUZIONE

CAMBIARE, CRESCERE, INNOVARE. IL RICAMBIO IMPRENDITORIALE COME PRIORITÀ STRATEGICA.

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.

Dal punto di vista istituzionale i Soci di Conad Centro Nord sono solo in piccola parte persone. In origine, quando si trattava di 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. 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.

In sostanza, oggi gran parte delle persone che hanno costituito e fanno funzionare la Cooperativa sono proprietarie e operano nelle Società di Gestione dei punti vendita, che a loro volta sono Socie di Conad Centro Nord.

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.

Soci Conad Centro Nord			
	2014	2015	2016
di cui Soci ordinari persone fisiche	101	93	88
di cui Soci ordinari persone giuridiche	77	74	85
di cui Soci Speciali ¹	9	5	2
Totale	187	172	175

¹L'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 [...]".

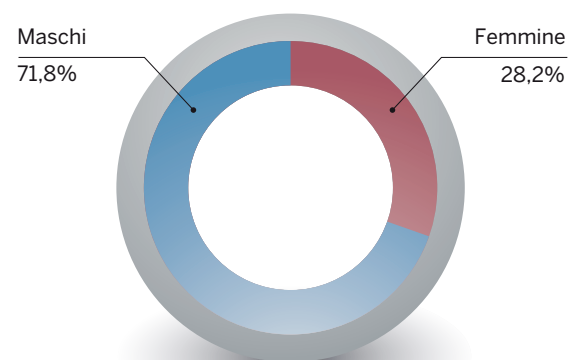
Questa situazione non pone affatto in discussione la prevalenza del fattore umano nel funzionamento e nella missione della Cooperativa. Il Sistema Conad pone sempre al centro il Socio imprenditore e il suo rapporto con il Cliente e il territorio. Conad Centro Nord è impegnata a valorizzare la centralità 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 i Soci di Conad Centro Nord, sono un numero assai più alto di quello dei Soci-persone della tabella precedente.

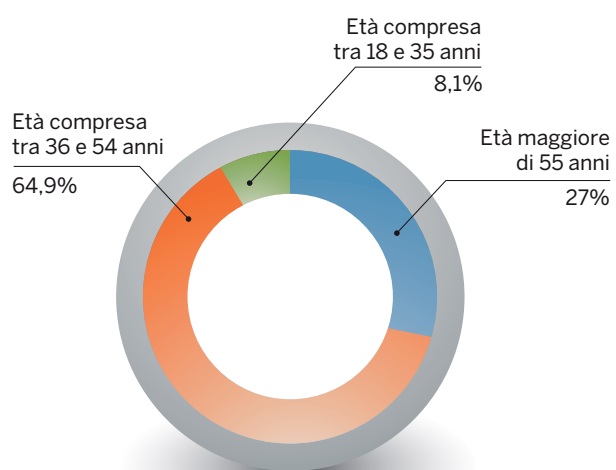
La "fotografia" dei Soci imprenditori di Conad Centro Nord è rappresentata nelle tabelle e nei grafici seguenti:

Soci delle Società di gestione			
	2014	2015	2016
Totale Soci	436	401	379
Genere			
Maschi			272
Femmine			107
Età anagrafica			
età compresa tra 18 e 35 anni			31
età compresa tra 36 e 54 anni			246
età maggiore di 55 anni			102

Soci per genere %



Soci per età anagrafica %



Negli anni più recenti la composizione delle compagini societarie è cambiata, sia per motivi fisiologici, sia per mutate esigenze organizzative e gestionali: alcune Società Consolidate hanno affrontato al loro interno il ricambio generazionale e contemporaneamente la revisione dei ruoli chiave per avere un assetto più dinamico e poter affrontare al meglio il futuro.

Nel corso del 2016 questo trend si è confermato; il numero dei Soci delle Società di Gestione segna infatti una leggera flessione dovuta principalmente a due fattori: in parte ai pensionamenti e alle dimissioni corrispondenti alla cessazione di alcuni punti vendita del Canale Margherita e in parte alla modalità, ormai consolidata, di start up per le nuove aperture, che prevede in questa fase – nella quasi totalità dei casi – la gestione diretta.

Questo dimostra 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 imprenditoriale all'interno degli organi istituzionali di Conad Centro Nord; ricambio inteso non solo come fatto anagrafico e generazionale ma soprattutto come adeguamento alla maggiore complessità del mercato. Garantire il ricambio dei vertici 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). Tali Commissioni si riuniscono regolarmente e hanno una sezione dedicata alla condivisione di convocazioni, calendario delle riunioni, documenti e verbali all'interno della intranet di Conad Centro Nord. I componenti sono 123.

LA MUTUALITÀ IN CONAD CENTRO NORD

Il rapporto sociale, così come in ogni altra cooperativa, inizia con l'accettazione della domanda d'adesione da parte del CdA. Al momento dell'accettazione il Socio sottoscriverà una somma fissa di 2.500 euro, che poi sarà integrata anno per anno, sino a raggiungere dal 2 al 5% sull'ammontare degli acquisti annuali fatti in Cooperativa.

Da questo momento in poi il Socio potrà partecipare alla gestione sociale, sia fruendo dei servizi sia concorrendo all'assunzione delle decisioni. Per quanto riguarda questo aspetto, bisogna sapere che Conad Centro Nord è una Cooperativa "a voto plurimo" che affida cioè a ogni Socio (nel caso si tratti di persona giuridica) da 1 a 5 voti in Assemblea in ragione del capitale sottoscritto e versato. Se ad esempio il Socio ha versato 50.000 euro avrà diritto a un voto e se ha versato più di 200.000 euro avrà diritto a 5 voti. Se il Socio è invece una persona fisica ha sempre diritto a un voto assembleare qualsiasi sia la somma del suo capitale sociale.

I servizi che la Cooperativa offre ai Soci sono regolati da specifiche norme: così è per gli acquisti e le consegne che Conad Centro Nord dovrà fare nei diversi punti vendita ma anche per i pagamenti che potranno anche essere dilazionati in presenza di determinate condizioni, come ad esempio se il Socio ha aperto un nuovo punto vendita o se il punto vendita è stato ristrutturato.

Un aspetto rilevante è il modo in cui si realizza la mutualità cooperativa, che deriva da un fondamentale principio cooperativo secondo il quale il Socio ha diritto di godere degli eventuali avanzi di gestione (utili) in proporzione ai servizi che ha richiesto. Si parla genericamente di "ristorno" ma in Conad Centro Nord (così come nelle altre Cooperative del sistema Conad) questo concetto sintetico si manifesta in modi differenti, in particolare con:

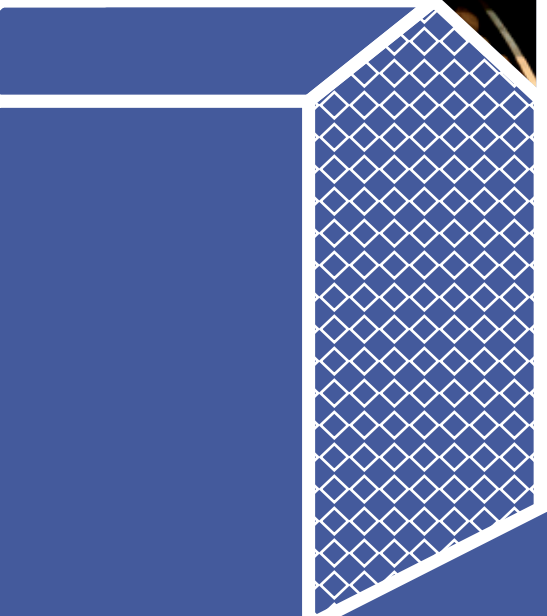
1. il premio contrattuale fedeltà, proporzionale (con alcune specificazioni) alle transazioni compiute dal Socio con la Cooperativa;
2. il premio prodotti non resi, inversamente proporzionale alle merci rese alla Cooperativa;
3. il premio contrattuale volumi, che riconosce vantaggi proporzionali alla dimensione delle fatture, cioè all'ottimizzazione della logistica (meno consegne, meno viaggi, più economie di scala).

Una volta operati tutti i conteggi, la somma così determinata potrà essere destinata al Socio in forme differenti ma principalmente in due modi: liquidata direttamente ovvero trasformata in capitale sociale.

3.0

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 FINC. Per tutti i lavoratori si applica il contratto del Terziario, Distribuzione e Servizi.

Occupati, genere, inquadramento			
	2014	2015	2016
Totale dipendenti	163	166	168
Genere			
Femmine	56	59	59
di cui:			
dirigenti	1	1	-
quadri	2	2	2
impiegate	50	56	57
apprendiste impiegate	3	-	-
Maschi	107	107	109
di cui:			
dirigenti	7	6	7
quadri	17	17	16
impiegati	54	58	60
operai	28	26	26
apprendisti impiegati	1	-	-

Tipologia contratto			
	2014	2015	2016
Tempo determinato	10	10	3
Tempo indeterminato	153	156	165

Passaggi di qualifica			
	2014	2015	2016
Nomina da quadro a dirigente	-	-	-
Nomina da funzionario 1° livello a quadro	1	-	-
Passaggi a 1° livello	3	4	5
Passaggi a 2° livello	4	5	2
Passaggi a 3° livello	4	3	3

Età anagrafica			
	2014	2015	2016
Meno 30 anni	18	23	23
31 - 40 anni	38	39	36
41 - 50 anni	48	49	51
51 - 60 anni	49	46	51
Oltre 60 anni	10	9	7

Anzianità aziendale			
	2014	2015	2016
Fino a 5 anni	40	46	44
Da 6 a 10 anni	24	27	29
Da 11 a 20 anni	43	43	42
Oltre 20 anni	56	50	53

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 singolo dipendente.

Maternità			
	2014	2015	2016
Astensioni per maternità obbligatoria - Congedo parentale	6	3	3
Astensioni per maternità facoltativa	8	10	10

Permessi per esigenze familiari			
	2014	2015	2016
Permessi in base alla L. 104	11	6	9

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, per quanto riguarda soprattutto le attività nei magazzini, 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 pronto soccorso.

A tutti i dipendenti sono consegnati gli appositi dispositivi di protezione individuale che almeno è tenuto a indossare come, ad esempio, le scarpe di sicurezza. Medesime regole esistono per il personale delle imprese di facchinaggio e di 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 condizioni di lavoro più idonee, Conad Centro Nord si serve di operatori qualificati che molto spesso hanno la forma giuridica di cooperativa. Quando si tratta di cooperative operanti nel campo dei servizi, è molto importante verificarne la reale natura mutualistica (che non si tratti cioè di false cooperative, istituite unicamente per avere vantaggi dal punto di vista contributivo).

Indici infortunistici			
	2014	2015	2016
Numero infortuni totali (1)	3	5	0
Durata in giorni (2)	96	135	-
Indice di incidenza (3)	1,8	3,2	-
Indice di frequenza (4)	11,81	19,61	-
Indice di gravità (5)	0,38	0,53	-

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

(2) Giornate complessive di assenza dal lavoro per infortunio.

(3) Calcolato secondo la formula: Numero di infortuni x 100 / Numero di addetti.

(4) Calcolato secondo la formula: Numero di infortuni x 1.000.000 / Numero di ore lavorate.

(5) Calcolato secondo la formula: Giornate di assenza per infortunio * x 1.000 / Numero di ore lavorate.

Nota:* Le giornate di assenza per infortunio si calcolano come: giornate complessive di assenza per infortunio + somma dei gradi di inabilità x 75 + casi mortali x 7500.

DIPENDENTI RETE DI VENDITA

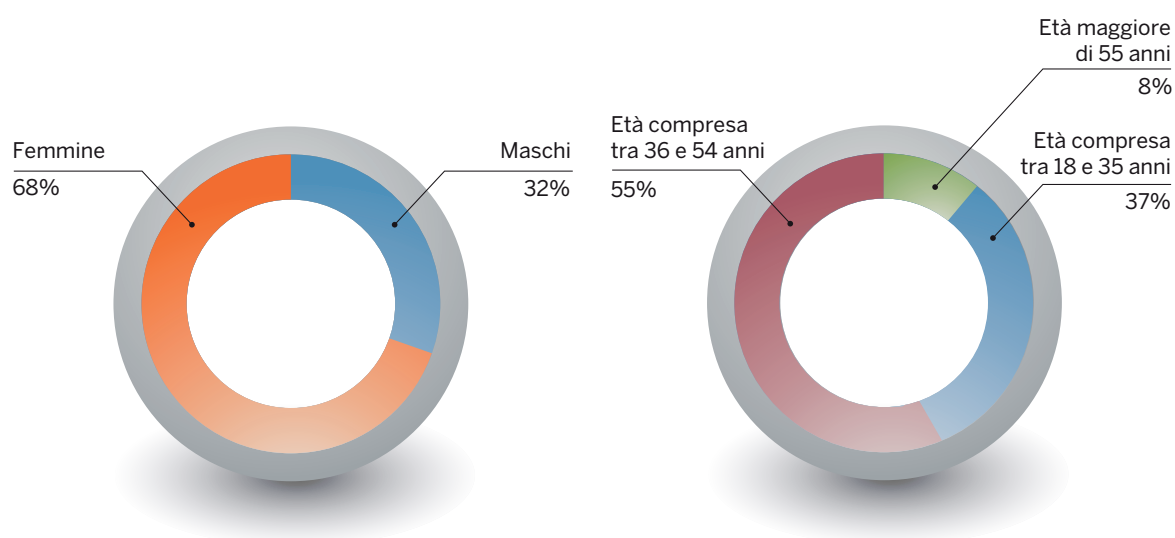
Le persone che lavorano quotidianamente nei punti vendita di Conad Centro Nord costituiscono un fattore chiave per il successo dell'Organizzazione. Il trasferimento di esperienze e competenze fra imprenditori, dipendenti più anziani e nuove risorse crea il giusto clima per collaborare e per la costruzione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

Dipendenti rete di vendita			
	2014	2015	2016
Totale dipendenti	4.136	4.373	4.577

Tipologia di orario	
Full time	2.884
Part-time	1.693

Tipologia di contratto	
Tempo indeterminato	3.799
Tempo determinato	339
Apprendisti	137
Somministrati	92
Tirocinanti	210

Dipendenti per genere	%	Dipendenti per età anagrafica	%
-----------------------	---	-------------------------------	---



Per quanto che riguarda i dipendenti delle Aziende Socie, la distinzione maschi/femmine si inverte rispetto ai dati che si osservano tra i dipendenti della Cooperativa e tra i Soci, con una assai più rilevante presenza femminile.

Formazione

La **Formazione per la Rete** nel 2016 è stata prevalentemente concentrata sull'avvio della **Scuola dei Mestieri**, dedicata ai Responsabili dei Reparti Freschi (Carni, Pesce, Salumi e Latticini, Ortofrutta).

La Scuola dei Mestieri è un modo concreto per declinare le linee strategiche di Conad Nazionale, che ha richiesto alle Cooperative di sviluppare progetti destinati allo sviluppo della professionalità del Personale dei Reparti Freschi per garantire una relazione di fiducia con il Cliente, basata sulla distintività che è possibile esprimere nella gestione di questi Reparti e nella cura del Cliente.

La nostra scelta è stata quella di valorizzare le competenze delle aree Commerciale e Rete della Cooperativa attraverso la codifica del know-how aziendale, frutto di decenni di esperienza sul campo e sul quale si è basato lo sviluppo di Conad Centro Nord.

Grazie al lavoro congiunto delle Direzioni Risorse Umane, Commerciale e Rete abbiamo costruito il materiale didattico con il quale abbiamo formato i nostri Capi Reparto, con un taglio diretto alla diffusione dei contenuti base del mestiere, ma soprattutto con una forte attenzione alla capacità di trasferimento di questi contenuti agli addetti.

La Scuola dei Mestieri infatti si concentra sulla necessità di trasferire ai Capi Reparto le conoscenze di base per essere i migliori formatori dei propri addetti sulle competenze caratteristiche del mestiere (merceologia, tecniche di display, tecniche di lavorazione, livelli di servizio da divulgare ai Clienti) mettendoli in condizione di trasmettere le prassi e di motivare e diffondere all'interno i valori Conad.

Nel 2016 è stato completato un intero ciclo con la prima edizione per i Reparti Carni, Pesce, Salumi e Latticini e Ortofrutta per un totale di:

- 17 giornate di formazione erogate;
- 56 Capi Reparto formati;
- 25 punti vendita coinvolti.

Le altre iniziative per la Rete di vendita, che hanno riguardato aggiornamento su programmi informatici, formazione dedicata alle **nuove aperture** e formazione **obbligatoria** (in materia di sicurezza dei lavoratori, HACCP, ecc.) hanno coinvolto 713 partecipanti, su 32 iniziative per un totale di 42 giorni di formazione.

In totale, nell'anno 2016, la Formazione Rete ha visto coinvolti **769 partecipanti, su 36 iniziative per un totale di 59 giornate di formazione.**

Alcune testimonianze dei Capi Negozio sulla partecipazione dei Capi Reparto:

“I Capi Reparto si sentono coinvolti in una nuova crescita professionale da poter condividere poi con i colleghi.”

“Più attenzione verso il lavoro giornaliero, più curiosità e coinvolgimento nel confrontare i dati settimanali.”

“Queste esperienze sono motivanti a livello di aggregazione e di sentimento di appartenenza a Conad.”

“I dipendenti sono tornati con nuove nozioni lavorative e maggiore voglia di rinnovare il reparto.”

“Un'iniziativa che ha portato entusiasmo nei vari Responsabili, oltre a migliorare le loro competenze.”

Per quanto riguarda la formazione per il **Personale della tecnostruttura**, nel 2016 sono state assicurate le consuete iniziative di aggiornamento tecnico-professionale ed è proseguita l'attività a sostegno dello sviluppo del ruolo di category manager con la partecipazione di 20 persone appartenenti a diverse aree e funzioni aziendali.

Inoltre è stata avviata un'iniziativa di formazione per formatori, per sostenere i docenti interni della Scuola dei mestieri e fornire loro strumenti di base per la gestione dell'aula, ha visto coinvolti 12 partecipanti su 5 giornate.

Relazioni industriali

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 4 membri, assistita dalla Filcams CGIL provinciale di Reggio Emilia.

Tale sistema di relazioni si concretizza in un Contratto Integrativo Aziendale (sottoscritto nel 2012 e scaduto a fine 2014), con il quale sono disciplinati ulteriormente, rispetto a quanto già stabilito dal CCNL (nello specifico: Terziario, Distribuzione e Servizi CONFCOMMERCIO) i seguenti temi:

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

Nel 2015 è stato sottoscritto un "accordo ponte" al fine di garantire ai lavoratori l'erogazione del salario variabile a fronte del raggiungimento degli obiettivi aziendali stabiliti.

Al fine di arrivare a un rinnovo del Contratto Integrativo Aziendale, la parte Sindacale ha presentato all'Azienda una piattaforma come base di discussione e di trattativa.

Fino a 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 a 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.

4.0

CLIENTI
E CONSUMATORI





PER I NOSTRI CLIENTI

Nel 2016 la Rete Conad Centro Nord ha fatto registrare una crescita delle vendite in valore assoluto pari al +2,51%. Una crescita soddisfacente generata da un consistente aumento delle presenze (+4,13%) e un contenimento della spesa media (-1,55%).

SERVIZI TRADIZIONALI E INNOVATIVI

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, beneficiare di offerte esclusive, ricevere un unico addebito il giorno 7 del mese successivo alle spese e consente di avere uno sconto del 5% per il primo mese di utilizzo.

Nel 2016 le sottoscrizioni di nuove Conad Card sono state oltre 8.200.



“Spesa e vai”

In undici supermercati è possibile utilizzare il servizio di spesa veloce previa attivazione al box con carta fedeltà. All'entrata del supermercato si preleva l'apposito dispositivo con il quale dovranno essere letti tutti i codici EAN dei prodotti prima di riporli nel carrello, alla cassa basta consegnare il lettore e provvedere al pagamento. Il Cliente in questo modo può comodamente fare la spesa sistemando i prodotti nelle buste dentro al carrello senza doverli rimettere sul banco cassa al momento del pagamento.

Scaricando una semplice applicazione è possibile usufruire del servizio anche utilizzando il proprio smartphone al posto del lettore ottico.

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

Pet Store

PetStore Conad è l'insegna della nuova catena specializzata per animali, dotata di un assortimento dedicato e di 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 mq con l'obiettivo di fornire prodotti per la cura totale dell'animale domestico in ogni periodo della sua vita. L'assortimento trattato nel format da 500 mq è di circa 4.800 referenze mentre per quello da 250 mq è di circa 3.200. È possibile l'utilizzo della Conad Card per la gestione delle offerte e per la raccolta dei dati della Clientela.

I PetStore Conad uniscono l'elevata specializzazione dei pet shop tradizionali con un format più vicino al canale grocery per quanto riguarda la gestione assortimentale e del display. Da ciò derivano inevitabili vantaggi competitivi, chiave del successo che il canale ha avuto negli ultimi anni. Conad Centro Nord ha orientato lo sviluppo di questo canale su superfici di circa 250 mq con 2 aperture durante il 2016: Rubiera (RE) vicino al Conad Superstore e Langhirano (PR) all'interno del centro commerciale con punto vendita a insegna Conad.

Il concept PetStore Conad ha personale competente e preparato grazie ai continui corsi di aggiornamento organizzati sia internamente sia in partnership con le industrie del settore.

L'insegna ha un netto richiamo al Marchio Conad e garantisce al consumatore i valori già noti a chi fa la spesa nei nostri supermercati; a sottolineare tutto ciò, la presenza dei prodotti petfood a marchio Conad, già conosciuti e apprezzati dalla 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 dodici 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 personale specializzato (farmacisti).

La politica prezzi proposta è basata sulla convenienza attraverso sconti che variano dal 15% al 40% sui farmaci acquistabili senza ricetta medica e di almeno il 10% sul parafarmaco.

Ottico

All'interno della rete Conad Centro Nord presso i Superstore di Trezzo sull'Adda (MI) e di Capriolo (BS), i Consumatori possono verificare in pochi minuti la propria capacità visiva e scegliere la montatura più adatta fra centinaia di modelli delle marche più note. Un punto vendita che 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 2016 ha visto l'avvio di una nuova campagna a favore delle famiglie: a fronte dell'acquisto dei testi è stato restituito ai Clienti il 25% dell'importo speso sotto forma di buoni sconto sulla spesa.

Consegna a domicilio

In alcune aree cittadine (Reggio Emilia, Parma, Bergamo), nei supermercati che espongono la comunicazione è attivo il servizio di consegna della spesa a domicilio, grazie al quale il Cliente può recarsi al supermercato per fare la spesa e richiederne la consegna a casa propria a orari prestabiliti; gli acquisti vengono conservati in celle refrigerate e consegnati a casa 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.

PRODOTTI A MARCHIO CONAD

L'iniziativa promozionale "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 la percezione di convenienza nei confronti dell'insegna, contribuendo a incrementare la fidelizzazione dei Clienti.

Nel 2016 la quota di mercato della marca del distributore (dato medio nazionale) si è attestata al 19%. In Conad Centro Nord la quota per il largo consumo confezionato è stata del 27,92% (+3,21% rispetto al 2015).



FIDELIZZAZIONE

Punti

I nostri Clienti hanno raccolto punti sulla spesa durante tutto l'anno. Utilizzando i punti hanno potuto richiedere buoni sconto sulla spesa o su acquisti online, abbonamenti, viaggi, servizi e premi del catalogo "Desideri"; in prossimità del Natale, sempre con i punti, abbiamo messo a disposizione cassette illuminate di grande impatto estetico.

Promozioni a soglia di spesa

Scrittori di classe

In primavera si è svolta la nuova special promotion "**Scrittori di Classe**", grazie alla quale abbiamo distribuito presso i punti vendita **8 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 progetto educativo rivolto ai ragazzi della durata di un intero anno scolastico**. All'inizio della scuola, infatti, era stato promosso il grande concorso a livello nazionale dedicato a tutte le classi delle scuole elementari e delle medie, per cui ognuna di queste ha potuto realizzare un breve racconto sulla base di una delle 8 tracce fornite. I singoli racconti, caricati sul sito web dedicato all'iniziativa, sono stati votati e, tra gli 80 racconti finalisti (10 per ogni traccia) i migliori sono stati selezionati da 8 famosi autori di libri per ragazzi.

Illumina il tuo Natale!
DAL 16 NOVEMBRE AL 31 DICEMBRE

CASSETTE LUMINOSE IN PORCELLANA

PICCOLA altezza 7 cm circa in 6 soggetti a scelta	MEDIA altezza 10 cm circa in 3 soggetti a scelta	GRANDE altezza 16 cm circa in 3 soggetti a scelta
200 Punti	400 Punti	600 Punti

Tutte le cassette hanno luce LED e pile incluse.

CONAD

INIZIATIVA RISERVATA AI POSSESSORI DI CARTA INSIEME
Dal 29 marzo al 22 maggio 2016

Scrittori di CLASSE 2

La seconda imperdibile collana nata dal concorso letterario con la collaborazione di 8 grandi autori di libri per ragazzi.

Colleziona gli 8 libri e scopri il gioco di Scrittori di Classe 2!

Regolamento completo in questo punto vendita.

Partners: **Valbrera** **CONAD** **Regione Scuola**

www.insiemeperlascuola.it



A partire da questi racconti, sono stati sviluppati e realizzati gli 8 libri della collana "Scrittori di Classe" che i Clienti hanno potuto ricevere raccogliendo i bollini sulla spesa.

Super Coccolosi

Nel periodo autunnale è stata proposta ai Clienti una collezione di peluche in 12 soggetti diversi, ripartiti in tre habitat: bosco, mare, fattoria. Una parte del ricavato è stato devoluto a favore dello sviluppo di 6 progetti di solidarietà nei nostri territori.

Mini raccolte

Nell'autunno del 2016, inoltre, collezionando bollini sulla spesa (1 bollino ogni 15€ di spesa), i Clienti hanno potuto ritirare i prodotti per la cucina "Thun" dimostrando di apprezzare la qualità di questi articoli esclusivi.

Buoni Gran Weekend

Con lo scopo di aumentare la frequenza di spesa sono stati distribuiti ai Clienti provvisti di carte Conad i buoni "Gran Weekend" validi per l'acquisto a prezzi scontatissimi di prodotti alimentari ed extralimentari di grande appeal.

COMUNICAZIONE

Per informare il Cliente su prodotti, offerte e altre iniziative sono stati utilizzati tutti gli strumenti di comunicazione tradizionali: volantini, manifesti, depliant, cataloghi, comunicati radio e TV, integrati da comunicazioni web e pagine social. Inoltre, nel 2016, sono stati realizzati nuovi volantini speciali dedicati a eccellenze (vini), stagionalità (birre), salute e bellezza (benessere): una panoramica sui prodotti, corredata da informazioni e curiosità.

All'interno dei punti vendita hanno una funzione di servizio Conad Channel (la 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 e interagire attraverso le pagine social. Infine, i Clienti che ne hanno fatto richiesta, ricevono periodicamente la newsletter.

LA POLITICA PER LA QUALITÀ E LA SICUREZZA DEGLI ALIMENTI

Interlocutori in Conad Centro Nord:

Soci della Rete (Capi negozi e Responsabili di reparto), Category Manager, Responsabili di Deposito, Ufficio Tecnico, Assistenti Rete e Tecnici di Settore, Sistemi Informativi.

Interlocutori esterni:

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.

Obiettivi:

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 sia in linea con gli obblighi normativi in campo alimentare, che sono in continua evoluzione e sempre più spinti verso la tutela del Consumatore finale.

L'ufficio ha il compito di approfondire tali normative e di tradurle in soluzioni operative pratiche che consentano di aumentare i livelli di sicurezza alimentare intralciando il meno possibile le attività lavorative. Tale attività si concretizza nell'individuazione e nell'applicazione di procedure operative trasversali sulla Rete dei negozi.

Il settore "Qualità e sicurezza degli alimenti" di Conad Centro Nord prende parte agli incontri della Commissione Qualità presso la sede del Consorzio Nazionale, importanti appuntamenti in cui vengono affrontate e approfondite le tematiche sopra esposte nell'intento di trovare soluzioni condivise e di aumentare i livelli di efficienza e sicurezza della filiera Conad.

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

- Disciplinare di etichettatura Conad IT 017 ET per le carni bovine CPQ;
- Linee guida per Rintracciabilità degli alimenti nei depositi (per applicazione del Reg. 178/2002 CE):
 - procedura di gestione degli Eventi Accidentali (Alimenti), ritiri e richiamo dei prodotti;
 - linee guida per la verifica della corretta applicazione dell'autocontrollo nei punti di vendita;
 - linee guida per la qualificazione e verifica dei fornitori e dei Ce.di.

Dati attività 2016	N.
Punti vendita verificati	164
Nuove aperture con affiancamento igienico sanitario	5
Visite di controllo presso i punti vendita	616
Tamponi ambientali	1.023
Alimenti campionati per controlli	799
Campioni di ghiaccio di pescheria	86
Alimenti campionati per il controllo Istamina	86
Campioni di acqua di rete	155
Visite specifiche per verifica temperature di conservazione alimenti	33
Visite mirate a controlli di etichettatura presso punti vendita	129
Referenze verificate per allergeni (controllo documentale)	562
Incontri per formazione in ottemperanza ai requisiti del Reg. 852/04	89
Ore per formazione in ottemperanza ai requisiti del Reg. 852/04 (specifica per dipendenti addetti alle nuove aperture)	46
Incontri di formazione/informazione rivolti a Capi negozi e Responsabili Settore Carne relativi al marchio CPQ e al controllo di filiera per il bovino, il suino e l'avicunicolo	5
Articoli ritirati dalla rete di vendita nel 2016	N.
Per non rispetto di standard qualitativi elevati o etichettatura non conforme	37
Per allerte sanitarie in corso di verifica	13
Per allerte sanitarie con avviso ai Clienti del punto vendita (richiamo)	12

Programmi per il 2017

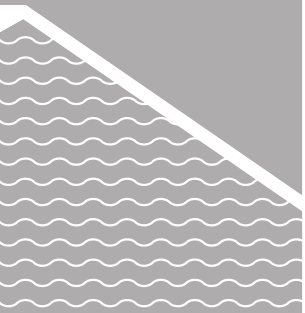
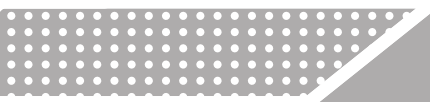
Gli obiettivi per il 2017 (e anche per il 2018) sono rappresentati dalle seguenti attività:

- miglioramento di quanto già approntato nel Sistema Conad Centro Nord (depositi e Rete di negozi) ai fini dell'adeguamento al nuovo regolamento per l'etichettatura dei prodotti alimentari, che sostituisce il Decreto Legislativo in vigore dal 1992. Nello specifico mantenimento e consolidamento della nuova gestione degli allergeni per tutti i prodotti freschi sfusi e preincartati.
- consolidamento e perfezionamento della tracciabilità per il settore carni fresche e il settore ittico.
- rafforzamento ed estensione dell'utilizzo del marchio CPQ per le carni bovine, suine ed avicunicole alla quasi totalità dei punti di vendita con reparto di lavorazione carne.

5.0

FORNITORI





IL RAPPORTO CON I FORNITORI

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

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

SISTEMA E POLITICHE DI APPROVVIGIONAMENTO

Per illustrare il rapporto di Conad Centro Nord con i fornitori bisogna ricordare la natura e i caratteri dell'intero "Sistema Conad": il Consorzio Nazionale Conad definisce contratti con i fornitori che interessano l'intero Sistema, mentre alle diverse Cooperative spetta la definizione dei rapporti con i cosiddetti "fornitori locali" che interessano invece, per ragioni di vario tipo, solamente la singola Cooperativa. Infine gli stessi Soci – cioè i gestori di specifici punti vendita – possono intrattenere rapporti di fornitura che solamente per loro rivestono interesse.

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

Tipologia fornitori e acquistato al 31/12/2016		
Tipo di fornitore	N.	Quota acquistato
A contratto locale	660	22,86%
A contratto nazionale	527	77,14%
Totale	1.187	100%

Oltre ai 1.187 fornitori nazionali e locali vi sono i fornitori diretti dei punti vendita. Si tratta certamente di operatori del luogo e la loro percentuale d'incidenza sull'acquistato non è rilevante (ancorché non quantificabile) ma è assai importante l'aspetto sociale e l'incidenza qualitativa sul servizio, poiché si tratta, nella maggior parte dei casi, di forniture tagliate a misura del micro-mercato di riferimento. In ogni caso, anche per gli acquisti realizzati direttamente dai Soci nei punti vendita, devono valere le stesse regole della Cooperativa.

LE REGOLE DELLA FORNITURA

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

In capo a tutto esistono norme dell'Unione Europea, poi recepite dalle legislazioni nazionali. Per quanto riguarda l'Italia, la normativa più recente e 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).

Anche il cittadino meno attento a questi fenomeni ha certamente sentito parlare dell'art. 62 del Decreto, che proprio 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**.
- 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.

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 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.

Art. 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.

Art. 26 Collaborazione con i fornitori

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

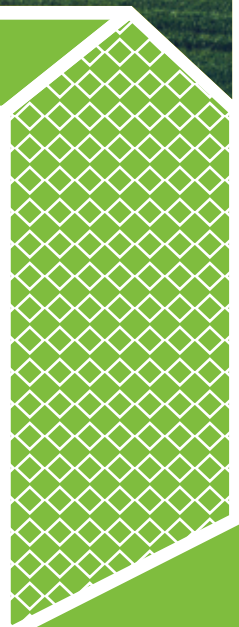
La Cooperativa, nel perseguire l'interesse dei Soci, intende i propri fornitori come partner e lavora per la costruzione di un rapporto di fiducia e di una visione condivisa del lavoro e del servizio.

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

6.0

AMBIENTE





L'IMPEGNO PER LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

L'EFFICIENZA ENERGETICA

In materia di sostenibilità ambientale l'impegno di Conad Centro Nord negli ultimi anni ha prodotto una serie di sperimentazioni e iniziative allo scopo di ridurre i kW elettrici assorbiti, le emissioni di CO₂ e i costi di gestione. L'attività di **efficientamento energetico** ha riguardato sia gli uffici e i depositi della sede di Campegine (interventi sugli impianti di illuminazione) sia la Rete di vendita. Nel corso del 2016 in particolare, l'attività di ottimizzazione energetica (interventi su 5 punti vendita) ha comportato un investimento pari a 477.000 euro, con un risparmio conseguito di 746.286 kWh all'anno pari a 119.000 euro.

All'interno dei depositi della Cooperativa è stata estesa la soluzione del **pallet pooling** per quanto riguarda i pallet di legno. Questo sistema ha un impatto significativo sull'efficienza e la riduzione dei costi ed è ecologicamente sostenibile rispetto al tradizionale interscambio: 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.



-50%

Riduzione delle emissioni di CO₂ pari a 245 tonnellate.



-71%

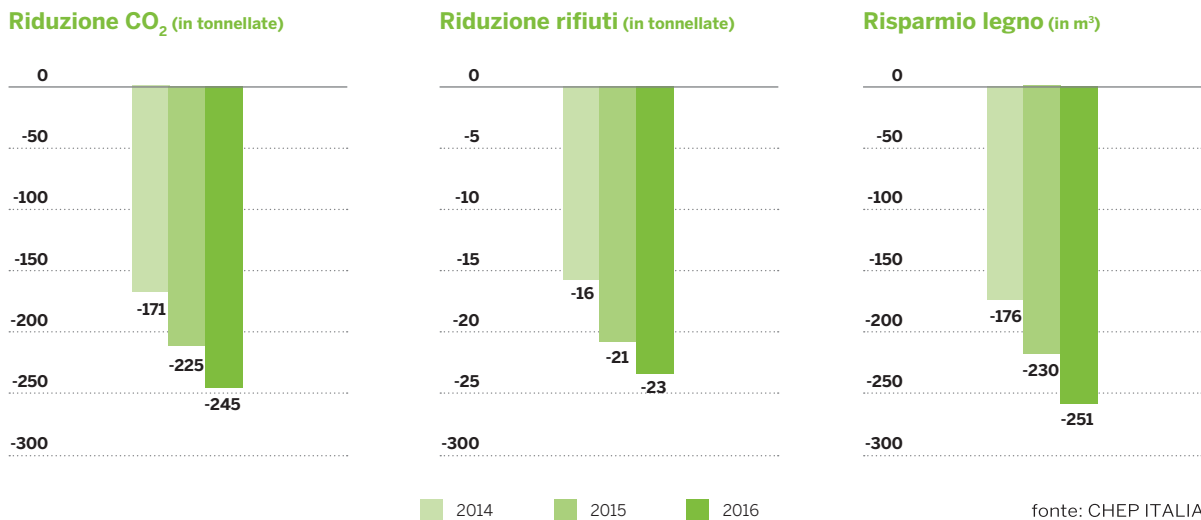
Risparmio di legno pari a 251 m³.



-77%

Diminuzione dei rifiuti in discarica pari a 23 tonnellate.

Impatto ambientale pallet pooling vs interscambio



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**. In particolare sono stati installati impianti integrati con cui viene recuperato tutto il calore generato dai motori che producono il freddo alimentare (per banchi frigo e celle) per rifornire i sistemi di riscaldamento installati a pavimento e gli impianti di condizionamento. Tali sistemi funzionano a temperature di regime più basse rispetto a impianti di riscaldamento tradizionali e consentono di eliminare del tutto le caldaie a gas. Tutti i frigoriferi sono dotati di chiusura automatica per ridurre al massimo la dispersione di freddo nell'ambiente.

Per l'illuminazione interna ed esterna sono state installate lampade led. Le strutture sono interamente coibentate e sono state progettate in modo da poter sfruttare al massimo l'illuminazione naturale.

Nei nuovi punti vendita di Rubiera e Bernareggio sono stati installati impianti fotovoltaici sulla copertura; l'utilizzo dell'energia prodotta da questo tipo di impianti riduce in modo significativo le emissioni inquinanti di anidride carbonica in atmosfera.

Negli interventi di Rubiera, Clusone, Bernareggio e Travagliato è stata utilizzata una recente soluzione tecnologica che permette il funzionamento degli impianti frigoriferi con il solo gas CO₂ eliminando così l'impiego di gas fluorurati.

LA GESTIONE DEI RIFIUTI

Raccolta differenziata e ricadute ambientali

Nel 2016 i punti vendita della Rete Conad Centro Nord hanno effettuato la raccolta differenziata di carta e cartone, plastica e legno per quasi 6 milioni di kg (oltre 880.000 kg in più rispetto al 2015). Di seguito sono indicate le quantità di rifiuti differenziati raccolti per provincia.

I nostri numeri

Provincia/Comune	Carta e cartone	Plastica	Legno	Totale kg
BG	986.114	23.220	-	1.009.334
Alme'	20.000	-	-	20.000
Almenno	81.280	7.780	-	89.060
Alzano Lombardo	58.760	-	-	58.760
Boltiere	10.340	-	-	10.340
Bonate Sotto	59.720	4.200	-	63.920
Canonica d'Adda	52.900	4.120	-	57.020
Capriate S. Gervasio	44.660	1.820	-	46.480
Clusone	52.270	-	-	52.270
Cologno al Serio	124.080	-	-	124.080
Dalmine	119.360	-	-	119.360
Ghisalba	68.700	-	-	68.700
Grumello del Monte	40.980	-	-	40.980
Lefte	30.710	-	-	30.710
Romano di Lombardia	62.460	-	-	62.460
S. Paolo d'Argon	25.940	-	-	25.940
Torre Boldone	35.180	-	-	35.180
Urgnano	98.774	5.300	-	104.074

Provincia/Comune	Carta e cartone	Plastica	Legno	Totale kg
BS	335.530	11.100	-	346.630
Bagnolo Mella	12.160	-	-	12.160
Bedizzole	4.370	-	-	4.370
Borgosatollo	23.140	-	-	23.140
Brescia	93.600	11.100	-	104.700
Capriolo	109.580	-	-	109.580
Flero	35.810	-	-	35.810
Travagliato	11.830	-	-	11.830
Verolanuova	45.040	-	-	45.040

Provincia/Comune	Carta e cartone	Plastica	Legno	Totale kg
CR	139.630	-	-	139.630
Casalmaggiore	50.180	-	-	50.180
Offanengo	51.970	-	-	51.970
Piadena	37.480	-	-	37.480

Provincia/Comune	Carta	Plastica	Legno	Totale kg
LC	40.000	2.560	2.040	44.600
Lecco	40.000	2.560	2.040	44.600

Provincia/Comune	Carta e cartone	Plastica	Legno	Totale kg
LO	227.410	-	4.080	231.490
Casalpusterlengo	84.150	-	-	84.150
Codogno	60.800	-	4.080	64.880
Lodi	82.460	-	-	82.460

Provincia/Comune	Carta e cartone	Plastica	Legno	Totale kg
MB	103.420	89.780	-	193.200
Bernareggio	20.380	89.780	-	110.160
Carate Brianza	69.020	-	-	69.020
Meda	14.020	-	-	14.020

Provincia/Comune	Carta e cartone	Plastica	Legno	Totale kg
MI	569.430	7.680	1.510	578.620
Arese	61.730	1.520	1.510	64.760
Lainate	40.970	-	-	40.970
Milano	378.710	6.160	-	384.870
Trezzo sull'Adda	88.020	-	-	88.020

Provincia/Comune	Carta e cartone	Plastica	Legno	Totale kg
MN	119.700	6.507	-	126.207
Castel Goffredo	30.080	120	-	30.200
Castiglione delle Stiviere	38.000	6.387	-	44.387
Gonzaga	19.890	-	-	19.890
Suzzara	31.730	-	-	31.730

Provincia/Comune	Carta e cartone	Plastica	Legno	Totale kg
PC	475.650	31.780	11.590	519.020
Alseno	17.010	-	-	17.010
Castell'Arquato	83.860	6.690	-	90.550
Fiorenzuola	62.420	-	-	62.420
Piacenza	12.920	-	-	12.920
Piacenza	190.290	17.130	11.590	219.010
Pontenure	37.330	-	-	37.330
Rivergaro	39.780	6.360	-	46.140
San Giorgio P.ino	32.040	1.600	-	33.640

Provincia/Comune	Carta e cartone	Plastica	Legno	Totale kg
PR	1.334.556	44.240	37.210	1.416.006
Busseto	45.100	-	-	45.100
Colorno	53.200	-	-	53.200
Felino	103.500	11.120	12.820	127.440
Fidenza	163.400	15.980	6.090	185.470
Fontanellato	62.120	8.620	-	70.740
Fornovo	84.600	2.800	6.040	93.440
Langhirano	64.480	-	-	64.480
Montechiarugolo	29.550	-	-	29.550
Noceto	148.660	5.720	-	154.380
Parma	428.956	-	12.260	441.216
Parma (Todis)	15.480	-	-	15.480
San Pancrazio	23.400	-	-	23.400
San Secondo P.se	38.550	-	-	38.550
Soragna	40.690	-	-	40.690
Traversetolo	32.870	-	-	32.870

Provincia/Comune	Carta e cartone	Plastica	Legno	Totale kg
PV	88.940	-	-	88.940
Casorate Primo	88.940	-	-	88.940

Provincia/Comune	Carta e cartone	Plastica	Legno	Totale kg
RE	1.074.660	12.680	1.900	1.089.240
Albinea	68.230	-	-	68.230
Arceto di Scandiano	21.200	-	-	21.200
Bibbiano	49.470	-	-	49.470
Bibbiano (Todis)	15.890	-	-	15.890
Cadelbosco Sopra	33.620	-	-	33.620
Casalgrande	61.790	-	1.900	63.690
Cavriago	56.720	-	-	56.720
Correggio	110.600	-	-	110.600
Gattatico	26.240	-	-	26.240
Guastalla	20.460	-	-	20.460
Reggio Emilia	318.590	8.560	-	327.150
Reggio Emilia	142.860	-	-	142.860
Rio Saliceto	19.200	-	-	19.200
Rubiera	16.440	-	-	16.440
Salsomaggiore	51.820	4.120	-	55.940
Sant'Ilario	61.530	-	-	61.530

Provincia/Comune	Carta e cartone	Plastica	Legno	Totale kg
VA	150.980	-	-	150.980
Angera	28.100	-	-	28.100
Gorla Minore	44.520	-	-	44.520
Vergiate	78.360	-	-	78.360

	5.646.020	229.547	58.330	5.933.897
Totale	Carta	Plastica	Legno	Totale kg

Attraverso l'avvio al riciclo dei materiali sopra indicati e 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 e il cartone:

Avvio al recupero	Carta e cartone	Unità di misura
Materiale raccolto ed avviato al recupero da CCN	5.646.020	kg
Alberi risparmiati (1 ogni 70 kg di carta riciclata)	80.657	numero
Litri di acqua (438,2 ogni kg di carta)	2.474.085.964	litri
CO ₂ risparmiata (1,3 kg ogni kg carta)	7.339.826	kg

Per la plastica:

Avvio al recupero	Plastica	Unità di misura
Materiale raccolto ed avviato al recupero da CCN	229.547	kg
CO ₂ risparmiata (1,3 kg ogni kg carta)	319.070	kg

A questi valori bisogna sommare i quantitativi sia della raccolta differenziata del materiale organico sia 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 mediamente, sulla base dei riferimenti degli allegati del D.P.R. 158/99, avviano al recupero più del 70% dei rifiuti prodotti con punte oltre il 90%. Anche con i materiali oggetto di raccolta differenziata vengono prodotti sacchi di plastica di "seconda vita" evitando pertanto il consumo di nuove materie prime vergini.

Sconti per avvio al recupero

Fra i punti vendita che possono avere diritto alla riduzione della tassazione sui rifiuti (cioè, in linea di massima, quelli che utilizzano uno smaltitore privato per il recupero di carta, cartone, plastiche e legno diverso dal gestore in privativa del Comune, e che dimostrano di aver autonomamente avviato al recupero – e non al ciclo dei rifiuti – determinati quantitativi di materiale oggetto di raccolta differenziata) nel 2016 sono stati concessi a 63 negozi, sconti pari a euro 304.800.

Provincia	N. Riduzioni erogate 2016	Euro Riduzioni erogate 2016	N. Riduzioni erogate 2015	Euro Riduzioni erogate 2015
BG	9	41.406	4	19.020
BS	3	26.607	1	23.568
LO	2	11.261	2	10.885
MB	1	1.043	1	3.729
MI	1	2.548	1	4.142
MN	3	7.307	2	4.221
PC	6	47.582	5	36.892
PR	19	74.430	20	87.830
RE	16	89.029	16	78.169
VA	1	1.804	3	8.624
LC	1	653	-	-
PV	1	1.128	-	-
TOTALE	63	304.800	55	277.080

7.0

TERRITORIO
E COMUNITÀ



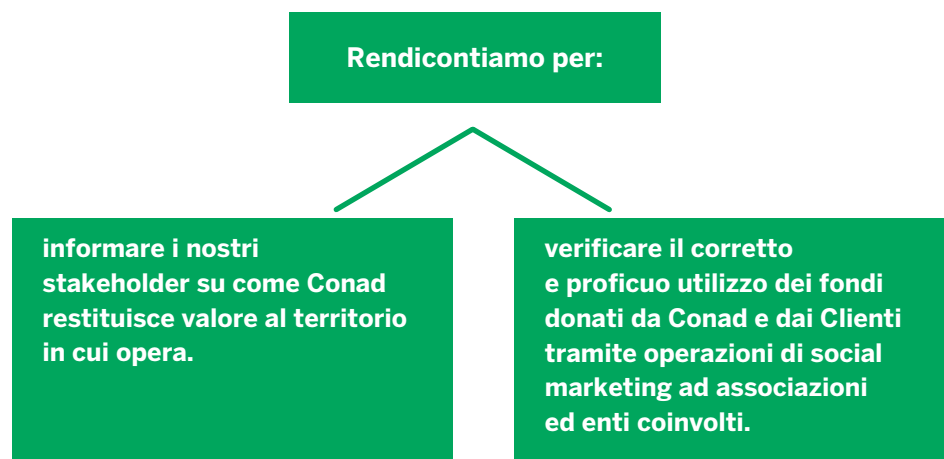


L'IMPEGNO PER IL TERRITORIO E PER LE COMUNITÀ

Conad Centro Nord e la Rete dei punti vendita Conad sono da sempre vicini ai territori in cui sono presenti ma è utile ricordare che, a partire dal 2012, ha preso vita il piano di CSR.

Questo ha fornito le linee guida strategiche per la creazione di un nuovo modello di supporto ai territori, volto a definire gli ambiti prioritari di intervento e a dare maggior metodo nella selezione degli investimenti che metta sempre al centro il dialogo tra la comunità, il Socio e la Cooperativa.

Alla base di questo nuovo modello c'è la rendicontazione cui si sta dando sempre maggiore forza attraverso la pubblicazione del Bilancio Sociale, le informative in store, i social network e una sempre più fitta attività di relazione con i media tradizionali.



La Cooperativa è vicina ai territori di riferimento attraverso partnership con istituzioni, enti e società, con investimenti a supporto di iniziative culturali, sociali e sportive di rilievo per un valore che negli ultimi tre anni si è attestato **oltre 1,3 milioni di euro**.

Responsabilità Sociale (investimento in iniziative sociali e solidarietà)			(in €)
	2014	2015	2016
Capitale versato dai Soci			
Iniziative territoriali	699.000	750.000	780.000
Colletta alimentare	9.630	8.200	5.100
Capitale versato dalla Cooperativa			
di cui erogazioni liberali	177.600	46.100	25.550
Attività straordinarie territoriali	81.316	56.472	12.065
Totale sostegno diretto	1.335.457	1.359.802	1.362.907

Nel 2016 la Cooperativa si è impegnata nella realizzazione e nel supporto di **93 iniziative** svolte nei territori in cui opera, con investimenti oltre i 565.000 euro; ciò ha permesso a Conad Centro Nord di essere presente in 50 conferenze stampa, 182 articoli redazionali su testate per lo più locali e in oltre 50 passaggi TV (presenza in servizi del tg e in programmi di approfondimento).

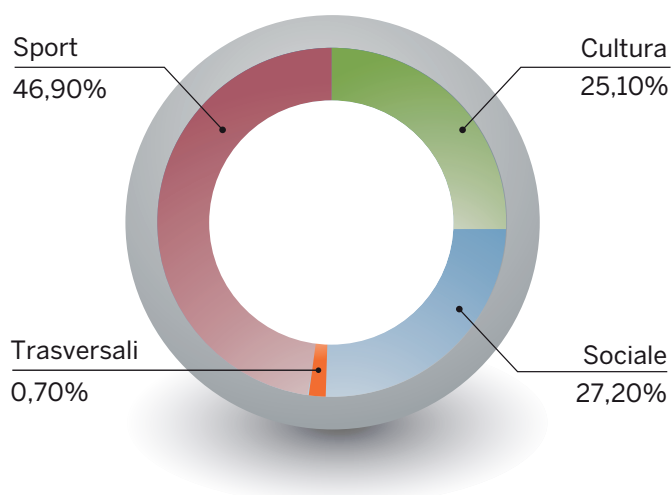
Dalla ripartizione degli investimenti per provincia emerge ancora uno sbilanciamento a favore delle province emiliane, anche se inferiore rispetto agli anni precedenti; rimane sempre vivo l'obiettivo di traslare i progetti di successo nelle province lombarde.

La ripartizione per ambito vede lo sport come principale sfera di investimento al 47%, seguito dal sociale al 27% e dalla cultura al 25%.

Numero di iniziative sostenute dalla Cooperativa			
	2014	2015	2016
Cultura	25	23	35
Sport	29	40	28
Sociale	25	31	30
Totale	79	94	93

Ripartizione per ambito 2016	in €	%
Sport	265.494	46,90%
Sociale	154.139	27,20%
Cultura	142.096	25,10%
Investimenti trasversali	4.013	0,70%
Totale	565.742	100%

Ripartizione per provincia 2016	Sostegno ai territori (€)	Sostegno ai territori (%)
RE	245.656	43,4%
PR	205.031	36,2%
BS	33.086	5,8%
MI	32.913	5,8%
BG	20.703	3,7%
PC	13.260	2,3%
LC	10.000	1,8%
CR	442	0,1%
Investimenti trasversali	4.649	0,8%
Totale	565.742	100%



L'ATTENZIONE VERSO IL MONDO DELLO SPORT

Lo sport è l'ambito su cui Conad investe di più, coinvolgendo 28 società sportive e circa 9 mila atleti. Le attività che ci vedono più coinvolti sono la pallavolo, il rugby, il calcio e le tante maratone e marce che ci vedono protagonisti.

Dal 2015 la squadra di **Rugby di Reggio Emilia** ha preso il nome di **Conad Rugby** e nel 2016 questa partnership è stata coronata dal passaggio al Campionato di Eccellenza.

Confermato anche il legame con il **Conad Volley** (Volley Tricolore), la squadra maschile reggiana di Serie A2 che continua a raggiungere grandi risultati e che ha visto gli atleti coinvolti nei punti vendita reggiani in occasione di eventi o nuove aperture e all'interno del CdA di Conad Centro Nord per la presentazione della squadra.

Tra le sponsorizzazioni più prestigiose c'è quella che vede consolidata la partnership con la franchigia del Nord Ovest delle **Zebre Rugby** con sede a Parma, che milita nel campionato internazionale Pro12.

Continua anche la collaborazione tra Conad Centro Nord e **A.C. Reggiana 1919 S.p.A.** insieme per un

progetto rivolto ai giovani. Oltre a essere storici sponsor della squadra granata, la Cooperativa ha voluto dare un segnale ai più piccoli diventando Sponsor della Scuola Calcio d'Elite di Reggiana Calcio.

Stessa cosa vale per il **Parma Calcio 1913**, per cui il Marchio Conad ha accompagnato i ragazzi del settore giovanile in occasione di tutte le trasferte delle squadre con la fornitura di kit alimentari, secondo i principi della corretta e sana alimentazione. Tra i tanti tornei di calcio sponsorizzati è opportuno citare la nona edizione della **Fossil Cup**, trofeo interprovinciale che vede coinvolte 48 squadre giovanili.

Sempre maggiore è l'interesse verso la **Junior Conad Cup**, il torneo per i più piccoli che, alla sua quinta edizione, ha registrato la partecipazione di 32 squadre per lo più reggiane e parmigiane in un torneo tutto targato Conad.

DOMENICA 23 OTTOBRE

ZEBRE VS **CONNACHT**

Zebre Rugby **Connacht Rugby**

Stadio Lanfranchi - Parma - ore 16.15

Tutti in meta con Conad e le Zebre Rugby!

Vieni allo Stadio con le tue carte Conad e paghi il **biglietto 5€ anziché 10€** in più ricevi un **buono da 5€**

BUONO 5€ sulla tua spesa Conad

E non perderti una giornata di grandi eventi per tutta la famiglia:

- 11:00 apertura dello Zebre Games Village nel parcheggio della Cittadella del Rugby con gonfiabili, giochi, stand gastronomici e musica a cura dei partner delle Zebre
- 11:00 Inizio Torneo di Minirugby
- 14:00 (Sola Conferenza FIR) presentazione ai presidenti dei 46 Club del nuovo progetto
- servizio di baby sitter per tutta la giornata e durante la partita

CONAD Persone oltre le cose



La Cooperativa si impegna a diffondere i valori dello sport anche attraverso la promozione di altre iniziative sportive quali il torneo di Rugby **Corepla Conad Memorial Amatori**, che ha visto un'edizione da record a Parma con 2000 bambini in campo (e la fornitura di prodotti a marchio Conad) e il Torneo **Conad Città del Tricolore** a Reggio Emilia.

Nel 2016 Conad Centro Nord è stata nuovamente presente al **Diego Dominguez Rugby Camp**, dando la possibilità a 5 ragazzi di partecipare al campo estivo a Ravenna, un'iniziativa fortemente voluta dal campione Diego Dominguez per introdurre al rugby, alla sua pratica, ai suoi valori, ragazzi segnalati dalle aziende che credono nel potenziale umano di questo sport. I ragazzi sono stati scelti tra le società Rugby Reggio e Rugby Clusone in concomitanza con le nuove aperture Conad avvenute a Rubiera (RE) e a Clusone (BG).

Infine sono diverse le manifestazioni podistiche in cui i ristori sono stati forniti di prodotti Conad: **I Cinq Casinott a Lainate** (MI), **Vivicittà Parma** organizzata dalla UISP, la **Quattro Porte a Reggio Emilia**, la gara podistica organizzata dall'**AVIS di Flero** (BS).

Non è mancato il sostegno ad altri sport, quali il tennis con il **Torneo Internazionale Juniores** a Salsomaggiore Terme (PR) e il **Torneo di Tennis Città di Brescia**; il ciclismo, con il supporto al **Team Csf Bardiani**, la presenza alla Granfondo di Albinea (RE) e alla **Granfondo Piacentina**; destinatari del sostegno di Conad Centro Nord sono stati anche il **Baseball Parma** e la **Pallamano Parma**.

Per Conad Centro Nord lo sport significa anche inclusione di persone svantaggiate: per questo la Cooperativa per il secondo anno ha supportato come main sponsor la rassegna sportiva **Un Po di Sport** che ha coinvolto, per tre mesi, tutti i territori sulle rive del Po, promuovendo lo sport per i disabili.

IL SOSTEGNO ALLE INIZIATIVE CULTURALI

Nel 2016, 35 sono state le attività culturali tra festival, teatri, mostre ed eventi sostenuti dalla Cooperativa.

Per quanto concerne l'ambito teatrale sono state riconfermate le sponsorizzazioni alla **Fondazione I Teatri di Reggio Emilia** e al **Teatro Due di Parma** per le stagioni di prosa, con l'obiettivo di agevolare i clienti Conad a partecipazione alle attività culturali del territorio tramite sconti o carte ad hoc.

La volontà di promuovere la cultura si esprime anche con attività orientate verso le nuove generazioni: da qualche anno si contribuisce in maniera indiretta alle stagioni del **Teatro Ragazzi** della **Fondazione I Teatri di Reggio Emilia** e del





Teatro delle Briciole (Fondazione Solares) di Parma, tramite la donazione di centinaia di abbonamenti alle famiglie di bambini delle prime classi delle scuole primarie. Dal 2016 l'attività si è estesa anche ai Laboratori Famiglia del territorio, incentivando così la diffusione della cultura fin dai primi anni di età e favorendo la relazione extra-scolastica dei bambini e delle rispettive famiglie. L'iniziativa ha raggiunto e coinvolto tutti gli strati sociali, rivelandosi anche una bella occasione di integrazione.

La Cooperativa ha sostenuto poi numerose manifestazioni e festival dedicati alla musica, alla danza, alla fotografia e all'intrattenimento tra cui, il **Festival del Culatello di Zibello** (PR), il **Festival del Prosciutto a Langhirano** (PR), il **Dinamico Festival a Reggio Emilia**, il **18e20 Talk Show a Salsomaggiore Terme** (PR) e la rassegna estiva **Musica in Castello** con spettacoli e concerti nei luoghi del Ducato di Parma e Piacenza. Contribuire a queste iniziative socio-culturali risponde all'obiettivo principale di celebrare e mantenere la memoria della tradizione e a dare visibilità alle eccellenze territoriali. Con questo intento Conad ha sponsorizzato la prima edizione del **Gola Gola Festival** svoltosi a Parma nel 2016, quando la città è stata nominata "Città della Gastronomia" dall'Unesco. In questi tre giorni di festival il cibo è stato protagonista in ogni sua forma, dalle degustazioni agli show cooking per grandi e bambini, con le esibizioni della "Compagnia degli Chef", con le ricette a base di prodotti Saporì&Dintorni e a Marchio Conad, forniti per alcune attività del festival.



Per le famiglie e i più piccoli, Conad Centro Nord ha organizzato, in collaborazione con l'Amministrazione Comunale di Parma, una giornata in cui si sono susseguite le performance di 5 maghi in 5 piazze differenti, per un totale di 25 spettacoli di magia con la partecipazione dei maghi di **"Master of Magics"** guidati dal noto Walter Rolfo.

Tra le principali iniziative culturali del 2016 si segnala il sostegno come main sponsor alla mo-

stra fotografica “**Christo and Jeanne - Claude as seen by Wolfgang Volz**” in occasione dell’installazione di Christo sul Lago d’Iseo (BS) “**The Floating Piers**”.

Per il secondo anno inoltre, la Cooperativa ha sostenuto un altro importante festival che si tiene a Parma, in concomitanza e in correlazione con il Festival Verdi e che è giunto alla decima edizione: il **Barezzi Festival**. Un appuntamento che, dall’interno dei teatri e degli ambienti più prestigiosi e affascinanti del cuore dell’Emilia, fa viaggiare suoni e musica da tutto il pianeta con lo scopo di promuovere la musica di qualità, costituendo un punto di incontro tra l’Opera, la musica classica e la contemporaneità. Nello specifico, Conad Centro Nord ha contribuito a sostenere tutti i concerti di Barezzi Off, che si sono tenuti ad ingresso gratuito in Piazza Ghiaia, entrando a far parte, con lo Store Sapori&Dintorni di Piazza Ghiaia, del circuito Barezzi Snug, in cui cibo e musica erano i protagonisti.



L’IMPEGNO PER IL SOCIALE

Uno degli ambiti in cui Conad Centro Nord è maggiormente impegnata è quello sociale: un gioco di squadra che coinvolge dipendenti, Clienti, associazioni no profit, Istituzioni e collettività per portare avanti iniziative di solidarietà sociale e di sostegno economico diretto al territorio.

Nel periodo pre-natalizio si è rinnovata l’iniziativa “**SuperCoccolosi**” che ha permesso di destinare circa 90 mila euro a 6 progetti solidali per lo più a favore di bambini.

La corralità dell’iniziativa ne ha determinato sicuramente il successo; infatti la partecipazione delle associazioni e dei Clienti è stata fondamentale per la riuscita del progetto.

Per ogni peluche acquistato dai Clienti a fronte di un piccolo contributo, Conad ha devoluto 0,50 euro a favore del progetto individuato.



Risultati iniziativa "SuperCoccolosi"		(in €)
Province coinvolte	Progetto	Importo donato
Bergamo - Lecco - Sondrio	Donazione a favore del progetto "Giocamico" dell'Ospedale Papa Giovanni XXIII di Bergamo	19.500
Brescia - Cremona - Mantova	Donazione a favore del Reparto di Terapia Intensiva Neonatale dell'Ospedale dei Bambini di Brescia	9.500
Piacenza	Donazione a favore dell'Associazione Insieme per l'Hospice di Piacenza	5.000
Reggio Emilia	Contributo al progetto "IO MI IMPEGNO" a favore di ASCMAD Prora Onlus per il nuovo Reparto di Endoscopia Digestiva dell'Arcispedale Santa Maria Nuova	24.000
Parma	Donazione a favore del Nuovo Ospedale dei Bambini di Parma	15.000
Milano - Monza Brianza - Como - Lodi - Pavia - Varese	Donazione a favore della Terapia Intensiva Neonatale dell'Ospedale dei Bambini Buzzi di Milano	16.500
Totale		89.500

“Questa campagna fa parte della più ampia politica di Responsabilità Sociale atta a coinvolgere i territori in un circuito virtuoso di solidarietà. Il nostro obiettivo non è solo quello di raccogliere fondi, ma piuttosto quello di captare dalle comunità in cui siamo inseriti le esigenze reali e, tramite progetti condivisi, riuscire a contribuire a iniziative specifiche in modo concreto e trasparente grazie a un percorso di sensibilizzazione a 360°. Ringrazio i nostri Clienti che dimostrano sempre un grande cuore e che ci danno la fiducia necessaria per fare grandi cose insieme a favore di tutta la comunità, valorizzando così le strutture che rappresentano l'eccellenza del territorio”.

Paolo Incerti Telani, Vice Presidente di Conad Centro Nord



Per quanto riguarda la lotta alla violenza contro le donne, nel 2016 la Cooperativa è stata main sponsor della seconda edizione di “**Donne in Corsa**” a Parma, la camminata non competitiva, organizzata da Forum Solidarietà con sette associazioni dalla parte delle donne per affermare, ancora una volta, che il benessere della donna passa attraverso la tutela dei suoi diritti. Per l'occasione si sono prodotte delle magliette ad hoc per i vincitori.

RACCOLTE ALIMENTARI E CIRCUITI SOLIDALI

Colletta Banco Alimentare			
	2014	2015	2016
Totale kg prodotti alimentari	260.970	175.315	167.429
Totale valore prodotti in euro	727.871	430.000	419.094

Raccolta "Dona una spesa" Piattaforma Parma			
	2014	2015	2016
Totale kg prodotti alimentari	25.000	20.000	21.000

Nel 2016 l'appuntamento annuale con la **Colletta del Banco Alimentare** ha coinvolto 182 punti vendita che hanno partecipato all'iniziativa. I soci di Conad Centro Nord hanno donato 5.100 euro mentre i nostri Clienti hanno consegnato oltre 167.000 kg di prodotti alimentari.

Oltre a questa iniziativa a livello nazionale, ci sono altre forme di raccolte alimentari che si svolgono durante tutto l'anno presso i punti vendita, in accordo con i Comuni e le associazioni preposte all'assistenza sociale a favore di soggetti bisognosi.

Conad Centro Nord collabora da diversi anni con **Piattaforma Parma**, il progetto che si rivolge prevalentemente alle aziende agro-alimentari (ma non solo) del territorio per recuperare eccedenze di generi alimentari, prodotti in scadenza o con difetti di fabbricazione per redistribuirli a famiglie bisognose attraverso associazioni di volontariato onlus locali che si occupano di persone in difficoltà (Caritas Parma, Emporio Valtaro, Emporio Valparma, Caritas Fidenza, Emporio Parma e altre).

Da questa collaborazione ha preso il via la raccolta alimentare "**Dona una spesa**", iniziativa di forte valore, grazie all'estensione su tutti i punti vendita Conad di Parma e provincia, che ha permesso di raccogliere anche in questa edizione 21 tonnellate di prodotti alimentari, grazie anche alla promozione "Operazione bis" inserita ad hoc per incentivare i Clienti a donare.

Conad Centro Nord Società Cooperativa
Via Kennedy, 5 - 42040 Caprara di Campegine (RE)
Tel. 0522 905111 - Fax 0522 905222
www.conad.it

