

PAC

2000 A



CONAD

**ANNUAL REPORT
2023**





Sommario

Lettera del Presidente	5
Lettera dell'Amministratore Delegato	6
Lettera del Direttore Generale	7
01 PENSARE, AGIRE, CRESCERE: INSIEME SIAMO FUTURO	9
1.1 Identità, missione e valori di PAC 2000A	13
1.2 I risultati del 2023	18
1.3 La struttura della Cooperativa	22
1.4 Il cliente al centro della strategia	26
02 AMBIENTE E RISORSE	37
2.1 La rete logistica di PAC 2000A e le best practice	39
2.2 La sostenibilità nei punti vendita	48
2.3 Packaging sostenibile	50
2.4 Il volantino digitale	50
2.5 La lotta allo spreco alimentare	50
2.6 Un impegno concreto: "Forestiamo insieme l'Italia"	51
03 PERSONE E COMUNITÀ	53
3.1 Le nostre persone	54
3.2 L'attenzione di PAC 2000A alla formazione del personale	57
3.3 Il sostegno alle Comunità	59
04 IMPRESE E TERRITORIO	63
4.1 I fornitori del territorio	65
4.2 La valorizzazione delle imprese locali	66



Lettera Presidente

Carissime Socie e carissimi Soci,

gli ultimi anni hanno portato **cambiamenti e sfide** che nessuno di noi avrebbe potuto immaginare. La pandemia da Covid-19, la crisi economico-finanziaria, il conflitto in Europa, la crisi energetica e l'impennata dell'inflazione hanno trasformato profondamente il nostro mondo, sia a livello personale che professionale.

Di fronte a questa realtà in continua evoluzione, il nostro settore ha dovuto mostrare uno spirito di adattamento senza precedenti per affrontare le incertezze di un mercato in costante mutamento.

È proprio riflettendo sui traguardi raggiunti, insieme, che voglio esprimere a ciascuno di voi il mio più sentito ringraziamento, non solo per il lavoro che quotidianamente svolgete con impegno, dedizione e passione, ma anche per aver continuato a operare come un'impresa al servizio della comunità. La vera forza di PAC 2000A risiede nella profonda conoscenza della nostra clientela e nell'attenzione che ciascuno di voi dedica alla comunità di cui è membro, consapevole del ruolo fondamentale dell'azienda nel contribuire allo sviluppo economico e al benessere delle cinque regioni che ci ospitano. **Ogni nostro punto vendita è molto più di un semplice negozio:** è un luogo di incontro, un riferimento, dove ogni cliente è accolto con calore e rispetto. Questo è possibile grazie a voi che, con il vostro lavoro quotidiano, trasformate questi spazi in luoghi di fiducia e di relazione. La vostra dedizione non passa inosservata e rappresenta il cuore pulsante della nostra Cooperativa.

Guardando al futuro, siamo pronti ad affrontare le sfide che verranno e a cogliere le opportunità che si presenteranno, con un'attenzione particolare alla sostenibilità, all'innovazione e alla centralità delle persone.

Uniti dalla nostra visione e dai nostri valori, possiamo affrontare qualsiasi sfida e continuare a crescere, trasformando ogni difficoltà in un'opportunità di miglioramento. **Il vostro lavoro quotidiano, la vostra passione e il vostro impegno sono la chiave del nostro successo** e la garanzia di un futuro prospero per PAC 2000A e le comunità che serviamo.



Claudio Alibrandi
Presidente PAC 2000A

Lettera Amministratore Delegato

Cari Soci, Dipendenti e Collaboratori,

Il 2023 è stato senza dubbio un anno sfidante, segnato da un tasso di inflazione che, sebbene in calo rispetto al 2022, ha mostrato chiaramente i suoi effetti sugli scaffali. L'incremento del costo della vita ha portato i consumatori a cercare soluzioni più convenienti senza però voler rinunciare alla qualità. In risposta a questa domanda, PAC 2000A ha adottato una strategia mirata a tutelare il potere di acquisto della clientela, attraverso la valorizzazione dei prodotti a marchio Conad e maggiori attività di promozione.

Oggi la competizione nei mercati è cresciuta notevolmente e, per far fronte ai nuovi scenari e all'emergere di nuove insegne, la nostra Cooperativa sta intensificando gli sforzi per innovare la propria offerta e trasmettere in modo chiaro la capacità di convenienza che la nostra rete può offrire. A fronte di un contesto competitivo sempre più sfidante, il nostro obiettivo è dunque quello di rimanere un punto di riferimento per i nostri clienti, garantendo qualità, affidabilità e un servizio sempre attento alle loro esigenze.

Un approccio che ha premiato la nostra rete di punti vendita, il cui fatturato ha sfiorato nel 2023 la cifra record di **7,2 miliardi di euro**. Una crescita costante e una solidità che confermano la nostra **posizione di leadership nelle regioni del Centro – Sud Italia e tra le Top-10 delle principali aziende industriali e di servizi per dimensione economica nelle regioni di riferimento**.

Da oltre 50 anni "Pensare, Agire e Crescere insieme" è il principio guida della nostra attività, consci dell'importanza di avere una visione strategica e innovativa, di agire tempestivamente e con determinazione e di adottare una strategia di crescita sostenibile e condivisa tra Soci, dipendenti e comunità.

Continueremo a lavorare con dedizione per offrire prodotti e servizi di alta qualità, sostenendo al contempo lo sviluppo dei nostri associati e dei nostri territori.



Danilo Toppetti
Amministratore Delegato
PAC 2000A

Lettera Direttore Generale

Cari Soci, Dipendenti e Collaboratori,

Il 2023 è stato un anno di successi per il nostro Gruppo, frutto di una strategia orientata all'**innovazione**, alla **digitalizzazione** e alla **declinazione dei principi ambientali, sociali e di governance**.

Sempre più parte integrante della visione e missione aziendale, la **sostenibilità** ci ha portati a stabilire obiettivi chiari in tutti gli ambiti della nostra strategia di business. Attraverso investimenti significativi in tecnologie digitali, stiamo migliorando l'esperienza dei consumatori e l'efficienza operativa del nostro sistema logistico e dei nostri punti vendita, per contribuire alla creazione di valore a lungo termine per tutti i nostri stakeholder e confermare **solidità, crescita e successo dell'azienda anche nel futuro**.

Grazie all'adozione di algoritmi di ultima generazione, che utilizzano informazioni di mercato combinate con la customer base, abbiamo lanciato il **Progetto Assortimento**, con cui è stato avviato un processo di ottimizzazione dell'assortimento di prodotti nei nostri punti vendita per seguire l'evoluzione dei bisogni e dei consumi; abbiamo, inoltre, migliorato **l'efficienza del settore logistico**, ottimizzando carichi e percorsi dei mezzi e riducendo le emissioni di CO₂.

Allo stesso tempo, abbiamo potuto avviare il processo di **migrazione dei sistemi gestionali**, con l'obiettivo di gestire, automatizzare e integrare una vasta gamma di processi aziendali: dalla contabilità alla gestione delle risorse umane, dalla supply chain alle vendite, migliorando l'efficienza operativa e i processi di decision making.

Il nostro impegno ci permetterà di definire già dal 2024 la prima **Analisi di Doppia Materialità**, che fotograferà obiettivi e priorità di azione per la sostenibilità di PAC 2000A verso un piano da intraprendere nei prossimi anni. Questo passaggio ci porterà a comunicare in modo sempre più chiaro, dettagliato e trasparente i nostri risultati, confermando la nostra affidabilità nell'essere punto di riferimento per territori e comunità, in linea con la compliance normativa.

In un mondo in rapida evoluzione, è per noi fondamentale, come azienda di successo, continuare ad abbracciare il cambiamento con visione, capacità di azione e determinazione. Investiremo risorse nell'adozione delle più avanzate tecnologie, nell'ottimizzazione dei nostri processi digitali e nello sviluppo professionale continuo dei nostri dipendenti e collaboratori, con l'obiettivo di garantire la nostra competitività e la nostra rilevanza nel panorama economico nazionale.

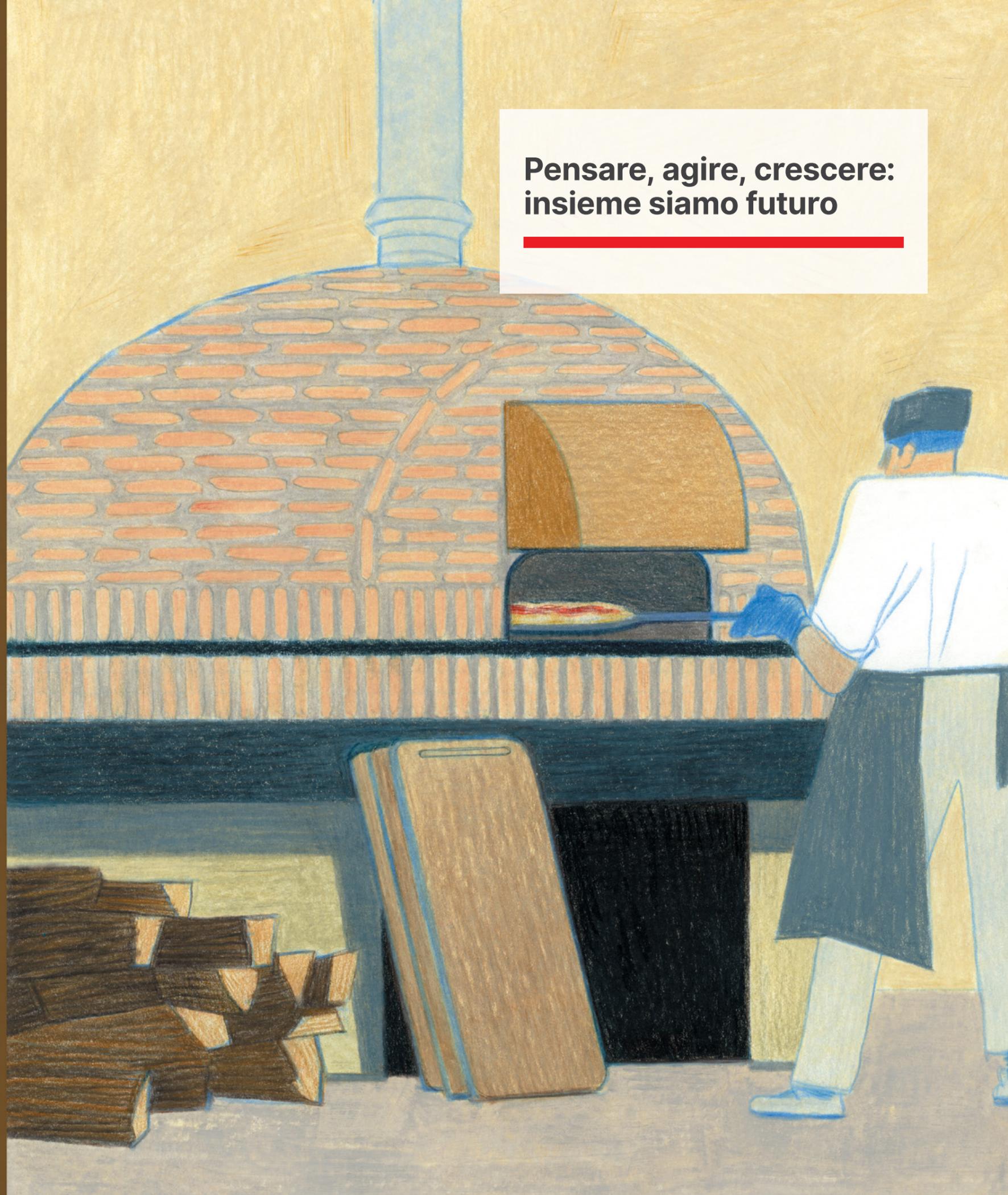


Francesco Cicognola
Direttore Generale
PAC 2000A

01.



**Pensare, agire, crescere:
insieme siamo futuro**



Il sistema Conad



Attraverso 5 Cooperative, di cui PAC 2000A è la principale per numero di Soci, punti vendita e fatturato, Conad opera su tutto il territorio nazionale con **3.331 punti vendita in quasi tutte le province delle 20 regioni d'Italia**, gestiti da **2.167 Soci**, e **oltre 77.000 collaboratori**, grazie ad un modello distributivo unico fondato sulla figura dell'imprenditore commerciante associato in Cooperativa, che rappresenta il promotore e cardine strategico dell'intero sistema.

L'insegna Conad è oggi leader su tutto il territorio nazionale, grazie a un modello di business all'insegna della sostenibilità, che si declina in azioni concrete. Un modello conosciuto con il nome di "Sosteniamo il Futuro", partecipato da Soci, Collaboratori, Clienti e fornitori e basato su tre pilastri fondamentali che rappresentano le dimensioni dell'agire quotidiano dell'insegna: quella ambientale, quella economica e quella sociale.

Sosteniamo il Futuro si traduce in tre dimensioni dell'agire quotidiano di Conad: ambientale, economica e sociale.

Conad - il Consorzio Nazionale Dettaglianti - è la più ampia organizzazione di imprenditori indipendenti del commercio al dettaglio presente in Italia.

IL 2023 DEL SISTEMA CONAD

Nell'anno, Conad ha registrato una crescita in tutti i principali indicatori, confermando la leadership dell'insegna come primo Gruppo della GDO italiana: dalla quota di mercato, che nel 2023 si attesta al 15,01%, alla quota dei prodotti MDD che ha raggiunto il 33,2% sul totale nel canale super e un fatturato della Rete Vendita pari a 20 miliardi di euro.



* Fonte: Guida Nielsen Largo Consumo, Il semestre 2023
* Fonte: Guida Iri, anno 2023



Pensare, agire, crescere: insieme siamo futuro



1.1 L'identità e i valori di PAC 2000A

Unione, condivisione, partecipazione, senso di appartenenza alle comunità in cui PAC 2000A opera sono i principi che guidano la strategia della Cooperativa fin dalla sua nascita oltre 50 anni fa e che, ancora oggi, caratterizzano la sua attività in Umbria, Lazio, Campania, Calabria e Sicilia, affermandola come realtà leader della Grande Distribuzione Organizzata nelle regioni del Centro e Sud Italia.

La sigla PAC 2000A, che nel 1972 si riferiva all'ambizioso progetto di 9 dettaglianti che hanno deciso di unire le forze creando **Perugia Acquisti Cooperativi 2000 Alimentari** per fronteggiare le speculazioni dei grossisti e creare una realtà competitiva sul territorio, negli anni ha ampliato il proprio significato, parallelamente all'espansione territoriale dall'Umbria alle altre regioni in cui oggi la Cooperativa opera.

"Pensare, Agire e Crescere insieme" racchiude non solo i valori di responsabilità, solidarietà, mutualità, integrità, innovazione e sostenibilità, ma anche lo spirito con cui questa realtà è stata sempre in grado di porre **le persone al centro di ogni attività**, attraverso un coinvolgimento e un confronto continuo con i Soci, i collaboratori e le proprie persone.

Questo ha permesso di sviluppare una conoscenza profonda delle necessità di ogni cliente e territorio nel quale i punti vendita a marchio sono presenti, anticipando i cambiamenti del mercato, soddisfacendo

a pieno le esigenze del momento, accompagnando ogni giorno la crescita e il benessere delle comunità e dando un contributo concreto allo sviluppo del Paese. Un successo frutto del lavoro sinergico di PAC 2000A e i suoi 1.083 associati sul territorio.

Membro della comunità in cui l'insegna opera, il Socio imprenditore è il pilastro del sistema Conad che, attraverso il lavoro quotidiano, instaura e coltiva relazioni con la clientela del luogo in cui è presente il punto vendita, traducendo le esigenze del territorio e delle persone in offerta, con l'obiettivo di contribuire concretamente alla crescita dell'insegna e del suo sviluppo.

Il Socio imprenditore è la figura centrale del sistema Conad, capace di rendere la realtà dell'insegna un unicum differente da ogni altra formula distributiva presente sul territorio.





UN EVENTO PER FESTEggiARE INSIEME A SOCI E FAMIGLIE I SUCCESSI DELL'AZIENDA

È ai Soci che PAC 2000A ha dedicato un evento speciale e unico, mai sperimentato in precedenza in Italia, noleggiando in esclusiva un'intera nave da crociera per i propri imprenditori associati e le loro famiglie in occasione del cinquantesimo anniversario dalla sua nascita.

Una crociera privata che, lo scorso ottobre, ha riunito oltre **2.600 persone tra Soci, dirigenti e famiglie** per vivere insieme un'esperienza indimenticabile, caratterizzata da festeggiamenti, condivisione di esperienze e momenti di relax.

La crociera, della durata di cinque giorni, ha offerto ai partecipanti la possibilità di ripercorrere la storia della Cooperativa fin dalla sua nascita e di conoscerne meglio l'importanza raggiunta nelle regioni in cui opera. Gli ospiti hanno potuto visitare diverse città italiane e straniere, partecipare a escursioni organizzate per l'occasione, eventi e talent show esclusivi, che hanno visto anche la partecipazione di personaggi noti al grande pubblico come Maurizio Battista, Rudy Zerbi e Veronica Maya. Ogni dettaglio è stato curato per garantire un'atmosfera di convivialità e relax, per rafforzare i legami tra i membri della Cooperativa.

La convention è stata l'occasione per condividere con gli ospiti i risultati generati dall'attività di PAC 2000A sul territorio, l'impatto positivo sulle comunità e per tracciare il percorso che orienterà i prossimi anni dell'azienda. Durante l'evento dedicato alla storia della Cooperativa, sono state messe in luce le tappe principali degli ultimi cinquant'anni, dagli inizi fino a diventare uno dei leader del settore della distribuzione in Italia.



OLTRE **2.600** OSPITI, TRA SOCI, DIRIGENTI E FAMIGLIE



50 anni di successi ripercorsi attraverso storie e aneddoti dei protagonisti, racconti di esperienze personali e testimonianze di alcuni degli attori principali di questo straordinario viaggio.

Tra questi, ci sono stati gli interventi del Presidente Claudio Alibrandi e dell'Amministratore Delegato Danilo Toppetti, i quali hanno sottolineato l'importanza di mantenere vivi i valori fondanti dell'azienda anche in un contesto di continuo cambiamento. Il Direttore Generale Francesco Cicognola ha invece fornito una visione del futuro, evidenziando l'importanza di investire in tecnologie innovative e la necessità di continuare a mettere al centro i bisogni dei clienti per rimanere competitivi e rilevanti.

Questo evento è stato anche un'occasione speciale per esprimere la gratitudine verso i Soci, protagonisti del successo della Cooperativa, i quali svolgono il proprio lavoro quotidiano con impegno, contribuendo in modo significativo alla crescita e al successo di PAC 2000A.





L'IMPATTO POSITIVO SULLE 5 REGIONI: LO STUDIO DEI 4 CAPITALI

Durante la crociera, con l'obiettivo di far sentire ognuno dei Soci e dipendenti elementi essenziali al raggiungimento dei traguardi del Gruppo, la **dirigenza**, insieme a **Valerio De Molli**, Amministratore Delegato di The European House - Ambrosetti, **Nando Pagnoncelli**, Presidente di Ipsos e **Romolo De Camillis**, Retail Director di Nielsen IQ, hanno presentato all'intera platea di imprenditori associati **lo studio dei 4 capitali**.

L'analisi, svolta a 360° sull'attività del Gruppo nelle cinque regioni di operatività, ha permesso di misurare, valorizzare e comunicare efficacemente gli elementi di distintività e le ricadute positive generate per la filiera, i clienti, la società e il Sistema-Paese.

È stato esaminato il contributo di PAC 2000A, a livello nazionale, in termini di:

- **crescita del Capitale Economico**
attraverso la generazione di valore economico e finanziario, lo sviluppo delle attività imprenditoriali e delle filiere agroalimentari, industriali e del commercio, la valorizzazione delle eccellenze e del Made in Italy;
- **crescita del Capitale Sociale**
grazie al contributo all'occupazione, alla sua stabilità, al benessere e alla salute delle persone impiegate e alle loro famiglie, all'educazione e condivisione di valori collettivi e al benessere della comunità;
- **crescita del Capitale Cognitivo**
che si traduce in innovazione, qualità e sicurezza dei prodotti alimentari, tutela delle specificità locali, formazione e sviluppo dei dipendenti, attrazione di conoscenza e competenze;
- **crescita del Capitale Ambientale**
attraverso il mantenimento e la salvaguardia dell'integrità dei territori e degli ecosistemi, l'efficiamento dei consumi energetici e idrici, la riduzione delle emissioni, la riqualificazione del territorio, la gestione efficiente dei rifiuti e il sostegno all'economia circolare.



PAC 2000A nella Top 10 delle principali aziende industriali e di servizi nelle cinque regioni

È emerso che **PAC 2000A** non solo è la Cooperativa del sistema Conad con la più alta quota di mercato nel settore, contribuendo alla creazione di valore nel Centro - Sud, ma che rientra anche nella **Top-10 delle principali aziende industriali e di servizi per dimensione economica nelle regioni di riferimento**.

Inoltre, la sua attività contribuisce direttamente al PIL nazionale, grazie al giro di affari generato, alla collaborazione con le imprese del territorio, ai quasi 30.000 posti di lavoro generati nelle proprie regioni.

Dati importanti, che identificano il Gruppo non solo come leader della GDO in Umbria, Lazio, Campania, Calabria e Sicilia, ma anche tra le principali aziende in tutta Italia.



1.2 I risultati del 2023

UNO SGUARDO ALLO SCENARIO MACROECONOMICO E DEI CONSUMI IN ITALIA

Il 2023 è stato un anno caratterizzato da un complesso scenario macroeconomico, a causa di diversi fattori. Tra questi, l'aumento dei **costi energetici**, che ha avuto un impatto diretto sui prezzi dei beni di consumo a causa del maggior costo di produzione e trasporto, la **scarsità di alcune materie prime** con l'interruzione delle catene di approvvigionamento e le **tensioni geopolitiche**, che hanno contribuito a un incremento dell'inflazione e un conseguente aumento generale dei prezzi, mettendo sotto pressione il potere d'acquisto delle famiglie.

Dopo il picco registrato a **febbraio** con un valore del **+16%**, la crescita inflattiva nei mesi successivi ha gradualmente ridotto la propria cifra, mantenendo, tuttavia, di segno positivo la crescita dei prezzi. Secondo NIQ¹, a **settembre** 2023 l'inflazione registrava un **8,8%** mentre il picco più basso si evidenzia a **dicembre** (+4,4%). Osservando i dati, a fronte delle analisi sull'intero anno, **l'inflazione nel 2023 si attesta ad un valore medio del +11,3%**.

Per far fronte all'incremento dei prezzi, le famiglie italiane hanno adottato strategie per salvaguardare il proprio potere d'acquisto, portando l'indice di **variazione del mix del carrello della spesa per il 2023 al -1,0%** con una **variazione reale del prezzo medio del +10,3%**. I beni di prima necessità hanno mantenuto un livello stabile di vendite a volume, con una modesta flessione del -1,7% (nel perimetro dei prodotti confezionati).

Secondo il Barometro dei Consumi di NIQ, **le categorie che hanno mostrato le migliori performance di vendita sono state il settore alimentare**, con un aumento dell'8,9% e un giro d'affari di 82 miliardi di euro nel 2023, e il fresco, con un incremento dell'8,2%. Anche i **prodotti per la cura della casa e della persona** hanno registrato una solida crescita, con un aumento del 7%.

Per il settore della GDO, lo scenario del 2023 ha comportato la necessità di adattarsi rapidamente a un contesto economico instabile e mutevole. Le aziende del comparto hanno dovuto affrontare l'aumento dei costi operativi e la necessità di mantenere prezzi competitivi per non perdere la fiducia dei consumatori.

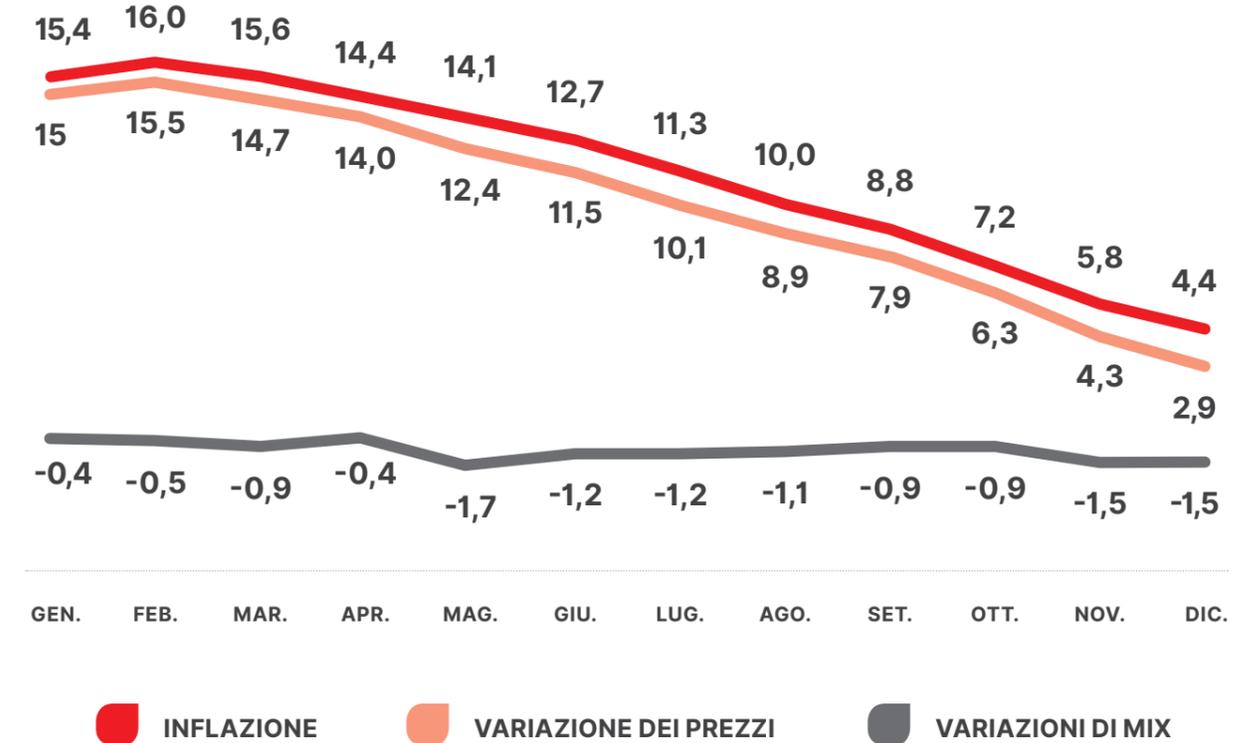
La leva promozionale in **Italia per il 2023 si è attestata al 23,3%**, un leggero incremento relativo all'anno precedente (**2022 al 23%**). La risalita è dovuta alle azioni messe in atto dai canali distributivi grazie ad importanti sconti in negozio. Infatti, stando ai dati di NIQ, il **16,8% delle vendite in promozione** nel 2023 è stato generato grazie al taglio dei prezzi.

Infine, sul fronte dei **prodotti a marchio del distributore (MDD)**, a dicembre la quota si attesta al **21%** del LCC nel perimetro Iper, Super e Liberi Servizi, mentre a **Totale Italia Omnichannel** – inclusi i Discount – sale al **29,6%**. La Marca Del Distributore conferma anche per il 2023 la sua crescita di quota a totale Italia e si dimostra sempre più importante nel carrello dei consumatori italiani, raggiungendo il **valore medio di 31,5%** (vs 30,6% del 2022). In questo contesto, PAC 2000A ha adottato diverse iniziative per sostenere la spesa e il potere d'acquisto dei propri clienti.



I prezzi a totale Italia Omnichannel

Come varia il prezzo medio dei prodotti acquistati nel 2023



Fonte: Osservatorio Inflazione NielsenIQ

LE PERFORMANCE ECONOMICHE DI PAC 2000A

Il Gruppo PAC 2000A ha chiuso l'anno con un **fatturato complessivo** di 5.276 milioni di euro, in crescita del 9,26% rispetto al 2022, un patrimonio netto di 969 milioni di euro, con il **numero di punti vendita** saliti a 1.525 e il numero di concept store a 100, rispondendo a specifiche esigenze dei clienti attraverso 50 parafarmacie, 10 distributori di carburante, 34 PetStore e 6 ottici nelle cinque regioni.

La **quota di mercato** si è attestata al 20,24%, in linea con quella dello scorso anno.

PAC 2000A collabora con circa **1.000 imprese su tutto il territorio nazionale**, di cui **52%** con sede in Umbria, Lazio, Campania, Calabria e Sicilia, con cui la Cooperativa ha sottoscritto accordi per la fornitura di merci, generando un giro di affari di oltre **537 milioni di euro**.

Al valore economico generato si somma, inoltre, il valore sociale, che si manifesta attraverso l'occupazione di 27.811 addetti totali, ai quali si aggiungono 1.291 di addetti indiretti di servizi che lavorano nei magazzini, per un totale di oltre 29.102 unità e il finanziamento, per oltre 1,4 milioni di euro, in iniziative solidali e culturali.

+ 9,2%
IL FATTURATO
COMPLESSIVO
RISPETTO
AL 2022

¹ Barometro dei Consumi 2023, NIQ

I NUMERI



5.276
Fatturato del Gruppo
(Milioni di Euro)



7.191
Fatturato rete di vendita
(Milioni di Euro)



1.083
Soci Cooperatori



20,24%
Quota di mercato nell'area di pertinenza



1.525
Punti vendita del Gruppo*



29.102
Addetti del Gruppo



55
Utile netto del Gruppo
(Milioni di Euro)



969
Patrimonio netto del Gruppo (Milioni di Euro)



19
Centri logistici
Superficie coperta
313.058 mq



1.047.901 mq
Superficie complessiva rete di vendita



42,2
Utile netto d'esercizio della Cooperativa
(Milioni di Euro)



784
Patrimonio netto della Cooperativa
(Milioni di Euro)

* IL DATO NON INCLUDE I 100 CONCEPT STORE

I TERRITORI

UMBRIA

Punti vendita
197
Fatturato della rete
(in milioni di euro)
783,59 milioni
(+6,82% rispetto al 2022)
Quota di mercato (1° posto)
32,28%

CAMPANIA

Punti vendita
333
Fatturato della rete
(in milioni di euro)
1.305,64 milioni
(+5,93% rispetto al 2022)
Quota di mercato (3° posto)
14,31%

LAZIO

Punti vendita
549
Fatturato della rete
(in milioni di euro)
3.121,84 milioni
(+12,61% rispetto al 2022)
Quota di mercato (1° posto)
30,69%

CALABRIA

Punti vendita
186
Fatturato della rete
(in milioni di euro)
855,18 milioni
(+11,65% rispetto al 2022)
Quota di mercato (1° posto)
26,08%

SICILIA

Punti vendita
353 + 7 a Malta
Fatturato della rete
(in milioni di euro)
1.124,55 milioni
(+5,43% rispetto al 2022)
Quota di mercato (2° posto)
14,62%

Anche nel 2023 PAC 2000A ha confermato la propria leadership nel Centro e Sud Italia, con una quota di mercato complessiva del 20,24%. Quanto alle quote di mercato a livello regionale rilevate da Nielsen, la Cooperativa ha chiuso il 2023 mantenendo la leadership in Umbria (32,28%), Lazio (30,69%) e Calabria (26,08%), confermando la seconda posizione in Sicilia (14,62%) e registrando la terza posizione in Campania (14,31%).

FONTE: GUIDA NIELSEN LARGO CONSUMO (GNLC)

PONTE FELCINO (PG)
Sede legale e Amministrativa
via del Rame Tel. 075/5916

CARINARO (CE)
Stabilimento 13 Ex-Indesit
Tel. 081/8159111

PARTINICO (PA)
via Madonna del Ponte C.da Bisaccia
Tel. 091/8910511

FIANO ROMANO (RM)
via Tiberina km 19.3
Tel. 0765/4621

CORIGLIANO CALABRO (CS)
Z.I. A.S.I. Contrada Salice
Tel. 0983/85501

MODICA (RG)
Contrada Fargione
Tel. 0932/776111

1.3 La struttura della Cooperativa

LA GOVERNANCE

La Governance della Cooperativa si basa sulla partecipazione attiva, a tutti i livelli decisionali, dei suoi associati, i quali operano in modo coordinato con il management per garantire il corretto funzionamento dell'impresa, il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile e la creazione di valore nel lungo termine.

L'ASSEMBLEA DEI SOCI

La partecipazione all'Assemblea ordinaria dei Soci e alle Assemblee di area è un momento importante per ogni imprenditore, poiché contribuisce a far assumere

re in seno alla Cooperativa tutte le decisioni ordinarie e straordinarie, demandate dallo Statuto Sociale e dal Regolamento Interno per Soci Cooperatori.

L'Assemblea ordinaria dei Soci, inoltre, ogni tre anni ha il compito di nominare il Consiglio di Amministrazione, che fornisce le linee guida e gli indirizzi strategici alle strutture operative, oltre che eleggere il Presidente, i Vicepresidenti e l'Amministratore Delegato.

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Declina con il management linee guida e indirizzi stra-

tegici, è investito dei poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della Cooperativa, con la responsabilità di sovrintendere l'amministrazione dell'impresa e di prendere decisioni che ne influenzano il futuro.

IL PRESIDENTE

Convoca il Consiglio di Amministrazione, fissa l'ordine del giorno, ne coordina e dirige le attività.

L'AMMINISTRATORE DELEGATO

L'Amministratore Delegato ottiene i propri poteri dal Consiglio di Amministrazione di cui fa parte. È responsabile delle decisioni strategiche più rilevanti, rendendolo la figura centrale dell'azienda in termini di decisioni, responsabilità e immagine. Inoltre, ha il compito di organizzare l'azienda e di definire le politiche di sviluppo a medio e lungo termine. Periodicamente, deve rendere partecipe il Consiglio di Amministrazione delle operazioni di maggiore importanza effettuate dalla società, sull'andamento generale della gestione e sugli sviluppi previsti.

IL DIRETTORE GENERALE

Il Direttore Generale ha il compito di esercitare funzioni di direzione e coordinamento in ordine a tutti i settori dell'impresa, organizzare l'azienda e di definire le politiche di sviluppo a medio e lungo termine, nonché di garantire il corretto svolgimento delle attività del Management aziendale e prendere una serie di decisioni in grado di influenzarne ogni aspetto.

COLLEGIO SINDACALE

Questo organo sorveglia il rispetto delle leggi, dell'atto costitutivo e dei principi della corretta amministrazione. Verifica anche l'adeguatezza della struttura organizzativa, del controllo interno e del sistema amministrativo-contabile, assicurando la concreta applicazione delle norme di governance. Il nuovo Consiglio di Amministrazione, che resterà in carica per tre anni, sarà nominato nel 2024.

La complessa organizzazione della governance ha un duplice obiettivo: da un lato, accumulare le risorse necessarie per sostenere i significativi programmi di investimento del gruppo, i progetti della rete associata e le partecipazioni in società promosse dai soci; dall'altro, garantire ai clienti un'offerta commerciale ottimale, sia in termini di prezzo che di qualità.

LE COMMISSIONI DEI SOCI

Le commissioni sono nate in PAC 2000A nel 2011 e rappresentano uno strumento a sostegno del miglioramento dell'impresa. Si tratta, dunque, non di un organo decisionale, ma di un importante supporto che permette alla Cooperativa di confrontarsi con i propri imprenditori sul territorio riguardo a scelte strategiche, per stimolare nuove idee e proposte che, trasformate in azioni concrete, siano in grado di sostenere e indirizzare la crescita non solo dei punti vendita ma dell'intero Gruppo.

Sono 28 le commissioni che oggi coinvolgono ben 394 Soci, i quali, su base volontaria, si sono riuniti nel 2023 in 50 incontri. Questo numero riflette l'impegno e la dedizione con cui questa attività viene affrontata, con i partecipanti che mettono a disposizione il proprio tempo come patrimonio comune, convinti che il confronto e la condivisione con gli altri Soci e con il personale del Gruppo rappresentino un investimento prezioso.

Ogni commissione è composta da un minimo di 15 a un massimo di 30 persone, a cui si aggiungono un consigliere e il personale interno di PAC 2000A. I ruoli sono ben definiti: i Soci sono chiamati a un coinvolgimento attivo e a fornire contributi e riflessioni in uno spirito di cooperazione.

Il Socio consigliere ha il compito di garantire il corretto svolgimento degli incontri, assicurandosi che il lavoro porti a decisioni utili all'intero sistema. Il personale interno, infine, suggerisce percorsi concreti di azione, valutando diverse possibilità e alternative grazie all'esperienza accumulata dalla cooperativa nei vari ambiti di intervento.

Le commissioni trattano una vasta gamma di temi, dall'ortofrutta alle carni, dall'attività commerciale e marketing all'innovazione. Si rinnovano ogni tre anni, parallelamente al Consiglio di Amministrazione, per dare a più Soci la possibilità di contribuire alla vita della Cooperativa, garantendo un ricambio di idee e prospettive. Ogni commissione si riunisce due o tre volte all'anno, ad eccezione di quella dedicata all'Innovazione Tecnologica, la cui convocazione avviene in base a specifiche esigenze.

28 COMMISSIONI
CHE COINVOLGONO
394 SOCI



ORGANIGRAMMA PAC 2000A

Presidente	Claudio Alibrandi
Amministratore Delegato	Danilo Toppetti
Direttore Generale	Francesco Cicognola
Direttore Regione Umbria / Gestione Patrimonio	Marco Passeri
Direttore Regione Lazio	Massimo Ladisa
Direttore Regione Campania	Fabio Lupo
Direttore Regione Calabria	Pietro Provenzano
Direttore Regione Sicilia	Riccardo Catania
Direttore Commerciale	Martino Moretti
• Generi vari	Lorenzo Santoni
• Sa. Fo.	Corrado Cricco
• Carni	Fabio Cafaro
• Ortofrutta	Michele Capoccia
• Pesce	Gianluca Rao
• Surgelati	Francesco Tabarrini
• Extra alimentare	Enzo Brigiolini
Direttore Marketing	Giovanni Anania
Direttore Sistemi Informativi	Vanni Chioccoloni
Direttore Amministrativo	Andrea Salciarini
Direttore Risorse Umane	Stefania Ungaretti
Direttore Sviluppo	Marcello Vescovi
Direttore Legale e Relazioni Esterne	Alessandro Meozzi
Direttore Ufficio Tecnico	Massimo Pinetti
Direttore Logistica	Massimiliano Matteucci
La struttura organizzativa del Gruppo è completata da:	
Direttore Canale Discount	Massimo Lucentini
Direttore Canale Iper	Paolo Lucheroni



1.4 Il cliente al centro della strategia

Negli anni, la capacità di PAC 2000A di mettere i bisogni del cliente al centro delle proprie strategie ha permesso alla Cooperativa di confermare la propria leadership in un mercato in continua evoluzione.

Attraverso analisi di mercato dettagliate, feedback diretti e strumenti avanzati di customer relationship management (CRM), PAC 2000A è, infatti, in grado di comprendere a fondo e spesso anticipare i desideri, le preferenze e le abitudini dei clienti.

Questo approccio consente alla Cooperativa di adattare costantemente la propria offerta in base alle variabili macroeconomiche e sociali del momento, garantendo che ogni decisione sia guidata da una visione chiara delle necessità del mercato.

LA MULTICANALITÀ: UNA RETE CAPILLARE E UN'OFFERTA DIFFERENZIATA

Una delle principali espressioni di questo approccio è l'attenzione alla multicanalità, che integra vari canali di vendita per offrire ai clienti la massima flessibilità, consentendo loro di scegliere il canale che meglio si adatta alle loro esigenze.

Dagli ipermercati fino ai piccoli negozi di quartiere, sono **1.525 i punti vendita** operanti in segmenti e canali diversi e **100 concept store** della Cooperativa, che si sviluppano su oltre **1 milione di mq** in oltre **500 Comuni** delle cinque regioni di competenza.

83 NUOVE APERTURE NEL 2023

Attraverso questa diversificazione, il Gruppo riesce a essere presente sull'intero territorio delle 5 regioni e rispondere in modo flessibile e tempestivo alle richieste dei consumatori garantendo, da un lato, un'offerta più ampia di prodotti e, dall'altro, rafforzando il vantaggio competitivo nell'intercettare, anticipare e soddisfare le nuove tendenze di consumo.

Il legame con il territorio e con le persone si trasforma in una funzione sociale svolta per la comunità, con l'occhio sempre attento ai suoi bisogni, a cui rispondere attraverso un'offerta variegata dei diversi format di vendita: **Spazio Conad, Conad Superstore, Conad, Conad City, Saponi&Dintorni, Margherita e Todis.**

Todis è l'insegna del canale convenienza di PAC 2000A, marchio che opera direttamente come franchisor (società affiliante, ndr.) sia nei territori della Cooperativa, attraverso la controllata Iges Srl, sia nell'area Adriatica attraverso una joint venture con Conad Adriatico.

Fra le nuove aperture si contano 83 punti vendita, tra i quali **18 Conad, 13 Conad City, 5 Conad Superstore, 9 concept store e 38 negozi a insegna Todis.**



13 spazio CONAD

Con una superficie a partire da 3mila mq soddisfa i bisogni di clienti con un'offerta ampia in cui sono presenti prodotti sia alimentari sia non, e con una completa integrazione di servizi.

127 CONAD SUPERSTORE

La metratura media tra 1.700 e 2.900 mq assicura la massima specializzazione nel food, una attenta presenza di prodotti extralimentari e di servizi di completamento.

394 CONAD CITY

Tradizionale punto di vendita di prossimità, vicino al cliente, dedicato alla spesa quotidiana e di completamento di quella settimanale.

247* Todis

L'insegna del canale convenienza di PAC 2000A propone un'offerta di prodotti più vasta di un discount ma più agile e conveniente rispetto a un supermercato tradizionale.

IL TOTALE DEI PUNTI VENDITA NON INCLUDE I NEGOZI "ALTRA INSEGNA"

593 CONAD

Il supermercato di fiducia per una spesa completa, anche giornaliera, veloce e con tanti prodotti freschi e freschissimi.

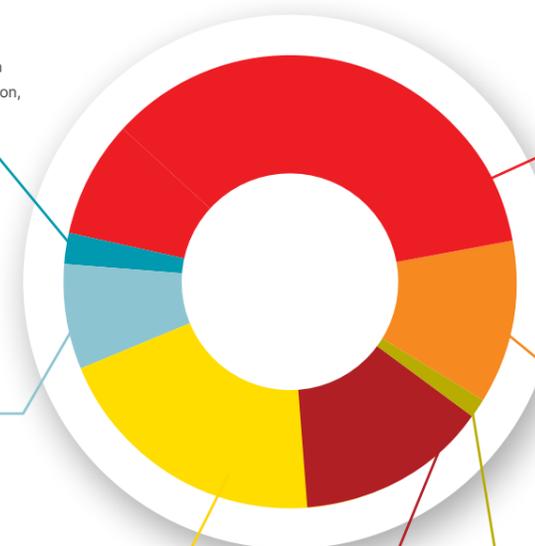
129 Margherita

Il negozio sotto casa per completare gli acquisti in maniera rapida e pratica, per una spesa veloce ed integrativa.

3 SAPORI DINTORNI

È l'insegna che rafforza il legame con il territorio attraverso l'offerta di prodotti tipici e degustazioni delle eccellenze del Made in Italy.

* Il numero si riferisce ai negozi a insegna Todis presenti nelle 5 regioni di operatività della Cooperativa



I CONCEPT STORE

Parte integrante dell'evoluzione della strategia multicanale, i concept store riflettono l'attenzione di PAC 2000A verso le crescenti esigenze dei clienti e la volontà di offrire soluzioni integrate per soddisfare le loro richieste, garantendo qualità, convenienza nella spesa e forte focalizzazione sulla marca del distributore.

In aggiunta al core business alimentare della Cooperativa, i **100 concept store** forniscono un'offerta verticale attraverso 50 parafarmacie, 10 distributori di carburante, 34 PetStore e 6 ottici, che con una superficie complessiva di 29.384 metri quadrati e un fatturato di **165,3 milioni di euro** integrano la multicanalità arricchendone l'offerta di servizi.

165,3 milioni
IL FATTURATO
DEI CONCEPT STORE
NEL 2023



	parafarmacia CONAD	50
	PetStore CONAD	34
	CONAD self 24h	10
	OTTICO CONAD	6

LE PARAFARMACIE

Nei bilanci degli italiani, l'automedicazione rappresenta una voce di spesa importante: secondo Assosalute, nel 2023 i farmaci senza obbligo di ricetta hanno raggiunto un fatturato di 3 miliardi di euro nel nostro Paese, che corrisponde a 282 milioni di confezioni vendute.

L'impegno di PAC 2000A a difesa del potere di acquisto delle famiglie si estende anche a questo ambito, attraverso una rete di parafarmacie composta da **50 punti vendita** (5 in Umbria, 19 nel Lazio, 8 in Campania, 7 in Calabria, 11 in Sicilia) nelle quali i clienti possono trovare farmaci senza obbligo di prescrizione, dispositivi medici e un assortimento completo di prodotti per il benessere a prezzi calmierati, **con una percentuale di scontistica media che va dal 15% al 40% per i clienti.**

Oltre alla vendita diretta, questi punti vendita offrono una serie di servizi come MOC, Venos, analisi della pelle e del capello a prezzi contenuti con dei Biologi professionisti, che assistono i clienti durante le visite. Le parafarmacie della Cooperativa **sono nelle gallerie o nelle vicinanze** dei supermercati e ipermercati del Gruppo e **impiegano 107 farmacisti** professionisti per garantire qualità e massima competenza nel servizio, generando un fatturato annuo di **28,397 milioni di euro, di cui 7 milioni di Farmaci da Banco e senza obbligo di prescrizione, farmaci leggeri.**

I PETSTORE

Nonostante l'inflazione e i rincari, gli alimenti e gli accessori per animali da compagnia restano saldamente nella lista della spesa dei proprietari italiani. Lo conferma il Rapporto Assalco-Zoomark, che mostra come l'evoluzione del mercato rifletta l'importanza dei pet in famiglia e nella società. Una fotografia della pet economy e anche della pet industry che, nel 2023, conferma i suoi tratti essenziali: cibo e igiene del pet di famiglia sono saldamente inseriti nell'elenco della spesa dei proprietari italiani. Nell'anno, il mercato dei prodotti per l'alimentazione dei cani e gatti in

Italia - canale Grocery e canale Specializzato - ha sviluppato un giro d'affari che ha superato i **3 miliardi di euro per un totale di 673.153 tonnellate vendute.** Anche il mercato degli **alimenti dei cani e dei gatti**, alla stregua della maggior parte delle categorie del Largo Consumo Confezionato è stata oggetto di un'importante dinamica inflattiva che ha generato **un incremento di fatturato pari al +13,4% e una sostanziale stabilità delle vendite in volume.**

I prodotti e gli alimenti per animali rappresentano per PAC 2000A un segmento importante: a fine 2023 sono **34 i PetStore**, di cui 5 in Umbria, 15 nel Lazio, 5 in Campania, 2 in Calabria e 7 in Sicilia, con circa 126 persone occupate e un fatturato di **23,659 milioni di euro** annui. Il format - con una superficie media di 315 mq - fa dell'assortimento e dei servizi i propri punti di forza, con un'offerta che varia tra le 8 mila e le 12 mila referenze, spaziando dall'alimentazione ai prodotti per la toelettatura e il benessere, fino agli accessori per il passeggio, il gioco e il trasporto.

Entro la fine del 2024 si prevede l'apertura di ulteriori 11 concept store, portando il totale a 45.

L'assortimento comprende anche prodotti specifici per le esigenze alimentari di animali con patologie e, in alcuni punti vendita, servizi di toelettatura, grazie alla presenza di personale qualificato e formato. Attraverso gli store è, inoltre, possibile prendere parte a iniziative di solidarietà verso gli animali meno fortunati: in virtù di un accordo con la Federazione italiana associazioni diritti animali e ambiente, nei punti vendita sono presenti corner per la raccolta di alimenti destinati a cani e gatti ricoverati.

I DISTRIBUTORI CONAD SELF 24H

Nel corso del 2023, **l'Italia ha speso complessivamente 70,9 miliardi di euro per l'acquisto di benzina e gasolio per autoveicoli.** Nonostante questo considerevole ammontare, si è registrato un lieve calo dello 0,3% rispetto al picco storico raggiunto nel 2022, quando la spesa ammontava a 71,1 miliardi di euro. Questi dati, provenienti dalla banca dati del Centro Studi Promotor e basati sulle informazioni diffuse dal Ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica, forniscono uno sguardo dettagliato sui modelli di consumo e sulle dinamiche



del mercato dei carburanti nel paese. Rispetto allo scorso anno, si è osservato un significativo aumento, del 22,7% per la componente fiscale e un calo dell'18,1% per quella industriale. Questo aumento della componente fiscale è in parte attribuibile al venir meno delle agevolazioni concesse nel 2022.

Un incremento dei costi a cui PAC 2000A ha risposto proponendo nei distributori di carburante che riforniscono i clienti prezzi vantaggiosi: durante il 2023 il prezzo praticato **ha permesso un risparmio di oltre 3,5 milioni di euro** su un totale di oltre 60 milioni di litri erogati, pari a 5,8 centesimi/litro.

Un servizio molto apprezzato dalla clientela che, nei 10 "CONAD self 24h" della Cooperativa, ha effettuato lo scorso anno oltre 3,2 milioni di rifornimenti (scontrini totali, comprensivi di tutte le tipologie di carburante).

I Soci sono responsabili della gestione degli impianti, per garantire ai clienti servizio e un controllo costante della qualità dei carburanti, nel rispetto delle normative previste, anche per la componente di biocarburanti.

GLI OTTICI

Grazie all'offerta degli Ottico Conad i clienti possono contare su centri funzionali, ricchi di servizi e con un'offerta merceologica di primissimo piano coniugati agli abituali connotati di convenienza, qualità, e sicurezza. I punti vendita vanno dal corner di 40/80 mq all'interno degli ipermercati, alla boutique di 80/120 mq ospitata nella galleria dei centri commerciali.

L'Ottico Conad è nato per rispondere a tutte le esigenze legate alla vista, garantendo professionalità e competenza del personale specializzato in ottica e ortottica, oltre la sicurezza di strumenti diagnostici all'avanguardia.

Nelle strutture annesse agli spazi per la spesa, i clienti possono verificare la capacità visiva in pochi minuti, ottenere una consulenza sulle lenti da sole o ancora farsi riparare la montatura degli occhiali.

Sono in essere anche nei negozi di Ottica dei servizi per i clienti a prezzi convenienti, come "rilevamento Occhio secco" o la "visita del fondo oculare".

Anche il concept Ottico nel 2023 ha garantito prestazioni e servizi altamente professionali a prezzi competitivi, con offerte speciali per alcune categorie di utenti, come gli over 40, su tanti prodotti in fascia primo prezzo e sconti alla cassa per chi è in possesso di carta fedeltà Conad. Sono 6 i negozi di ottica di PAC 2000A che hanno registrato, nel 2023, un fatturato di quasi **2 milioni di euro.**

LE POLITICHE DI RISPARMIO A SOSTEGNO DEI CLIENTI

I PRODOTTI A MARCHIO CONAD

Attraverso strategie commerciali e campagne di convenienza, selezione di prodotti a marchio, Bassi e Fissi e Convenienti sempre, la Cooperativa ha dato la possibilità a milioni di nuclei familiari di poter fare una spesa completa a prezzi convenienti, senza compromettere la qualità dei prodotti. Si è, infatti, continuato a collaborare con fornitori che garantiscono standard elevati, assicurando alla clientela accesso a prodotti freschi, genuini a prezzi equi.

Ricerca della qualità, attenzione al prezzo, rispondenza alle nuove esigenze alimentari e alla sostenibilità. Sono i tratti distintivi dei prodotti a marchio Conad, che stanno sempre più diventando un punto di riferimento per i clienti.

Parallelamente, sono state sviluppate campagne promozionali mirate, basate su analisi di mercato e feedback dei clienti, per rispondere alle esigenze più urgenti e alleviare l'impatto dell'inflazione sui bilanci familiari. Inoltre, PAC 2000A ha rafforzato le iniziative di fidelizzazione, offrendo vantaggi esclusivi ai possessori delle carte fedeltà e programmi di raccolta punti che premiassero la fedeltà dei clienti.

Al centro delle scelte strategiche, operative e delle politiche aziendali, il cliente rappresenta un interlocutore attivo con cui PAC 2000A instaura relazioni durature nel tempo, creando rapporti solidi con le comunità e contribuendo alla crescita del benessere collettivo nel rispetto della centralità della persona.

Lo scaffale, quindi, non è solo il punto finale del processo, ma il risultato di un pensiero che ha radici profonde ed estese.

Con quote in continua crescita, i prodotti a marchio sono elemento caratterizzante della strategia di Conad, scelti dai clienti perché conciliano caratteristiche di qualità e convenienza, attenzione al sostegno delle produzioni Made in Italy e sostenibilità ambientale, attraverso packaging sempre più riciclati e riciclabili.

I prodotti in assortimento sono quelli **Conad Logo Rosso** (il marchio principale, copre un ampio ventaglio di prodotti a uso quotidiano e con circa il 33,20% delle vendite nel segmento super, detiene la stragrande maggioranza della quota), le linee premium **Sapori&Dintorni** e **Sapori&Idee** e linee di benessere, salutistiche e per le esigenze dei bambini. Queste si dividono in: **Verso Natura Conad** (per i clienti più sensibili ai temi della sostenibilità ambientale), **Conad Essentiae** (una linea dedicata alla cura e alla bellezza di tutto il corpo in modo naturale con prodotti specifici per capelli, igiene personale, viso e corpo), **Conad Piacersi** (una gamma di prodotti con meno grassi, meno calorie, senza zuccheri aggiunti e ricchi di fibre, senza rinunciare ad un'alimentazione gustosa, sana ed equilibrata), **Conad Alimentum** (per chi è intollerante al lattosio o al glutine) e **Conad Baby** (linea di prodotti per la cura e l'alimentazione dei più piccoli).

Un approccio che riconosce il valore dei produttori che fanno vivere le tradizioni locali con prodotti d'eccellenza e per questa strada sostiene i territori e crea valore aggiunto per la comunità e i clienti. Il 2023 è stato un altro anno positivo per la marca commerciale, che **nelle regioni di pertinenza di PAC 2000A è arrivata a valere 1,13 miliardi di euro (+12,8% rispetto all'anno precedente).**

I PRODOTTI BASSI E FISSI E CONVENIENTI SEMPRE

A contribuire alla crescita sono state in particolare le strategie promozionali sul marchio, come **Bassi e Fissi**, che si conferma una politica molto apprezzata dai clienti, oltre che efficace. Si tratta di un'offerta di prodotti indispensabili a prezzi ribassati rispetto alla media di mercato, sia incrementando il numero dei prodotti nel paniere sia introducendo **grandi formati e multipack**, per offrire agli italiani una spesa completa e di qualità.

Con un numero di oltre **600 prodotti**, rappresentativi di più di 100 categorie merceologiche, il fatturato del paniere di Bassi e Fissi ha rappresentato nel 2023 il 59% a volume ed **il 45,7% in valore** dell'intero giro d'affari a marchio nel largo consumo confezionato, in crescita del **21%** sul 2022.

Grazie a un prezzo medio di **1,38 euro**, rispetto ai **2,6 euro** dei prodotti che non rientrano in questa categoria, l'accesso alle referenze Bassi e Fissi e in particolare l'aumento di quota rispetto al 2022 (+2,5%) ha consentito alle famiglie un ulteriore **risparmio medio di circa 23 milioni di euro** pari ad un **3,7% di sconto** che ha contribuito a combattere l'inflazione annuale.

Un'altra iniziativa promossa da Conad è quella di **Convenienti Sempre**, che permette alla clientela di acquistare tanti prodotti di marca ad un prezzo vantaggioso.



IL PROGETTO ASSORTIMENTO

Tra i servizi che pongono il cliente al centro della strategia di PAC 2000A c'è il *Progetto assortimento*, un insieme di azioni che hanno l'obiettivo di razionalizzare gli sforzi di gestione del punto di vendita sia in termini di tenuta assortimentale che di gestione delle referenze promozionali.

Se da un lato garantisce che gli ordini in negozio vengano sistemati posizionando i prodotti più ricercati dai clienti negli scaffali in maniera accessibile, dall'altro ottimizza la varietà di assortimento presso il punto di vendita.

Nel 2023, la Cooperativa ha lanciato la prima fase del progetto, che prevede lo sviluppo e il potenziamento di **algoritmi di ultima generazione, che utilizzano informazioni di mercato combinate con la customer base, che consentono analisi di ottimizzazione assortimentale** e, nel 2024, verrà messa a terra la seconda fase che prevede l'avvio del processo di revisione degli assortimenti sui negozi per singole categorie merceologiche.

Attraverso un'analisi dei settori merceologici e di assortimenti campione di referenze Conad, e non, all'interno dei punti vendita, verranno selezionati periodicamente i prodotti da movimentare e post intervento, ne viene monitorata l'efficacia commerciale, razionalizzando l'offerta.

IL TRIMESTRE ANTINFLAZIONE

Con l'obiettivo di mitigare gli effetti dell'inflazione sull'economia e contenere l'aumento della spesa delle famiglie, la Cooperativa ha aderito, nelle cinque regioni di riferimento, al *"Trimestre Antinflazione"*, l'iniziativa nazionale promossa dal Ministero dell'Industria e del Made in Italy e sottoscritto dalle associazioni della distribuzione e del commercio, che si è svolta dal 1° ottobre al 31 dicembre.

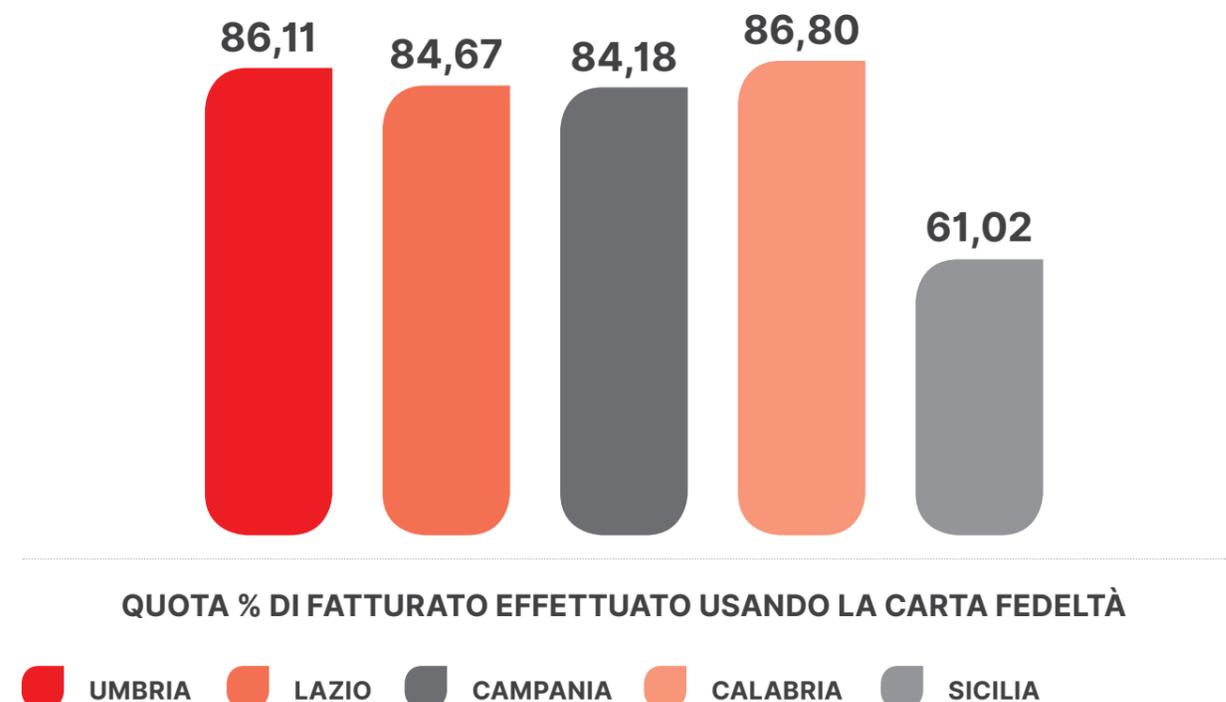
23 milioni
RISPARMIATI DALLE
FAMIGLIE ITALIANE
GRAZIE A BASSI E FISSI

LA CARTA INSIEME

L'attenzione di PAC 2000A alla convenienza passa anche attraverso la sottoscrizione della Carta Insieme, la carta fedeltà di Conad gratuita, esclusiva e personale che permette ai clienti di godere di vantaggi esclusivi in termini di scontistiche riservate su centinaia di prodotti e di iniziative di collezionamento: i Concorsi, le Mini Collection e le Special Promotion.

Nel 2023 il numero dei clienti della Cooperativa in possesso di carta Conad attiva si è attestato a 3.214.496, cifra che sale complessivamente a 3.726.287 milioni per i clienti attivi con spesa nelle regioni della Cooperativa. Questo numero include anche le carte di clienti provenienti da altre Cooperative, con una spesa complessiva di 4,9 miliardi di euro, pari all'81,1% del fatturato totale.

Penetrazione fatturato Carta Fidelity



LE ATTIVITÀ DI CRM E CUSTOMER MARKETING: I VANTAGGI PER LA CLIENTELA

Nell'era digitale, il Customer Relationship Management (CRM) non è più un semplice software di gestione contatti, ma è diventato il fulcro delle strategie aziendali, capace di personalizzare l'esperienza di acquisto, raccogliendo e interpretando i dati, prevedendo i comportamenti e soprattutto creando un legame con i propri clienti.

Con l'introduzione di tecnologie avanzate, come il sistema di analisi di category management basato su algoritmi, la strategia customer-centric di PAC 2000A consente di elaborare analisi dettagliate, garantendo **un'offerta sempre all'avanguardia, conveniente e distintiva e in perfetta sintonia con le aspettative dei consumatori**. Attraverso l'attività di comunicazione customer marketing, la Cooperativa riesce a costruire relazioni a lungo termine con i clienti esistenti, al fine di aumentarne la fidelizzazione, la retention e il valore a lungo termine attraverso lo sviluppo di programmi di fedeltà, l'adozione di una comunicazione personalizzata e un servizio clienti dedicato.

L'efficacia di questo modello ha portato, nel 2023, oltre 3,7 milioni di famiglie a scegliere i punti vendita della Cooperativa per la spesa, per un valore di 39,2 milioni di euro di vendite incrementalmente nette.

1,7 milioni
DI CLIENTI
CONTATTATI



Risultati 2023 CRM



18 iniziative
6 di Fidelizzazione
12 di Distintività



1,7 mln
Clienti
contattati



39,2 mln €
Vendite
Incrementali Nette



58%
Redemption
Clienti

FORNITE DATI: IRI - Piattaforma Unify - Elaborazione Conad Nazionale

I PREMI COLLEZIONABILI

PAC 2000A nel 2023 ha scelto di ampliare l'offerta ai clienti e garantire maggior convenienza anche attraverso i cataloghi premi.

Riducendo la numerica di punti necessari a ottenere i premi, la Cooperativa ha, infatti, permesso ai propri clienti di prenotare o ricevere premi fisici o esperienze, anche digitali, a fronte di una minore spesa effettuata presso i punti vendita.

Nel 2023 sono state diverse le iniziative, per un totale di 5,04 milioni di premi (+6,7% rispetto al 2022) che sono stati prenotati:

- **Catalogo MiPremio:**
con punti e contributo o solo punti (2,5 milioni di premi)
- **Mini-Collection e Short-Collection:**
con bollini (2,4 milioni di premi)



IL SERVIZIO AL CLIENTE OLTRE IL NEGOZIO: LA STRATEGIA DIGITALE

La strategia omnicanale mira ad integrare la comunicazione fisica e digitale per rispondere al meglio alle esigenze della clientela e per creare e rafforzare il legame tra marchio e consumatore.

Realizzare una comunicazione unica, coerente e sinergica tra i vari canali e creare strumenti di avvicinamento a clienti e stakeholder è l'obiettivo strategico di PAC 2000A, che si traduce in un processo di ridefinizione della strategia digitale di impresa, partendo dal punto vendita come fulcro di relazione con il cliente e dal nuovo ecosistema digitale Hey Conad.

Lo spazio digitale Hey Conad mette al centro la persona e i suoi bisogni, con l'obiettivo di offrire ai clienti un'esperienza semplice, accessibile e ricca di nuovi servizi e offerte, che spaziano dalla salute al tempo libero, dai servizi assicurativi alla prenotazione di esami medici.

Nel 2022 questa nuova piattaforma aveva lanciato il servizio di spesa on line, con Ordina&Ricevi a casa oppure Ordina&Ritira in negozio, mentre nel 2023 il servizio è stato integrato con Hey Conad Viaggi, il servizio di prenotazione di pacchetti viaggio a disposizione di tutti i clienti, con una grande distintività, ovvero quella di offrire vacanze immerse nella natura o al mare, in montagna o alla scoperta di borghi da visitare ricchi di storia e tradizione, all'insegna dei migliori percorsi enogastronomici in Italia.

Un sistema integrato su scala nazionale, che unisce tutte le Cooperative Conad, concepito per offrire un'esperienza di acquisto online completa per i consumatori. Questa nuova iniziativa non si limita a fornire un servizio, ma costituisce un vero e proprio canale che pone l'accento sulla centralità del cliente e sull'ottimizzazione della sua esperienza di shopping, dall'iniziale "click" fino alla consegna a domicilio. Conad ha istituito una società dedicata al supporto e all'informazione dei clienti, con l'obiettivo di assistere attivamente e passivamente tutti gli attori coinvolti nel processo di acquisto, al fine di garantire un'esperienza estremamente positiva, coinvolgente e gratificante.

In questo scenario, ricopre un ruolo chiave l'App Conad che, arricchita di funzionalità, rappresenta il primo passo di innovazione della relazione con il cliente nello spazio (dentro e fuori dal negozio) e nel tempo (pre e post acquisto) a cui si collegano i diversi touch point digitali: l'e-commerce, il portale Viaggi, il sito consumer conad.it e Saporie.com, quello istituzionale e legato al mondo della sostenibilità.

Al 31 dicembre 2023 i clienti di PAC 2000A con dispositivi attivi sono 215.600, il +16,2% rispetto all'anno precedente.

Il percorso di digitalizzazione di PAC 2000A non si ferma però qui. La Cooperativa, con l'obiettivo di raggiungere un pubblico sempre più ampio ha scelto un altro canale di comunicazione: quello dei Social Network. Uno strumento che si rivolge direttamente ad un'ampia platea in modo dinamico e immediato, pur mantenendo un taglio di carattere istituzionale.

LA PIATTAFORMA RETAIL MEDIA

Nel 2021 PAC 2000A ha lanciato, in collaborazione con l'industria di marca (IDM), in forte sinergia tra le aree Marketing e Commerciale della Cooperativa, una sua piattaforma di Retail Media.

A fianco di mezzi come dem, sms, messaggi, scontrini personalizzati tramite analisi di CRM, PAC 2000A ha dispiegato altri strumenti, come il circuito di radio e video, con annunci rilevanti in store che permettono di individuare in maniera più puntuale le campagne, di coltivare ulteriormente la relazione con il cliente, offrendo una customer experience di qualità e di avere un positivo ritorno di investimenti.

Sono stati avviati 16 progetti test con l'IDM nel 2023 che hanno dato risultati interessanti sia per i clienti che per l'industria.

LA PAGINA LINKEDIN

Un altro canale social con cui PAC 2000A comunica con i propri dipendenti, gli stakeholder e il pubblico più ampio è la pagina LinkedIn, inaugurata a febbraio 2023.

Attraverso la pubblicazione di post su tematiche Corporate, Ambiente e CSR, la Cooperativa utilizza questo canale di comunicazione per raccontare progetti e iniziative e diffondere i messaggi del top management. Un progetto che, dall'avvio, **ha superato i 6.000 follower** e registrato un **tasso di interesse degli utenti dell'8%, con picchi che superano il 30%**. Un valore ben superiore al tasso medio di altri utenti di LinkedIn, che si aggira tra il 2% e il 6% a seconda della tipologia di contenuti pubblicati.

Oltre alla grande partecipazione sulla pagina LinkedIn di Soci, dipendenti e collaboratori, **l'analisi dei followers evidenzia che circa il 70% è esterno al mondo di PAC 2000A**.

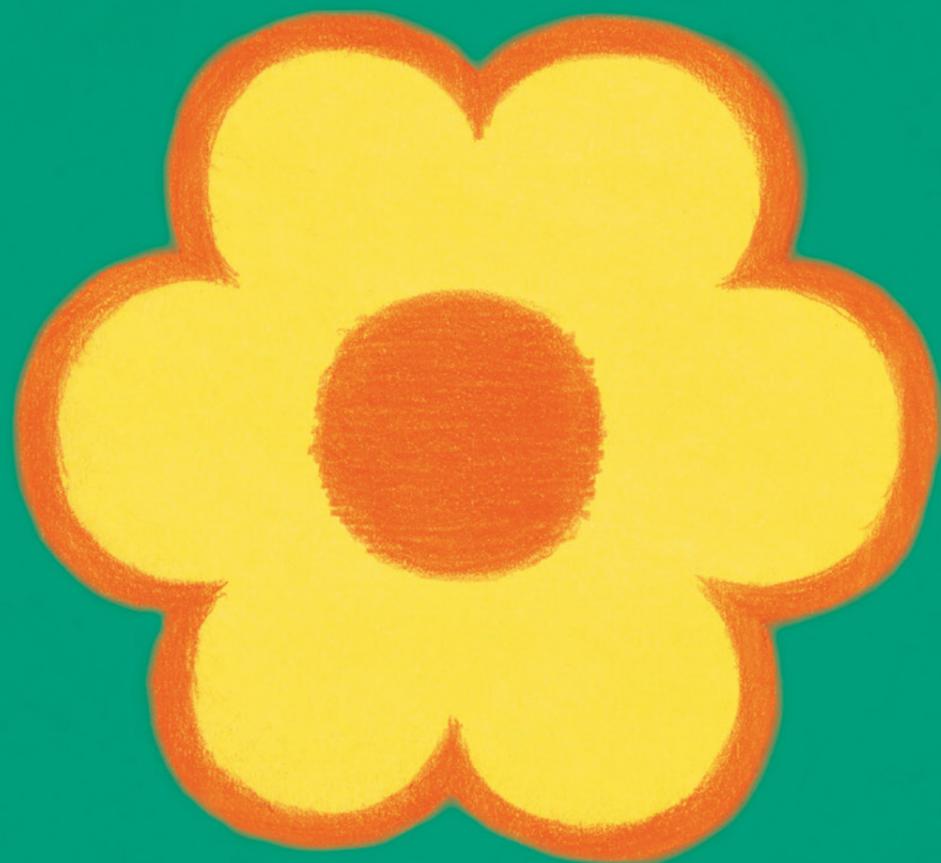
La tipologia e la qualità dei contenuti attrae, dunque, un pubblico più vasto e non strettamente collegato al contesto aziendale né a realtà territoriali in cui PAC 2000A opera.

Audience proprietaria | ASSET disponibili

CRM	DEM	IN STORE	SOCIAL	WEB
Audience profilata contattabile in modo diretto in cassa in ADD ON anche DEM	Contatto diretto tramite SMS e MAIL con contenuto personalizzato nelle DEM settimanali	Radio e video in store	Network delle pagine social dei punti vendita + pagine istituzionali gustour e scelte per te	Pagine web dei Soci su sito Conad + siti web proprietari
2,62 MLN	574.086 mail 1.640.000 sms	2,02 MLN clienti mensili 6,2 MLN presenze in 15gg	1,2 MLN di follower (stima follower rete)	7,8 MLN visualizzazioni mese



02.



**Ambiente
e risorse**

Il progetto di sostenibilità

Un posizionamento e ruolo significativo quello di PAC 2000A a livello locale e nazionale, che la spinge a svolgere la propria attività quotidiana nel pieno rispetto delle persone e dell'ambiente.

Con questa consapevolezza, la Cooperativa, ponendosi l'obiettivo di integrare principi di responsabilità ambientale e sociale nelle proprie attività quotidiane, ha avviato quest'anno un ambizioso percorso di sostenibilità volto a monitorare, rendicontare e comunicare in modo trasparente i propri progressi nei settori economico, ambientale e sociale.

Una linea di pensiero e azione promossa dalla direzione del Gruppo che, analizzando le attività dell'intero sistema nelle tre aree ESG (Environment, Social and Governance) e il loro impatto sui territori e le comunità, caratterizzerà d'ora in avanti le scelte strategiche dell'intero sistema.

La prima fase del progetto ha previsto un'analisi approfondita dei risultati raggiunti nel 2023, riassunti già nel presente documento. Nel 2024 sarà costruita una **matrice di doppia materialità**, uno strumento che permetterà di comprendere gli aspetti più rilevanti per il business e per gli stakeholder, indirizzando le azioni, definendo le strategie future e identificando e valutando gli effetti delle attività di PAC 2000A, dei Soci e delle sue controllate. Queste informazioni verranno rendicontate e riassunte nel **primo bilancio di sostenibilità** di PAC 2000A, che offrirà una visione completa e trasparente delle iniziative e dei risultati ottenuti. Il primo Bilancio darà inizio alla pubblicazione annuale del rapporto di sostenibilità del Gruppo. Attraverso questo percorso, PAC 2000A mira non solo a migliorare le proprie performance ambientali e sociali, ma anche a ispirare fiducia e trasparenza tra i clienti, i Soci, i collaboratori e tutti gli stakeholder, contribuendo significativamente al benessere collettivo e alla tutela dell'ambiente.

Attraverso questo percorso, PAC 2000A mira non solo a migliorare le proprie performance ambientali e sociali, ma anche a ispirare fiducia e trasparenza tra i clienti, i Soci, i collaboratori e tutti gli stakeholder, contribuendo significativamente al benessere collettivo e alla tutela dell'ambiente.

Attraverso questo percorso, PAC 2000A mira non solo a migliorare le proprie performance ambientali e sociali, ma anche a ispirare fiducia e trasparenza tra i clienti, i Soci, i collaboratori e tutti gli stakeholder, contribuendo significativamente al benessere collettivo e alla tutela dell'ambiente.

Attraverso questo percorso, PAC 2000A mira non solo a migliorare le proprie performance ambientali e sociali, ma anche a ispirare fiducia e trasparenza tra i clienti, i Soci, i collaboratori e tutti gli stakeholder, contribuendo significativamente al benessere collettivo e alla tutela dell'ambiente.



L'ANALISI DELLE PERFORMANCE AMBIENTALI

Dall'ottimizzazione dei processi di produzione e movimentazione delle merci all'adozione di soluzioni per la gestione dei rifiuti nei Ce.Di., dall'adozione di imballaggi eco-sostenibili all'impiego di energia da fonti rinnovabili, dall'adozione di misure di efficientamento energetico nei punti vendita agli sforzi per contrastare lo spreco alimentare, sono diversi gli impegni che PAC 2000A sta progressivamente integrando nella propria strategia per rendere la filiera più sostenibile e ridurre l'impronta ecologica delle proprie attività.

L'impegno della Cooperativa riflette la consapevolezza della propria responsabilità nei confronti dell'ambiente e delle comunità e rispecchia i valori alla base della strategia di sostenibilità del Consorzio Conad "Sosteniamo il Futuro", nella dimensione Ambiente e Risorse, contribuendo alla tutela dell'ambiente e alimentando la crescita di un modello di sviluppo concretamente sostenibile.

PAC 2000A ha scelto di rendicontare in maniera sempre più dettagliata le proprie attività, a partire da quelle del segmento logistico, attraverso un progetto avviato nel 2016 focalizzato sulla **mappatura delle emissioni di CO₂**

Dal 2016 prosegue la collaborazione con la società GreenRouter per il monitoraggio annuale delle emissioni della supply chain (in conformità con le linee guida e gli standard internazionali GLEC Framework 2.0 e Linee Guida Fraunhofer) e la ricerca di soluzioni per ottimizzare l'impronta climatica della supply chain, riducendo gli impatti ambientali.

Per il 2023 l'analisi ha riguardato:

- la logistica, nelle componenti dei Cedi' e della distribuzione verso i punti vendita;
- i punti vendita;
- le sedi della cooperativa²;
- la flotta aziendale.

¹ Capaci, Carinaro, Corigliano, Fiano Romano e Modica, Ponte Felcino, i due Ce.Di. di Carini, Catania e Pace del Mela solo per quanto riguarda le emissioni di CO₂ e legate ai consumi di energia elettrica, combustibili e refrigeranti
² Carinaro, Corigliano, Fiano Romano, Ponte Felcino e Partinico

Tabella 1 Emissioni Complessive sistema PAC 2000A Conad

Emissioni [tCO ₂ eq]	2023
Cooperativa (Ce.Di, sedi, flotta aziendale)	16.994
Logistica prodotti	61.352
Punti vendita	150.418
Totale	228.764

Le emissioni del sistema PAC 2000A Conad per il 2023 ammontano a 228.764 tCO₂eq e sono imputabili in larga parte ai punti vendita con il 66% delle stesse, mentre per il 7% alla attività della cooperativa ed il 27% alla logistica.



2.1 La rete logistica di PAC 2000A e le best practice

La logistica ricopre un ruolo di primo piano per PAC 2000A perché supporta tutte le politiche di sviluppo della Cooperativa: da un lato, è infatti il traino all'efficientamento e all'innovazione del sistema per migliorare il servizio a supporto dei Soci; dall'altro, è uno degli elementi in prima linea con cui si persegue la politica di sostenibilità ambientale.

La logistica di PAC 2000A si distingue come un esempio di **modello integrato di Supply Chain**, che unisce efficienza operativa, innovazione, ottimizzazione dei processi e resilienza per adattarsi alle esigenze dinamiche del mercato e all'evoluzione delle sfide ambientali.

Questo permette alla Cooperativa di movimentare in maniera efficiente ogni anno circa **336 milioni di colli di merci** attraverso un sistema composto da 6 principali Centri di Distribuzione

(Ce.Di.) e 13 magazzini, per un totale di circa 300 mila mq di superficie in Umbria, Lazio, Campania, Calabria e Sicilia.

I poli regionali lavorano su una visione trasversale che associa alla funzione logistica la responsabilità di individuare le innovazioni di flusso, sulla base delle esigenze specifiche dei vari Ce.Di., e di gestire al meglio l'intero processo di movimentazione delle merci.

In questo scenario, la **digitalizzazione svolge un ruolo chiave**, grazie all'adozione di tecnologie avanzate, di strumenti software di ultima generazione e l'attuazione di procedure di automazione volte a ottimizzare l'efficienza di gestione di magazzini e merci, riducendo i costi operativi, migliorando la precisione e accelerando i tempi di consegna. Inoltre, è importante per pianificare più accuratamente domanda e offerta, riducendo gli sprechi e garantendo la disponibilità dei prodotti.

Aumento
della saturazione dei carichi

Ottimizzazione
del trasporto secondario (tratte di ritorno dal punto vendita al Ce.Di.)

Rinnovo
progressivo della flotta di automezzi utilizzati per il flusso dei prodotti

IL SOFTWARE TMS: OTTIMIZZAZIONE DEI CARICHI E DELLE CORSE DEI MEZZI

Tra gli strumenti introdotti nel network logistico per la gestione della supply chain, il software di logistica TMS (Transportation Management System) punta ad assicurare la consegna puntuale delle merci ottimizzando i carichi e le corse dei mezzi, tracciando il trasporto lungo gli itinerari locali e automatizzando attività un tempo laboriose, quali la documentazione della conformità commerciale e la fatturazione dei servizi di trasporto. Tutto questo con l'obiettivo di accrescere il livello di servizio eliminando possibili aree di inefficienza e, quindi, costi superflui. L'introduzione del TMS porta con sé la necessità di attuare il concetto di "volumetria", ovvero l'ottimizzazione del numero di colli su pallet, permettendone una riduzione del numero da trasportare. **Introdotta nel 2022** nel magazzino di Ponte Felcino e implementata a partire da quest'anno anche a Fiano Romano, con l'obiettivo di coprire, entro il 2024, anche tutti gli altri Centri di Distribuzione di PAC 2000A e di Iges Srl nelle cinque regioni di operatività, questo sistema viene utilizzato prevalentemente per le merci che rientrano nella **categoria dei generi vari**, che rappresentano circa il 66% di quelle movimentate dai magazzini ai punti vendita sul territorio e, finora, **ha permesso di ridurre i pallet consegnati del 12% circa l'anno, pari a 84 milioni di colli circa.**

Nei prossimi anni, oltre all'espansione a tutti gli altri Ce.Di., il sistema verrà potenziato con un modulo che permetterà anche di scegliere il mezzo di trasporto non solo sulla base dei vincoli di disponibilità ma anche di efficienza in termini di CO₂. A parità di chilometri percorsi e di saturazione del mezzo, sarà quindi possibile selezionare quello che permetterà di risparmiare emissioni di anidride carbonica.

Oltre a questo software, la Cooperativa ha introdotto negli ultimi anni specifici indicatori rispetto alle performance orarie di preparazione delle merci, al canale di vendita al quale è legato un destinatario, al magazzino, alla tipologia di preparazione utilizzata per il prelievo, fino ad arrivare alla singola referenza. Questi hanno permesso di affinare l'analisi di efficacia dei magazzini.

Ne è esempio la creazione di agende dettagliate per settimana o per stagionalità, realizzate grazie a un'analisi delle performance orarie di produttività, della capacità produttiva oraria e della valutazione di quanti punti vendita poter servire in determinate fasce o in determinati giorni della settimana.

È stata, inoltre, implementata la possibilità di analizzare il layout effettivo di ogni magazzino: le corsie, le posizioni di presa o di scorta occupate, la saturazione e la rotazione di ogni corsia, le quantità di merci presenti in magazzino, i giorni di giacenza media e infine i giorni di scadenza.

Queste analisi vengono fatte quotidianamente e permettono di ricevere segnalazioni puntuali che indicano potenziali criticità di saturazione dei magazzini o eventuali inefficienze, sia per quanto riguarda l'ingresso merci sia l'uscita.

Sulla base dei risultati ottenuti, sono stati progressivamente introdotti nei vari Centri Distribuzione - a partire dall'Umbria e successivamente anche nel Lazio, in Campania, in Calabria e in Sicilia - processi di automazione e integrazione dei flussi. Inoltre, è stata ottimizzata la gestione regionale delle piattaforme al fine di monitorare l'andamento dei singoli depositi e apportare eventuali modifiche per migliorarne l'efficienza.



Infine, è stato introdotto un processo di valutazione quotidiana del livello di saturazione dei magazzini e la posizione delle singole referenze, sia quelle in promozione sia quelle che vanno movimentate da un'area all'altra.

Tabella 2 Centri distribuzione e magazzini di PAC 2000A

Centri distribuzione e magazzini	Colli preparati 2023	mq
Fiano Romano (RM)	108.996.566	95.750
Carinaro (CS)	56.772.950	51.800
Modica (RG)	17.463.961	33.208
Riano Romano (RM)	42.740.655	27.000
Ponte Felcino (PG)	27.569.245	26.700
Carini (PA)	20.347.064	24.600
Corigliano Calabro (CS)	32.460.880	21.250
Capaci (PA)	13.089.754	11.000
Santa Palomba (RM)	5.406.787	6.200
Marcianise (CE)	1.737.691	4.500
Catania (CT)	1.946.874	2.100
Passaggio di Bettona (PG)	1.191.472	1.750
Amantea (CS)	1.947.417	1.500
Rossano Calabro (CS)	993.841	1.100
Volla (NA)	541.521	1.100
Figline Vegliaturo (CS)	1.414.428	1.000
Milazzo (ME)	1.027.324	1.000
Corciano (PG)	882.061	1.000
Casoria (NA)	77.604	500
Totale	336.608.096	313.058

MINORI EMISSIONI E MAGGIOR EFFICACIA NEL TRASPORTO STRADALE

Nel corso del 2023, sono stati percorsi circa 37,5 milioni di km a pieno carico, per la consegna ai punti vendita e i trasferimenti tra magazzini. Tali viaggi hanno generato emissioni Well-to-Wheel (WtW)³ totali pari a **61.352 tonnellate di CO₂e**.

Tabella 3 Consumi flotta aziendale

	Udm	2021	2022	2023
Totale emissioni	ton CO ₂ e	60.321	59.012	61.352
Totale energia consumata	GJ	874.943	855.959	889.917

Le emissioni associate alla logistica sono aumentate del 4% rispetto al 2022, a fronte di un aumento più che proporzionale delle distanze percorse (+4,5%). Ciò comporta un **miglioramento dell'indicatore di efficacia nel trasporto stradale: nel 2023 si è registrata un'intensità di emissioni di CO₂e per km pari a 1,64 kgCO₂e/km (-0,5% rispetto al 2022).**

³ Il concetto di "Well-to-Wheel" (WtW) si riferisce all'analisi completa dell'impatto ambientale e delle emissioni di gas serra di un veicolo lungo l'intero ciclo di vita, considerando tutte le fasi dall'estrazione delle materie prime fino all'uso del carburante o dell'energia nel veicolo stesso.

Quest'anno
migliora il dato
sull'efficacia nel
trasporto stradale



PER APPROFONDIRE

IL RINNOVO DEL PARCO MEZZI

Un'altra iniziativa che rientra nella strategia di sostenibilità di PAC 2000A per abbattere le emissioni di CO₂ consiste nell'ammodernamento del parco mezzi.

A partire da quest'anno, infatti, la Cooperativa ha avviato con i propri fornitori un percorso volto a incentivare la dismissione di camion euro 2 ed euro 3 e di integrazione, fino a totale sostituzione, di veicoli a euro 6 e a gas naturale.

Attraverso questo percorso, che si completerà nei prossimi anni, PAC 2000A si impegna a favorire i fornitori che offrono mezzi di ultima generazione, nella stipula dei nuovi contratti, e

a promuovere, nei contratti già in essere, la sostituzione graduale dei mezzi con camion meno inquinanti.

Nel corso dell'anno si stima che siano stati emessi **3.090 kg di PM_{x4}**, in diminuzione rispetto ai **3.363 kg** del 2022 (-8,1%). Di seguito è rappresentata l'evoluzione del parco mezzi utilizzato negli ultimi tre anni.

Per quanto riguarda, inoltre, la flotta aziendale, i consumi di carburante vedono, invece, un aumento dei consumi dall'anno passato, dovuto però principalmente a un affinamento della metodologia di raccolta del dato. A partire dal 2023, infatti, il dato non è più stimato ma reale.

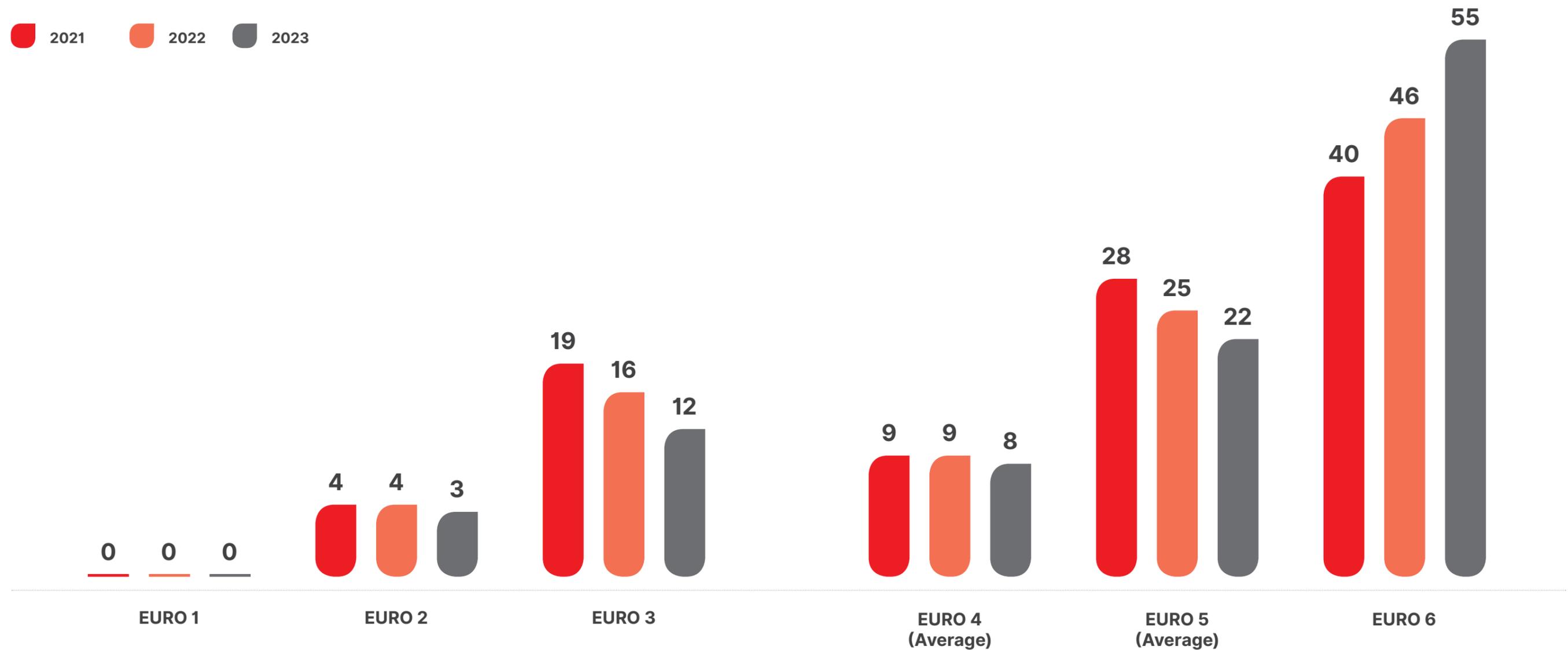
-8,1%
DI EMISSIONI
DI POLVERI
SOTTILI
NEL 2023

Tabella 4 Consumi flotta aziendale

	2022	2023
Consumi Diesel (l)	252.587	322.459
Consumi Benzina (l)	252.587	228.648
Totale emissioni della flotta aziendale di PAC (ton CO ₂ e)	1.440	1.595

Percentuale km percorsi per euro (%)

2021 2022 2023



MOBILITÀ ELETTRICA: I TEST PER LA CONSEGNA A DOMICILIO DELLA SPESA

Con l'obiettivo di rendere il settore della logistica sempre più sostenibile, riducendone l'impatto in termini di emissioni di CO₂, Conad e PAC 2000A, in collaborazione con Enel X Way hanno avviato a giugno 2023 un progetto di consegne dai Ce.Di. a punti vendita selezionati su Roma e Palermo in modalità 100% elettrica. Il lancio ha previsto una fase iniziale con il coinvolgimento di due mezzi nelle aree metropolitane, per una percorrenza media di 450-500 km al giorno, sia per dare un contributo più incisivo alla lotta alle emissioni sia per via di una rete infrastrutturale per la mobilità elettrica più capillare.



I DATI SULLE EMISSIONI E I CONSUMI DI MAGAZZINI E SEDI

L'analisi delle emissioni nel 2023 registra un totale di **15.399,3 ton CO₂**, circa il 28% in più rispetto allo scorso anno. Il valore è influenzato principalmente da due fattori: l'aggiornamento del fattore emissivo, che come anticipato all'inizio del capitolo ha impattato sull'intera rendicontazione, e le variazioni nei consumi di elettricità, combustibile e refrigerante, con conseguente riduzione o incremento delle emissioni per il singolo Ce.Di. e sede.

L'analisi è stata svolta su:

- **i Ce.Di. di Fiano Romano, Carinaro, Ponte Felcino, Corigliano e le relative sedi di Umbria, Lazio, Campania e Calabria.**
- **i Ce.Di. (compresi anche quelli terziarizzati) di Capaci, Carini (2 siti), Catania, Modica, Pace del Mela e la sede di Partinico per la regione Sicilia.**

Tabella 5 Emissioni e consumi totali per magazzini e sedi

Emissioni e consumi totali per magazzini e sedi	Udm	2021	2022	2023
Consumi elettrici totali	GJ	100.646	122.143	119.522
Totale emissioni	ton CO ₂ e	11.157	12.015	15.399
da elettricità	ton CO ₂ e	6.612	7.752	10.669
da combustibile	ton CO ₂ e	2.069	1.502	2.480
da refrigerante	ton CO ₂ e	2.476	2.761	2.250



Sul fronte dell'energia rinnovabile, grazie all'installazione di impianti fotovoltaici sui Ce.Di. di Fiano Romano, Ponte Felcino e Modica, la Cooperativa è in grado di sfruttare l'energia elettrica prodotta dal sole impiegandola nei propri poli logistici per un totale – nel 2023 – di 7.463 GJ, ovvero 7.463 miliardi di joule.

I Ce.Di. della Cooperativa rappresentano dei veri e propri laboratori di innovazione. Ne è esempio la nuova sperimentazione relativa al sistema di ricarica dei mezzi impiegati per il sollevamento e lo spostamento delle merci all'interno dei magazzini. Grazie a caricabatterie programmabili è possibile ricaricare i carrelli elevatori nei momenti in cui il quantitativo di energia disponibile prodotta dai pannelli fotovoltaici è maggiore. Questo sistema permette di abbattere gli assorbimenti energetici e, quindi, ridurre consumi e costi.

Tabella 6 Consumi da fotovoltaico

Consumi [GJ] da fotovoltaico	2021	2022	2023
Fotovoltaico	6.555	7.721	7.463

7.463 GJ
PRODOTTI DA
FOTOVOLTAICO
NEL 2023

GLI ALTRI INDICATORI AMBIENTALI DI SEDI E CE.DI.: ACQUA E RIFIUTI

Nel contesto attuale, la gestione responsabile delle risorse naturali è diventata una priorità per molte aziende. All'interno di questo quadro, il monitoraggio e la riduzione dei consumi di acqua e la gestione efficace dei rifiuti sono elementi chiave per promuovere la sostenibilità ambientale. Di seguito sono riportati i consumi di acqua e di rifiuti per i Ce.Di. e le Sedi.

Nel 2023 i Cedi⁴ e le 2 sedi di PAC 2000A hanno consumato circa 204.243 m³ di acqua, un dato di consumo leggermente in aumento rispetto al 2022.

Per quanto riguarda i rifiuti, i Ce.Di. e le sedi della Cooperativa in Umbria, Lazio, Campania e Calabria hanno generato 291.164 kg di imballaggi di plastica e prodotti complessivamente 6.409 tonnellate di rifiuti. Di seguito viene rappresentata la ripartizione dei rifiuti totali per categoria.

Il dato particolarmente alto per la componente rifiuti speciali pericolosi è dovuto in parte allo smaltimento di materiale di prevenzione al Covid, e in parte a dei lavori di manutenzione straordinaria all'interno del Ce.Di di Carinaro in cui sono state smaltite 12 tonnellate di catrame, classificato come rifiuto speciale pericoloso.

⁴ Non disponibili i dati di consumo dei Ce.Di. di Capaci, Catania e Pace del Mela.

Tabella 7 Consumi di acqua

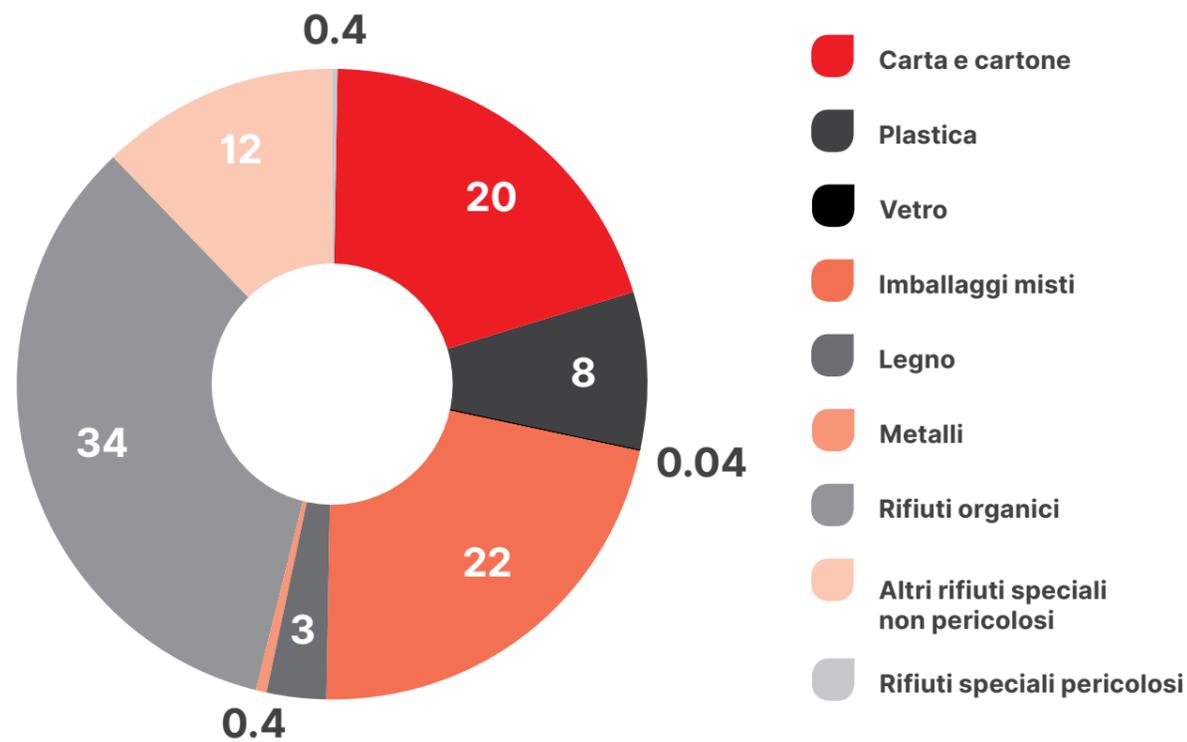
	2022	2023
Consumi [m ³]	162.751	204.243

Tabella 8 Rifiuti prodotti

	2022	2023
Rifiuti prodotti [ton]	6.601	6.409



Ripartizione dei rifiuti prodotti nel 2023 da Ce.Di. e sedi PAC 2000A Conad per tipologia (%)



IL PALLET POOLING

Nei Ce.Di. e nei magazzini da diversi anni la Cooperativa si serve del pallet pooling, ovvero un sistema di condivisione dei pallet, bancali in legno utilizzati per il trasporto e la gestione delle merci.

L'adozione del modello di pallet pooling permette di condividere tra più imprese gli imballaggi portando a tre grandi e importanti vantaggi:

- **Abbattimento delle emissioni dovuto alla riduzione dei ritiri parziali e frammentati dei pallet;**
- **Riduzione dei rifiuti, perché i bancali rotti o danneggiati non finiscono in discarica, ma vengono riparati con legno certificato.**
- **Realizzazione e riparazione dei pallet attraverso legno certificato Pefc e Fsc.**

Per questo servizio la Cooperativa si affida a CPR System, CHEP e LPR, aziende specializzate nei servizi di noleggio pallet e imballaggi, che hanno consentito di evitare nel 2023 emissioni per 1557 tonnellate di CO₂, pari a 35 viaggi in camion intorno alla terra, risparmiare 1524 m³ di legno, equivalenti a 1473 alberi e di ridurre il quantitativo di rifiuti prodotti di 164 tonnellate.

2.2 La sostenibilità nei punti vendita

Con l'obiettivo di ottimizzare l'efficienza energetica dei propri punti vendita, la Cooperativa si impegna attivamente ad attuare soluzioni eco-sostenibili.

Questo impegno si traduce concretamente nell'adozione di impianti di refrigerazione alimentati da gas refrigerante a CO₂, noto per il suo basso impatto ambientale. Inoltre, vengono impiegati impianti di illuminazione a LED e tecnologia inverter per modulare l'energia in base alle esigenze stimate. In aggiunta, la Cooperativa investe nella realizzazione di impianti fotovoltaici presso i nuovi punti vendita, per massimizzare l'utilizzo di energia rinnovabile.

L'analisi delle emissioni ha riguardato **1.407 punti vendita** (Conad City, Conad, Conad Superstore, Todis, Spazio Conad, Saponi & Dintorni Store E Market Conad) e **114 tra Concept Store** (Conad Self 24h, Parafarmacia Conad, Petstore Conad) e **punti ristoro Con Sapore Conad**, per un totale di oltre **1.000.000 mila metri quadri** coperti. I Concept Store sono stati inclusi nel perimetro di analisi a partire dal 2022.

Relativamente ai Punti di Vendita e ai Concept Store, si stima che nel corso dell'anno 2023 siano state emesse in totale **150.418 ton di CO₂e**, +10% rispetto al 2022. Le emissioni derivanti dal consumo di elettricità rappresentano il 99,89% delle emissioni stimate, la parte restante è da attribuire al consumo di gas. L'incremento del parametro di emissione IEA per l'Italia, utilizzato nel calcolo delle emissioni da consumi elettrici, ha portato ad un aumento delle emissioni nonostante la **riduzione dei consumi**.

Il perimetro di rendicontazione per i punti vendita nel 2022 includeva 1.435 punti vendita, mentre nel 2023 1.521 fra punti vendita e concept store.

Tabella 9 Consumi dei punti vendita

Punti vendita Consumi [Gj]	2022	2023
Energia elettrica	1.877.134	1.578.808
Gas naturale	4.129	2.804

Tabella 10 Emissioni dei punti vendita

Emissioni punti vendita t CO ₂ e	2022	2023
Energia elettrica	136.197	150.250
Gas naturale	247	168

Tabella 11 Consumi per unità di superficie

Consumi [GJ] da fotovoltaico	2022	2023
Consumi per unità di superficie [GJ/m ²]	1,92	1,53



-19% I CONSUMI DEI PUNTI VENDITA NEL 2023

Mentre le emissioni dei punti vendita aumentano per i motivi sopra citati, i consumi diminuiscono sensibilmente e portano il dato ad **una riduzione del 19%** rispetto al 2022. Il dato restituisce un risultato positivo frutto degli investimenti portati avanti per l'efficientamento energetico dei punti vendita, portando una diminuzione di oltre il 20% delle emissioni per metro quadro.



L'ACCORDO CON BNL BNP PARIBAS

PAC 2000A ha finalizzato a maggio 2023 un'operazione di leasing con BNL BNP Paribas, tramite BNL Leasing, del valore di 20 milioni di euro con l'obiettivo di effettuare interventi di efficientamento finalizzati a ridurre i consumi energetici, i costi di gestione e le emissioni.

Nel dettaglio, i punti vendita nelle cinque regioni di competenza e le piccole e medie aziende territoriali della Cooperativa possono avere un più agevole accesso al credito per effettuare interventi quali, a titolo di esempio, l'installazione di impianti fotovoltaici, la sostituzione di banchi frigo, dei corpi illuminanti o degli impianti di condizionamento.

“Questa operazione è la dimostrazione del nostro impegno quotidiano e concreto per limitare l'impatto delle attività in tutti gli ambiti, dalla logistica al packaging, dai consumi energetici dei magazzini e dei punti vendita alla produzione di rifiuti”, il Direttore Generale, Francesco Cicognola.



2.3 Packaging sostenibile

Conad dimostra il suo impegno verso la sostenibilità attraverso i suoi prodotti a marchio del Distributore (MDD), i cui imballaggi sono progettati per essere facilmente riciclabili e compostabili. Questi includono l'uso di materiali biodegradabili o compostabili, come carta proveniente da fonti sostenibili e plastiche monomateriale o biodegradabili, oltre all'eliminazione della plastica monouso.

Infine, nei magazzini della Cooperativa, la raccolta differenziata per plastica, carta, cartone, vetro, legno, imballaggi misti e rifiuti organici è una pratica costante. I compattatori vengono utilizzati per ridurre il numero di ritiri con automezzi, mentre qualsiasi altra forma di smaltimento avviene attraverso partnership con aziende autorizzate per il trattamento dei rifiuti, con un'enfasi sulla riciclabilità e il recupero.

2.5 La lotta allo spreco alimentare

La lotta allo spreco alimentare rappresenta un pilastro fondamentale dell'impegno etico e sociale di PAC 2000A. La Cooperativa si impegna attivamente a ridurre gli sprechi lungo l'intera catena di approvvigionamento, dalla produzione alla distribuzione, attraverso strategie mirate e collaborazioni con i fornitori, promuovendo pratiche sostenibili e responsabili, garantendo che il cibo non venduto venga destinato a scopi benefici anziché essere gettato. Questo impegno non solo contribuisce a ridurre l'impatto ambientale dell'azienda, ma supporta anche le comunità locali attraverso donazioni di cibo agli enti caritatevoli. Con questo obiettivo, **PAC 2000A si impegna ad avviare già il prossimo anno una collaborazione con Fondazione Banco Alimentare che permetterà di donare il cibo invenduto alle persone più bisognose nei territori.** In una fase iniziale, il progetto coinvolgerà i 6 centri distributivi della Cooperativa per poi ampliare l'attività del Banco Alimentare anche alla rete di ipermercati e dei superstore.

Nel 2023, il valore economico della donazione di cibo invenduto a diversi enti, tra cui Associazione Banco Alimentare e Comunità di Sant'Egidio, da parte della Cooperativa ha raggiunto quasi 400.000 euro.

2.4 Il volantino digitale

Attraverso uno sforzo di ottimizzazione dei volumi dei volantini distribuiti e un ulteriore sviluppo dei canali digitali, per favorire e incentivare una loro consultazione in formato digitale, la Cooperativa si è posta l'ambizioso obiettivo di ridurre l'utilizzo di carta e promuovere la diffusione del volantino digitale, consultabile sul sito Conad.it, l'app Conad e sugli sfogliatori online.

Gli importanti investimenti fatti sull'intero ecosistema digitale hanno, infatti, consentito nel 2023 di registrare **32 milioni di letture digitali**, di cui 2,7 milioni provengono da sfogliatori digitali e oltre 29 milioni dal sito Conad.



2.6 Un impegno concreto: "Forestiamo insieme l'Italia"

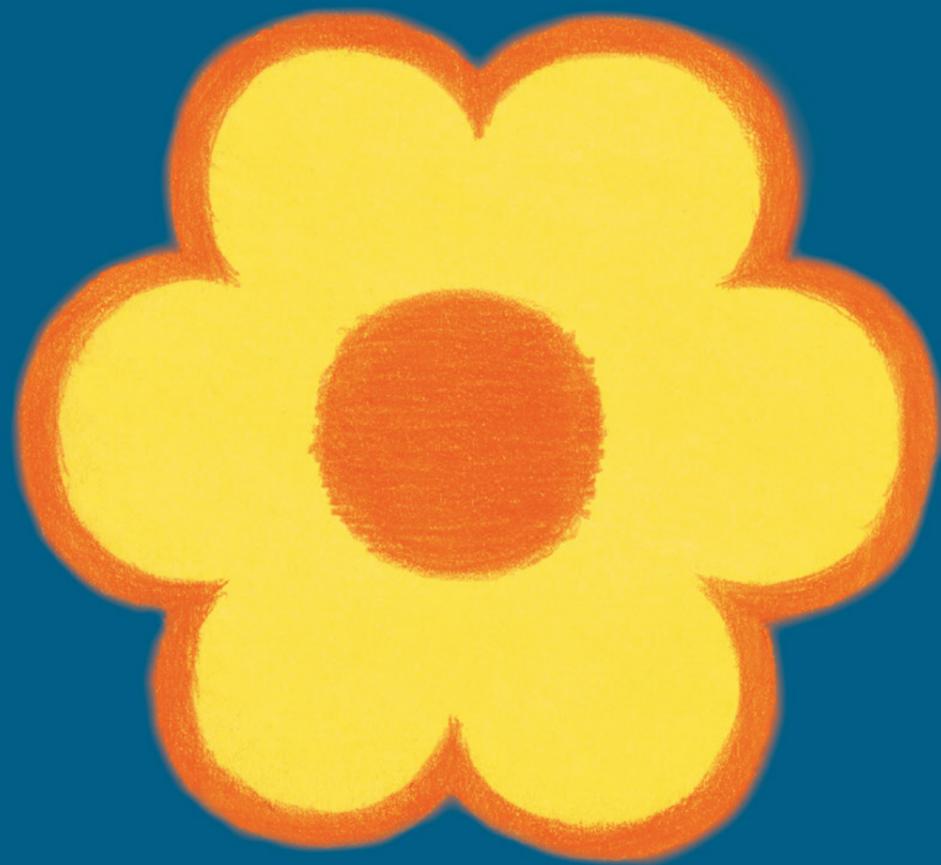
"Forestiamo insieme l'Italia", parte della campagna "Foresta Italia" di Rete Clima, ente non profit che promuove azioni di Corporate Social Responsibility (CSR), è l'iniziativa nazionale a cui PAC 2000A ha preso parte negli ultimi due anni, che mira allo sviluppo di "Bio Forest", foreste urbane e periurbane pensate per **massimizzare l'impatto positivo sulla biodiversità**, contribuire a mitigare gli effetti dei cambiamenti climatici e creare nuovi spazi verdi fruibili dalla collettività.

La Cooperativa, consapevole del ruolo fondamentale che le imprese possono avere nella salvaguardia dell'ambiente, ha deciso di aderire a questo progetto, impegnandosi a promuovere attivamente la riforestazione nei territori in cui opera attraverso il coinvolgimento di Direttori area, soci e dipendenti, invitandoli a partecipare alle attività di piantumazione per riconvertire e riqualificare intere aree cittadine.

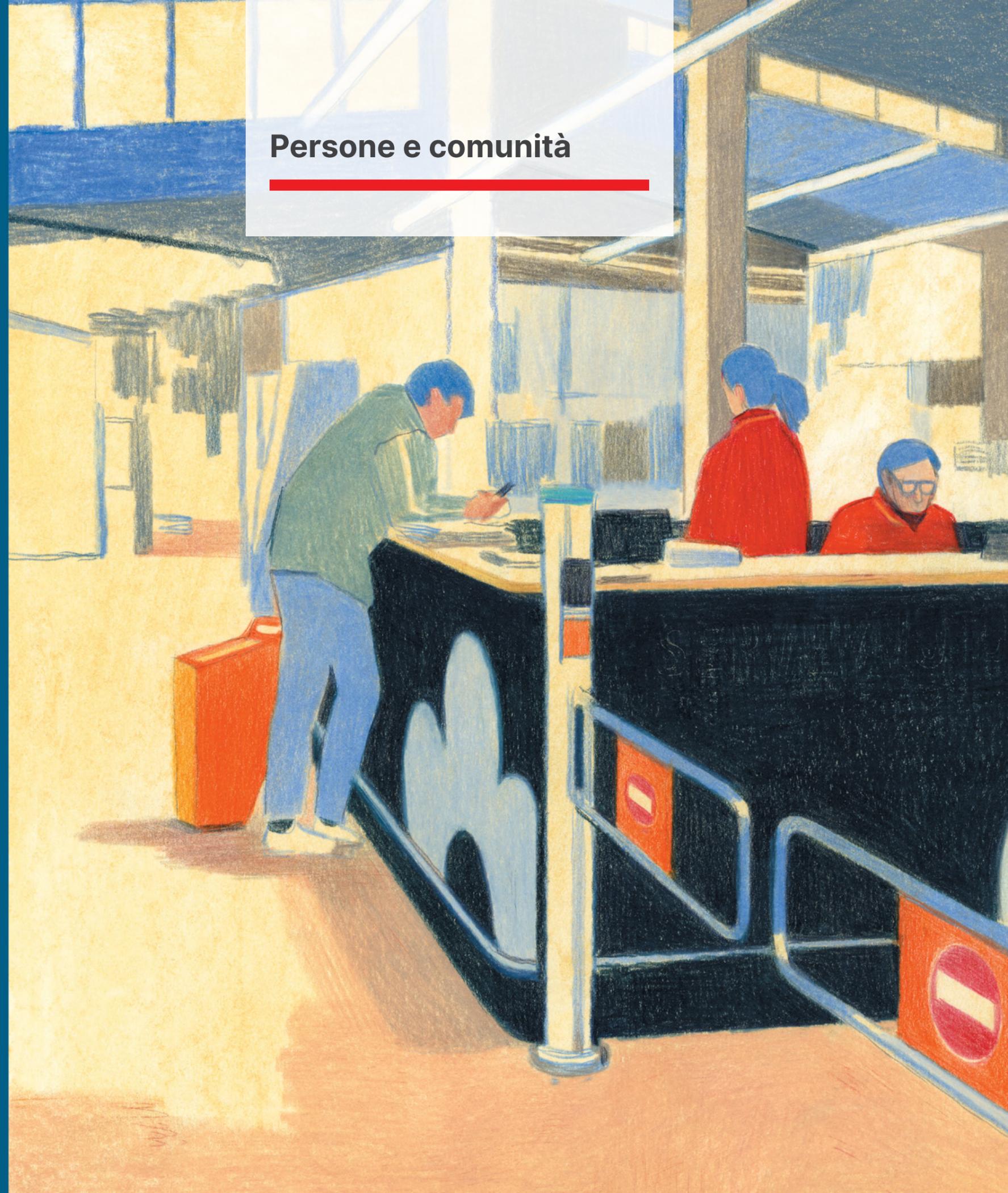
L'iniziativa ha visto nel 2023 la piantumazione di 1.000 alberi per ciascuna delle cinque regioni in cui opera: nel nuovo parco "Ciriaco De Mita" di Benevento, nella zona urbana di Perugia nei pressi di Via Antimo Liberati, nel Parco Urbano del Comune di Gangi, nel quartiere Mezzocammino di Roma, nell'area del comune di Corigliano Rossano che nel 2022 era stata oggetto di un forte incendio.



03.



Persone e comunità





Negli ultimi anni, l'attenzione crescente verso la sostenibilità si è tradotta, oltre che in una maggiore considerazione dell'impatto ambientale delle attività di business, anche in elevati investimenti nelle risorse umane, riconosciute come fondamentali per la crescita aziendale.

PAC 2000A considera da sempre i dipendenti come motore trainante dell'organizzazione che consente di raggiungere gli obiettivi strategici dell'azienda e, per questo motivo, investe costantemente nello sviluppo delle loro competenze, favorendo la crescita interna e offrendo opportunità di carriera.

3.1 Le nostre persone

Al 31 dicembre 2023 il numero degli addetti del Gruppo PAC 2000A è arrivato a contare più di **29.102 unità**, tra dipendenti della Cooperativa, della Rete e delle società controllate¹. **Un valore in crescita dell'8% rispetto al 2022**. Di questi, **538** sono i dipendenti diretti della Cooperativa e **1.676** quelli delle controllate, **3.521** i lavoratori diretti e indiretti dei magazzini e **23.367** quelli della rete.

In termini di tipologia di contratto, il 100% dei dipendenti di Cooperativa e delle Controllate è coperto da contrattazione collettiva nazionale (CCNL). **Il 99% dei lavoratori di PAC 2000A ha un contratto a tempo indeterminato e il 96% un contratto di tipo full-time**; per le società controllate, invece, si hanno 96% di occupati a tempo indeterminato e con contratto full-time.

A queste percentuali si aggiungono, inoltre, i tirocinanti e i lavoratori in outsourcing, che quest'anno ammontano rispettivamente a 78 e 1987 unità tra Cooperativa e controllate.



Nel 2023 gli occupati del Gruppo sono cresciuti del +8%

Tabella 12 Numero totale occupati sistema PAC 2000A

Numero totale occupati sistema PAC 2000A	2021	2022	2023
Cooperativa	535	532	538
Magazzini ²	3.554	3.418	3.521
Società Controllate ³	2.385	2.077	1.676
Rete	19.003	20.980	23.367
Totale	25.477	27.007	29.102

¹ I dati delle controllate includono le seguenti società del Gruppo PAC 2000A: Iges Srl, Summa Srl, PAC Finance Srl, PAC Logistics Srl, Coservice Srl, Gespac e Pianeta Cospea.
² Il dato contiene i lavoratori diretti dei magazzini che per il 2023 ammontano a 243 persone, lavoratori indiretti con mansioni di facchinaggio e movimentazione merci per 1.987 e lavoratori indiretti con mansioni di servizio per 1.291 persone.
³ Per quanto riguarda le controllate, nel 2022 e nel 2023 il dato ha registrato un calo dovuto al passaggio di lavoratori, precedentemente dipendenti della società del Gruppo PAC 2000A che si occupa di gestione diretta di Ipermercati, ad aziende associate alla Cooperativa, mantenendo esattamente le stesse condizioni lavorative. Il personale in questione era di 326 unità nel 2023 e 279 unità nel 2022.

UN TASSO DI TURNOVER STABILE

Negli ultimi tre anni, PAC 2000A è riuscita a mantenere **stabile, al 10% circa, il tasso di turnover**, con diversi vantaggi diretti e indiretti:

- **Continuità operativa e la conservazione del know-how interno:** i dipendenti di lungo termine hanno una profonda conoscenza dei processi aziendali e una maggiore familiarità con la cultura e i valori dell'azienda, fattori che contribuiscono a una maggiore efficienza e qualità del lavoro.
- **Riduzione dei costi associati al reclutamento, alla formazione e all'inserimento di nuovi assunti:** questo permette all'azienda di investire maggiormente in iniziative che promuovono il benessere e la crescita professionale dei lavoratori, creando un circolo virtuoso che alimenta ulteriormente la soddisfazione del personale.
- **Attrattività per i potenziali nuovi talenti:** le aziende che riescono a trattenerne i propri dipendenti sono spesso percepite come luoghi di lavoro desiderabili, attrattivi per chi cerca opportunità di carriera a lungo termine.

Il tasso di turnover inerente le controllate si attesta, invece, al 27%. Il dato risente delle peculiarità del settore della grande distribuzione organizzata in termini di rotazione dei dipendenti all'interno dei punti vendita.



SALUTE E SICUREZZA

Per ridurre al minimo gli infortuni, ogni anno viene svolta una formazione obbligatoria in materia di salute e sicurezza, supportata da eventi formativi ed elaborazioni di procedure specifiche.

All'interno dei punti vendita, ad esempio, le procedure di salute e sicurezza sono chiaramente esplicitate e affisse nei reparti, come le modalità di pulizia dei coltelli e delle affettatrici e l'obbligo di utilizzo dei dispositivi di protezione individuale (DPI) per svolgere specifiche mansioni. Inoltre, il "Manuale per la Sicurezza - GDO", viene periodicamente aggiornato e consegnato ai lavoratori.

La maggior parte degli infortuni registrati durante l'anno è avvenuta nel tragitto casa-lavoro e lavoro-casa, utilizzando mezzi di trasporto non organizzati dal datore di lavoro. Altri infortuni comuni sono quelli accidentali, dovuti alla movimentazione di merci o all'uso di attrezzature da taglio, che coinvolgono principalmente i dipendenti dei punti vendita.



3.2 L'attenzione di PAC 2000A alla formazione del personale

PAC 2000A dedica una particolare attenzione al tema della formazione, investendo costantemente in programmi di crescita e aggiornamento, con l'obiettivo di sviluppare le competenze tecniche e trasversali del proprio personale. Allo studio in aula PAC 2000A affianca anche percorsi online che, grazie all'utilizzo di strumenti digitali, sessioni di e-learning e la piattaforma proprietaria PAC Academy, rendono la formazione più flessibile, garantendo l'accesso a materiali didattici e corsi in qualsiasi momento e da qualsiasi luogo.

Nel 2023 sono state erogate **44.262 ore totali di formazione**, volte a migliorare le competenze del personale sia del Gruppo che della Rete di Vendita.



LA FORMAZIONE RIVOLTA AL PERSONALE DEL GRUPPO

Nel 2023 sono state erogate **22.009** ore totali di formazione³, volte a migliorare le competenze dei **2.313** dipendenti PAC 2000A e collaboratori delle varie società controllate, coinvolti in diversi ambiti.

Quest'anno, il principale percorso formativo, sia per rilevanza che per numero di ore, è stato quello denominato **"Sviluppo Assistenza Rete"**. Il programma, strutturato su tre livelli, ha coinvolto i **5 responsabili d'area, 5 coordinatori della rete insieme a 15 del commerciale vendite e 50 tra assistenti, promoters, assistenti alle ristrutturazioni e nuove aperture**, per un totale di **75 persone**. Solo nel 2023 sono stati realizzati **26 incontri e 141 ore di formazione in aula e online**, ma è un progetto formativo molto articolato che si svilupperà in più annualità.

Un'iniziativa di **riorganizzazione strategica** per l'evoluzione di PAC 2000A, progettata per rafforzare la competitività nei diversi territori, per offrire un'opportunità di crescita unica per tutti i partecipanti, per **migliorare l'assistenza rete, nonché per valorizzare il lavoro quotidiano di Soci e personale nei punti vendita**.

Dopo un'attenta analisi delle competenze iniziali delle figure selezionate, sono state identificate le aree di miglioramento sulle quali intervenire e individuati strumenti utili a supportare l'attività degli assistenti. L'obiettivo era duplice: supportare gli imprenditori associati della Cooperativa e le loro organizzazioni fornendo un supporto professionale qualificato, continuativo e innovativo, e accompagnarli nel necessario e continuo cambiamento del mercato e dei bisogni della clientela.

La formazione è stata organizzata in moduli per sviluppare sia le competenze tecniche (hard skills) che quelle relazionali (soft skills). Per quanto riguarda le prime, il programma ha incluso lo studio della gestione economico-tecnica del negozio, l'utilizzo degli strumenti di marketing, la padronanza dei software aziendali, e la gestione degli aspetti igienico-sanitari e della logistica. Per le soft skills, i partecipanti hanno preso parte a laboratori relazionali, dove hanno allenato capacità di ascolto attivo e comunicazione efficace. Attività di team working, problem solving e gestione del tempo sono state utili per coltivare un clima collaborativo e lo sviluppo della proattività, migliorando così le loro capacità interpersonali e manageriali. Un percorso, quindi, fondamentale non solo per il **miglioramento delle performance di gestione dei punti vendita**, ma anche per la **crescita manageriale dei Soci**, verso i quali si sta progettando un affine percorso formativo che verrà realizzato il prossimo anno. Grazie a questo programma, PAC 2000A continua a sostenere l'evoluzione professionale delle sue risorse, garantendo un adattamento continuo alle dinamiche di mercato e rispondendo efficacemente alle esigenze dei consumatori.

³ Controllate incluse nel conteggio sono: Gespac, Iges, Pianeta Cospea, Summa, Pac Finance.

I Moduli Didattici dello "Sviluppo Assistenza Rete"

HARD SKILLS

GESTIONE ECONOMICO TECNICA DEL PUNTO VENDITA

METODI DI LAVORO COMUNI

STRUMENTI DI MARKETING

STRUMENTI DI GESTIONE E SOFTWARE AZIENDALI

ASPETTI IGIENICO SANITARI

ASPETTI DI GESTIONE LOGISTICA

SOFT SKILLS

COMUNICAZIONE INTERPERSONALE

ASCOLTO E FIDUCIA

FEEDBACK

TEAM WORKING

GESTIONE DEL TEMPO

PROBLEM SOLVING

LA FORMAZIONE DEL PERSONALE DELLA RETE

PAC 2000A conferma il proprio impegno anche nella formazione del personale della rete, attraverso programmi formativi altamente strutturati, mirati a potenziare le competenze tecniche e dello staff e dei collaboratori.

Nel 2023 le ore di formazione erogate sono state 22.253, con il coinvolgimento di 8.935 tra persone e utenti in piattaforma. L'attività formativa per i nuovi punti vendita si articola su più livelli con formazione sulle hard e soft skills, con il programma **"Benvenuti in casa Conad"**, un corso sui valori Conad e sul servizio al cliente, al quale si associa un percorso formativo chiamato **"Il Lavoro Di Squadra In Casa Conad"**, che è destinato a stimolare l'aspetto collaborativo e di responsabilità nel lavoro all'interno di quei punti vendita già avviati, che hanno sostenuto un cambio di gestione o una ristrutturazione importante, per un monte **ore di formazione di 1.752**.

A questi si aggiungono le formazioni tecniche, sulle hard skills sull'utilizzo di software gestionali, per nuove aperture di punti vendita e dei concept store, che ha registrato un totale di 3.162 ore di formazione.

Nel 2023 è stata realizzata la seconda edizione del progetto formativo dedicato alla rete di punti vendita denominato **"Todis Management"**. Un percorso destinato a imprenditori, capi negozio, capi reparto e, per quest'anno, anche gli operatori di cassa, con l'obiettivo di accrescere le competenze manageriali e tecniche nell'area Gestione d'Impresa, per poter governare in modo più efficace il sistema azienda, integrandolo in un contesto sempre più competitivo e organizzato. Il percorso si è composto di **304 ore e ha coinvolto 170 persone**.



PAC ACADEMY

Trasferire un sapere in rapida evoluzione su una rete territoriale molto estesa. Con questo obiettivo Pac Academy, la piattaforma di e-learning che si rivolge a tutto il Gruppo, dai manager ai dipendenti, dai Soci agli affiliati e al personale dei punti vendita, rappresenta uno strumento a supporto dei processi di apprendimento, che va a integrare la formazione tradizionale in aula, spesso accessibile solo a un numero limitato di risorse.

Lo strumento, disponibile h24, sette giorni su sette, da qualsiasi dispositivo (pc, tablet e smartphone) mette a disposizione i materiali dei percorsi didattici online su tematiche di varia natura, qualità, contenuti Digital come l'App Conad, contenuti Tecnici come la gestione della Campagna Libri di Testo e formazione sui software.

Nel corso del 2023 sono state 8.253 le fruizioni in piattaforma. È proseguito il percorso di Academy Conad destinato agli specialisti dei Concept Parafarmacia, Ottici e Pet Store, un'esperienza di formazione professionale sviluppata su tre anni accademici, ciascuno dei quali affronta le tematiche specifiche dei Concept attraverso le tre principali dimensioni dell'apprendimento: **il sapere, il saper fare e il saper essere**. La forza dell'Academy è la sua fruizione, accessibile sia dal computer del punto vendita, ma anche da smartphone/tablet, che rende tutti i contenuti facilmente raggiungibili dai partecipanti.

Il 2023 ha visto la chiusura del primo triennio di formazione, iniziato nel 2021, destinato a farmacisti e ottici con il Graduation Day, una giornata speciale per celebrare l'impegno di tutti i partecipanti e la conclusione del loro percorso con la consegna dei diplomi.



3.3 Il sostegno alle Comunità

Oltre a prendersi cura dei propri dipendenti, PAC 2000A è fortemente impegnata nel supporto e nello sviluppo delle comunità locali attraverso la promozione di iniziative di responsabilità sociale che mirano a migliorare la qualità della vita delle persone che abitano l'Umbria, il Lazio, la Campania, la Calabria e la Sicilia. Tra queste, vi sono progetti di beneficenza, sponsorizzazioni di eventi culturali e sportivi e collaborazioni con organizzazioni no-profit. I Soci sono spesso impegnati in prima persona, così come i clienti, coinvolti attraverso iniziative di solidarietà e raccolte fondi, che orientano l'acquisto verso determinati prodotti o propongono la donazione di punti tramite il catalogo.

In questo modo si concretizza il concetto di impresa per la comunità, che da sempre è un tratto distintivo della Cooperativa e dell'intero Gruppo Conad, in linea con il suo spirito cooperativo e con i suoi valori.

Nel 2023 PAC 2000A ha confermato l'impegno verso il territorio effettuando donazioni per **oltre 1,4 milioni di euro**, frutto anche del sostegno attivo alle iniziative promosse dai Soci e dalla Fondazione Conad Ets.

Nel 2023 la Cooperativa ha donato 1,4 milioni di euro a favore di iniziative sociali



"UNA COLLEZIONE DA FAVOLA": IL SOSTEGNO AI REPARTI PEDIATRICI

Con l'obiettivo di supportare le comunità e sostenere i reparti pediatrici degli ospedali del territorio, Conad, con il supporto delle Cooperative sul territorio, ha rilanciato quest'anno il progetto solidale **"Collezione gesti d'amore"**.

L'iniziativa ha permesso a PAC 2000A di donare nel 2023 complessivamente **478.500 euro**, raccolti grazie alla collezione eco-friendly Goofi dell'azienda Egan per l'addobbo e la decorazione, tutti in legno proveniente da foreste gestite in modo sostenibile e responsabile, confezionati in buste singole realizzate con carta FSC.

Per ogni premio acquistato, la Cooperativa ha devoluto 50 centesimi a favore di 5 associazioni operanti all'interno di reparti pediatrici o direttamente ai reparti stessi - **A.U.L.C.I. in Umbria, Fondazione Bambino Gesù nel Lazio, Fondazione Santobono Pausilipon in Campania, Azienda Ospedaliera di Cosenza in Calabria e Ospedale pediatrico Di Cristina in Sicilia.**

€ 1,6 milioni DONATI AGLI OSPEDALI DEL TERRITORIO IN 3 ANNI

L'IMPEGNO AL FIANCO DELLE NUOVE GENERAZIONI

INSIEME PER LA SCUOLA E SCRITTORI DI CLASSE

Lanciato 11 anni fa, **Insieme per la Scuola** è un progetto di carattere nazionale che sostiene scuole primarie e secondarie di primo grado di tutta Italia grazie a donazioni dirette di attrezzature informatiche e materiali didattici. Per partecipare all'iniziativa, i clienti collezionano buoni "Insieme per la Scuola", facendo la spesa nei punti vendita Conad.

Complessivamente, il progetto ha coinvolto in tutta Italia **4,5 milioni di alunni e 225mila classi** e ha consentito di donare alle scuole **oltre 300mila tra attrezzature informatiche, multimediali e materiali didattici per un valore di 40 milioni di euro**.

A livello locale, invece, sono state oltre 4.000 scuole iscritte; 8.800 premi richiesti; oltre 3.900 milioni di buoni



redenti, per un valore di oltre 142.000 euro. Parte del progetto Insieme per la Scuola è il concorso **"Scrittori di classe"**, che quest'anno ha visto la partecipazione quasi **30mila classi appartenenti e oltre 5.300 scuole** primarie e secondarie di primo grado sull'intero territorio nazionale. Nella passata edizione, nelle regioni di PAC 2000A, il progetto ha coinvolto **3.474 scuole e 6.718 classi, con oltre 200 premi distribuiti alle scuole.**

L'iniziativa ha avuto come tema per quest'anno scolastico "La Magia del Fantasy: Storie ed emozioni al Summer Camp", ed è stato dedicato alla scoperta di un tema fondamentale nella nostra vita: le emozioni.

CAMPIONATO DI GIORNALISMO

È proseguito, inoltre, il sostegno all'iniziativa del **Campionato di Giornalismo** realizzato in collaborazione con la redazione de La Nazione in Umbria. L'iniziativa rappresenta un'importante opportunità formativa per gli studenti, che vengono coinvolti attivamente alla creazione di pagine di giornale, sviluppando articoli, interviste e reportage su temi di attualità.

Il Campionato di Giornalismo offre ai partecipanti la possibilità di avvicinare le nuove generazioni alla lettura del quotidiano, esplorare tematiche di interesse, dare voce alle loro opinioni ed esprimere la propria creatività attraverso la scrittura giornalistica.



AL FIANCO DELL'UMBRIA JAZZ E DEL COUS COUS FEST

Parte integrante della strategia a sostegno delle comunità, la Cooperativa ha confermato il proprio sostegno anche al Festival Umbria Jazz e al Cous Cous Fest di San Vito Lo Capo (TP). Eventi che, seppur locali, hanno respiro nazionale e internazionale, attirando talenti e visitatori da tutto il mondo.

Nell'ambito della partnership con **Umbria Jazz**, PAC 2000A sostiene concretamente i giovani talenti del jazz attraverso il Conad Jazz Contest. Questo concorso musicale è rivolto a giovani musicisti, solisti o gruppi, di età compresa tra i 18 e i 28 anni, offrendo loro l'opportunità di esibirsi sui palcoscenici jazz più prestigiosi d'Italia.

Il vincitore del contest riceverà un assegno di 5.000 euro per supportare la propria carriera musicale, oltre a un tour di esibizioni live nei più rinomati jazz club italiani.

L'ultima edizione del **Conad Jazz Contest** ha visto l'iscrizione di **207** musicisti, distribuiti in **69** formazioni, tra band e solisti provenienti da tutta Italia. Questa iniziativa non solo promuove il talento emergente, ma contribuisce anche a mantenere viva la tradizione jazzistica, favorendo lo scambio culturale e l'innovazione musicale.



Altra iniziativa di grande risonanza di cui Conad è protagonista è il **Cous Cous Fest** di San Vito Lo Capo, il festival internazionale che celebra il cous cous e promuove l'integrazione culturale. Questo evento offre un ricco programma che include degustazioni, sfide culinarie, cooking show, concerti di noti artisti italiani e internazionali, talk show e momenti di approfondimento, attirando un vasto pubblico da tutto il mondo.

Portavoce della promozione delle eccellenze enogastronomiche del territorio, Conad supporta da anni il **Campionato italiano di cous cous**, la gara rivolta agli chef nazionali professionisti ed emergenti e il **"Next generation student contest Conad"**, la competizione dedicata agli alunni di 3°, 4° e 5° anno degli Istituti professionali per i servizi di enogastronomia e ospitalità alberghiera di tutta Italia. Concorsi che, nel 2023, hanno visto l'iscrizione e la partecipazione di **30** chef professionisti e **50** giovani alunni da **60** comuni d'Italia.

I PROGETTI INSIEME A FONDAZIONE CONAD ETS

L'INIZIATIVA UNISONA PER I GIOVANI

Il **Progetto Scuola di Fondazione Conad Ets e Unisona**, promosso da PAC 2000A, è un programma di eventi trasmessi in live streaming su temi di grande attualità e interesse per le nuove generazioni.

Grazie all'impegno attivo delle Cooperative sul territorio anche quest'anno Conad ha permesso a migliaia di studenti di aderire gratuitamente al programma formativo e di fruire della visione di eventi con personaggi illustri ed esperti nelle sale cinematografiche delle loro città.

A **Perugia, Roma e Palermo**, PAC 2000A ha dato nel 2023 appuntamento a oltre 700 studenti per trattare diversi temi: dalla violenza alla discriminazione, dall'intimidazione fisica e psicologica all'importanza di adottare una corretta alimentazione per mantenersi in salute, fino ad arrivare al tema della legalità e dell'importanza di contrastare le organizzazioni criminali anche nel panorama moderno, che facilita la migrazione delle mafie verso nuovi ambiti digitali come il metaverso.

Quest'ultimo appuntamento ha visto la presenza di un ospite speciale: **Maria Falcone**, sorella di Giovanni, la quale insieme all'ex procuratore **Pietro Grasso**, in diretta da Milano, ha parlato ai giovani collegati da tutta Italia.



UN MURALE PER CASTELVETRANO

Per onorare la Giornata per la legalità e il contrasto alla criminalità mafiosa, in memoria della vittima di mafia Giuseppe Di Matteo, scomparso all'età di 15 anni nel 1996, PAC 2000A ha donato al 2° Circolo didattico di Castelvetro un murale realizzato sul frontale della scuola.

Nel corso dell'evento le principali autorità Provinciali e Regionali insieme alle scolaresche della provincia di Trapani e la popolazione locale si sono riunite in ricordo delle vittime della criminalità organizzata e hanno assistito allo svelamento della Targa e del Murale in memoria del piccolo Di Matteo.

CITTÀ A IMPATTO POSITIVO PER UNA SOCIETÀ PIÙ INCLUSIVA

Nel 2023 PAC 2000A, al fianco di Fondazione Conad ETS e PMG, ha promosso il progetto **Città ad impatto positivo** un 'contenitore' di progetti dedicati alla diffusione e affermazione di una Cultura ad Impatto Positivo, che guarda al benessere comune, alla cura e inclusività delle persone più fragili e alla formazione e sensibilizzazione delle nuove generazioni alle tematiche sociali più urgenti. La Cooperativa, grazie all'impegno dei Soci sul territorio e in collaborazione con le associazioni locali, ha sostenuto il progetto a Modica e Cassino (FR) donando veicoli attrezzati per aiutare le persone con limitazioni e organizzando eventi formativi rivolti agli studenti sui temi della responsabilità sociale e ambientale.



INSIEME PER LO SPORT CON IL PROGETTO 'TUTTINGIOCO'

Al fianco di **Fondazione Conad e Centro Sportivo Italiano**, la Cooperativa ha promosso il progetto Tuttingioco, permettendo a migliaia di ragazzi provenienti da contesti economicamente sfavorevoli di partecipare gratuitamente a summer camp sportivi in tutta Italia promuovendo lo sport e l'inclusione.

L'iniziativa ha coinvolto oltre 50 oratori di 17 città su tutto il territorio nazionale. Si tratta del Torneo Nazionale estivo degli Oratori, che ha visto confrontarsi gli oratori finalisti da ogni parte d'Italia in cinque città, scelte come sede delle finali: Salerno, Lecce, Cuneo, Lecco e Ravenna. PAC 2000A ha premiato lo scorso luglio a Salerno i giovani della **Cooperativa Lithodora**, primi vincitori del Torneo.



04.



Imprese
e territorio



Promuovere e sostenere le attività locali **non solo favorisce la crescita dell'economia del territorio**, ma contribuisce anche alla salvaguardia dell'identità culturale e delle tradizioni della comunità locale.



L'impegno di PAC 2000A nei confronti dei territori e delle comunità si manifesta anche attraverso il sostegno attivo alle piccole e medie im-

prese e ai fornitori che operano nelle regioni della Cooperativa.

Tabella 13 Fornitori locali del Gruppo PAC 2000A nel 2023

Fornitori locali	Numero	Fatturato 2023
Grocery	335	146.803.152
Freschi Carni-Ittico	53	65.594.416
Ortofrutta	150	114.757.355
Freschi da banco (salumi, formaggi, panetteria e gastronomia)	198	125.113.513
Totale	736	452.268.436

Un supporto che si concretizza in numerose iniziative volte, da un lato, a promuovere l'imprenditorialità locale, favorire la crescita economica e lo sviluppo delle regioni nelle quali la Cooperativa opera e, dall'altro, a valorizzare origine e qualità dei prodotti del territorio.

Attualmente, in tutta Italia, PAC 2000A ha selezionato 982 fornitori di beni, i cui contratti hanno portato nel 2023 ad un giro di affari superiore a 537 milioni di euro. Tra questi, 510 imprese hanno sede operativa nelle cinque regioni in cui opera la Cooperativa, rappresentando il **52% del fatturato totale**, equivalente a **354.229 milioni di euro**.

4.1 I fornitori del territorio

L'individuazione delle migliori imprese fornitrici sul territorio, che garantiscono il rapporto tra qualità e prezzo più competitivo, è un percorso continuo e accurato a cui PAC 2000A, sin dalla sua fondazione oltre 50 anni fa, ha dedicato risorse e impegno costanti. Questo percorso coinvolge attivamente i Soci, i quali hanno radici profonde nei territori, spesso gestendo punti vendita tramandati da generazioni precedenti e destinati a continuare con le generazioni future. Grazie alla loro conoscenza del tessuto imprenditoriale locale e delle comunità, svolgono un ruolo cruciale nella selezione dei migliori prodotti disponibili sul mercato, garantendo ai clienti un'offerta su misura per le loro esigenze.

Inoltre, i Soci assumono un'importante funzione di collegamento tra le piccole aziende locali e la Cooperativa che, dopo un'attenta valutazione dei requisiti necessari, permette l'inserimento dei loro prodotti in assortimento, tra cui anche le referenze a marchio Conad, Sapori & Dintorni e Percorso Qualità Controllata. Queste, vendute sia nelle regioni di origine che in altre parti d'Italia, consentono alle piccole imprese di accedere a una platea più ampia di consumatori e favoriscono la distribuzione e la valorizzazione dei prodotti locali su scala nazionale.

Sono numerose le aziende locali scelte da PAC 2000A, in particolare nei settori del *Fresco Industriale*, *Lattiero-Caseario*, *Salumeria*, *Panetteria*, *Avicoltura*, *Dolciario*, *Ortofrutticolo* e *Ittico*. Nel caso delle imprese di prodotti fresco industriali, le merci, essendo caratteristiche delle specifiche località nelle quali vengono realizzate, sono generalmente vendute con i marchi delle imprese produttrici, con l'obiettivo di promuoverne le tipicità e diversità all'interno dei punti vendita.



La valorizzazione di queste realtà avviene attraverso diverse iniziative ad hoc, con l'esposizione strategica dei prodotti per massimizzarne la visibilità e in volantino, con il progetto **"Mese delle Regioni"**.

In ciascuna delle 5 regioni in cui opera la Cooperativa, viene distribuito tre volte l'anno un volantino dedicato al localismo che mette in mostra più di 300 prodotti alimentari provenienti da fornitori locali. Oltre alle eccellenze regionali disponibili nei punti vendita Conad per un intero mese, il volantino promuove le tradizioni locali offrendo suggerimenti su luoghi da visitare, ricette e curiosità regionali. L'obiettivo è sensibilizzare la clientela sull'importanza di sostenere le produzioni locali a filiera corta.

La valorizzazione del lavoro svolto nel corso degli anni in tutti i settori merceologici alimentari ha l'obiettivo di trasmettere ai consumatori il reale significato del marchio apposto sui prodotti e far loro comprendere l'esclusività di ciò che stanno acquistando. Un impegno che non riguarda solo la qualità dei prodotti, ma anche il loro impatto sul pianeta e sulle comunità in cui la Cooperativa opera.

In linea con questo obiettivo, la comunicazione dei prodotti locali è sempre più mirata e trasparente ed evidenzia l'impegno a garantire che ogni prodotto venduto sia non solo sinonimo di qualità, ma anche di responsabilità.

€ 537 milioni
IL GIRO DI AFFARI GENERATO DALLA COOPERATIVA GRAZIE AD ACCORDI CON IMPRESE ITALIANE NEL 2023

4.2 La valorizzazione delle imprese locali

IL COMPARTO ORTOFRUTTICOLO ITALIANO

La sottoscrizione di accordi di fornitura con le aziende locali del comparto agricolo è strategica per PAC 2000A, in quanto la territorialità consente di **accorciare realmente la filiera**, creando valore economico sul territorio e garantendo ai clienti prodotti freschi e tipici.

Nei punti vendita a marchio Conad, la Cooperativa si impegna a promuovere sia le referenze coltivate localmente che i cosiddetti "localismi", ovvero le eccellenze DOP, IGP e PAT (Prodotti Agronomici Territoriali). In entrambi i casi, il valore aggiunto è rappresentato dalla filiera corta, caratterizzata da un numero limitato di passaggi fra il produttore e il consumatore, e da puntuali pianificazioni del fabbisogno settimanale e delle varietà merceologiche, che si traduce in freschezza e qualità.

L'impegno verso il comparto si traduce, inoltre, nel sostegno diretto a filiere di produzione a lungo termine. In tutte le regioni promuove e sostiene l'aggregazione in consorzi di aziende locali con l'obiettivo di accompagnarle nel percorso di crescita e competitività e di rispondere al meglio la domanda della clientela. Ne sono un esempio la **Mela Rugiada Ruggine**, una produzione varietale locale che, grazie alla collaborazione il Consorzio Frutticoltori Umbri, è stata progressivamente recuperata ed estesa in tutta la regione, le **Patate della Sila IGP** e le **Mele Annurca Campana IGP**, entrambe rientrate nei prodotti marchiati Sapori & Dintorni e vendute in tutto il Paese.

Nel 2023, PAC 2000A ha acquistato frutta e verdura da **170** aziende del territorio italiano, di cui 128 in Umbria, Lazio, Campania, Calabria e Sicilia, per un importo di oltre **113 milioni di euro**.



IL COMPARTO DELLE CARNI

Come per il comparto ortofrutticolo, la Cooperativa sostiene da anni anche i consorzi di Allevatori Locali, i cui prodotti soddisfano la **crecente domanda da parte della clientela di produzioni del territorio**. Italianità, tradizione, filiera corta e basso impatto ambientale sono, infatti, i valori prioritari per i clienti Conad, che hanno un peso maggiore rispetto al prezzo di acquisto.

La **collaborazione con le Cooperative del territorio** in Umbria, Lazio, Campania, Calabria e presto anche Sicilia, vede PAC 2000A come elemento finale di un processo di produzione regolamentato da disciplinari condivisi, che consentono di offrire al consumatore finale un prodotto a filiera corta di qualità certificata e tracciata, mettendo gli Allevatori nella condizione di adeguare i propri processi alla grande distribuzione ma rispettando, allo stesso tempo, le peculiarità delle produzioni.

Negli anni, PAC 2000A ha supportato gli imprenditori nella pianificazione dei piani di allevamento e ha avviato la produzione e la vendita di carni preconfezionate con il marchio delle cooperative di produzione. Questo ha consentito la distribuzione capillare dei prodotti su tutta la rete distributiva.

Iniziato con i progetti a sostegno della produzione di carni bovine e ovine locali, il percorso con gli allevatori del territorio ha visto di recente anche l'aggiunta di una selezione di Fornitori Locali di prodotti di allevamenti avicoli e suini. La strada della qualità è il percorso scelto da **75** fornitori di carni e ittico, di cui 44 nelle regioni del Gruppo, con la definizione di standard produttivi fondati sulla certezza dell'identità nonché sulla tracciabilità di filiera, che nel 2023 ha portato ad un fatturato complessivo di oltre **112 milioni di euro**.



IL COMPARTO ITTICO FRESCO

Nel settore ittico la scelta dei fornitori locali avviene in maniera molto selettiva in base al tipo di pesca e prodotto offerto. La scelta è orientata generalmente verso imprese medio-piccole che possano offrire qualità, controllo e flessibilità, e, al fine di garantire un'adeguata fornitura a tutti gli associati, vengono stretti accordi con diversi fornitori nei singoli territori.

Con l'obiettivo di garantire prodotti che fossero in linea con le evoluzioni delle dinamiche di mercato degli ultimi 10 anni, durante i quali molti prodotti della tradizione culinaria italiana sono progressivamente scomparsi dalle reti dei pescatori, PAC 2000A ha avviato diversi progetti in collaborazione con i propri fornitori. Tra questi spiccano **"Pesce d'aMare"**, focalizzato sull'allevamento e la vendita di pesci di piccole dimensioni, 100% italiani, provenienti esclusivamente da pesca selvaggia e naturale, senza l'uso di conservanti; **"Frutti d'aMare"**, che riguarda molluschi bivalvi lavorati in acqua di categoria A prelevata direttamente dal Mar Tirreno con flusso continuo 24 ore su 24; **"Progetto Serra"**, per la lavorazione in un impianto di abbattimento ultra-rapido del pesce appena pescato e il mantenimento oltre i -35°C, utile sia per la messa in commercio durante tutto l'anno, anche nelle stagioni in cui alcune varietà non sono disponibili, sia per eliminare al 100% qualsiasi parassita e ridurre del 99% la presenza batterica. Infine, è stato introdotto negli ultimi anni anche il progetto **"Sushi d'aMare"**, che offre ai clienti la possibilità di acquistare un kit per la preparazione rapida di sushi, disponibile sia sfuso che confezionato.

Progetti futuri includono, inoltre, la vendita di prodotti ittici pronti all'uso, dal fresco al precotto, oltre allo stoccaggio e alla gestione di prodotti ittici vivi, garantendo freschezza e qualità.



Coordinamento editoriale

Hill&Knowlton

Progetto grafico

Rocco Malatesta per Hill&Knowlton

Impaginazione

Marta Pistilli per Hill&Knowlton

Fotografie

Archivio Conad

Illustrazioni

Andrea Serio

Stampa

Litograf Editor Srl

Città di Castello (PG), giugno 2024

Il documento è disponibile anche in versione digitale
sul sito internet www.conad.it nella sezione Cooperative,
PAC 2000A.

**Sede legale e direzione**

Ponte Felcino (Perugia)
via del Rame Zona industriale

Tel. 075 59161 • Fax 075 5918326

