

Annual Report 2025



Annual Report 2025

Indice

	Lettera agli Stakeholder	4
01.	CONAD CENTRO NORD	6
	1.1. Il Sistema Conad a livello nazionale	8
	1.2. Principi e valori di Conad	10
	1.3. Il Sistema Conad Centro Nord	12
	1.4. La governance in Conad Centro Nord	15
	1.5. L'Organigramma di Conad Centro Nord	17
	1.6. Il sistema di controllo	19
	1.7. La Strategia Multicanale	20
02.	RISULTATI E PERFORMANCE ECONOMICA	24
	2.1. Highlights 2025	26
	2.2. Il valore economico generato e distribuito	29
03.	LA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ	32
	3.1. La strategia di sostenibilità	34
	3.2. L'analisi di materialità	34
	3.3. Il programma per il futuro di Conad	36

04.

AMBIENTE

38

4.1. Impronta climatica Supply Chain	40
4.2. Emissioni e consumi di Cooperativa	45
4.3. Punti vendita	48
4.4. Prodotti a Marchio Conad	50
4.5. Le iniziative ambientali	52

05.

PERSONE E COMUNITÀ

54

5.1. Le nostre persone	56
5.2. I Soci	60
5.3. I nostri Clienti	62
5.4. I fornitori di Conad Centro Nord	65
5.5. La collaborazione con le piccole produzioni del territorio	68
5.6. Le iniziative territoriali	69

La lettera agli Stakeholder

Gentili Stakeholder,
con questo Annual Report Conad Centro Nord prosegue il proprio percorso di responsabilità e trasparenza, con l'obiettivo di raccontare in modo sempre più chiaro il proprio impegno verso una crescita attenta agli impatti ambientali, sociali ed economici generati dalle attività della Cooperativa.

La sostenibilità non è per noi un tema nuovo né separato dal nostro modo di fare impresa. È parte del legame che da oltre 60 anni unisce Conad Centro Nord ai territori in cui opera, ai Soci imprenditori, ai collaboratori, ai clienti, ai fornitori e alle comunità locali.

Conad Centro Nord ha scelto di rafforzare il proprio percorso di rendicontazione su base volontaria, con riferimento ai principi degli European Sustainability Reporting Standards. Per questo motivo abbiamo lavorato alla raccolta e alla sistematizzazione dei dati disponibili, alle prime analisi sui temi ambientali, sociali e di governance e al progressivo rafforzamento dei processi di monitoraggio. Un passaggio importante, che consente di trasformare iniziative e progettualità in una **base informativa sempre più solida**, utile anche per orientare le scelte future.

In questo percorso si inserisce l'analisi di doppia materialità, realizzata con il coinvolgimento di stakeholder interni ed esterni. L'attività ha permesso di individuare

i temi più rilevanti per la Cooperativa, considerando sia gli impatti generati sulle persone, sull'ambiente e sul territorio, sia i possibili effetti economico-finanziari che tali temi possono avere su Conad Centro Nord. Si tratta di un punto di partenza, che intendiamo affinare progressivamente.

Al centro di questo cammino rimangono i **Soci imprenditori**, con la loro presenza attiva nei punti vendita, la conoscenza diretta delle comunità e la capacità di interpretare i bisogni dei territori. Accanto a loro, i **collaboratori** contribuiscono ogni giorno con competenza e responsabilità alla qualità del servizio e alla relazione con i clienti. La fiducia dei **clienti** è un altro pilastro del nostro impegno. A loro vogliamo rispondere con un'offerta di qualità, conveniente e sicura, capace di tutelare il potere d'acquisto e promuovere scelte sempre più consapevoli.

Il nostro ruolo si esprime anche nel sostegno alle **comunità**, attraverso iniziative per la scuola, lo sport, la cultura, la solidarietà e le filiere locali: un modo concreto per restituire ai territori parte del valore che da essi riceviamo.

Siamo consapevoli che il percorso intrapreso richiederà continuità, metodo e capacità di miglioramento. Questo Annual Report vuole quindi rappresentare un cammino in evoluzione, radicato nei valori cooperativi e orientato a generare valore condiviso nel lungo periodo.



Ivano Ferrarini
Amministratore Delegato e Direttore Generale



Luca Signorini
Presidente

01. Conad Centro Nord





Conad Centro Nord (CCN) è una delle cinque Cooperative territoriali del Sistema Conad, Consorzio Nazionale tra Dettaglianti e insegna leader in Italia nel mercato della Grande Distribuzione Organizzata. Costituita nel 1963, la Cooperativa opera nelle province emiliane di Reggio Emilia, Parma e Piacenza e in Lombardia, attraverso una Rete di **332 punti vendita**, per una superficie complessiva di circa 305 mila m².

La presenza sul territorio e il rapporto diretto con le persone rappresentano da sempre uno dei tratti distintivi di Conad Centro Nord. Un legame che si traduce ogni giorno nel lavoro dei Soci imprenditori e di tutti i collaboratori, impegnati a costruire relazioni solide dentro e fuori dai punti vendita e a mantenere vivo il dialogo con le comunità di cui la Cooperativa è parte integrante.

È da questo radicamento che nasce anche la visione di lungo periodo di Conad Centro Nord: confermarsi come soggetto capace di contribuire al benessere sociale ed economico dei territori in cui opera, assumendo la **sostenibilità ambientale, economica e sociale** come criterio guida del proprio percorso. Nel medio periodo, la Cooperativa punta a raggiungere e consolidare la leadership nelle aree di presenza, facendo leva su innovazione e pianificazione per valorizzare l'**imprenditorialità diffusa** che da sempre caratterizza il proprio modello cooperativo.

1.1. Il Sistema Conad a livello nazionale

Per comprendere meglio l'identità e il ruolo di Conad Centro Nord, è utile partire da un inquadramento del Sistema Conad a livello nazionale, **modello cooperativo** di cui la Cooperativa è parte. Conad, Consorzio Nazionale Dettaglianti, è oggi la più ampia organizzazione italiana di imprenditori indipendenti del commercio al dettaglio e riunisce cinque grandi Cooperative: oltre a Conad Centro Nord, CIA-Commercianti Indipendenti Associati, CAD-Conad Adriatico, CNO-Conad Nord Ovest e PAC 2000A.

Questa struttura dà vita a un modello organizzativo fondato sull'**imprenditorialità indipendente**, sul radicamento territoriale e sulla centralità della **persona**. Un principio che trova concretezza nella relazione con i clienti e nel rapporto con i Soci, attraverso il ruolo di orientamento e sintesi svolto dal Consorzio per l'intero Sistema e l'attività di coordinamento e servizio garantita dalle Cooperative nei territori.

Il modello imprenditoriale di Conad prende forma attraverso **tre livelli integrati**:

Soci imprenditori

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

Cooperative

- ⚙️ affiancano l'attività imprenditoriale dei Soci con servizi dedicati al supporto del business;
- ⚙️ collaborano con i Soci nei programmi di sviluppo della Rete di vendita;
- ⚙️ partecipano alla costruzione delle politiche nazionali all'interno del Consorzio Nazionale e di ANCD, Associazione Nazionale Cooperative fra Dettaglianti.

Consorzio Conad

- ⚙️ opera per conto dell'intero Sistema come centrale di acquisto e servizi, con responsabilità di negoziazione con fornitori nazionali e internazionali;
- ⚙️ gestisce le attività di marketing e comunicazione a livello nazionale;
- ⚙️ cura la produzione e lo sviluppo dei prodotti a marchio Conad;
- ⚙️ coordina le strategie di Sistema;
- ⚙️ promuove l'innovazione;
- ⚙️ mantiene le relazioni con i partner europei.



1.2. Princìpi e valori di Conad

I princìpi e i valori guidano il modo di fare impresa dell'intero Sistema Conad a livello nazionale e rappresentano un riferimento condiviso anche per Conad Centro Nord, che li traduce ogni giorno nella relazione con Soci, persone, comunità e territori.

Sono alla base dell'identità cooperativa e orientano le attività quotidiane e le scelte per il futuro, contribuendo a costruire relazioni solide e a promuovere uno sviluppo sostenibile, partecipato e condiviso.

I Princìpi



Mutualità

È la scelta dei Soci di crescere insieme, mettendo in comune risorse, responsabilità e competenze per raggiungere obiettivi condivisi.



Partecipazione

Si esprime nel coinvolgimento attivo dei Soci nella vita del Sistema Conad, attraverso gli organismi delle Cooperative e le Commissioni di lavoro tematiche.



Rad icamento nella comunità

Rappresenta il legame concreto con il territorio, costruito sull'ascolto dei bisogni locali e sulla relazione con le realtà sociali che lo animano.



Intergenerazionalità

Guarda alla continuità del Sistema, favorendo l'ingresso di nuovi Soci e sostenendo la crescita imprenditoriale delle generazioni future.



I Valori



Appartenenza

Nasce dalla condivisione di obiettivi, idee e modi di vivere l'impresa, tenendo insieme autonomia imprenditoriale, senso di comunità e forza dell'organizzazione.



Centralità delle persone

Riconosce il valore di ognuno e l'importanza dell'ascolto, promuovendo relazioni fondate sul rispetto, sulla fiducia e sull'attenzione concreta verso Soci, collaboratori e clienti.



Orientamento all'innovazione

È la capacità di leggere i cambiamenti del mercato e della società, sperimentare nuove soluzioni e cogliere opportunità con visione, equilibrio e responsabilità imprenditoriale.



Sostenibilità ambientale, sociale ed economica

Orienta le scelte verso la creazione di valore per Soci, comunità e generazioni future, integrando attenzione all'ambiente, responsabilità sociale e solidità economica.



Integrità

Guida decisioni e comportamenti nel rispetto di principi chiari e condivisi, mantenendo fede agli impegni presi e agendo con responsabilità verso persone e Sistema.

1.3. Il Sistema Conad Centro Nord

Il **Socio imprenditore** è il cuore del Sistema Conad Centro Nord. Titolare del punto vendita associato in Cooperativa, rappresenta la forza propulsiva che ha contribuito a rendere Conad leader di mercato. È attorno alla sua attività che si concentrano i principali impegni di Conad Centro Nord, nel ruolo di struttura di **coordinamento e servizio** al fianco dei propri Soci.

La Cooperativa sostiene infatti i Soci imprenditori attraverso servizi e funzioni pensati per rafforzare la quota di mercato dell'insegna, favorire lo **sviluppo di nuova imprenditorialità** e generare **valore per i Soci** stessi e per i territori in cui operano, all'interno di un percorso di **crecita etico e sostenibile**.

Le aree di supporto ai Soci



Sviluppo della Rete e nuovi concept

Conad Centro Nord accompagna la crescita della Rete attraverso l'acquisizione o la realizzazione di nuovi punti vendita, il coordinamento delle fasi preliminari e progettuali delle aperture e lo sviluppo di nuovi concept secondo gli standard definiti dal Consorzio Nazionale.



Offerta commerciale e innovazione

La Cooperativa ricerca le migliori condizioni di acquisto e supporta le imprese socie nell'evoluzione dell'offerta, introducendo elementi di innovazione commerciale, in linea con i principali trend di mercato.



Marketing e relazione con i clienti

Attraverso piani marketing, campagne di comunicazione, promozioni e iniziative di fidelizzazione, Conad Centro Nord sostiene la capacità dei punti vendita di rafforzare il rapporto con i clienti e di rispondere in modo efficace ai loro bisogni.



Logistica e distribuzione

La gestione del ciclo logistico comprende il governo delle attività di magazzino e della distribuzione delle merci, lungo una filiera che collega fornitori, depositi e punti vendita, garantendo efficienza e continuità operativa.



Assistenza alla Rete di vendita

La Cooperativa affianca i punti vendita con attività di consulenza e monitoraggio delle performance economiche e gestionali, presidio della qualità dei prodotti lungo la filiera distributiva e supporto nelle fasi di allestimento e start-up delle nuove aperture.



Persone, competenze e formazione

Conad Centro Nord promuove lo sviluppo delle competenze aziendali, gestionali e imprenditoriali attraverso percorsi formativi rivolti al personale della sede centrale e della Rete di vendita, dalla progettazione al monitoraggio delle iniziative.



Amministrazione, finanza e servizi societari

Le imprese socie sono supportate negli adempimenti amministrativi, contabili e fiscali. La tesoreria centralizzata consente inoltre di ottimizzare i flussi di cassa, pianificare gli aspetti finanziari e fiscali, analizzare gli investimenti e monitorare i fabbisogni finanziari.



Sistemi informativi e tecnologie

La Cooperativa cura lo sviluppo e la manutenzione dell'Information Technology, oltre all'installazione e gestione degli strumenti informatici necessari alla conduzione dei punti vendita.

La rete di stakeholder

- ⚙️ Clienti
- ⚙️ Soci
- ⚙️ Dipendenti
- ⚙️ Fornitori
- ⚙️ Istituti di credito
- ⚙️ Enti pubblici
- ⚙️ Terzo settore
- ⚙️ Nuove Generazioni
- ⚙️ Media
- ⚙️ Mondo accademico e della Ricerca
- ⚙️ Mondo Cooperativo
- ⚙️ Comunità locali
- ⚙️ Consorzio Nazionale Conad

La nostra storia

 ANNI '60/'70


Nasce Conad

Nel **1962** nasce a Bologna Conad, Consorzio Nazionale Dettaglianti. Nel **1963**, a Reggio Emilia, nasce la Cooperativa Mercurio, prima radice di Conad Centro Nord. Nel **1968** il Sistema rafforza la propria identità con l'adozione di un'unica insegna per tutti i punti vendita associati.

 ANNI '70/'90


Consolidamento e crescita

Nel **1973** viene costituita l'ANCD, Associazione Nazionale Cooperative fra Dettaglianti. Dal **1976** prende forma il percorso di unificazione tra le Cooperative di Reggio Emilia, Parma e Piacenza, insieme allo sviluppo dei primi supermercati in Emilia. Nel **1987** nasce Conad Emilia Ovest dall'unione della Cooperativa Mercurio con COPDA. Un'evoluzione analoga interessa la Lombardia, fino alla costituzione, a **fine anni '80**, di un'unica Cooperativa: Conad Lombardia.

 ANNI '90/2010

L'affermazione sul mercato

Nel **1997** nasce Conad Centro Nord, dall'integrazione tra Conad Emilia Ovest e Conad Lombardia. La nuova Cooperativa avvia un percorso di riorganizzazione e modernizzazione della Rete e, con il nuovo millennio, consolida la propria presenza con oltre **100** supermercati, più di **2.500** occupati, i primi piani strutturali di Responsabilità sociale e nuovi programmi di formazione per Soci e collaboratori.

 ANNI 2010/2025

La leadership di Conad e i 60 anni di CCN

Nel **2013** Conad Centro Nord compie 50 anni: la sua crescita prosegue con **231** punti vendita, **4.400** addetti e oltre 1 miliardo di euro di fatturato. Nel **2019**, l'acquisizione di gran parte della rete Auchan segna un passaggio decisivo per Conad, che diventa leader della GDO in Italia; nell'ambito dell'operazione, Conad Centro Nord acquisisce **36** punti vendita. Nel **2025** conta **332 punti vendita** e oltre **2 miliardi di euro di fatturato**.

1.4. La governance in Conad Centro Nord

La governance di Conad Centro Nord nasce dal coinvolgimento diretto dei Soci nei diversi livelli decisionali. È attraverso questa partecipazione che prende forma un modello cooperativo fondato sulla collaborazione tra base sociale e management della Cooperativa, in un equilibrio costante tra visione imprenditoriale, presidio del territorio e indirizzo strategico.

Questo sistema si collega, a sua volta, alla governance del Consorzio Conad Nazionale, di cui Conad Centro Nord fa parte insieme alle altre quattro grandi Cooperative del Sistema. In questo modo, le istanze che arrivano dai singoli Soci possono trovare rappresentanza anche nei luoghi in cui vengono definite le linee di sviluppo e di crescita dell'intero Sistema Conad.

L'Assemblea dei Soci

All'Assemblea dei Soci, ordinaria o straordinaria, partecipano tutti i Soci iscritti nel relativo libro da almeno 90 giorni. Per Conad Centro Nord si tratta di un passaggio fondamentale della vita cooperativa: non solo un adempimento istituzionale, ma un luogo concreto di partecipazione alla governance aziendale. La Cooperativa riconosce infatti nei Soci il centro del proprio modello operativo e interlocutori qualificati, consapevoli e direttamente coinvolti nel successo dell'intero Sistema.

Il Consiglio di Amministrazione

La supervisione strategica della Cooperativa è affidata al Consiglio di Amministrazione, composto da un numero di amministratori compreso tra 11 e 27, nominati dall'Assemblea ordinaria dei Soci.

La presenza prevalente di Soci imprenditori, ogni giorno impegnati nella gestione dei punti vendita, rende il Consiglio un organo fortemente radicato nell'esperienza diretta della Rete. Per garantire continuità ed efficacia alla gestione ordinaria della Struttura Conad, il Consiglio può attribuire a uno o più Organi delegati i poteri necessari allo svolgimento delle attività correnti, nel rispetto delle competenze che la legge riserva in modo esclusivo all'intero organo consiliare.

Resta in capo al Consiglio l'esame dei piani strategici, industriali e finanziari predisposti dagli Organi delegati. In questo modo, la visione imprenditoriale dei Soci coo-

L'assetto di governance della Cooperativa si articola nei seguenti organi:

- **Assemblea dei Soci**
- **Consiglio di Amministrazione**
- **Comitato Esecutivo**
- **Collegio Sindacale**

Nel corso del 2025, Conad Centro Nord ha aggiornato la propria governance. L'evoluzione dell'assetto organizzativo ha l'obiettivo di rafforzare la solidità dell'organizzazione e del suo funzionamento, accompagnare il ricambio generazionale e migliorare l'efficienza organizzativa e operativa, così da rispondere con maggiore agilità a un mercato in rapido cambiamento.

Tra le principali competenze dell'Assemblea rientrano l'approvazione del bilancio societario e della proposta di destinazione dell'utile di esercizio, nelle diverse forme previste, sia a finalità mutualistiche sia a riserva indivisibile. All'Assemblea spetta inoltre la nomina dei componenti del Consiglio di Amministrazione, del Collegio Sindacale e del soggetto incaricato della revisione contabile.

peratori mantiene un ruolo centrale e costante nella governance della Cooperativa: esperienza, conoscenza del mercato, consapevolezza gestionale e aggiornamento sull'andamento delle attività concorrono a un controllo sostanziale sui risultati dell'azione degli Organi delegati.

Al Consiglio spettano inoltre le decisioni sugli investimenti immobiliari funzionali al rafforzamento della rete commerciale e allo sviluppo del core business, così come le valutazioni relative all'acquisizione di società o rami d'azienda utili alla crescita dimensionale della Struttura commerciale. Tali decisioni possono essere delegate, secondo quanto previsto, al Comitato Esecutivo, all'Amministratore Delegato o al Direttore Generale.

Comitato Esecutivo

La gestione operativa della Cooperativa è affidata al Comitato Esecutivo, che dà attuazione alle deliberazioni del Consiglio di Amministrazione e presidia la gestione degli affari correnti, anche attraverso il controllo sull'operato della Direzione Generale. Nell'ambito delle proprie com-

petenze, il Comitato dispone di ampi poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della Cooperativa e può compiere tutti gli atti, anche di disposizione, ritenuti necessari o opportuni per il raggiungimento dell'oggetto sociale.

Collegio Sindacale

Il Collegio Sindacale svolge un ruolo di controllo sul corretto funzionamento della Società. In particolare, verifica il rispetto della normativa vigente, dello Statuto e dei regolamenti aziendali, vigila sull'applicazione dei principi di

corretta amministrazione e valuta l'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile adottato, anche rispetto alla sua effettiva operatività.

Organi delegati e deleghe

Conad Centro Nord si è dotata di un sistema strutturato di procedure e deleghe, che individua le figure aziendali responsabili dei principali processi organizzativi e gestionali.

I dirigenti apicali della Cooperativa – Direttore Generale, Chief People Officer e Chief Financial Officer – rappresentano il vertice della struttura organizzativa. Ciascuno, nell'ambito delle proprie competenze e delle deleghe conferite, assicura la direzione e il coordinamento delle funzioni di riferimento, garantendo l'attuazione delle decisioni assunte dal Comitato Esecutivo e dal Consiglio di Amministrazione.

In particolare, il **Direttore Generale** è responsabile dell'attuazione del Piano Operativo Annuale, con riferimento agli obiettivi di sviluppo, alla redditività della gestione commerciale e alla valorizzazione dei rami d'azienda relativi ai punti vendita e al patrimonio immobiliare.

Il **Chief People Officer** presidia il raggiungimento degli obiettivi legati alla valorizzazione del capitale umano, con riferimento sia ai dipendenti sia ai Soci cooperatori, e

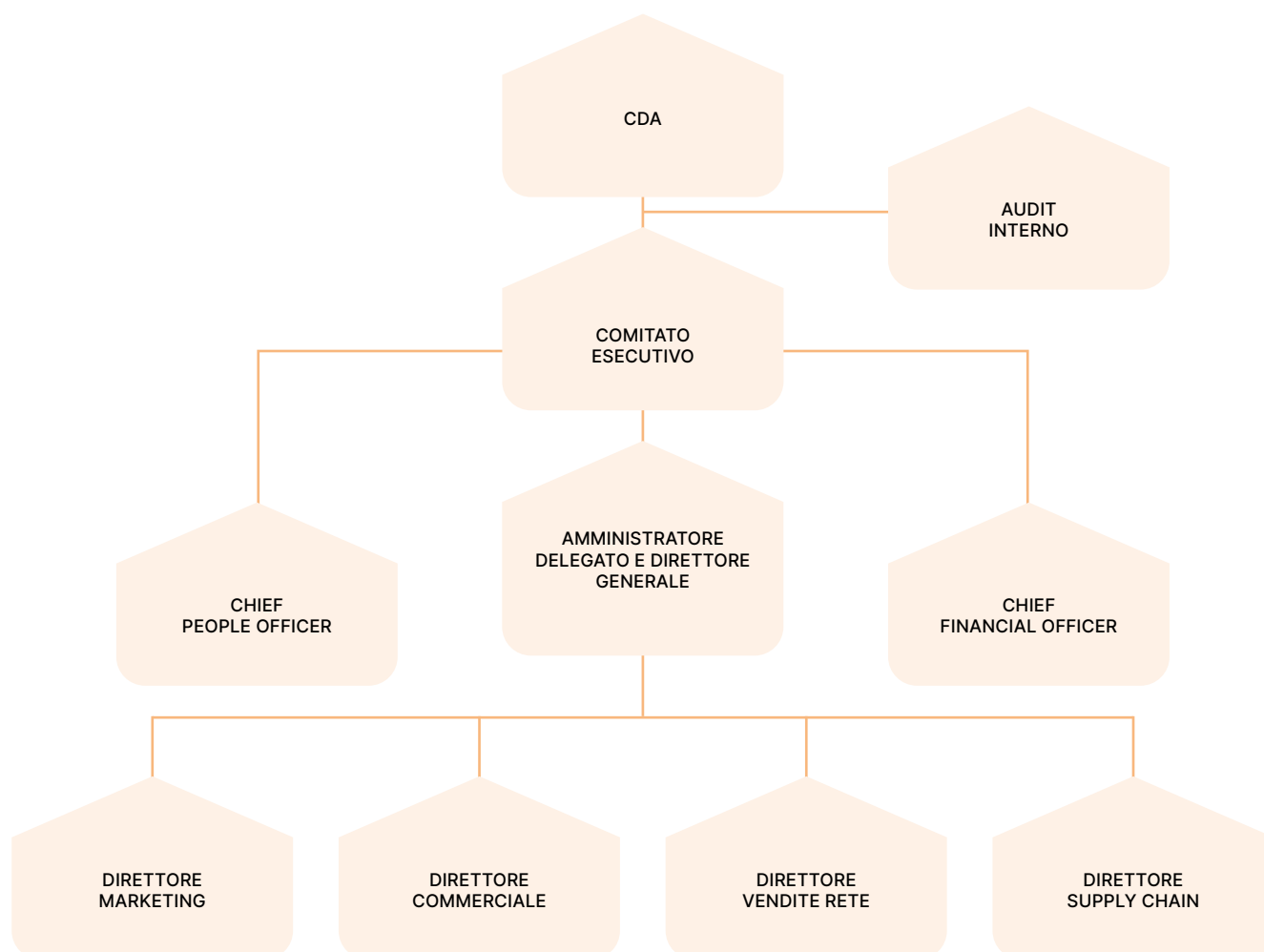
contribuisce al rafforzamento del percorso di sostenibilità della Cooperativa, in coerenza con gli indirizzi del Comitato Esecutivo. È inoltre responsabile dell'efficienza della struttura organizzativa e della promozione di un adeguato ricambio manageriale.

Il **Chief Financial Officer** traduce in azioni operative le politiche relative alla gestione delle risorse finanziarie, sia in termini di raccolta sia di impiego, assicurandone la coerenza con gli obiettivi definiti nella pianificazione aziendale.

All'**Amministratore Delegato** sono attribuite specifiche deleghe in materia di rappresentanza istituzionale. In particolare, cura i rapporti con la Pubblica Amministrazione, rappresenta la Cooperativa in sede giudiziale, in Italia e all'estero, e interviene nelle assemblee delle società partecipate, collegate e controllate. Ricopre inoltre il ruolo di Delegato del Titolare del Trattamento dei dati personali.

La revisione legale dei conti è affidata a una società di revisione indipendente.

1.5. L'Organigramma di Conad Centro Nord



Le attività di Conad Centro Nord si sviluppano attraverso una struttura di Gruppo, composta da diverse società di capitali con ruoli e finalità specifiche. Alcune società operano a supporto delle funzioni centrali della Cooperativa, contribuendo all'efficienza e alla continuità delle sue attività principali. Altre, invece, sono nate per accompagnare

da vicino lo sviluppo imprenditoriale dei Soci, sostenendone la crescita, la presenza sul territorio e il rafforzamento competitivo. In questo secondo ambito rientrano le cosiddette "Società intermedie".

Le società controllate dalla Cooperativa

All'interno del Gruppo, Fin C S.r.l., società finanziaria, e CCN Servizi di Pagamento S.p.A., istituto di pagamento, presidiano le attività di tesoreria a supporto della Cooperativa e dei Soci. CCN Servizi Contabili S.r.l. affianca

invece i Soci nella gestione dei servizi amministrativi. Le altre società controllate operano in ambito immobiliare e gestionale, con l'obiettivo di sostenere lo sviluppo e il rafforzamento della Rete di vendita.

Le società collegate della Cooperativa

La Cooperativa, detiene inoltre, partecipazioni in iniziative commerciali nelle quali la quota maggioritaria del capitale

è in capo ai Soci. Per il dettaglio delle società del Gruppo, si rimanda al Bilancio di Esercizio.



1.6. Il sistema di controllo

Conad Centro Nord ha adottato un Codice Etico che orienta l'operato di tutte le persone dell'organizzazione, rappresentando un riferimento condiviso per valori, principi morali e responsabilità che guidano l'agire quotidiano. È lo strumento principale attraverso cui l'**etica aziendale** trova applicazione concreta, contribuendo a prevenire comportamenti non conformi che potrebbero compromettere, anche solo sul piano reputazionale, l'immagine dell'azienda. Al tempo stesso, il Codice Etico promuove una gestione equa ed efficace dei rapporti e delle relazioni, sia sul piano umano sia su quello imprenditoriale, rafforzando la reputazione dell'intero sistema di Conad Centro Nord.

A presidio di questi principi, dal 2022 Conad Centro Nord ha adottato un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo che integra il Codice Etico, il Risk Assessment e specifiche procedure dedicate alla gestione dei contratti, dei dipendenti e dei collaboratori. Per ciascun rischio individuato, il Modello definisce le attività potenzialmente

esposte a reato, insieme ai protocolli, alle procedure e alle regole di comportamento che dipendenti, organi sociali, partner e consulenti sono tenuti a rispettare.

Il sistema di controllo si completa con la diffusione e l'accettazione del Codice Etico, del Modello Organizzativo e, più in generale, delle disposizioni previste dal D.Lgs. 231/2001. In questo ambito rientra anche il Regolamento in materia di anticorruzione, che disciplina in particolare la selezione, l'assunzione e la gestione delle risorse umane, i rapporti con soggetti terzi, i rapporti con i Soci e le relazioni con la Pubblica Amministrazione.

Nell'ambito del Modello Organizzativo è previsto anche un sistema di segnalazione delle violazioni, il cosiddetto sistema di whistleblowing. Lo strumento consente a dipendenti, collaboratori e soggetti terzi di segnalare condotte illecite o comportamenti non coerenti con il Modello Organizzativo, con i principi e con le regole contenute nel Codice Etico.

I fondamentali etici che ispirano Conad Centro Nord

- ✿ Solidarietà e mutualità
- ✿ Legalità e rispetto dei valori democratici
- ✿ Diligenza, competenza e professionalità
- ✿ Uguaglianza
- ✿ Trasparenza e correttezza nella competizione
- ✿ Sostenibilità ambientale, economica, sociale
- ✿ Qualità
- ✿ Tutela dell'immagine e della reputazione
- ✿ Gestione responsabile dei rapporti interni alla Cooperativa
- ✿ Prevenzione e risoluzione dei conflitti di interesse
- ✿ Valorizzazione degli imprenditori Soci delle Cooperative



1.7. La Strategia Multicanale

Uno degli elementi che qualificano la presenza di Conad sul mercato è la capacità di presidiare **diversi canali di vendita**, progettati per rispondere in modo efficace a esigenze di acquisto sempre più articolate e per offrire esperienze coerenti con l'evoluzione della società e delle abitudini di consumo.

Questa strategia permette a Conad di essere presente in contesti molto diversi tra loro, dai piccoli borghi alle grandi città, dai centri storici alle aree residenziali. Format differenti convivono sotto un'unica insegna e condividono la stessa offerta che nel tempo ha costruito il successo di Conad, fondata su **qualità, convenienza** e forte valorizzazione dei prodotti a **Marca del Distributore (MDD)**.

Il negozio fisico si arricchisce inoltre delle opportunità offerte dalle **nuove tecnologie**, che ampliano le modalità di relazione e coinvolgimento con i clienti. In questo percorso, **HeyConad App** rappresenta il fulcro della strategia di sviluppo digitale di Conad, grazie a una gamma di servizi in continua evoluzione pensati per offrire soluzioni che vanno oltre la spesa in punto vendita, sempre nel segno della convenienza e della qualità tipiche dell'insegna.

Di seguito si rappresenta la suddivisione dei punti vendita di Conad Centro Nord.

119



Il format più diffuso della Rete interpreta al meglio l'equilibrio tra qualità, convenienza e capacità di rispondere a esigenze di acquisto diverse. Gli assortimenti qualificati permettono ai clienti di fare una spesa completa, anche quotidiana, in punti vendita con superfici comprese tra 600 e 1.500 m².

2



Pensato per la prossimità urbana, TuDay nasce intorno ai bisogni delle persone e ai ritmi di una quotidianità sempre più dinamica. I reparti freschi restano al centro dell'offerta, insieme a prodotti pronti e soluzioni ad alto contenuto di servizio, dal fresco al prodotto locale fino al take-away.

58



La prossimità trova espressione in negozi di dimensioni più contenute, con una selezione attenta delle referenze, costruita sulle necessità specifiche del proprio bacino d'utenza. Una proposta che consente di fare una spesa di qualità, conveniente e vicina a casa, in superfici comprese tra 350 e 600 m².

24



È il negozio sotto casa dedicato alla spesa rapida, ideale per completare gli acquisti quotidiani con praticità. La superficie dei punti vendita varia tra 100 e 350 m².

48



Superfici ampie e assortimenti completi permettono di unire la comodità della spesa vicino a casa con una proposta ricca di prodotti e servizi. Pensati per la spesa di scorta, i Conad Superstore garantiscono comunque un'esperienza d'acquisto semplice, pratica e veloce. Le superfici di vendita possono variare tra 1.500 e 3.000 m².

4 spazio CONAD

Con superfici superiori a 3.500 m², ridefinisce il modello della grande superficie commerciale attraverso un'esperienza ampia, articolata e pensata per rispondere alle diverse esigenze dei clienti. È un format di ipermercati in cui la più estesa offerta food di Conad, comprensiva dell'assortimento completo di prodotti MDD, si integra con servizi aggiuntivi, tra cui i **concept**.

7



Qualità ed eccellenza delle produzioni tipiche italiane sono al centro di questa insegna, con una selezione curata da Conad per portare nei punti vendita prodotti e specialità rappresentativi dei diversi territori.

Concept Store

Accanto ai diversi format di vendita, l'evoluzione di Conad passa anche dallo sviluppo di **servizi specializzati**, pensati per rispondere in modo sempre più completo ai bisogni quotidiani delle persone. I Concept Store affiancano l'offerta alimentare tradizionale e ampliano l'esperienza del cliente, trasformando il punto vendita in un luogo in cui trovare soluzioni utili per la cura della persona, degli animali domestici, della salute visiva e della mobilità quotidiana.

29 **parafarmacia**

La salute e il benessere personale sono ambiti sempre più presenti nelle scelte quotidiane delle famiglie. Le Parafarmacie Conad rispondono a questa esigenza unendo accessibilità, qualità e convenienza, con l'obiettivo di offrire un risparmio concreto su una voce di spesa ricorrente.

All'interno delle Parafarmacie Conad i clienti possono trovare farmaci da banco senza obbligo di ricetta, prodotti per l'automedicazione e un'ampia selezione di parafarma-

Nel 2025 la Rete di Conad Centro Nord conta **29 Parafarmacie, 27 PetStore, 14 Bar, 2 Ottici e 2 Distributori di carburante**. Si tratta di format diversi, accomunati dall'obiettivo di offrire servizi accessibili, convenienti e integrati nella quotidianità, rafforzando il ruolo dell'insegna come presidio di prossimità nei territori.

ci, dai cosmetici ai dietetici, dai prodotti fitoterapici alle soluzioni per la cura della persona.

Il valore del servizio è rafforzato dalla presenza dei farmacisti, che mettono a disposizione competenza e consulenza nella scelta dei prodotti più adatti. A questo si affianca la politica di prezzo "**Convenienti sempre**", con prezzi fissi e competitivi e una scontistica minima di almeno il 5% su tutto il comparto parafarmaco.

27 **PetStore**

Sempre più famiglie considerano gli animali domestici parte integrante della propria quotidianità. I PetStore Conad nascono per rispondere a questa esigenza con un'offerta specializzata e accessibile: dall'alimentazione agli accessori, dal gioco alla cura e al benessere dell'animale. Collocati in prossimità dei punti vendita Conad, mantengono una gestione autonoma, con assortimenti dedicati e un piano promozionale specifico.

In Conad Centro Nord, il format si sviluppa su superfici minime di 250 m² e propone circa **4.000** referenze, tra cui alcune a marchio Conad. Nei PetStore di Viadana, Montecavallo, Sorbolo, Reggiolo, Monticelli Terme, Lodi e Parma è disponibile il servizio di toelettatura professionale Bubble Pet; in alcuni di questi punti vendita sono presenti anche lavatrice e asciugatrice per il lavaggio degli accessori degli animali.

L'esperienza in negozio è completata da servizi pratici e da iniziative a valore sociale: angolo ristoro per cani, bacheca annunci, incisione di medagliette, box e giornate per la raccolta di alimenti destinati a canili e gattili, realizzate con il sostegno della Federazione Italiana Associazioni Diritti Animali e Ambiente e in collaborazione con le amministrazioni locali.

A qualificare ulteriormente il servizio contribuisce il personale specializzato, che accompagna i clienti con consigli professionali sulla cura e sul benessere degli animali, anche grazie a percorsi di aggiornamento continui erogati da Conad o in collaborazione con i principali operatori del settore.

14 CAFFÈ

Parte integrante dell'area concept di Conad Centro Nord, il Bar amplia i servizi disponibili all'interno del supermercato e arricchisce l'esperienza di visita con una proposta

ristorativa accessibile, pratica e di qualità. Un servizio pensato per accompagnare diversi momenti della giornata e rispondere alle esigenze quotidiane dei clienti.

2 OTTICO

Prendersi cura della vista diventa più semplice quando il servizio è vicino, accessibile e integrato nella vita quotidiana. L'Ottico Conad nasce con questa logica: offrire ai clienti la possibilità di effettuare un controllo della vista, scegliere una montatura o individuare le lenti a contatto più adatte direttamente all'interno dell'esperienza di spesa, con il supporto di personale specializzato.

Il format combina praticità e qualità, grazie a strumentazioni diagnostiche avanzate, a un assortimento ampio dei marchi più conosciuti e a iniziative promozionali periodiche. In questo modo, Conad Centro Nord propone soluzioni competitive su una voce di costo spesso significativa per le famiglie, rafforzando il ruolo del punto vendita come presidio di prossimità anche per servizi non strettamente legati alla spesa alimentare.

2 CONAD self 24h

I distributori di carburante Conad di Bibbiano e Casorate Primo, attivi rispettivamente dal 2010 e da ottobre 2025, ampliano l'ecosistema di servizi di Conad Centro Nord, offrendo ai clienti un'ulteriore opportunità di risparmio.

Nel tempo, la Cooperativa ha rafforzato la convenienza del servizio attraverso diverse azioni: dall'accettazione delle carte DKV all'ampliamento dell'orario di apertura, fino agli sconti aggiuntivi riservati ai possessori di Carta Fedeltà. Soluzioni pensate per rendere i distributori più accessibili e vantaggiosi per una platea ampia di clienti.

Dalla loro apertura, i distributori hanno consentito alla clientela un risparmio complessivo di 8,56 milioni di euro, pari a un beneficio medio di 8,01 centesimi al litro.

02. Risultati e performance economica

parafarmacia





Conad Centro Nord intende ribadire il ruolo centrale del rapporto con il territorio, le persone e le comunità all'interno delle strategie di sviluppo dei prossimi anni.

Questo **Annual Report** consolida il percorso intrapreso dalla Cooperativa verso una rendicontazione sempre più completa, trasparente e puntuale, capace di valorizzare l'impegno diffuso di tutto il Sistema Conad Centro Nord a favore di una maggiore sostenibilità ambientale, sociale ed economica.

Un impegno che affonda le proprie radici in oltre 60 anni di presenza quotidiana nei territori, a sostegno delle economie locali e nella promozione di progetti solidali rivolti alle fasce più fragili della popolazione, anche attraverso iniziative dedicate alla scuola, allo sport, alle famiglie e alla tutela del potere d'acquisto dei consumatori.

Essere parte attiva delle comunità in cui opera è nella natura di Conad Centro Nord. Questo documento nasce quindi con l'obiettivo di raccontare l'impegno che Cooperativa, Soci e collaboratori dedicano all'ambiente, alle persone e alla società.

2.1. Highlights 2025

Nel 2025 la Rete monitorata dalla Cooperativa – composta dalle insegne Conad, Conad Superstore, Spazio Conad, Conad City, Sapori & Dintorni, TuDay, Margherita, PetStore, Bar e Parafarmacia – ha confermato un andamento positivo, registrando una crescita del fatturato del **+1,77%**, pari a **circa 2,19 miliardi di euro**. A rete omogenea, l'incremento risulta ancora più significativo, con un +2% rispetto all'anno precedente.

Nel periodo tra il 2015 e il 2025, il fatturato è cresciuto complessivamente del **+80,24%**. Negli ultimi cinque anni, lo sviluppo della Rete ha riguardato in particolare la Lombardia, che oggi genera il **58,44%** del fatturato, mentre il **41,56%** deriva dai punti vendita dell'Emilia. Complessivamente, la Cooperativa sviluppa il proprio fatturato attraverso una Rete di **332 punti vendita**, con una superficie commerciale di 305.812 m², in aumento del +68,37% rispetto al 2015.

UTILE NETTO DEL GRUPPO¹ 2025

41,8 mln €

GIRO D'AFFARI
circa

2,2 mld €

NUMERO SOCIETÀ

171

COLLABORATORI

7.790

PUNTI VENDITA

332

QUOTA DI MERCATO

7,32%

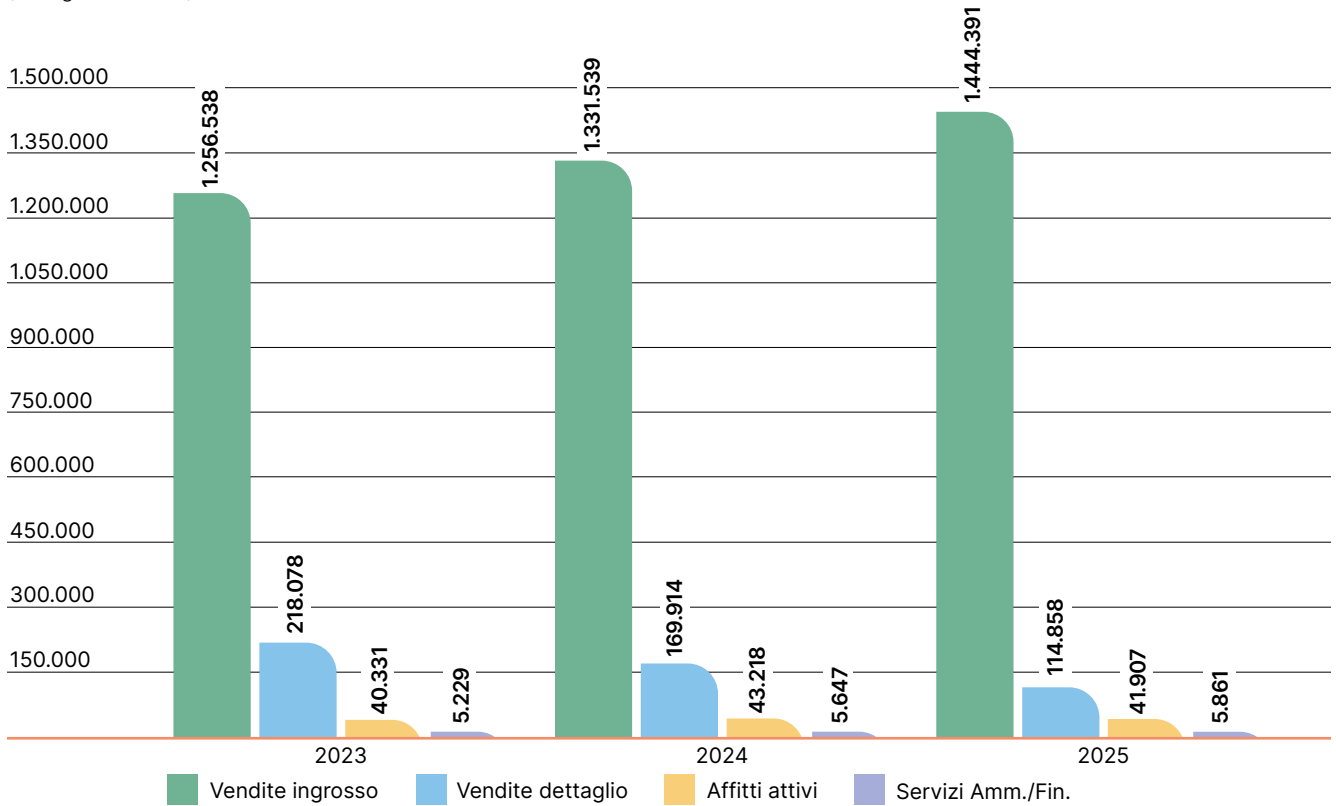


1. Nel presente Report, con "Gruppo" si intende il perimetro composto da Conad Centro Nord e dalle società controllate e collegate. Per il dettaglio si rimanda al Bilancio d'Esercizio.

Lo sviluppo della Rete di vendita

EVOLUZIONE FATTURATO DEL GRUPPO

(in migliaia di euro)



Nel 2025 il fatturato complessivo del Gruppo Conad Centro Nord conferma il trend di crescita, con un incremento del +3,5% rispetto al 2024. Un risultato che rafforza il per-

corso di sviluppo del Gruppo e riflette il contributo delle diverse componenti di ricavo, con le vendite all'ingrosso che si confermano la voce principale.

NUMERO PUNTI VENDITA E FATTURATO PER CANALE

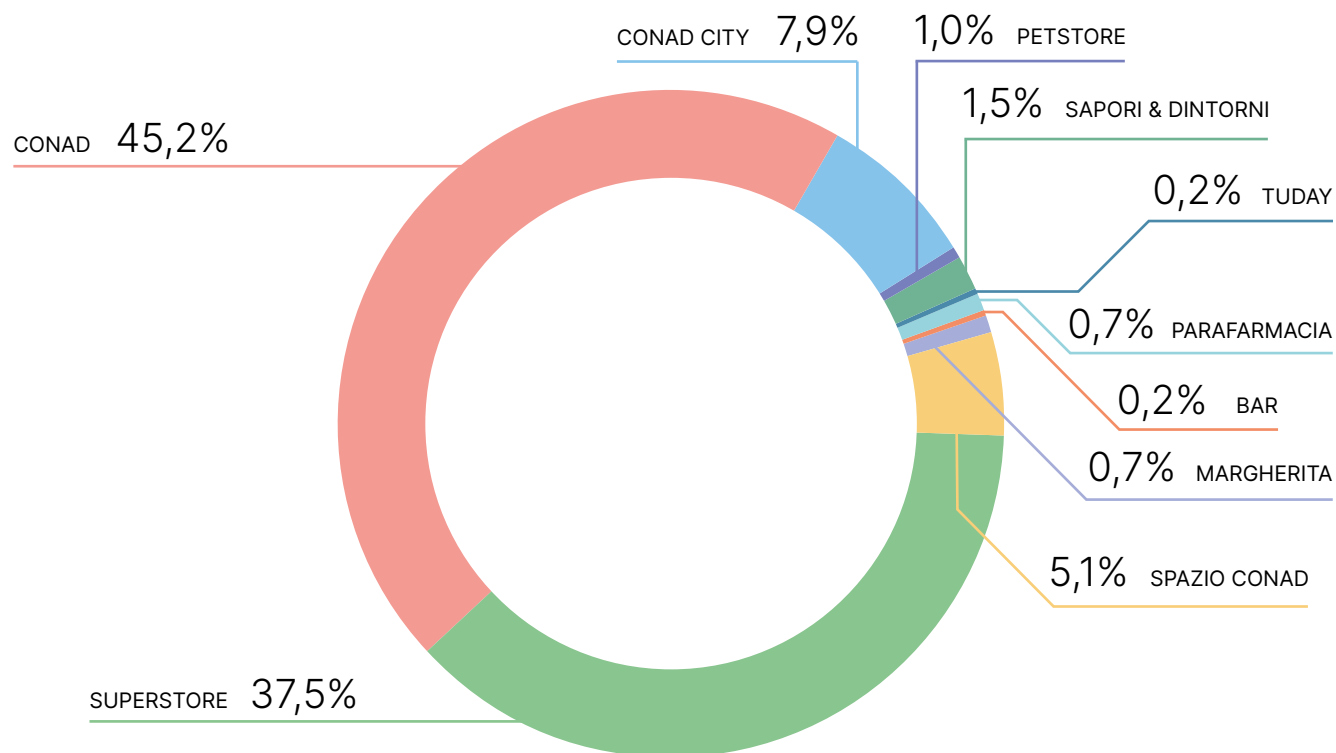
2025		
Canale	PdV	Fatturato (K€)
Spazio Conad	4	111.549
Superstore	48	821.319
Conad	119	990.277
Conad City	58	172.781
Margherita	24	15.374
Sapori & Dintorni	7	32.011
TuDay	2	5.011
PetStore	27	21.864
Bar	14	5.091
Parafarmacia	29	15.645
TOTALE COMPLESSIVO	332	2.190.922

Presenza territoriale e nuove aperture

Nel 2025, la provincia con il maggior ricavo da vendita di merci si conferma Reggio Emilia, con il 20% del totale delle vendite, seguita da Parma con il 15,5% e da Milano con il 10%.

Nel corso dell'anno la Rete ha proseguito il proprio sviluppo territoriale. In Lombardia sono stati aperti 5 nuovi punti vendita e 2 PetStore, mentre nell'area emiliana sono stati inaugurati 1 punto vendita e 1 PetStore.

COMPOSIZIONE DEL FATTURATO PER CANALE



2.2. Il valore economico generato e distribuito

Il valore economico generato da Conad Centro Nord rappresenta il risultato delle attività della Cooperativa e, allo stesso tempo, la sua capacità di produrre benefici concreti per le persone, i Soci e i territori in cui opera.

La ricchezza prodotta viene infatti distribuita ai principali stakeholder – personale, Soci, fornitori, Pubblica Amministrazione e sistema cooperativo – contribuendo allo sviluppo economico e sociale delle comunità di riferimento.

L'analisi del valore aggiunto permette di leggere le performance aziendali da una prospettiva più ampia rispetto al solo risultato economico, evidenziando come le risorse generate vengano condivise e reinvestite. In questo senso, rappresenta un elemento di raccordo tra l'Annual Report e il Bilancio economico.

VALORE AGGIUNTO GLOBALE

	2025
Totale valore della produzione	€ 1.746.947.166
Totale costi intermedi della produzione	€ 1.603.269.647
Valore aggiunto caratteristico lordo	€ 143.677.519
Totale gestione accessoria e straordinaria	€ 15.246.134
Valore aggiunto globale lordo	€ 158.923.653
VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO NETTO	€ 123.669.634

Nel 2025, il valore aggiunto complessivamente generato da Conad Centro Nord è stato pari a **123,7 milioni di euro**.

La quota più significativa è destinata al **personale**, a cui viene attribuito il **53,1% del totale**. Questo dato evidenzia il ruolo centrale del lavoro all'interno della Cooperativa e la volontà di valorizzare il contributo delle proprie risorse umane.

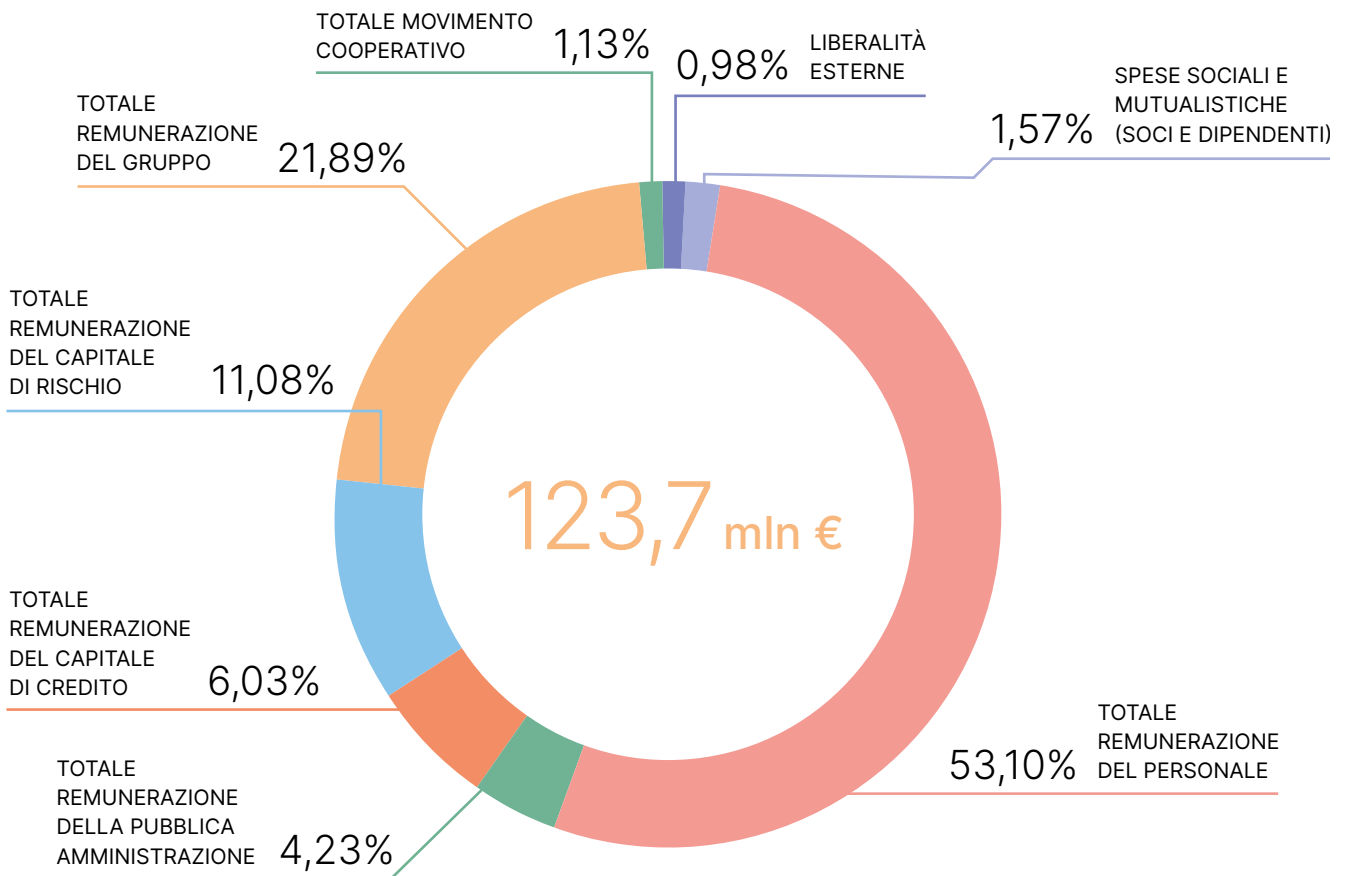
Una parte rilevante del valore è inoltre distribuita alla Pubblica Amministrazione, attraverso imposte e tributi (4,2%),

ai finanziatori, sotto forma di remunerazione del capitale di credito (6%) e di rischio (11%), oltre che al sistema cooperativo e al Gruppo, contribuendo al rafforzamento del **modello mutualistico**.

Accanto a queste componenti, Conad Centro Nord destina risorse anche al sostegno delle comunità e al benessere interno, attraverso **liberalità esterne** rivolte al territorio e **iniziative sociali e mutualistiche** a favore di Soci e dipendenti.



DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO





03. La strategia di sostenibilità





Conad Centro Nord sta costruendo una propria **strategia pluriennale** basata su **obiettivi concreti di miglioramento** in ambito finanziario, operativo e di sostenibilità.

Gli impatti positivi che la Cooperativa può generare attraverso le proprie attività rendono essenziale intraprendere un percorso di piena **integrazione della sostenibilità** nelle scelte di business e nei processi operativi. In questa direzione, Conad Centro Nord ha realizzato la sua seconda **matrice di doppia materialità** e ha costituito un **Team Sostenibilità** per promuovere cultura e consapevolezza su questi temi.

3.1. La strategia di sostenibilità

Con l'obiettivo di adottare sempre più la sostenibilità come elemento cardine delle proprie scelte strategiche, la Cooperativa intende dotarsi di un **Piano Strategico ESG** (Environmental, Social, Governance) che definisca una politica aziendale di sostenibilità.

Il Piano sarà fortemente influenzato e indirizzato anche dagli esiti dell'**analisi di materialità** svolta, affinché le aspettative degli stakeholder siano concretamente accolte nelle strategie della Cooperativa e le tematiche risultate rilevanti assumano un ruolo centrale nei piani di sviluppo dei prossimi anni.

Sulla base dei risultati emersi, verranno individuati **macro-trend e ambiti di intervento funzionali** alla progressiva integrazione della sostenibilità in tutte le attività quotidiane.

Un ulteriore strumento di azione e coordinamento a disposizione del Sistema Conad Centro Nord è il **Team di Sostenibilità**, costituito a novembre 2024 e composto da **14 Ambassador** in rappresentanza di tutte le principali aree aziendali.

Il gruppo è chiamato a identificare le aree di miglioramento e a tradurre le strategie in **azioni concrete**, favorendo la sensibilizzazione su pratiche aziendali sostenibili.

L'obiettivo del Team è anche quello di promuovere, all'interno dell'organizzazione, una **cultura della sostenibilità** e una maggiore consapevolezza su questi temi, facendone portavoce anche nei confronti dei colleghi.

3.2. L'analisi di materialità

Conad Centro Nord ha sviluppato il proprio percorso di analisi di materialità adottando l'approccio della **doppia materialità**, che consente di leggere le tematiche ESG da due prospettive complementari. Da un lato, la **materialità d'impatto** considera gli effetti che le attività della Cooperativa possono generare sulle persone, sull'ambiente e sulle comunità. Dall'altro, la **materialità finanziaria** valuta rischi e opportunità legati ai temi ESG che possono

incidere sull'andamento, sulla solidità e sulle prospettive dell'organizzazione.

L'analisi è stata condotta attraverso un **processo strutturato**, finalizzato a individuare le questioni ESG più rilevanti per Conad Centro Nord e a integrare il punto di vista interno della Cooperativa con il contributo di stakeholder esterni. Il percorso si è articolato in **tre passaggi principali**.

VALUTAZIONE DELLA MATERIALITÀ D'IMPATTO



Coinvolgimento di un Gruppo di Lavoro interno per la valutazione degli impatti attraverso Focus Group e interviste.



Mappatura degli impatti ESG più rilevanti.

VALUTAZIONE DELLA MATERIALITÀ FINANZIARIA



Coinvolgimento del CFO per la valutazione dei rischi e delle opportunità ESG mediante interviste.



Mappatura dei rischi e opportunità ESG più rilevanti.

CONSOLIDAMENTO "STAKEHOLDER-DRIVEN"



Coinvolgimento di categorie esterne di stakeholder mediante la somministrazione di un questionario online strutturato.



Consolidamento delle questioni ESG materiali per CCN.

Il primo step ha riguardato la **valutazione della materialità d'impatto**, attraverso il coinvolgimento di un Gruppo di Lavoro interno chiamato ad analizzare gli impatti più significativi mediante focus group e interviste. Questa fase ha permesso di mappare gli impatti ESG più rilevanti generati dalla Cooperativa.

Il secondo step si è concentrato sulla **valutazione della materialità finanziaria**, con il coinvolgimento del Chief Financial Officer per l'analisi dei rischi e delle opportunità ESG attraverso interviste dedicate. L'obiettivo è stato

individuare gli elementi che, in relazione alle tematiche di sostenibilità, possono avere effetti rilevanti sul profilo economico-finanziario e sulla continuità aziendale.

Il terzo step ha previsto il **consolidamento "stakeholder-driven"**, attraverso il coinvolgimento di categorie esterne di stakeholder mediante la somministrazione di un questionario online strutturato. Questo passaggio ha consentito di rafforzare e validare l'identificazione delle questioni ESG materiali per Conad Centro Nord, integrando nel processo anche il punto di vista degli interlocutori esterni.

Dalla matrice di doppia materialità così elaborata emergono quattro **temi strategici chiave**, ai quali è stato attribuito un punteggio di rilevanza alta:

Tem strategici chiave

- ⚙ Qualità dei prodotti e sicurezza alimentare
- ⚙ Salute e sicurezza nei luoghi di lavoro
- ⚙ Sostegno alle comunità locali e valore per il territorio
- ⚙ Intergenerazionalità e attenzione alle nuove generazioni

Accanto a questi, sono stati individuati otto **temi rilevanti**, con un livello di rilevanza media:

Tem rilevanti

- ⚙ Protezione dei dati e privacy dei clienti
- ⚙ Centralità e inclusione del cliente
- ⚙ Integrità e trasparenza nella condotta aziendale
- ⚙ Coinvolgimento e benessere delle risorse umane
- ⚙ Diversità e pari opportunità
- ⚙ Formazione ai dipendenti
- ⚙ Rispetto e sviluppo del capitale umano nella catena del valore
- ⚙ Gestione responsabile della catena di fornitura

Nel loro insieme, questi temi rappresentano le priorità su cui Conad Centro Nord è chiamata a concentrare attenzione, progettualità e azioni future, rafforzando il legame tra strategia aziendale, responsabilità sociale e creazione di valore per le persone, i territori e il Sistema della Cooperativa.



3.3. Il programma per il futuro di Conad

La strategia di sostenibilità di Conad Centro Nord si sviluppa in coerenza con il percorso definito dal Sistema Conad a livello nazionale.

All'interno di questo quadro, la sostenibilità occupa il vertice della piramide strategica e, insieme al Socio imprenditore e alla Marca del Distributore, rappresenta una leva essenziale per il successo dell'insegna e per orientare

ogni strategia di sviluppo. Data la presenza capillare in tutta Italia, Conad è consapevole degli effetti significativi che le proprie attività possono generare sull'ambiente, sulle persone e sui territori.

Da questa consapevolezza è nato nel 2021 il programma strategico di ampio respiro che raccoglie l'impegno concreto di Conad nelle tre dimensioni della sostenibilità:



Fondazione Conad ETS

Per supportare questo percorso e attuarne gli obiettivi, è nata nel 2022, per volontà del Consorzio Nazionale e delle cinque Cooperative, **Fondazione Conad ETS**, attiva nella valorizzazione delle iniziative di carattere ambientale e sociale promosse da Soci e Cooperative e nella promozione di progetti filantropici di rilievo nazionale. La Fondazione contribuisce inoltre a promuovere e consolidare una cultura condivisa all'interno del Sistema Conad, mettendo in relazione i numerosi progetti realizzati a livello locale con iniziative diffuse su tutto il territorio nazionale.

Nel 2025 l'impegno della Fondazione si è ulteriormente rafforzato lungo direttrici coerenti con i valori cooperativi: l'ascolto delle nuove generazioni, l'educazione alla cittadinanza, l'inclusione sociale, il contrasto alle fragilità e la promozione di una cultura del rispetto. In ambito scuola è proseguito il percorso realizzato con Unisona, che nelle prime tre edizioni ha raggiunto oltre 450.000 studenti in più di 3.000 istituti italiani. A chiusura della terza edizione, il progetto si è arricchito con l'indagine Ipsos "**La Parola ai Giovani**", che ha coinvolto oltre 11.600 studenti delle scuole superiori, raccogliendo bisogni, paure, aspirazioni e punti di vista su temi di grande attualità sociale.

Nell'anno scolastico 2025-2026 è stata avviata anche la quarta edizione del Progetto Scuola, con nuovi appuntamenti dedicati ai temi della sostenibilità, dei diritti umani e del benessere delle nuove generazioni. Tra questi, "**Dire Fare Sostenibile 2025 – Chi vuole la pace prepari**

la vita", a cura di Fridays for Future Italia, ha invitato gli studenti a riflettere su crisi climatica, pace e futuro del Pianeta, coinvolgendo complessivamente 24.000 studenti. Nell'area di Conad Centro Nord, l'iniziativa ha avuto un collegamento territoriale a Parma, dove la Cooperativa ha ospitato la diretta presso il Cinema The Space, coinvolgendo oltre 250 studenti provenienti da più istituti del territorio. A dicembre, l'incontro "**Humans. In difesa dei diritti umani**", realizzato in collaborazione con Amnesty International Italia, ha coinvolto 33.000 studenti di 311 istituti scolastici italiani in una riflessione sul valore della protesta pacifica e dell'impegno civico.

Sempre nel 2025, il progetto "**Pagine di legalità**", promosso con Fondazione Scintille di Futuro, ha accompagnato studenti e docenti in un percorso dedicato alla legalità e alla lotta alla criminalità organizzata. Dopo incontri in presenza anche a Reggio Emilia, l'iniziativa si è conclusa con un evento finale in diretta nazionale seguito da oltre 70.000 partecipanti tra studenti e docenti di 635 istituti, con il contributo di Pietro Grasso e Pif.

Particolare attenzione è stata dedicata anche alla prevenzione della violenza di genere. Con "**ProgettoRispetto!**", nato dall'intesa tra Fondazione Conad ETS e Polizia di Stato, sono stati messi a disposizione di scuole, docenti, studenti e famiglie materiali didattici e strumenti di approfondimento sui temi del consenso, dell'uguaglianza, del rispetto reciproco e delle diverse forme di violenza.

In occasione della Giornata Internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne è stato inoltre reso disponibile **"Io sono Giulia"**, docufilm realizzato grazie a Fondazione Conad ETS e Polizia di Stato per sensibilizzare i giovani sulla violenza di genere attraverso una testimonianza diretta e un linguaggio vicino alle nuove generazioni.

L'impegno per l'inclusione si è espresso anche attraverso il sostegno a **"Sport Senza Confini"**, progetto realizzato con FISPEs e rivolto a giovani con disabilità tra i 5 e i 14 anni, con 15 raduni nel 2025, tra cui tappe a Reggio Emilia, Brescia e Monza. A Reggio Emilia, inoltre, Fondazione Conad ETS e Conad Centro Nord hanno collaborato con AISM (Associazione Italiana Sclerosi Multipla) per sostenere giovani sotto i 40 anni con sclerosi multipla, offrendo

supporto psicologico, occasioni di confronto e iniziative di sensibilizzazione.

Tra le iniziative rivolte alle famiglie più fragili rientra infine **"Accompagna una famiglia"**, progetto solidale ed educativo promosso con Caritas Italiana, Fondazione Snam ETS e altri partner nazionali. L'iniziativa accompagna nuclei in difficoltà attraverso percorsi di inclusione sociale legati all'educazione alimentare, energetica, finanziaria e all'orientamento al lavoro e, nell'area di Conad Centro Nord, coinvolge anche i territori di Bergamo e Parma. In questo modo, Fondazione Conad ETS conferma il proprio ruolo di strumento concreto per rafforzare il contributo del Sistema Conad al benessere delle comunità e alla crescita dei territori.

Are di intervento di Fondazione Conad ETS

- ✿ Nutrizione e sana alimentazione per tutti
- ✿ Educazione, formazione e informazione delle giovani generazioni
- ✿ Supporto alle comunità locali
- ✿ Protezione dell'ambiente naturale
- ✿ Promozione di attività culturali e sportive
- ✿ Promozione della ricerca scientifica
- ✿ Promozione di iniziative imprenditoriali



04. Ambiente





Per Conad Centro Nord, crescere significa integrare nel proprio modello di sviluppo un presidio sempre più puntuale degli impatti ambientali generati dalle attività, con particolare attenzione all'utilizzo delle risorse, ai consumi energetici e alle emissioni.

Nel 2025 Conad Centro Nord ha proseguito il proprio percorso attraverso iniziative di efficientamento e razionalizzazione, affiancate da un monitoraggio più esteso dei dati ambientali. L'obiettivo è disporre di informazioni sempre più complete a supporto delle decisioni operative e degli interventi di miglioramento.

4.1. Impronta climatica Supply Chain

Anche nel 2025 la Cooperativa ha partecipato al progetto di rilevazione dell'Impronta Climatica Supply Chain, avviato nel 2016 e giunto al suo decimo anno, intrapreso a livello nazionale da Conad con l'obiettivo di **mappare le emissioni di CO₂e** derivate dalle **attività logistiche**.

Per Conad Centro Nord, il perimetro di analisi comprende oggi:

- l'**area logistica** per la distribuzione dai Ce.Di.² verso i punti vendita e, per il primo anno, i trasporti in ingresso ai Ce.Di. dai fornitori dell'Industria di Marca;
- i **punti vendita** e i **Concept Store** della Cooperativa;
- la **Sede** e i **magazzini**;
- il **trasporto passeggeri** inclusi flotta aziendale e, per la prima volta, viaggi di lavoro e pendolarismo dei dipendenti.

La misurazione dell'impronta carbonica rappresenta uno strumento di rendicontazione e monitoraggio utile a leggere l'evoluzione delle emissioni nel tempo, individuare le principali aree di impatto e orientare le successive azioni di miglioramento. In linea con questo obiettivo, nel 2025 la metodologia di calcolo ha recepito l'aggiornamento dei

fattori emissivi dei trasporti al GLEC Framework 3.1, mantenendo il riferimento al Greenhouse Gas Protocol per la classificazione degli Scope.

Di seguito è presentata la ripartizione delle emissioni del Sistema nelle tre categorie previste dallo standard di riferimento:

- **Scope 1** – emissioni dirette generate dalla Cooperativa, riconducibili al consumo di combustibili e alle perdite di refrigeranti di sedi, Ce.Di. e punti vendita/Concept Store a gestione diretta, oltre ai combustibili utilizzati dalla flotta aziendale, inclusa la componente elettrica ove presente;
- **Scope 2** – emissioni indirette derivanti dall'energia elettrica acquistata da sedi, Ce.Di. e punti vendita/Concept Store a gestione diretta;
- **Scope 3** – emissioni indirette derivanti da trasporti effettuati con veicoli non di proprietà della Cooperativa, da attività di Ce.Di. terziarizzati e punti vendita/Concept Store a gestione indiretta, dalla quota Well-to-Tank del consumo di combustibili e dalle perdite della rete elettrica, oltre che dai viaggi di lavoro e dal pendolarismo dei dipendenti.



2. Magazzini (Ce.Di.) di Calcinato (BG), Campegine (RE) e Nocetolo (RE).

Emissioni per Scope Conad Centro Nord

Nel 2025, le emissioni complessive rendicontate ammontano a **65.741 tCO₂e**. Tale valore rimane invariato sia applicando l'approccio Location Based sia quello Market Based per il calcolo dello Scope 2, i cui risultati sono coincidenti. L'incremento delle emissioni totali, rispetto all'anno precedente, è riconducibile a un progressivo affinamento del monitoraggio che ha visto l'**ampliamento del perimetro di rendicontazione** dello Scope 3 attraverso l'inclusione di nuove categorie, come i viaggi di lavoro e il pendolarismo dei dipendenti.

Nello specifico, le emissioni dirette (**Scope 1**) ammontano a **3.208 tCO₂e**, riconducibili principalmente alle perdite di

fluidi refrigeranti, mentre le emissioni indirette da energia acquistata (**Scope 2**) sono pari a **2.540 tCO₂e**. La quota più rilevante continua ad essere legata allo **Scope 3** pari a **59.992 tCO₂e**, dominato dall'impatto dei punti vendita non consolidati e della logistica – in particolare per i trasporti dai Centri di Distribuzione (Ce.Di.) ai punti vendita e per i flussi in ingresso ai Ce.Di dai fornitori dell'Industria di Marca. Questi valori confermano l'impatto della supply chain sull'impronta climatica complessiva della Cooperativa. Il dettaglio per ciascuna categoria è riportato nella tabella seguente.

EMISSIONI PER SCOPE [tCO₂e]

	2024	2025
Scope 1 - Emissioni dirette	3.956	3.208
di cui emissioni derivanti da gas naturale (cat. 1.1)	670	855
di cui emissioni derivanti da combustibile di auto di proprietà e/o a noleggio (cat. 1.2)	371	364
di cui emissioni derivanti dalla perdita di fluidi refrigeranti (cat. 1.3)	2.915	1.989
Scope 2 - Emissioni da consumi di elettricità Location Based	2.827	2.540
Scope 2 - Emissioni da consumi di elettricità Market Based	2.827	2.540
Scope 3 - Emissioni indirette	56.376	59.992
Upstream di energia e combustibile (cat. 3.3)	9.720	10.048
Logistica in ingresso ³ (cat. 3.4)	12.169	20.312
di cui trasporti da Ce.Di. a PdV	7.469	6.899
di cui trasporti MDD in ingresso ai Ce.Di. di Cooperativa (da fornitori o Hub)	2.777	2.882
di cui trasporti IDM in ingresso ai Ce.Di. di Cooperativa (da fornitori)	nd	8.835
di cui attività emissioni dei Ce.Di. terziarizzati	1.923	1.697
Viaggi di lavoro (cat. 3.6)	nd	3
Pendolarismo dipendenti (cat. 3.7)	nd	243
Punti vendita e Concept Store non consolidati (cat. 3.14)	34.487	29.385
EMISSIONI TOTALI	63.159	65.741

Consumi energetici Conad Centro Nord

Per quanto riguarda il dettaglio dei consumi energetici di Conad Centro Nord per l'anno 2025, il consumo totale ammonta a **18.832 MWh**. Il mix energetico aziendale evidenzia una forte dipendenza da fonti non rinnovabili, che coprono circa il 97% del fabbisogno totale (18.273 MWh), in cui la voce principale è rappresentata dal consumo di energia elettrica, calore o raffrescamento da fonti fossili pari a 12.658 MWh. Seguono i consumi diretti di gas na-

turale per 4.174 MWh e l'utilizzo di petrolio e prodotti petroliferi pari a 1.441 MWh. Sul fronte delle fonti rinnovabili, che contribuiscono per il restante 3% del fabbisogno con un volume pari a 558 MWh, il consumo deriva interamente da energia autoprodotta senza il ricorso a combustibili, generata principalmente attraverso gli impianti fotovoltaici di proprietà.

3. Restano esclusi i trasporti diretti dai fornitori ai punti vendita (vendite in rifatturazione) e i trasporti MDD acquistati dalle Cooperative direttamente dai fornitori (prodotti freschissimi e prodotti selezione).

Distribuzione dai Ce.Di. ai punti vendita

Nel 2025 Conad Centro Nord ha continuato a lavorare sull'efficientamento della logistica e dei trasporti, indirizzando gli acquisti verso mezzi con standard emissivo Euro 6. L'ammmodernamento della flotta utilizzata dai vettori si conferma una delle leve principali di questo percorso, anche alla luce della rilevanza delle attività logistiche della Cooperativa.

Nel corso del 2025, le attività di distribuzione dai Centri Distributivi (Ce.Di.) ai punti vendita hanno registrato circa 8 milioni di chilometri percorsi, includendo sia i viaggi a pieno carico sia i ritorni a vuoto. Le **emissioni Well-to-Wheel (WtW)**⁴ generate da questi flussi sono state pari a **6.899 tCO₂e**, in riduzione del -7,6% rispetto al 2024.

LOGISTICA DA CE.DI. A PUNTI VENDITA [tCO₂e]

	Udm	2024 ⁵	2025 ⁶	% 25 vs 24
Totale emissioni (WtW)	tCO ₂ e	7.469	6.899	-7,6%
Totale energia consumata (WtW)	GJ	101.499	92.847	-8,5%
Totale emissioni (TtW)	tCO ₂ e	5.586	5.172	-7,4%
Totale energia consumata (TtW)	GJ	80.380	73.526	-8,5%
Distanze totali percorse	km	8.259.492	8.006.734	-3,1%
Merce trasportata	ton	562.401	560.412	-0,4%
Indicatore di efficienza	kgCO ₂ e/tkm	0,224	0,216	-3,7%

Come evidenziato dai dati riportati nella tabella, il calo delle emissioni si associa alla contrazione delle distanze percorse (**-3,1%**) e della merce trasportata (**-0,4%**). Questo trend positivo trova conferma nel miglioramento dell'indicatore di efficienza specifico, sceso a 0,216 kgCO₂e/tkm (**-3,7%** rispetto all'anno precedente).

L'andamento positivo registrato è riconducibile principalmente a due fattori:

- l'ottimizzazione logistica delle tratte;
- il progressivo incremento dell'utilizzo di mezzi elettrici, con cui è stato coperto lo **0,63%** dei km totali percorsi rispetto allo 0,05% del 2024.

Pur trattandosi di una quota ancora limitata sul totale della flotta, l'incremento delle percorrenze effettuate con mezzi elettrici rappresenta un primo segnale concreto dell'evoluzione della logistica aziendale verso modalità di trasporto che, nella fase di utilizzo del veicolo, non generano emissioni dirette allo scarico.



4. Emissioni Well-to-Wheel (WtW) o "dal pozzo alla ruota": rappresentano l'impatto emissivo complessivo dell'intero ciclo di vita del carburante o del vettore energetico utilizzato dal veicolo, dall'estrazione della fonte primaria fino al suo utilizzo finale per la propulsione. Rappresentano la somma delle emissioni TtW (Tank-to-Wheel), che considerano le emissioni dirette prodotte durante la fase di utilizzo del veicolo, e delle emissioni WtT (Well-to-Tank) che considerano le emissioni generate durante le fasi "a monte" (upstream) del ciclo di vita del carburante o del vettore energetico, prima che questo raggiunga il veicolo.

5. Nel 2024 è stato rilasciato sulla piattaforma di calcolo GreenRouter l'aggiornamento dei fattori di emissione dei combustibili in conformità alla norma ISO 14083:2023 (GLEC Framework 3.0) con certificazione rilasciata da SGS.

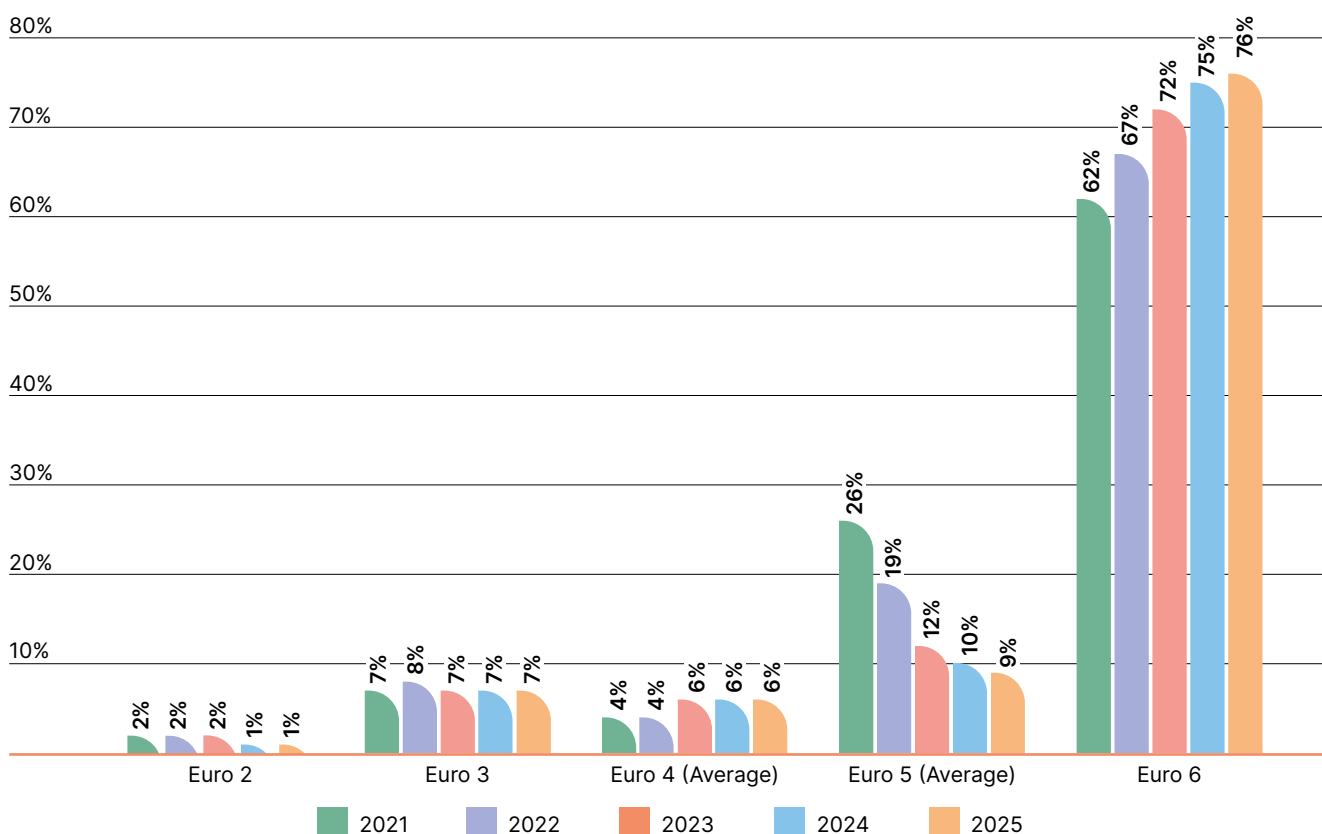
6. Nel 2025 è stato rilasciato sulla piattaforma di calcolo GreenRouter l'aggiornamento dei fattori di emissione dei combustibili in conformità al GLEC Framework 3.1.

Emissioni di particolato - PMx

Nel 2025 le emissioni di particolato (PMx) generate dalle attività di distribuzione dai Ce.Di. ai punti vendita sono state pari a 203 kg⁷, **in riduzione del -13,9%** rispetto ai 236 kg registrati nel 2024. Il dato è coerente con il progressivo ammodernamento del parco mezzi utilizzato per le attività logistiche e con il maggiore impiego di veicoli con standard emissivo **Euro 6**, che rappresentano una delle leve di efficientamento dei trasporti.

Di seguito è rappresentata l'evoluzione, negli ultimi cinque anni, della percentuale di chilometri percorsi per classe Euro dal parco mezzi utilizzato per il flusso di distribuzione di Conad Centro Nord.

PERCENTUALE DI KM PERCORSI PER CLASSE EURO (2021-2025)



Trasporti dai fornitori ai Ce.Di. dei prodotti Industria di Marca

Nel 2025 la Cooperativa ha ulteriormente ampliato il perimetro di analisi dei flussi logistici in ingresso, includendo per la prima volta anche i trasporti dai fornitori ai Ce.Di. relativi ai prodotti dell'Industria di Marca. Il calcolo è stato effettuato attraverso un approccio di stima semplificato, con l'obiettivo di costruire una prima baseline di riferimento⁸.

Questi flussi hanno generato **8.835 tCO₂e Well-to-Wheel (WtW)** e **6.628 tCO₂e Tank-to-Wheel (TtW)**, a fronte del trasporto di 346.106 tonnellate di merce. I consumi energetici WtW e TtW sono risultati pari rispettivamente a 119.345 GJ e 94.465 GJ.

In questa prima fase, l'analisi consente di integrare il nuovo perimetro all'interno della rendicontazione e di valutare la qualità dei dati disponibili. Nei prossimi esercizi, il metodo potrà essere progressivamente affinato attraverso una maggiore granularità delle informazioni raccolte, una migliore mappatura geografica dell'origine fisica della merce e una ripartizione più puntuale delle modalità di trasporto utilizzate.

7. I valori di PMx del 2025 sono calcolati secondo i parametri di emissione HBEFA aggiornati alla versione 4.2.

8. Le assunzioni relative alla flotta utilizzata derivano dallo studio di GS1 Italy sui flussi logistici nella filiera del largo consumo del 2024, mentre i fattori emissivi dei mezzi sono stati ottenuti dal GLEC Framework 3.1.

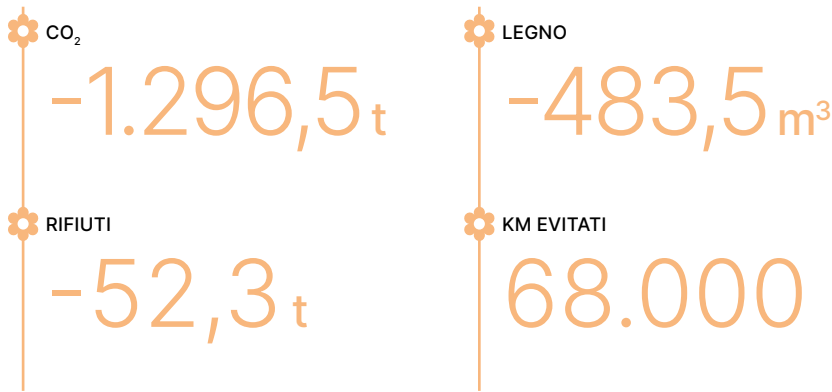
Compensare gli impatti della logistica con il pallet pooling

L'adozione di soluzioni in grado di ridurre alcuni impatti ambientali rispetto ai modelli logistici tradizionali riguarda in modo significativo anche la Supply Chain di Conad Centro Nord. Nei depositi della Cooperativa, ad esempio, il ricorso al sistema di "pallet pooling" – la condivisione dei bancali in legno utilizzati per il trasporto delle merci – rappresenta un'alternativa al tradizionale interscambio con effetti positivi sia sul piano ambientale sia in termini di efficienza operativa e contenimento dei costi. I pallet utilizzati sono realizzati con legno 100% certificato PEFC (Program for Endorsement of Forest Certification) e FSC (Forest Stewardship Council). Questa soluzione permette

inoltre di eliminare le emissioni legate alla restituzione dei pallet vuoti e di ridurre la produzione di rifiuti, grazie alla riparazione dei pallet rotti o danneggiati con legno certificato proveniente da fonti gestite responsabilmente.

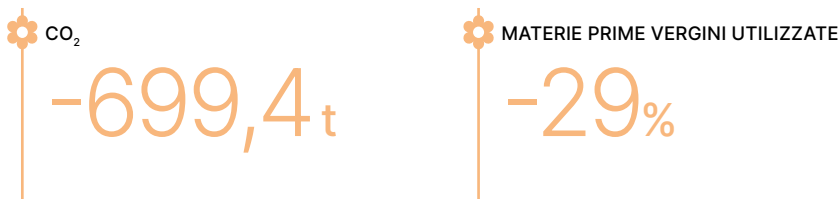
Per la gestione di queste attività, Conad Centro Nord collabora con due partner consolidati del settore, **CHEP** e **CPR**. In particolare, lo studio LCA (Life Cycle Assessment)⁹ relativo al sistema di pallet pooling di CHEP ha stimato alcuni benefici ambientali di questo modello logistico rispetto alla gestione tradizionale dei pallet in interscambio.

BENEFICI STIMATI DEL PALLET POOLING CHEP IN CONAD CENTRO NORD



Benefici analoghi derivano anche dal sistema di pallet pooling di CPR.

BENEFICI STIMATI DEL PALLET POOLING CPR IN CONAD CENTRO NORD

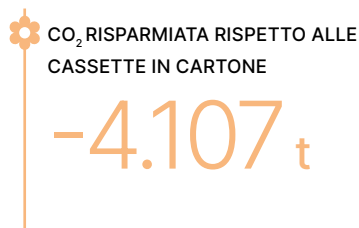
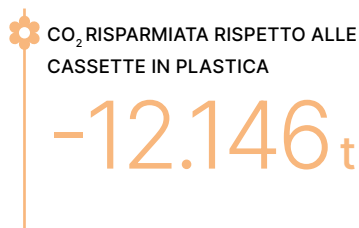


Ulteriori benefici ambientali sono legati all'utilizzo delle cassette in plastica CPR, in alternativa alle tradizionali cassette a perdere in plastica e cartone impiegate nei

punti vendita della Rete. Il sistema di scambio riguarda sia le cassette destinate all'ortofrutta sia quelle utilizzate per la movimentazione delle carni.

9. LCA (Life Cycle Assessment) è una metodologia scientifica standardizzata a livello internazionale utilizzata per quantificare l'impatto ambientale di un prodotto, servizio o processo lungo il suo intero ciclo di vita.

BENEFICI STIMATI DELLE CASSETTE IN PLASTICA CPR RISPETTO ALLE SOLUZIONI MONOUSO



4.2. Emissioni e consumi di Cooperativa

Nell'ambito della misurazione dell'impronta carbonica, nel 2025 è proseguito il monitoraggio dei consumi energetici e delle emissioni riconducibili alla sede e ai Centri di Distribuzione di Conad Centro Nord. Il perimetro analizzato comprende la sede di Campegine e i Ce.Di. di Calciniate (BG), Campegine (RE) e Nocetolo (RE), prendendo in considerazione:

- consumi di energia elettrica, combustibili e refrigeranti, oltre a consumi idrici, imballaggi in plastica e rifiuti prodotti dai Ce.Di.;

- consumi di energia elettrica, combustibili, acqua e rifiuti relativi alla sede.

Nel 2025 le emissioni complessive generate da Ce.Di. e sede – ad esclusione della flotta aziendale – si attestano a **2.538 tCO₂e**, con un'intensità emissiva per superficie pari a **29,2 kgCO₂e/m²**. Entrambi i valori risultano in lieve calo rispetto al 2024, con una **riduzione del -3%**, pur in presenza di andamenti differenti tra i singoli siti analizzati.

EMISSIONI E CONSUMI TOTALI PER MAGAZZINI E SEDI

	Udm	2024	2025	% 25 vs 24
Consumi di energia elettrica totali	kWh	9.114.666	9.607.945	5%
Totale emissioni	tCO ₂ e	2.627	2.538	-3%
da elettricità	tCO ₂ e	2.083	1.821	-13%
da combustibile	tCO ₂ e	543	717	32%
da refrigerante	tCO ₂ e	-	-	-
Consumi di energia elettrica totali per superficie	kWh/m ²	105,0	110,7	5%
Emissioni totali per superficie	kgCO ₂ e/m ²	30,2	29,2	-3%

Il risultato complessivo riflette andamenti diversificati a livello locale: Calciniate registra una riduzione delle emissioni del **-7%**, riconducibile al contributo dell'impianto fotovoltaico; Nocetolo evidenzia un calo del **-15%** legato alla diminuzione dei consumi elettrici e da fotovoltaico, oltre alla riduzione del consumo di metano per il riscaldamento; Campegine, invece, mostra un incremento delle

emissioni del **+20%**, dovuto principalmente all'aumento dei consumi di combustibili per la movimentazione. Per i magazzini terziarizzati di Calciniate e Nocetolo è stato confermato anche nel 2025 il criterio di rilevazione basato sulla quota parte dedicata a Conad Centro Nord, così da rappresentare in modo più puntuale i consumi e le emissioni riconducibili al perimetro della Cooperativa.

EMISSIONI TOTALI PER MAGAZZINI E SEDI [tCO₂e]

	Merceologia	2024	2025	% 25 vs 24
Calciniate	Generi vari	703	655	-7%
Campegine	Generi vari	703	841	20%
Nocetolo	Prodotti freschi e surgelati	1.220	1.042	-15%
EMISSIONI TOTALI		2.627	2.538	-3%

Trasporto passeggeri

Al perimetro analizzato si affianca, nel 2025, il monitoraggio del trasporto passeggeri. Questa attività amplia l'analisi oltre ai soli consumi della flotta aziendale, includendo

per la prima volta anche le emissioni legate ai viaggi di lavoro e al pendolarismo dei dipendenti.

Flotta aziendale

Le emissioni derivanti dal consumo di carburante della flotta aziendale di Conad Centro Nord sono state pari a **486,0 tCO₂e**, in lieve diminuzione rispetto al 2024

(-2%) grazie alla riduzione dei consumi sia di diesel sia di benzina.

CONSUMI DI CARBURANTE

	Udm	2024	2025	% 25 vs 24
Diesel	litri	135.648	134.007	-1%
Benzina	litri	17.083	14.138	-17%
TOTALE EMISSIONI DELLA FLOTTA AZIENDALE	tCO₂e	494,9	486,0	-2%

Viaggi di lavoro

La Cooperativa ha raccolto i dati relativi agli spostamenti professionali, mettendo in relazione le distanze percorse con le emissioni generate dalle diverse modalità di trasporto

utilizzate. Complessivamente, i viaggi di lavoro hanno riguardato **23.361 km** e generato **3,1 tCO₂e**.

	Distanza (km)	Emissioni (tCO ₂ e)
Auto	10.225	2,2
Bus/Metro	-	-
Treno	8.022	0,2
Traghetto	-	-
Aereo	5.114	0,6
TOTALE	23.361	3,1

Pendolarismo

Sempre nel 2025, Conad Centro Nord ha avviato una prima rilevazione delle emissioni legate al pendolarismo dei dipendenti attraverso un questionario interno che ha registrato un tasso di completamento dell'80%. Dalle risposte raccolte emerge che il mezzo di trasporto utilizzato è esclusivamente l'auto privata. Le emissioni totali, calcolate sulla base di dati aggregati per tipologia di alimentazione e riproporzionate sul 100% della popolazione aziendale per garantire la completezza del perimetro, sono pari a **243,5 tCO₂e**.



Acqua e rifiuti

Nel 2025 Conad Centro Nord ha proseguito il monitoraggio di alcuni indicatori ambientali legati all'utilizzo delle risorse e dei materiali nelle attività operative di magazzini e sede. In particolare, Conad Centro Nord ha monitorato:

- il **consumo di acqua**, pari a 84.267 m³, in aumento del +6% rispetto al 2024;

- i **consumi di imballaggi in plastica**, pari a 55.867 kg, in riduzione del -6% rispetto al 2024;
- la **produzione complessiva di rifiuti**, pari a 897 tonnellate in aumento del +10% rispetto al 2024, di cui circa il 69% avviato a riciclo.

RIFIUTI PRODOTTI PER MAGAZZINI E SEDI [TON]

	2024	2025	% 25 vs 24
Carta e cartone	135	226	+67%
Plastica	140	144	+3%
Vetro	6	-	-
Imballaggi misti	489	472	-3%
Legno	-	-	-
Metalli	6	-	-
Rifiuti organici	43	55	+29%
Altri rifiuti non pericolosi	0,1	0,08	-17%
Rifiuti speciali pericolosi	-	-	-
TOTALE	818	897	+10%



4.3. Punti vendita

Nel 2025 l'analisi relativa alla Rete di vendita di Conad Centro Nord ha incluso **246 punti vendita** e **62 Concept Store** distribuiti sul territorio.

La stima di emissioni complessive relative ai consumi di energia elettrica e gas naturale ammonta a **41.866 tCO₂e**, in riduzione dell'11% rispetto al 2024. La quota prevalente, pari al 91% del totale, è riconducibile ai consumi di energia elettrica, mentre la parte restante deriva dall'utilizzo di gas naturale¹⁰.

La contrazione complessiva delle emissioni è stata registrata nonostante un incremento dei consumi elettrici pari al 3%. Tale aumento è stato infatti più che compensato dalla riduzione del fattore di emissione associato al mix energetico italiano aggiornato, in calo del -15%. Parallelamente, si evidenzia un incremento dei consumi di gas naturale, che ha determinato una crescita delle relative emissioni del 12% rispetto al 2024.

EMISSIONI E CONSUMI TOTALI PER I PUNTI VENDITA E CONCEPT STORE

	Udm	2024	2025	% 25 vs 24
Consumi di energia elettrica totali	kWh	139.121.043	143.695.235	+3,2%
Emissioni da energia elettrica totali	tCO ₂ e	43.503	38.094	-12,4%
Consumi di gas naturale totali	m ³	1.416.274	1.569.461	+10,8%
Emissioni da gas naturale totali	tCO ₂ e	3.374	3.772	+11,8%
TOTALE EMISSIONI DA CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA E GAS NATURALE	tCO₂e	46.877	41.866	-10,7%

Punti vendita e Concept Store a gestione diretta

Nel 2025 è proseguita la mappatura puntuale dei consumi e delle emissioni dei punti vendita e Concept Store gestiti direttamente dalla Cooperativa. L'analisi ha riguardato **17 tra punti vendita e Concept Store**, per una superficie complessiva di 23.858 m².

Questo specifico perimetro ha generato 3.509 tCO₂e, pari all'**8% delle emissioni complessive** generate dall'intera rete di vendita di Conad Centro Nord¹¹.

Per il secondo anno, il monitoraggio ha incluso anche il dato relativo alle perdite di gas refrigeranti dei punti vendita e Concept Store a gestione diretta. Guardando al perimetro complessivo, Conad Centro Nord ha rilevato una perdita di refrigerante R448A pari a 1.331 kg, corrispondente a 1.989 tCO₂e, in riduzione del -32% rispetto al 2024.

Le linee guida per una maggiore efficienza energetica

Conad Centro Nord prosegue nel percorso di accompagnamento dei Soci verso una gestione più consapevole ed efficiente dei consumi energetici nei punti vendita, attraverso la diffusione di specifiche Linee Guida sull'Efficienza Energetica. Questo strumento nasce con l'obiettivo di favorire un approccio strutturato e continuativo al

tema, supportando la Rete nell'individuazione delle principali aree di intervento e nell'approfondimento delle opportunità di miglioramento, anche tramite attività dedicate di audit energetico.

10. Le emissioni derivanti dal consumo di energia elettrica si riferiscono alla totalità dei punti vendita e dei Concept Store; ove non fornito il dato di consumo dell'energia elettrica è stata fatta una stima sulla base di valori rappresentativi a livello nazionale di kWh/m² al mese, definiti per cluster di superficie (punti vendita) o per insegna (Concept Store). Le emissioni derivanti dal consumo di gas si riferiscono ai soli punti vendita e Concept Store per cui sono disponibili dati misurati.

11. Durante il 2025, 2 punti vendita e 1 Concept Store sono stati gestiti direttamente solo per alcuni mesi; i consumi, le perdite di refrigerante e le emissioni riportati nel paragrafo si riferiscono esclusivamente a tali periodi.

Le indicazioni operative si concentrano su alcune leve concrete di efficientamento, tra cui:

- regolazione degli orari di funzionamento degli impianti di climatizzazione;
- manutenzione dei gruppi di refrigerazione alimentare;
- gestione ottimizzata delle temperature interne;
- sostituzione dell'illuminazione con sistemi LED a basso consumo e dimmerazione automatica;
- riduzione dell'illuminazione esterna dove compatibile con sicurezza e funzionalità.

Parallelamente, nei punti vendita interessati dagli interventi vengono adottate **tecnologie impiantistiche** orientate al miglioramento dell'efficienza energetica e alla riduzione di specifiche fonti emissive. I sistemi di riscaldamento e raffrescamento sono alimentati da pompe di calore, con conseguente eliminazione della fornitura di gas, mentre la refrigerazione alimentare utilizza CO₂ come fluido refrigerante, caratterizzato da un minore potenziale climalterante rispetto ad alcuni gas refrigeranti tradizionali. Le centrali frigorifere e i condensatori sono inoltre dotati di inverter e ventole ad alta efficienza e gestiti tramite sistemi di telegestione che ottimizzano i parametri operativi

in base alle condizioni climatiche stagionali. Il calore recuperato dagli impianti frigoriferi viene infine riutilizzato per la produzione di acqua calda sanitaria, contribuendo a migliorare l'efficienza complessiva del sistema.

Il quadro degli interventi è completato dall'impiego di frigoriferi dotati di chiusure vetrate e illuminazione LED, progettati per contenere i consumi energetici e garantire una corretta conservazione dei prodotti, oltre all'installazione di colonnine per la ricarica di veicoli elettrici.

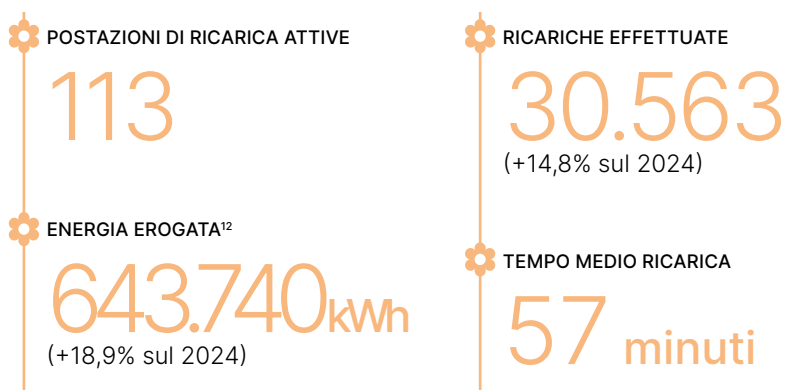
A supporto dei Soci, la Cooperativa mette a disposizione le competenze del proprio Ufficio Tecnico, che affianca i punti vendita nella valutazione delle soluzioni più adatte alle specifiche caratteristiche di ciascuna struttura.

Questo impegno si inserisce in un percorso di miglioramento delle prestazioni energetiche che coinvolge non solo i punti vendita, ma anche la Sede e i Centri di Distribuzione (Ce.Di.). In questa direzione rientrano, tra gli altri, l'installazione e il potenziamento di impianti fotovoltaici e la diffusione degli impianti frigoriferi a CO₂, tecnologia utilizzata in sostituzione di alcuni gas refrigeranti tradizionali e caratterizzata da un minore potere climalterante.

Le colonnine di ricarica per veicoli elettrici nei parcheggi della Rete

Nei parcheggi dei punti vendita della Rete di Conad Centro Nord sono attive 113 postazioni di ricarica per veicoli elettrici, di cui **10 installate nel 2025**. Realizzate nell'ambito di una partnership nazionale con Enel-X, queste sta-

zioni contribuiscono a rendere più accessibile la ricarica elettrica sul territorio e sono disponibili per tutti i cittadini, senza alcun obbligo di acquisto nei punti vendita.



Contrasto allo spreco alimentare

Il recupero dei prodotti alimentari non più vendibili, ma ancora salubri e idonei al consumo, rappresenta un ambito importante dell'impegno di Conad Centro Nord. Questi prodotti possono diventare un supporto concreto per persone e famiglie in difficoltà e, allo stesso tempo, con-

sentono di limitare la produzione di eccedenze destinate allo smaltimento. Anche dal punto di vista economico, il recupero permette di restituire valore a beni che altrimenti uscirebbero dal circuito alimentare.

12. L'erogazione di 643.740 kWh di energia 100% rinnovabile alle auto equivale a 3,9 milioni di km percorsi in elettrico, con un risparmio per l'ambiente di circa 450 tonnellate di CO₂ pari al quantitativo assorbito da oltre 25.000 alberi in un anno.

L'impegno della Cooperativa parte a monte, attraverso un'**attenta programmazione degli ordini**, con l'obiettivo di ridurre le rimanenze. Conad Centro Nord sta inoltre strutturando una procedura da applicare in modo integrato in tutti i punti vendita, così da disporre di dati sempre più completi e puntuali sulle quantità complessive di prodotti donati.

Nei territori in cui opera, **Conad Centro Nord sostiene da molti anni i circuiti di donazione alimentare**. I punti

vendita della Rete, in collaborazione con le amministrazioni pubbliche locali e numerose associazioni onlus ed enti equiparati, donano prodotti prossimi alla scadenza ma ancora sicuri e idonei al consumo. **Complessivamente, nel 2025 sono stati recuperati 376.545 kg di beni alimentari, per un valore economico di oltre 1,7 milioni di euro.**

4.4. Prodotti a Marchio Conad

I **Prodotti a Marchio Conad** rappresentano una leva strategica per l'intero Sistema e, anche per Conad Centro Nord, sono un elemento centrale nella relazione quotidiana con i clienti. Un'offerta di qualità e conveniente, che affianca alla tutela del potere d'acquisto e alla valorizzazione delle filiere un lavoro progressivo su aspetti specifici, come l'evoluzione degli imballaggi, la selezione delle materie prime e il presidio dei processi lungo la filiera.

Nel 2025 la quota dei prodotti a Marca del Distributore (MDD) in Conad Centro Nord ha raggiunto il **33%**, per un fatturato pari a **532 milioni di euro**. Un risultato che conferma il ruolo della Cooperativa nel rendere accessibili, attraverso la propria rete distributiva, prodotti sicuri e controllati.

Tra le espressioni più concrete di questo impegno rientra **Conad Percorso Qualità**, il sistema che garantisce standard elevati di qualità, freschezza e sicurezza, grazie a controlli lungo tutta la filiera: dalla selezione dei fornitori alla produzione, dal trasporto alla logistica, fino alla conservazione nei punti vendita. La Cooperativa contribuisce così a portare sugli scaffali prodotti tracciabili e di origine certa, valorizzando filiere importanti come carni, uova, ittico e ortofrutta italiana di stagione.





Packaging sostenibile

Il miglioramento del packaging è uno degli ambiti centrali nell'evoluzione dei prodotti MDD Conad. Il lavoro si concentra sulla progettazione degli imballaggi, sull'uso più efficiente dei materiali e sul miglioramento della riciclabilità, accompagnando il prodotto lungo le diverse fasi del suo ciclo di vita.

Anche la comunicazione in confezione svolge un ruolo importante: etichette e packaging diventano strumenti per raccontare gli interventi realizzati e guidare i clienti verso una corretta separazione dei materiali.

Benessere animale

Il benessere animale è un altro ambito rilevante nelle politiche dei prodotti a marchio Conad. L'approccio coinvolge le principali filiere – carni, uova e ittico – e si basa sul lavoro con i fornitori, attraverso linee guida e capitolati che definiscono requisiti specifici lungo le diverse fasi della filiera.

Nella filiera **Conad Percorso Qualità** sono presenti numerosi prodotti con l'indicazione "Allevati senza uso di antibiotici", tra cui pollo, tacchino, avicoli speciali, ombrina, ricciola, salmone e alcuni allevamenti di orate e branzini. In caso di necessità di cura dell'animale, il capo viene escluso dalla filiera specifica e ricondotto a quella base.

L'impegno riguarda anche le carni biologiche, le uova e la filiera ittica.

4.5. Le iniziative ambientali

100 nuovi alberi e arbusti tra Parma e Ospitaletto

Conad Centro Nord prosegue la propria partecipazione alla campagna nazionale **"Forestiamo insieme l'Italia"**, avviata da Conad in collaborazione con Rete Clima e dedicata alla realizzazione di interventi di forestazione urbana e valorizzazione del verde nei territori.

Nel 2025 l'iniziativa è giunta alla terza edizione con il progetto **"Natura in Città"**, focalizzato sulla realizzazione e riqualificazione di aree verdi in contesti urbani. La Cooperativa è intervenuta nel **Parco Giacomo Ferrari** a Parma e nel comune di **Ospitaletto**, in provincia di Brescia. In entrambi i siti sono state messe a dimora **25 piante a pronto effetto e 25 arbusti**, con l'obiettivo di incrementare la presenza di vegetazione e favorire una maggiore diversificazione delle specie vegetali nelle aree interessate. Gli spazi sono stati inoltre arricchiti con l'installazione di un Bug Hotel, una struttura pensata per favorire la presenza di insetti impollinatori e altre piccole specie utili alla biodiversità urbana.

Le inaugurazioni hanno rappresentato anche un momento di coinvolgimento per le comunità locali. A Parma hanno partecipato i bambini dell'Istituto Puccini, mentre a Ospitaletto erano presenti i bambini delle scuole elementari del territorio: in entrambe le occasioni sono state liberate alcune coccinelle, come gesto simbolico legato alla cura dei nuovi spazi verdi. Anche i clienti Conad sono stati coinvolti attraverso **"Il Palio di Conad"**, l'attività di gamification inserita nella HeyConad App, con cui gli utenti hanno potuto accumulare **"Margherite Verdi"** e trasformare la partecipazione digitale in un sostegno agli interventi di forestazione nella propria regione.

Per Conad Centro Nord, la partecipazione a questo progetto rappresenta un'occasione concreta per contribuire alla cura degli spazi verdi nei territori in cui opera, unendo la dimensione nazionale del Sistema Conad al coinvolgimento delle comunità locali.



Volontariato d'impresa KilometroVerdeParma: ripulite aree del quartiere San Leonardo

Nel 2025 alcuni dipendenti di Conad Centro Nord hanno preso parte a una nuova iniziativa di **volontariato ambientale** promossa da **KilometroVerdeParma** nel quartiere San Leonardo, a Parma. L'intervento ha coinvolto **35 collaboratori** di Conad Centro Nord e Gruppo Chiesi.

Supportati dai volontari di IBO, i partecipanti hanno ripulito alcune aree del quartiere, raccogliendo complessivamente **oltre 100 kg di rifiuti**. L'attività ha contribuito a migliorare il decoro di luoghi frequentati ogni giorno dai cittadini e ha offerto un'occasione di sensibilizzazione sulla cura condivisa degli spazi urbani.

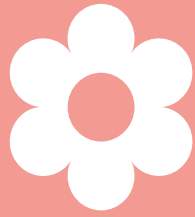
Al termine della giornata, ogni volontario ha ricevuto una pianta in omaggio, nell'ambito di un'iniziativa dedicata alla distribuzione di essenze arboree e arbustive sul territorio regionale.

Per Conad Centro Nord, la partecipazione a questa giornata conferma il valore del volontariato d'impresa come strumento di relazione con il territorio e con le comunità, attraverso azioni semplici e concrete a beneficio degli spazi comuni.



05. Persone e Comunità





Crescere insieme alle persone e ai territori è parte integrante del modo di fare impresa di Conad Centro Nord.

Questo impegno prende forma ogni giorno attraverso il lavoro dei Soci e dei collaboratori, che portano le strategie dell'insegna nella relazione con i clienti e nella qualità del servizio offerto: una spesa conveniente, sicura e attenta ai bisogni delle famiglie. Ma il ruolo della Cooperativa va oltre il punto vendita. Conad Centro Nord è parte attiva delle comunità in cui opera, sostenendo servizi, progetti e iniziative capaci di generare valore sociale concreto. Nel 2025, nel perimetro direttamente rendicontato dalla Cooperativa, sono stati destinati oltre **1,35 milioni di euro** a interventi di sostenibilità sociale, a conferma di un percorso di crescita orientato a costruire territori più inclusivi, solidi e capaci di futuro.



5.1. Le nostre persone

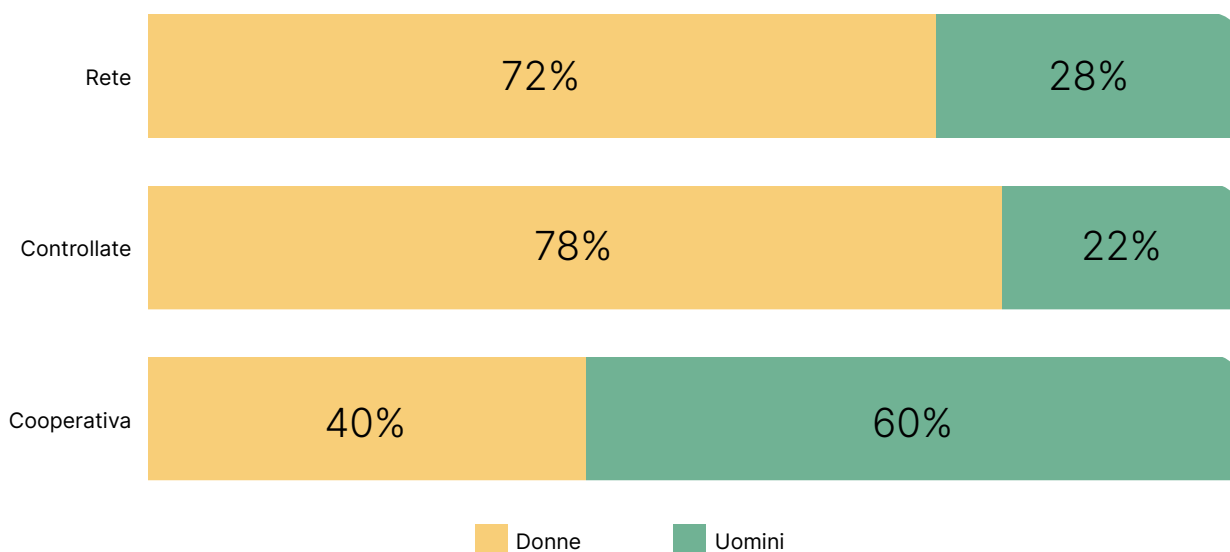
Il valore generato da Conad Centro Nord nasce prima di tutto dalle persone che, ogni giorno, contribuiscono al funzionamento della Cooperativa, delle società controllate e della Rete di vendita. Il percorso di rendicontazione avviato negli ultimi anni ha rafforzato il monitoraggio dei dati occupazionali, con l'obiettivo di restituire una fotografia sempre più completa e trasparente dell'impatto del Sistema sui territori in cui opera.

Nel 2025 gli occupati totali sono stati 7.291. La tabella seguente riporta la suddivisione tra Cooperativa, società controllate e Rete; a questo numero si aggiungono gli operatori della logistica (non dipendenti diretti) per un totale di 7.790 collaboratori.

NUMERO TOTALE OCCUPATI CONAD CENTRO NORD

	2025
Dipendenti Cooperativa	189
Dipendenti società di servizi e finanziarie controllate	73
Rete	7.029 ¹³
TOTALE COMPLESSIVO	7.291

Diversità di genere



Osservando la composizione per genere, emerge una presenza femminile significativa nei diversi perimetri occupazionali del Sistema Conad Centro Nord. Nel 2025, le donne hanno rappresentato il 40% dei collaboratori della

Cooperativa. La quota è risultata ancora più elevata nelle società controllate, dove ha raggiunto il 78%. Anche nella Rete di vendita la componente femminile si è confermata prevalente, con le dipendenti pari al 72% del totale.

13. Nella Rete sono comprese anche le persone delle società di gestione controllate da Conad Centro Nord.

Stabilità, inclusione e qualità del lavoro

CONTRATTI A TEMPO INDETERMINATO

96% Cooperativa
86% società controllate

RAPPORTI FULL-TIME

97% Cooperativa
89% società controllate

La stabilità dei rapporti di lavoro si conferma un elemento centrale nella gestione delle persone di Conad Centro Nord. Nel 2025 i contratti a tempo indeterminato hanno riguardato il **96% del personale della Cooperativa** e l'**86% dei dipendenti delle società controllate**. Anche rispetto all'orario di lavoro emerge una presenza significativa di rapporti full-time, pari al 97% nella Cooperativa e all'89% nelle società controllate.

La totalità dei dipendenti della Cooperativa e delle società controllate è coperta da contrattazione collettiva nazionale. Nel corso dell'anno Conad Centro Nord ha inoltre proseguito il monitoraggio della presenza di lavoratori con disabilità, che rappresentano il 3,5% dei dipendenti nel perimetro composto da Cooperativa e società controllate. Un dato che contribuisce a restituire una lettura più completa della composizione del personale e dell'attenzione della Cooperativa verso inclusione e qualità del lavoro.

La Rete

La Rete di vendita rappresenta il punto di contatto più diretto tra Conad Centro Nord, i clienti e i territori. Nel 2025, ha contato **7.029 collaboratori** impiegati nei punti vendita; nel dato sono inclusi anche i dipendenti delle società di gestione controllate da Conad Centro Nord. Tra i collaboratori della Rete, l'89% risulta assunto con contratto a tempo indeterminato, a conferma della rilevanza dei rapporti di lavoro stabili anche nei punti vendita.

Il dato è costruito a partire dalle informazioni trasmesse dai diversi uffici paghe che seguono le società dei Soci. Si tratta quindi di una stima, poiché la Rete di vendita non rientra nel perimetro consolidato della Cooperativa ai fini della rendicontazione. Tuttavia, il suo peso all'interno del Sistema rende importante restituirne una rappresentazione chiara: sono infatti le persone dei punti vendita a tradurre ogni giorno l'identità Conad nella relazione con i clienti, nel servizio e nel presidio delle comunità locali.

La formazione

Nel corso del 2025, Conad Centro Nord ha proseguito il proprio investimento nella formazione, promuovendo un programma articolato di iniziative rivolte sia alla Rete di vendita sia alla tecnostruttura. L'obiettivo è stato rafforzare le competenze tecniche, gestionali e relazionali delle persone, accompagnando l'evoluzione dei punti vendita, dei Soci e dell'organizzazione nel suo complesso.



La formazione per la Rete di vendita

L'impegno della Cooperativa si è concentrato nel mettere a disposizione di Soci e collaboratori strumenti utili ad affrontare un mercato in costante trasformazione, sostenendo al tempo stesso i processi di sviluppo organizzativo e il consolidamento della Rete. Nel complesso, le attività formative rivolte ai punti vendita hanno coinvolto **1.454 partecipanti**, per un totale di **13.568 ore di formazione erogate**.

La principale novità dell'anno è stata il lancio del percorso **"Tu sei il brand"**, rivolto a Soci e Capi Negozio. Il programma è stato progettato per approfondire l'identità del brand e rafforzare la capacità di raccontarla in modo coerente, concreto e vicino ai territori. Accanto a questo obiettivo, il percorso ha dedicato particolare attenzione al coinvolgimento dei collaboratori nei punti vendita, valorizzando il ruolo dei responsabili nel motivare i team e nel migliorare l'esperienza quotidiana delle persone al lavoro.

Nel corso del 2025 sono state realizzate circa **30 iniziative formative** dedicate al personale dei punti vendita, articolate in tre principali ambiti: formazione tecnica, sviluppo delle competenze trasversali e percorsi dedicati ai Soci.

Nell'ambito della formazione tecnica sono proseguite le attività della **Scuola dei Mestieri**, il percorso dedicato ai reparti e strutturato su due livelli di approfondimento. Il primo livello è focalizzato su tematiche fondamentali come la merceologia, le procedure operative di reparto, le lavorazioni e il servizio al cliente.

Il secondo livello prevede cinque giornate di approfondimento dedicate allo storytelling di prodotto, alla lettura e interpretazione degli indicatori economici per una gestione più efficace del reparto e all'analisi della concorrenza, anche attraverso visite mirate presso punti vendita di altre insegne. Queste attività hanno contribuito a consolidare le competenze operative e gestionali delle persone coinvolte, favo-

rendo una conduzione più consapevole dei reparti e una maggiore qualità del servizio offerto ai clienti.

Particolare attenzione è stata dedicata allo sviluppo delle **competenze trasversali**, che hanno rappresentato il **44% delle iniziative formative rivolte alla Rete**. Tra i temi affrontati rientrano l'intelligenza emotiva, la gestione del tempo e le tecniche di vendita. È inoltre proseguito il percorso **"Persone oltre il mestiere"**, rivolto ai capi reparto e concepito come una palestra di allenamento delle competenze relazionali e gestionali, considerate da Conad Centro Nord un elemento determinante per il successo dei punti vendita e per la qualità della gestione dei team.

Nel 2025 è stata realizzata anche un'edizione del **Master nuovi Soci**, percorso dedicato ai futuri Soci e parte integrante della strategia di crescita professionale e di ricambio generazionale della base sociale. Oltre a giornate formative dedicate allo store management, il Master ha previsto momenti di valutazione finalizzati a misurare l'"associabilità" dei partecipanti, attraverso l'analisi di competenze, motivazioni, ambizioni e allineamento valoriale. L'obiettivo è favorire l'ingresso di nuovi imprenditori con profili professionali e comportamentali coerenti con i valori e il modello organizzativo della Cooperativa.

Sul fronte digitale, Conad Centro Nord ha continuato a investire nella propria piattaforma e-learning, rendendo disponibili, tra gli altri, i contenuti sviluppati in collaborazione con il Consorzio nazionale per il personale dei **Concept Store** – Parafarmacie, PetStore e Ottici – e il percorso dedicato a **Hey Conad App** per il personale del box informazioni. Gli oltre **1.000 utenti attivi** della piattaforma, inclusi nel totale dei partecipanti alla formazione 2025, confermano il ruolo strategico dell'e-learning nel garantire un accesso continuo e diffuso ai percorsi formativi.

La formazione per la Rete di vendita in numeri



La formazione per la tecnostuttura

Nel 2025 anche la formazione dedicata al personale della tecnostuttura ha rappresentato un ambito di investimento rilevante per Conad Centro Nord, coinvolgendo complessivamente **179 collaboratori**.

Tra le iniziative più significative rientra il percorso rivolto, in una prima fase, al team degli **ambassador della sostenibilità**, composto da **14 dipendenti** provenienti dalle diverse aree aziendali. Il gruppo è stato coinvolto in attività formative dedicate ai temi ambientali, sociali e di governance, con l'obiettivo di rafforzare competenze e consapevolezza in vista del ruolo che gli ambassador saranno chiamati a svolgere nella diffusione della cultura della sostenibilità all'interno dell'organizzazione.

Nel corso dell'anno sono stati inoltre realizzati percorsi formativi a supporto dell'evoluzione dei ruoli organizzativi, con particolare attenzione all'area Comunicazione, all'interno della Direzione Marketing, e alla Direzione People. Queste iniziative hanno accompagnato lo sviluppo di nuove competenze professionali, in coerenza con i cambiamenti organizzativi in corso.

Nel 2025 hanno proseguito la propria attività anche i gruppi di lavoro interfunzionali costituiti nel 2024 su temi strategici per l'organizzazione. I gruppi, focalizzati sugli ambiti Prodotto, Intelligence e Nuove Aperture, hanno continua-

to a sviluppare proposte progettuali e soluzioni a supporto della crescita aziendale e dell'evoluzione dei processi.

Un ulteriore elemento qualificante è rappresentato dalle riunioni delle **13 Commissioni** di Conad Centro Nord: occasioni di confronto nelle quali i dipendenti della Cooperativa lavorano fianco a fianco con Soci e collaboratori dei punti vendita per analizzare gli scenari di mercato, condividere esperienze e sviluppare riflessioni utili all'evoluzione del modello organizzativo e commerciale.

È stata inoltre realizzata una formazione diffusa sugli strumenti di collaborazione di Microsoft 365, finalizzata ad aggiornare le modalità operative, favorire una maggiore digitalizzazione dei processi di lavoro e rendere più efficace la collaborazione tra le diverse aree aziendali.

In modalità digitale, tutti i dipendenti hanno inoltre seguito la formazione dedicata al Codice Etico della Cooperativa, con l'obiettivo di rafforzare la conoscenza dei principi, dei valori e delle regole che guidano l'operato dell'organizzazione.

Accanto alle iniziative di sviluppo e innovazione, Conad Centro Nord ha garantito anche nel 2025 la continuità delle attività di aggiornamento tecnico-professionale e dei corsi obbligatori previsti dalla normativa vigente.

LA FORMAZIONE PER LA TECNOSTRUTTURA IN NUMERI



Nel complesso, l'attività formativa del 2025 conferma la volontà di Conad Centro Nord di investire in modo strutturato nella valorizzazione delle persone e nello sviluppo delle competenze. Attraverso percorsi dedicati alla formazione tecnica, alle competenze trasversali, alla cresci-

ta dei Soci, alla sostenibilità e all'innovazione digitale, la Cooperativa rafforza una cultura organizzativa orientata alla collaborazione e al miglioramento continuo, sostenendo l'evoluzione della Rete e la qualità del servizio offerto ai clienti.

Salute e sicurezza

Nel 2025 Conad Centro Nord ha confermato il proprio impegno per la salute e la sicurezza nei luoghi di lavoro, attraverso la formazione obbligatoria annuale, momenti formativi specifici e procedure dedicate alla prevenzione. Nel corso dell'anno non sono stati registrati infortuni sul lavoro tra i dipendenti della Cooperativa e delle società controllate.

Congedo parentale

Nel 2025 Conad Centro Nord ha continuato a sostenere la genitorialità e l'equilibrio tra vita professionale e responsabilità familiari, mettendo a disposizione dei dipendenti strumenti previsti dalla normativa e misure integrative definite a livello aziendale. Tra i dipendenti aventi diritto, hanno usufruito di congedi per motivi familiari il **14% delle donne** e il **6,5% degli uomini**, a conferma di un'attenzione crescente verso la conciliazione dei tempi di vita e di lavoro.

Il sostegno alla genitorialità si concretizza anche attraverso quanto previsto dal Contratto aziendale: nei mesi in cui la legge riconosce un'indennità pari al 30%, i dipendenti possono beneficiare di un'integrazione retributiva fino al 50%. A questa misura si affianca la possibilità, concessa nel tempo alle donne al rientro dalla maternità, di usufruire di tre anni di occupazione part-time, così da favorire una gestione più equilibrata tra percorso professionale e responsabilità familiari.

5.2. I Soci

Alla base del modello Conad c'è la figura del Socio imprenditore: un commerciante che sceglie di crescere insieme ad altri imprenditori, mettendo in comune competenze, responsabilità e visione. È da questa scelta cooperativa che nascono partecipazione, mutualità e capacità di generare valore nel tempo, non solo per i Soci di oggi, ma anche per quelli che contribuiranno allo sviluppo futuro del Sistema.

Il dialogo tra generazioni rappresenta, in questo percorso, una leva fondamentale. Conad Centro Nord promuove il confronto tra l'esperienza maturata dai Soci più consolidati e l'energia delle nuove generazioni, favorendo uno scambio capace di unire conoscenza del mestiere, innovazione e apertura al cambiamento. In un mercato sempre più complesso, questo passaggio di competenze

permette di mantenere viva l'identità imprenditoriale della Cooperativa e di accompagnare il ricambio generazionale con continuità e responsabilità.

La centralità del Socio si esprime anche nella costruzione delle strategie di sviluppo. Grazie al presidio quotidiano dei territori, dei clienti e delle relazioni con i fornitori, i Soci portano nei luoghi decisionali una conoscenza concreta dei bisogni delle comunità. La loro partecipazione alle progettualità e all'elaborazione del Piano strategico consente alla Cooperativa di orientare le scelte verso risposte efficaci, coerenti e vicine alle persone. Allo stesso tempo, i Soci mettono la propria esperienza al servizio del Sistema, attraverso attività di tutoraggio, supporto ai colleghi e accompagnamento nelle fasi di avvio di nuovi punti vendita.

Le Commissioni

Tra gli strumenti attraverso cui prende forma il contributo dei Soci alla vita della Cooperativa rientrano le Commissioni. Istituite dal Consiglio di Amministrazione, rappresentano una struttura di governance con funzione consultiva e favoriscono un dialogo continuo tra Consiglio, Soci e tecnostuttura. Sono tavoli di lavoro in cui vengono approfonditi temi operativi, iniziative progettuali e priorità legate all'evoluzione della Rete, con l'obiettivo di tradurre esperienze diverse in soluzioni replicabili e applicabili nei punti vendita.

Le Commissioni riuniscono Consiglieri, Soci, manager della struttura tecnica e personale di punto vendita. Questa composizione consente di mettere a fattor comune competenze complementari: dalla conoscenza diretta dei clienti maturata ogni giorno nei negozi, alla gestione degli assortimenti, fino alle strategie commerciali e di sviluppo definite a livello centrale. In questo modo, le Commissioni contribuiscono a rafforzare la solidità del Sistema, ac-

compagnando la crescita della Rete e sostenendo il ruolo imprenditoriale dei Soci.

Ogni Commissione coinvolge un numero definito di partecipanti, includendo anche Soci non consiglieri, per ampliare il confronto e valorizzare il contributo della base sociale. Nel complesso, i membri delle diverse Commissioni sono circa 140. La partecipazione a questi gruppi rappresenta inoltre un percorso di crescita per i Soci che desiderano sviluppare competenze tecniche e manageriali e candidarsi, in futuro, a ruoli di maggiore responsabilità all'interno della governance cooperativa. A ogni rinnovo delle cariche è prevista la turnazione di almeno il 25% dei membri, così da favorire continuità, apertura e ricambio.

Le 13 Commissioni di Conad Centro Nord sono: Marketing, Rete, Finanza, Risorse Umane, Logistica, Sistemi informativi, Grocery 1, Grocery 2, Carne, Pesce, Ortofrutta, Extra alimentare e Concept.

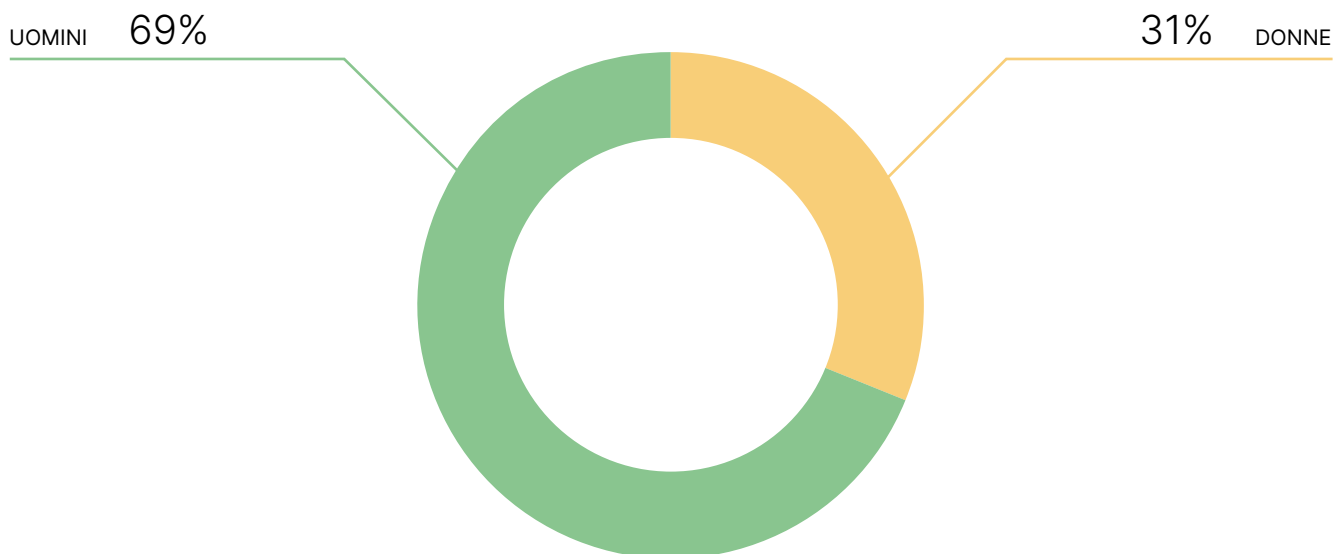
La partecipazione alla vita della Cooperativa trova infine piena espressione anche nei momenti assembleari. Ogni anno i Soci prendono parte all'Assemblea Generale Ordinaria e all'Assemblea di Bilancio, occasioni centrali di confronto, condivisione delle scelte e rafforzamento del modello cooperativo.

Nel 2025, la Cooperativa ha contato 339 Soci e 171 società associate; per Soci si intendono le persone fisiche, mentre società associate fa riferimento alle società costituite dai Soci imprenditori che gestiscono i punti vendita.

Le commissioni di Conad Centro Nord

- 🌀 Marketing
- 🌀 Rete
- 🌀 Finanza
- 🌀 Risorse Umane
- 🌀 Logistica
- 🌀 Sistemi informativi
- 🌀 Grocery 1
- 🌀 Grocery 2
- 🌀 Carne
- 🌀 Pesce
- 🌀 Ortofrutta
- 🌀 Extra alimentare
- 🌀 Concept

SOCI PER GENERE



Il monitoraggio sulla soddisfazione dei negozi associati

L'ascolto dei Soci è da oltre vent'anni una pratica strutturata per Conad Centro Nord. Dal 2003, infatti, la Cooperativa conduce ogni anno un'indagine dedicata ai Soci dei punti vendita, attraverso interviste dirette svolte in presenza o telefonicamente. Questo strumento consente di mantenere aperto un canale di confronto costante e di valutare in modo puntuale la qualità dei servizi offerti dalla Cooperativa ai Soci e ai punti vendita della Rete.

L'indagine prende in esame le principali aree di servizio: Marketing, Commerciale, Supply chain, Rete, Sviluppo e patrimonio immobiliare, Formazione, Sistemi informativi, Amministrazione, finanza e società intermedie. Ogni area viene analizzata attraverso specifici elementi di dettaglio, ai quali i Soci attribuiscono una valutazione, così da restituire un quadro articolato e concreto del livello di soddisfazione. Nel 2025, il punteggio medio rilevato è stato pari a **8,0 su 10**.

5.3. I nostri Clienti

Per Conad Centro Nord essere vicini ai clienti significa offrire ogni giorno risposte concrete: prodotti sicuri, qualità accessibile, convenienza e servizi pensati per semplificare l'esperienza di spesa. In un contesto in cui il potere d'acquisto delle famiglie resta un tema centrale, l'attenzione alle fasce più fragili si traduce in scelte mirate, sostenute da tre direttrici principali: fidelizzazione, omnicanalità e sviluppo dell'offerta a marchio Conad.

La relazione con il cliente si costruisce anche attraverso canali di ascolto e contatto sempre più immediati. Per questo Conad Centro Nord ha continuato a investire in strumenti digitali e procedure dedicate alla gestione delle richieste,

Fidelizzazione

La fidelizzazione rappresenta una leva strategica per rafforzare nel tempo la relazione tra Conad Centro Nord e i suoi clienti. Nel 2025, il numero complessivo di Carte

Carta Insieme

Carta Insieme è la carta fedeltà gratuita di Conad, pensata per offrire ai clienti vantaggi dedicati e una relazione sempre più personalizzata con l'insegna. Attraverso la carta, i clienti possono accedere a promozioni riservate

Carta Insieme Più

Tra gli strumenti più efficaci per consolidare la relazione con la clientela rientra Carta Insieme Più Conad Card, la carta di debito gratuita che permette di accumulare punti doppi, accedere a offerte esclusive, premi dedicati del Catalogo miPREMIO e sconti riservati, con addebito delle spese in un'unica soluzione il giorno 10 del mese successivo.

Nel 2025 Conad Centro Nord ha lavorato sia per favorire la conversione da Carta Insieme a Carta Insieme Più, sia per incentivare nuove sottoscrizioni, con l'obiettivo di rendere più semplice l'accesso ai servizi digitali e proporre opportunità di risparmio sempre più mirate e personalizzate. Nel corso dell'anno sono state attivate **oltre 12.000 Carte Insieme Più**, un risultato record mai raggiunto in più di dieci anni di attività.

Il risultato supera del 6% l'obiettivo fissato per il 2025 e registra una **crescita del 24% rispetto al 2024**. Anche per il prossimo periodo Conad Centro Nord proseguirà con un piano annuale di sottoscrizione, pensato per ampliare il numero dei Clienti possessori di Carta Insieme Più e proporre ogni mese vantaggi sempre diversi e coerenti con le loro esigenze.

introducendo indicatori utili a monitorare la qualità delle risposte e il livello di soddisfazione sul servizio. In questa direzione, nel 2024 è stato attivato un canale WhatsApp che a fine anno contava 30.000 utenti iscritti; a ottobre 2025, anche grazie al nuovo concorso veicolato attraverso questo canale, gli iscritti hanno superato quota 250.000.

A conferma della centralità della relazione con la clientela, nel 2025 Conad Centro Nord ha destinato 22,7 milioni di euro alle iniziative di fidelizzazione. Un investimento che punta a rafforzare il rapporto con i clienti abituali, attrarre di nuovi e rendere sempre più riconoscibile il valore dell'insegna nei territori in cui opera.

Insieme attive ha raggiunto 1.105.261 unità, confermando il peso rilevante della clientela fidelizzata all'interno del Sistema.

e partecipare alla raccolta punti del catalogo premi. Nel 2025, nelle aree servite da Conad Centro Nord, sono state sottoscritte 102.776 nuove Carte Insieme.



Le iniziative loyalty e i progetti community

Anche nel 2025 il piano di fidelizzazione si è sviluppato attraverso un insieme articolato di programmi continuativi, iniziative di collezionamento e attività promozionali di breve durata, con l'obiettivo di offrire vantaggi concreti ai clienti e, al tempo stesso, rafforzare la relazione con l'insegna.

Al centro della strategia loyalty si è confermato il catalogo **miPREMIO**, attivo durante tutto l'anno e arricchito con nuove referenze e premi dedicati ai principali ambiti di interesse della clientela. Attraverso il programma, oltre 350.000 clienti hanno beneficiato di più di **650.000 buoni sconto** e di circa **500.000 premi**, tra prodotti fisici ed esperienze. Rilevante anche la componente solidaristica: oltre 100.000 premi richiesti dai clienti sono stati destinati a **progetti benefici** e ad attività di sostegno delle associazioni locali, confermando la volontà della Cooperativa di creare valore condiviso per il territorio.

Accanto al catalogo **miPREMIO**, nel corso dell'anno sono state realizzate **quattro campagne di short collection**, che hanno permesso ai clienti di richiedere premi esclusivi attraverso la raccolta di bollini legata alla spesa quotidiana. La campagna **"Emozioni da condividere"**, sviluppata con **THUN**, ha proposto una collezione dedicata alla tavola e alla convivialità. Il progetto **"Minecraft: avventure per un mondo migliore"** si è articolato in due fasi: la prima collegata alla nuova edizione di **Scrittori di Classe**, con la realizzazione di un volume contenente i racconti delle classi partecipanti; la seconda dedicata a una raccolta bollini con premi ispirati al mondo Minecraft, particolarmente vicino alle giovani generazioni.

La campagna **"Muoviti con Stile"**, realizzata in collaborazione con **Bianchi** e **Garmin**, ha posto l'attenzione sul benessere, sul tempo libero e sulla promozione di stili di vita attivi, attraverso una selezione di premi dedicati allo sport e alle attività outdoor. Nei mesi invernali è stata invece lanciata **"Stranger Things – La collezione dal sottosopra"**, sviluppata in occasione dell'ultima stagione della serie, con una proposta di prodotti dedicati alla casa e alla quotidianità.

Nel 2025 sono inoltre proseguite le **attività community** a sostegno delle realtà territoriali. Tra queste si conferma centrale **Scrittori di Classe**, che per Conad Centro Nord ha coinvolto **1.217 scuole** e 4.547 classi, confermando il forte interesse del mondo scolastico verso un progetto capace di promuovere creatività, formazione e partecipazione.

È stata sviluppata anche una nuova edizione di **"Sostendiamo il futuro dello sport"**, dedicata al supporto delle società sportive dilettantistiche attive sul territorio. L'iniziativa ha coinvolto **1.866 società sportive**, alle quali sono stati destinati, grazie all'impegno dei clienti, oltre **6.000 premi** utili all'attività sportiva quotidiana, contribuendo alla diffusione dello sport e dei suoi valori educativi e inclusivi.

Nel mese di ottobre è stato realizzato anche un importante **concorso nazionale su WhatsApp**, esteso a tutta la Rete di vendita. L'iniziativa ha previsto la distribuzione di oltre 5 milioni di cartoline, più di **30.000 premi immediati** e **5 superpremi finali**. A ciascuno dei cinque vincitori è stata data la possibilità di scegliere un'associazione del territorio a cui destinare **1.000 euro in carte prepagate Conad**, trasformando così un premio individuale in un'opportunità condivisa con la comunità. Le donazioni hanno coinvolto diverse realtà locali: **Amici della Pediatria** a Bergamo, **Tempo Relativo** a Brescia, **Croce Rossa Italiana** – sezione di Sondrio, **Progetto Oncologia Uman.a** a Milano e il **Centro Diurno Arcobaleno** a Borgo Val di Taro. Un'iniziativa che ha rafforzato il legame tra punti vendita, clienti e territori, valorizzando il ruolo della Cooperativa come soggetto capace di attivare reti di solidarietà diffuse.

Durante l'anno sono state inoltre sviluppate numerose campagne dedicate alla **convenienza**, con l'obiettivo di offrire vantaggi concreti e continuativi ai clienti fidelizzati. In particolare, sono state realizzate quattro wave promozionali legate all'acquisto dei prodotti Freschissimi e due campagne a totale spesa, attraverso le quali sono stati distribuiti oltre **1,5 milioni di buoni sconto**.

A supporto del piano promozionale, Conad Centro Nord ha rafforzato il proprio programma di **campagne CRM personalizzate**, sviluppate sulla base dei diversi cluster di clientela profilata. Le attività hanno consentito di proporre comunicazioni, vantaggi e iniziative sempre più mirate, incrementando il livello di coinvolgimento e la qualità della relazione con i clienti.

Nel periodo natalizio, infine, Conad Centro Nord ha promosso una significativa iniziativa di solidarietà attraverso la vendita delle **campanelle Disney**. Grazie alla partecipazione dei clienti, sono stati raccolti oltre **500.000 euro** da destinare agli ospedali pediatrici di Lombardia ed Emilia-Romagna.

Omnicanalità e Digitalizzazione

La relazione con i clienti passa sempre più attraverso un ecosistema integrato di canali fisici e digitali, pensato per rendere l'esperienza di acquisto più semplice, accessibile e personalizzata. In questo percorso, Conad Centro Nord continua a rafforzare la propria strategia **omnicanaled**, valorizzando il punto vendita come presidio di prossimità e affiancandolo a strumenti digitali capaci di ampliare le occasioni di contatto, servizio e coinvolgimento.

Un ruolo centrale è svolto da **Hey Conad App**, che consente ai clienti di accedere a servizi, promozioni e funzionalità pensate per semplificare la spesa e arricchire la relazione con l'insegna. Attraverso l'App è possibile consultare il catalogo miPREMIO, seguire le attività di collezionamento, accedere a servizi dedicati come HeyConad Viaggi e HeyConad Spesa Online, ottenere promozioni esclusive e utilizzare strumenti evoluti come Conad Pay, che consente di pagare la spesa tramite App e Conad Card.

Anche l'**e-commerce Conad** si conferma parte integrante della strategia omnicanaled, offrendo ai clienti diverse modalità di acquisto e ritiro della spesa. I servizi di **Home Delivery, Click&Collect**, locker e Q-commerce consentono di rispondere a bisogni sempre più differenziati, integrando la relazione tradizionale nel punto vendita con soluzioni digitali orientate alla comodità, alla rapidità e alla flessibilità.

L'intero piano marketing e loyalty è stato sostenuto nel 2025 da un ulteriore rafforzamento delle attività di **comunicazione**, sia all'interno dei punti vendita sia attraverso i principali canali media e digitali, con un focus sul geomarketing avanzato. Nel corso dell'anno sono stati compiuti importanti passi avanti nella qualità e nell'efficacia della comunicazione in-store, attraverso un arricchimento dei materiali espositivi e informativi, sviluppati con l'obiettivo di rendere ancora più chiara, immediata e coinvolgente la comunicazione verso il cliente.

Parallelamente, sono state potenziate le campagne radio e le attività di comunicazione esterna, mantenendo al contempo centrale il ruolo del volantino, che continua a rappresentare uno degli strumenti più rilevanti per informare i clienti sulle iniziative commerciali e promozionali della Cooperativa. Accanto alla tradizionale distribuzione cartacea, ha assunto crescente importanza anche il volantino digitale, diffuso attraverso nuovi canali di contatto diretto, tra cui WhatsApp, sempre più strategici nel rafforzare tempestività, prossimità e personalizzazione della relazione con i clienti.

In questo modo, Conad Centro Nord consolida un modello di relazione in cui punto vendita, strumenti digitali e canali di comunicazione lavorano in modo integrato, con l'obiettivo di offrire ai clienti un'esperienza sempre più vicina alle loro abitudini e ai loro bisogni quotidiani.

L'E-COMMERCE NEL 2025



Bassi e Fissi

In un contesto in cui la convenienza continua a essere una priorità per molte famiglie, Conad conferma il proprio impegno nel rendere accessibile una spesa completa, sicura e di qualità. L'operazione "Bassi e Fissi" nasce proprio con questo obiettivo: mettere a disposizione un paniere di 1.000 prodotti a marchio Conad di uso quotidiano, proposti a prezzi ribassati rispetto alla media del mercato.

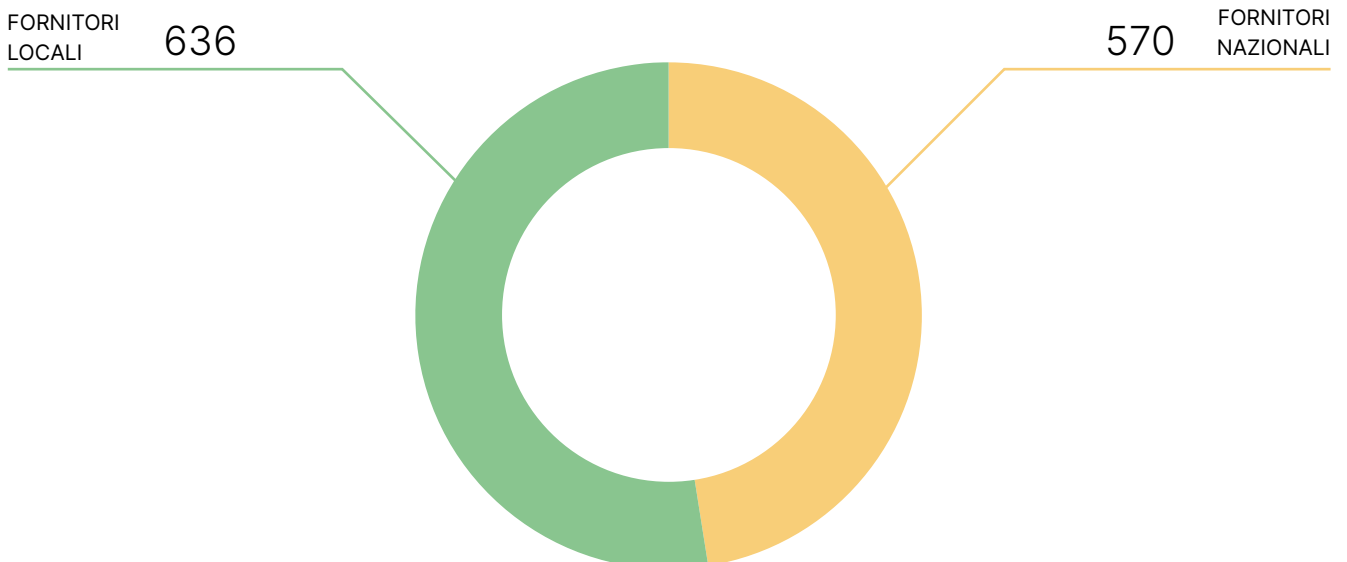
Si tratta di un intervento concreto a sostegno del potere d'acquisto, pensato in particolare per le famiglie che affrontano con maggiore difficoltà le spese quotidiane. Le referenze incluse nel paniere rispondono a bisogni essenziali e sono selezionate per garantire qualità, sicurezza e convenienza, confermando il ruolo del prodotto a marchio Conad come strumento importante per offrire valore reale nella spesa di tutti i giorni.

5.4. I fornitori di Conad Centro Nord

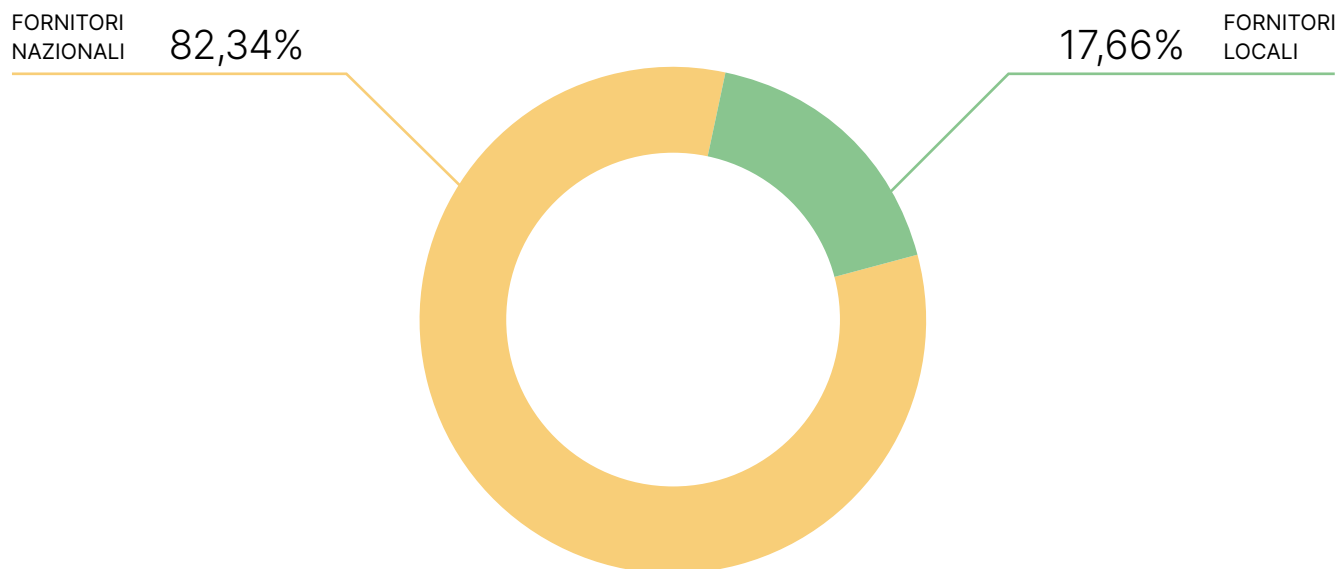
La relazione con i fornitori racconta in modo concreto il legame di reciprocità che Conad Centro Nord costruisce con i territori e con le comunità in cui opera. L'acquisto collettivo è da sempre uno degli elementi distintivi del modello cooperativo: nasce per rafforzare il potere negoziale dei dettaglianti, superare la dipendenza dai grossisti e favorire l'accesso a prodotti sicuri, di qualità e a condizioni di acquisto più favorevoli. Nel tempo, però, il rapporto con i fornitori è diventato molto più di uno scambio commerciale. Da un lato, i fornitori contribuiscono alla costruzione di assortimenti completi, affidabili e coerenti con le esigenze dei clienti; dall'altro, la Cooperativa offre loro continuità negli approvvigionamenti, puntualità nei pagamenti e una prospettiva di stabilità nel lungo periodo.

Accanto ai fornitori nazionali, individuati dal Consorzio Conad per servire l'intero Sistema sul territorio italiano, Conad Centro Nord collabora con una rete di fornitori che possono essere definiti "locali" per il legame diretto tra prodotto e territorio di riferimento. Si tratta di realtà che producono o trasformano beni destinati prevalentemente al consumo nei territori in cui opera la Cooperativa e per le quali la dimensione territoriale rappresenta un elemento rilevante dell'offerta e del valore generato. In questo senso, la collaborazione con i fornitori locali contribuisce a sostenere economie di prossimità e filiere radicate nelle comunità.

FORNITORI LOCALI CONAD CENTRO NORD E FORNITORI NAZIONALI



QUOTA ACQUISTATA DA FORNITORI LOCALI CONAD CENTRO NORD E FORNITORI NAZIONALI



Come evidenziato nei grafici, la rete di fornitura di Conad Centro Nord comprende **fornitori nazionali** e **fornitori locali**, con una quota di acquisto che restituisce il contributo di entrambe le componenti alla costruzione dell'offerta.

Questa articolazione della filiera consente di costruire un'offerta più aderente alle caratteristiche dei diversi

territori e di mantenere una relazione continuativa con fornitori espressione delle aree in cui Conad Centro Nord opera. Anche per questi fornitori valgono le stesse regole e procedure di qualifica applicate agli altri partner della Cooperativa, a garanzia degli standard di qualità e sicurezza previsti dal sistema Conad.

La selezione dei fornitori in Conad Centro Nord

L'ingresso nella rete dei fornitori di Conad Centro Nord richiede il rispetto della normativa vigente e l'adesione a un insieme di requisiti tecnico-operativi definiti dalla Cooperativa. A questi si aggiunge un elemento essenziale: la coerenza con i principi etici e morali espressi nel Codice Etico di Conad Centro Nord.

Il percorso di selezione, qualifica e inquadramento contrattuale è regolato in modo rigoroso, nel rispetto delle disposizioni europee e italiane in materia di concorrenza e pratiche commerciali. Questo consente di presidiare la correttezza etica e contrattuale delle relazioni tra fornitori e distributori, garantendo criteri chiari, trasparenti e coerenti lungo tutto il processo.

Oltre alle norme di legge, i rapporti con i fornitori sono disciplinati da regolamenti interni e procedure specifiche, tra cui:

- l'Allegato 7 del Manuale delle Procedure del Modello 231, che definisce le modalità di selezione dei fornitori e di gestione dei rapporti legati all'esecuzione dei con-

tratti di fornitura delle merci;

- l'accordo commerciale, o contratto quadro, che regola la relazione tra Cooperativa e fornitore e ne stabilisce gli aspetti principali;
- l'elenco specifico delle buone prassi e delle pratiche commerciali sleali;
- il Codice Etico di Conad Centro Nord;
- i protocolli obbligatori per i nuovi fornitori, con garanzie specifiche, ad esempio, sugli aspetti igienico-sanitari e sulla tracciabilità;
- la presenza e la disponibilità presso altri operatori del mercato, considerate elementi qualificanti nella valutazione di nuovi prodotti e fornitori.

La valutazione non si limita agli aspetti tecnici e funzionali. Reputazione, affidabilità e solidità del fornitore rappresentano requisiti altrettanto importanti, valutati dal Category Manager sulla base dell'esperienza diretta e della conoscenza della Rete di vendita. È infatti il Category Manager, in accordo con la Direzione, a proporre l'inserimento di nuovi fornitori. Prima dell'accreditamento

definitivo vengono inoltre svolte ulteriori verifiche di natura finanziaria e qualitativa, tra cui l'analisi del prodotto, il controllo della conformità dell'etichettatura e gli altri approfondimenti previsti dalle procedure interne.

Nel 2025 Conad Centro Nord ha coinvolto nelle proprie attività **636 fornitori locali**, per un giro d'affari compless-

sivo pari a **253.571.595 euro**. Il reparto Grocery ha rappresentato il 66,0% del totale fornitori, seguito dai Freschi da banco, tra salumi, formaggi, panetteria e gastronomia, con il 18,7%, dai Freschi Carni-Ittico con l'8,6% e dall'Ortofrutta con il 6,6%.

FORNITORI LOCALI

2025		
	Numero fornitori	Giro d'affari (€) IVA esclusa
Grocery	420	127.636.949
Freschi Carni-Ittico	55	26.228.026
Ortofrutta	42	18.986.475
Freschi da banco (salumi, formaggi, panetteria e gastronomia)	119	80.720.145
TOTALE	636	253.571.595



5.5 La collaborazione con le piccole produzioni del territorio

Conad Centro Nord collabora con fornitori del territorio, con particolare attenzione alle piccole e medie imprese agroalimentari attive nelle aree in cui la Cooperativa è presente con la propria rete di punti vendita.

L’iniziativa nasce per dare spazio a produzioni rappresentative dei territori di riferimento e per favorire opportunità di sviluppo commerciale per le imprese coinvolte, sostenendo la continuità di competenze produttive e relazioni economiche radicate nelle aree presidiate dalla Cooperativa.

Il progetto rafforza inoltre la relazione tra Conad Centro Nord, i fornitori e le comunità, attraverso la presenza nei

punti vendita di prodotti appartenenti a diverse categorie merceologiche, tra cui latticini, uova, pasta fresca, farine, confetture, miele e salumi.

Nel 2025 il programma ha coinvolto circa 50 fornitori, generando un fatturato pari a 3.181.814 euro.

A questi si affiancano i fornitori individuati direttamente dai singoli Soci gestori dei punti vendita, selezionati per rispondere in modo puntuale alle caratteristiche e alle aspettative del proprio bacino d’utenza. Rientrano in questa componente micro produzioni territoriali, specialità agroalimentari e realtà di nicchia.

Controlli, Qualità e Sicurezza

La tutela dei clienti passa anche dalla capacità di garantire, ogni giorno, prodotti sicuri, controllati e conformi ai requisiti previsti dalla normativa. Per Conad Centro Nord la sicurezza alimentare rappresenta un presidio fondamentale, in un contesto regolatorio in costante aggiornamento e sempre più puntuale nelle indicazioni operative. Per questo è necessario trasformare le prescrizioni normative in procedure chiare, applicabili e condivise lungo tutta la Rete di vendita.

A coordinare queste attività è il settore **Qualità e sicurezza degli alimenti**, che affianca punti vendita e magazzini nell’applicazione corretta delle procedure e promuove un lavoro costante di informazione e sensibilizzazione nei confronti delle figure coinvolte. L’obiettivo è assicurare elevati standard di tutela per i clienti, integrando il rispetto degli obblighi di legge con soluzioni operative efficaci, coerenti e facilmente adottabili nei diversi reparti.

Il personale della Cooperativa dedicato a questi ambiti partecipa inoltre agli incontri del **Direttivo Qualità** presso il Consorzio nazionale. Questi momenti di confronto permettono di condividere aggiornamenti, approfondire l’evoluzione delle normative e individuare prassi comuni, da rendere applicabili e replicabili all’interno dell’intero Sistema Conad.

Tra le procedure definite in questo percorso e successivamente declinate dalle Cooperative rientrano, ad esempio:

- disciplinare di etichettatura Conad IT 017 ET per le carni bovine CPQ;
- linee guida per la rintracciabilità degli alimenti nei depositi, in applicazione del Reg. 178/2002 CE;
- procedura di gestione degli eventi accidentali alimentari, dei ritiri e dei richiami prodotto;
- linee guida per la verifica della corretta applicazione dell’autocontrollo nei punti vendita;
- linee guida per la qualificazione e la verifica dei fornitori e dei Ce.Di.;
- studio e validazione della procedura per la gestione dei tempi di vita dei prodotti freschi venduti sfusi e preincartati nei negozi;
- procedure per la gestione delle non conformità.

Il presidio della qualità e della sicurezza alimentare richiede il contributo coordinato di molte funzioni. All’interno di Conad Centro Nord sono coinvolti Soci, capi negozio, responsabili di reparto, Category Manager, Assistenti Rete, specialisti di mestiere e Ufficio Legale. A questi si aggiungono interlocutori esterni, tra cui fornitori locali non a contratto nazionale, consulenti in materia di igiene e sicurezza alimentare, Associazioni di Categoria, ASL e altri organi competenti per le attività di controllo, come NAS, MASAF e Repressione Frodi.

	2025
Punti vendita sottoposti ad audit	260
Audit/visite presso i punti vendita	260
Fornitori locali sottoposti ad audit (il dato comprende fornitori locali CCN e fornitori locali "Valori del territorio")	52
Prodotti locali verificati	101
Ce.Di. sottoposti ad audit	11
Audit/visite presso i Ce.Di.	21

5.6. Le iniziative territoriali

Conad Centro Nord fonda il proprio impegno verso le comunità su un principio semplice e concreto: ascoltare i territori per comprenderne i bisogni e contribuire insieme a costruire risposte utili e durature. La presenza capillare dei Soci imprenditori e il dialogo quotidiano nei punti vendita rappresentano un osservatorio privilegiato sulle esigenze delle persone, dalle fragilità economiche alle nuove necessità educative, sociali e relazionali.

Questo ascolto si rafforza attraverso il confronto costante con istituzioni locali, enti territoriali, scuole, associazioni e reti del Terzo Settore, tra cui i Centri di Servizio per il Volontariato. Da queste relazioni nascono iniziative capaci di generare valore condiviso: raccolte alimentari, progetti solidali, attività a sostegno dello sport, della cultura e delle giovani generazioni, fino ai percorsi di volontariato d'impresa che coinvolgono direttamente i collaboratori.

Investimenti e ambiti di intervento

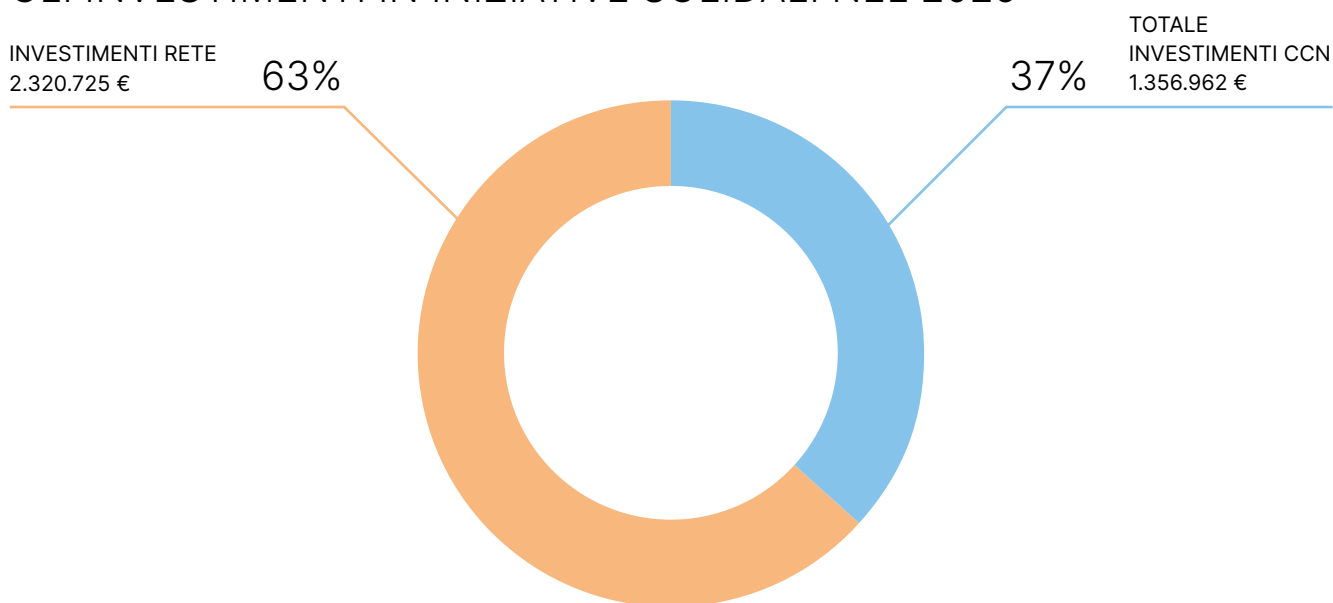
Per Conad Centro Nord essere parte di una comunità significa quindi andare oltre il ruolo commerciale del punto vendita, contribuendo alla coesione sociale e al benessere dei territori in cui opera. Un impegno che si rinnova anno dopo anno, con interventi costruiti insieme ai partner locali e orientati a produrre un impatto concreto, misurabile e vicino alle persone.

Nel 2025 Conad Centro Nord ha confermato e rafforzato il proprio impegno a favore delle comunità locali, destinando **1.356.962** euro a iniziative sociali e territoriali nel perimetro direttamente rendicontato dalla Cooperativa, in crescita rispetto agli 1.223.908 euro del 2024. Le risorse sono state indirizzate verso progettualità territoriali, iniziative charity, erogazioni liberali e contributi a Fondazione Conad ETS, con l'obiettivo di sostenere interventi capaci di generare benefici concreti e duraturi per le persone.

L'impegno si è concentrato in particolare su tre ambiti principali: il sociale, con oltre **715 mila** euro destinati a progetti di solidarietà, inclusione e supporto alle fragilità; la cultura, con circa **312 mila** euro a sostegno di iniziative educative, artistiche e di accesso alla partecipazione culturale; e lo sport, con quasi **330 mila** euro dedicati alla promozione dell'attività sportiva come strumento di crescita, benessere e coesione sociale.

A queste iniziative si aggiungono attività non comprese nel totale degli investimenti rendicontati, ma significative per il valore generato nei territori: tra queste, Dona una Spesa e i progetti solidali attivati nelle province di Lecco, Brescia, Piacenza e Reggio Emilia, che hanno permesso di raccogliere e donare oltre **150 mila** euro attraverso i punti fedeltà messi a disposizione dai clienti.

GLI INVESTIMENTI IN INIZIATIVE SOLIDALI NEL 2025



Il sostegno alla scuola e alle nuove generazioni

Nel 2025 Conad Centro Nord ha confermato il proprio impegno a sostegno della scuola e delle nuove generazioni attraverso la partecipazione al progetto **"Pagine di legalità, esempi di cittadinanza"**, promosso da Fondazione Conad ETS e Fondazione Scintille di Futuro, con il sostegno della Cooperativa. L'iniziativa nasce come spin-off del Progetto Scuola di Fondazione Conad ETS realizzato con Unisona e ha l'obiettivo di offrire a studenti e docenti strumenti concreti per approfondire i temi della legalità, della responsabilità civica e del contrasto alla criminalità organizzata.



Nell'ambito del percorso, l'8 aprile 2025 gli studenti del Liceo Artistico Statale Gaetano Chierici di Reggio Emilia hanno incontrato **Pietro Grasso**, ex magistrato antimafia e Presidente di Fondazione Scintille di Futuro, in un momento di dialogo dedicato alle nuove forme di criminalità organizzata e al ruolo che ciascuno può svolgere nella vita quotidiana per promuovere giustizia, consapevolezza e partecipazione. All'incontro hanno preso parte anche rappresentanti di Fondazione Conad ETS, Conad Centro Nord, della scuola e delle istituzioni locali, confermando il valore educativo e territoriale dell'iniziativa.

Il progetto ha previsto anche un percorso di formazione rivolto ai docenti, pensato per accompagnare il lavoro in classe e favorire un confronto più consapevole con gli studenti. Il programma si è poi concluso con un evento nazionale in diretta streaming, rivolto a scuole e insegnanti, per approfondire ulteriormente il fenomeno mafioso e il suo impatto sulla società. Attraverso questa iniziativa, Conad Centro Nord ha voluto contribuire alla crescita culturale e sociale dei giovani del territorio, promuovendo valori di legalità, responsabilità e cittadinanza attiva.



Il sostegno alla cultura

Conad Centro Nord considera la cultura una leva fondamentale di crescita, partecipazione e coesione sociale. Per questo sostiene iniziative capaci di rendere più accessibili le esperienze culturali nei territori in cui opera, con particolare attenzione ai bambini, ai ragazzi e alle famiglie. In questa prospettiva, il teatro diventa non solo un'occasione di intrattenimento, ma uno spazio di educazione, relazione e scoperta, capace di stimolare curiosità, immaginazione e senso di comunità.

Nel 2025 la Cooperativa ha confermato il proprio impegno al fianco della **Fondazione I Teatri di Reggio Emilia**, nell'ambito di una collaborazione attiva dal 2011. Il sostegno si è concretizzato nella donazione di **300 biglietti** per la stagione Famiglie 2025/2026, 50 per ciascuno dei sei spettacoli in cartellone, destinati ai bambini delle scuole dell'infanzia e primarie della città e alle loro famiglie.

L'iniziativa ha coinvolto le scuole dell'infanzia Pascoli e Alighieri e le scuole primarie Ferrari, Verdi e Ada Negri, offrendo a bambine e bambini la possibilità di assistere a spettacoli di musica, danza e narrazione nei tre teatri cittadini: **Teatro Municipale Valli**, **Teatro Ariosto** e **Teatro Cavallerizza**. Un progetto che conferma la volontà di



Conad Centro Nord di favorire l'accesso alla cultura fin dai primi anni di vita, contribuendo alla crescita delle nuove generazioni e rafforzando il legame tra scuola, famiglie e territorio.



Il sostegno allo sport

Per Conad Centro Nord lo sport è uno strumento concreto di benessere, educazione e inclusione. Sostenere l'attività sportiva significa offrire a bambini e ragazzi occasioni di crescita, relazione e partecipazione, ma anche rafforzare il ruolo dello sport come spazio di comunità, capace di avvicinare persone, famiglie e territori attorno a valori condivisi.

Tra i progetti più rappresentativi si conferma la **Conad Cup**, nata nel 2012 e cresciuta negli anni fino a diventare una delle iniziative sportive più riconoscibili della Cooperativa. Dalla prima edizione, che aveva coinvolto 12 squadre e circa 250 bambini in una sola provincia, il progetto si è progressivamente ampliato, arrivando nell'edizione 2024/2025 a coinvolgere **96 squadre, circa 3.000 bambini, 75 punti vendita e 14 province** tra Emilia e Lombardia. Accanto alla dimensione sportiva, la Conad Cup è diventata anche un'esperienza di comunità, grazie agli appuntamenti nei punti vendita, alla partecipazione delle famiglie e al coinvolgimento diretto dei Soci imprenditori.

Nel 2025 questo impegno si è espresso anche attraverso la partecipazione di Conad al **Giro d'Italia**, di cui l'insegna è partner. In occasione della tappa con arrivo a Viadana, Conad Centro Nord ha organizzato a Casalmaggiore l'evento **"Il Grande Giro"**, un appuntamento dedicato al benessere, allo sport e alla promozione di uno stile di vita attivo. La serata, ospitata al Teatro Comunale, ha coinvolto Soci e comunità locali in un momento di aggregazione e intrattenimento, con la partecipazione di volti del mondo dello sport, della cultura, della divulgazione e dello spettacolo.

La presenza di Conad al Giro d'Italia si è tradotta anche in iniziative rivolte al grande pubblico e ai clienti, dalla sponsorizzazione della **Maglia Bianca**, dedicata al miglior giovane under 25 della competizione, alle attività nei Villaggi di Partenza e Arrivo, fino al concorso **"VinciGiro"** e al **"Giro dei Bimbi"**, pensato per avvicinare i più piccoli alla pratica sportiva attraverso percorsi in bicicletta e momenti di animazione nei punti vendita selezionati.



Il sostegno alle persone più fragili

L'attenzione alle persone più fragili è uno degli ambiti in cui il legame tra Conad Centro Nord e i territori si esprime con maggiore concretezza. La Cooperativa sostiene iniziative dedicate al contrasto delle disuguaglianze, alla povertà alimentare, alla povertà educativa e al supporto

delle famiglie che vivono momenti di difficoltà, collaborando con associazioni, enti locali, Centri di Servizio per il Volontariato, strutture sanitarie e realtà del Terzo Settore per costruire risposte vicine ai bisogni delle comunità.



Tra i progetti più significativi si conferma **Dona una Spesa**, iniziativa nata a Parma nel 2014 e cresciuta nel tempo fino a diventare un modello strutturato e diffuso su tutto il territorio della Cooperativa. Nel 2025 il progetto ha coinvolto 229 punti vendita, 306 associazioni e 2.506 volontari, permettendo di raccogliere **131.939 kg di beni di prima necessità**. Dal lancio dell'iniziativa a oggi sono stati raccolti e distribuiti complessivamente 916.369 kg di prodotti, grazie a una rete di solidarietà che unisce clienti, Soci imprenditori, volontari e associazioni locali.

Il valore distintivo di Dona una Spesa è la sua capacità di generare un aiuto immediato e mirato: quanto raccolto nei singoli punti vendita viene trattenuto direttamente dalle associazioni coinvolte, così da rispondere in modo tempestivo alle necessità delle persone e delle famiglie del territorio. Un modello di prossimità che rende il punto vendita un luogo di partecipazione, ascolto e solidarietà concreta.

Nel 2025 Conad Centro Nord ha inoltre rinnovato il proprio sostegno a Parma Facciamo Squadra, partecipando all'iniziativa **Anolino Solidale** a favore del progetto Laboratori Compiti. La campagna ha permesso di raccogliere **240.158 euro** per sostenere percorsi educativi rivolti a bambini, ragazzi e famiglie del territorio parmense grazie alla produzione di **3.500 kg** di anolini solidali, realizzati da oltre **3.000 volontari**. Conad Centro Nord ha contribuito donando le materie prime per gli anolini e le merende dei volontari, oltre a mettere a disposizione la propria rete di punti vendita di Parma e provincia.





L'impegno verso chi vive situazioni di fragilità si è espresso anche attraverso l'iniziativa charity **"Facciamo sentire il nostro amore"**, attiva nei punti vendita Conad. Grazie alla generosità dei clienti, nei territori di Conad Centro Nord sono stati devoluti **500.000 euro** a sostegno di **6 ospedali e reparti pediatrici**: una donazione destinata a progetti di accoglienza, sostegno psicologico, miglioramento degli ambienti di cura e ammodernamento delle dotazioni tecnologiche per neonati, bambini e famiglie. Dal 2021, anno di avvio dell'iniziativa a livello nazionale, Conad Centro Nord ha raccolto complessivamente quasi **1,4 milioni di euro**, confermando la forza della collaborazione tra clienti, Soci imprenditori e personale dei punti vendita.



A queste iniziative si affiancano i progetti solidali tramite raccolta punti, attivati nelle province di Lecco, Brescia, Piacenza e Reggio Emilia. Grazie ai punti fedeltà donati dai clienti, nel 2025 sono stati raccolti e devoluti **oltre 150 mila euro** a favore di realtà e progetti locali. Anche attraverso questi strumenti, Conad Centro Nord valorizza la partecipazione dei clienti e trasforma la relazione quotidiana con le comunità in un'occasione di sostegno concreto per chi vive situazioni di maggiore vulnerabilità.



La solidarietà in numeri

BENI RACCOLTI CON DONA UNA SPESA
NEL 2025

131.939 kg

240.158 €

raccolti con Parma Facciamo
Squadra per i Laboratori Compiti

500.000 €

devoluti a 6 ospedali e reparti
pediatrici del territorio

Oltre

150.000 €

donati attraverso i progetti
solidali con punti fedeltà

Volontariato d'impresa

A chiudere il racconto delle iniziative territoriali c'è **Un Giorno Speso Bene**, il programma di volontariato d'impresa di Conad Centro Nord nato nel 2020, in un momento di forte fragilità sociale legato alla pandemia, con l'obiettivo di offrire un supporto concreto alle comunità locali e affiancare il lavoro delle organizzazioni attive nei territori.

L'iniziativa permette ai collaboratori di sede di dedicare parte del proprio tempo lavorativo ad attività di volontariato, contribuendo a progetti in ambito sociale, comunitario e, quando previsto, ad azioni di cura e tutela del territorio. Ogni persona coinvolta mette a disposizione **4 ore di volontariato**, partecipando a iniziative legate al contrasto alla povertà alimentare, al sostegno di persone e famiglie fragili, ad attività educative e comunitarie e a interventi di attenzione all'ambiente.

Nel 2025 il progetto ha coinvolto **100 collaboratori**, per un totale di **400 ore donate**. Dal 2020 al 2025, Un Giorno Speso Bene ha attivato **356 partecipazioni complessive** e **1.424 ore di volontariato**, con una crescita particolarmente significativa negli ultimi due anni. Un andamento che conferma il progressivo consolidamento del programma e il crescente coinvolgimento delle persone di Conad Centro Nord.

La selezione delle associazioni privilegia, dove possibile, realtà già partner della Cooperativa, così da rafforzare la continuità e l'efficacia delle progettualità avviate. In assenza di collaborazioni pregresse, Conad Centro Nord si avvale del supporto di **CSV Emilia**, che accompagna l'individuazione di iniziative coerenti con i bisogni reali dei territori. Anche i feedback raccolti dai collaboratori dopo l'esperienza contribuiscono a orientare le scelte future, rendendo il progetto sempre più partecipato e vicino alle comunità.

Un Giorno Speso Bene rappresenta così uno strumento capace di unire responsabilità sociale e cultura organizzativa: da un lato offre un aiuto concreto dove ce n'è più bisogno, dall'altro rafforza il senso di appartenenza, la partecipazione e la consapevolezza dell'impegno che Conad Centro Nord porta avanti ogni giorno nei territori.



Progetto e coordinamento editoriale:
Direzione People

Illustrazioni: **Chiara Lanzieri**

