



Bilancio sociale 2020



Sommario

Un grazie speciale per un anno tanto intenso	4	Orientamento all'innovazione	37
Nel 2020, anno della pandemia, Conad Nord Ovest ha rafforzato il rapporto con la comunità	6	Il nuovo format Spazio Conad	37
In occasione dei 60 anni, Conad Nord Ovest ha moltiplicato il suo impegno	10	La nuova app per il self scanning	38
		Il sistema evoluto di suggerimento dei prodotti sostitutivi per la spesa online	39
PARTECIPAZIONE E FORMAZIONE	13	PERFORMANCE ECONOMICHE	41
2020: 60 anni, sempre accanto alla comunità	14	Produzione e distribuzione del Valore Aggiunto	42
Convention Soci 2020	15	Prospetto di determinazione del Valore Aggiunto	43
Formazione Continua	16		
Alternanza Scuola-Lavoro: collegamento tra la conoscenza e l'esperienza	19	RELAZIONE SOCIALE	47
Formazione Obbligatoria	20	Sosteniamo il futuro	48
Igiene alimentare e sicurezza sui luoghi di lavoro	20	Riduciamo i chilometri percorsi con l'ottimizzazione dei flussi logistici dell'Area Nord	48
Data protection e trattamento dei dati personali	21	Riduciamo il nostro impatto ambientale chilometro per chilometro	50
		Riduciamo il consumo energetico con l'illuminazione a led nel Montopoli Generi Vari	53
IDENTITÀ AZIENDALE	23	Riduciamo le emissioni incentivando la mobilità green	61
Conad, leader di mercato	24	Riduciamo gli imballaggi	62
Conad Nord Ovest	26	Riduciamo la plastica	63
La nostra storia	28	I nostri Stakeholder	66
Il decalogo dei valori	30	I Soci	66
La nostra vision	30	I Collaboratori	66
La nostra mission	30	Il Consumatore	71
Il codice Etico	30	I Fornitori di beni e servizi	106
La Governance	30	Note Metodologiche	119
Il Gruppo Societario	32	Il modello GBS	119
I dati della rete di vendita	34		
Investimenti, aperture e ristrutturazioni	36		

Un grazie speciale per un anno tanto intenso



Valter Geri
Presidente Conad Nord Ovest



Ugo Baldi
Amministratore Delegato Conad Nord Ovest



Massimo Galvan
Vicepresidente Conad Nord Ovest

Un grazie speciale a tutti Voi.

donne e uomini di **Conad Nord Ovest**, al vostro impegno, alla vostra professionalità, alle vostre sensibilità.

In un momento difficile per il nostro Paese, con la **vostra dedizione e determinazione** state offrendo un prezioso contributo per vincere questa battaglia.

In prima linea nel rispondere ai bisogni dei cittadini, garantendo con il vostro lavoro il funzionamento della vita sociale, la vita delle nostre famiglie.

Grazie, perché state assolvendo con grandissimo senso del dovere questo compito. Uniti in questo straordinario impegno, **rappresentate il meglio del nostro essere Conad**.

I vostri volti, la vostra voce, il vostro impegno, quello di Elena, Luca, Francesca, Mario, Elisabetta, Lucia, Giovanni, Claudia, siamo consapevoli, sono la migliore risposta per affrontare questa ardua situazione.

Sono la forza del **Tuo essere persona accanto, a servizio, di altre persone**.

La centralità del tuo ruolo, nella grande squadra di Conad Nord Ovest, sta in questo: **fare assieme la nostra parte**. Noi con professionalità e buon senso, radice dei nostri valori, sentiamo il dovere di adempiere a questo impegno civile.

A essere disponibili, a comprendere i timori delle persone, a formulare, anche con un sorriso, le indicazioni per il rispetto degli obblighi di Governo e Regioni.

Siamo del resto consapevoli che ci saranno situazioni talvolta complesse da affrontare, qualche disservizio sarà fisiologico, ma siamo certi che **tutto andrà per il meglio**, anche grazie al tuo prezioso contributo.

Oggi più che mai **essere "Persone oltre le Cose"** rappresenta per tutti noi un **impegno continuo**, lodato e richiesto. Affrontiamo assieme e superiamo con coraggio, tenacia e solidarietà, questo difficile momento.

Siamo fieri, orgogliosi del tuo contributo nell'offrire quotidianamente servizio, prodotti, **fiducia** ai nostri clienti e per questo a marzo ti è stato riconosciuto un premio speciale.

Contiamo su di te, contiamo sulle nostre persone per assolvere ad un compito sociale determinante nei confronti del nostro splendido e forte Paese.

È l'ora della responsabilità: occorrerà un forte impegno da parte di tutti in questa situazione nuova e complessa.

“Uniti in questo straordinario impegno, rappresentate il meglio del nostro essere Conad.”

Insieme più coraggio. Insieme più futuro. Insieme per il bene della nostra Comunità.

Buon lavoro e grazie.

Nel 2020, anno della pandemia, Conad Nord Ovest ha **rafforzato il rapporto con la comunità**

10,3

(milioni di Euro)
**COMPLESSIVI
 PER CONTRIBUTI
 E SPONSORIZZAZIONI
 ANNO 2020
 COOPERATIVA CNO
 + SOCI CNO**

di cui

5,3

(milioni di Euro, ca.)
**VALORE INIZIATIVE
 DESTINATE
 ALL'EMERGENZA
 COVID 19**

4,7

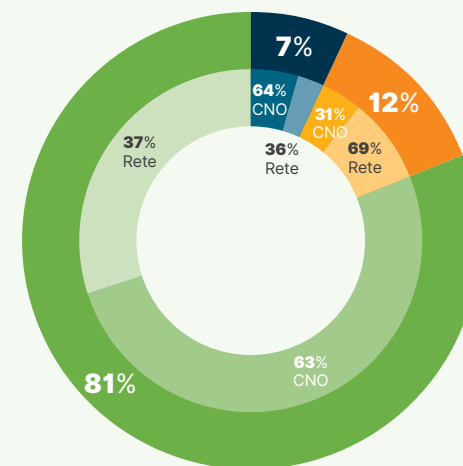
(milioni di Euro)
**INCREMENTO
 CONTRIBUTI NEL 2020
 VS ANNO
 PRECEDENTE**

Il rapporto ed il dialogo con le comunità

Il rapporto con la comunità locale, il dialogo con enti e istituzioni, il sostegno alle numerose associazioni di tipo sportivo, culturale, sociale, sono caratteristiche che contraddistinguono le imprese cooperative. Questa vicinanza, anche a territori lontani dai grandi centri, è espressione della struttura della rete di vendita di Conad Nord Ovest: capillare, presente in numerosi comuni delle province del nord e centro Italia, con negozi di medie e grandi dimensioni, ma anche con esercizi piccoli in comunità montane.

Essere interlocutori per le comunità locali e concorrere, attraverso il sostegno alle associazioni ed enti del territorio, alla crescita e al miglioramento della qualità di vita delle comunità che ci ospitano, sono obiettivi prioritari ed impegni che i Soci e la cooperativa perseguono con coerenza, con un investimento di risorse importante.

Contributi e sponsorizzazioni Conad Nord Ovest e Rete di Vendita



- Cultura, Tempo libero e Scuole
- Supporto ad Associazioni Sportive
- Liberalità ed Assistenza

L'EMERGENZA SANITARIA, UNA SFIDA SENZA PRECEDENTI PER TUTTA LA COMUNITÀ

La crisi sanitaria derivante dall'emergenza Covid, ha portato la cooperativa ed i suoi associati ad un impegno ancora maggiore, consci dei riflessi economici e sociali che tale crisi ha portato nel 2020 e che porterà negli anni futuri. L'emergenza ci ha visto reagire in modo esemplare per sostenere le comunità ed i nostri collaboratori.

In particolare riepiloghiamo le iniziative a favore di ospedali ed enti in prima linea nella battaglia contro il Covid 19 e a sostegno e ringraziamento verso i dipendenti dei negozi e della cooperativa che hanno sempre garantito la distribuzione e quindi la presenza delle merci nei negozi, svolgendo un servizio essenziale alla comunità, nonché la straordinaria donazione a Caritas Italiana:

- donazioni all'Ospedale Sacco di Milano e allo Spallanzani di Roma con un versamento complessivo di **780.000 Euro** (di cui 435.000 Euro a carico Soci, 345.000 Euro costo a carico CNO);
- iniziativa **"Unisciti a noi"** che ha visto beneficiari delle donazioni

43 ospedali "di zona" con un versamento complessivo di **2.398.500 Euro** (di cui 1.013.400 Euro a carico Soci, 531.600 Euro costo a carico CNO, 853.500 Euro da raccolta fondi);

- iniziativa **"Il nostro grazie"**, buoni spesa erogati ai collaboratori del gruppo per complessivi **1.200.000 Euro** (50% costo a carico CNO e 50% a carico Soci);
- la **collaborazione con Caritas Italiana** ha portato alla donazione nei confronti di 59 diocesi sul territorio di competenza della cooperativa di **632.520 Euro** pari a 160 mila pasti per oltre 10.500 famiglie in difficoltà.

La **solidarietà** è l'ambito in cui sia i soci che la cooperativa hanno profuso l'impegno maggiore, che si è concretizzato in numerose iniziative benefiche, tra le quali si ricorda le collaborazioni importanti con le realtà degli Empori solidali che negli ultimi anni sono cresciute nei vari territori, donazioni a diverse associazioni, parrocchie.

L'emergenza 2020 è stata una sfida senza precedenti, che abbiamo affrontato grazie allo straordinario impegno di tutti, chi dietro le quinte



– fornitori, magazzinieri, logistici – chi in prima linea: i Soci e i dipendenti dei punti di vendita che anche nella difficoltà hanno avuto la sensibilità di mettere sempre al centro dell'attenzione il cliente, andando incontro alle sue esigenze fondamentali, ascoltandolo e prendendosene cura, adeguando alla situazione strategie ed operatività in tempi brevissimi, modificando orari, servizi e assortimenti, facendo in modo che sugli scaffali ci fossero le cose indispensabili per tutti. Una cura e un'attenzione che ci hanno premiato con la gratitudine dei nostri clienti e anche avvicinando alle nostre insegne persone che non ci conoscevano.





1,7

(milioni di Euro, ca.)

**VALORE MERCE
DONATA
DA CE.DI. E SOCI/PDV**

La sensibilità dei nostri imprenditori non si è fermata tra le mura dei punti di vendita: altrettanto importanti sono stati l'impegno, la generosità e il sostegno a favore di numerose iniziative locali, collaborando con enti pubblici, parrocchie, Caritas, Croce Rossa, Protezione Civile Misericordia, associazioni di volontariato e pro loco, affiancando e rafforzando, una rete solidale fortemente radicata nel territorio, capace di arrivare in maniera capillare alle persone che versano in difficoltà.

I soci sul territorio si sono adoperati a favore del mondo della sanità con donazioni specifiche a favore di ospedali impegnati in emergenza

Covid per attrezzature, presidi medici indispensabili all'emergenza, nonché a favore della comunità con tonnellate di merci e beni donate a favore di numerosi associazioni onlus per far fronte alle necessità di centinaia di famiglie in grave difficoltà economica.

Centinaia le iniziative attivate della Spesa Sospesa e del Carrello Solidale, i Buoni Pasto, le tonnellate di alimenti distribuiti, le raccolte fondi, le collette di beni di prima necessità. Gestì grandissimi e piccolissimi, ma tutti dettati dalla generosità e dalla volontà di superare insieme una crisi che vogliamo lasciarci alle spalle al più presto e guardare con fiducia al futuro delle nostre comunità.

Valore complessivo merce donata da Ce.Di. e dai Soci/PdV: **1.696.742,60 Euro.**

Parte di questo un importo, pari a 1.131.161 Euro, rappresenta donazioni di merce a scadenza e non avente i requisiti idonei alla vendita, rientrando quindi in iniziative "antispreco" destinate in solidarietà.

Nonostante la pandemia la vicinanza al mondo sport non si è mai fermata e molteplici sono state le attività sportive

dilettantistiche e di avviamento allo sport sostenute dai Soci e dalla cooperativa, con l'obiettivo di sostenere e valorizzare le tante realtà locali, associazioni e polisportive che vivono soprattutto di contributi volontari. Valorizzazione dello sport come esempio di vita sana. Nel 2020, circa il 70% dell'importo totale Sport è stato sostenuto dai Soci al fine di dare continuità e un futuro alle attività sportive dilettantistiche/professionistiche e di avviamento allo sport che durante il periodo Covid hanno risentito particolarmente di uno stop forzato.

I contributi per sostenere le iniziative culturali e le scuole dei nostri territori, sono il mezzo attraverso il quale Conad rafforza il corretto legame con la comunità, basato sulla civiltà, l'accoglienza e l'ascolto; la conoscenza è infatti la chiave per aprire le porte alla diversità. La promozione della cultura infatti nelle varie forme, rappresenta una parte importante dell'impegno dei soci e della cooperativa, con un'attenzione particolare alle rassegne teatrali dedicate all'infanzia, con sconti dedicati alle famiglie per incentivarne la partecipazione, festival di letture, biblioteche, ecc.



In occasione dei
60 anni, Conad
Nord Ovest
ha moltiplicato
il suo impegno



160.000 PASTI DONATI A CARITAS ITALIANA

La pandemia ha inciso pesantemente sulla disponibilità economica delle famiglie: è aumentata la povertà e il divario sociale e Conad Nord Ovest ha moltiplicato il suo impegno a favore di Caritas.

Nel corso del 2020, quasi il 50% delle persone che si sono rivolte ai servizi Caritas non aveva mai richiesto aiuto prima. Essere un'impresa responsabile significa avere la capacità e la sensibilità di aiutare quanti hanno bisogno. Una responsabilità che per Conad Nord Ovest è tra le ragioni del proprio essere impresa cooperativa, da 60 anni a questa parte, vicini alla Comunità.

In quest'ottica, l'importo donato complessivamente a Caritas Italiana, attraverso un'importante attività di solidarietà condivisa con i clienti, è stato pari a **632.500 Euro**, che è andato a coprire il fabbisogno di **160.000 pasti** e ad aiutare oltre 10.500 famiglie in 59 diocesi sul territorio di nostra competenza.



“UNISCITI A NOI”: LA CAMPAGNA DI SOLIDARIETÀ DI CONAD NORD OVEST A SOSTEGNO DEGLI OSPEDALI DEI TERRITORI IMPEGNATI NELLA LOTTA CONTRO IL COVID 19

Con **Unisciti a Noi**, in poco meno di un mese nei punti di vendita di Conad Nord Ovest abbiamo raccolto 853.500 Euro grazie alla straordinaria generosità di oltre 245.000 clienti. Questa cifra, sommata all'importo di 1,5 milioni di Euro stanziato fin da subito dalla **Cooperativa, dai Soci e dai collaboratori dei punti di vendita**, porta a un totale di **2,4 milioni di Euro**. La somma è stata interamente destinata a **43 ospedali e strutture sanitarie delle sette regioni in cui operiamo**.

*“Ancora una volta abbiamo avuto la conferma di come i nostri negozi siano vissuti, oggi più di sempre come luogo di relazione, dove oltre alle cose si incontrano le persone; appartengono alla comunità e nella comunità hanno un ruolo fondamentale. – è il commento del presidente **Valter Geri** – I nostri clienti si sono “uniti a noi” in una generosa gara di solidarietà, dimostrando una straordinaria attenzione e sensibilità. Oggi diciamo grazie a loro e a tutti i medici, agli infermieri e a tutto il personale sanitario che lavora e continua a lavorare per il bene del Paese”.*





Partecipazione e formazione



2020: 60 anni sempre accanto alla comunità

Sessant'anni di storia e cooperazione, di impegno accanto al cliente e di sostegno distintivo verso le nostre comunità. Presenti nei momenti di crescita e di operosa attività, ma anche in prima linea nei momenti più complessi, dove la risposta attenta dei nostri Soci e dei loro collaboratori ha saputo tradursi in azioni di aiuto concreto.

La storia ed i risultati di Conad Nord Ovest sono la cartina di tornasole di questa nostra responsabilità: essere "accanto", condividere assieme alle nostre comunità un percorso di crescita, dimostrando sul campo con quanta determinazione la cooperativa ed i suoi Soci perseguano, anche nei momenti difficili, la loro mission: essere impresa distintiva nel territorio dove opera.

Per celebrare i 60 anni, un "GRAZIE" speciale ai clienti per aver dato un senso al lavoro di tutti noi e per averci consentito di essere parte attiva della comunità.

Seppur la diffusione del Covid 19 ci abbia costretto a rivedere progetti ed iniziative, per celebrare questa importante ricorrenza abbiamo pianificato e realizzato numerose operazioni ed attività che avessero ad obiettivo la valorizzazione delle nostre distintività. Iniziative nei confronti dei nostri clienti e di solidarietà per la nostra comunità che hanno avuto enorme successo.



Convention Soci 2020.

Partecipazione, linee strategiche e progettualità

Insieme protagonisti nel cambiamento

In un anno connotato da molte sfide come il 2020, i Soci Conad Nord Ovest hanno voluto mantenere lo sguardo fisso sul futuro, avviando un percorso di sviluppo e progettualità a supporto della strategia.

Il grande lavoro progettuale si è svolto attraverso **oltre 40 momenti di confronto-partecipazione**, 2 mesi di lavoro serrato con **14 Commissioni Soci Centrali** e sui nostri **6 Territori** attraverso **3 Macro Commissioni Soci**.

L'emergenza sanitaria non ci ha purtroppo consentito di svolgere, come consueto, la nostra Convention. Abbiamo dunque realizzato una diretta streaming per condividere con la nostra base sociale le Linee Guida Budget ed il Piano Marketing per il 2021.

L'analisi delle **dinamiche di consumo** che impattano la GDO è stato un elemento a supporto delle scelte. Stiamo assistendo ad un cambiamento delle abitudini di consumo, basti pensare all'ampio ricorso allo smart working, alla crescita di consegne a domicilio e consumo di piatti pronti. In secondo luogo c'è una crescente attenzione verso prodotti e servizi sicuri, convenienti, con

qualità certificata, con un'attenzione al salutare, fresco e biologico. Accresciuta la **"caccia alla convenienza"**, un trend che risponde alla ricerca di valore da parte dei consumatori, rinforzato dalla riduzione del potere di spesa.

Stiamo assistendo ad un salto di scala dell'e-commerce, con un crescente interesse per la spesa online che richiede una ristrutturazione del canale digitale, sia per renderlo redditizio sia per migliorare l'esperienza del cliente.

Infine i consumatori richiedono un servizio di **ultra-prossimità**, personalizzato ed esperienziale che si traduce nella disponibilità di offerta e servizi veloci, in punti di vendita che forniscano esperienze che vadano oltre il semplice acquisto del prodotto.

Questi cambiamenti pongono tutta la GDO, ed i **leader prioritariamente**, ad affrontare sfide decisive. Da un lato le crescenti aspettative dei clienti, dall'altro nuove dinamiche di acquisto e un'ulteriore crescita dei formati di prossimità e dei discount stanno avendo un impatto significativo nel settore.

Aumento della competitività e pressione sui margini, richiedono investimenti in efficienza e tecnologia, spingendo le aziende verso un maggiore consolidamento. Di fronte a queste sfide è stato avviato un **progetto strategico**

volto alla definizione di un programma di crescita distintiva, con il determinante ruolo delle **Commissioni Soci** nella definizione delle scelte e delle priorità del nostro percorso strategico.

Commissioni Centrali hanno sviluppato una proposta di azioni ed indirizzi, condivisi nelle successive **Commissioni Territoriali**. I commenti ed i suggerimenti dei Soci emersi durante queste sessioni **sono stati approfonditi** nelle **Commissioni Centrali** riunitesi nuovamente nella seconda metà di ottobre, integrando la "voce" di tutti i territori nella stesura dei messaggi e delle linee guida chiave alla base della strategia. Il piano così delineato si declina in otto pilastri strategici.

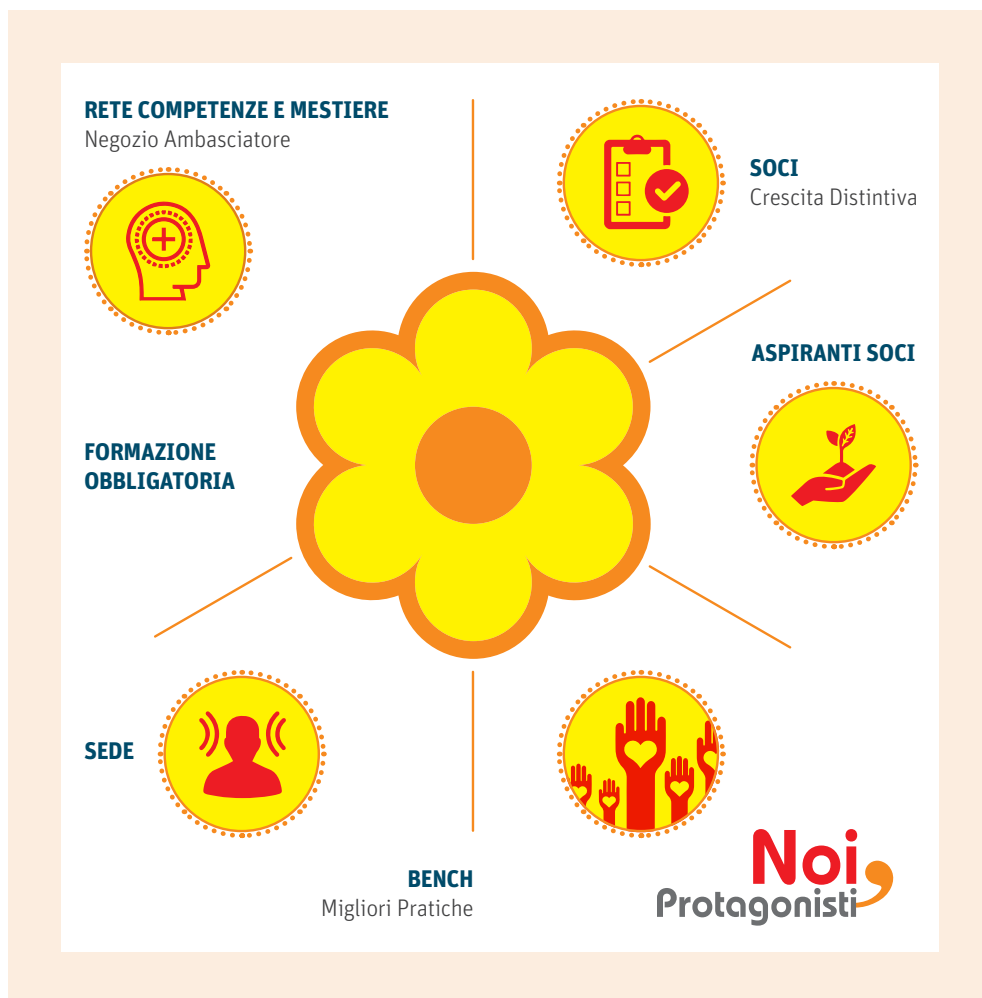
Continuare a investire nella **crescita distintiva e nella formazione continua**, ossia nel capitale umano e nel rafforzamento continuo del Socio-Imprenditore e gestore del punto di vendita.

1) Rafforzamento della **politica commerciale**, con l'accento sul presidio assortimentale, distintività e qualità dell'offerta canalizzata, con un posizionamento di prezzo da leader, accompagnato da una riqualificazione della promozionalità, attraverso il ripensamento dei contenuti ed una nuova comunicazione.

- 2) Definizione del Piano Marketing 2021.
- 3) Definizione di elementi distintivi e differenziati per i diversi **formati e canali**, massima competitività e piano promozionale distinto per l'attrazione, un prezzo a scaffale conveniente e promozionalità qualificante in Conad, linea prezzo e promozionalità in riduzione sulla prossimità.
- 4) Definizione di **linee guida per i freschissimi, ruolo crescente della Marca del Distributore** supportato da una revisione e uniformazione dei layout di reparto in base a parametri quali-quantitativi.
- 5) Rafforzamento e diffusione del nostro **"Ordina & Ritira"** e **sviluppo di un canale e-commerce** per la consegna a domicilio.
- 6) Rafforzamento dell'assetto della **logistica** con investimenti pensati per supportare al meglio efficienza e crescita sui vari territori.
- 7) Progettualità di **ottimizzazione ed efficienza dei costi-processi**.

La messa a fuoco in termini di priorità e rilevanza strategica dei nostri obiettivi e progetti, rappresenta per noi un grande lavoro di partecipazione e sintesi strategica, lo strumento per affrontare le sfide che competono ad una leadership moderna e lungimirante.

Formazione **continua**



I progetti formativi di Conad Nord Ovest sono realizzati a supporto di una **crescita** di tutti gli attori protagonisti del nostro Sistema. Un piano formativo capace di rappresentare un perfetto equilibrio tra le priorità del nostro percorso di sviluppo e le adeguate risposte agli stimoli del mercato.

Desideriamo che le nostre persone vivano, anno dopo anno, percorsi di **formazione continua**, con l'obiettivo di creare un clima favorevole al potenziamento dell'intero Sistema Conad, per sostenere ed affrontare con successo il cambiamento e le sfide del futuro.

Ampio spazio quindi alla concreta valorizzazione della nostra **identità distintiva**, ai progetti dedicati allo sviluppo della **professionalità**, della **leadership** imprenditoriale con il Socio al centro delle varie progettualità. Anche in un anno purtroppo complesso – non solo per la formazione – come lo è stato il 2020, il contributo del Socio ha rappresentato un elemento cardine per pianificare le corrette risposte ai fabbisogni formativi del nostro Sistema. In tale ottica, determinante il ruolo della partecipazione attiva espressa nei vari appuntamenti della **Commissione Formazione**: momenti chiave di sintesi

e confronto per intraprendere i corretti passi verso un piano di lavoro capace di rafforzare le competenze, la “cura” del servizio e la relazione con il cliente, per un costante aggiornamento in termini di preparazione, conoscenza, attenzione al particolare.

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

Prima di andare ad illustrare il percorso intrapreso nell'ultimo anno è doverosa una piccola premessa. L'impatto violento che l'emergenza pandemica ha generato in tutti i settori del nostro paese ha ovviamente condizionato anche tutta l'attività di Conad Nord Ovest, compresi gli ambiti formativi. La progettualità 2020 ha di fatto risentito delle limitazioni imposte dalle normative nazionali e molte delle attività pianificate sono state realizzate con successo sfruttando gli

strumenti di videoconferenza disponibili. Laddove abbiamo ritenuto tale modalità non idonea al corretto ed efficiente svolgimento dell'attività, abbiamo preferito procedere con la nuova calendarizzazione della formazione.

Detto ciò, il percorso formativo intrapreso durante il 2020 ha visto nella prima parte dell'anno la realizzazione di una serie di incontri con la nostra base sociale, con l'obiettivo di sviluppare momenti di ascolto e confronto sui temi distintivi del modello imprenditoriale e sulle nostre regole.

Grande impegno è stato riposto nel supportare e potenziare l'efficacia e la consapevolezza dello stile di gestione del Socio Imprenditore.

Un tema centrale del **progetto Bench 2020**, che per la prima volta ha coinvolto una base sociale di sette regioni diverse, dalla Valle d'Aosta alla Sardegna. Gli oltre 30mila valori di singoli punti di vendita mostrati durante i 16 appuntamenti, svolti nel secondo semestre dell'anno, hanno permesso la profonda discussione di "buone pratiche" di business, incentrate sull'analisi e sul confronto omogeneo di indicatori dell'area commerciale, economico/gestionale e dei nuovi trend.

Crediamo fortemente che cooperare significhi saper codificare assieme percorsi di crescita e sostenibilità. Guardando quindi al futuro abbiamo realizzato l'edizione 2020 del Progetto riservato agli **"Aspiranti Soci"**, per consolidare l'azione capillare del nostro Sistema sul territorio e rafforzare la nostra insegna. Forza che è insita nella transgenerazionalità del modello Conad, fondato sui principi della partecipazione attiva nel codificare e vivere la strategia e gli obiettivi. In sintesi, concretizzando la frase chiave del nostro essere distintivo: *un sistema che ambisce ad essere quotidianamente... persone oltre le cose e dove il dipendente di oggi, o meglio, il collaboratore, può essere il socio imprenditore proprietario e gestore di domani.*

Socio di oggi e di domani al centro quindi del piano formativo, per consolidare la nostra **leadership distintiva** e continuare a **crescere insieme** attraverso le sfide dettate dal cambiamento.

Perseguire obiettivi sempre più sfidanti impone un costante aggiornamento in termini di conoscenza, professionalità, dedizione e cura del particolare. In merito alla **formazione professionale della Rete**, l'impegno è stato indirizzato verso



il rafforzamento della cultura su segmenti specifici di reparto ed alla diffusione di pratiche in coerenza con la politica commerciale di Conad Nord Ovest, con una particolare attenzione agli operatori dei reparti freschi. La linea guida chiave dell'architettura formativa veicolata verso la rete ci descrive da sempre una forte focalizzazione sulla competenza in ottica di "prodotto" e vendita efficace, puntando all'accrescimento del **"valore e qualità del vendere"**. Nel corso del 2020 sono stati attivati due moduli formativi, incentrati sul reparto Carne e sul reparto Panetteria. I principali temi trattati nella formazione Carne hanno descritto, anche grazie all'ausilio di riprese video, i tagli anatomici e la destinazione d'uso, la sanificazione, le buone pratiche di lavorazione, la gestione del display, dell'assortimento e della tracciabilità. Lato Panetteria, sono stati affrontati i temi legati alla conoscenza e l'approfondimento delle

caratteristiche dei prodotti presenti in assortimento (pane fresco, pani da dorare, pizze, focacce e pasticceria), il corretto utilizzo delle attrezzature, con una focalizzazione sui forni, e l'approfondimento sulle lavorazioni quotidiane (doratura e farcitura). I moduli sviluppati si avvalgono dello scambio di esperienze e di pratiche condivise, grazie al coinvolgimento inter-funzionale della Direzione Commerciale, Rapporto Soci e Marketing.

Il 2020 è stato inoltre un anno intenso relativamente alla pianificazione delle attività formative dedicate ai **Collaboratori di Sede**, nell'ottica di supportare e sviluppare tutte le nostre risorse. In tale ottica, significativo è stato l'impegno verso le attività formative legate al consolidamento dell'identità aziendale, del *Project Management* e del *Change Management*. Inoltre, per l'adeguamento delle competenze

tecniche delle nostre risorse interne e dei nostri Soci, sono state realizzate durante l'anno attività di formazione lato sistemi informativi e processi logistici. Un piano formativo legato indissolubilmente alla nostra volontà di sostenere il futuro della Cooperativa, dotando tutti i nostri Collaboratori di Sede delle competenze professionali necessarie per impostare e realizzare con successo le politiche e gli obiettivi strategici aziendali, nel rispetto dei valori e dei principi del nostro *"Persone oltre le cose"*.

Legato indissolubilmente a quest'ultimo tema è sicuramente il progetto **"Noi, Protagonisti"**. Nell'ultimo anno l'attività si è concentrata nel porre le basi progettuali ed operative per impostare un 2021 dove vogliamo che questo progetto rivesta un ruolo *determinante* nella nostra architettura formativa. Lo sfidante obiettivo è quello di stimolare le riflessioni ed i confronti su **Valori, Comportamenti positivi e Principi del Cambiamento** di Conad Nord Ovest a tutte le oltre 18mila persone del nostro Sistema: Soci, Collaboratori di Sede e di Rete. "Noi, Protagonisti" rappresenta la sintesi di un percorso di evoluzione culturale, intenso e coinvolgente, in cui crediamo fortemente e attraverso il quale

puntiamo al grande consolidamento della nostra identità distintiva, per diventare, insieme, motore di crescita sostenibile e responsabile.

Il 2020 ha rappresentato un anno importante ed impegnativo per la nostra Cooperativa. La formazione Continua si è evoluta, coerentemente con la nostra bussola valoriale *"Persone oltre le cose"*, per **crescere** e raggiungere **insieme** tutti gli obiettivi elaborati e condivisi con i Soci Conad Nord Ovest. Per consolidare la nostra identità, per rappresentare un nuovo punto di riferimento per i nostri Clienti.

Progetti formativi che vogliono rappresentare un auspicio per il prossimo futuro, con i suoi rapidissimi mutamenti, dove sarà imprescindibile la capacità di adattarsi e reagire con tempestività e coraggio alle prossime sfide. *"Persone oltre le cose"* ci orienta nel soddisfare al meglio le aspettative dei milioni di clienti che quotidianamente cercano in un punto vendita Conad prodotto, servizio, qualità, convenienza, professionalità e fiducia.

Nei momenti di cambiamento sono le persone, la strategia e la crescita distintiva a fare la differenza.



Alternanza Scuola-Lavoro: collegamento tra la conoscenza e l'esperienza

La cosiddetta "Alternanza Scuola-Lavoro" con gli studenti di alcuni Istituti Scolastici del territorio svolti presso i punti di vendita e le società del Gruppo è considerata una esperienza positiva e costruttiva e come tale incentivata dalle nostre aziende.

Purtroppo, rispetto agli anni precedenti, tale esperienza è stata fortemente condizionata dall'andamento della pandemia. Dagli inizi di marzo 2020, infatti, i decreti emergenziali hanno disposto la sospensione delle attività scolastiche e la successiva introduzione della didattica a distanza che si è protratta per l'intero anno scolastico per le scuole superiori, non consentendo la realizzazione dell'alternanza presso i punti di vendita.

La normativa prevede un percorso di alternanza obbligatoria, da svolgersi presso le aziende, negli ultimi 3 anni di studio, della durata complessiva di

almeno 400 ore negli istituti tecnici e professionali e di almeno 200 ore nei licei. Si tratta di un modello didattico che si pone l'obiettivo di motivare ed orientare gli studenti rispetto alla scelta dell'indirizzo di studio attraverso un contatto più diretto e approfondito con il mondo del lavoro realizzando "corsi di formazione all'interno del ciclo di studi", ovvero un collegamento tra le conoscenze apprese a scuola e l'esperienza personale in un contesto lavorativo.

L'alternanza si realizza con attività dentro la scuola o fuori dalla scuola: quest'ultime sono realizzate attraverso stage presso le aziende ospitanti con il supporto di tutor aziendali in collaborazione con i docenti incaricati del rapporto con le aziende stesse.

L'esperienza di alternanza scuola-lavoro in azienda prevede una breve parte teorica e un'ampia fase pratica finalizzata a far osservare, per poi far simulare, allo studente attività operative con lo scopo di fornirgli le informazioni utili sul mondo del lavoro e consentire un primo orientamento sotto l'aspetto professionale, considerato che si tratta di una sua primissima esperienza in un contesto lavorativo.

Naturalmente l'inserimento di ragazzi – spesso minori – in azienda, nell'ambito del progetto Alternanza Scuola Lavoro, richiede l'attento presidio degli aspetti formativi e formali.

I percorsi di alternanza scuola lavoro sono resi possibili dalle istituzioni scolastiche sulla base di apposite convenzioni stipulate con imprese disposte ad ospitare lo studente per il periodo dell'apprendimento, dopo un'attenta valutazione del territorio in cui si inseriscono e delle realtà produttive con le quali avviare collaborazioni concrete.

I punti di vendita e le aziende ospitanti partecipano attivamente alle fasi di progettazione, individuazione delle aree di inserimento, realizzazione delle attività previste dalle convenzioni, periodi e tempistiche.

L'alternanza intende integrare, attraverso una collaborazione produttiva, i sistemi dell'istruzione, della formazione e del lavoro: se per i giovani rappresenta un'opportunità di crescita ed inserimento futuro nel mercato del lavoro, per le aziende si tratta di investire strategicamente

in capitale umano e cogliere un'importante occasione di incontro con i giovani e con il territorio.

A questo quadro si aggiunge anche l'esperienza dell'alternanza con l'università, atteso che la normativa prevede per gli atenei la possibilità di promuovere tirocini di formazione ed orientamento al fine di agevolare le scelte professionali degli studenti universitari mediante la conoscenza diretta del mondo del lavoro e la realizzazione di momenti di alternanza tra studio e lavoro nell'ambito dei processi formativi.

In questa prospettiva, in particolare, Conad Nord Ovest si è resa disponibile ad intraprendere una concreta collaborazione con le università che hanno avanzato tali opportunità per l'attivazione dei tirocini curriculari nelle aree di interesse nell'ambito della Cooperativa, ovvero quei periodi di alternanza scuola/lavoro inclusi nei piani di studi o all'interno di percorsi di istruzione universitaria, con riferimento ai quali il tirocinante possiede la qualifica di "studente" o "dottorando" o "specializzando" o "iscritto a un master".



Formazione **obbligatoria**

Igiene alimentare e sicurezza sui luoghi di lavoro

La formazione delle risorse rappresenta un tema centrale e strategico per il Gruppo, la cui importanza è confermata dal ruolo propulsivo e dalla costante attività della Commissione Formazione costituita nell'ambito della Cooperativa che riveste un ruolo di interprete delle esigenze e dei fabbisogni formativi manifestati dai soci della rete.

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

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

L'impegno, l'attenzione e la sempre più accresciuta consapevolezza in questa direzione offre ricadute positive e a vantaggio dell'intero sistema che pone al centro la valorizzazione delle risorse umane e la tutela della persona stessa.

La normativa sull'igiene alimentare e sulla sicurezza sul luogo di lavoro pone a carico delle aziende l'obbligo di erogare la formazione a tutti i dipendenti secondo precise modalità, durate e contenuti mediante aule di docenza con consulenti specializzati e, se consentito dalla normativa, attraverso la fruizione della formazione a distanza.

In generale, la formazione obbligatoria delle risorse è organizzata con costante attività di promozione e monitoraggio su tutto il territorio sia in ambito di formazione destinata a tutti i lavoratori, sia in campo di formazione e aggiornamento periodico rivolto a figure nominate in ruoli specifici, ad esempio addetti antincendio, primo soccorso, preposti, rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza.

Anche nell'ambito della Cooperativa è fondamentale l'impegno in tema di formazione e aggiornamento in materia

di sicurezza sul luogo di lavoro, ritenuta valore sociale e condiviso, la cui divulgazione contribuisce a migliorare i livelli di consapevolezza sulla sicurezza.

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

La realizzazione di un continuo programma di formazione obbligatoria, soprattutto quella in cui è prevista una necessaria parte pratica da svolgersi in presenza, è stata fortemente condizionata a partire dal *lockdown* di marzo 2020 rispetto agli anni precedenti a seguito delle specifiche misure in materia dettate dal Protocollo condiviso tra Governo e Parti Sociali.

Le singole regioni hanno completato il quadro normativo emanando nel corso del 2020 specifiche ordinanze che hanno regolato i protocolli da adottare in materia in relazione all'andamento epidemiologico rispetto alle quali le aziende si sono dovute di volta in volta adattare.

La formazione a distanza in questo contesto ha rappresentato un importante strumento che in molti casi ha consentito di garantire continuità ad esempio nell'area della formazione obbligatoria sulla sicurezza sul luogo di lavoro.

Data protection e trattamento dei dati personali

Con l'entrata in vigore del Regolamento Europeo UE 2016/679 (GDPR) concernente la tutela delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali e la libera circolazione di tali dati, il Legislatore ha inteso adeguare la normativa in materia di privacy alle nuove tecnologie e al mutato contesto socio-economico ed armonizzare ed uniformare la normativa nazionale a livello europeo.

Nell'ambito della propria *compliance* e del progressivo adeguamento al GDPR, la Cooperativa ha riconosciuto l'importanza dell'efficacia e del funzionamento del complesso di misure giuridiche, organizzative e tecniche messe in atto per la protezione dei dati personali.

Conad Nord Ovest ha nominato il Data Protection Officer (D.P.O.), una figura esterna di qualificata preparazione, competenza ed esperienza nell'ambito privacy.

Inoltre la Cooperativa si è dotata di un proprio Modello Organizzativo, ha elaborato il Registro dei trattamenti e specifiche procedure per la gestione della data protection che sono oggetto di un costante aggiornamento sulla base dello sviluppo della normativa e degli specifici trattamenti dei dati.

In questo contesto la formazione rivolta alle proprie risorse riveste uno strumento in grado di sensibilizzare e mantenere un adeguato livello di cultura in ambito privacy, che in termini di tutela dei dati personali comporta un valore aggiunto per Conad Nord Ovest. Attraverso la formazione si intende infatti perseguire la diffusione capillare ed uniforme delle

disposizioni del GDPR e delle procedure di cui il Gruppo si è dotato e a tal fine la formazione è estesa anche alle altre Società del Gruppo e dei Servizi.

La formazione vuol dare grande risalto e spazio anche al contenuto delle istruzioni destinate agli incaricati del trattamento per rinnovare la consapevolezza dell'importanza della riservatezza e della tutela del dato rispetto al proprio modo di agire, dei rischi che incombono sui dati personali, delle misure disponibili per prevenire eventi dannosi, dei profili della disciplina sulla protezione dei dati personali più rilevanti in rapporto alle relative attività e delle responsabilità che ne derivano.

La formazione inoltre è rivolta anche alle risorse della rete associata, ai Soci in particolare e a coloro che all'interno dei punti di vendita rivestono il ruolo di "designato" occupandosi del trattamento dei dati personali oltre che dei lavoratori anche dei clienti fidelizzati.



Identità aziendale

Conad, leader di mercato

3.305
PUNTI
DI VENDITA

16

(miliardi di Euro, ca.)

**FATTURATO
AL 31/12/2020**

Conad - Consorzio Nazionale Dettaglianti - nasce nel 1962 ed è la più importante organizzazione in Italia d'imprenditori indipendenti del commercio al dettaglio.

Dal punto di vista societario, Conad è un Consorzio aderente a:

- ANCD, Associazione Nazionale Cooperative Dettaglianti (articolazione settoriale di Legacoop);
- ADM, Associazione della distribuzione moderna, che ha la missione di rappresentare il settore nei confronti della produzione industriale e agricola.

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

1. Imprenditori Associati

(titolari dei punti di vendita al dettaglio)

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

2. Cooperative

- sostengono le attività imprenditoriali dei Soci, con servizi commerciali, di marketing – vendite, di logistica e distribuzione, di formazione, innovazione tecnologica, consulenze per apertura e gestione dei punti di vendita;
- collaborano con i Soci nei programmi di sviluppo della rete di vendita;
- partecipano all'elaborazione delle politiche nazionali nel consorzio e nell'associazione (ANCD – Associazione Nazionale Cooperative Dettaglianti).

3. Consorzio Nazionale Conad

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

Questo modello organizzativo garantisce il raggiungimento di due scopi fondamentali:

- la massa critica a livello nazionale;
- il rapporto con il territorio, cioè quel contesto sociale in cui il cliente vive ed opera.

Per realizzare compiutamente questi obiettivi generali, Il Consorzio Nazionale, svolge alcuni essenziali servizi, quali:

- accordi commerciali generali con grandi fornitori;
- realizzazione di prodotti a marchio Conad;
- comunicazione istituzionale.

Il Consorzio Conad è tra i promotori di AgeCore, alleanza strategica internazionale che unisce le insegne già partner di Core e di Alidis (Alliance internationale de distributeurs).

Il Consorzio Conad è attualmente strutturato con **6 Cooperative** che coprono l'intero territorio nazionale.

3.305 punti di vendita con complessivi **66.000 addetti**.

A questa rete si aggiungono:

- **175** Parafarmacie
- **44** Distributori di carburante
- **68** Pet Store
- **19** Ottico

Conad è leader di mercato con una quota del 15% (GNLC 2° sem. 2020) e consolida la sua leadership nel segmento dei Supermercati, con il 23,5 % di quota.

Dati Conad Nazionale

Il core business è il *food-retail*, con una superficie media per negozio di **756 m²**.

10,5 milioni di famiglie (una famiglia su tre) fanno una spesa nei punti di vendita Conad.

Il fatturato alla vendita al 31/12/2020 è stato di circa **16 miliardi di Euro**, in crescita rispetto al 2019 del **+12,3%**.

La quota di prodotti a marchio (marchio del distributore) ha raggiunto il **30,9%**.

Il prodotto a marchio si conferma elemento capace di fidelizzare un numero crescente di clienti e fornire un posizionamento distintivo per le insegne del gruppo.

Da segnalare l'iniziativa Bassi e Fissi dedicata interamente ai prodotti a marchio Conad (**700** prodotti di 128 categorie di consumo a prezzi ribassati stabilmente del 26%) che ha generato un risparmio annuo medio per famiglia di **1.500 Euro**.

DISTRIBUZIONE TERRITORIALE DELLE COOPERATIVE

CONAD NORD OVEST

Piemonte, Valle d'Aosta, Toscana, Sardegna, Liguria e alcune province dell'Emilia e del Lazio.

CONAD CENTRO NORD

Lombardia e alcune province dell'Emilia.

DAO - DETTAGLIANTI ALIMENTARI ORGANIZZATI

Trentino Alto Adige e alcune province del Veneto.

COMMERCianti INDIPENDENTI ASSOCIATI

Romagna, Friuli Venezia Giulia, alcune province delle Marche e del Veneto. Repubblica di San Marino.

CONAD ADRIATICO

Alcune province delle Marche, Abruzzo, Molise, Puglia, Basilicata, Albania e Kosovo.

PAC 2000A

Umbria, Campania, Calabria, alcune province del Lazio, Sicilia e Malta.



Conad Nord Ovest

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



791 milioni di Euro
PATRIMONIO NETTO



4,15 miliardi di Euro
GIRO DI AFFARI COMPLESSIVO



600
PUNTI DI VENDITA



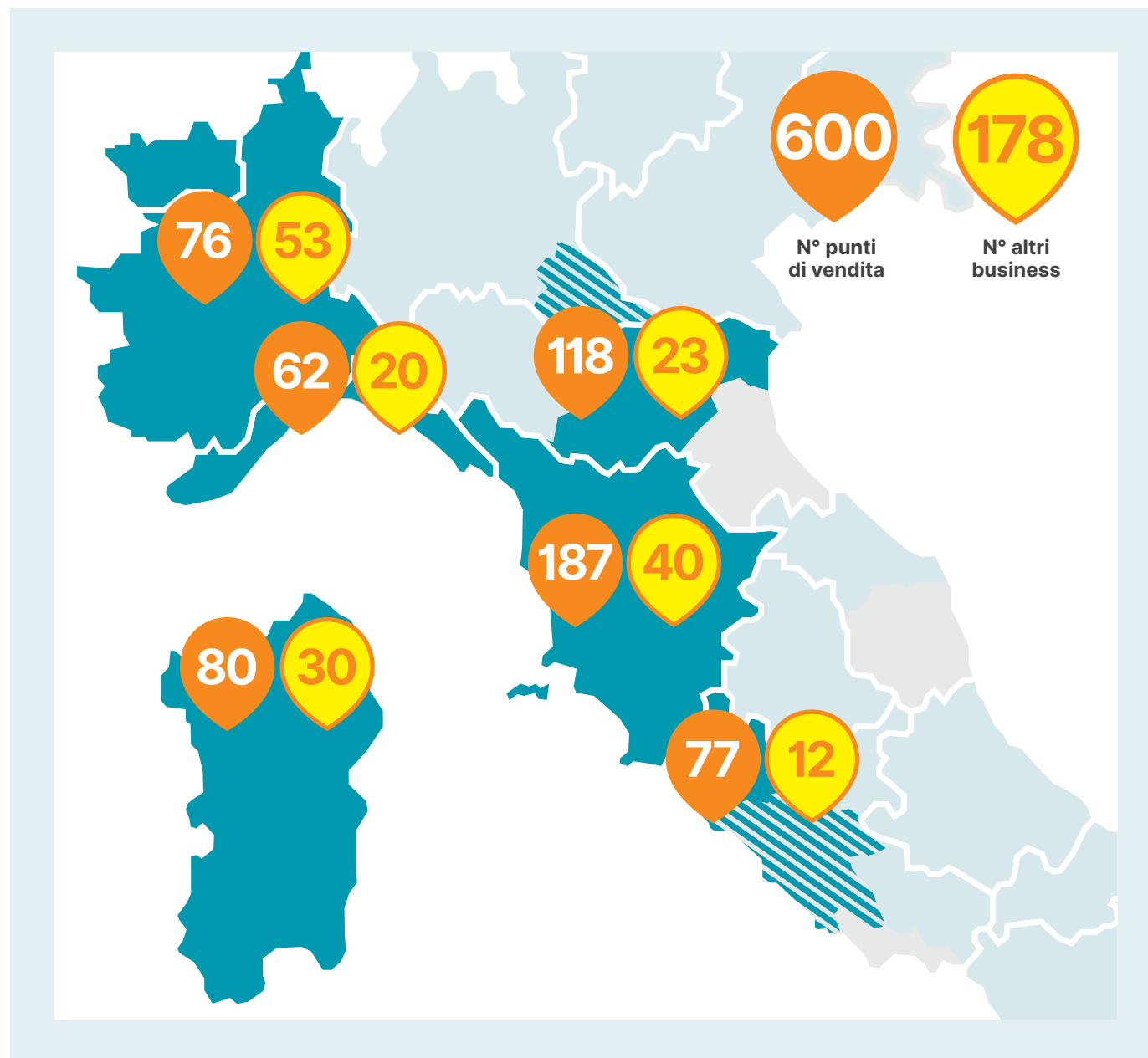
369
N. SOCI *



490.135
M² COMPLESSIVI



18.000 oltre
OCCUPATI COMPLESSIVI
DI SISTEMA



* Intesi come "Società associate a Conad Nord Ovest"

QUOTE MERCATO

2° semestre 2020 GNLC

Regione		Quote di mercato
Piemonte	9° gruppo distributivo	5,4%
Valle d'Aosta	1° gruppo distributivo	26,1%
Liguria	4° gruppo distributivo	10,7%
Mantova* (Lombardia)	4° gruppo distributivo	8,4%
Emilia	2° gruppo distributivo	14,0%
Toscana	2° gruppo distributivo	16,7%
Lazio**	2° gruppo distributivo	26,6%
Sardegna	1° gruppo distributivo	21,8%

* Dato complessivo assieme a Conad Centro Nord.

** Roma e Viterbo. Dato complessivo assieme a PAC2000A

REGIONI/PROVINCE IN CUI SIAMO PRESENTI**PIEMONTE - VALLE D'AOSTA**

Alessandria, Asti, Biella, Cuneo, Novara, Torino, Verbano-Cusio-Ossola, Vercelli, Aosta

**LIGURIA**

Genova, Imperia, Savona, La Spezia

**EMILIA + PROVINCIA DI MANTOVA**

Modena, Bologna, Ferrara, Mantova

**TOSCANA**

Arezzo, Firenze, Grosseto, Livorno, Lucca, Massa-Carrara, Pisa, Pistoia, Prato, Siena

**LAZIO**

Roma, Viterbo

**SARDEGNA**

Cagliari, Carbonia-Iglesias, Medio Campidano, Nuoro, Ogliastra, Olbia-Tempio, Oristano, Sassari

PIATTAFORME LOGISTICHE**221.050 m² totali**

Lazio	Tarquinia (VT)	Fresco, Ortofrutta, Carne, Pesce, Surgelato	17.100 m²
	Civitavecchia (RM)	Food secco, Beverage, Food (15°-18°)	15.000 m²
	Civitavecchia (RM)	No Food, Alta Rotazione, Beverage	7.000 m²
Toscana	Montopoli in Val d'Arno	Food secco, Beverage, Food (15°-18°)	33.000 m²
	Montopoli in Val d'Arno	Fresco, Ortofrutta, Carne, Pesce	19.500 m²
	Serravalle Pistoiese (PT)	Surgelati	1.500 m²
Sardegna	Monastir (CA)	Food secco, Beverage, Food (15°-18°)	21.900 m²
	Monastir (CA)	Fresco, Ortofrutta, Carne, Pesce	7.700 m²
	Codrongianus (SS)	Food secco, Beverage, Food (15°-18°)	8.000 m²
	Codrongianus (SS)	Fresco, Ortofrutta, Carne	4.000 m²
	Uta - Macchiareddu (CA)	Surgelati	1.100 m²
Emilia	Modena (MO)	Fresco, Ortofrutta, Carne	15.900 m²
	Anzola (BO)	Food secco, Beverage, Food (15°-18°), No food	26.870 m²
Liguria	Quiliano (SV)	Food secco, Beverage, Food (15°-18°), No food, Fresco, Ortofrutta, Carne, Pesce	40.000 m²
Piemonte	Rivalta Scrivia - Alessandria (AL)	Surgelati	2.480 m²

La nostra storia

TOSCANA Pistoia



1960
Nasce CEP
(Cooperativa
Commissionaria
Esercenti Pistoiesi)

1965
I soci di CEP fondano
CAM (Cooperativa
Acquisti Mercurio -
Pistoia)

1973
CAM: acquisizione di
COPRAL (Commissionaria
Pratese Alimentaristi)

1978
CAM: acquisizione di punti
di vendita di COMADE
(Cooperativa Mandamentale
Dettaglianti Empolesi)

TOSCANA Cecina (LI)



1964
Nasce CEDAC
(Cooperativa Esercenti
Alimentaristi Cecinesi)

1973
CEDA si fonde con
CEPROVE (Cooperativa
Rosignano Solvay):
Nasce CEDA Mercurio

1974
CEDAC: acquisizione
soci CEDAV
(Cooperativa Esercenti
Dettaglianti Venturina)

1977
CEDA si fonde
con CEM
di Piombino
e Isola d'Elba

SARDEGNA Monastir (CA)



LAZIO Civitavecchia (RM)



1968
Nasce il gruppo
CENTUMCELLAE
(antico nome di
Civitavecchia)

1971
I soci di Centumcellae
costituiscono il Gruppo
Acquisti Calamatta

1974
Il gruppo
si associa
a CONAD

1976
Acquisizione dei soci delle
cooperative CONAD di
Ladispoli, Civitacastellana
ed Anguillara

EMILIA Modena



1960
Nasce
a Bologna
il Consorzio
Mercurio

1962
Nasce il Consorzio
Nazionale Dettaglianti -
Conad. Partecipa
anche il Consorzio
Mercurio di Bologna

1965
Nasce
il Consorzio
Mercurio
Modenese

LIGURIA Imperia



1962
In Liguria nasce la
Cooperativa Imperiese
Dettaglianti Alimentari -
C.I.D.A.

PIEMONTE VALLE D'AOSTA Vercelli



1972
In Piemonte alcuni
dettaglianti decidono
di fondare il Dettaglianti
Associati Cossato
Vallecrosia - DA.CO.VA.

1984

CAM: acquisizione area fiorentina di CODEF (Consorzio Dettaglianti Fiorentini)

1986

CAM: acquisizione area spezzina di COSIDA

1989

CAM: acquisizione SIDAL Srl e Foods Italy (marchi Italmec, MecMarket, SI&SI e Sigma)

1997

Nasce Conad del Tirreno Soc. Coop. Pistoia: fusione tra CAM Pistoia e Conad Tirreno Cecina

1992

Nasce Conad Tirreno Cecina - Fusione tra Ceda Mercurio Cecina e Conad Sardegna Monastir

1997

Nasce Conad del Tirreno Soc. Coop. Pistoia: fusione tra CAM Pistoia e Conad Tirreno Cecina

1989

Passaggio da filiale Uniconad (unico per il mezzogiorno) a Conad Sardegna Monastir

1992

Nasce Conad Tirreno Cecina - Fusione tra Ceda Mercurio Cecina e Conad Sardegna Monastir

1988

Estensione del territorio alle province di Roma e Viterbo

1992

Nasce Etruria Lazio per il recupero della realtà romana e con estensione del marchio Conad su parte della città di Roma

1990

Nasce Conad Nord Est dall'accorpamento dei due consorzi Mercurio di Bologna e Modena

1989

Nasce Conad Liguria

1996

Nasce, da una serie di fusioni, Conad Piemonte e Valle d'Aosta

1999

Fusione tra Conad del Tirreno e Conad Lazio Calamatta

1998

13 gennaio: nasce la Cooperativa Nordiconad dalla fusione tra Conad Liguria, Conad Nord Est, e Conad Piemonte e Valle d'Aosta

2019

Conad Nord Ovest nasce ufficialmente l'1/10/2019 dalla fusione per unione delle due cooperative Conad di Pistoia e Modena. Come sintetizzato dallo schema, Conad Nord Ovest affonda le sue radici nel movimento cooperativistico italiano, condividendone la storia e il relativo percorso evolutivo

La nostra Vision

Conad leader della distribuzione alimentare italiana.

Questo che anni è stato il nostro obiettivo strategico di riferimento è divenuto, nel 2020, un obiettivo raggiunto.

La nostra Mission

Sostenere con adeguate strategie, funzioni e servizi l'attività degli imprenditori commerciali indipendenti, associati in cooperativa, nel loro rapporto con i consumatori ampliando la quota di mercato del Sistema Conad.

Il Codice Etico

Conad Nord Ovest ha adottato, fin dalla sua costituzione per fusione, il suo Codice Etico e con esso ha inteso codificare i principi etici e i doveri morali a cui sono chiamati i suoi destinatari nei loro rapporti reciproci e ai quali dovrà essere improntato il comportamento di tutti coloro che, ognuno per quanto di propria competenza e nell'ambito del proprio ruolo, cooperano al perseguimento dei fini della Cooperativa nell'ambito di tutte le relazioni che la stessa intrattiene.

Il Codice Etico è diventato dunque la "Carta Costituzionale" di Conad Nord Ovest, una carta dei diritti e doveri morali che definisce la responsabilità etico-sociale di ogni partecipante all'organizzazione aziendale ed è il principale strumento di implementazione dell'etica anche all'interno della medesima. Esso individua, definisce e chiarisce gli impegni e le responsabilità etiche assunte da una pluralità di soggetti: dal management, dai dipendenti e più in generale dai collaboratori della Cooperativa il cui apporto è richiesto per lo svolgimento dell'attività aziendale o da coloro che comunque entrano in contatto – diretto o indiretto – con la stessa.

Il Codice Etico costituisce uno strumento efficace per prevenire qualunque comportamento che possa anche solo ledere l'immagine aziendale e rappresenta un elemento distintivo di Conad Nord Ovest nei rapporti con i terzi e con il mercato, supportandone la reputazione in modo da consolidarne ed estenderne la fiducia.

In questo contesto la Cooperativa si pone l'obiettivo di consentire e favorire, attraverso il coinvolgimento di tutti gli interessati e nell'ambito dell'intero Sistema, la divulgazione

Il decalogo dei valori



Solidarietà **Responsabilità**
Competenza **Fiducia**
Rispetto **Appartenenza**
Passione **Trasparenza**
Umiltà **Ascolto**

e la condivisione dei principi e delle regole contenute nel Codice Etico che sono percepiti come valore fondante e condiviso al quale improntare da sempre le attività e le relazioni all'interno della cooperativa e della rete distributiva associata.

Conad Nord Ovest ha altresì adottato il Modello di Organizzazione Gestione e Controllo previsto dal D.Lgs.231/2001 ed ha costituito al proprio interno l'Organismo di Vigilanza, dotato di autonomi poteri di iniziativa e di controllo, strutturato in forma collegiale e al quale è affidato il compito, tra l'altro, di approfondire, verificare, promuovere la diffusione e l'aggiornamento del Codice Etico e monitorarne l'attuazione.

Per dare maggior valore a quest'intento, nel tempo è stato nominato un Responsabile Etico del Gruppo, con il compito di curare l'aggiornamento del Codice della Cooperativa e di svolgere attività di presidio su queste tematiche sull'area operando in sinergia con l'Organismo di Vigilanza.

Il Responsabile Etico del Gruppo si occupa anche di presidiare l'area relativa all'adozione del Codice Etico da parte delle società associate a Conad Nord Ovest al fine di salvaguardarne l'immagine,

la reputazione ed i valori etici ai quali si ispirano gli associati, supportando le singole imprese associate nella divulgazione all'interno dei punti di vendita attraverso gli incontri con il personale dipendente unitamente all'illustrazione del Regolamento Aziendale.

Il Codice Etico, in ragione dei principi in esso contenuti, è considerato, infatti, parte integrante del Regolamento Aziendale. A tale scopo eventuali inosservanze vengono sanzionate sul piano disciplinare.

Tutti i destinatari del Codice Etico sono tenuti a dare tempestiva informazione al Responsabile Etico, per quanto di sua competenza, quando siano a conoscenza di violazioni anche solo potenziali, nell'ambito dell'attività di Conad Nord Ovest, di norme di legge e di regolamenti, del Modello, del Codice.

La Governance

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

In particolare il sistema di governo dell'azienda è rappresentato da:

ORGANI ISTITUZIONALI

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

In particolare:

l'assemblea ordinaria dei Soci

viene convocata almeno una volta all'anno. Consente ad ogni socio di influire sugli indirizzi e sulle decisioni strategiche, gestionali-operative e su tutte le questioni relative al governo dell'impresa.

I principali temi oggetto di discussione sono:

- l'approvazione del bilancio;
- la nomina delle cariche sociali;
- altri ed eventuali argomenti presenti nell'ordine del giorno dei lavori assembleari.

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

Conad Nord Ovest è una cooperativa dotata di un Consiglio di Amministrazione composto da 26 Consiglieri, tra cui:

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

Il Socio partecipa alla definizione della strategia e delle politiche della Cooperativa nelle competenti sedi, impegnandosi a dedicare un sesto del suo tempo a tali attività (Riunioni di Canale, Commissioni, ecc).

Il Socio vive la strategia della cooperativa e del sistema, è parte della strategia, che scrive ed elabora assieme agli organi del sistema.

Mediante la sua professionalità "porta" le singole valutazioni lato cliente e territorio nelle commissioni, luogo dove fare sintesi delle esperienze sul campo; dunque il "cliente" ed il "territorio" sono sempre presenti nelle decisioni/progetti mediante la partecipazione attiva dei Soci.

Le Commissioni dei Soci sono il punto centrale di elaborazione delle politiche commerciali e di servizio della cooperativa.

Partecipazione attiva

ATTIVITÀ/PROGETTI

Commissioni

21

Centrali

27

Freschi

Commissioni vs. Convention

10

Centrali

26

Freschi

29

Incontri di allineamento

Riunioni di Canale

35

Incontri di Bench

16

STRATEGIA

Assemblea di Bilancio

1

Convention Soci

1

Assemblee territoriali

11



Il Gruppo Societario

Società Capogruppo Conad Nord Ovest: la Cooperativa svolge attività di distribuzione di generi alimentari e non alimentari di largo e generale consumo, in favore delle strutture di vendita associate caratterizzate dalle insegne: Spazio Conad, Conad Superstore, Conad, Conad City, Saponi&Dintorni, Margherita.

La Cooperativa in adempimento dello scopo mutualistico opera con l'obiettivo di fornire agli imprenditori associati prestazioni a condizioni più vantaggiose di quelle che l'associato potrebbe ottenere agendo isolatamente sul mercato. Provvede agli acquisti, direttamente dalla produzione, saltando l'anello degli operatori all'ingrosso.

Società Commerciali

"Commerciale Ortoinvest S.r.l.": società controllata al 100%, svolge attività di acquisto e vendita dei prodotti ortofrutticoli commercializzati al dettaglio dalla rete di vendita associata a Conad Nord Ovest. Per maggiore efficientamento ed integrazione dell'attività, nel 2021 sarà incorporata in Conad Nord Ovest.

"GD S.r.l.": controllata al 100%, nel corso del 2020 ha trasferito, in affitto di azienda, la gestione dell'attività di vendita al dettaglio di generi alimentari, non alimentari e di merci in genere, dei sei Ipermercati di proprietà, con insegna "Spazio Conad" alla società Nord Ovest Insieme S.r.l. al fine di ricercare omogeneizzazione delle attività e delle procedure; anche l'attività di distribuzione di carburante con insegna Conad delle tre stazioni di carburante adiacenti i punti di vendita di proprietà, e dei negozi ubicati nelle medesime gallerie nelle quali sono insediati gli ipermercati (attività di vendita di prodotti parafarmaceutici, attività di ottico, PetStore e attività di bar e ristorazione, tutti a marchi Conad) sono stati affidati in gestione a Nord Ovest Insieme S.r.l..

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

"Fior Fiore S.r.l. in Liquidazione": controllata al 100%, svolgeva attività di commercio all'ingrosso di generi alimentari e non alimentari ed affini, con consegne a domicilio, ma nel corso del 2020 ha dismesso l'attività ed è stata posta in liquidazione.

Società Finanziarie

"Monetika S.r.l.": opera nella concessione di finanziamenti esclusivamente nei confronti di società: (i) facenti parte del proprio gruppo di appartenenza (Gruppo Conad Nord Ovest); (ii) in favore di società facenti parte della medesima filiera produttiva e distributiva di Conad Nord ovest; il tutto ai sensi di quanto previsto all'art. 3, comma 2, lettera a) e lettera d) del D.M. 53/2015.

"Finconad S.p.A.": l'attività della società è svolta nell'ambito dell'esenzione di cui all'art. 2, comma 2, lettera p), del D. Lgs. 11/2010 e alla Sezione II, par. 2.2.2 del provvedimento della Banca d'Italia di Attuazione del Titolo II del Decreto Legislativo n. 11 del 27 gennaio 2010 relativo ai servizi di pagamento (Diritti e obblighi delle parti) del 5 luglio 2010, e pertanto opera esclusivamente con società controllate del Gruppo Conad Nord Ovest (e con la

Cooperativa stessa) offrendo un servizio di tesoreria che consiste, nello specifico, nelle seguenti attività:

- assunzione trasmissione e/o comunicazione di mandati di incasso e pagamento e trasferimento di fondi, per il tramite di Istituti bancari;
- compensazione di partite fra i suoi clienti, ossia tra le stesse società del gruppo di appartenenza;
- concessione di affidamenti, a supporto dell'attività di incasso e pagamento sopra detto, e volti a supportare il fabbisogno finanziario di breve termine, alle stesse società del gruppo.

“Futura S.r.l.”: è una delle Holding di partecipazione del Gruppo; la sua attività è attualmente focalizzata nella partecipazione, con quote di minoranza, al capitale sociale delle società dei Soci imprenditori. Ha quindi come missione quella di intervenire a favore dei “nuovi soci cooperatori” mediante operazioni di sostegno finanziario nel momento dell'acquisizione delle aziende che andranno a gestire direttamente. Questo intervento finanziario si concretizza, nella fase di “start up” con la partecipazione nel capitale della società mediante quote di minoranza. Futura S.r.l. controlla anche alcune immobiliari del gruppo – Futuro Immobiliare S.r.l. e Prospettiva

Immobiliare S.r.l. – società che si occupano insieme ad altre società immobiliari dell'acquisizione, della realizzazione e della gestione degli immobili di proprietà del Gruppo Conad Nord Ovest nei quali viene svolta l'attività dei soci imprenditori.

“FINPART S.r.l.”: la società svolge una doppia attività. Principalmente è una finanziaria di partecipazione e detiene prevalentemente le quote delle controllate dell'area Nord del gruppo Conad Nord Ovest S.C., ed ha come attività secondaria, nell'attività di acquisizione di immobili ad uso commerciale sia per rivenderli che per concederli in locazione a società che, direttamente o indirettamente, svolgono attività di commercializzazione di prodotti alimentari e non alimentari ovvero attività di produzione di beni alimentari. Anche Finpart controlla altre società immobiliari del gruppo, quali Imco S.p.A. e La Fornace S.r.l., che provvedono ad acquistare, realizzare e gestire immobili, nei quali viene svolta l'attività dei soci imprenditori, e Centri Commerciali nei quali, oltre agli altri operatori commerciali presenti nelle gallerie, sono ubicati gli ipermercati ed i format (Parafarmacie, Ottici, PetStore, Self Service e Bar) a marchio Conad.

“SSP S.p.A.”: Società Servizi di Pagamento è iscritta all'albo degli istituti di pagamento, vigilati da Banca d'Italia, ai sensi dell'art. 114-septies T.u.b. al N. 36041. Essa svolge un'attività finalizzata ai servizi di incasso e pagamento per i soci di Conad Nord Ovest (prevalentemente area Nord) i quali dispongono/ricevono pagamenti/incassi nei confronti di/e da terzi oltre che dalla controllante Conad Nord Ovest, e da altre società controllate del gruppo, e pertanto svolge anche a favore della stessa cooperativa un servizio di tesoreria, con l'obiettivo primario di rendere più efficiente la gestione degli incassi e dei pagamenti tra detti soggetti, clienti di SSP. Altresì SSP concede ai soci anche finanziamenti accessori alla prestazione dei servizi di pagamento.

Società Proprietarie o Mobiliari: detengono la proprietà di esercizi commerciali che operano sotto i marchi del Gruppo Conad Nord Ovest. Possono gestire direttamente o concedere in affitto i rispettivi rami di azienda, con l'obiettivo di procedere alla cessione dei punti di vendita ai nuovi imprenditori secondo la “mission” della Capogruppo.

Società Nord Ovest Insieme S.r.l.: è la società di sviluppo dei Soci imprenditori, tra i quali è frazionata la maggioranza del capitale sociale (57,81%) da essi detenuta; Conad Nord Ovest detiene il restante 42,19%. Scopo della società è quello di acquisire la proprietà e la gestione delle aziende commerciali ubicate in territori dove attualmente non sono presenti Soci imprenditori e di rendersi disponibile a future cessioni una volta che se ne siano creati i presupposti: cioè presenza di un Socio nel territorio. La società è deputata a realizzare lo sviluppo: i) nelle aree dove non è presente il Socio imprenditore; ii) nei casi di acquisizioni di catene distributive; iii) nei casi in cui il Socio presente sul territorio non sia in grado di realizzare la nuova iniziativa, ma la stessa sia ritenuta, da parte degli altri Soci, di interesse per il sistema.

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

I dati della rete di vendita

Numerica punti di vendita

RETE VENDITA	600	PIEMONTE		EMILIA		LIGURIA	
PIEMONTE	76	RETE VENDITA	76	RETE VENDITA	118	RETE VENDITA	62
EMILIA	118	SPAZIO CONAD	6	SPAZIO CONAD	2	SPAZIO CONAD	2
LIGURIA	62	CONAD SUPERSTORE	4	CONAD SUPERSTORE	4	CONAD SUPERSTORE	5
TOSCANA	187	CONAD	40	CONAD	54	CONAD	17
LAZIO	77	CONAD CITY	21	CONAD CITY	47	CONAD CITY	30
SARDEGNA	80	MARGHERITA	3	MARGHERITA	11	MARGHERITA	8
ALTRI BUSINESS	178	ALTRE INSEGNE	2	ALTRI BUSINESS	23	ALTRI BUSINESS	20
PIEMONTE	53	ALTRI BUSINESS	53	PARAFARMACIA	8	PARAFARMACIA	11
EMILIA	23	PARAFARMACIA	17	BAR/BISTROT	5	BAR/BISTROT	3
LIGURIA	20	BAR/BISTROT	16	OTTICO	2	PET STORE	4
TOSCANA	40	OTTICO	4	PET STORE	4	CARBURANTE	1
LAZIO	12	PET STORE	10	CARBURANTE	4	ALTRE AFFILIAZIONI	1
SARDEGNA	30	CARBURANTE	6				
RETE VENDITA	600	TOSCANA		LAZIO		SARDEGNA	
SPAZIO CONAD	22	RETE VENDITA	187	RETE VENDITA	77	RETE VENDITA	80
CONAD SUPERSTORE	35	SPAZIO CONAD	2	SPAZIO CONAD	2	SPAZIO CONAD	8
CONAD	227	CONAD SUPERSTORE	11	CONAD SUPERSTORE	5	CONAD SUPERSTORE	6
CONAD CITY	255	CONAD	52	CONAD	35	CONAD	29
SAPORI&DINTORNI	8	CONAD CITY	104	CONAD CITY	29	CONAD CITY	24
MARGHERITA	51	SAPORI&DINTORNI	6	SAPORI&DINTORNI	1	SAPORI&DINTORNI	1
ALTRE INSEGNE	2	MARGHERITA	12	MARGHERITA	5	MARGHERITA	12
ALTRI BUSINESS	178	ALTRI BUSINESS	40	ALTRI BUSINESS	12	ALTRI BUSINESS	30
PARAFARMACIA	61	PARAFARMACIA	8	PARAFARMACIA	4	PARAFARMACIA	13
BAR/BISTROT	53	BAR/BISTROT	18	BAR/BISTROT	7	BAR/BISTROT	4
OTTICO	8	OTTICO	1	CARBURANTE	1	OTTICO	1
PET STORE	25	PET STORE	3			PET STORE	4
CARBURANTE	24	CARBURANTE	9			CARBURANTE	3
ALTRE AFFILIAZIONI	7	ALTRE AFFILIAZIONI	1			ALTRE AFFILIAZIONI	5

Area vendita + business int/est (in m²)**490.135**

CONAD NORD OVEST

90.225

PIEMONTE

82.800

EMILIA

45.695

LIGURIA

124.530

TOSCANA

62.170

LAZIO

84.715

SARDEGNA

Vendite lorde Conad Nord Ovest

CONAD NORD OVEST	4.139.500.195	PIEMONTE	518.802.123	EMILIA	681.698.760	LIGURIA	358.362.119
RETE VENDITA	3.842.801.485	RETE VENDITA	458.479.165	RETE VENDITA	619.589.978	RETE VENDITA	337.023.084
SPAZIO CONAD	487.420.945	SPAZIO CONAD	79.595.260	SPAZIO CONAD	97.265.164	SPAZIO CONAD	64.475.239
CONAD SUPERSTORE	631.367.516	CONAD SUPERSTORE	67.742.717	CONAD SUPERSTORE	64.488.008	CONAD SUPERSTORE	54.985.505
CONAD	1.724.177.969	CONAD	240.629.502	CONAD	288.144.826	CONAD	103.614.302
CONAD CITY	910.738.235	CONAD CITY	61.917.639	CONAD CITY	156.529.481	CONAD CITY	106.137.517
SAPORI&DINTORNI	31.069.818	MARGHERITA	2.546.063	MARGHERITA	13.162.500	MARGHERITA	7.810.521
MARGHERITA	51.979.017	ALTRE INSEGNE	6.047.984	ALTRI BUSINESS	62.108.782	ALTRI BUSINESS	21.339.035
ALTRE INSEGNE	6.047.984	ALTRI BUSINESS	60.322.958	PARAFARMACIA	6.894.933	PARAFARMACIA	6.885.694
ALTRI BUSINESS	296.698.710	PARAFARMACIA	8.226.476	BAR/BISTROT	972.417	BAR/BISTROT	1.282.124
PARAFARMACIA	36.836.015	BAR/BISTROT	3.260.543	OTTICO	821.970	PET STORE	3.213.895
BAR/BISTROT	12.747.790	OTTICO	889.124	PET STORE	3.452.278	CARBURANTE	9.721.219
OTTICO	2.174.040	PET STORE	4.876.408	CARBURANTE	49.967.185	ALTRE AFFILIAZIONI	236.103
PET STORE	16.210.975	CARBURANTE	43.070.408				
CARBURANTE	214.520.517						
ALTRE AFFILIAZIONI	14.209.373						
CONAD NORD OVEST	4.139.500.195	TOSCANA	1.401.531.447	LAZIO	534.891.162	SARDEGNA	644.214.584
RETE VENDITA	3.842.801.485	RETE VENDITA	1.299.977.987	RETE VENDITA	524.813.191	RETE VENDITA	602.918.080
PIEMONTE	458.479.165	SPAZIO CONAD	41.161.798	SPAZIO CONAD	44.924.198	SPAZIO CONAD	159.999.285
EMILIA	619.589.978	CONAD SUPERSTORE	213.186.244	CONAD SUPERSTORE	93.397.432	CONAD SUPERSTORE	137.567.609
LIGURIA	337.023.084	CONAD	589.062.907	CONAD	276.644.317	CONAD	226.082.116
TOSCANA	1.299.977.987	CONAD CITY	423.043.174	CONAD CITY	98.756.053	CONAD CITY	64.354.372
LAZIO	524.813.191	SAPORI&DINTORNI	21.535.117	SAPORI&DINTORNI	3.353.646	SAPORI&DINTORNI	6.181.054
SARDEGNA	602.918.080	MARGHERITA	11.988.746	MARGHERITA	7.737.544	MARGHERITA	8.733.643
ALTRI BUSINESS	296.698.710	ALTRI BUSINESS	101.553.460	ALTRI BUSINESS	10.077.972	ALTRI BUSINESS	41.296.504
PIEMONTE	60.322.958	PARAFARMACIA	4.912.271	PARAFARMACIA	2.237.171	PARAFARMACIA	7.679.471
EMILIA	62.108.782	BAR/BISTROT	3.538.908	BAR/BISTROT	2.078.415	BAR/BISTROT	1.615.385
LIGURIA	21.339.035	OTTICO	257.138	OTTICO	5.762.386	OTTICO	205.808
TOSCANA	101.553.460	PET STORE	1.428.104	PET STORE		PET STORE	3.240.291
LAZIO	10.077.972	CARBURANTE	89.123.677	CARBURANTE		CARBURANTE	16.875.642
SARDEGNA	41.296.504	ALTRE AFFILIAZIONI	2.293.362	ALTRE AFFILIAZIONI		ALTRE AFFILIAZIONI	11.679.907

134

(milioni di Euro, ca.)

**INVESTIMENTI
DEL GRUPPO
NEL 2020**

572

(milioni di Euro, ca.)

**INVESTIMENTI
PREVISTI
2021-2023**

Investimenti, aperture e ristrutturazioni

Investimenti 2020

Gli investimenti del Gruppo ammontano, per il 2020, a circa **134 milioni di Euro**. Nel corso di quest'anno, nonostante i problemi legati alla pandemia, è stato ultimato il passaggio sotto le insegne Conad dei punti di vendita ex Auchan. Nel complesso, nel corso del 2020 sono state realizzate **28 aperture** e **33 ristrutturazioni**.

Piano di sviluppo 2021-2023

Il piano finanziario del prossimo triennio (2021-2023) prevede investimenti per circa **572 milioni di Euro**.



Riepilogo investimenti (€/1000)

	2020	2021	2022	2023
TOTALE SISTEMA CNO	133.941	204.616	201.677	165.639
			571.932	

Orientamento all'innovazione

Il nuovo format Spazio Conad

NUOVA INSEGNA SPAZIO CONAD

Nel corso del 2020 abbiamo visto il passaggio di tutti i punti di vendita Ipermercato Conad e di alcuni altri punti di vendita ad insegne Conad o di acquisizione Auchan al nuovo canale **Spazio Conad**. In particolare il 21 maggio è stato inaugurato il primo Spazio Conad di Conad Nord Ovest a Rivoli. Un format concepito su scala nazionale e pensato per le grandi superfici di vendita.

Il nuovo format Spazio Conad rappresenta l'evoluzione del concetto di grande superficie: è il format ideale per una esperienza di spesa completa e connotata da innovazione, sia di prodotto che di servizio, in cui gli acquisti hanno un percorso diviso per mondi, con aree dedicate. Un'esperienza oltre la spesa, un supermercato con spazi dedicati ai clienti e con una vasta offerta, conveniente e di qualità. Centrali sono gli elementi che maggiormente caratterizzano Conad con ampio focus sui prodotti freschissimi.



Il **Buongustaio**, lo spazio dedicato al gusto e alle specialità della tradizione. Il **Pescatore**, con la freschezza del pesce appena pescato. Il **Fornaio** con tanti prodotti da forno e tutta la loro fresca fragranza. Il **Macellaio**, con le carni più pregiate e i sapori della tradizione. Il tutto è integrato con una nuova area gourmet dove convivono prodotti sfusi a libero servizio serviti direttamente al banco, prodotti confezionati pronti da cuocere o da mangiare a casa o direttamente nell'agorà del punto di





vendita. L'area dei freschissimi conta un'ampia offerta sul largo consumo confezionato e un nuovo lay-out caratterizzato da percorsi chiari ed immediati.

Alla spesa più classica si affianca una completa e innovativa offerta di prodotti extralimentari che fa leva sulle distintività Conad con la realizzazione di nuove aree integrate con il punto di vendita dove troveranno spazio tre principali aree tematiche: food experience, famiglia e tempo libero, salute e benessere, in cui sarà possibile acquistare prodotti con l'assistenza di personale specializzato e fruire di servizi specialistici.

Uno "spazio" che va oltre il luogo fisico, multiforme, capace di evolvere



a fianco delle persone e plasmarsi sulla comunità diventando una vera e propria piattaforma relazionale.

Integrati nel punto vendita la **Parafarmacia Conad** con la comodità di acquistare prodotti per la salute di tutta la famiglia. Disponibili tutti i farmaci senza ricetta e quelli veterinari con la ricetta a prezzi sempre bassi e tanta convenienza su prodotti omeopatici, naturali, cosmetici e per la cura della persona. Presente anche il **PetStore Conad** con i vantaggi del negozio specializzato nella cura degli amici animali, con la convenienza dei prodotti a marchio e dei prodotti di marca tipicamente venduti all'interno delle catene specializzate a un prezzo competitivo ed una serie di servizi dedicati agli animali da compagnia.

All'interno sono presenti tanti reparti per un'esperienza di spesa completa e di qualità in grado di coprire ogni esigenza di consumo, ma anche tanta efficienza e servizi che danno risposta alle esigenze dei clienti.

L'ortofrutta (a libero servizio, la IV e V gamma, il biologico confezionato...), la macelleria assistita e a libero servizio, la pescheria assistita e con pesce confezionato, il reparto di latticini, salumi e formaggi, la gastronomia con banco caldo e rosticceria, la panetteria e pasticceria anche di produzione interna, il mondo casa, la tecnologia, il tempo libero, i giocattoli e i generi vari offrono ampi assortimenti.

Nei reparti freschi e freschissimi il cliente trova tanti prodotti improntati ai nuovi modi di consumo, dal biologico al locale, con un ampio assortimento di prodotti a Km zero. E poi l'area benessere, con le proposte di Verso Natura Conad – con le linee Bio, Eco, Equo e Veg – i prodotti senza glutine, quelli per celiaci e ad alta digeribilità. Previsto un ampio assortimento di prodotti regionali a marchio *Sapori&Dintorni* oltre a quelli *Conad* e *Conad Percorso Qualità*, affiancati delle linee biologiche e funzionali *Verso Natura Conad*, *Alimentum* e *Piacersi*.

La nuova app per il self scanning

Spesa al Volo+ era stata realizzata qualche anno fa per consentire ai clienti l'utilizzo del Self Scanning in negozio anche con lo smartphone personale e non solo con il terminale portatile. Come di norma nel mondo delle tecnologie mobili che si evolvono molto più rapidamente del resto, nel corso del 2020 è stata valutata la necessità di aggiornare la piattaforma e quindi è stata colta l'opportunità per rivedere la veste grafica ed i contenuti funzionali dell'app. Un analogo intervento ha riguardato anche la versione per il terminale in modo da mantenere inalterata l'esperienza dell'utilizzatore nei due ambienti.

È stata completamente rivista la modalità di **visualizzazione dell'articolo** con l'introduzione delle immagini. Le maschere di visualizzazione del dettaglio di un articolo, ovvero quelle dopo l'aggiunta o l'eliminazione di un articolo, visualizzano l'immagine del prodotto appena acquistato o rimosso. Anche la **visualizzazione dello scontrino** è stata curata per renderlo più chiaro e leggibile e ricco di informazioni. È stata inoltre aggiunta la funzionalità **Scontrino Plus** che contiene il calcolo del pagabile con



buoni pasto e con buoni celiachia. Ciò consente al cliente di controllare i buoni che potrà utilizzare autonomamente e anticipatamente rispetto al momento del pagamento. È stata poi inserita una **pagina di help** che consente al cliente di avere al volo risposte ai suoi dubbi. Ad oggi il servizio è attivo su 74 punti di vendita con livelli di utilizzo che raggiungono il 35% degli scontrini ed il 45% delle vendite.

Il sistema evoluto di suggerimento dei prodotti sostitutivi per la spesa online

Il problema più rilevante segnalato dai clienti nell'usufruire del servizio di spesa online consiste nella mancanza di alcuni

prodotti al momento della preparazione degli ordini nel punto di vendita. Per ovviare e limitare tale criticità è stata introdotta a fine 2019 la possibilità di indicare per ogni prodotto ordinato un prodotto sostitutivo, che verrà preparato qualora il prodotto principale dovesse mancare. In fase di ordine l'utente si trova a disposizione un set di dodici prodotti sostitutivi suggeriti dal motore di ricerca semantico per ogni prodotto principale che vuole acquistare. La proposta dei set dei prodotti sostitutivi viene fatta sulla base della similarità descrittiva ed anagrafica e dell'appartenenza alla medesima categoria merceologica del prodotto principale di interesse per l'utente, con particolare attenzione ad esempio ai prodotti a cluster per rendere l'esperienza cliente il più possibile efficace ed efficiente. L'utente può usufruire di tale funzione dalla scheda prodotto del prodotto principale o dalla pagina riepilogativa del suo carrello prima di procedere all'acquisto. In entrambi i casi l'utente dovrà selezionare un prodotto sostitutivo cliccando sul bottone seleziona per poter usufruire di tale opzione quando il suo ordine verrà preparato dal punto di vendita qualora il prodotto principale dovesse mancare.

A novembre tale funzionalità del prodotto sostitutivo è stata migliorata

aggiungendo la possibilità per gli utenti di popolare in automatico, per tutti i prodotti inseriti nel proprio carrello, con il prodotto sostitutivo relativo più affine. Questo permette ai clienti un notevole risparmio di tempo ma al contempo mantiene la possibilità di poter deselezionare il prodotto sostitutivo o modificarlo a proprio piacimento prima di concludere l'ordine. Inoltre mantiene salva la selezione puntuale, se fatta precedentemente, di prodotti sostitutivi da parte dell'utente. Per abilitare tale funzione al cliente basterà far scorrere il bottone "Abbina sostitutivi" presente in pagina verso destra per popolare in pochi secondi ogni prodotto presente con il sostitutivo. Il cliente viene informato, nella mail riepilogativa dell'ordine piazzato, di ogni prodotto sostitutivo indicando anche se la sostituzione è frutto di una sua scelta puntuale o dell'abbinamento automatico

abilitato dal cliente. Del prodotto sostitutivo viene tenuto conto e dato evidenza al cliente anche ai fini della pre-autorizzazione sempre nella mail, in caso di pagamento online con carta di credito o Conad Card. In tal caso nel computo del valore pre-autorizzato viene preso il prodotto con il prezzo maggiore tra principale e sostitutivo e poi al momento dell'emissione verrà addebitato il prodotto realmente preparato tra i due.

La funzione di sostituzione del prodotto è risultata molto apprezzata fin da subito da parte dei clienti e l'ulteriore evoluzione dell'abbinamento automatico è andata incontro all'esigenza di velocizzare l'esecuzione in fase di ordine per gli utenti. L'obiettivo principale di ridurre i prodotti inevasi è stato raggiunto, pur rimanendo ancora un ambito da migliorare ulteriormente.

Statistica utilizzo da parte dei clienti del prodotto sostitutivo negli ordini

	Periodo luglio-ottobre 2020 (solo sostituzione manuale)			Periodo novembre 2020-gennaio 2021 (con anche sostitutivi automatici)		
	Totali	Con sostitutivi	Inc. %	Totali	Con sostitutivi	Inc. %
n° Ordini	395.376	100.681	25,46%	76.439	28.203	36,90%
n° Utenti	62.161	22.072	35,51%	21.063	9.230	43,82%
n° articoli ordinati	14.999.911	724.203	4,83%	3.303.504	428.656	12,98%



Performance economiche

Produzione e distribuzione del **Valore Aggiunto**

68

(milioni di Euro, ca.)

**UTILE D'ESERCIZIO
NEL 2020**

In questa sezione è stata calcolata la ricchezza prodotta dall'attività aziendale (Valore Aggiunto) a favore della collettività. In tal modo viene messa in evidenza la responsabilità sociale di Conad Nord Ovest, indicando, oltre a come tale ricchezza viene generata nel corso dell'esercizio, quali ne siano i destinatari.

I dati relativi al "valore aggiunto" prodotto ed alla sua distribuzione, sono stati rilevati dal Bilancio Civilistico di Conad Nord Ovest al 31/12/2020.

Il Bilancio della Società Conad Nord Ovest S.C., per l'esercizio 2020, è stato predisposto nel rispetto dei:

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

Il bilancio 2020 evidenzia un utile dell'esercizio pari a **67.796.595 Euro**.

La cooperativa redige annualmente anche un Bilancio Consolidato. Al fine di dare, in quest'ambito, un'informativa relativa alla dimensione dell'area di consolidamento, proponiamo di seguito lo schema relativo all'area di consolidamento del 2020 ed il confronto con quella dell'anno precedente.

Movimenti Patrimonio Netto al 31/12/2020

(Euro)	Capitale sociale	Riserva legale	Riserve da rivalutazione	Riserva fair value	Riserva fair value da realizzo	Altre riserve	Utile (perdite dell'esercizio)	Totale
Valore contabile netto al 31/12/2019	83.737.139	256.159.729	6.300.115	156.426.509	(2.445.743)	183.437.722	48.132.619	731.748.090
Destinazione del risultato dell'esercizio:							(26.607.336)	(26.607.336)
- Rivalutazione	-							-
- Remunerazione	-							-
- Ristorni	11.501.547							11.501.547
- Altre destinazioni		14.439.786				666.003		15.105.789
Liberazione riserva di rivalutazione			(12.668)					(12.668)
Adeguamento al fair value di attività finanziarie disponibili per la vendita				14.983.588				14.983.588
Adeguamento al fair value da realizzo					1.895.076			1.895.076
Attualizzazione T.f.r.						(23.183)		(23.183)
Altre variazioni	(3.430.240)				2.445.743	(2.597.860)	(21.525.283)	(25.107.640)
Risultato dell'esercizio corrente							67.796.595	67.796.595
Valore contabile netto al 31/12/2020	91.808.446	270.599.515	6.287.447	171.410.097	1.895.076	181.482.682	67.796.595	791.279.858

Prospetto di determinazione del **Valore Aggiunto**

Società partecipate

Società controllate	
Partecipazione > 50%	
2019	2020
57	43

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

Società collegate	
Partecipazione tra il 20% e il 49%	
2019	2020
139	167

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

Altre imprese	
Partecipazione < 20%	

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

Nel prospetto che segue, analizziamo il **Valore Aggiunto** prodotto Conad Nord Ovest nel corso dell'esercizio 2020, valore dato dalla differenza fra la ricchezza prodotta e i consumi sostenuti per la sua distribuzione ai vari portatori d'interessi (stakeholder). Esso è, quindi, il punto di unione fra il Bilancio d'Esercizio e il Bilancio Sociale.

Di seguito una breve analisi degli scostamenti rilevati nella distribuzione del valore tra i vari portatori d'interessi; per un'analisi approfondita si rimanda alla consultazione del Bilancio Civile di Conad Nord Ovest 2020.

Determinazione del Valore Aggiunto (migliaia di Euro)

VALORE AGGIUNTO GLOBALE	31/12/2020
A) Valore della produzione	2.881.445
B) Costi intermedi della produzione	(2.581.857)
Valore aggiunto caratteristico lordo	299.588
C) Componenti accessori e straordinari	
+/- Saldo gestione accessoria (finanziaria)	19.894
+/- Saldo componenti straordinari	112
Valore aggiunto globale lordo	319.594
Ammortamenti	(21.632)
Valore aggiunto globale netto	297.962

Nella tabella "Determinazione del Valore Aggiunto" si può notare come la ricchezza aziendale prodotta (valore aggiunto globale netto) sia stata, nel 2020, di circa **298 milioni di Euro**.

Nella tabella "Riparto del Valore aggiunto" si può notare come la ricchezza prodotta sia stata distribuita, principalmente:

- per circa il **70% nella Remunerazione dei Soci**, al fine di sostenere il loro impegno per il mantenimento del livello di competitività rispetto al mercato finale, e quindi, in un'ultima analisi, destinata a sostenere i consumi delle famiglie;
- per circa il **18% direttamente nella Remunerazione dei Consumatori**,

attraverso investimenti in operazioni promozionali finalizzate alla fidelizzazione dei consumatori stessi, confermando gli importanti investimenti dello scorso anno (circa 50 milioni di Euro).

Si può inoltre notare che:

- la Remunerazione Aziendale (circa il 23% della ricchezza distribuita) ammonta a circa **68 milioni di Euro**;
- la Remunerazione del Personale pesa circa l'11% della ricchezza complessiva prodotta.

Di seguito diamo alcuni cenni sulla natura delle voci relative alla distribuzione del valore aggiunto.

Riparto del Valore Aggiunto (migliaia di Euro)

DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO	31/12/2020
Remunerazione del Personale Dipendente	31.627
Remunerazione della Pubblica Amministrazione	2.327
Remunerazione del Capitale di Credito	1.549
Remunerazione dei Soci	90.975
Remunerazione Solidarietà Associati	48.780
Remunerazione dei Consumatori	48.185
Remunerazione dell'Azienda	67.797
Remunerazione della Comunità (liberalità esterne)	6.724
Valore aggiunto globale netto	297.962
Remunerazione dei Soci (ristorno differito imputato per competenza)	44.040
Totale Remunerazione Soci	135.015

Remunerazione del Personale

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

Remunerazione della Pubblica Amministrazione

Riflette il carico fiscale di competenza dell'esercizio.

Remunerazione del Capitale di Credito

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

Remunerazione dei Soci

Comprende le risorse assegnate a titolo di "rapporto negoziato e/o premio fedeltà" collegato alla fedeltà degli acquisti in cooperativa ed ai compensi per le attività promozionali. Queste risorse sono state vincolate al raggiungimento di obiettivi di natura commerciale e di fidelizzazione dei clienti.

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

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

Il Ristorno corrisposto ai Soci cooperatori in relazione alle quantità e qualità degli scambi mutualistici realizzati nell'esercizio 2020, proposto ed in seguito stabilito in sede di approvazione del relativo Bilancio, corrispondente in aliquota allo 1,75% calcolato sul valore acquistato in Cooperativa da ogni singolo socio, ammonta a circa **44 milioni di Euro**.

Remunerazione dei consumatori

Evidenzia gli interventi promo pubblicitari e di fidelizzazione dei consumatori ad eccezione delle

sponsorizzazioni effettuate dalla cooperativa, esplicitate nella voce "remunerazione della comunità".

Remunerazione dell'azienda

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

Remunerazione della Comunità

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





Relazione sociale

Sosteniamo il futuro



Essere leader di mercato per Conad è un onore ma anche una responsabilità: siamo chiamati ad affermare il nostro primato oltre che sul piano economico anche sotto il profilo dei comportamenti etici e mai come in questo periodo storico comportamento etico significa sostenibilità: economica, sociale, ambientale.

Da tempo affrontiamo il tema della sostenibilità lavorando su tre dimensioni: ambiente e risorse, persone e comunità, imprese e territorio. Tanti progetti e iniziative che oggi identifichiamo all'interno della cornice "Sosteniamo il futuro".

Per limitarci in queste pagine al tema della sostenibilità ambientale, l'ottimizzazione della logistica, il rinnovamento del packaging dei prodotti a marchio in un'ottica di facilità di riciclo e biodegradabilità, le colonnine per la ricarica delle auto elettriche, l'efficientamento energetico dei punti di vendita, la riduzione ed il riciclo degli

imballaggi, i pannelli fotovoltaici con cui sono alimentati alcuni dei Ce.Di. di Conad Nord Ovest, sono solo alcune delle iniziative che testimoniano la nostra sensibilità e il nostro costante impegno perché l'impatto di Conad nei territori in cui operiamo assolvano alla missione di costruire sostenibilità economica, ma facendo anche la propria parte nella lotta ai cambiamenti climatici. Siamo un'azienda al servizio della comunità, in un settore che ha il dovere e la responsabilità di rivedere le proprie logiche produttive e distributive in tal senso, accompagnando anche i nostri clienti a un'evoluzione culturale, alla comprensione di ciò che è sostenibile affinché aumenti la sensibilità e la responsabilità di tutti nei confronti della salvaguardia dell'ambiente.

Sono tante quindi le innovazioni promosse in quest'ambito da Conad Nord Ovest e da tanti singoli soci: un percorso che si alimenta di giorno in giorno con nuove iniziative, destinato a non avere mai fine perché in questo campo c'è sempre e solo da migliorare, aiutati anche dall'evoluzione della ricerca scientifica e della tecnologia.

Riduciamo i chilometri percorsi con l'ottimizzazione dei flussi logistici dell'Area Nord

Attivazione consegne pesce fresco da Montopoli per l'Emilia

Nel primo semestre del 2020, per la consegna del pesce fresco sui negozi dell'area emiliana, era attiva la collaborazione con Conad Centro Nord, dal magazzino di Gattatico (RE). Le consegne erano dedicate per merceologia.

Dalla fine di agosto 2020 sfruttando le sinergie tra i magazzini di Conad Nord Ovest è stata attivata la preparazione del pesce fresco dal deposito di Montopoli (PI), che utilizzando appositi box isotermeici, permette le consegne promiscue con tutti i reparti freschi. La merce preparata per negozio negli isotainer viene fatta transitare sul magazzino freschi di Modena, dove con un appuntamento al carico viene accorpata ai viaggi già predisposti per i reparti freschi verso i PdV, ottimizzando il trasporto.

Queste sinergie hanno permesso, mantenendo il medesimo livello di servizio sui negozi, di ridurre di **30.000 km** annui le percorrenze rispetto a prima, riducendo di **36 ton.** l'emissione di CO₂ in atmosfera restituendo all'ambiente l'equivalente di **47 alberi.**

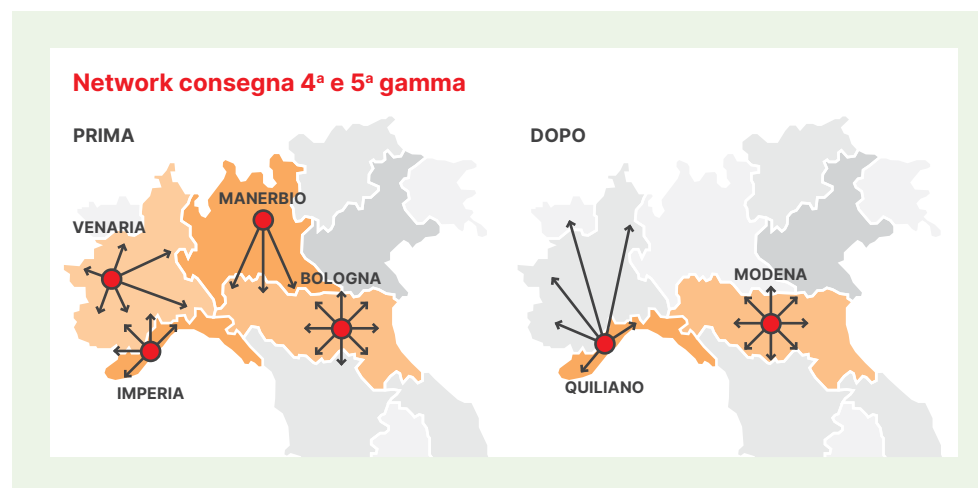
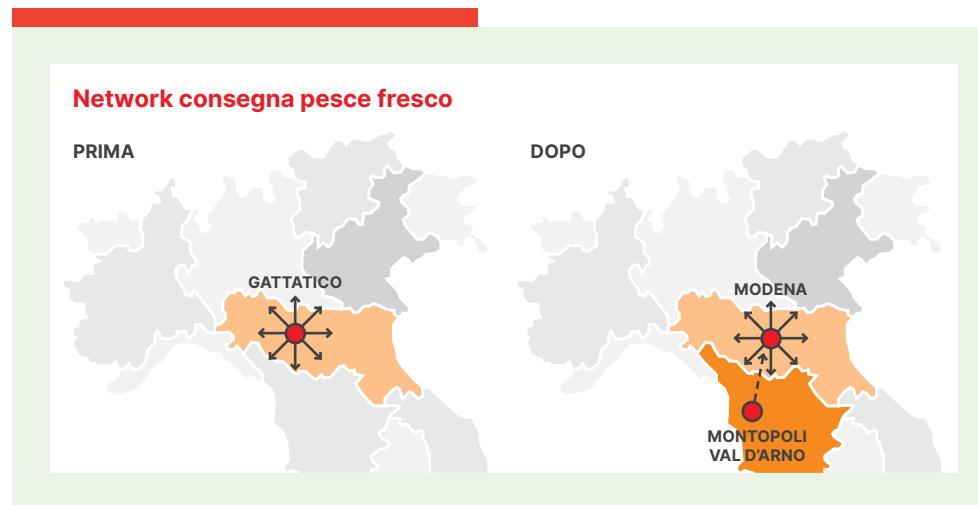
Inserimento ortofrutta 4^a e 5^a gamma in magazzino

Proseguendo il percorso di omogeneizzazione della gestione delle merceologie nei territori, nel terzo trimestre del 2020 abbiamo cominciato a gestire in magazzino la 4^a e 5^a gamma dell'ortofrutta.

La 4^a gamma rappresenta l'evoluzione dei prodotti ortofruttili freschi, che vengono lavati, confezionati e sono pronti al consumo, la 5^a gamma identifica i prodotti di frutta e verdure cotti e ricettati, confezionati e pronti al consumo.

Questi articoli erano gestiti per le aree Liguria, Piemonte, Valle d'Aosta ed Emilia su piattaforme esterne, Venaria, Imperia, Bologna e Manerbio. Questi operatori logistici consegnavano con mezzi dedicati i prodotti della 4ª e 5ª gamma sui PdV.

La centralizzazione di queste merceologie sui due Ce.Di., Modena e Quiliano, ha portato come nel caso precedente, ad un'ottimizzazione dei flussi logistici, ad un aumento di shelf life (in quanto sono diminuiti i passaggi dalla produzione ai PdV), ad un miglioramento del servizio per i PdV (sono aumentate le consegne) e sfruttando le sinergie con i reparti freschi abbiamo avuto una riduzione pari a **267.000 km** utilizzando consegne promiscue con i settori freschi, invece che consegne dedicate. In questo modo abbiamo ridotto di **187 ton.** l'emissione di CO₂ in atmosfera restituendo all'ambiente l'equivalente di **243 alberi**.



Totali revisione Network

297.000
RIDUZIONE
DEI KM PERCORSI
ALL'ANNO

223
(Ton.)
RIDUZIONE DI
EMISSIONI DI CO₂
IN UN ANNO

290
ALBERI
RESTITUITI
ALL'AMBIENTE



La sostenibilità della supply chain.

Una logistica moderna ed efficiente deve ottimizzare carichi e tratte, sviluppare intermodalità, ricercare opportunità di collaborazione di filiera in cui siano coinvolti tutti gli attori, dai produttori ai trasportatori, dagli operatori logistici ai competitor, con la costante attenzione alla sostenibilità ambientale.

Stiamo avviando un progetto molto innovativo che in Italia non ha modelli organizzativi di riferimento: il trasporto a franco fabbrica.

Questa modalità, attraverso la nuova società Conad Logistics, ci permette di prelevare direttamente la merce dai nostri fornitori, gestendo centralmente i trasporti dalle aziende ai Ce.Di. delle cooperative. Si tratterebbe di ottimizzare in modo significativo il dispendio energetico, con una notevole riduzione delle emissioni di CO₂.

Il modello franco fabbrica porta a numerosi vantaggi per l'ambiente:

- Controllo diretto della saturazione degli automezzi;
- Selezione di aziende di trasporto in linea coi valori di Conad in termini di sostenibilità sociale, economica e ambientale;
- Ottimizzazione del trasporto secondario (tratte di ritorno dal punto vendita al Ce.Di.);
- Possibilità di utilizzo di superfici Conad per groupage merci (aggregazioni di consegne);
- Progressivo rinnovo della flotta di automezzi utilizzati per il flusso dei prodotti.

Riduciamo il nostro impatto ambientale chilometro per chilometro

Trasporti automezzi a metano liquido

La logistica è una risorsa strategica fondamentale per costruire valore, sistemi sempre più efficienti e responsabili, possono davvero fare la differenza. In Conad Nord Ovest abbiamo deciso che la nostra logistica, tanto per i trasporti quanto per i magazzini, sarà sempre sostenibile per il nostro pianeta.

Continua la collaborazione con l'azienda LC3 iniziata nel 2017, prima azienda italiana ad utilizzare veicoli a LNG (liquefied natural gas), ed è tuttora leader nel settore del trasporto sostenibile, con un parco automezzi a metano liquido in continua ed esponenziale crescita.

Il gas naturale liquefatto si ottiene sottoponendo il gas naturale, dopo opportuni trattamenti di depurazione



e disidratazione, a successive fasi di raffreddamento e condensazione. Questi mezzi alimentati a LNG producono una riduzione di circa il 15% in termini di emissioni di CO₂, del 95% di polveri sottili (PM) e del 70% di ossidi di azoto (NOx). Inoltre riducono l'inquinamento acustico di circa 4 volte, 5 dB(A), rispetto a un veicolo diesel euro 6.

Dalla metà del 2018 abbiamo iniziato la collaborazione anche con un'altra azienda, la Actis Guido, che utilizza anch'essa mezzi a metano liquido e con la quale abbiamo un accordo per la brandizzazione dei mezzi. In questo caso, nel 2020, abbiamo ridotto le emissioni di CO₂ per circa 67 ton. pari a circa 87 alberi.

Abbiamo ripulito l'aria da NOx, come se avessimo tolto dalla strada l'equivalente di 155 veicoli (considerando 12.000 km medi annui percorsi da un'automobile diesel euro 6).

Abbiamo tolto dall'atmosfera tante PM come se avessimo spento l'equivalente di 74 caldaie a pellet di ultima generazione (una caldaia = 24g/GJ di emissione).

Riportiamo di seguito il consuntivo dei viaggi effettuati nel 2020 che riepiloga le quantità di CO₂, NOx e PM immesse in atmosfera dai veicoli LC3 e Actis Guido.



Report ecologico Riepilogo riduzioni emissioni ed inquinanti

Km percorsi	n° viaggi	Tipo combustibile	Riferimento	CO ₂ (kg)	NO _x (g)	PM (mg)
542.758	2.987	Diesel	Diesel euro VI	453.746	108.552	41.489.279
		LNG	Flotta LC3	384.273	31.480	1.825.295
Differenza				- 69.473	- 77.072	- 39.663.984
522.917	1.776	Diesel	Diesel euro VI	437.159	104.583	39.971.775
		LNG	Flotta Actis	370.225	30.329	1.758.570
Differenza				- 66.933	- 74.254	- 38.213.206
Totale				- 136.406	- 151.326	- 77.877.190

Dati totali



+177

N. alberi restituiti all'ambiente equivalente alla riduzione di emissioni di CO₂ in un anno



-316

N. auto tolte dalla strada equivalente alla riduzione di emissioni di NOx in un anno



-151

N. caldaie a pellet spente equivalente alla riduzione di PM in un anno

Possibile sviluppo mezzi pesanti

Mentre per i veicoli leggeri la fase dell'elettificazione è già avviata, per i veicoli pesanti questa strada non sembra percorribile, le dimensioni della batterie elettriche ne limitano la praticità.

Ad esempio, per un autocarro elettrico da 40 tonnellate con un'autonomia di 500 km è necessaria una batteria da otto tonnellate.

L'Unione Europea punta all'obiettivo molto ambizioso della neutralità climatica entro il 2050.



Per questo, ha la necessità di trasformare il suo sistema energetico che attualmente è responsabile del 75% delle emissioni di gas serra.

Per raggiungere tale obiettivo ha deciso di scommettere sull'idrogeno e sull'integrazione dei sistemi energetici per aumentare l'efficienza e tagliare le emissioni. L'idrogeno sarà quindi una priorità e riceverà investimenti dal Recovery fund, da InvestEU, dal fondo per l'innovazione finanziato dall'Ets e dal programma per la ricerca Orizzonte Europa.

Per riuscire in questa iniziativa, la Commissione ha creato l'alleanza europea per l'idrogeno pulito (European Clean Hydrogen Alliance) che raccoglie al suo interno esponenti della società civile, ministri nazionali e regionali e rappresentanti della Banca europea per gli investimenti.

L'obiettivo di questa alleanza è quello di creare un portafoglio di investimenti finalizzati a incrementare la produzione e sostenere la domanda di idrogeno pulito in Europa.

Il progetto sarà attuato in 3 fasi distinte:

- tra il 2020 e il 2024 sarà sostenuta

l'installazione di almeno 6 gigawatt di elettrolizzatori per l'idrogeno rinnovabile nell'UE e la produzione fino a un milione di tonnellate di idrogeno rinnovabile;

- tra il 2025 e il 2030 l'idrogeno dovrà entrare a pieno titolo nel sistema energetico integrato, con almeno 40 gigawatt di elettrolizzatori per l'idrogeno rinnovabile e la produzione fino a dieci milioni di tonnellate di idrogeno rinnovabile nell'UE per trovare applicazione in vari settori come quello dei trasporti;
- tra il 2030 e il 2050 le tecnologie basate sull'idrogeno rinnovabile dovrebbero raggiungere la maturità e trovare applicazione su larga scala in tutti i settori difficili da decarbonizzare.

Questo progetto legato all'idrogeno fa parte della strategia dell'UE per l'integrazione del sistema energetico che sarà il punto di riferimento per la transizione all'energia verde. Un'iniziativa che si basa su 3 assi portanti: un sistema energetico più circolare, una maggiore elettrificazione diretta dei settori d'uso finale e la promozione di combustibili puliti come, appunto, l'idrogeno rinnovabile.

Riduciamo il consumo energetico con l'illuminazione a led nel Montopoli Generi Vari

Nel corso del 2020 abbiamo continuato il processo di revamping dell'impianto d'illuminazione di Montopoli iniziato lo scorso anno con il magazzino freschi di Montopoli.

Quest'anno abbiamo sostituito e aggiornato l'impianto d'illuminazione nel magazzino dei Generi Vari; la classica illuminazione con lampade ad incandescenza o a risparmio energetico a fluorescenza è stata sostituita con illuminazione LED.

Le caratteristiche che hanno portato nel corso degli ultimi anni a premiare gli impianti led come sistema di illuminazione nei magazzini sono:

Accensione: i led si accendono automaticamente senza dover attendere secondi come nel caso delle lampade a fluorescenza.

Scintille: i led non generano scintille con indubbi vantaggi per quanto riguarda la sicurezza all'interno dei magazzini.

Installazione: i led moderni possono essere installati senza dover obbligatoriamente modificare gli

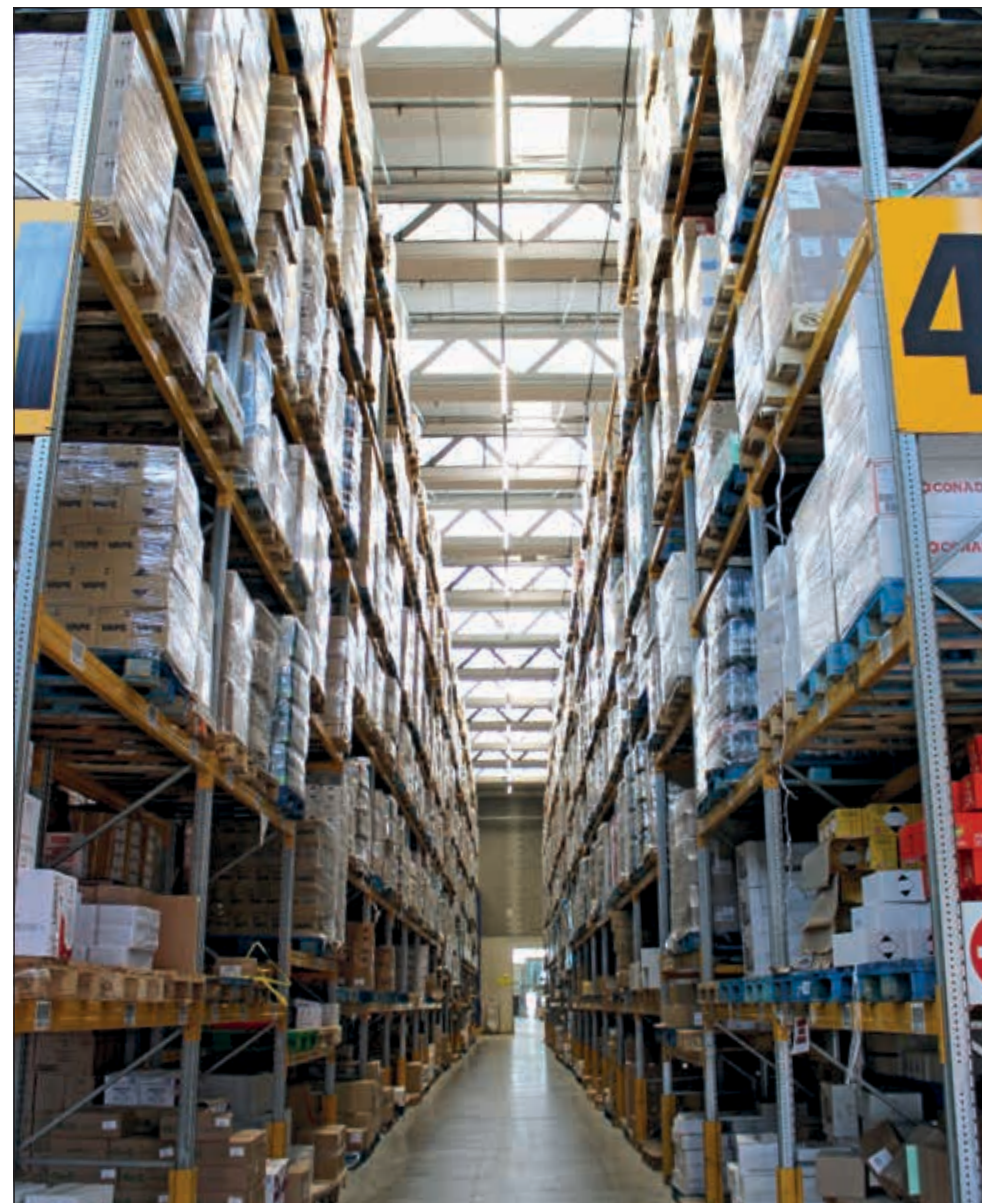
impianti già esistenti, un ulteriore aspetto da considerare anche in termini economici per l'azienda.

La facilità d'installazione delle lampade a led e la riduzione degli ingombri delle stesse sono fattori oltremodo importanti anche per gli installatori stessi.

Ambiente: i led non contengono gas come fosfori, vapori di mercurio, o sostanze pericolose quali il mercurio, il piombo o qualsiasi altro genere di metallo pericoloso per l'ambiente (suolo o sottosuolo) e per l'uomo stesso.

Con il nuovo impianto led i consumi energetici medi per m² all'anno (LENI) passano da 20,48 kWh/(m²a) per le lampade a fluorescenza a 8,3 kWh/(m²a) per le lampade a led.

Le emissioni totali annue di CO₂ passano da 5.919.100 kg per l'impianto a fluorescenza a 2.398.406 kg per l'impianto a led con una riduzione delle emissioni di CO₂ del 59.48%, restituendo all'ambiente l'equivalente di 4.573 alberi.



59,48%

Riduzione
di emissioni di CO₂
ottenuta con l'installazione
dell'impianto
di illuminazione a led



4.573

N. alberi restituiti
all'ambiente equivalente
alla riduzione di
emissioni di CO₂ in un anno

Inoltre il sistema a led permette che il flusso luminoso possa essere impostato nel modo più conveniente e sicuro per gli operatori all'interno dei magazzini con conseguente miglioramento per la sicurezza ed anche per il confort che si traduce in migliore efficienza dei lavoratori stessi. Un ulteriore fattore positivo sta nel **risparmio energetico** (si parla di circa il 50% rispetto alle vecchie lampade), ed anche nella durata dei led stessi. Le aziende produttrici dichiarano che al raggiungimento di 50.000 ore di utilizzo, le lampade a led dovrebbero mantenere ancora più del 70% di efficienza in termini di capacità di illuminazione. Va considerato che invece la vita media delle lampade ad incandescenza è in genere di circa 1.500 ore e quelle dei neon può arrivare fino a 10.000 ore.

I led prodotti oggi hanno un'efficienza luminosa che può arrivare fino a 110/120 lumen o watt che confrontati con i 12 delle vecchie lampade, i 16 delle alogene e addirittura i 50 per le fluorescenti, risultano essere realmente un grosso passo in avanti in termini di efficienza luminosa di cui si parlava prima.



Chep dati sostenibilità

Da diversi anni utilizziamo il pallet pooling, ovvero la condivisione bancali utilizzati per il trasporto delle merci. L'adozione del modello di pallet pooling permette di condividere tra più imprese gli imballaggi, realizzati con legno certificato Pefc e Fsc.

I principali vantaggi del pallet pooling sono:

- l'abbattimento delle emissioni dovute al trasporto dei vuoti;

- la riduzione dei rifiuti, perché i bancali rotti o danneggiati non finiscono in discarica, ma vengono riparati con legno certificato.

Nel 2015 il Ministero dell' ambiente ha certificato LCA "Life Cycle Analysis", il calcolatore di Chep che è in grado di quantificare i benefici ambientali derivanti dall'utilizzo del sistema di pooling CHEP rispetto ad altre alternative.

Impronta climatica Supply Chain Conad

Il 2020 è il quinto anno consecutivo del progetto che Conad ha intrapreso nel 2016, relativo alla mappatura delle emissioni di CO₂e derivanti dalle proprie attività a livello nazionale in ambito logistico.

L'obiettivo di questo documento è presentare i risultati relativi al quinto anno di valutazione dell'impatto climatico della logistica Conad. I valori

ottenuti possono essere confrontati con quelli pubblicati negli scorsi anni.

Conad Nord Ovest

Anche nel 2020 Conad Nord Ovest ha partecipato attivamente al progetto di rilevazione Impronta Climatica Supply Chain intrapreso a livello nazionale da Conad. Per le Cooperative associate, il focus è rappresentato dall'area logistica nelle due componenti dei Centri Distributivi (Ce.Di.) e della Distribuzione (trasporto verso i punti di vendita).



Al fine di avvalorare il processo di rendicontazione dei risultati, anche quest'anno il processo di misurazione dell'Impronta Climatica Conad sui dati 2020 è stato sottoposto a verifica da parte dell'organismo di verifica SGS Italia SpA. La verifica ha riguardato l'affidabilità del dato fornito per l'analisi, le scelte metodologiche adottate nelle analisi e la conformità delle elaborazioni effettuate da GreenRouter.

Distribuzione da Ce.Di. a Punti di Vendita

Per i circa 14,3 milioni di km percorsi¹, sono state registrate emissioni pari a 20.508 ton CO₂e. Il dato finale del 2020 include sia la consegna al punto di vendita sia i trasferimenti tra magazzini.

Il risultato 2020 segna un aumento complessivo del 19% delle emissioni di CO₂e di Conad Nord Ovest (Tab. 1). Per quanto riguarda l'indicatore di efficacia nel trasporto stradale, nel 2020 si è registrato un valore di 1,44 kg CO₂e/km (contro i 1,30 kg CO₂e/km del 2019).

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

È importante sottolineare che la particolare contingenza vissuta nel 2020 legata all'emergenza sanitaria ha portato ad un aumento significativo dei volumi e all'imprevedibilità della domanda che hanno causato un peggioramento marginale dell'efficienza dei trasporti in parte bilanciato dal trend generale di ottimizzazione del trasporto anche in ottica CO₂e.

EMISSIONI PARTICOLATO (PMX)

Nel 2020 si è registrato un aumento del 26% delle emissioni di PM_x relativamente ai flussi distributivi di Conad Nord Ovest (Tab. 2). In totale si stima che siano stati emessi 1.133 Kg di PM_x. Tale aumento può essere in parte ricondotto al contestuale aumento delle distanze percorse nel 2020 e alla particolare contingenza vissuta a causa

dell'emergenza sanitaria Covid 19 che può aver richiesto l'utilizzo di una flotta ampliata per poter soddisfare l'elevata volatilità della domanda. Si conferma comunque il trend di progressivo ammodernamento del parco mezzi e il maggior ricorso a mezzi euro 6 (Graf. 1).

Tab. 1: risultati 2020 di emissioni e consumi del flusso dei trasporti

	Udm	2016	2017	2018	2019	2020	Variazione annua (2020 vs 2019)
Totale emissioni (WtW)	ton CO ₂ e	21.868	21.743	22.540	21.494	26.211	22%
Totale energia consumata (WtW)	GJ	302.888	301.744	312.825	298.315	382.201	28%
Totale emissioni (TtW)	ton CO₂e	17.543	17.429	18.066	17.226	20.508	19%
Totale energia consumata (TtW)	GJ	246.042	244.902	253.871	242.078	303.629	25%
Distanze percorse a pieno ¹	Km	13.078.595	12.895.566	14.445.623	13.244.405	14.255.672	8%

Tab. 2: andamento delle emissioni di PMx per i trasporti

	Udm	2016	2017	2018	2019	2020	Variazione annua (2020 vs 2019)
Particolato (PMx)	Kg	1.414	1.253	1.129	898	1.133	26%

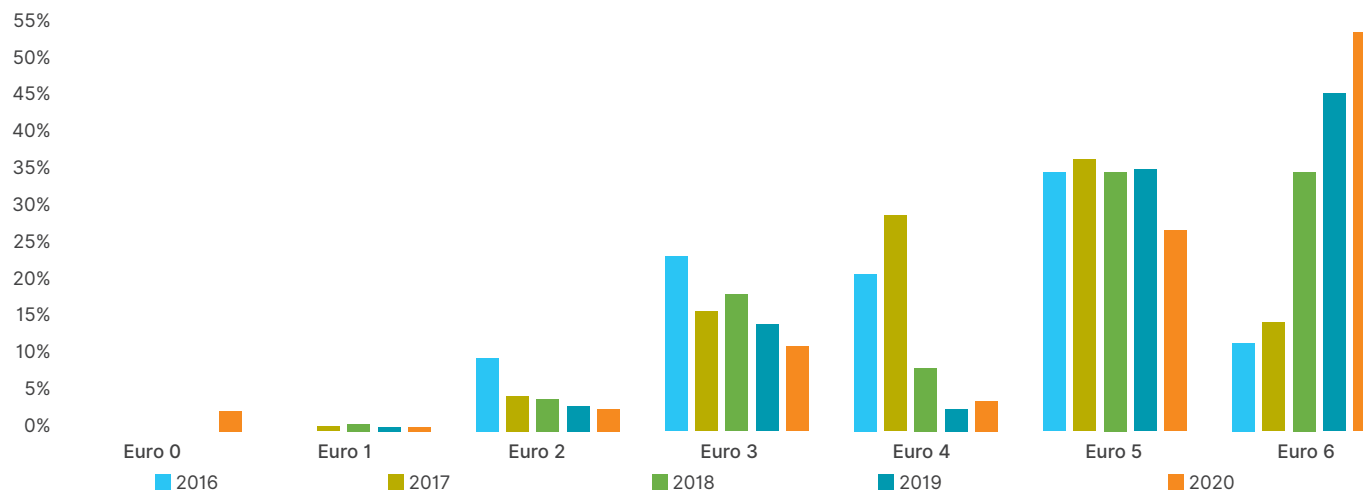
Magazzini

Nel 2020 è stato possibile proseguire per il quarto anno consecutivo l'analisi, iniziata nel 2017, relativa ai magazzini utilizzati da Conad Nord Ovest nell'espletamento delle attività logistiche.

Emissioni e consumi

L'analisi 2020 per Conad Nord Ovest include un totale di 9 Ce.Di. per i quali sono state stimate emissioni pari ad un totale di 5.888 ton CO₂e (Tab. 3).

Grafico 1: percentuale di km percorsi per classe euro per il flusso di distribuzione (2016-2020)



Tab. 3: emissioni totali degli edifici logistici

Ce.Di.	Merceologia	Emissioni totali 2017 (ton CO ₂ e)	Emissioni totali 2018 (ton CO ₂ e)	Emissioni totali 2019 (ton CO ₂ e)	Emissioni totali 2020 (ton CO ₂ e)
Anzola	Generi vari	371,3	408,1	355,3	289,09
Modena	Freschi	745,6	897,4	821,7	661,64
Quiliano	Generi vari + Freschi	608,7	714,8	584,2	752,54
Civitavecchia Busnengo	Generi vari	115,0	112,9	114,5	233,96
Civitavecchia Flores	Generi vari	-	68,5 ²	99,9	96,01
Codrongianos	Generi vari + Freschi	-	6,5 ³	622,7	544,85
Monastir	Generi vari + Freschi	834,2	803,2	801,8	812,30
Montopoli	Generi vari + Freschi	2.254,6	2061,8	2.050,6	1.841,77
Tarquinia	Freschi + Surgelati	669,9	658,2	718,1	656,42
Totale		5.599,3	5.713,4	6.168,8	5.888,6

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

Il 2020 mostra un generale miglioramento rispetto al 2019, sia in termini di emissioni totali che in termini di intensità delle emissioni nei magazzini, misurata rispetto alla superficie del sito.

Per quanto riguarda il Ce.Di. di Montopoli, nel 2019 si è proceduto alla sostituzione di 110 punti luce con lampade a fluorescenza con 112 lampade a led a basso consumo.

Tale intervento rappresenta uno dei motivi della riduzione delle emissioni di CO₂e pari al -10% registratosi nell'analisi 2020, grazie al minor consumo di kWh per illuminazione (Tab. 4).

Tab. 4: emissioni per superficie degli edifici logistici

Ce.Di.	Merceologia	Emissioni per superficie 2017 (kg CO ₂ e/m ²)	Emissioni per superficie 2018 (kg CO ₂ e/m ²)	Emissioni per superficie 2019 (kg CO ₂ e/m ²)	Emissioni per superficie 2020 (kg CO ₂ e/m ²)
Anzola	Generi vari	13,4	14,7	12,8	10,4
Modena	Freschi	56,0	67,4	61,8	49,7
Quiliano	Generi vari + Freschi	15,3	17,9	14,7	18,9
Civitavecchia Busnengo	Generi vari	7,7	7,5	7,6	15,6
Civitavecchia Flores	Generi vari	-	NA	13,3	12,8
Codrongianos	Generi vari + Freschi	-	NA	17,7	15,5
Monastir	Generi vari + Freschi	15,2	14,6	14,6	14,8
Montopoli	Generi vari + Freschi	42,5	38,9	38,7	34,8
Tarquinia	Freschi + Surgelati	36,6	36,0	39,2	35,9
Totale		21,1	25,5	23,3	22,2

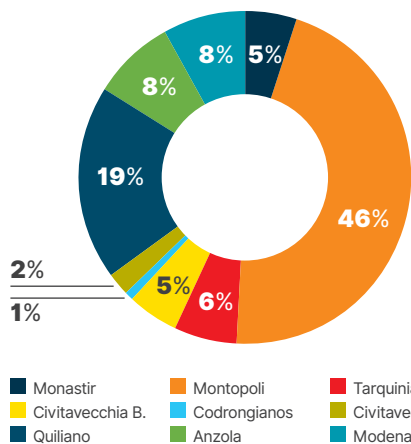


Magazzinino di Montopoli Val d'Arno (PI)

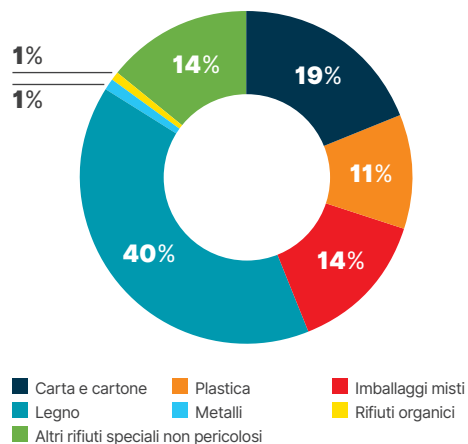


Progetto del nuovo magazzino di Modena

Graf. 3: ripartizione percentuale dei rifiuti prodotti nel 2020 fra Ce.Di.



Graf. 4: ripartizione percentuale rifiuti prodotti nel 2020 dai Ce.Di. per tipologia



Waste and water

Nel 2020 i 9 Ce.Di. di Conad Nord Ovest hanno consumato 132.953 m³ di acqua, circa il -5% rispetto al 2019. Nello stesso periodo hanno prodotto in totale 4.520 tonnellate di rifiuti, di cui circa il 34% è stato avviato a riciclo e circa il 31% destinato a riuso.

Nel grafico 3 vengono rappresentati le quantità di rifiuti prodotti dai diversi Ce.Di. in percentuale.

La tabella 5 mostra un confronto tra 2019 e 2020 delle tonnellate di rifiuti prodotti per tipologia.

Segue infine la ripartizione percentuale dei rifiuti prodotti dai 9 Ce.Di. per categoria di rifiuto (vedi Graf. 4).

Tab. 5: ripartizione percentuale delle diverse categorie di rifiuti prodotti nel 2020 per destinazione

Destinazione rifiuto	Carta e cartone	Legno	Plastica	Rifiuti organici	Metalli	Rifiuti pericolosi	Imballaggi misti	Altri rifiuti speciali non pericolosi
Smaltimento in discarica	-	-	-	-	-	100%	90%	63%
Riciclo	47%	47%	47%	59%	26%	-	-	-
Riuso	32%	51%	37%	-	59%	-	-	-
Non definito	21%	2%	16%	41%	15%	-	10%	37%

34%
Percentuale di rifiuti prodotti nel 2020 dai Ce.Di. Conad Nord Ovest avviati a riciclo

31%
Percentuale di rifiuti prodotti nel 2020 dai Ce.Di. Conad Nord Ovest destinati a riuso

Nota Metodologica

1/Scope of reporting (ambito)

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

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

Sono stati presi in considerazione i dati degli anni 2020, 2019, 2018, 2017 e 2016 per il trasporto, degli anni 2020, 2019, 2018 e 2017 per i magazzini.

Dettaglio del perimetro dell'analisi

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

- I **trasporti** relativi ai flussi di distribuzione verso i Punti di Vendita della Cooperativa, che includono Prodotto a Marchio e merce di fornitori terzi.
- I **magazzini** (Ce.Di.) di Anzola, Modena, Quiliano, Civitavecchia (2 Ce.Di.), Monastir, Montopoli, Tarquinia e Codrongianos.

2/Scope of Emissions

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

- Per i trasporti interamente allo *Scope 3 – Emissions from*

outsourced activities, così come definito da The Greenhouse Gas Protocol (GHGP).

- Per i magazzini allo *Scope 1 e 2*.

3/Scope of Activities

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

4/Scope of Supply Chain

I valori di emissioni presentati nel presente documento all'interno del perimetro descritto nei paragrafi precedenti considerano la porzione di Supply Chain legata movimentazione di prodotti di proprietà di Conad: Prodotto a Marchio per Conad Nazionale, Prodotto a Marchio e prodotto di fornitori terzi per la distribuzione delle 5 Cooperative.

Gli indicatori

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

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

Fonte: Greenrouter.it

Riduciamo le emissioni incentivando la mobilità green

Conad Nord Ovest negli anni ha messo in atto diverse azioni volte a favorire lo sviluppo di soluzioni di mobilità green ad impatto zero con l'obiettivo di concorrere alla crescita sostenibile delle comunità in cui è presente e al miglioramento della qualità di vita delle persone.

GPL e metano - impianti di carburante Conad Self 24 h

Conad Nord Ovest ha 24 impianti di carburante, di cui alcuni erogano GPL e metano. Il metano consente importanti benefici ambientali ed economici: paragonato a benzina e diesel, infatti, abbatte quasi a zero le emissioni di particolato e ossidi di azoto e riduce sensibilmente (oltre il 30%) quelle di anidride carbonica, assicurando al contempo un risparmio sul pieno che può arrivare al 60% rispetto alla benzina. In base a test svolti recentemente dall'ADAC, automobile club tedesco, una Volkswagen Polo a metano emette il 34% in meno di CO₂ rispetto al modello a benzina e il 14% in meno rispetto a un simile modello ibrido.

Il progetto CONAD_ENELX – Insieme per l'Ambiente e il sostegno alla mobilità elettrica

Conad Nord Ovest dal 2017 ha aderito al progetto nazionale per lo sviluppo e la diffusione della mobilità elettrica siglato con EnelX. Il progetto prevede l'installazione di circa 280 postazioni di ricarica nei supermercati, centri commerciali e ipermercati presenti dal Nord al Sud Italia. Ad oggi, le infrastrutture di ricarica hanno permesso di servire oltre 17.000 veicoli elettrici su base annua, con picchi estivi per alcune infrastrutture di 200 ricariche al mese, quasi 7 ricariche al giorno. Al 31 dicembre 2020 risultavano installate 120 colonnine di cui attive 109 infrastrutture di ricarica e sono stati ceduti ai 17.000 clienti oltre 270 MWh di energia per le auto elettriche. La gestione e le funzionalità delle colonnine di ricarica è a carico di EnelX, che attraverso un'app dedicata (JUICEPASS) permette di attivare o prenotare la stazione di ricarica da parte dell'utente (vedi tabella a fianco).

Nell'anno 2020, aderendo appieno al progetto nazionale suddetto, CNO ha proseguito la verifica di fattibilità per l'installazione di colonnine di ricarica elettrica presso i parcheggi dei punti di vendita dei propri soci. Il progetto prevede l'installazione di infrastrutture di ricarica (IdR) di tipo rapido "JUICEPUMP" con potenza disponibile di 72 kW, in grado di garantire un pieno di energia in modalità rapida in 30 minuti (rif. Fiat 500 Elettrica), e due auto in contemporanea in carica: il punto di ricarica è dotato di collegamenti sia in corrente continua (DC, 50 kW, con standard CHAdeMO e CCS-COMBO) sia in corrente alternata (AC, 22 kW).

In alternativa a queste, il progetto prevede IdR di tipo veloce "JUICEPOLE", con potenza disponibile di 22 kW. Al 31/12/2020 risultavano funzionanti 22 infrastrutture di ricarica relative al progetto ENELX e altre su impianti carburante Conad Self 24 h. È possibile trovarle presso i punti di vendita CNO di Bologna, Campogalliano (MO), Castenaso (BO), Modena, Andora (SV), Avigliana (TO, 3 installazioni), Imperia (IM), Candelo (BI), Albissola Marina (SV), Sarre (AO), Chatillon (AO), Novara, Medicina (BO), Borgomanero (NO), Formigine (MO), Ivrea (TO), Cairo Montenotte (SV), Altopascio (LU), Massarosa (LU) e Viareggio (LU).

N. colonnine progetto EnelX

Cooperativa	Tipo colonnina EnelX		Totale complessivo
	Pole Station	Fast Recharge	
CNO	14	8	22
Conad	9	7	16
Conad Superstore	4	-	4
Spazio Conad	-	1	1
Conad Self 24H	1	-	1



Altre infrastrutture di ricarica al di fuori del progetto EnelX sono installate e funzionanti presso il distributore carburanti a Prato loc. Maliseti.

Di prossima installazione, altre 7 postazioni in prossimità di punti di vendita Conad a Licciana Nardi e Pallerone (MS), Capannoli e Casciana Terme-Lari (PI), Galliciano (LU, 2 installazioni) e Pistoia. Altre 10 location al momento sono in corso di valutazione da parte di EnelX all'interno del perimetro del progetto.

Le infrastrutture di ricarica presso soci CNO hanno permesso di servire oltre 4.539 veicoli elettrici su base annua, con miglior performance di servizio resa dalla infrastruttura di ricarica rapida ubicata nel parcheggio del punto di vendita dello Spazio Conad di Bologna via Larga, che ha segnato a consuntivo 2020 ben 1.289 veicoli in ricarica serviti, quasi 4 ricariche ogni giorno. Sempre a consuntivo 2020 sono stati ceduti ai 4.539 clienti oltre 73 MWh di energia per le auto elettriche, un risultato veramente inaspettato che continua a crescere rispetto al passato.

Riduciamo gli imballaggi

Conad, negli ultimi anni, ha caratterizzato sempre di più i propri articoli all'interno di un percorso di sostenibilità e rispetto dell'ambiente. In questo ritroviamo soprattutto i recenti interventi sul packaging dei prodotti a marchio Conad più attinenti alle linee salutiste, che si è tradotto in un incremento delle caratteristiche di riciclabilità degli stessi pack dei prodotti "Verso Natura" e "Freschissimi", accompagnato da una valorizzazione di tale caratteristica sulla confezione stessa per mettere in evidenza la percentuale di riciclabilità.

Valorizzazione on-pack degli interventi su MDD

L'obiettivo perseguito da Conad è di arrivare, entro la fine del 2021, ad avere il 60%-70% dei prodotti a marchio, con la confezione riciclabile.

Si tratta di un percorso che a fine 2019 contava il 44% delle referenze, ossia 1.373 articoli, con confezione riciclabile e, a marzo 2020, ne contava già il 49% (pari a 1.544 articoli).

In particolare, già nel 2019, sulle referenze del reparto Ortofrutta, sono state introdotte nuove confezioni che, su 51 referenze, hanno visto la sostituzione delle vaschette in plastica (PS) polistirolo anti urto, con vaschette in cartoncino.

Sempre nel corso del 2019 altre 42 referenze hanno visto cambiare il packaging da plastica (PS) con R-pet(*) 80%.

Nel 2020 è iniziato un altro intervento di sostituzione delle confezioni che terminerà nel giugno del 2021, e che prevede la sostituzione della confezione su 168 referenze con un passaggio a minimo R-pet 50% e, dove possibile, con cartoncino.

Anche sulla frutta secca è previsto un intervento che riguarderà 51 referenze con il passaggio da materiale accoppiato (è un processo di produzione di packaging che consiste nell'unione di due o più materiali plastici) a monomateriale barrierato (confezionamento alimentare in atmosfera protettiva con massima trasparenza, facile recupero e riciclo).

(*) Ricordiamo che con la sigla R-pet (Recycled Pet) si fa riferimento a un nuovo polimero ottenuto attraverso processi di recupero e riciclaggio del comune Pet, che prevedono lo smistamento, il lavaggio, il trattamento e la fusione dei materiali plastici. Il Pet riciclato viene comunemente realizzato sotto forma di filamenti o fiocchi e si presta alla creazione di innumerevoli prodotti, con importanti benefici per l'ambiente e per noi tutti.

-70%
PLASTICA

100%
PLASTICA
RICICLATA
da post consumo

80%
VASCHETTA:
PLASTICA
RICICLATA
da post consumo

Riduciamo la plastica

Progetto UPCYCLING THE OCEANS

Dalla collaborazione tra Fondazione Ecoalf e Conad Nord Ovest è iniziato anche in Italia e più precisamente a Civitavecchia il progetto UTO – Upcycling the Oceans.

Grazie alla collaborazione con la Cooperativa Marinai & Caratisti, il Comune di Civitavecchia, l'autorità di Sistema Portuale del Mare Tirreno Centro Settentrionale (AdSP), la Capitaneria di Porto e con il sostegno logistico di Servizi Ecologici Portuali (Se.Port), a partire da metà ottobre 2020, 16 pescherecci della cooperativa di pescatori di Civitavecchia portano a terra tutti i giorni i rifiuti marini che raccolgono nelle loro reti durante la pesca a strascico.

Questo progetto, iniziato in Spagna nel 2015 e poi esportato in Tailandia e Grecia, consiste quindi nella raccolta di rifiuti marini da parte di pescherecci che escono nel Mediterraneo ogni giorno.

I rifiuti marini vengono raccolti in appositi container e, dopo il triage,



il PET recuperato verrà poi trasformato in polimero, in seguito in filato per poi creare capi e accessori 100% riciclati. È questo il core business di ECOALF da quando il brand è stato fondato nel 2009 da Javier Goyeneche, imprenditore spagnolo leader nel campo della sostenibilità.

Conad Nord Ovest è stata lieta di partecipare con ECOALF a questo progetto che va a servizio della comunità in cui operiamo. L'anello fondamentale di questo progetto sono i pescatori della cooperativa di Civitavecchia, che riforniscono

giornalmente il pescato locale nei punti di vendita Lazio ed il loro coinvolgimento nel progetto.

Dalla plastica recuperata e tracciata da Se.Port vogliamo ottenere, in collaborazione con ECOALF, divise e abbigliamento per i ns. collaboratori Conad Nord Ovest nel Lazio.

L'obiettivo è che questa iniziativa faccia da "pilota" per altre nostre regioni, affacciate sul mare, in cui abbiamo partnership con pescatori italiani che giornalmente riforniscono il pescato fresco.





Ecocompattatori: per una migliore gestione dei rifiuti in plastica

Tramite ecocompattatori di ultima generazione installati presso i punti di vendita, i clienti hanno la possibilità di conferire nel macchinario bottiglie in plastica (in Pet, polietilentereftalato) e/o dei flaconi di detersivi e alimenti e dei tappi di plastica (in Hdpe, polietilene ad alta densità).

A fronte del conferimento di bottiglie o flaconi, l'ecocompattatore eroga un ticket con codice a barre a cui è abbinato un buono spesa da utilizzare in uno dei supermercati a marchio Conad come sconto sullo scontrino. Il sistema del riciclo incentivante sensibilizza e coinvolge il cittadino sul tema della salvaguardia ambientale.

Sono circa una cinquantina gli ecocompattatori attualmente in funzione presso i punti di vendita della rete Conad Nord Ovest.

Reparto Extralimentare - La Sostenibilità come elemento distintivo anche nei reparti NON FOOD

Conad Nord Ovest, da diversi anni si è posta tra gli obiettivi strategici, la gestione di un'offerta che sposa il concetto di eco-sostenibilità. Per questo ha sviluppato e realizzato un assortimento di articoli eco-friendly e riciclabili anche in molte categorie del reparto Extralimentare.

CATEGORIA CANCELLERIA

In collaborazione con alcuni fornitori che si avvalgono di tecnologie all'avanguardia nella tutela dell'ambiente, CNO ha sviluppato prodotti eco-compatibili che sono stati inseriti permanentemente negli assortimenti dei punti di vendita, in maniera modulare rispetto allo spazio espositivo a disposizione. Articoli realizzati utilizzando il 30% in meno di plastica e completamente riciclabili. Nel 2020 è stata selezionata ed inserita una nuova gamma di pastelli e matite (BIOFIBRA) ottenuta utilizzando solo scarti vegetali, ad esempio scarti di noci, quindi completamente naturale e biodegradabile.

Questa strategia “Green” è stata supportata e valorizzata da una comunicazione trasversale dallo scaffale ai volantini, che ha attratto sempre nuovi consumatori.

In affiancamento alle referenze inserite come assortimento continuativo, nella Campagna Scuola 2020, è stata presentata una linea di Zaini e Trolley 100% Pet Riciclabili che ha registrato vendite molto interessanti, nonostante la flessione nei consumi dovuta alla pandemia, che si è verificata anche dei prodotti “Scuola Cucito”.

CATEGORIA GIOCATTOLO

Nella categoria giocattolo CNO nel corso del 2020, ha arricchito il proprio portafoglio prodotti con due brand del mondo “Green”: GREEN TOYS e MELISSA & DOUG.

Questo ha contribuito a rafforzare quella distintività che la cooperativa sta registrando negli ultimi anni rispetto alle altre insegne della distribuzione.

Green Toys Inc., è l’azienda numero uno negli Stati Uniti per il suo impegno nella sostenibilità e rispetto dell’ambiente nel mondo del giocattolo dedicato alla prima infanzia e a bambini fino a 6/7 anni.

Utilizza unicamente materiali riciclati al 100%, trasformando le bottiglie di plastica del latte in giochi di altissima qualità. Tutti i prodotti sono consegnati in imballi di cartone riciclato.

Melissa & Doug è l’altra linea di giochi che è stata selezionata per fornire ai consumatori Conad un assortimento qualificato al pari dei migliori negozi specializzati.

Si tratta di una importante gamma di prodotti in legno che spaziano da giochi di fantasia a giochi classici (camioncini, trenini, puzzle, bambole). La scelta di collaborare con Melissa & Doug, azienda multinazionale rinomata a livello mondiale, ha permesso a CNO di offrire un’offerta attrattiva di prodotti in legno ed educativi ad un prezzo contenuto per i consumatori più sensibili al tema dell’ecosostenibilità.

Nel layout dei PdV, lo spazio dedicato a scaffale a questi prodotti è stato identificato con “crown” e “banners” che cercano di educare e sensibilizzare il consumatore all’utilizzo di referenze che rispettino l’ambiente.



I nostri Stakeholder



I Soci

Il Socio è da sempre al centro del nostro sistema di business.

Le società associate alla cooperativa sono **369** in qualità di soci cooperatori di cui 265 soci sovventori

Nel Bilancio Sociale, al fine di dar conto della dimensione sociale della cooperativa e della partecipazione alla sua vita, abbiamo effettuato una rilevazione della numerica dei Soci Imprenditori, eseguita utilizzando il data base di anagrafica aziendale integrata con le informazioni fornite dalla direzione vendite per le società non partecipate dalla cooperativa, considerando come Soci le persone fisiche che detengono

quote di partecipazione all'interno delle società associate alla cooperativa; al 31.12.2020 i Soci così determinati risultano essere **701** (per la suddivisione per genere e fasce d'età si veda il grafico nella pagina a fianco).

I Collaboratori

Nell'ambito del Gruppo di Conad Nord Ovest le risorse umane rivestono un ruolo fondamentale perché mediante la propria prestazione lavorativa e la partecipazione alla vita aziendale contribuiscono direttamente allo sviluppo dell'intero sistema.

La consistenza occupazionale del Gruppo al 31/12/2020 conta quasi **18.000** persone di cui 62 % donne e 38% uomini.

Forza lavoro per genere al 31/12/2020

62%
DONNE

38%
UOMINI

18.000
(n. persone, ca.)
**CONSISTENZA
OCCUPAZIONALE
DEL GRUPPO
NEL 2020**

Il dato comprende gli occupati nella rete associata in cui risultano in forza la maggior parte delle risorse e i dati del personale della Cooperativa e delle società del Gruppo (comprese le società di Servizi e Logistica), distribuito su un territorio esteso nell'ambito delle regioni Toscana, Lazio, Sardegna, Emilia, Liguria, Piemonte, Valle d'Aosta e provincia di Mantova.

L'andamento occupazionale è stato tuttavia variabile durante il corso del 2020 poiché influenzato soprattutto dall'emergenza epidemiologica che ha caratterizzato l'intero anno e dalle nuove operazioni di sviluppo riguardanti i punti di vendita nei vari territori.

La Cooperativa, le società del Gruppo e le Società di Servizi - la selezione

A fronte dell'esigenza di inserimento di personale per ricoprire posizioni e funzioni aziendali, anche di alto livello, vengono individuate e privilegiate le professionalità interne attraverso un percorso formativo supportato da riorganizzazione di attività lavorative e valorizzazione delle attitudini e potenzialità di crescita.

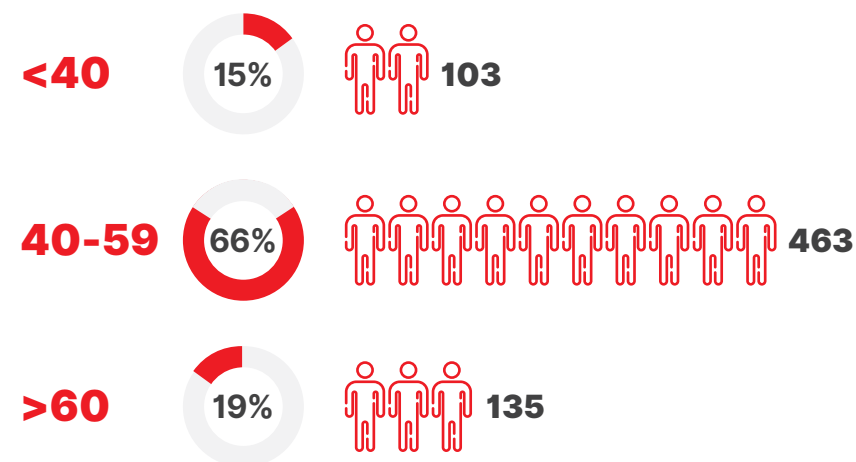
Nell'ipotesi in cui non sia possibile soddisfare il fabbisogno con risorse interne, viene intrapreso un percorso di ricerca verso l'esterno adottando una procedura che prevede la selezione del personale sulla base dei curricula disponibili che possono pervenire attraverso canali diversi e paralleli.

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

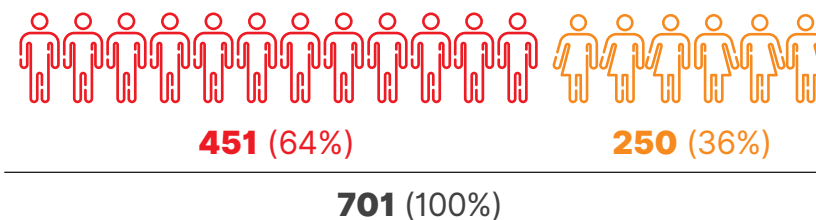
Per gli inserimenti di risorse all'interno degli uffici la ricerca è incentrata maggiormente su figure di giovani laureati perché i compiti da svolgere richiedono di norma il possesso di conoscenze che derivano dalla conclusione di un percorso di formazione e di studio necessario allo svolgimento di mansioni specifiche. Nell'ambito della selezione particolare rilievo riveste, di regola, anche il titolo e la valutazione finale ottenuta dai candidati, nell'ottica di individuare nuovi talenti da inserire in tutti i livelli della struttura organizzativa.

Per la ricerca di profili specializzati e con competenze tecniche la selezione

Soci imprenditori per fasce di età



Soci imprenditori per sesso



è effettuata anche attraverso la collaborazione con le Università, con gli Istituti Scolastici, con l'ausilio della preselezione da parte di agenzie per il lavoro nonché lo screening dei curricula spontanei pervenuti in sede.

Nei casi di maggiore difficoltà nella ricerca è possibile ricorrere ad inserzioni su quotidiani o su pagine specializzate e/o su piattaforme di reclutamento on line.

Nell'ambito della Cooperativa, per l'inserimento di nuove risorse nella specifica area dell'assistenza verso gli associati della rete di vendita risulta prevalente l'aspetto dell'esperienza diretta maturata nel reparto e nel punto di vendita ove è possibile acquisire la competenza e la conoscenza di merceologie e tecniche di vendita e allestimento che risultano necessarie a ricoprire con efficacia il ruolo.

La rete di vendita - la selezione

Di norma, anche per la rete associata vi è la consolidata tendenza a favorire il percorso di crescita del personale già occupato presso il punto di vendita e la ricerca di nuove risorse è incentrata su neodiplomati e laureati, privilegiando i giovani in cerca di prima occupazione. La ricerca di professionalità specifiche, aventi funzione di regia, avviene infatti in tutti quei casi in cui non sia possibile soddisfare l'esigenza con la qualificazione di risorse interne.

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

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

Poste Vita - la persona al centro del nostro Sistema

Nel corso del 2020 si è consolidata l'attuazione dell'importante progetto rivolto alle risorse occupate in Conad Nord Ovest, al quale stanno via via aderendo numerose società della rete associata e del Gruppo, che vede il fondamentale coinvolgimento di un partner di rilievo come Poste Italiane.

Si tratta di un'operazione di grandissimo valore, resa possibile dalla normativa in materia di Welfare, che si propone di dare un concreto supporto ai collaboratori, prevedendo, al verificarsi di momenti di autentica difficoltà nella vita di quest'ultimi, l'erogazione a loro favore di una prestazione sanitaria integrativa quale la LTC Long Term Care e la Temporanea Caso Morte.

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

Emergenza COVID 19

LE INIZIATIVE DELLA COOPERATIVA: IL BUONO SPESA E LA COPERTURA ASSICURATIVA COVID 19 PER I COLLABORATORI

Nel momento così delicato e difficile del lockdown tutti i dipendenti della Cooperativa hanno dimostrato sul campo un grande impegno nel prestare un servizio attento e professionale. In questo contesto Conad Nord Ovest ha espresso a tutti loro uno speciale ringraziamento e ha riconosciuto un premio speciale di 100 Euro come buono spesa commisurato al lavoro svolto nel mese di marzo 2020.

A partire dal mese di marzo 2020 è stata stipulata anche una polizza istitutiva di una copertura sanitaria integrativa in favore di tutti i dipendenti con età uguale o inferiore ai settanta anni che siano stati ricoverati in ospedale, in costanza di rapporto, a seguito di un'infezione Covid 19.

Con l'obiettivo condiviso di proseguire con un concreto riconoscimento alle persone, considerato il perdurare dell'emergenza, la copertura assicurativa è stata rinnovata per l'intero anno 2021.

Tali iniziative sono state adottate anche da numerose società della rete associata e del Gruppo ciascuna per i propri dipendenti.

SICUREZZA E PROTOCOLLO ANTI CONTAGIO AZIENDALE COVID 19, SMART WORKING E FLESSIBILITÀ

Al fine di contrastare l'emergenza epidemiologica e dare attuazione alla normativa nazionale e regionale tempo per tempo vigente, la Cooperativa ha adottato una serie di misure orientate al contenimento e al contrasto della diffusione del Covid 19, dotandosi di un protocollo aziendale, allegato al Documento di valutazione dei rischi, nel quale sono state illustrate le misure di contenimento da attuarsi negli ambienti di lavoro.

In particolare, tra le principali misure: uso obbligatorio della mascherina, rilevazione della temperatura mediante termoscanner all'ingresso di ogni sede, rispetto distanziamento interpersonale, installazione di barriere in plexiglass tra le singole postazioni, disponibilità di gel a base alcolica per la sanificazione personale, sanificazione programmata dei locali.

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

Questa sinergia ha consentito di diffondere – tramite la società del Gruppo Full Service Srl – anche alla rete di vendita in modo uniforme e capillare le necessarie informazioni imposte dalla normativa emergenziale in continuo aggiornamento in base all'evoluzione della situazione epidemiologica e di promuovere un supporto ai punti di vendita insieme ai consulenti della sicurezza e ai medici competenti operanti sui territori al fine di gestire con efficacia anche le verifiche ispettive delle autorità in materia di rispetto dei protocolli anti contagio nei luoghi di lavoro.

Nell'ambito della Cooperativa, tra le misure di contenimento del contagio tese a limitare il contatto e l'interazione tra le persone durante il lockdown, a partire dal mese di marzo 2020 è stato favorito il lavoro agile, il cosiddetto *smart working*, anche in ragione delle raccomandazioni contenute nei decreti governativi e nel protocollo condiviso con le parti sociali che hanno consentito di adottare il lavoro agile in una forma semplificata nella contingente situazione di stato emergenza e fino al perdurare della stessa.

Nella fase emergenziale lo *smart working* è stato esteso a quei dipendenti che rivestono profili professionali e comunque eseguono mansioni compatibili con lo svolgimento della suddetta modalità di esecuzione della prestazione.

Il lavoro agile oltre a rappresentare uno strumento di prevenzione anche nelle fasi successive del lockdown è stato anche utile e modulabile in relazione alle esigenze aziendali e dei lavoratori, in particolare dei genitori con figli piccoli a seguito di provvedimenti di chiusura delle scuole. Per questi ultimi, in caso di mansioni che richiedono la presenza in ufficio e per le durate stabili dalle

normative, è stata prevista una specifica flessibilità oraria con la possibilità di anticipare o posticipare l'ingresso e ridurre la pausa e posticipare o anticipare la conseguente uscita.

A contribuire in modo significativo all'uso diffuso dello *smart working* è stata anche la tecnologia "Cisco Webex in cloud" frutto del progetto di collaborazione avviato da Conad Nord Ovest insieme a Var Group e IBM realizzato per rendere più efficaci i processi di comunicazione fra le sedi del Gruppo. L'investimento in tale progetto ha comportato un utilizzo di nuove tecnologie che ha consentito anche di eliminare le distanze e ridurre in modo considerevole le trasferte durante la pandemia, ottimizzando i processi di comunicazione.

LA SOLUZIONE DI VIDEOCONFERENZA AZIENDALE

La crescita e l'estensione dell'organizzazione ha portato Conad Nord Ovest ad intraprendere un percorso di innovazione tecnologica per semplificare la collaborazione tra le persone, superare le barriere geografiche, supportare l'efficienza e la crescita del business, rispettando criteri di sostenibilità e riservatezza.



Per raggiungere questi obiettivi, è stata adottata una soluzione di collaborazione “Cisco WEBEX in cloud” che permette una comunicazione voce e video, interna ed esterna, attraverso dispositivi mobili di ultima generazione e 23 sale di videoconferenza opportunamente attrezzate, capace di interconnettere oltre 1.200 utenti tra dipendenti e soci nelle 7 regioni italiane in cui siamo presenti. I dispositivi di sala sono basati su apparati Cisco Room kit nelle varie configurazioni, diversificate in funzione delle dimensioni delle sale, mentre per la componente mobile è stata adottata la soluzione Webex teams.

La soluzione offre diversi vantaggi, tra cui la scalabilità, la facilità d’uso, la personalizzazione, l’accessibilità, consentendo la partecipazione a riunioni da qualsiasi luogo, anche in mobilità.

Il progetto, realizzato nel periodo immediatamente precedente il primo lockdown, con oltre 1.000 meeting virtuali al mese effettuati nel momento di picco, è stato estremamente utile e provvidenziale in quanto ha contribuito in modo significativo all’uso diffuso dello smart working tra centinaia di collaboratori, eliminando con semplicità le distanze tra gli utenti e quindi superando i limiti imposti dalle

restrizioni. Abbiamo così potuto ridurre considerevolmente il numero delle trasferte con una conseguente riduzione di costi e consumi energetici, abbattendo le emissioni di CO₂, a vantaggio di una crescente efficienza e sostenibilità.

Esaminando il numero mensile di meetings, si nota quanto sia stato utile durante i periodi di maggior impatto del lockdown.

LA CORSA AL REMOTE WORKING

L’emergenza scattata in conseguenza della rapida diffusione del virus Covid 19 ci ha visti coinvolti a partire dal 10 marzo nel piano aziendale Covid – Remote working.

La prima fase è stata la raccolta e la classificazione delle esigenze dell’intera organizzazione aziendale incluse le società di servizi. Ad essa è seguita l’attuazione che ha richiesto l’acquisto di pc portatili, la configurazione degli stessi con il sw di accesso remoto, la formazione del personale all’utilizzo ed il supporto all’utente in caso di problemi/difficoltà operative.

Nello stesso tempo, proprio a causa della corsa agli approvvigionamenti di attrezzature da parte di aziende e privati, le difficoltà nella produzione da parte delle aziende, abbiamo dovuto gestire

anche il problema del reperimento dei quantitativi che ci occorrevano. Per consentire l’accesso simultaneo e sicuro da internet ad un numero di utenti così elevato è stato attivato un nuovo sistema hardware e software (chiamato concentratore VPN) per permettere la gestione di oltre 500 connessioni da remoto in contemporanea (il sistema esistente permetteva al massimo 100 collegamenti contemporanei ed era sempre risultato sufficiente nelle condizioni operative standard). Sono stati anche forniti smartphone ad alcune decine di dipendenti che non ne disponevano.

Parallelamente è stato esteso l’utilizzo della videoconferenza (con relativa predisposizione del software sui portatili e supporto all’utente per l’utilizzo). In alcuni contesti specifici, agli utenti è stato fornito anche il doppio monitor (laddove le esigenze lavorative prevedevano l’utilizzo del sistema di gestione documentale). A fronte di 389 richieste di attivazione in Remote Working, al 17 marzo il piano era attuato all’87% ed al 30 al 98%, consentendo di avere il 45% del personale attivo con il lavoro remoto. Le attività sono state effettuate direttamente dal personale IT delle sedi di Pistoia e Modena.

Il Consumatore

Controllo qualità dei prodotti commercializzati

IL PIANO DI AUTOCONTROLLO IGIENICO-SANITARIO DI CONAD NORD OVEST

Nel 2020, nel rispetto degli indirizzi di Conad nazionale per il “Progetto Qualità” che prevede le attività a garanzia del marchio che devono essere implementate su iniziativa degli uffici qualità in tutte le Cooperative, Conad Nord Ovest ha realizzato e reso operativo:

- per i Centri di Distribuzione Conad, un piano di autocontrollo igienico-sanitario adattabile alle caratteristiche di ciascun sito e demandato a società di consulenza esterne il compito di effettuare le personalizzazioni e la formazione del personale;
- per i punti di vendita associati, un piano di autocontrollo igienico-sanitario che descrive i processi comuni e specifici a tutti i punti di vendita, affidando a società di consulenza l'attività di adeguamento del Piano rispetto alla sua formulazione base, alla singola realtà e la relativa formazione del personale.

I Piani di Autocontrollo, caratterizzati sia a livello di Centri di Distribuzione che a livello di punto di vendita dallo sviluppo di copie di riferimento da tenere costantemente aggiornate, consentono di definire processi comuni e, in caso di modifiche/integrazioni ai processi descritti, di renderli immediatamente disponibili.

Ogni anno vengono discusse, in sede di riesame, modifiche sia al piano di autocontrollo igienico-sanitario base per i Punti di Vendita, che al piano di autocontrollo per i Centri di Distribuzione. Nel corso del 2020 sono state introdotte, nei Piani di Autocontrollo dei Centri di Distribuzione, sia la procedura che descrive sinteticamente la Politica per la Qualità sia la procedura di Food Defence. A livello di punti di vendita, hanno aderito al servizio di assistenza il 94% dei punti di vendita associati.

Il servizio di assistenza della Cooperativa, coordinato dalla funzione qualità, oltre a fornire il piano di autocontrollo HACCP e gli aggiornamenti annuali senza alcun costo a carico dei Soci, prevede accordi con 12 società di consulenza in grado di fornire assistenza ad ogni punto vendita associato della rete, fissando:

- durata e costo di ciascun audit;
- il numero di audit annuali effettuati dal consulente HACCP su ciascun punto di vendita;
- il piano delle verifiche analitiche:
 - numero dei campioni di prodotto da sottoporre a controllo per ciascuna lavorazione prevista nel PdV e definizione dei parametri che compongono la matrice alimentare che verrà utilizzata dal laboratorio di analisi per il controllo di conformità;
 - numero dei tamponi di superficie da effettuare in ciascun reparto e tipologia di controlli da effettuare.

Questo sistema consente di rendere immediatamente disponibile per ciascun punto di vendita gli adeguamenti al Piano di autocontrollo del singolo punto di vendita resi necessari a seguito di:

- richieste/osservazioni degli Organismi di Vigilanza;
- richieste provenienti dai soci, che intendono introdurre nuovi processi;
- proposte di nuove lavorazioni al reparto promosse dagli assistenti tecnici di reparto;
- aggiornamenti normativi che comportano modifiche/integrazioni alle procedure presenti.

Tutte le modifiche/integrazioni introdotte nel corso dell'anno che hanno generato

personalizzazioni a livello di singolo punto di vendita, diventano oggetto di discussione per la loro eventuale introduzione nella copia base per il Gruppo di Lavoro che partecipa alla riunione di Revisione Annuale del Sistema che si tiene a fine anno. A queste riunioni, presiedute dal responsabile qualità della Cooperativa, partecipano tutte le società di consulenza HACCP incaricate del servizio di assistenza presso i punti di vendita associati, attualmente 12 società.

Nel corso dell'ultimo riesame del sistema per i punti di vendita, svoltosi in data 26 novembre 2020 con la modalità web meeting, sono state analizzate le procedure:

- manutenzione attrezzature e locali;
- gestione impianti nebulizzazione;
- produzione formaggio stagionato grattugiato;
- Gas5 frittura;
- spesa a domicilio;
- vendita prodotti preimballati per la vendita diretta nei luoghi di vendita (ex preincarti) a libero servizio;
- ingresso animali domestici;
- tempi conservazione documenti;
- gestione rifiuti;
- gestione esiti non conformi fornitori locali;
- controllo parassitologico.

L'analisi di queste procedure ha prodotto modifiche alla copia base del piano HACCP. Le procedure aggiornate verranno consegnate ai punti di vendita associati in occasione del primo audit HACCP del 2021.

Tra i nuovi inserimenti previsti nel 2020 nella copia base del Manuale di Autocontrollo merita un commento la procedura spesa a domicilio e la gestione dei "prodotti preimballati per la vendita diretta (ex preincarti)".

La prima procedura è stata sviluppata su richiesta dei Soci per dare risposta ai consumatori che chiedevano di ricevere direttamente a casa la spesa in quanto non potevano recarsi nei supermercati a seguito delle limitazioni imposte dalla malattia pandemica Sars-Cov-2.

È stato sufficiente integrare la procedura preesistente che descriveva le modalità di ritiro della merce nel punto di vendita, con l'opzione di consegna a domicilio.

La seconda procedura rappresenta una svolta nelle modalità di gestione dei prodotti freschi preimballati nel punto di vendita per la vendita diretta (ex preincarti) in quanto ha lo scopo di definire:

- le modalità di controllo e gestione dei prodotti;
- i tempi di esposizione alla vendita;
- le manipolazioni applicabili.

La legislazione vigente non impone l'indicazione della data di scadenza né di quella di preimballaggio a questa tipologia di prodotti.

Contrariamente a quanto avviene nell'industria manifatturiera nella quale la rilavorazione è conseguenza di errori e/o situazioni di deviazioni manifestatesi lungo la catena produttiva, nella GDO rappresenta un processo di lavorazione normalmente applicato per la realizzazione di determinate referenze in seguito a precise esigenze commerciali che altrimenti non potrebbero essere soddisfatte. Pertanto, altra importante novità, sono state formalmente introdotte le definizioni:

- **prodotto primario:** unità di vendita esposta a banco vendita assistita;
- **manipolazione primaria:** attività di porzionatura, affettatura ecc. che viene svolta regolarmente sul prodotto primario dal personale del PdV su richiesta del cliente; il prodotto viene poi riposto nel banco vendita per la manipolazione successiva;
- **manipolazione secondaria:** attività di lavorazione effettuata sul prodotto

- primario al fine di trasformarlo in un altro prodotto (es. produzione di carne macinata da fesa intera);
- **prodotto secondario:** unità di vendita, derivante dalla manipolazione di un prodotto primario, esposta a banco vendita assistita;
- **effetti della manipolazione:** effetti derivanti dalla manipolazione primaria e secondaria in un regime di buone pratiche ma simulando le condizioni reali del PdV e non quelle "asettiche" di un laboratorio di prova;
- **prodotto preimballato per la vendita diretta al consumatore finale (ex Preincarto):** prodotto confezionato all'interno dei locali di vendita e reso disponibile al cliente tramite vendita a libero servizio.

La procedura è stata sviluppata con il coordinamento e il finanziamento di Conad nazionale e il contributo di tutti i responsabili qualità delle Cooperative. L'attività ha avuto inizio nel 2018 e mira a stabilire i tempi di vita utile per i prodotti posti in vendita preimballati dal punto di vendita grazie ad un accurato studio di analisi microbiologica affidata ad un laboratorio di analisi.

Per misurare gli effetti della manipolazione sulla durata dei prodotti esposti e preparati nei punti di vendita

il laboratorio di analisi ha realizzato un'area del laboratorio che riproduce il reparto dei nostri supermercati, dedicata esclusivamente alla conservazione e alla preparazione degli alimenti per poterli analizzare più volte nel periodo e delineare l'evoluzione nel tempo di esposizione dei prodotti di due fattori:

1. la crescita microbica, con challenge test per accertare che nel periodo di esposizione indicato in procedura per la vendita sia possibile escludere il rischio di sviluppo di patogeni;
2. le modifiche di natura organolettica.

I controlli nei Centri di Distribuzione e nei Punti di Vendita associati a Conad Nord Ovest

LA VERIFICA DELLE LINEE GUIDA CONAD PER I CENTRI DI DISTRIBUZIONE (CE.DI.)

Ogni anno Conad pianifica il numero dei controlli che verranno effettuati a livello di singolo settore (deperibili e non deperibili) nei nostri Ce.Di. e acquisisce informazioni sul numero dei controlli interni e sull'esito degli stessi.

La tabella 1 fornisce informazioni sull'attività di controllo ai Ce.Di.

effettuata da Conad Nord Ovest nei propri Ce.Di. e nelle piattaforme in conto deposito e la confronta con quella condotta da Conad nazionale.

Quest'anno, causa limitazioni imposte dalla malattia pandemica Covid 19, oltre ai 4 controlli effettuati nelle piattaforme in conto deposito, sono stati effettuati complessivamente 18 audit nei Ce.Di. Conad Nord Ovest.

L'esito di ciascun audit è descritto mediante un report che riporta il dettaglio delle carenze e un indice (rating) che varia tra 1 (situazione migliore) e 5. Nel corso del 2020, il rating medio registrato dalla nostra cooperativa con i controlli interni è stato pari a 2,8. Conad ha condotto 20 verifiche presso i nostri Ce.Di. registrando un rating medio pari a 1,5.

LE VERIFICHE DI CONAD SUI PRODOTTI CONAD PERCORSO QUALITÀ

I prodotti Conad Percorso Qualità sono oggetto di controllo da parte di Conad nazionale sia in fase di produzione che di commercializzazione. La tabella a fianco fornisce informazioni circa il numero dei punti di vendita verificati.

Ogni anno un campione di punti di vendita riceve le verifiche di Conad per accertare:

- il rispetto del disciplinare di etichettatura delle carni bovine, controlli che vengono associati anche al controllo sulle uova; nel 2020 questo genere di controlli ha riguardato un campione di 45 punti di vendita;
- la corretta gestione dei prodotti in vendita sfusi del reparto ittico; sono stati 12 i punti di vendita oggetto di tale verifica;

Settori oggetto di visita ispettiva Conad	N. PdV esaminati
Reparti Uova e Carni	45
Reparto Ittico	12
Reparto Ortofrutta	19

- il rispetto delle Norme di Commercializzazione dei prodotti del reparto ortofrutta; 19 i punti di vendita che hanno ricevuto controlli sui prodotti ortofruttili in vendita.

LE VERIFICHE DEI PUNTI DI VENDITA ASSOCIATI A CNO DEL RISPETTO DEL PIANO DI AUTOCONTROLLO

Il Consorzio nazionale pianifica ogni anno visite ispettive presso un campione di punti di vendita dando incarico a società di consulenza di condurre gli audit utilizzando una check-list sviluppata

in Commissione Qualità e utilizzata anche per i controlli affidati ad auditor incaricati dalla Cooperativa. Questi audit hanno l'obiettivo di verificare la corretta attuazione del Piano di Autocontrollo igienico-sanitario rilevando altresì carenze di natura gestionale e strutturale (Tab.2).

Quest'anno è stato oggetto di questo genere di verifica da parte di Conad nazionale, un campione di 7 punti di vendita che hanno registrato un rating medio pari ad 1,6.

I controlli dei punti di vendita associati a Conad Nord Ovest hanno riguardato 565 negozi su un totale di 598 con una copertura rete pari al 94%. Quindi considerato il numero di controlli annuali effettuati da ciascun punto vendita abbiamo circa 1800 audit. Dai dati raccolti

Tab. 1: gestione Ce.Di.

COOPERATIVE			CONAD		
n° Ce.Di. Cooperativa	n° Ce.Di. verificati	Frequenza	Rating medio Cooperativa	Campione verifica Ce.Di. Consorzio	Rating medio Consorzio
24	18	1/2/3*	2,8	20	1,5

* In Conad Nord Ovest sono previsti 2 controlli per anno nei settori dove gestiamo prodotti non deperibili e 3 controlli per anno nei settori dove gestiamo prodotti deperibili. Ciascuna piattaforma in conto deposito - Centrofreddo Sardegna (CA), Rivalta Scrivia (AL), Serravalle Pistoiese (PT) e Taggia (IM) - viene verificata 1 volta.

Tab. 2: gestione Punti di Vendita

COOPERATIVE				CONAD		
n° PdV Coop.va (dato Anacan al 11/12/20)	n° PdV verificati	% copertura rete	Frequenza	Rating medio Cooperativa	Campione verifica PdV Consorzio	Rating medio Consorzio
598	565	94%	2/3/6*	1,5	7	1,6

*Il numero degli audit annuali su ciascun punto vendita è di 3 audit per anno per tutti i canali ad eccezione del canale Margherita ove sono previsti due audit per anno e del Canale Spazio Conad, dove si effettuano 6 audit per anno.

dai consulenti HACCP operanti sulla rete, nel 2020 abbiamo registrato un rating medio di 1,5. Tale rating è in linea con quello registrato mediamente da Conad sul campione di punti di vendita.

Per l'attività di auditing, sia i consulenti incaricati da Conad nazionale sia quelli che operano in assistenza ai punti di vendita associati a CNO utilizzano la check-list sviluppata in Conad e costituita da 322 requisiti (item). Tali item sono distribuiti nei singoli reparti e possono essere giudicati all'esito della verifica conformi, migliorabili, o non conformi; il report prevede in copertina un prospetto che fornisce informazioni sul rating raggiunto e sul numero delle carenze riscontrate a livello documentale o a livello gestionale per reparto (Tab. 1 e 2).

Il rapporto di verifica è strutturato in 12 sezioni (una generale che si focalizza sul manuale di autocontrollo HACCP e 11 dedicate ai reparti) a loro volta suddivisi in capitoli. Per il reparto gastronomia, in funzione delle caratteristiche del PdV in esame, è possibile utilizzare la check "Salumi Formaggi (SaFo) + gastronomia pronta" oppure la check "cucina + gastronomia".

Le carenze riscontrate vengono suddivise in carenze critiche e migliorabili.

Tab. 1: estratto copertina Check-list Conad

	CARENZE						
	NC critiche	Migliorabili	Conforme	V.A.	Valore normalizzato	Voto con rif. a	
Autocontrollo	-	-	25	-	-	100%	75,00%
Area esterna e scarico merci	-	-	11	-	-	100%	45,00%
Carni	-	-	45	-	-	100%	85,00%
Ortofrutta	-	-	44	-	-	100%	65,00%
Pesce	-	-	51	-	-	100%	85,00%
Pane pasticceria	-	-	45	-	-	100%	75,00%
Cucina + gastronomia	-	-	56	-	-	100%	85,00%
Congelati & surgelati	-	-	25	-	-	100%	65,00%
Sala casse	-	-	20	-	-	100%	45,00%
Totale	-	-	322	-	-	100%	

Tab. 2: estratto Linee Guida - classificazione item

N° Item	Settore	Requisito	AUTOCONTROLLO		
			Esempi di situazioni conformi	Esempi di situazioni migliorabili	Esempi di situazioni non conformi
Manuale Autocontrollo					
301	Metodo	Presenza manuale HACCP (edizione, revisione, data) e delle relativa documentazione	Manuale disponibile e completo dei suoi elementi identificativi corretti (edizione, revisione, data...)	Manuale disponibile ma privo di taluni elementi formali di identificazione (es: firme, ecc.) o di cui si riscontri difficile reperibilità presso il Punto di Vendita (PdV) (es: lentezza nel trovare le procedure o schede di registrazione, ecc.)	Assenza del Manuale o sua indisponibilità in sito

Un requisito viene giudicato migliorabile se non è completamente soddisfatto nella sostanza ma non mette a rischio la salubrità dei prodotti né la sicurezza dei clienti. Può pregiudicare la garanzia di continua ed efficace gestione.

Per carenza critica si intende, invece, che il requisito non è completamente soddisfatto e mette a rischio il PdV riguardo a possibili sanzioni, alla sicurezza del prodotto e quindi del cliente.

Le verifiche effettuate nel 2020 hanno portato all'assegnazione prevalente della classe di rating 1 e 2.

Considerando i dati di un campione costituito da 400 audit, effettuati negli ultimi 4 mesi del 2020, possiamo trarre importanti informazioni sullo stato di "salute" dei reparti dei nostri punti di vendita analizzando le carenze riscontrate in ciascuna sezione della check-list.

Attività di controllo fornitori e prodotti di Conad Nazionale

Numero verifiche ispettive realizzate nel 2020

	Fornitori			Ce.Di.	PdV
	Primario	Trasformaz.	Stab.		
Conad			512		
Verso Natura			82		
Sapori&Dintorni Conad			161		
- Generi vari + Fresco ind.le			101		
- Carni	6	2	8		
- Ortofrutta	45	7	52		
Sapori&Idee			4		
Percorso Qualità Conad	894	295	1.189	96	251
- Carni & Uova	318	121	439	41	101
- Ortofrutta	576	143	719	49	88
- Ittico		31	31	6	62
Esclusivo			25		
Unbranded			86		
- Carni		10	10		
- Ortofrutta		58	58		
- Ittico		18	18		
Autocontrollo Cooperative				30	22
Ce.Di. Generi Vari				13	
Ce.Di. Deperibili				17	
PdV					22
TOTALE FORNITORI			2.059	126	273
TOTALE FORNITORI + Ce.Di. + PdV			2.458		

Analisi: n° campioni analizzati nel 2020

	2020		
	Primario	Trasformaz.	Totale
Conad			4.295
Verso Natura			725
Sapori&Dintorni Conad			853
Sapori&Idee Conad			98
Percorso Qualità Conad	1.012	1.776	2.816
- Carni	781	726	1.507
- Ortofrutta	206	1.001	1.207
- Ittico	25	49	74
- Generi vari e Fresco Ind.le			28
Creazioni d'Italia			24
Marchio Esclusivo			139
Unbranded			687
- Carni			223
- Ortofrutta			392
- Ittico			71
Altro (materie prime per prodotti NON CPQ, prototipi)			51
Carburanti			129
Preparazioni interne a PdV			65
TOTALE			9.882

Qualifiche fornitori locali CNO

La qualifica dei fornitori locali nel 2020 ha riguardato in totale 69 fornitori, in parte nuovi ed in parte fornitori i cui stabilimenti erano stati oggetto di verifica oltre 5 anni fa (Tab. 3).

Analizzando la distribuzione delle attività di verifica per settore merceologico, è il settore dei deperibili in vendita assistita/libero servizio quello per il quale abbiamo effettuato il maggior numero di verifiche: 78%. In questo raggruppamento ritroviamo per il 70% aziende produttrici di salumi e/o formaggi e per il restante 30% aziende fornitrici di prodotti gastronomici. Completano il quadro le verifiche effettuate per aziende del settore Pane e Pasticceria, 13% e del settore ittico, 3%.

Le 69 attività di qualifica sono state effettuate in parte attraverso verifiche documentali, 22% e richieste di riscontri (audit telematici) ed in parte attraverso visite agli stabilimenti, 78%. La scelta è legata al fatto che per i fornitori in possesso di certificazione IFS si ritiene sufficiente effettuare audit telematici, che consentono di raccogliere conferme su base documentale della corretta gestione del sistema qualità senza dover effettuare audit sugli stabilimenti produttivi (Tab.4).

Per l'attività di sorveglianza dei fornitori locali ha un ruolo fondamentale l'attività di verifica analitica.

Le analisi affidate a laboratori accreditati vengono effettuate nel rispetto di un Piano di Campionamento che considera:

1. il parco fornitori locali attivi;
2. tre prodotti per ciascun fornitore da cui selezionare il prodotto da campionare in base alla disponibilità alla data del prelievo;
3. il luogo di prelievo (Centro di distribuzione o punto di vendita);
4. calendario prelievi da fornire al laboratorio di analisi per evitare sovrapposizioni tra i vari laboratori e garantire una omogenea distribuzione dei controlli durante l'anno.

Con la collaborazione dell'ufficio preposto agli ordini (flowman), della funzione logistica e della funzione acquisti, riusciamo a far prelevare i prodotti entro poche ore dalla consegna al Ce.Di./punto di vendita, assicurando che l'esito delle analisi non sia inficiato da problematiche dovute alla catena del freddo in fase di movimentazione e conservazione interna al Ce.Di. o al PdV.

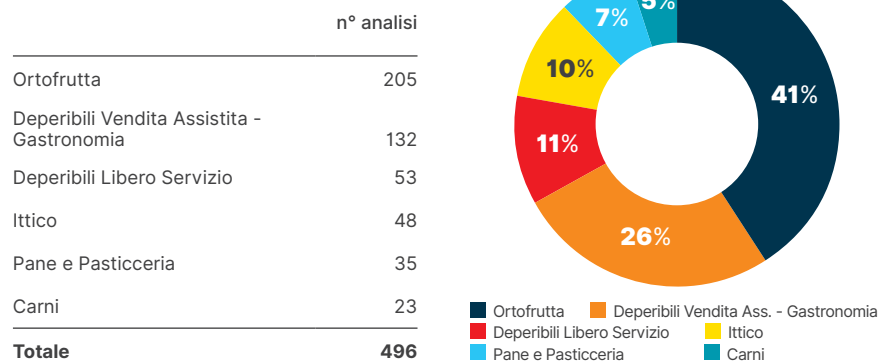
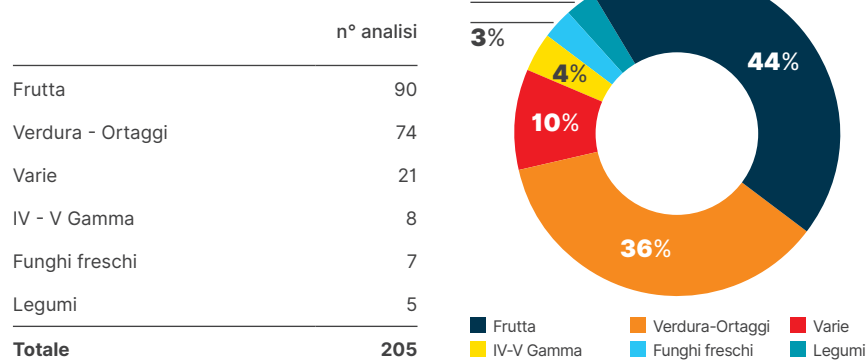
Sono stati presi in esame 496 campioni di prodotti corrispondenti ad altrettanti fornitori locali.

Tab. 3: n. verifiche per settore merceologico

	Qualifiche Fornitori	
	n°	%
Deperibili v.a./Libero Servizio (Salumi e Latticini)	38	55%
Deperibili v.a./Libero Servizio (Gastronomia)	16	23%
Pane e Pasticceria	13	19%
Ittico	2	3%
Totale	69	100%

Tab. 4: tipologia di verifica effettuata

	Qualifiche Fornitori	
	n°	%
Visita stabilimento	54	78%
Audit telematico (solo per aziende certificate IFS)	15	22%
Totale	69	100%

Tab. 5: n. analisi per settore merceologico**Tab. 6: Ortofrutta**

Nel 2020 la percentuale maggiore di analisi è stata effettuata nel settore ortofrutta, che con le complessive 205 analisi, incide per il 41% dei prodotti sottoposti ad analisi (Tab. 5).

A seguire, con 132 campioni di prodotto analizzati che incidono per il 26% sul totale, il settore aggregato denominato "Deperibili Vendita Assistita - Gastronomia", composto da formaggi, salse, pasta fresca con e senza ripieno, piatti pronti, preparati gastronomici a base di pesce o a base di verdure, salumi e insaccati.

La stessa tipologia di prodotti, ma con prodotti preconfezionati da ditta esterna, da vita al terzo raggruppamento per numerosità di prodotti controllati: 54, denominato "Deperibili Libero Servizio". A seguire troviamo il settore ittico (pesci interi, molluschi bivalvi, cefalopodi, crostacei ecc.) con 48 prodotti sottoposti ad analisi con un'incidenza del 10%, pane-pasticceria con 35 prodotti analizzati (7%) e carni con 23 prodotti (incidenza del 5%).

I prodotti ortofruttili analizzati derivano dalla integrazione dell'attività di controllo di CNO: 93 campioni per analisi e quella di Commerciale Ortoinvest che, in qualità di fornitore di Conad Nord

Ovest, è tenuta ad effettuare controlli con programmazione autonoma e a darne prova a Conad Nord Ovest, che ha effettuato i restanti 112 controlli.

I dati che vengono aggregati e presentati in sede di bilancio sociale confermano la grande attenzione che il sistema Conad presta a questa merceologia caratterizzata da prodotti generalmente di I gamma in vendita sfusi per i quali il tipo di controllo effettuato è un'analisi chimica per la ricerca di residui da trattamento in campo e/o post raccolta.

Nel settore ortofrutta la maggior parte dei controlli sono stati effettuati nella categoria frutta (90 campioni analizzati) che incide per il 44% e a seguire la categoria Verdura-Ortaggi (74 campioni analizzati) che rappresentano il 36% dei campioni analizzati; il restante 20% è rappresentato da varie tipologie di prodotti (olive, prodotti di IV e V gamma, legumi, ecc.) (Tab. 6).

Numerosi i controlli per i prodotti "Deperibili in Vendita Assistita - Gastronomia", 132 in totale, che testimoniano l'ampiezza dell'offerta di fornitori locali in questo settore, espressione della costante ricerca e selezionare di nuovi prodotti per valorizzare la tipicità dei prodotti legati al territorio (Tab. 7).

Gran parte di questi prodotti sono in rifatturazione, pertanto i prelievi sono stati effettuati direttamente presso un campione di punti di vendita. Se consideriamo insieme tutti i formaggi, questi incidono per il 41%. I salumi (salumi e insaccati, salumi cotti, salsiccia stagionata) rappresentano il 26% dei controlli effettuati; il restante 33% sono prodotti di gastronomia (piatti pronti, preparati gastronomici, salse, pasta fresca con e senza ripieno).

I Deperibili al libero servizio identificano i prodotti preconfezionati da ditta esterna che commercializziamo nei reparti salumi e latticini (Tab. 8).

I campionamenti effettuati riguardano prodotti appartenenti alle categorie: pasta fresca (con e senza ripieno) 28%, a seguire formaggi ed elaborati ittici che incidono ciascuno per il 17% e i salumi e le uova che singolarmente incidono

per l'11%; il restante 16% dei campioni di prodotti prelevati è rappresentato da latte UHT, burro, prodotti vegani, salse e sughi, categorie da raggruppate nella voce "Varie".

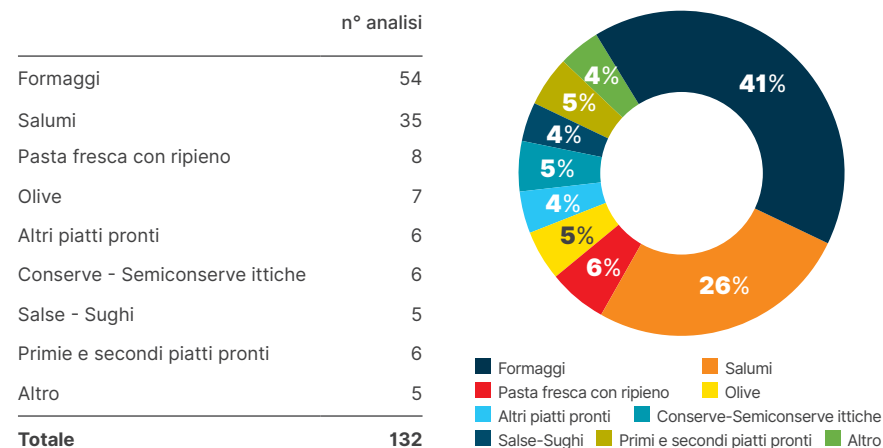
Sono complessivamente 48 i prodotti ittici che sono stati sottoposti a controllo (Tab. 9).

La maggior parte delle analisi ha interessato il gruppo dei pesci freschi interi (sia pescati che allevati) che rappresentano il 40%; a seguire troviamo: molluschi bivalvi (cozze, vongole) 21%, molluschi cefalopodi (seppie, totani, calamari, polpi) 17%, il restante 22% è rappresentato da crostacei, elaborati ittici e semi-conservas.

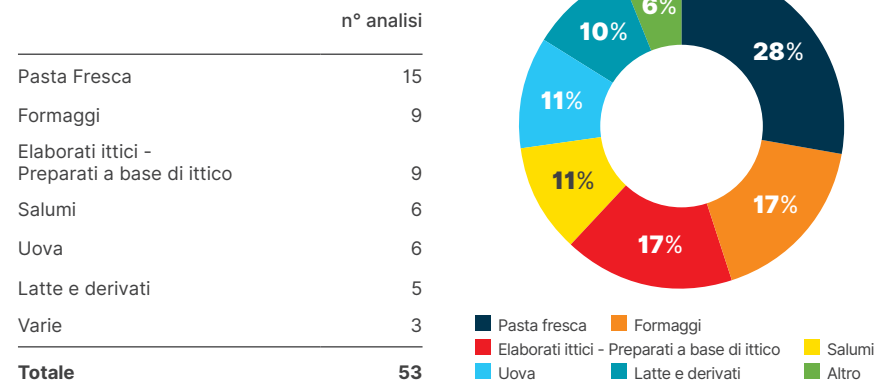
Il campionamento delle referenze afferenti al settore pane-pasticceria è stato effettuato principalmente sui punti di vendita poiché ha interessato principalmente fornitori in rifatturazione o prodotti surgelati il cui processo di ultimazione della cottura viene effettuato presso il laboratorio del reparto panetteria (Tab. 10).

Relativamente al settore del pane e della pasticceria il numero maggiore di controlli è stato effettuato sui prodotti da forno (51%), a seguire la pasticceria

Tab. 7: deperibili Vendita Assistita - Gastronomia

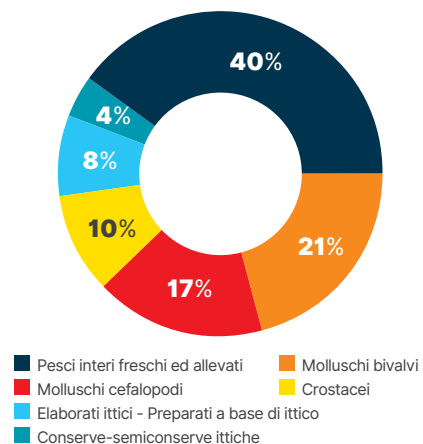


Tab. 8: deperibili Libero Servizio



Tab. 9: Ittico

	n° analisi
Pesci interi freschi ed allevati	19
Molluschi bivalvi	10
Molluschi cefalopodi	8
Crostacei	5
Elaborati ittici - Preparati a base di ittico	4
Conserven-semiconserve ittiche	2
Totale	48



secca (10%). Il restante 39% dei controlli ha interessato prodotti di pasticceria fresca, baguette e pane.

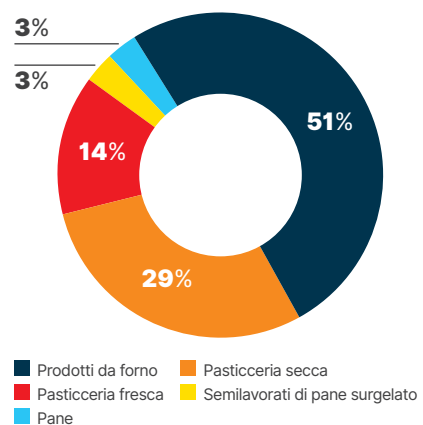
Per il settore carni, abbiamo effettuato 23 campionamenti per analisi (Tab. 11).

La maggior parte dei controlli effettuati sui prodotti ha interessato le salsicce fresche (44%), a seguire la carne bovina (17%) e le frattaglie (13%); gli altri controlli effettuati hanno interessato le altre specie (avicunicolo, suino, agnello e carni macinate).

Nel corso nel 2020 gli organismi di controllo ufficiale hanno effettuato attività di vigilanza sui prodotti alimentari commercializzati dai punti di vendita associati a Conad Nord Ovest effettuando prelievi presso punti di vendita e presso Centri di Distribuzione. Nel rispetto della normativa vigente, gli esiti dei controlli vengono comunicati al punto di vendita e da questi inoltrati all'ufficio qualità che li archivia, costituendo di fatto una integrazione al piano di campionamento della Cooperativa.

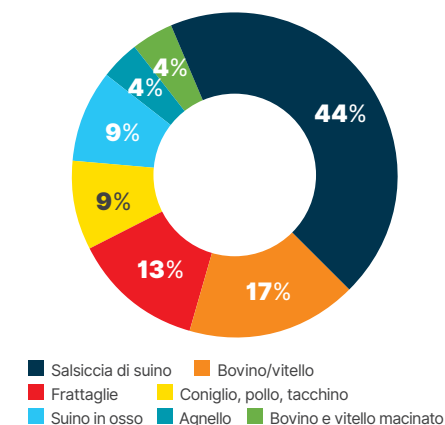
Tab. 10: Pane e Pasticceria

	n° analisi
Prodotti da forno	18
Pasticceria secca	10
Pasticceria fresca	5
Semilavorato di pane surgelato	1
Pane	1
Totale	35



Tab. 11: Carni

	n° analisi
Salsiccia di suino	10
Bovino/vitello	4
Frattaglie	3
Coniglio, pollo, tacchino	2
Suino in osso	2
Agnello	1
Bovino e vitello macinato	1
Totale	23



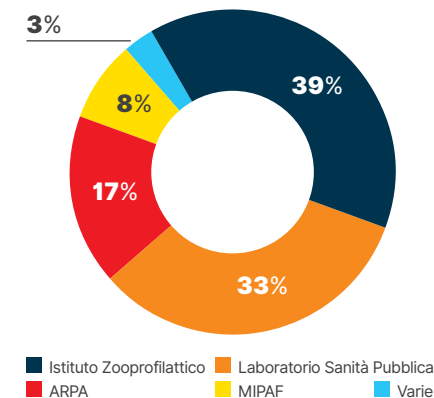


Relativamente all'anno 2020 i rapporti di analisi acquisiti sono stati 204. La maggior parte delle analisi sono state effettuate dai laboratori degli Istituti Zooprofilattici (39%), a seguire i Laboratori di Sanità pubblica (33%), mentre il 17% è stato processato dai laboratori dell'ARPA. Nella tabella n. 12 ritrovate la distribuzione completa.

Una seconda analisi per settore merceologico di appartenenza dei prodotti controllati, tra i prodotti freschi, evidenzia la prevalenza dei controlli sui prodotti ortofrutticoli (23%) a seguire i controlli sulle carni (15%), quelli sui prodotti freschi venduti a Libero Servizio (Formaggi, salumi, prodotti di gastronomia) (14%), ittico (3%) e Pane e Pasticceria (2%) (Tab. 13).

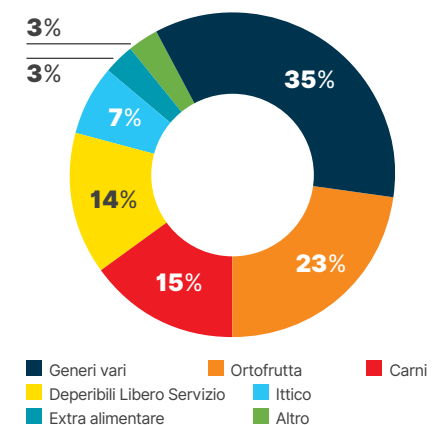
Tab. 12: enti e laboratori analisi

	n° analisi
Istituto Zooprofilattico	80
Laboratorio Sanità Pubblica	68
ARPA	35
MIPAF	16
Varie	5
Totale complessivo	204



Tab. 13: analisi per settore merceologico

	n° analisi
Generi vari	72
Ortofrutta	46
Carni	30
Deperibili Libero Servizio	29
Ittico	15
Extra alimentare	7
Pane-Pasticceria	5
Totale complessivo	204



Attività promozionali

Nel corso dell'anno 2020, il piano promozionale si è sviluppato, in tutti i territori, essenzialmente con attività commerciali a cadenza quindicinale. Il volantino (principale strumento di comunicazione) si è differenziato nella durata e nell'articolazione solo per l'area Lazio poichè vede la sinergia commerciale con la cooperativa PAC2000A. In alcuni periodi dell'anno il volantino quindicinale è stato affiancato dai cataloghi tematici (eventi).

Struttura Piano Promozionale:

- **3 piani promozionali** diversificati per canale (Conad Ipermercato/Spazio Conad - Conad Superstore/Conad - Conad City) per meccaniche e prodotti;
- **inizio** attività promozionali differenziate tra Piano Conad Ipermercato/Spazio Conad e Piano Prossimità (Conad Superstore/Conad - Conad City);
- **numerica di volantini:** 31 canale Iper/Spazio Conad, 27 per canali Conad Superstore, Conad e Conad City;
- **meccaniche** trasversali e simultanee tra canali:
 - **Ricorrenze:** Pasqua (1) e Natale (1);
 - **Ripartiamo insieme:** tema che ha contraddistinto i volantini del periodo 25/06-08/07. Post lockdown, Conad ha voluto ripartire

dalle eccellenze italiane valorizzando sia i prodotti a marchio che le grandi marche che hanno deciso di prendere parte all'iniziativa.

- **Sottocosto 60°:** sottocosto straordinario dedicato al 60° anniversario della cooperativa Conad Nord Ovest.
- **meccaniche** nazionali trasversali ma non simultanee tra canali:
 - **Distintività Nazionale:**
 - Buono del Paese: 3 per Spazio Conad; 2 per Conad Superstore/Conad e Conad City;
 - Scelte di Benessere: 2 per Conad Ipermercato/Spazio Conad; 3 per Conad Superstore/Conad e Conad City;
 - **Campioni del Risparmio** 2 (di cui 1 per Conad Ipermercato, Conad Superstore/Conad e Conad City e 1 per Conad Superstore/Conad);
 - **Sottocosto** nazionali, diversificati temporalmente per canale (3 per Spazio Conad e Conad Superstore/Conad e 2 per Conad City);
 - **BIS o 1+1** (3 promozioni 1+1 per canale Spazio Conad); (2 promozioni BIS per canale Conad Superstore/Conad);
- **meccaniche** locali:
 - **9 Promo Locali** per canale Conad Ipermercato/Spazio Conad;
 - **10 Promo Locali** per canale Conad Superstore/Conad;
 - **15 Promo Locali** per canale City.

RIPARTIAMO INSIEME

Conad ha un legame forte con la comunità in cui è inserito e l'iniziativa "Ripartiamo Insieme", assoluta protagonista dei volantini della quindicina 25/06-08/07, ne è la prova. In seguito alle misure di contenimento, che hanno visto unito tutto il territorio nazionale da un forte sentimento di solidarietà, Conad ha evidenziato il suo ruolo di intermediario nel motore che consente all'economia italiana di stare in movimento, con i suoi principali attori: i Clienti e i Fornitori. Questo concetto di motore in movimento è stato rappresentato anche dalla grafica ad ingranaggi utilizzata. Credendo nell'Italia e nelle forze positive che la alimentano, Conad è ripartito dalle eccellenze italiane dando valore ai piccoli e medi produttori nazionali e dalle grandi marche che hanno risposto all'iniziativa.

Grazie all'offerta di un paniere di prodotti legati all'Italia da marchio, filiera e materie prime, Conad ha aiutato concretamente il Paese a ripartire con una nuova energia a livello economico e sociale. Insieme a fornitori, grandi Marche e clienti, siamo tornati a crescere.

"Insieme per dare nuova energia all'Italia." Questo è il claim che Conad ha fatto risuonare post lockdown grazie ad una



pianificazione sui maggiori mezzi di comunicazione di massa: a partire dalla tv, con un film istituzionale sul legame tra Conad, Fornitori e Clienti, per poi arrivare sul sito Conad.it, sulla App, sui profili Social e tutti gli altri touchpoint digitali.

BASSI E FISSI

Per Conad la convenienza parte dalla qualità dei prodotti a marchio che seleziona con cura ogni giorno. Puntare sulla marca commerciale si è rivelata per Conad una strategia vincente che si è consolidata nel tempo, anche grazie alla spinta della promozione Bassi e Fissi.

È un impegno concreto che dura nel tempo, giorno dopo giorno, mese dopo mese, anno dopo anno e consente di offrire ai clienti la qualità più alta al miglior prezzo. Quadrimestralmente, un paniere di numerosi prodotti indispensabili per le famiglie viene selezionato con l'obiettivo di tenerne i prezzi Bassi e Fissi. Viene garantita così una spesa completa, sicura a prezzi senza dubbio convenienti.

Un'iniziativa in grado di salvaguardare il potere di acquisto dei consumatori offrendo loro la garanzia di scegliere tanti prodotti ad un prezzo bloccato per il periodo. Tutti i prodotti Bassi e Fissi sono fortemente evidenziati a scaffale con strumenti di comunicazione dedicati per darne la corretta visibilità e continuità. In tutti i volantini quindicinali ne vengono scelti alcuni a cui viene data particolare enfasi con grafica dedicata.

Per garantire un'offerta ancor più consistente e offrire maggiore ampiezza assortimentale, in parallelo all'iniziativa nazionale, per tutto il 2020 Conad Nord Ovest ha implementato il pacchetto con altri prodotti MDD locali.

TEMI DI DISTINTIVITÀ NAZIONALE: IL BUONO DEL PAESE E SCELTE DI BENESSERE

Da ormai tre anni, Conad ha individuato due aree forti di distintività: "Il Buono del Paese" e le "Scelte di Benessere". Le eccellenze italiane e la sostenibilità sono i principi che guidano le due aree creando valore per il consumatore e sostenendo i consumi.

I protagonisti di queste due aree strategiche sono i prodotti Verso Natura e Sapori&Dintorni Conad, ma anche i prodotti locali.

"Il Buono del Paese" valorizza le eccellenze regionali e locali che vivono all'interno dei volantini con spazi dedicati e dando ampia visibilità ai prodotti Sapori&Dintorni Conad e ai prodotti certificati (DOP, IGP, DOC ecc.).

Le "Scelte di Benessere" hanno invece come protagonisti i marchi "Piacersi", "Alimentum Conad" e in maniera preponderante "Verso Natura" nelle

sue declinazioni "BIO", "ECO", "EQUO" e "VEG". Sono tutti prodotti pensati per rispondere alle nuove esigenze della clientela, buona alimentazione e sostenibilità ambientale. Sono infatti ottenuti nel rispetto della natura, lavorati in armonia con i tempi dell'ecosistema e con la massima attenzione nei confronti del benessere degli animali.

Le due aree di distintività si riflettono anche in alcuni premi della raccolta punti MiPremio2020. Sono presenti nel catalogo premi due cofanetti "Il Buono del Paese" con specialità italiane e un cofanetto "Scelte di Benessere" con prodotti Verso Natura BIO Conad.

Attività promo integrative

Nei volantini quindicinali vengono riservati degli spazi dedicati ad alcune categorie merceologiche per valorizzarle e presentare un assortimento più completo. È il caso degli **Approfondimenti di Reparto** che coinvolgono esclusivamente i reparti freschi o dei Focus che rappresentano un'offerta assortimentale varia tra reparti diversi.

Nel piano promozionale sono anche previsti dei volantini dedicati a specifici temi, i **Cataloghi**.

Spesso all'interno dei cataloghi i prodotti sono accompagnati da alcuni approfondimenti testuali (ricette, curiosità, ecc.) che li arricchiscono e danno al consumatore spunti di consumo.

Tutto questo mix di strumenti consente di diversificare l'offerta, comunicando valori e qualità delle referenze presentate.

Anche il reparto extralimentare è protagonista in alcuni momenti dell'anno in particolare con le offerte monoprodotta (**Occasione Unica ed Extra Conveniente**) e con l'offerta dedicata al Black Friday che però coinvolge anche prodotti alimentari.

APPROFONDIMENTI DI REPARTO

Gli Approfondimenti di Reparto mettono in evidenza una specifica categoria merceologica, attinente al reparto dei Freschissimi, raggruppando i prodotti all'interno di una specifica sezione del volantino che si avvale di una grafica evocativa e di una testata con payoff che permettono di cogliere immediatamente l'oggetto dell'attività. Anche il punto di vendita viene caratterizzato dall'allestimento di materiale promo pubblicitario dedicato assicurando la massima visibilità dell'iniziativa.



FOCUS

I Focus arricchiscono le promozioni comunicate nei volantini con cadenza quindicinale, grazie a intere pagine loro dedicate. La tematica oggetto dei Focus tiene conto della stagionalità dei prodotti e, in alcuni casi, sono dedicati alla presentazione delle eccellenze regionali italiane. Gli elementi grafici che li caratterizzano sono:

- raggruppamento di pagine con prodotti dedicati all'interno del volantino per funzione d'uso;
- head introduttiva al tema;
- cornice di richiamo al contenuto.

OCCASIONE UNICA ED EXTRA CONVENIENTE (EXTRA-ALIMENTARE)

A livello nazionale, ormai da alcuni anni, il settore extra-alimentare ha delle promozioni dedicate monoprodotta con cadenza periodica all'interno del piano promozionale (5 promozioni nel 2020). Si tratta di prodotti di marca ad un prezzo vantaggioso che sono in promozione la seconda settimana del volantino quindicinale.

Gli obiettivi perseguiti dall'iniziativa "Occasione Unica":

- comunicare al consumatore l'offerta SUPER conveniente per un breve arco di tempo;

- porre l'attenzione spesso su prodotti Made in Italy;
- enfatizzare articoli di marca.

Nel 2020 all'iniziativa nazionale si è affiancata una promozione locale denominata "Extra Conveniente" con le medesime caratteristiche dell'Occasione Unica ma con un format grafico differente (12 iniziative nel 2020).

BLACK FRIDAY

Il Black Friday è il venerdì successivo al Giorno del Ringraziamento americano ed è considerato l'inizio dello shopping natalizio nel Paese. In questa occasione, le grandi catene sono solite offrire promozioni eccezionali al fine di incrementare le vendite. Nel tempo, è diventato popolare anche in Italia ed è ormai riconosciuto dai consumatori come un giorno atteso per concludere dei veri e propri affari.

Da alcuni anni anche Conad propone una serie di articoli in promozione in tale periodo. Nel 2020 l'offerta è stata differenziata tra Attrazione e Prossimità, anche nella durata.

Nel canale Spazio la promozione aveva validità di una settimana ed il reparto extralimentare è stato protagonista;

l'uscita stampa sui quotidiani riguardava infatti solo prodotti di questo settore. Le referenze alimentari erano valorizzate esclusivamente nei volantini e in store attraverso materiale POP.

In Prossimità invece la promozione ha avuto una durata più limitata (3 giorni) e prevedeva anche nella comunicazione esterna la presenza delle referenze alimentari.

CATALOGHI

I cataloghi sono parte integrante del piano promozionale, accompagnano il volantino quindicinale e perseguono lo scopo di enfatizzare specifiche categorie commerciali, valorizzandone l'assortimento e la relativa proposta di servizio e caratterizzando i punti di vendita.

Anche a livello grafico, i cataloghi si distinguono nella tipologia di offerta proposta caratterizzandosi per la presenza di:

- copertina con foto inerente;
- head identificativa del tema;
- pay-off introduttivo;
- contenuti di approfondimento tematico.

Di seguito analizziamo alcuni cataloghi protagonisti nel 2020.

Magazine sui Prodotti del Territorio: iniziative dedicate ai prodotti della tradizione locale (Il Localismo)

Per Conad, l'identità locale e regionale dei prodotti e il sostegno alle economie locali rappresentano un punto di forza e di distintività. Lo si nota con la valorizzazione del Buono del Paese.

Da molti anni ormai anche Conad Nord Ovest ha sposato in pieno il concetto di Buono del Paese, valorizzando più nel dettaglio le referenze dei singoli territori in cui opera. Da quest'anno anche l'area Nord ha intrapreso la strada che porta alle eccellenze regionali, dal numero di maggio.

L'attività promozionale del localismo copre quattro mesi dell'anno, in particolare nel 2020 febbraio-maggio-luglio-ottobre e ha come strumento principale un volantino formato tabloid. Alle quattro aree storiche dell'area Ovest (Toscana, Sardegna, Lazio, La Spezia e Lunigiana) si sono aggiunte le aree area Nord: Emilia e Mantova, Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta.

Il magazine non è però l'unico strumento di valorizzazione dell'iniziativa, i punti di vendita vengono infatti allestiti con materiale ad hoc (rotair, totem, bandierine, ecc.).



Il Localismo di febbraio aveva come protagonisti in copertina alcune referenze e negli approfondimenti all'interno venivano valorizzati i produttori, i prodotti e i territori.

Il numero di maggio 2020 è stato costruito nel periodo del lockdown e infatti le ansie e i timori di quel particolare momento si riflettono nel redazionale di apertura al magazine.

Per la prima volta compaiono sui nostri volantini immagini di persone con mascherine. È proprio con il localismo, da sempre vicino ai territori, che abbiamo provato ad essere accanto alle comunità anche in quel particolare momento. Il localismo non è mai stata una semplice vetrina per esporre prodotti e segnalare sconti e operazioni di convenienza. È qualcosa di più importante. È stato sempre concepito in un'altra logica. Non è un semplice strumento per orientarsi nell'offerta ma è anche un punto d'incontro perché parla di territorio ma soprattutto parla di comunità e con la comunità. Si tratta di un dialogo permanente con il nostro pubblico che riflette tutte le caratteristiche del tessuto sociale nel quale i nostri negozi vivono una quotidianità condivisa. In un periodo in cui dobbiamo mantenere una distanza

di sicurezza tra le persone, è proprio qui che abbiamo sentito la necessità di enfatizzare la vicinanza alle comunità valorizzando le tradizioni del territorio, aiutando le imprese locali, consolidando la saldatura tra le esigenze di chi localmente produce e di chi localmente consuma.

Abbiamo sposato e tradotto il concetto nazionale di "Ripartiamo insieme" anche nel Localismo di luglio. Per la prima volta nel 2020 protagonista della copertina non sono le referenze ma una frase di sostegno alle produzioni locali: "Insieme per dare più futuro alle nostre imprese." Questa frase ha guidato anche la stesura del redazionale. "Ripartire", "insieme", "ora" sono le tre parole che abbiamo utilizzato per affrontare il periodo successivo al lockdown. Ripartire per rimettere in moto l'economia dei territori in cui operiamo sviluppando tutte le potenzialità delle piccole imprese. Lo sforzo ha senso solo se condiviso con la comunità. Proporre sugli scaffali le eccellenze del territorio incide positivamente sulle prospettive di crescita dei piccoli e medi produttori, grazie a tutti quei clienti che credono nel valore del prodotto locale e lo premiano.

L'ultimo localismo 2020, quello di ottobre, ha avuto come tema principale

il 60° compleanno della cooperativa e il concetto di “Grazie”, linea guida dell’anniversario, ha permesso di rendere merito alle eccellenze dei territori in cui opera Conad Nord Ovest. Con questo “Grazie” abbiamo voluto mettere al centro non solo i prodotti ma anche le persone che stanno dietro a tutto, i produttori. Uomini e donne che con passione, dedizione e competenza hanno saputo salvaguardare culture e tradizioni creando imprese di qualità.

Per questo Conad Nord Ovest ha intrapreso nel mese di agosto un lungo ed entusiasmante viaggio per conoscerli personalmente e farli conoscere più “intimamente” ai clienti. Abbiamo visitato le loro aziende, ascoltando le loro storie, le loro esperienze e i loro sogni. Ci hanno mostrato con orgoglio il frutto del loro lavoro, ci hanno dimostrato quanto la nostra gente sia ospitale e generosa. Abbiamo, insomma, conosciuto persone fantastiche di cui tutti dobbiamo andare orgogliosi e a cui tutti dobbiamo dire “Grazie”. All’interno del magazine ampio spazio è stato dedicato al racconto del nostro incontro con i fornitori del territorio, affiancando alle parole delle splendide foto e i relativi prodotti per invitare il cliente attraverso l’acquisto delle eccellenze proposte a concludere il fantastico viaggio da noi intrapreso.

Il Magazine del Localismo viene distribuito assieme al volantino quindicinale del periodo; a ciò si aggiungono le uscite stampa e, per garantire una visibilità elevata dei prodotti promozionati, è stata predisposta una campagna digital su siti di news locali, a tema cooking e femminili.

CATALOGO BIOLOGICO

Conad mostra da sempre sensibilità verso i temi di sostenibilità ambientale. Il suo impegno si concretizza e solidifica anno dopo anno anche grazie ad una vasta gamma di prodotti, consigli e ricette pensate per chi vuole mangiare in modo sano ma gustoso, tenersi in forma e vivere in modo responsabile e sostenibile. Da diversi anni, portiamo avanti un Magazine completamente dedicato ai prodotti biologici per chi sceglie uno stile di vita che privilegia un’alimentazione semplice e genuina, con prodotti frutto dell’agricoltura biologica.

CATALOGO SAPORI D’ITALIA

Seguendo la scia tricolore del volantino dedicato alla ripartenza dell’Italia post lockdown, Conad ha continuato a comunicare l’importanza di rimettere in moto il Paese, anche grazie ad un Magazine completamente dedicato alla

valorizzazione di ciò che amiamo di più: le specialità della cucina Italiana. Il catalogo Sapori d’Italia, che ha sostituito Sapori dal Mondo per il 2020, ha avuto l’obiettivo di portare in tavola il gusto e la convenienza dei prodotti italiani, offrendo un paniere di specialità culinarie italiane tra loro abbinata per la preparazione di ricette tipiche nostrane, rivisitate in ottica gourmet. Dal 23 luglio al 5 agosto, i clienti hanno infatti avuto la possibilità, non solo di acquistare prodotti protagonisti della gastronomia italiana a prezzi convenienti, ma anche e soprattutto di seguire i procedimenti, dettagliati in ogni pagina, per la realizzazione di gustosi piatti propri della tradizione enogastronomica del nostro Paese. Suddiviso per momenti di un pasto tipico – antipasti, primi e secondi piatti, dessert – , sfogliando le pagine del Magazine dedicate ai sapori italiani è possibile ricreare un intero menù italiano gourmet, scoprendo e provando ricette in grado di esaltare anche l’ingrediente più semplice. Nel periodo più difficile dell’anno, infatti, abbiamo riscoperto la cucina come elemento di unione e condivisione. Quella cucina che non si è mai fermata e che ha tenuto compagnia a tutte le famiglie italiane. La nostra grande tavola è accogliente,





ricca di tradizione, di ingredienti semplici, di domeniche trascorse ai fornelli e di ricette tramandate di generazione in generazione. Ed è proprio la solidità delle nostre tradizioni che ha spinto Conad a proporre tante idee innovative, a partire dai sapori antichi italiani, per far assaporare il vero gusto del nostro instancabile Paese. Piatti che parlano soprattutto di produttori e fornitori, protagonisti di una filiera che ogni giorno arriva nelle nostre case: perché non c'è Italia senza cucina, ma non c'è cucina senza persone che lavorano, coltivano e allevano.

CATALOGO ENOGASTRONOMICO

Il Catalogo Enogastronomico accompagna il menù delle feste dei nostri clienti. Da alcuni anni tutte le cooperative Conad sono guidate da un'impostazione nazionale. Il 2020 ha visto protagonisti moltissimi prodotti a marchio enfatizzati con alcune ricette che guidavano l'ipotetico pranzo di Natale.

È stata anche l'occasione per presentare il marchio Sapori&Idee Conad con le sue eccellenze che si affianca ai sapori esclusivi della tradizione italiana dei prodotti Sapori&Dintorni Conad. Sapori&Idee Conad è una nuova selezione di eccellenze con ingredienti gourmet e materie prime selezionate di alta qualità, ideali per realizzare abbinamenti innovativi e ricette sorprendenti. La miglior ricetta per un Natale insieme nasce dall'incontro unico di tradizione e modernità.

Il Natale 2020 sarà ricordato come un Natale particolare, sperando che sia l'unico nel suo genere, e purtroppo abbiamo dovuto imparare un nuovo modo di stare insieme. Con il catalogo Enogastronomico abbiamo pensato di allietare le feste suggerendo ricette dagli ingredienti speciali scelti dai nostri chef, in collaborazione con Saporie.com, il portale Conad di cultura enogastronomica; per stare insieme a tavola con tutto un altro gusto. Il menù comprendeva due antipasti, un primo piatto, tre secondi piatti (di carne, di pesce e vegetariano) e un dessert. Ricette originali e sfiziose per un viaggio tra i sapori della tradizione e della modernità per un menù delle feste da ricordare.

Eventi collegati al festeggiamento del 60°

60 ANNI DI STORIA E IMPEGNO VERSO TUTTE LE COMUNITÀ DEI NOSTRI TERRITORI

In occasione del 60° anniversario dalla nascita della cooperativa Conad Nord Ovest, abbiamo deciso di ringraziare i clienti con una serie di iniziative che si sono svolte nell'ultimo quadrimestre dell'anno. Conad Nord Ovest non ha voluto solo "festeggiarsi" ma fare di più: dire "Grazie" ai clienti dimostrando vicinanza in termini di Convenienza e Sostegno, oggi più che mai. È stato ricercato un format strategico ed estetico, capace di risaltare la tematica trasversale: i 60 anni e la vicinanza, nella definizione di "accanto a voi". Protagonisti visivi di ogni evento sono stati la riconoscibile "margherita" Conad declinata in diversi colori e il marchio "60".

Nell'ultimo quadrimestre del 2020 sono state pianificate numerose iniziative volte a comunicare l'anniversario dandogli sostanza, grazie al coinvolgimento della Clientela e delle Comunità. Ogni evento è stato associato ad un concetto di ringraziamento e vicinanza.

I festeggiamenti sono iniziati a settembre 2020 con una promozione Sottocosto dedicata, trasversale su tutte le aree e i canali. I punti di vendita sono stati animati da allestimenti ad hoc per tutta la durata degli eventi fino a dicembre (rotair, totem, ecc.).

Il Sostegno e la Solidarietà nei confronti delle Comunità ha avuto un ruolo da protagonista nel corso dell'ultimo quadrimestre 2020: in concomitanza con il Sottocosto, sono stati infatti erogati dei buoni sui prodotti a marchio che hanno contribuito a devolvere i primi **60.000 pasti** (dei complessivi **160.000**) alla **Caritas** pari a un valore di **240.000 Euro**. All'interno della regione, Caritas ha assegnato un contributo ad ogni singola Caritas diocesana per il sostegno, con pasti o pacchi spesa, alle famiglie in difficoltà.

Ad ottobre il Localismo ha voluto enfatizzare il sostegno che da sempre Conad Nord Ovest garantisce alle economie locali e sempre a ottobre è stato indetto un concorso che prevedeva sia premi instant-win che con estrazione finale.

Con almeno 20 Euro di spesa con Carta insieme veniva erogata una cartolina "Grazie&Vinci" che dava la possibilità

di vincere immediatamente una delle 59.940 la Prepagata Conad da 15 Euro e partecipare all'estrazione di 60 spese da 2.000 Euro cadauna.

Il Natale 2020 è stato un momento corale di solidarietà grazie alla self che ha contribuito a sostenere i progetti di importanti ospedali pediatrici. I Clienti aderendo al collezionamento hanno messo insieme un doppio Natale: solidale e creativo. Perché a Natale, stare accanto a chi ha bisogno di aiuto, fa bene al cuore. Ogni 20 Euro di spesa con Carta Insieme, con un piccolo contributo di 1 Euro più 0,50 Euro in solidarietà, il cliente poteva ritirare in cassa una originale palla di Natale. I contributi solidali hanno sostenuto 6 ospedali operanti nel nostro territorio: l'ospedale G. Brotzu di Cagliari, la Fondazione Bambino Gesù Onlus di Roma, l'Istituto Gaslini di Genova, la Fondazione Ospedale Infantile Regina Margherita di Torino, l'Ospedale del Cuore di Fondazione Monasterio di Massa e il Policlinico di Sant'Orsola di Bologna. Collegato alla self è stato indetto un concorso che metteva in palio 60 spese da 3.000 Euro e 12 Lancia Ypsilon Hybrid Gold.

La molteplicità di eventi legati al "sessantesimo" ha avuto una narrazione





originale: un totem destinato a scandire il calendario delle iniziative.

I volantini dell'ultimo quadrimestre sono stati accompagnati da un flash in copertina e anche le shopper spesa sono state caratterizzate dalla grafica del festeggiamento.

Tutte le attività inoltre sono state supportate da piano Facebook che ne hanno permesso un'ampia visibilità esterna.

Abbiamo voluto "ringraziare" tutti i nostri clienti con un omaggio: una shopper riutilizzabile con grafica dedicata al sessantesimo che è stata erogata nella giornata del 5 dicembre. Un modo per stare vicini ai nostri clienti in ricordo dei primi 60 anni sul territorio.

Attività Nazionali

ATTIVITÀ NUCIS

La campagna nazionale promossa da NUCIS Italia, "Frutta secca è benessere", prosegue da oltre 10 anni con moltissime attività di divulgazione scientifica per comunicare i benefici salutistici e nutrizionali legati al consumo di frutta secca e disidratata. Come ogni anno, all'interno della campagna si svolge l'attività di comunicazione in-store, che coinvolge numerosi punti di vendita Conad.

Focus principali della comunicazione Nucis restano il benessere e gli stili di vita sani associati a un'alimentazione quotidiana varia ed equilibrata nella quale inserire anche la frutta secca.

Per l'allestimento dei punti di vendita Conad sono stati messi a disposizione diversi materiali informativi: cartelli per la comunicazione di singole referenze di frutta secca, leaflet informativi, stopper a scaffale, corone per la comunicazione istituzionali di tutti i frutti, copri bins per la vestizione delle isole dedicate alla frutta secca. Durante la campagna primaverile, sono state organizzate 50 giornate di consulenza con nutrizionisti che hanno avuto il compito di coinvolgere la clientela, mettendo a disposizione un nuovo questionario finalizzato a somministrare consigli nutrizionali e a suggerire un consumo quotidiano di frutta secca o disidratata.

CONAD SERVIZI ASSICURATIVI

Servizi Assicurativi Conad nasce dalla volontà di offrire ai consumatori prodotti assicurativi in grado di dare una concreta e immediata risposta alle principali necessità assicurative della famiglia.

Molteplici sono le polizze sottoscrivibili delle più affidabili compagnie assicurative: hanno ad oggetto la sicurezza dei viaggi in auto, moto o furgone; la tutela le abitazioni, anche in caso di terremoto; i viaggi, le cure mediche e gli animali domestici.



I possessori di Carta Insieme collegandosi sul sito www.conadserviziassicurativi.it possono rendere tutto ciò che fa parte della loro vita quotidiana più sicuro, richiedendo preventivi sulle coperture assicurative e godendo di uno sconto esclusivo grazie al codice della loro Carta Insieme. La stipula effettiva della polizza è demandata alla singola compagnia assicurativa. Il servizio offerto è veicolato in store ma anche tramite newsletter a cadenza periodica. A ciò si aggiunge una comunicazione periodica sui leaflet MiPremio e su alcuni volantini quindicinali.

La comunicazione verso il consumatore

LA COMUNICAZIONE A LIVELLO NAZIONALE

Lo Spot di Natale

Anche per le festività natalizie 2020 Conad è entrato nelle case degli italiani con uno spot televisivo forte, ad alto impatto visivo ed emotivo, per augurare Buon Natale e per ribadire la sua vicinanza ai consumatori, soprattutto in occasione di un Natale diverso, caratterizzato da misure restrittive a livello nazionale.

Ogni anno la comunicazione Conad ha ad oggetto tematiche che lanciano messaggi e spunti di riflessione. Nel 2020, il Natale Conad si è fondato su due capisaldi valoriali: mettere al centro dei festeggiamenti le PERSONE che, con le loro emozioni, desideri, relazioni, si sentono parte della stessa collettività, la quale ha un perimetro più grande della famiglia e si allarga a tutta la Comunità e a rappresentare il cibo come un dono da condividere, esaltando lo spirito natalizio e lo stare insieme, grazie ai prodotti Conad.

È il periodo di Natale e una ragazza sta uscendo dal supermercato Conad, con tanto di mascherina. Al suo rientro a casa, ad accoglierla, c'è sua figlia Silvia, una bambina di 6 anni, protagonista dello spot. Insieme alla mamma, Silvia inizia a cucinare, prendendo spunto dalle ricette contenute nel Catalogo Enogastronomico Conad. Vediamo la madre completare la decorazione di un pandoro Sapori&Dintorni e proteggerlo sotto una campana di vetro. Nella scena successiva la bambina prepara dei pacchetti da lasciare davanti alla porta dei propri vicini che accolgono il regalo stupiti.

La sera di Natale, sulla tavola della famiglia di Silvia sono rimaste poche fette



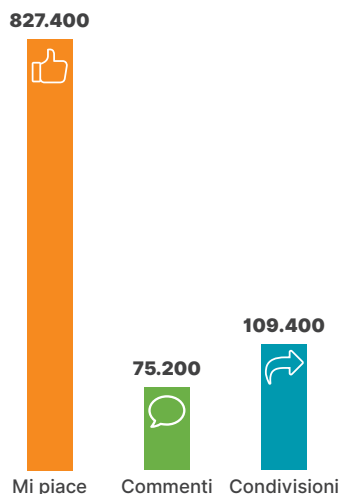
di pandoro ma aprendo la finestra sul cortile si scorgono i vicini che assaporano le fette di pandoro farcito, tutti insieme, come una vera e propria comunità. A questa scena finale si lega perfettamente il claim: "Sentirsi parte di una Comunità è un dono. Anche a Natale."

Con il racconto di questa storia Conad vuole comunicare un senso di comunità reso possibile da piccoli gesti, che unisce le persone pur rispettando il distanziamento, e che riesce a regalare un Natale speciale a chi ne fa parte. Lo spot è andato in onda su tutte le reti televisive in formato 30" e 60" dal 6 al 31 dicembre.



98%
DI UTENTI RAGGIUNTI
CON POST FACEBOOK

**Il coinvolgimento generato dai post
dei punti di vendita CNO su Facebook**



**La comunicazione a livello
di cooperativa**

LA COMUNICAZIONE DIGITALE

Sviluppo ADV On-line

2020: l'innovazione nasce dalle grandi sfide. Nell'anno della trasformazione digitale degli italiani, Conad Nord Ovest ha saputo evolvere la sua comunicazione digital.

Confermato l'investimento sui maggiori sfogliatori digitali con oltre 700.000 letture mese erogate, si è puntato ad una comunicazione digitale sempre più alla portata del cliente aumentando la presenza, investendo su siti internet, app geolocalizzate, social network e potenziando l'utilizzo sempre più costante e diffuso degli strumenti proprietari come il sito Conad.it e la app Conad dove sono presenti tutte le iniziative commerciali e di fidelizzazione. Dall'inizio della pandemia il numero di utenti raggiunti si è elevato in modo esponenziale per rimanere poi costante nel tempo.

Nel 2020 tramite il sito e l'app Conad sono state effettuate 3.000.000 di consultazioni del volantino e raggiunti più di 2.000.000 di utenti unici.

Per le newsletter sono state inviate 7.000.000 di mail con oltre 550.000 utenti raggiunti.

Per la pubblicità su siti internet e app geolocalizzate sono state effettuate:

- campagne di traffico (Localismo) con 3 iniziative che hanno generato oltre 360.000 click al volantino;
- campagne di notorietà (self Collection, Charity, Buoni Mass) per un totale di oltre 8.000.000 di utenti unici raggiunti.

Sviluppo Facebook punti di vendita

Nella strategia digitale, Facebook è il canale con il ruolo principale. L'analisi dei risultati ottenuti ci conferma la sua efficacia nel raggiungere il target di riferimento. Il profilo degli utenti Facebook che interagiscono con le campagne CNO coincide con la fisionomia del cliente Conad.

Nell'ultimo anno, il numero di punti di vendita che hanno aderito ai servizi Facebook di cooperativa è cresciuto in modo significativo, arrivando a un totale di 475 punti di vendita su 637.

L'aumento degli utenti che seguono le pagine ha portato i punti di vendita CNO ad avere complessivamente più di 348.900 fan.

In totale, in un anno sono stati pubblicati ben 80.886 post. Nei territori CNO sono iscritte a Facebook circa 8,1 milioni di persone con più di 25 anni.

Nel 2020 la copertura dei post, ovvero gli utenti unici raggiunti, è stata di oltre 7 milioni e 960 mila persone, pari al 98% del bacino potenziale.

L'engagement, cioè il coinvolgimento generato dai post dei punti di vendita CNO su Facebook, conta oltre:

- 827.400 mi piace;
- 75.200 commenti;
- 109.400 condivisioni.

Con un coinvolgimento totale di oltre 1.012.000 mi piace, commenti e condivisioni, CNO è ai primi posti nel panorama italiano delle GDO per numero di interazioni con gli utenti.

Il successo ottenuto nel 2020 è frutto anche di un grande lavoro di squadra tra cooperative e punti di vendita che ha visto la realizzazione di un vero e proprio piano editoriale di cooperativa che possano permettere ai punti di vendita una coerente programmazione delle iniziative di personalizzazione sulle proprie pagine facebook. Con 475 punti di vendita gestiti singolarmente, Conad Nord Ovest pianifica migliaia di microcampagne personalizzate.

Oggi, vogliamo ripartire dai risultati ottenuti: continuare a crescere e a fare innovazione e formazione per realizzare, insieme, nuovi obiettivi strategici.

Solidarietà

FESTA DELLA DONNA

Anche nel 2020, Conad ha rinnovato il suo impegno sociale nel sostegno alle donne.

In occasione della Festa delle Donne, Conad sostiene da cinque anni l'Associazione Nazionale D.i.Re "Donne in Rete contro la violenza" grazie alla vendita delle begonie in tutti i punti di vendita. Parte del ricavato ottenuto è stato, infatti, devoluto all'Associazione con l'obiettivo di portare avanti numerosi progetti di sensibilizzazione, prevenzione e supporto dei centri antiviolenza in Italia.

L'attività è stata arricchita localmente grazie all'omaggio di una kalandiva a tutte le donne nei punti di vendita.

FESTA DELLA MAMMA

Anche nel 2020, in occasione della Festa della Mamma, Conad ha contribuito a sostenere AIRC, Fondazione per la Ricerca sul Cancro, ribadendo la sua presenza in prima linea

nel campo della ricerca, prevenzione e cura in campo oncologico. Acquistando una piantina di rose, infatti, ogni cliente ha potuto dare il proprio contributo alla lotta contro i tumori femminili portata avanti dalla AIRC, alla quale è stato devoluto da Conad parte del ricavato. Perché una comunità forte rende forte la ricerca.

CHARITY UNISCITI A NOI

Il 2020 è stato un anno dedicato a significative azioni solidali. Con l'iniziativa "Unisciti a noi" Conad Nord Ovest è stata vicina alle comunità nel momento più difficile. L'iniziativa "Unisciti a noi" prevedeva un contributo economico dei soci e della cooperativa a favore di alcuni ospedali del territorio di appartenenza.

Dal 6 al 30 aprile 2020 i clienti avevano la possibilità di aumentare l'ammontare totale della donazione devolvendo direttamente in cassa un importo variabile di almeno 1 Euro. Coinvolti in totale 43 ospedali.

Per stare vicino alla sanità del nostro Paese in un momento così difficile. In un periodo di massima allerta sanitaria, Conad Nord Ovest si è impegnata a rendere visibile l'iniziativa in-store e anche esternamente.



Sono infatti state prodotte locandine, video in-store, post Facebook anche sponsorizzati. La campagna è stata visibile sia sul sito conad.it che sui siti esterni "Dove Conviene" e come banner nei siti di news locali. Sono stati realizzati anche spot su radio esterne a copertura delle regioni Toscana, Sardegna, Piemonte, Emilia e Liguria.



Grande visibilità anche sui quotidiani con pubblicazioni per singola area/regione sia in concomitanza con l'inizio della campagna che a chiusura per la comunicazione dei risultati raggiunti. Ampia diffusione dell'iniziativa è stata veicolata anche sui principali quotidiani online.

UNITI SI PUÒ
INSIEME abbiamo raccolto
2.398.500€
a sostegno di 43 Ospedali di
Valle d'Aosta, Piemonte, Liguria, Emilia, Toscana, Sardegna, Lazio.



GRAZIE

CONAD
Persone oltre le cose

In poco meno di un mese nei punti di vendita Conad Nord Ovest sono stati raccolti 853.500 Euro grazie alla straordinaria generosità di oltre 245.000 clienti. Questa cifra, sommata all'importo di 1,5 milioni di Euro stanziato fin da subito dalla Cooperativa, dai Soci e dai collaboratori dei punti di vendita, porta a un totale di **2,4 milioni** di Euro.

L'importante traguardo ha avuto massima visibilità in-store, sui social con post organici, con un video emozionale di chiusura ed esternamente con un comunicato e un'uscita stampa.

LA SPESA COL CUORE
Stiamo raccogliendo prodotti di prima necessità per le famiglie in difficoltà.



UNISCITI A NOI
La raccolta sarà devoluta a

CONAD
Persone oltre le cose

Un'altra iniziativa intrapresa nei mesi di emergenza sanitaria è la "Spesa Sospesa" che prevedeva la raccolta alimentare di beni di prima necessità destinati alle famiglie in difficoltà attraverso collaborazioni con Onlus o Associazioni di volontariato del territorio. Anche la campagna della Spesa Sospesa è stata impostata graficamente in continuità con l'iniziativa Unisciti a noi.

STELLA DI NATALE

Conad ha da sempre creduto nel sostegno verso la comunità, soprattutto nei momenti speciali. In linea con le altre iniziative di sostegno sociale, anche per il Natale 2020 Conad ha devoluto parte del ricavato derivante dalla vendita della Stella di Natale all'Istituto Nazionale dei Tumori per sostenere la prevenzione, la ricerca e la cura di tumori. Perché i regali più grandi nascono tutti da un piccolo gesto.



I REGALI PIÙ GRANDI NASCONO TUTTI DA UN PICCOLO GESTO.

Crediamo che la comunità vada sempre sostenuta, soprattutto nei momenti speciali. Per questo, acquistando una Stella di Natale si regala parte del nostro ricavato a noi la ricerca e la cura in campo oncologico. Parte del ricavato sarà devoluta all'Istituto Nazionale dei Tumori.

INSIEME, DIAMO PIÙ VALORE A QUESTO NATALE.

Dal 26 novembre al 24 dicembre 2020
STELLA DI NATALE
5,90€ unit.

CONAD
Persone oltre le cose

Fondazione IROCS Istituto Nazionale dei Tumori

Carta Insieme

Carta Insieme è la carta fedeltà di Conad: gratuita, esclusiva e personale. È lo strumento nazionale di fidelizzazione, circolare in tutti i PdV.

Nel 2020 Conad Nord Ovest annovera una platea di oltre 2.500.000 clienti fedeli (carte attive che hanno fatto almeno una spesa nell'ultimo anno sul nostro territorio) per un'incidenza di circa 76,98% sul fatturato complessivo.

Ai possessori di Carta Insieme sono dedicati vantaggi sia in termini di attività di convenienza ed erogazione di sconti esclusivi sia in termini di iniziative di collezionamento premi:

1. le attività di CONVENIENZA sviluppate nel corso dell'anno, in coerenza con i valori fondamentali dell'azienda, propongono ai clienti numerose occasioni di risparmio;
2. sul piano della GRATIFICAZIONE, Conad Nord Ovest ha lanciato iniziative di collezionamento di premi di grande distintività rispetto all'offerta dei competitors. La panoramica delle iniziative è assai vasta, variando da Esperienze da vivere, Concorsi, Mini Collection, Self Promotion di Solidarietà, e Special Promotion.

La convenienza in Conad Nord Ovest

Parlando più da vicino di Convenienza, con l'obiettivo di sostenere il potere d'acquisto della clientela e valorizzando la propria natura cooperativa, nel 2020 Conad Nord Ovest ha sviluppato le seguenti iniziative:

Fidelizzazione convenienza (mass – vantaggi distribuiti a tutti i cardisti)

- miPREMIO2020 - Buoni Spesa
- Buoni spesa MDD
- Buoni Spesa Freschissimi
- Buoni Spazio
- Iniziativa Famiglia
- S&S Freschissimi
- S&S ricorrenze
- Libri di testo e Cartoleria
- Buoni Giocattolo

Fidelizzazione customer (vantaggi distribuiti a target specifici di Clienti)

- Customer Conad Nord Ovest/locale
- Customer nazionale
- Carta Insieme Più Conad Card

miPREMIO 2020 – BUONI SPESA

All'interno del Piano loyalty 2020 troviamo il catalogo nazionale miPREMIO 2020 di durata annuale e in circolarità nazionale (eccetto Conad Adriatico).

La meccanica base di accumulo è la seguente: con Carta Insieme ogni 1 Euro di spesa → 1 punto.

- Accumulo punti: dal 01/01/2020 al 31/12/2020
- Ritiro premi: dal 01/03/2020 al 26/01/2021
- Redemption Buoni e Pin Premi Esperienza fino al 28/02/2021.

Sul piano della convenienza, l'offerta si sostanzia nell'erogazione di Buoni Spesa: **500 punti → 1 buono da 5 Euro** attivo su tutta la rete, spendibile su una spesa successiva di almeno 25 Euro con Carta Insieme.

BUONI SCONTO MDD

L'appuntamento con i Buoni Sconto sui prodotti a Marchio Conad si conferma un'iniziativa strategica valorizzando in modo marcato il posizionamento della nostra Insegna sul nostro territorio. L'ottima accettazione che i nostri prodotti a marchio riscontrano presso i clienti, anche sulle nuove linee, testimonia come la Marca Conad sia riconosciuta per la qualità garantita e per il prezzo molto vantaggioso. Inoltre, acquistando prodotti a Marchio Conad, i clienti riconoscono i valori e l'immagine dell'Insegna, alimentandone il rapporto di fiducia. Due appuntamenti attivati nel 2020 con le seguenti meccaniche di promozione, solo per i possessori di Carta Insieme:

1. Operazione MDD Gennaio

Erogazione:

dal 9/1 al 19/1 (eccetto Lazio 8/1 al 19/1)

Solo con Carta Insieme, con una spesa di **almeno 15 Euro (no multipli)** in MDD CONAD CONFEZIONATI ricevi 10 Euro in buoni spesa.

Redemption:

- 1° BUONO da 5 Euro spendibile dal 20/1 al 26/1 su 30 Euro.
- 2° BUONO da 5 Euro spendibile dal 27/1 al 2/2 su 30 Euro.

PdV aderenti:

Canali SUPERSTORE – CONAD – CITY – MARGHERITA – S&D su tutti i territori CNO.



Risultati Buoni Spesa miPREMIO 2020

17.627.435

(Euro)

**TOT VALORE
BUONI REDENTI**

884.522

**N. CLIENTI
REDENTORI**

4,56

(milioni di Euro)

**INVESTIMENTO
TOTALE
OPERAZIONE MDD**

oltre

9

(milioni di Euro)

**INVESTIMENTO TOTALE
OPERAZIONE
FRESCHISSIMI**

2. Operazione MDD Settembre – 60 ANNI ACCANTO A VOI

Erogazione:

dal 3/9 al 13/9 solo con Carta Insieme, con una spesa di **almeno 20 Euro (no multipli)** in MDD CONAD CONFEZIONATI ricevi 20 Euro in buoni spesa.

Redemption:

- 1° BUONO da 10 Euro spendibile dal 14/9 al 20/9 su 50 Euro.
- 2° BUONO da 10 Euro spendibile dal 21/9 al 27/9 su 50 Euro.

PdV aderenti:

Canale Spazio su tutti i territori di CNO.

Erogazione:

dal 3/9 al 13/9 solo con Carta Insieme, con una spesa di **almeno 15 Euro (no multipli)** in MDD CONAD CONFEZIONATI ricevi 15 Euro in buoni spesa.

Redemption:

- 1° BUONO da 5 Euro spendibile dal 14/9 al 20/9 su 30 Euro.
- 2° BUONO da 5 Euro spendibile dal 21/9 al 27/9 su 30 Euro.
- 3° BUONO da 5 Euro spendibile dal 28/9 al 4/10 su 30 Euro.

PdV aderenti:

Canali SUPERSTORE – CONAD – CITY – MARGHERITA – S&D su tutti i territori CNO.

Risultati Operazione MDD

MDD GENNAIO → 733.792 buoni

erogati, di cui 50,06% redenti, per un investimento globale di 1.836.570 Euro.

MDD SETTEMBRE

Attrazione → 24.138 buoni erogati, di cui il 30,30% redenti, per un investimento globale di 73.120 Euro.

Prossimità → 1.119.111 buoni erogati, di cui il 48,81% redenti, per un investimento globale di 2.731.180 Euro.

I FRESCHISSIMI

L'operazione di convenienza dei "Freschissimi" mette al centro i reparti dei Freschi del PdV (carne, pesce, ortofrutta, gastronomia e panetteria). Per i clienti Carta Insieme, nel 2020 abbiamo predisposto due appuntamenti di convenienza nel reparto del Fresco:

1. Operazione Freschissimi marzo

Erogazione:

dal 5/3 al 15/3 (eccetto Lazio 4/3) solo con Carta Insieme, con una spesa di **almeno 15 Euro (no multipli)** in PRODOTTI FRESCHI ricevi 10 Euro in buoni spesa.

Redemption:

- 1° BUONO da 5 Euro spendibile dal 16/3 al 22/3 su 30 Euro.

- 2° BUONO da 5 Euro spendibile dal 23/3 al 29/3 su 30 Euro.

PdV aderenti:

Canali SUPERSTORE – CONAD – CITY – MARGHERITA – S&D su tutti i territori CNO.

2. Operazione Freschissimi giugno

Erogazione:

dal 11 al 21 giugno (eccetto Lazio 10 giugno) solo con Carta Insieme, con una spesa di **almeno 15 Euro (no multipli)** in PRODOTTI FRESCHI ricevi 10 Euro in buoni spesa.

Redemption:

- 1° BUONO da 5 Euro spendibile dal 22 al 28 giugno su 30 Euro.
- 2° BUONO da 5 Euro spendibile dal 29 giugno al 5 luglio su 30 Euro.

PdV aderenti:

Canali SUPERSTORE – CONAD – CITY – MARGHERITA – S&D su tutti i territori CNO.

2. Operazione Freschissimi ottobre- novembre

Solo con Carta Insieme, con almeno 15 Euro di prodotti freschissimi, ricevo 1 buono da 5 Euro spendibile su 30 Euro.

1° appuntamento:

- Erogazione dal 15/10 al 21/10 (14/10-20/10 PdV Lazio)

- Redemption dal 22/10 al 28/10 (21/10-27/10 PdV Lazio)

2° appuntamento:

- Erogazione dal 29/10 al 04/11 (28/10-03/11 PdV Lazio)
- Redemption dal 05/11 al 11/11 (04/11-10/11 PdV Lazio)

3° appuntamento:

- Erogazione dal 12/11 al 18/11 (11/11-17/11 PdV Lazio)
- Redemption dal 19/11 al 25/11 (18/11-24/11 PdV Lazio).

PdV aderenti:

MARGHERITA - CITY - CONAD - SUPERSTORE.

Risultati FRESCHISSIMI

FRESCHISSIMI MARZO → 1.699.546 buoni erogati, di cui il 39,81% redenti, per un investimento globale di **3.382.630 Euro**.

FRESCHISSIMI GIUGNO → 1.431.688 buoni erogati, di cui il 43,03% redenti, per un investimento globale di circa **3.080.905 Euro**.

FRESCHISSIMI OTTOBRE/NOVEMBRE → 1.342.320 buoni erogati, di cui il 39,63% redenti, per un investimento globale di circa **2.659.610 Euro**.

BUONI TOTALE SPESA - SPAZIO

L'operazione di convenienza esclusiva per i punti di vendita del canale Spazio ha come obiettivo il lancio della nuova insegna e l'acquisizione di nuovi clienti

1. Operazione convenienza

Erogazione:

dal 25/ al 05/7 solo con Carta Insieme, con una spesa di almeno 50 Euro (no multipli) ricevi 2 buoni spesa da 10 Euro.

Redemption:

- 1° BUONO da 10 Euro spendibile dal 6/7 al 12/7 su 50 Euro.
- 2° BUONO da 10 Euro spendibile dal 13/7 al 19/7 su 50 Euro.

PdV aderenti:

Canale SPAZIO.

2. Operazione convenienza

Solo con Carta Insieme, con una spesa di almeno 50 Euro (no multipli) ricevi 1 buono spesa da 10 Euro.

1° appuntamento:

- Erogazione dal 19/10 al 25/10
- Redemption dal 26/10 al 1/11

2° appuntamento:

- Erogazione dal 2/11 al 08/11
- Redemption dal 09/11 al 15/11

3° appuntamento:

- Erogazione dal 16/11 al 22/11
- Redemption dal 23/11 al 29/11

PdV aderenti:

Canale SPAZIO.

Le operazioni di convenienza sul canale Spazio hanno erogato ai clienti un risparmio complessivo di oltre a **1.300.000 Euro**.

SCEGLI&SCONTA ENOTECA, GIOCOTTOLO E NATALE

Coniugare la notorietà dell'iniziativa SCEGLI&SCONTA in area Nord per lanciare su tutta Conad Nord Ovest un'iniziativa di valore e di fidelizzazione per il cliente.

Nel 2020 infatti CNO ha esteso a tutto il territorio un piano di fidelizzazione e gratificazione riservato ai clienti titolari di carta insieme con l'obiettivo di inserire nel carrello del cliente articoli ad alta battuta facendo conoscere un particolare assortimento tematico e stagionale.

Un piano che ha veicolato ai nostri clienti un risparmio di ben **oltre 900.000 Euro**.

- S&S ENOTECA
- S&S GIOCOTTOLO
- S&S RICORRENZE NATALIZIE





oltre
9,5

(milioni di Euro)

**VALORE DEL RISPARMIO
INIZIATIVA FAMIGLIA**

INIZIATIVA FAMIGLIA

Questa iniziativa è partita nel 2019 per i soli PdV di Lazio, Sardegna, Toscana e La Spezia con l'obiettivo di differenziarci dalla concorrenza e creare un forte legame con il nostro target principale di riferimento: le famiglie con figli 0-18 anni.

Il cliente per beneficiare dei vantaggi FAMIGLIA 2020 doveva registrare la propria Carta Insieme nel Cluster "Famiglia", dimostrando di avere almeno un figlio di età fino ai 18 anni nel proprio nucleo familiare. I clienti già registrati nel 2019 lo sono stati automaticamente anche per il 2020. Nel 2020 l'iniziativa famiglia si è trasformata in un'operazione più dinamica e efficiente.

1° e 2° quadrimestre

Con l'obiettivo di aumentare il senso di appartenenza dei Clienti al cluster e di renderli maggiormente consapevoli dei benefici esclusivi, nel 1° e 2° quadrimestre lo sconto automatico previsto originariamente in cassa nell'edizione 2019 è stato sostituito da un carnet di buoni sconto cartacei del valore di 10% di sconto da presentare in cassa.

3° quadrimestre - Lazio

Con l'obiettivo di sostenere le vendite e contrastare la concorrenza, nelle province di Roma e Viterbo abbiamo ripristinato lo sconto automatico in cassa del 10% il giovedì.

3° quadrimestre - Toscana, Sardegna, provincia di La Spezia + Nord

L'iniziativa è stata completamente trasformata in un'attività di customer ed estesa per la prima volta a tutta la rete CNO.

Una nuova esclusiva opportunità di risparmio destinata non solo ai clienti appartenenti al cluster famiglia, ma anche ad un gruppo di clienti selezionati con profilo acquisti simile ad essi. I clienti selezionati hanno ricevuto periodicamente, direttamente in PdV, dei carnet di buoni sconto su specifici prodotti. Il forte messaggio di convenienza è espresso dal totale sconto a valore riportato sulla copertina del Carnet e declinato sui singoli prodotti con alto percepito.

I clienti selezionati sono stati suddivisi in 6 gruppi in base alla loro fascia di spesa e hanno ricevuto ogni settimana un buono spendibile la settimana successiva. A ciascun gruppo è stata abbinata una proposta di generosità diversa, comunque superiore al 10%.

Questa operazione, oltre a valorizzare il rapporto con le famiglie fidelizzandole ancora di più, ha contribuito a generare crescita di fatturato sugli aderenti e conquistare nuovi clienti.

Risultati: a consuntivo abbiamo erogato a favore delle nostre famiglie un valore di **oltre 9.500.000 Euro** di risparmio. (6.174.857 Euro famiglia Toscana e Sardegna fino ad agosto + 1.506.755 Euro carnet Ovest + 896.534 Euro Lazio set-dic + 559.778 Euro carnet Nord).

INIZIATIVA CUSTOMER CNO

Nel 2020 abbiamo predisposto un'attività di consolidamento su gruppi omogenei di consumatori, con l'obiettivo di recuperare la relazione con i clienti in flessione e d'altra parte gratificare i clienti nuovi e quelli "in crescita". Siamo partiti da un'analisi puntuale del loro comportamento e abbiamo predisposto per ognuno dei cluster individuati una promozione mirata. Abbiamo monitorato il comportamento di spesa dei diversi cluster, diversificando le meccaniche promozionali nel tempo sulla base dell'effettiva risposta, facendo leva su obiettivi strategici quali frequenza, scontrino medio, ecc.

Inoltre per i PdV di Toscana e Sardegna i clienti appartenenti al Cluster Famiglia sono stati seguiti attraverso un percorso customer dedicato.

Risultati: a consuntivo abbiamo erogato a favore dei nostri clienti un valore di circa **3.000.000 Euro** di risparmio.

CRM CUSTOMER NAZIONALE

Nel 2020, dalla mappatura delle abitudini di consumo dei nostri clienti, abbiamo individuato dei gruppi di clienti omogenei e abbiamo definito un piano organico di iniziative di convenienza basato su linee specifiche di prodotti a marchio Conad, modulando le promozioni con percentuali di sconto variabile.

Di seguito le iniziative promozionali sperimentate:

- PIACERSI CONAD;
- VERSO NATURA ECO.

Inoltre abbiamo fatto due test con l'Industria Ferrero. Ai clienti target è stato inviato un messaggio scontrino con la seguente meccanica:

1. acquistando almeno uno dei due prodotti in promozione (confezione da 3 ovetti Kinder Sorpresa "Minions" o "Disney Princess") si è avuto uno sconto immediato in cassa di 0,50 Euro;
2. acquistando la combinazione dei due prodotti "vasetto di Nutella 450 gr" + "confezione di Fette Biscottate Dorate Conad da 324 g" si è ricevuto uno sconto immediato in cassa di 1 Euro.

Risultati: il risparmio di cui hanno potuto beneficiare i clienti destinatari di queste operazioni di Customer Marketing ha raggiunto un importo totale di oltre **72.000 Euro** di risparmio sul cliente.

Carta Insieme Più Conad Card

È la carta Carta Insieme con in più la funzione di pagamento a spendibilità esclusiva nel circuito privato dei PdV Conad abilitati. È uno strumento che premia di più i nostri clienti in quanto:

- non ha costi di attivazione, ri-emissione né canone annuo;
- unico addebito dal giorno 10 del mese successivo.

Per il cliente rappresenta uno strumento di "relazione pregiata" con la nostra Insegna, attraverso la quale usufruire di iniziative promozionali dedicate.

I principali vantaggi per i clienti che hanno utilizzato la carta per pagare la propria spesa sono stati:

- fino al 31/5/2020 solo nell'area di Toscana, Sardegna, provincia di La Spezia, Roma e Viterbo → 2% di sconto su tutte le spese pagate con Conad Card;
- fino al 31/5/2020 solo nell'area di Valle d'Aosta, Piemonte, Liguria e provincia di Bologna, Ferrara, Modena e Mantova → punti doppi su freschissimi e MDD;
- solo nell'area di Toscana, Sardegna, provincia di La Spezia, Roma e Viterbo → sconto 1 centesimo ogni litro p/o Distributori Conad su tutti i pagamenti con Conad Card;
- solo nell'area di Toscana, Sardegna, provincia di La Spezia, Roma e Viterbo → per i clienti-dipendenti, a descrizione del punto di vendita, ulteriore 1% di sconto sulla spesa.

A partire dal 1° giugno 2020 su tutti i PdV CNO:

- per incentivare l'utilizzo del pagamento con Carta Insieme Più Conad Card è stata predisposta un'attività che eroga Buoni «Più Valore con Conad Card» in funzione del montante pagato con Carta Insieme Più Conad Card nel mese precedente;



- articoli mensili in SCONTO % per la spesa pagata con Conad Card.

Mensilmente tutte le spese pagate con Carta Insieme Più Conad Card, effettuate dal cliente nei diversi PdV che visita nel mese, si sono trasformate in Buoni «Più Valore con Conad Card»; l'ammontare dei buoni ricevuti è diverso in funzione del montante pagato con Carta Insieme Più Conad Card nel mese precedente. I Buoni ricevuti sono spendibili nel mese successivo. Un'operazione molto gratificante che incentiva l'utilizzo trasformandolo in concreto risparmio, per un importo totale di **oltre 805.000 Euro**.

OPERAZIONI DI RILANCIO SOTTOSCRIZIONI CONAD CARD:

Nel corso dell'anno abbiamo predisposto tre attività di incentivo alla sottoscrizione della Conad Card mirate ad un target di clienti selezionato.

1. Operazione di rilancio Conad Card marzo 2020

Dal 1 al 31 marzo 2020, solo i clienti del cluster che hanno sottoscritto Carta Insieme Più Conad Card hanno potuto scegliere un premio tra sette selezionati. Entro il 31/05/2020, al termine dell'iter autorizzativo bancario, i clienti hanno dovuto attivare la Carta Insieme Più Conad Card. I premi sono stati ritirati direttamente nel PdV di sottoscrizione/attivazione entro il 31/07/2020.

2. Operazione di rilancio Conad Card giugno/luglio 2020

Dal 15 giugno al 31 luglio 2020, solo i clienti del cluster che hanno sottoscritto Carta Insieme Più Conad Card hanno potuto scegliere un premio tra i sette selezionati. Entro il 30/09/2020, al termine dell'iter autorizzativo bancario, i clienti hanno dovuto attivare la Carta Insieme Più Conad Card. I premi sono stati ritirati direttamente nel PdV di sottoscrizione/attivazione entro il 30/11/2020.

3. Operazione di Rilancio Conad Card ottobre/novembre 2020

Dal 1 ottobre al 15 novembre 2020, solo i clienti del cluster che hanno sottoscritto Carta Insieme Più Conad Card hanno potuto scegliere un premio tra i sette selezionati prodotti in Italia. Entro il 31/01/2021, al termine dell'iter autorizzativo bancario, i clienti hanno dovuto attivare la Carta Insieme Più Conad Card. I premi sono stati ritirati direttamente nel PdV di sottoscrizione/attivazione entro il 31/03/2021.

Grazie a queste campagne sono state emesse **1.697 Conad Card**.

Risultati: le Carta Insieme Più Conad Card sottoscritte nell'anno 2020 ammontano a **oltre 5.100**. Complessivamente si sono avute **oltre 99.000 Conad Card**.

BUONI CANCELLERIA

Nel 2020 abbiamo introdotto un'ulteriore attività di convenienza a favore delle famiglie sull'acquisto della cancelleria scolastica. Dal 24 luglio (22 luglio nel Lazio) al 30 settembre 2020 i clienti titolari di Carta Insieme o Carta Insieme più Conad Card hanno ricevuto ogni 10 Euro e multipli di acquisti in prodotti per la scuola un

buono sconto di 10 Euro spendibile fino al 31/10/2020 su 50 Euro di spesa. Un forte messaggio di convenienza e di vicinanza al nostro target di riferimento.

Risultati: abbiamo erogato **oltre 826.000 Euro** di sconto grazie all'acquisto di cancelleria scolastica.

BUONO SCONTO GIOCATTOLO DI NATALE

Nel periodo natalizio abbiamo confermato un'operazione speciale ed esclusiva.

Emissione Buoni Giocattolo:

Dal 12 novembre 2020 al 6 gennaio 2021, con l'acquisto in giocattoli del valore minimo di 30 Euro e multipli, su scontrino unico, il cliente ha ricevuto direttamente sul suo scontrino 3 Buoni Spesa del valore di 10 Euro.

Rientro Buoni Giocattolo:

Dal 7 al 31 gennaio 2021 il cliente ha potuto redimere 1 Buono Giocattolo da 10 Euro ogni 50 Euro di spesa effettuata. Iniziativa per tutti i clienti.

L'obiettivo basilare è stato di incentivare l'acquisto della referenza giocattolo nel periodo di Natale presso i punti di vendita Conad, e trainare le vendite del periodo successivo.

Risultati Buono Sconto Giocattoli: abbiamo erogato **oltre 928.000 Euro** di sconti grazie ai buoni giocattolo.

LA GRATIFICAZIONE IN CONAD NORD OVEST

Sul piano della gratificazione, Conad dedica ai clienti fedeli benefici e vantaggi nella forma di premi collezionabili. Sono attività che vivacizzano il legame con l'Insegna, capaci di alimentare il gradimento ed il successo. Al centro di attività di questo segno, troviamo tra i requisiti distintivi l'emozionalità e la creatività, che rendono differenziante l'offerta premiale di Conad.

Nel 2020 CNO ha declinato la gratificazione nelle seguenti iniziative:

- miPREMIO 2020: esperienze da vivere, catalogo premi fisici, premi personalizzabili, Charity
- Minicollection
- Self Promotion
- Special Promotion
- Concorso 60°
- Concorso "Conad sotto l'albero"

miPREMIO 2020 ESPERIENZE E PREMI PERSONALIZZATI

Una vasta parte del Catalogo miPREMIO2020 è stata rivolta a gratificare i clienti, offrendo premi

personalizzati e numerosi altri premi dedicati ad impreziosire lo stile di vita dei nostri clienti: viaggi, ingressi parchi, buoni spendibili on line e premi personalizzati spediti a domicilio dei clienti.

Risultati: la risposta della clientela a questa speciale offerta è stata gratificante: **34.002** Premi-Esperienza e Personalizzati distribuiti.

miPREMIO 2020 PREMI FISICI "PAC"

Solo nell'area del Lazio, per creare coerenza di Insegna dove sono presenti altri punti di vendita ad insegna Conad, il catalogo miPREMIO2020 è stato integrato per la prima volta con un ricchissimo catalogo di premi fisici, molto apprezzato dai nostri clienti.

Il catalogo comprendeva mini elettrodomestici per la cucina e la cura persona, tessile per la casa, elementi di arredo e tante altre opportunità per gratificarsi.

Risultati: sono stati ritirati **141.846** premi.

miPREMIO 2020 CHARITY

All'interno del Catalogo Nazionale miPREMIO2020, nell'offerta assai vasta di premi, ha meritato una menzione speciale il premio solidarietà nazionale destinato

alla Lega del Filo d'oro a sostegno del progetto "Il primo passo". I clienti hanno potuto decurtare 400 punti per donare 5 Euro a sostegno del progetto.

Risultati: a consuntivo, la Lega del Filo d'oro ha raggiunto un importante traguardo: **42.775** buoni erogati, per una donazione complessiva di **213.865 Euro**.

Anche il catalogo integrativo adottato in Lazio prevedeva un premio di solidarietà locale. Con 400 punti i clienti hanno donato 5 Euro a sostegno dell'Associazione Peter Pan, un'associazione di Roma che offre alloggio gratuito a famiglie che si spostano nella capitale per curare i propri figli. I nostri clienti, ritirando **4.472** buoni, hanno donato **22.360 Euro**.

MINICOLLECTION 2020 TUPPERWARE

La proposta premiale di Mini-collezionamento nel 2020 ha rafforzato il posizionamento conquistato nel tempo, teso ad offrire ai nostri clienti collezioni di grande valore.

La gratificazione è un asset prezioso nel nostro progetto di fidelizzazione: Conad premia i clienti fedeli (con Carta Insieme) investendo in attività di medio periodo (cinque mesi circa) basate sull'accumulo di bollini e ritiro premi con contributo.

Operazioni di questo tipo si animano sull'obiettivo di fortificare la relazione col cliente, valorizzando la frequenza di visita ai nostri punti di vendita. Di base, la raccolta bollini dà diritto ad un set collezionabile di oggetti che afferisce, generalmente, all'universo cura casa/cura persona.

Nel 2020 l'operazione di mini-collezionamento nazionale di Conad è stata firmata da Tupperware, una partnership speciale con un brand di lustro nel mondo del design e della cucina professionale, confermando la reputazione e l'alto percepito delle nostre campagne.

Da oltre 70 anni, il marchio Tupperware è sinonimo di qualità, di prodotti tecnologici ad alta innovazione capaci di semplificare la vita di tutti i giorni: L'azienda è riconosciuta come brand di alto design e di collezioni senza tempo in più di 100 paesi nel mondo.

Tra i suoi punti di forza annoveriamo sicuramente il suo ineguagliabile impegno nel creare prodotti ecosostenibili, concepiti per durare nel tempo, evitare gli sprechi dovuti ad imballi non riutilizzabili e sostituire le plastiche usa e getta.

oltre
530.000
PEZZI RITIRATI
CON
LA MINICOLLECTION
TUPPERWARE



L'azienda distribuisce i suoi prodotti sul territorio nazionale attraverso una rete di concessioni autorizzate. La vendita di questi prodotti innovativi e funzionali avviene unicamente tramite un sistema di vendite dirette, mediante dimostrazione a domicilio: l'Atelier Culinario Tupperware.

I materiali, i processi di progettazione e produzione sono in linea con la più recente tecnologia, ma il concetto di base è rimasto lo stesso da oltre 70 anni: maneggiare il cibo in modo responsabile, trattare la natura con rispetto, lasciare un mondo che vale la pena vivere per i nostri figli.

Periodo Minicollection Tupperware

- Distribuzione bollini totale scontrino: dal 14 settembre al 27 dicembre 2020
- Distribuzione bollini sponsor: dal 14 settembre al 10 gennaio 2021
- Ritiro premi: entro il 26 gennaio 2021

Pezzi ritirati e Redemption Mini

Oltre 530.000 pezzi* con circa 26% di redemption e 251.747 clienti coinvolti

* A cui aggiungere i premi ritirati con i punti del Catalogo miPREMIO 2020: oltre 100.000 premi in totale

Self Promotion

Nell'ambito delle iniziative di gratificazione riservate ai nostri clienti con Carta Insieme troviamo le SELF PROMOTION: attività di loyalty di breve periodo (in media entro i due mesi) basate sull'erogazione di premi a ritiro immediato a soglia di spesa. Nel 2020 abbiamo lanciato due operazioni di questo tipo, iniziative locali basate su prodotti collezionabili e a basso contributo richiesto, legati al mondo della casa con un marchio distintivo nel settore. La leva principale di queste iniziative è sicuramente l'acquisto d'impulso ed il principale obiettivo è di aumentare lo scontrino medio e la frequenza nel breve periodo e gratificare il cliente.

Le due operazioni di Self Promotion proposte nel 2020 sono state accolte con un'ottima partecipazione dalla clientela e si sono distinte per vantare linee moderne e dal design innovativo.

SELF CUOREMI – SCEGLI DOVE SOGNARE

Una self innovativa e dinamica, originale sia nella merceologia sia nella fantasia. Le federe CUOREMI sono neutre e compatibili con molti lenzuoli, adatte a



tutti i componenti della famiglia, sono 100% cotone e 100% italiane. Le federe riportano frasi simpatiche e divertenti stampate sia sul fronte sia sul retro.

SELF COLTELLI BRANDANI

Brandani Gift Group è un'azienda di grandi tradizioni dove l'esperienza, l'attenzione costante alle nuove tendenze, il buon gusto, la conoscenza del mercato, hanno dato vita ad una variegata gamma di articoli da regalo

e per la casa, contraddistinti per la raffinatezza e l'innovazione. A settembre abbiamo lanciato una iniziativa di grande successo, offrendo un set di coltelli da cucina dal design esclusivo e trasversale ad ogni stile di tavola. Ad arricchire la linea in SELF (coltello bistecca + coltelli cucina) abbiamo abbinato una proposta di accessori originali e utili ritirabili dai clienti con i punti del Catalogo miPREMIO.

Risultati SELF 2020

SELF	Periodo	Oggetto	Pezzi ritirati
CUOREMI "Scegli dove sognare"	15/6 – 5/7	Federa double-face (6 soggetti diversi)	oltre 285.000
Brandani "Dai un taglio raffinato alla tua cucina"	7/9-25/10	Set di 5 coltelli (coltello bistecca + coltelli da cucina)	oltre 1.300.000*

* ai premi ritirati con l'iniziativa SELF Brandani vanno aggiunti gli accessori cucina a completamento della Linea ritirati con i punti del catalogo miPREMIO2020: oltre 85.000 pezzi

Special Promotion Nazionale

SCRITTORI DI CLASSE 6

Le attività di “Special Promotion” si caratterizzano per essere iniziative gratuite per il cliente, legate a temi e valori condivisi sul nostro territorio. In Conad abbiamo lanciato “Insieme per la scuola”, nostro progetto fiore all’occhiello, che mira a dare un prezioso sostegno al mondo della scuola.

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

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

I punti di forza di questa attività sono:

- il forte coinvolgimento delle famiglie (prodotti destinati ai bambini) e della comunità;

- il sostegno concreto al mondo della scuola;
- il forte legame col territorio, che si palesa anche nell’investimento e nell’organizzazione di eventi in store e nelle piazze;
- tematiche sensibili e formative per l’infanzia;
- stimolo alla pratica attiva della lettura, distribuendo in premio un bene prezioso: un libro.

Forti della paternità del primo progetto a sostegno delle scuole, nel 2020 si è svolta la nuova edizione di “Scrittori di Classe”: un progetto speciale, concepito allo scopo di promuovere attivamente la lettura e la scrittura tra i ragazzi, premiando il lavoro di squadra. In questa edizione, in particolare, abbiamo enfatizzato l’aspetto didattico e culturale di “Scrittori di Classe”, lanciando il tema importante della Resilienza.

È a scuola che i ragazzi si misurano maggiormente con l’aspetto della competitività e l’ansia da prestazione. Motivo per cui la resilienza diventa un valore indispensabile!

I ragazzi hanno avuto l’opportunità, in questa edizione, di riflettere su questo tema, approfondendo la capacità di rispondere in maniera positiva agli

ostacoli, cogliendo le opportunità positive che le esperienze della vita offrono.

Le 6 storie vincitrici sono state oggetto di pubblicazione, dando vita alla collana di 6 libri della Special Scrittori di Classe distribuita nei PdV Conad.

Periodo operazione:

Erogazione Bollini: 16 marzo 2020 – 10 maggio 2020.

Ritiro premi: fino al 26 maggio 2020.

Meccanica per i clienti possessori di Carta Insieme: ogni 15 Euro di spesa e multipli, e in base ai prodotti sponsor acquistati, il cliente ha ricevuto 1 buono “Insieme per la scuola” e 1 bollino. I bollini hanno permesso di ritirare gratuitamente i racconti e/o il cofanetto.

Minicollection Scrittori di Classe

- 10 bollini → 1 libro GRATIS tra i 6 della collana
- 1 bollino → 1 cofanetto GRATIS

817.638
LIBRI RITIRATI
MINICOLLECTION
SCRITTORI
DI CLASSE

L’operazione ha segnato un importantissimo traguardo: **817.638** libri ritirati.

A livello locale “Insieme per la Scuola” ha concluso questa edizione con:

- oltre 4.365 scuole iscritte;
- oltre 9.069 premi richiesti;
- oltre 6.027.200 buoni redenti.





A livello nazionale, questa edizione ha raggiunto i seguenti risultati:

- n. 15.292 scuole iscritte;
- n. 29.104 premi del catalogo richiesti (tra cui attrezzature informatiche e altro);
- 22.217.160 buoni redenti, per un valore investito di **2.634.467 Euro**.

Attraverso il Progetto Insieme per la Scuola, cumulando tutte le edizioni, Conad Nazionale ha distribuito oltre 200.000 premi alle scuole, per un valore investito di **oltre 30.000.000 Euro**.

SCRITTORI 7 – STORIE SPAZIALI “CONCORSO LETTERARIO NAZIONALE”

Da settembre 2020 ha preso avvio la **prima fase** di Scrittori di Classe 7: il Concorso Letterario Nazionale di creazione di “Storie spaziali” che avranno come protagonisti i simpatici alieni e mostri Hey Clay.

Le 12 storie vincitrici del Concorso Scrittori di Classe sono state raccolte ed editate in un unico volume, arricchito di tante rubriche e approfondimenti a cura dei partner scientifici. Quest’anno il protagonista delle storie è stato lo Spazio, un bellissimo modo per spingere i ragazzi ad abbattere tutte le barriere e farli tornare a sognare!

A livello nazionale l’iniziativa ha registrato un successo senza precedenti:

- 7.896 scuole iscritte;

- 22.536 classi iscritte
- 6.051 racconti completati e pubblicati;
- 6.016 racconti completati.

A livello locale, i risultati della I Fase in merito alle adesioni al Concorso sono:

- 2.462 scuole iscritte;
- 5.923 classi iscritte;
- 1.388 racconti completati e pubblicati;
- 1.378 lavori completati.

SOSTENIAMO LE PASSIONI

(Solo nell’area di Toscana, Sardegna, provincia di La Spezia, Roma e Viterbo)

Nell’ambito dei progetti locali di Solidarietà, un posto d’eccellenza riveste l’iniziativa locale di “Sosteniamo le Passioni”, perfetta espressione del connubio profondo tra i punti di vendita CNO che aderiscono ed il micro-territorio in cui essi operano.

Siamo giunti alla settima edizione.

Attraverso l’adesione volontaria dei Soci, il progetto dà concretezza alla vocazione sociale, oltre che economica, dei PdV Conad, offrendo l’opportunità di:

- sviluppare la cultura della Responsabilità Sociale di Impresa;
- evolvere il Valore aziendale di “Persone oltre le cose” in una pratica quotidiana di cura e di attenzione verso le persone ed il territorio.



Per incentivare la capillarità dell’iniziativa, nel 2020 abbiamo confermato la meccanica molto accessibile, corale e partecipativa. Nei punti di vendita Conad aderenti all’iniziativa nell’area di Toscana, Sardegna, provincia di La Spezia, Roma e Viterbo, i clienti possessori di Carta Insieme:

- nel periodo dal 01/01/2020* al 31/05/2020 per ogni scontrino di importo pari a 10 Euro e multipli con Carta Insieme, hanno accumulato 1 Punto Cuore;
- dal 01/01/2020* al 30/06/2020 ogni 35 Punti Cuore accumulati, hanno potuto ritirare 1 Buono Cuore del valore di 2,5 Euro;
- dal 01/01/2020* al 30/07/2020 il Buono Cuore è stato fisicamente consegnato dal cliente all’Associazione/Ente preferito, che avesse aderito al progetto Sosteniamo le Passioni.

Risultati Edizione 2020 solo nell’area di Toscana, Sardegna, provincia di La Spezia, Roma e Viterbo:

- PdV partecipanti: **98**
- Buoni Cuore erogati: **67.102**
- Investimento: **167.755 Euro**

* Su base volontaria, alcuni Soci hanno anticipato l’accumulo a partire dal 01/11/2019.





SELF DI SOLIDARIETÀ CON TUTTO IL CUORE

All'interno delle SELF PROMOTION, riveste un posto di primo piano la Self di Solidarietà di Natale. Da sette anni un appuntamento importante a sostegno di alcune strutture ospedaliere pediatriche di eccellenza del nostro territorio.

Abbiamo potuto sempre contare sulla sensibilità e la grande adesione dei nostri clienti, ottenendo così dei risultati di cui siamo orgogliosi: nell'arco delle 7 edizioni organizzate dalla Cooperativa, sono stati donati **2.547.102 Euro**.

L'edizione del 2020 ha coinvolto per la prima volta, nuovi istituti con l'obiettivo di donare al territorio di appartenenza del PdV.

Come ogni anno la Self ha confermato la propria missione:

- raccogliere fondi da destinare all'acquisto di macchinari per gli ospedali presenti sul nostro territorio;
- entrare nelle case dei nostri clienti contribuendo all'atmosfera natalizia, quest'anno grazie al collezionamento di palle di natale con tormentoni natalizi.

Abbiamo sostenuto i seguenti progetti:

Associazione Sandremo – AOU Brotzu (Cagliari)

Centro di riferimento in Sardegna per la diagnosi e il trattamento delle cardiopatie congenite. In un ambiente studiato e strutturato per il benessere dei piccoli pazienti, conduce importanti attività di ricerca in campo tecnologico come il teleconsulto remoto e l'elettrocardiografia fetale.

Progetto: dotare di un sistema di telecografia la cardiologia pediatrica. La telecografia è un sistema integrato di acquisizione, trasmissione e gestione di immagini ecocardiografiche anche a distanza. Si tratta di una tecnologia che permette di rispondere prontamente alle esigenze dei piccoli pazienti sia dell'ospedale che del territorio.

Fondazione Bambino Gesù Onlus (Roma)

L'Ospedale Bambino Gesù è centro di riferimento nazionale per le patologie pediatriche complesse. Si avvale di una struttura d'avanguardia con oltre 89.558 accessi al pronto soccorso, di un laboratorio di ricerca di oltre 5.000 mq e vanta 890 progetti di ricerca e studi clinici nell'ultimo anno.

Progetto: donare un'apparecchiatura altamente sofisticata utile ad individuare e somministrare terapie sempre più personalizzate e tempestive. L'iniziativa avviene nell'ambito della compagna sociale "Abbraccia la ricerca" dedicata alle possibili conseguenze del Covid 19 nei neonati e nei bambini.

Ospedale del Cuore di Fondazione Monasterio (Massa)

L'Ospedale del Cuore di Fondazione Monasterio costituisce il centro di riferimento toscano per le attività di cardiocirurgia pediatrica. Negli anni ha sviluppato un'area ad alta intensità di cure composta da Terapia intensiva cardiocirurgica e Terapia Intensiva neonatale con personale specializzato e strumentazioni complesse.

Progetto: donare innovative attrezzature specifiche per la ventilazione polmonare destinate all'Area Intensiva Neonatale





Pediatria, così da garantire ai suoi piccoli ospiti i più elevati livelli di assistenza.

Istituto Gaslini (Genova)

Istituto di ricovero e cura a carattere scientifico. Nasce nel 1938 per volontà del Senatore Gaslini che, in ricordo della figlia scomparsa in tenera età, volle realizzare un grande ospedale capace di assicurare all'infanzia la migliore assistenza possibile sostenuta dalla ricerca più innovativa. Il Gaslini oggi è un policlinico in cui sono presenti ai massimi livelli tutte le specialità pediatriche e chirurgiche, con 20 padiglioni su oltre 73.000 mq.

Progetto: donazione di attrezzature necessarie all'aggiornamento e implementazione del sistema "Robot da Vinci" un sistema all'avanguardia che rende il Gaslini il primo istituto, in Italia, dotato di un centro di Chirurgia Robotica Pediatrica.

Fondazione Ospedale Infantile Regina Margherita (Torino)

L'Ospedale Infantile Regina Margherita è centro di riferimento per neonati, bambini e adolescenti affetti dalle patologie più complesse, rare e croniche. Fornisce prestazioni di alta specializzazione ed è centro di avanguardia a livello nazionale con le più moderne opzioni terapeutiche, dialitiche e di trapianto.



Progetto: donare attrezzature fondamentali per la sala dialisi del nuovo Reparto di Nefrologia, Gastroenterologia e Trapianti d'Organo. Ciò consentirà di offrire ai piccoli pazienti con insufficienza renale acuta e cronica percorsi di cura più completi e a loro misura.

Policlinico Sant'Orsola (Bologna)

La Neuropsichiatria infantile del Policlinico di Sant'Orsola è punto di riferimento nazionale e internazionale per le patologie neurologiche in età pediatrica. Inoltre è una qualificata struttura universitaria e svolge ricerca in diversi ambiti della Neurologia Pediatrica.

Progetto: donazione di un'apparecchiatura portatile di elettromiografia, elettroencefalografia e potenziali evocati utile a formulare diagnosi sempre più precise e tempestive nella valutazione delle funzioni del sistema nervoso dei neonati e dei bambini. In caso di encefalopatie e neuropatie acute, la diagnosi certa è fondamentale per intraprendere cure efficaci e consentire a questi bambini di condurre una vita normale.

Periodo Self: dal 2/11 al 24/12/2020 con Carta Insieme ogni 20 Euro di spesa + 1,50 Euro di cui 1,00 Euro di contributo e 0,50 Euro di Solidarietà → **1 palla con tormentone di Natale** (confezione "cieca", 30 decori assortiti).

Inoltre, ad arricchire la self di solidarietà, l'offerta nel PdV prevedeva le seguenti meccaniche aggiuntive:

- ogni 3 palle (non necessariamente in unico scontrino) + 2,50 Euro di cui 2,00 Euro di contributo e 0,50 Euro di Solidarietà → **1 filo clip-led luminoso** appendi foto, biglietti di auguri, palle di Natale, ecc.
- con i punti miPREMIO 2020 il cliente poteva ritirare:
 - cassa bluetooth 700 punti + 5 Euro;
 - cornice portafoto salvadanaio 700 punti;
 - zerbino di Natale 500 punti + 5 Euro.
- per ogni palla ritirata entro la data 08/12/2020 il cliente ha ricevuto sullo scontrino un codice concorso da giocare tramite SMS e partecipare così all'estrazione finale di una delle 12 Lancia Y Hybrid o delle 60 spese da 3.000 Euro (in La Prepagata Conad).

Risultati Self di Solidarietà:

- totale palle ritirate in Self: 716.421;
- totale fili clip luci led ritirate: 54.566;
- totale premi consegnati modalità drenapunti: oltre 15.000;
- clienti partecipanti: 287.671;
- **risultati donazione edizione 2020:** grazie alla grande partecipazione dei clienti, la straordinaria cifra raccolta nell'ultima edizione è di **400.000 Euro complessivi**.

Focus concorso

Nell'ambito delle celebrazioni del 60° anniversario, il consueto concorso legato alla Self di solidarietà di Natale ha assunto un ruolo più che mai strategico e dominante, con un montepremi di **oltre 380.000 Euro**.

Abbiamo consegnato:

- 12 Lancia Y Hybrid;
- 60 spese da 3.000 Euro (in La Prepagata Conad).

CONCORSO "GRAZIE & VINCI" – 60°

In occasione del 60° anniversario Conad Nord Ovest ha voluto dire GRAZIE ai suoi clienti e dimostrare quanto sia accanto a loro in termini di convenienza e di sostegno.

Nell'ultimo quadrimestre dell'anno sono state pianificate numerose iniziative volte a comunicare l'anniversario dandogli sostanza, grazie al coinvolgimento della Clientela e delle Comunità. Ogni evento è quindi associato ad un concetto di ringraziamento e vicinanza.

In termini di comunicazione è stato ricercato un **format strategico ed estetico** che potesse accompagnarci in questo cammino dando rilievo a ciascuna iniziativa ma all'interno di una tematica trasversale (i 60 anni e la vicinanza) e riconoscibile.

Il marchio "60" e relativa margherita vengono esplosi diventando protagonisti visivi di ogni comunicazione.

Periodo erogazione: dal 5 al 11 ottobre 2020.

Mecchanica: consegna di 1 cartolina a tutti gli scontrini con Carta Insieme di almeno 20 Euro no multipli.

Montepremi: oltre 1.000.000 Euro.

Premi complessivi: 60.000 di cui:

- **Instant win (vincita immediata)**
→ 59.940 prepagate da 15 Euro.

Ritiro premi "instant win": dal 5 al 25 ottobre 2020.

Validità della prepagata da 15 Euro "instant win": dal 5 ottobre 2020 al 31 ottobre 2021.

- **Estrazione finale** → 60 spese da 2.000 Euro (ciascuna spesa è composta da 20 prepagate da 100 Euro).

Termine partecipazioni sms: 20/10/2020.
Estrazione finale: entro il 10/11/2020.

Risultati

Sono stati assegnati e consegnati agli aventi diritto i seguenti premi tra quelli previsti in palio, come di seguito dettagliati:

- 33.772 carte la Prepagata Conad da 15,00 Euro cad.
- 60 Buoni Spesa di 2.000 Euro cad.

Sono stati messi a disposizione dell'Associazione Onlus Caritas Italiana

i premi non assegnati e/o non richiesti dagli aventi diritto per un valore totale pari a **392.520 Euro**.

Customer Care

SERVIZIO CONTATTACI

Capacità di ascolto, risposta e problem solving sono le parole chiave nell'ambito del Servizio di Customer Care di Conad Nord Ovest, uno degli strumenti fondamentali per la gestione della Customer Retention. Attraverso un buon servizio di Customer Care, l'azienda non si pone infatti come obiettivo solo la fidelizzazione della propria clientela e la Brand Loyalty, ma cerca anche di generare un passaparola positivo, accrescendo così

Servizio Contattaci: report anno 2020 (n. richieste)

Al Tuo Servizio	10.899
APP	676
Sito	4.782
Carte Conad	789
Catalogo MiPremio	440
Problemi accreditati punti-buoni	285
Problemi richieste premi on-line	2.585
Prodotti non a marchio	222
Prodotto a marchio	659
Punti di vendita	1.855
TOTALE	23.192

la reputazione dell'impresa.

In Conad Nord Ovest il servizio di Customer Care è gestito attraverso il canale on-line, ovvero mediante il servizio "Contattaci", raggiungibile dal sito www.conad.it. Nel 2020 il servizio ha registrato oltre 23.000 richieste da parte dei nostri clienti, con un trend di crescita pari a +290% rispetto al 2010.

LE CARTE PREPAGATE

Anche le Carte Prepagate Conad rappresentano uno strumento di fidelizzazione in quanto sono una modalità di pagamento al portatore che i Clienti possono utilizzare per fare la spesa solo nei nostri punti di vendita. Sono a scalare, hanno una validità di 12 mesi dalla data di attivazione e possono essere ad importo fisso (da 30, 50 o 100 Euro) o variabile. Le carte prepagate spesso sono utilizzate dalle aziende nell'ambito di programmi di welfare per i propri dipendenti e di incentivazione alle vendite, per gestire promozioni riservate o come premio in concorsi e raccolte punti. Per promuoverne la vendita e la distribuzione, Conad Nord Ovest ha sottoscritto negli ultimi anni diverse convenzioni nel proprio territorio con aziende, associazioni e istituti di credito realizzando così nel 2020 un fatturato di oltre **12.000.000 Euro** (+65% rispetto al 2019).

I Fornitori di beni e servizi

Ortofrutta

Progetto ORI nell'area nord: partenza nel corso del 2020 dei consorzi Ori del Piemonte, Ori di Val d'Aosta, Ori di Liguria (con accenno all'imminente avvio di Ori dell'Emilia)

Nel corso del 2020 sono stati costituiti i Consorzi ORI in area nord: Consorzio ori del Piemonte, Consorzio Ori di Val d'Aosta e Consorzio Ori di Liguria, con la commercializzazione dei prodotti del Piemonte e Val d'Aosta da luglio 2020 seguite dai prodotti di Liguria da marzo 2021.



Sono state coinvolte 13 aziende agricole nel Piemonte, 9 in Val d'Aosta e 8 in Liguria. Questo è solo l'inizio di un percorso che farà crescere il numero delle aziende conferitrici ai Consorzi ORI.

Nel secondo semestre 2021 verrà attivato il Consorzio Ori dell'Emilia: definita la lista delle aziende costituenti tale consorzio, è in fase di definizione l'offerta assortimentale, lo sviluppo del packaging e l'organizzazione del piano marketing.



Primi risultati Consorzi Ori Piemonte-Valle d'Aosta-Liguria

I risultati di vendita del 2020

	(€ x 000)
 Inizio attività: 10 luglio 2020 (6 mesi)	1.106
 Inizio attività: 1 settembre 2020 (4 mesi) (consegna diretta a pv)	130
 Inizio attività previsto: 1 marzo 2021	0
Totale Consorzi al 31 dicembre 2020	1.236

Le aziende consorziate e le referenze attivate

	Toscana	Lazio	Sardegna	Piemonte	Valle d'Aosta	Liguria
Associati	46	26	24	13	9	8
Frutta	30	20	20	15	3	1
Verdure	60	60	50	20	6	16
IV-V gamma	20	10	10	-	1	1
Legumi e cereali	20	5	5	10	-	-
Totale	130	95	85	45	10	18

AUMENTO DELLA QUOTA DELLA MDD E DETTAGLIO DELLE QUOTE ORI SUDDIVISE PER REGIONE




La quota del marchio Conad in ortofrutta registra un incremento di 2,70% e si

assesta ben oltre il 40% sul totale degli acquisti di ortofrutta.

Anche la quota di vendita dei prodotti a marchio ORI, nelle regioni Ovest, registra incrementi e si assesta oltre il 20%.

ORTOFRUTTA	Venduto tot. a.t. dicembre 2020	Venduto MDD a.t. dicembre 2020	Quota a.t. dicembre 2020	Crescita quota MDD anno 2020
Conad Nord Ovest	272.379.549	111.066.423	40,8%	2,70

I risultati di vendita del 2020

	Incidenza sul valore complessivo di ortofrutta			
	Gen-nov 2019	Gen-nov 2020	Gen-dic. 2020 (€ x 000)	Delta% vs A.P.
	17,3%	18,8%	23.115	+12,5%
	20,3%	21,3%	13.887	+19,8%
	25,6%	24,2%	11.846	+3,0%
Totale Aree	19,8%	20,6%	48.848	+11,8%



IV-V GAMMA – PASSAGGIO DI GESTIONE IN PIATTAFORMA IN AREA NORD

A ottobre 2020, sulle piattaforme di Quiliano e Modena è avvenuto il passaggio di gestione delle merceologie di IV-V gamma da Ce.Di., con la cessazione del servizio diretto a PdV in rifatturazione.

Il passaggio ha coinvolto 250 referenze, ed ha permesso un riposizionamento al ribasso della linea prezzi di circa il 10%, perseguendo un recupero importante di competitività.

La frequenza di consegne è incrementata a sei giorni su sei per la quasi totalità dei negozi. Nonostante il settore di IV-V gamma abbia subito le più significative conseguenze legate alla pandemia da

Covid 19, i dati raccolti di fine anno evidenziano una sostanziale tenuta del fatturato e dei volumi rispetto al 2019.

ATTIVITÀ SU OCCASIONI D'ACQUISTO DAI MERCATI DI VERONA E TORINO

Per rispondere alla richiesta crescente di convenienza nel reparto da parte dei nostri clienti, le occasioni d'acquisto dai mercati ortofrutticoli possono essere un'importante leva.

Grazie ai riscontri positivi derivanti dalle attività in area Ovest tramite il mercato di Verona, ad agosto 2020 sono state avviate le opportunità d'acquisto anche dal mercato di Torino. I mesi successivi hanno evidenziato riscontri positivi in termini di volumi e di fatturato come riportato nella seguente tabella:

Mese	N. colli	Quintali	Fatturato (Euro)
Agosto 2020	7.025	576	52.275
Settembre 2020	24.852	1.604	187.103
Ottobre 2020	21.033	1.457	184.331
Novembre 2020	26.200	1.824	194.083
Dicembre 2020	24.474	1.797	189.235
Totale	103.584	7.258	807.029

Carni

SVILUPPO SEGMENTAZIONE ASSORTIMENTALE

Il processo di segmentazione degli assortimenti negli ultimi anni ha coinvolto la macelleria in maniera importante andando a sviluppare assortimenti in relazione al livello di servizio, al posizionamento prezzi e ai valoriali espressi per ogni categoria merceologica.

La MDD ha avuto un ruolo chiave in questo sviluppo in macelleria, sviluppo che nell'ultimo trimestre del 2020 ha coinvolto anche la pescheria grazie all'introduzione del marchio Sapori&Idee, marchio che si affianca a Sapori&Dintorni. Questi ultimi due marchi contengono

prodotti che hanno una componente di gusto superiore rispetto all'offerta base e sono sviluppati su due assi complementari.

In macelleria i primi prodotti a marchio S&I sono stati l'Arrostato di pollo, lanciato in occasione del catalogo gastronomico di Natale 2020, e i Filetti di Pollo Interi re-pack dal logo Conad.

In pescheria i primi prodotti a marchio S&I sono stati tutti gli articoli della linea Carpacci e Tartare, re-pack dal logo Conad.

IL PIU' CONVENIENTE

Per quanto riguarda il livello di segmentazione più basso, per la carne è stata estesa in tutta l'area nord di



CNO l'intera linea con il logo il più conveniente: prodotti confezionati da fornitore in formato famiglia di tutte le categorie merceologiche dove il driver di scelta per il consumatore è principalmente il miglior compromesso tra qualità e prezzo che deve risultare altamente competitivo anche nei confronti del canale Discount.

Il pacchetto di articoli è così composto:

Bovino: 9 referenze

Pollo: 6 referenze

Tacchino: 1 referenza

Suino: 7 referenze

Totale: 23 referenze.

ENFATIZZAZIONE E CRESCITA DEL PRODOTTO CON MATERIA PRIMA ITALIANA

I clienti negli ultimi anni, e con maggiore enfasi dalla pandemia, sono più sensibili al "made in Italy" per ragioni di sicurezza e per ragioni economiche.

Diventare parte attiva della sostenibilità economica del sistema Paese acquisisce valore di distintività e di posizionamento. Per questo nel 2020 Conad Nord Ovest ha rinforzato in termini di proposta assortimentale e in termini di comunicazione verso il cliente il claim "Carne Italiana" e "Pesce Italiano".

In collaborazione con il Consorzio Nazionale, a giugno 2020 è stato creato all'interno di un volantino una sezione dedicata con una selezione di tutti i prodotti italiani di tutti i reparti merceologici.

In questo volantino, per la prima volta in tutta Conad e in tutta la GD Italia, Conad Nord Ovest nei reparti Carne e Pesce è riuscita ad esprimere l'intera proposta promozionale del volantino solo ed esclusivamente con prodotti Italiani (dalla materia prima, al luogo di produzione e alla sede legale dell'azienda).

Conad ha voluto ribadire il ruolo attivo a favore della sostenibilità economica del sistema agro-alimentare italiano.

Le linee prodotte con carne italiana 100% sono:

- Prodotti sfusi e confezionati di Suino e Avicunicolo Conad Percorso Qualità.
- Elaborati crudi di Suino e di Avicunicolo Conad Percorso Qualità.
- Prodotti sfusi e confezionati di Bovino Conad Percorso Qualità: solo area Lazio.
- Prodotti sfusi e confezionati di Vitello Conad Percorso Qualità: solo area Nord.
- Prodotti sfusi e confezionati di Agnello: da novembre a marzo.

Le linee prodotte con pesce italiano 100% sono:

- Prodotti naturali confezionati in skin e atm Conad Percorso Qualità.
- Prodotti naturali sfusi allevati Conad Percorso Qualità: orata, branzino, trota e ombrina.
- Molluschi e cozze.

SVILUPPO LOCALISMO AREA NORD

Nel corso del 2020 e comunque subito dopo la fusione CdT/NdC, è stato realizzato un importante lavoro di ricerca di prodotti/aziende che potessero offrire a CNO e ai suoi clienti una proposta assortimentale di prodotti locali e a km 0.

Nel reparto Carne l'area di sviluppo nel 2020 si è concentrata in Piemonte dove sono stati resi disponibili a tutti i punti di vendita i seguenti prodotti/linee:

- **Linea di Suino nato e allevato in Piemonte:** sia prodotto sfuso che confezionato da fornitore.
- **Linea di Bovino di razza piemontese:** l'intera gamma di confezionato da fornitore di 2° lavorazione non disponibile a marchio Saporì&Dintorni.
- **La Salsiccia di Bra** è un insaccato riconosciuto come Prodotto Agroalimentare Tradizionale italiano prodotto in Piemonte unicamente a Bra (CN).



- Pollo nato e allevato in Piemonte: sia prodotto sfuso che confezionato da fornitore.
- La Tripa 'd Muncalè.

Nel cuneese, in occasione della ristrutturazione dell'Iper Cuneo ex-Auchan, è iniziato anche un percorso di **micro localismo** per enfatizzare i prodotti a km 0 andando a comunicare in-store il nome dell'allevatore e il luogo dell'allevamento. L'intento è di creare un legame ancora più forte tra l'insegna e il territorio offrendo un prodotto altamente qualitativo (Scottona di razza piemontese).

Contemporaneamente sono stati portati avanti anche progetti dedicati all'**area emiliana** che saranno attivati nel corso del 2021.

La **Liguria**, per la sua morfologia, non ha un bacino importante di allevamenti, per questo da sempre vive di riflesso della sua regione confinante: i clienti liguri utilizzano moltissimo i prodotti locali piemontesi. Anche in questa area ci sono dei progetti (da valutare ancora la fattibilità) indirizzati a sviluppare il localismo ma nel frattempo da maggio 2020 è stato attivato l'intero assortimento di bovino da allevamenti biologici provenienti dall'Alta Val di Vara già attivo nell'area Lunigiana.

Pesce

OMOGENEIZZAZIONE SERVIZIO LOGISTICO PESCE FRESCO IN TUTTA CNO CON LE ATTIVAZIONI PIATTAFORME DI QUILIANO (MARZO) E MONTOPOLI PER EMILIA (SETTEMBRE)

A marzo Conad Nord Ovest ha attivato il rifornimento da Ce.Di. del pesce fresco dalla piattaforma di Quiliano (Savona). In precedenza le aree della Liguria, Piemonte e Valle d'Aosta erano rifornite da fornitori in rifatturazione e questa operazione ha permesso di ottenere risparmi su tutta la filiera.

A settembre per i negozi con pescheria assistita dell'Emilia è stato attivato il rifornimento di pesce fresco dalla piattaforma di Montopoli Val d'Arno (Pisa). In precedenza il riapprovvigionamento era fornito dalla cooperativa Centro Nord.

Queste due importanti operazioni logistico/commerciali hanno omogeneizzato il livello di servizio in tutte le aree in una logica di più consegne settimanali (in logica AxB, AxC, AxD, a seconda degli articoli e della provenienza) senza stazionamento a stock della merce, per garantire frequenza e freschezza di consegna ai negozi.

Nel corso del 2020 ed in special modo nel secondo semestre, gli effetti sulle vendite di queste scelte sono stati rilevanti sia in termini di competitività continuativa che promozionale. Il culmine dei volumi è stato raggiunto con un periodo natalizio di altissime vendite.

SVILUPPO ASSORTIMENTALE SUL PESCATO DEL MAR ADRIATICO, MAR TIRRENO, MAR LIGURE E MARE DI SARDEGNA

Il pescato locale con consegna centralizzata è già sviluppato in area ovest, dato che stiamo portando avanti ormai da anni gli approvvigionamenti giornalieri del pescato dalle barche consorziate nel Consorzio Ori del Mar Tirreno - pescatori dell'Argentario e dalle barche della Cooperativa Marinai e Caratisti di Civitavecchia nelle aree Toscana e Lazio.

Un'ulteriore spinta in questo senso si è avuta nel corso del 2020 in area Nord grazie alle attivazioni dei Ce.Di. CNO, che hanno permesso la gestione centralizzata del pescato locale:

- in Liguria l'assortimento del pescato ligure è costituito da una decina di articoli disponibili 6 giorni su 7 in AxC in relazione alla disponibilità giornaliera;

- in Emilia il pescato dell'Adriatico è composto da una trentina di referenze una trentina di referenze 5 giorni su 7 in AxB. Il rifornimento da Montopoli ha permesso inoltre di attivare per i negozi emiliani, un assortimento di pescato del mar Tirreno, particolarmente gradito dalla clientela.

Nel mese di novembre 2020 anche in Sardegna, regione contornata dal mare e dove i soci dei PdV più grandi negli anni hanno attivato forniture di pescato locale che valorizza i nostri banchi, si è centralizzata a magazzino una proposta giornaliera, che dalla piattaforma di Monastir rifornisce 4 giorni su 7 con una modalità ordini/consegna PdV in AxB.

L'assortimento è costituito da circa 60 articoli a rotazione in relazione della disponibilità giornaliera.

La centralizzazione della gestione porta senza dubbio ad un maggior controllo qualitativo, a maggior garanzia di insegna con un'offerta assortimentale completa e di valorizzazione delle marinerie dei territori dove operiamo.

INCREMENTO TRATTAZIONE DEL PESCE CONFEZIONATO: RUOLO, SPAZIO, GESTIONE ASSORTIMENTI

Uno degli elementi distintivi del reparto, condiviso nelle commissioni soci reparto pescheria, è il ruolo crescente del pesce confezionato nella proposta al cliente.

Sia pesce pre incartato internamente al PdV, che pesce pre-confezionato da fornitore.

Il nostro cliente è sempre più propenso, e la situazione Covid ha accelerato questo trend, ad acquistare una proposta di pesce "tal quale", lavorato (per es. filetti) e ricettato che trova in vendita a libero servizio. Il cliente ha risposto alla sua esigenza di velocità nell'acquisto e percepisce, dal prezzo scritto sulla confezione, maggiore convenienza.

Da analisi fatte, già un numero consistente di negozi, registra dal 20 al 25% delle vendite di pesce confezionato, ed il trend è destinato a crescere nei prossimi anni.

Tale trend rende necessario un layout differenziato per format improntato ad una maggior presenza di spazi di vendita a libero servizio ed un ruolo sempre

"importante" di banco assistito di qualità, freschezza e gestito con professionalità dagli addetti.

ATTIVAZIONI E SPERIMENTAZIONI SUL COMPARTO SUSHI

Le pietanze etniche ed in particolare il sushi non sono più una moda del momento. Il sushi è diventato un acquisto sempre più frequente non solo per le giovani generazioni. Il 2020 ha registrato, dopo un calo importante di vendita durante il primo lockdown, incrementi importanti di vendita, complice la parziale chiusura della ristorazione.

Ad oggi la nostra cooperativa gestisce questo prodotto in due modalità:

- Un assortimento di sushi confezionato consegnabile 3 volte a settimana con shelf life 3 gg a PdV.
 - La produzione giornaliera avviene presso lo stabilimento del fornitore Sushi Excellence in località Roma Fonte Nuova, in uno stabilimento recentemente rinnovato di 1.200 mq, che coniuga selezione delle materie prime di qualità e artigianalità della lavorazione.
- Chioschi di produzione giornaliera all'interno di grandi superfici (Spazio Conad e Superstore) in un regime di



affidamento di reparto a operatori specializzati. Sono doverose alcune considerazioni per questa tipologia di gestione:

- si adatta a punti di vendita di traffico e fatturato potenziale di sushi di almeno 250.000 Euro annui con una incidenza media di reparto di 1%-1.5%;
- la produzione è giornaliera frontalmente al cliente, la vita del prodotto è di 1 gg per garantire la massima freschezza e qualità organolettica;
- alla società Conad viene riconosciuta una commissione sul fatturato di vendita alle casse.
- Ad oggi la presenza Conad Nord Ovest conta 21 chioschi interni ai PdV.





Panetteria

BAGUETTE SELEZIONE FORNO CON FARINA TOSCANA E NAZIONALE

A marzo siamo partiti con una grande novità nel reparto panetteria. È stato inserito in assortimento la nuova Baguette gr. 250 prodotta con 100% di farina toscana (in Toscana) e 100% italiana (nel Lazio e successivamente nelle regioni Nord). È una baguette parzialmente cotta non surgelata che viene finita di dorare nei forni dei negozi in pochi minuti.

Nell'impasto non viene inserito nessun additivo (proprio invece delle baguette surgelate) e si tratta di un impasto di sola acqua, farina e lievito che grazie alla nuova linea produttiva riesce a raggiungere un'altissima idratazione (superiore al 70%) che ne garantisce la fragranza ed un gusto unico.

Un'importante particolarità è nel tempo di rigenerazione nel punto vendita: passiamo dall'attuale 16/18 minuti del surgelato ai 8/10 minuti sempre a 180° del prodotto refrigerato.

Contestualmente la referenza "baguette surgelata" è uscita dall'assortimento per dare spazio alla nuova referenza

prodotta con ricetta esclusiva per Conad Nord Ovest nel nuovo stabilimento Dolcette Savini.

SVILUPPO LINEE SELEZIONE FORNO E SELEZIONE TRADIZIONE

Selezione Forno e Selezione Tradizione sono marchi esclusivi di CNO e sono rappresentati da linee di pasticceria con ricetta e produzione dedicata presso lo stabilimento Dolcette Savini. Selezione Forno è una linea di 36 referenze di biscotteria, torte, crostate e crossanteria.

Selezione Tradizione è il marchio creato per le ricorrenze (Pasqua, Natale, Carnevale, Halloween).

ESPERIENZE DI PRODUZIONE INTERNA DI PASTICCERIA NEI PDV SPAZIO CONAD

L'acquisizione degli ipermercati Auchan, convertiti dopo importanti ristrutturazioni in Spazio Conad, ha visto sviluppare dei reparti con laboratori di pasticceria orientati alla qualità ed al servizio al cliente.

Un assortimento con ricette esclusive e metodi di produzione quotidiana, hanno reso necessaria una organizzazione interna dedicata e spazi ampi di laboratorio.



Sviluppo di laboratori interni nel canale Spazio

Pro:

- ricettazione esclusiva del singolo PdV;
- alta fidelizzazione da parte del cliente, che percepisce l'artigianalità;
- continua ricerca e sviluppo con la supervisione dell'azienda fornitrice di materie prime;
- possibilità di realizzare articoli esclusivi per ogni singola ricorrenza stagionale;
- elevata marginalità (45/50%).

Contro:

- destinare ampio spazio (minimo 40 mq) per la realizzazione di un laboratorio;
- occorrono 3 persone per garantire una produzione quotidiana almeno del fresco;
- scarti alti, in particolar modo sul freschissimo (massima durata: 2 giorni).

Salumi e formaggi

POLITICA E RUOLO DEL PRODOTTO LOCALE

Il prodotto tipico è divenuto a tutti gli effetti un elemento impattante sui consumi nazionali, assumendo il ruolo di must-have assoluto sugli scaffali e arricchendosi nel tempo di contenuti che hanno oltrepassato l'ambito del gusto come la tutela dell'ambiente, la conservazione del territorio, le tradizioni gastronomiche, salvaguardia della cultura ecc.

Anzitutto è fondamentale fare chiarezza sul significato della parola "tipico" associata agli alimenti, dato che ad oggi, non esistendo una definizione esplicita, rimane una definizione piuttosto ambigua. Possiamo pertanto asserire che l'alimento è tipico nella misura in cui le sue proprietà rimandano direttamente a caratteristiche chimico-fisiche intrinseche (trasmesse da clima, territorio, etc.) e umane (conoscenza tramandata) della zona di origine del prodotto stesso.

I MARCHI EUROPEI A TUTELA DEI PRODOTTI TIPICI

A partire dal 1992 l'Unione Europea riconosce e protegge regimi diversi di

qualità tipica attraverso l'istituzione di tre diversi marchi (DOP, IGP e STG), che certificano il rispetto di norme produttive specifiche nell'arco di tutta la filiera produttiva (ad oggi i prodotti tipici europei sono più di 3.000):

- **STG (Specialità tradizionale garantita).** Conferito a prodotti non riconducibili a zone geografiche specifiche ma caratterizzati da modalità di produzione tradizionali e costanti nel tempo (es. Mozzarella, Pizza Napoletana, l'Amatriciana, ecc.);
- **IGP (Indicazione geografica protetta).** Attribuito ad alimenti la cui qualità o reputazione sia riconducibile ad una zona di origine specifica. È sufficiente che una sola delle tre fasi della filiera – produzione, trasformazione, elaborazione – avvenga nell'area definita (es. Speck dell'Alto Adige, Canestrato di Moliterno, Culatello di Zibello, ecc.);
- **DOP (Denominazione di origine protetta)** è quello che esprime il legame più forte con il territorio di origine, le cui peculiari caratteristiche qualitative dipendono essenzialmente o esclusivamente dal territorio in cui sono stati prodotti. La loro intera filiera è ascrivibile, dalla produzione di ingredienti al confezionamento,

alla medesima e delimitata zona di origine (es. Prosciutto San Daniele, Pecorino Toscano, Parmigiano Reggiano Dop., ecc.).

Nonostante il grande numero di riconoscimenti sul territorio nazionale, soltanto poche denominazioni sviluppano apprezzabili valori di mercato (Parmigiano, Grana e Prosciutti rappresentano oltre il 65% del fatturato dell'intero comparto), mentre la stragrande maggioranza realizza fatturati limitati e sovente concentrati nell'area di origine.

Studi dell'Università Cattolica asseriscono che oltre il 65% dei consumatori percepiscono il prodotto locale non solo come maggiormente qualitativo e sostenibile (filiera corta → minor impatto ambientale), ma anche come più conveniente... ed essendo questo aspetto oggi più che mai fondamento nelle scelte d'acquisto di un individuo (downgrading in termini di slittamento nella scala prezzi) inevitabile la sua crescita/decrecita in funzione della zona d'origine.

Prerogativa di Conad è quella di dare sempre più spazio alla territorialità, affinando e comunicando attraverso i ben noti localismi.





Regole fondamentali di gestione assortimentale dei prodotti tipici

- L'azienda che produce il prodotto deve essere legata al territorio sia per tradizione ma anche per innovazione; è un'azienda regolarmente certificata sotto ogni aspetto: sanitario, legislativo, finanziario; le materie prime hanno provenienza certificata; le produzioni sono elaborate solo direttamente dalle aziende di riferimento e non per conto o scambi di merce.
- Nella presentazione dei nostri assortimenti il prodotto tipico del territorio rappresenta una integrazione di valore all'assortimento di base. Dobbiamo evitare la sovrapposizione/esclusione del marchio Conad, analizzando le singole casistiche. È quindi fondamentale un giusto equilibrio tra assortimento suddiviso tra MDD, industria e Localismo.
- Va prestata molta attenzione all'area geografica di distribuzione del prodotto tipico che dev'essere quella che il consumatore sente e non quella che vogliamo per "forza dare".

PRODOTTI NOVITÀ MDD

Il banco taglio vuole continuare ad essere protagonista nel negozio partendo dall'offerta MDD e sviluppandola sia

nel formato vendita sfusa che nel take away, sempre più presente nelle scelte di acquisto dei nostri clienti

Diventa fondamentale offrire un servizio differenziato rispetto a libero servizio, che possa esprimere le stesse sensazioni percepite di fronte al banco ma che possa essere "raggiungibile" nel minor tempo/contatto possibile. Il requisito fondamentale da cui partire dovrà essere appunto l'alta qualità della materia prima, esaltata da un'inequivocabile visibilità (chiarezza espositiva e comunicativa di caratteristiche/offerta) e avvolta in un pack essenziale e ambientalmente responsabile.

L'obiettivo è essere sempre più protagonisti con la MDD in settori di alto potenziale.

- Potenziare l'ATTRATTIVITÀ e la DISTINTIVITÀ del reparto.
- Rafforzare il valore del brand Sapori&Dintorni attraverso prodotti tipici e sempre più rappresentativi della cultura enogastronomica (MDD oggi incide nel reparto per oltre il 50%, l'obiettivo è rafforzarla soprattutto nel comparto T/A formaggi freschi).
- Raccontare il percepito di VALORE e di QUALITÀ dei prodotti con MEDIA INNOVATIVI.

Reperto Largo Consumo Confezionato

L'anno 2020 è stato fortemente condizionato dalla pandemia e dalle dinamiche socio economiche che ne sono derivate. Questi i punti focali.

RISULTATI DI VENDITE NELL' LCC

Partiamo dai risultati del mercato mettendoli a confronto con quelli ottenuti dalla nostra cooperativa.

Facciamo poi vedere come il risultato totale sia stato fortemente condizionato dalla prima ondata/lockdown della pandemia.

Il consuntivo delle vendite 2020 della GDO

(variazioni % vendite a valore consuntivi a fine anno versus anno precedente, LCC, canali "fisici" GDO*)

Anni	Vendite complessive GDO*	Vendite (Iper+Super+LSP)
2018	+1,3	-0,1
2019	+2,7	+1,6
2020	+7,5	+6,4

* Totale canali "fisici" GDO = Ipermercati + Supermercati + LSP + Discount + Drugstore

Fonte: elaborazione REM-Lab su dati IRI

Il consuntivo delle vendite 2020 - LCN CNO

Totale	Incassi LCC (Euro)	Vs AP (%)
LCC assoluto	2.231.233.098	10,68
LCC omogeneo	2.038.410.397	5,50

Fonte: dati interni - Report Vendite Reparti Mensile

La dinamica delle vendite della GDO nelle diverse fasi pandemiche del 2020

(variazioni % vendite a valore versus stessi periodi 2019, LCC, canali "fisici" GDO)

Periodi 2020	Totale canali "fisici" GDO*	(di cui) Iper+Super+LSP
Pre-Covid 19 (gennaio-febbraio)	+4,6	+3,6
Prima ondata/Lockdown (marzo-aprile)	+12,8	+13,6
Fase 2 (maggio)	+11,5	+10,1
Fase 3/Riapertura (giugno-settembre)	+3,8	+2,1
Seconda ondata (ottobre-dicembre)	+8,8	+6,0
Totale anno 2020	+7,5	+6,4

* Totale canali fisici GDO = Ipermercati + Supermercati + LSP + Discount + Drugstore

Fonte: elaborazione REM-Lab su dati IRI

Le dinamiche delle vendite in CNO nelle diverse fasi pandemiche del 2020 nell'LCC

CNO	Assoluto vs anno precedente	Omogeneo vs anno precedente
Pre-Covid 19 (gennaio-febbraio)	10,91%	7,8%
Prima ondata/Lockdown (marzo-aprile)	17,51%	14,31%
Fase 2 (maggio)	9,71%	5,95%
Fase 3/Riapertura (giugno-settembre)	5,26%	-0,22%
Seconda ondata (ottobre-dicembre)	12,93%	5,75%
Totale	10,68%	5,50%

Fonte: dati interni - Report Vendite Reparti Mensile

ANDAMENTO DELLE CATEGORIE

La situazione di emergenza sanitaria derivante dalla già citata pandemia da Covid 19, oltre ad influenzare, come abbiamo visto, l'andamento complessivo

delle vendite, ha generato un'importante modifica dei consumi.

Tale situazione la possiamo riscontrare anche nelle variazioni delle vendite tra le categorie dei prodotti industriali

confezionati (LCC – Largo Consumo Confezionato).

Nella tabella a fianco possiamo vedere, attraverso i dati delle vendite al pubblico di CNO, quali categorie merceologiche hanno registrato i maggiori trend di crescita rispetto al 2019.

vegetali, farine, lieviti, igienizzanti, guanti, ecc. per i quali in azienda è stato necessario strutturare delle task force/gruppi di lavoro che nel periodo marzo-maggio hanno dovuto occuparsi quasi esclusivamente della reperibilità sul mercato, coordinare la modalità di riapprovvigionamento verso i nostri magazzini e presidiare il processo di evasione ordini verso i PdV monitorando quotidianamente il contingentamento della merce cercando di soddisfare al meglio le esigenze di tutti i nostri soci.

EMERGENZA PRODOTTI PRIMA NECESSITÀ

Da notare soprattutto l'esplosione dei consumi di prodotti quali conserve

Categorie	Sell out CNO (Euro)	Scostamento (%) vs anno precedente-CNO
Pesce surgelato	34.667.989	26%
Carni surgelate	540.573	26%
Detersivi stoviglie	17.066.845	23%
Salumi LS	79.455.635	22%
Snack surgelati	5.598.631	20%
Altri prodotti surgelati	6.120.789	20%
Formaggi LS	140.243.599	18%
Pizze surgelate	19.275.601	17%
Uova fresche	31.627.403	16%
Caffè	57.788.837	16%
Spalmabili dolci	38.174.768	14%
Latticini UHT	63.896.165	14%
Birre	64.899.700	13%
Biscotti	57.404.454	12%
Snack salati	24.712.172	12%
Pet-cat	33.745.064	10%
Olio di oliva	40.541.299	10%

Fonte: dati interni - microstrategy DM Vendite

Categoria merceologica	Sell out CNO (Euro)	Scostamento (%) vs anno precedente-CNO
Guanti	4.471.415	62%
Farina	12.322.943	51%
Preparati per dolci	13.206.541	36%
Panni pulizia casa	3.829.081	29%
Conserve rosse	25.587.376	21%
Detergenza casa	12.323.450	20%
Conserve legumi	13.560.685	16%

Fonte: dati interni - microstrategy DM Vendite

ConCURA

Parafarmacia e Ottico 

RISULTATI MARCA DEL DISTRIBUTORE

Vediamo adesso quali sono state le performances dell'MDD in termini di quota e trend nel mondo del largo consumo confezionato:

Dettaglio LCC totale Sell Out CNO per brand MDD

Brand	Sell out CNO (Euro)	Scostamento (%) vs anno precedente-CNO
Verso Natura Conad Bio	29.469.302	4%
Conad Percorso Qualità	17.291.733	19%
Conad Alimentum	7.245.559	24%
Verso Natura Conad Equo	1.163.481	10%
Conad	551.773.678	10%
Verso Natura Conad Eco	4.226.770	4%
Conad Essentiae	4.771.970	49%
Verso Natura Conad Veg	2.625.325	1%
Sapori&Dintorni	42.720.255	17%
Conad Kids	496	-100%
Conad Baby	5.025.706	18%
Conad AC	430.923	-38%
Conad Piacersi	20.104.936	16%
Conad Naturaline	228.220	-26%
Sapori&Idee	555.153	100%
TOTALE	687.633.507	11%

Fonte: dati interni - microstrategy DM Vendite



Evoluzione dei concept

Il 2020 ha visto la realizzazione del nuovo Format Specializzato "Con Cura" nei punti di vendita del canale Spazio. "Con Cura" è un'area dedicata all'interno di un punto di vendita dove è possibile trovare un assortimento multiproposta che integra l'offerta delle parafarmacie e degli ottici, con tanti altri prodotti della Cura Persona e con servizi dedicati al benessere del consumatore.

L'obiettivo del Progetto "Con Cura" è stato quello di creare distintività nel canale SPAZIO, con la realizzazione di

un percorso esperienziale, innovativo e semplificato, valorizzando le sinergie tra i Mercati Pharma e quelli più affini del mondo del Supermercato.

Il concept "Con Cura" offre in Parafarmacia oltre 5.000 referenze:

- farmaci di automedicazione, farmaci senza obbligo di prescrizione, farmaci veterinari con e senza obbligo di ricetta e medicinali omeopatici;
- prodotti dermocosmetici per la cura del corpo, del viso e dei capelli. Creme, make up, solari e detergenti per ogni tipo di pelle;
- integratori alimentari e rimedi naturali per ogni esigenza di benessere,

vitamine, energizzanti e sali minerali, prodotti per l'equilibrio gastrointestinale e salute cardiovascolare, linea, depurazione e rilassamento.

E nel reparto Ottico oltre 1.000 referenze:

- occhiali da vista, occhiali da sole, contattologia e liquidi per la manutenzione. Assortimento sempre aggiornato, con tutte le novità all'ultima moda;
- consulenze qualificate e servizi misurazioni e screening per il controllo del peso, della pressione arteriosa, analisi della pelle e del capello e analisi della vista in salette riservate e dedicate;
- presenza di professionisti qualificati, titolati alla vendita di farmaci e dispositivi di correzione della vista nonché a disposizione per consulenze e consigli sul benessere.

L'emergenza Covid, nel 2020, non ha consentito la piena messa a regime del nuovo concept soprattutto per la forzata inattività dell'area servizi.

Ad oggi sono stati realizzati due concept con "Con Cura": uno all'interno di Spazio Conad Cuneo in Via Margarita ed uno all'interno di Spazio Conad Grosseto in Via Aurelia Antica.

PetStore

Nel 2020 il piano di sviluppo di Conad Nord Ovest ha portato a cinque nuove aperture del canale specializzato PetStore.

In alcuni di questi punti di vendita la proposta commerciale food ed accessoristica non food è stata integrata con una serie di servizi speciali come il "BubblePet", il format di servizi igiene e bellezza legato al PetStore Conad.

Si tratta di un locale accogliente ed elegante, dove i nostri clienti possono trovare servizi per la cura e la salute dei loro animali grazie a personale dedicato e professionale.

Il format, con una grafica accattivante e colori che lo rendono facilmente riconoscibile, offre servizi di vario genere:

- toelettatura professionale a cura di personale esperto;
- vasca per lavaggio self service con vasche e spazi appositamente attrezzati per cani e gatti;
- lavanderia automatica self service con macchine specializzate nel lavaggio e asciugatura di accessori (cucce, cuscini, coperte);
- eventi periodici con veterinari ed addestratori.



I fornitori locali

Conad dedica da sempre particolare attenzione ai prodotti del territorio, privilegiando le aziende locali che esaltano

le tipicità eno-gastronomiche del nostro Paese, la qualità delle materie prime utilizzate e dei sistemi di lavorazione e produzione rispettosi dell'ambiente e della salute dei consumatori.

Dati del localismo in CNO

Brand	Fatturato (mil. €)	N. articoli	N. fornitori	Incremento fatturato
Piemonte+Valle d'Aosta	34	3.100	134	14%
Liguria	35	3.370	156	14%
Emilia	58	5.250	260	13%
Toscana	232	5.350	690	32%
Lazio	65	2.000	215	22%
Sardegna	145	3.300	320	46%
TOTALE	569	22.370	1.775	25%

Note Metodologiche

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

Il modello GBS

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

Conad Nord Ovest ha seguito, nella redazione di questo Bilancio Sociale, il modello GBS, elaborato da un gruppo di studio formato da professionisti provenienti dal mondo accademico e della consulenza, con l'obiettivo di offrire una guida sulle finalità e sulle procedure di formazione del Bilancio Sociale.

Tale gruppo di studio, costituito nel 1998, presentò, nel 2001, lo standard generale per la redazione del Bilancio Sociale indicandone i soli contenuti

minimi, lasciando quindi spazio all'aggiunta d'informazioni facoltative a discrezione delle aziende.

Alla scelta del contenuto minimo, che è garanzia di completezza del Bilancio, si è aggiunta, in seguito, la definizione della sua struttura, che è rivolta a tutelare l'uniformità nella presentazione delle informazioni.

Il modello proposto prevede una struttura articolata in 3 parti:

- 1) identità aziendale;
- 2) produzione e distribuzione del valore aggiunto;
- 3) relazione sociale.

La **prima parte** fa riferimento all'insieme di condizioni che si riflettono sul modo di essere dell'azienda: scelta degli obiettivi, modalità di realizzazione, rapporto con gli stakeholder.

Gli elementi che definiscono l'identità aziendale sono: l'assetto istituzionale, i valori di riferimento, la missione, le strategie e le politiche.

La **seconda sezione** è dedicata al calcolo e alla distribuzione del valore aggiunto e serve per ancorare il

Bilancio Sociale ai dati contabili, i quali hanno una loro autonoma valenza sociale che non traspare dal Bilancio di esercizio e che deve essere comunque esplicitata.

Infine, la **terza parte** è destinata alla descrizione dei risultati connessi all'attività aziendale. Gli stakeholder presi in considerazione dal modello sono ad esempio: personale, soci, finanziatori, clienti, utenti, fornitori, pubblica amministrazione, collettività. Quest'ultima categoria comprende, tra l'altro, gli interessi di natura sociale e ambientale.

Per ciascun gruppo di stakeholder il bilancio deve riferire in ordine alle politiche intraprese e ai risultati attesi, al grado di soddisfazione rilevato rispetto alle aspettative, alle modalità di comunicazione e al livello di conflitto.

Noi di Conad Nord Ovest abbiamo fatto precedere questi tre elementi portanti della struttura del Bilancio Sociale, da un capitolo dedicato alla "partecipazione ed alla formazione", in quanto elementi che da sempre caratterizzano il modo di concepire l'impresa per Conad.

Coordinamento editoriale
Aldo Biasi Comunicazione, Milano

Progetto grafico e impaginazione
In Pagina di Raimondo Monti & C., Saronno (VA)

Fotografie
Archivio Conad Nord Ovest

Stampa
Nuova Fag litografica S.r.l., Pistoia

Pistoia, giugno 2021

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

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

