

LA COMUNITÀ **AL CENTRO.**

**BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2020**



 **CONAD**

# Sommario

|  |           |
|--|-----------|
| Lettera agli stakeholder                           | 5         |
| <b>1 IL SISTEMA CONAD</b>                          | <b>6</b>  |
| 1.1 La mission e i valori                          | 7         |
| 1.2 La responsabilità                              | 10        |
| 1.3 La carta dei principi e dei valori             | 12        |
| 1.4 La governance del Consorzio                    | 14        |
| 1.5 La politica di sostenibilità                   | 15        |
| 1.6 La mappa dei portatori di interesse            | 19        |
| <b>2 AMBIENTE E RISORSE</b>                        | <b>20</b> |
| 2.1 La logistica come leva per la sostenibilità    | 21        |
| 2.2 Prodotti, filiera e territorio                 | 29        |
| 2.3 Punti Vendita                                  | 42        |
| 2.4 Consorzio e Cooperative                        | 47        |
| <i>Iniziative ambientali delle Cooperative</i>     | 59        |
| <b>3 PERSONE E COMUNITÀ</b>                        | <b>66</b> |
| 3.1 Le persone, il cuore di Conad                  | 67        |
| 3.2 Le persone, la formazione e la sicurezza       | 68        |
| 3.3 Comunità - Bassi e Fissi                       | 75        |
| <i>Le iniziative per la comunità</i>               | 81        |
| <i>L'impegno di Conad nell'anno del Covid-19</i>   | 88        |
| <b>4 IMPRESE E TERRITORI</b>                       | <b>90</b> |
| 4.1 La performance economica di Conad              | 91        |
| 4.2 Valorizzazione delle eccellenze del territorio | 103       |
| 4.3 Prossimità e presenza nei piccoli Comuni       | 105       |

# Lettera agli Stakeholder



## IL FUTURO DI CONAD È SOSTENIBILE

Questo volume è importante: per il secondo anno consecutivo raccoglie i dati e l'impegno del Bilancio di Sostenibilità di tutto il sistema Conad, Soci, Cooperative e Consorzio nazionale.

Da sempre accompagniamo la crescita e il benessere delle Comunità in cui operiamo, ma negli ultimi anni, da quando siamo diventati l'insegna leader della Grande distribuzione in Italia, lo abbiamo fatto con la consapevolezza di dover assumere responsabilità sempre maggiori nei loro confronti.

Quando parliamo di "Persone oltre le cose" o diciamo che "la Comunità è più grande", è perché siamo consapevoli di dover dare un contributo concreto allo sviluppo del Paese. Il nostro compito è costruire sostenibilità economica e sociale nei territori in cui operiamo, perché siamo una filiera di persone che lavora in un comparto che ha il dovere e la responsabilità di rivedere le proprie logiche produttive e distributive, per recitare un ruolo sempre più rilevante nella lotta ai cambiamenti climatici.

Consapevoli della nostra posizione e dei notevoli riflessi sulla società derivanti dalle nostre attività, abbiamo assunto la sostenibilità come punto di riferimento per le nostre scelte strategiche di business. Conad ha quindi avviato la transizione verso un governo delle tematiche di sostenibilità che guardi al futuro, con obiettivi e traguardi di medio-lungo periodo ben definiti, che sappia mettere a factor comune le innumerevoli iniziative e linee di attività già intraprese o programmate.

Con questo Bilancio di Sostenibilità presentiamo la fotografia di questo impegno, unendo i risultati delle esperienze vissute da tutte le componenti del mondo Conad. Sono grato a tutte le persone che hanno reso possibile questo risultato: hanno lavorato insieme, nel nome di un interesse superiore a quello economico, pensando al futuro, delle loro aziende e dei loro figli.

**Francesco Pugliese**  
*Amministratore Delegato*



# 01. Il sistema Conad



**Confermata la leadership Conad con una quota del 15,01% del mercato totale Italia.**

**15,95 miliardi di euro di fatturato nel 2020.**

## 1.1 La mission e i valori

### UN MODELLO DISTRIBUTIVO CENTRATO SULLE PERSONE

Conad - Consorzio Nazionale Dettaglianti è la più ampia organizzazione in Italia di imprenditori indipendenti del commercio al dettaglio, **prima catena della grande distribuzione organizzata e da tempo leader nel canale dei supermercati e del libero servizio**. Una posizione di assoluto rilievo all'interno del Paese, rafforzata ulteriormente con la conclusione nel 2020 dell'acquisizione Auchan.

Fondata nel 1962 e con sede legale a Bologna, Conad aggrega cinque grandi Cooperative (CIA-Commercianti Indipendenti Associati, CAD-Conad Adriatico, CCN-Conad Centro Nord, CNO-Conad Nord Ovest, PAC 2000A); queste, a loro volta, associano 2.348 dettaglianti, dando vita a un **originale modello distributivo fondato sulla figura del commerciante-cooperatore**, ovvero dell'imprenditore del commercio associato in Cooperativa, protagonista di un sistema che vede nel Consorzio lo strumento di orientamento e sintesi e nelle Cooperative lo strumento di coordinamento e di servizio.

**Il fatturato di Conad si è attestato nel 2020 a 15,95 miliardi di euro, in aumento del 12,3%** sull'anno precedente (+ 1,7 miliardi rispetto al 2019), determinando una crescita del giro di affari negli ultimi 10 anni di oltre il 60%. La quota di mercato ha confermato la leadership di Conad, salendo al 15,01%. L'insegna della Gdo ha inoltre confermato la propria **leadership nel canale supermercati con una quota del 23,5%**.

Un modello imprenditoriale e mutualistico (non solo tra i Soci, ma anche con il territorio) organizzato su tre livelli:

- **i Soci imprenditori titolari dei punti di vendita associati in Cooperativa**, che rappresentano il cuore operativo e decisionale del sistema, in quanto non solo realizzano la mission di Conad, ma partecipano attivamente agli organi direttivi delle Cooperative;
- **le Cooperative**, che operano nelle diverse aree del Paese supportando gli imprenditori associati e coordinando l'attività commerciale a livello territoriale, con servizi amministrativi, commerciali, logistici e finanziari;
- **il Consorzio nazionale**, che agisce da centrale di acquisto e servizi, con la responsabilità della pianificazione strategica, dell'attività di marketing e comunicazione per tutto il sistema, nonché della produzione, promozione e sviluppo della marca del distributore.

La complessa rete di relazioni che opera sotto l'insegna Conad si è data **principi, strategie, regole e prassi comuni, tali da renderla un vero e proprio sistema**, regolato da rapporti societari e contrattuali.

Un sistema articolato guidato da una visione che esplicita il ruolo che Conad vuole avere per i suoi Soci, gli stakeholder, il territorio e le comunità: **essere un'organizzazione di imprenditori dettaglianti indipendenti che soddisfa al meglio le aspettative dei clienti e che ha un primario ruolo economico e sociale nelle Comunità in cui opera**. L'obiettivo è quello di **creare ricchezza e benessere su tutto il territorio italiano** attraverso il lavoro imprenditoriale. La rete di vendita e l'offerta si sono naturalmente evolute nel tempo, ma non è cambiata la **missione** dell'insegna, che si pone come obiettivo quello di sostenere il Socio con adeguate strategie, funzioni e servizi nel suo rapporto con i clienti e con gli altri stakeholder:

- ampliando la quota di mercato dell'insegna
- qualificando l'impresa commerciale
- sviluppando nuova imprenditorialità
- creando valore per l'impresa
- facendo della sostenibilità ambientale, sociale ed economica degli asset strategici.

Da una parte quindi Conad manifesta una natura di "sistema", che riguarda la gestione commerciale e operativa del business; dall'altra una natura di "movimento", che riguarda l'impegno di Conad a far vivere i valori che rappresenta nelle comunità in cui opera.

## ALLEANZE INTERNAZIONALI E MEMBERSHIP

Il Consorzio Conad è tra i promotori di AgeCore, alleanza strategica internazionale, che unisce le insegne già partner di Core e di Alidis - Alliance internationale de distributeurs. Al raggruppamento partecipano, oltre a Conad, la svizzera Coop, la belga Colruyt, la tedesca Edeka, la francese Groupement des Mousquetaires (Intermarchè) e la spagnola Eroski. AgeCore è la più grande alleanza in Europa tra retailer indipendenti leader di mercato: più di 22.400 punti di vendita disseminati nel Vecchio Continente, che sviluppano un giro d'affari complessivo di oltre 157 miliardi di euro. Tra i vantaggi offerti dalla partnership, da un lato, la possibilità di assicurare ai clienti maggior valore, grazie a un'offerta di prodotti più ampia e conveniente; dall'altro, l'opportunità di aprire alle produzioni agroalimentari nazionali nuovi sbocchi di mercato.

Il Consorzio Conad aderisce inoltre a due organizzazioni politico-sindacali: Ancd, Associazione Nazionale Cooperative fra Dettaglianti (articolazione settoriale di Legacoop), e Adm - Associazione della Distribuzione Moderna, che ha la missione di rappresentare il settore nei confronti delle istituzioni e degli altri comparti.

### LA RETE MULTICANALE

La peculiarità della rete Conad all'interno dello scenario della Gdo italiana è quella di articolarsi in diversi canali distributivi, complementari tra loro, che consentono di **rispondere al meglio alle esigenze sempre nuove delle persone**, al mutare delle abitudini di spesa e per offrire soluzioni innovative al passo con i cambiamenti della società. Una struttura che consente a Conad di essere presente su tutto il territorio nazionale con diversi format di vendita e riuscire così a **presidiare in maniera capillare città grandi e piccole, centri storici e periferie, contesti urbani e rurali**.

L'obiettivo è dare risposte puntuali e diversificate in base alle differenti esigenze dei clienti; risposte accomunate da **qualità dell'offerta, convenienza nella spesa, forte focalizzazione su marca del distributore e prodotti freschi**. Costante l'attenzione al tessuto di piccole e medie imprese locali, che producono eccellenze regionali e rappresentano l'ossatura dell'economia del Paese.

Una rete multicanale flessibile ed evoluta che offre al cliente anche la possibilità di soddisfare bisogni specifici con 4 tipologie di concept: parafarmacia, ottico, pet store e distributore di carburante.

Un **sistema distributivo flessibile** ed evoluta che, non solo è un punto di riferimento per 10,5 milioni di famiglie in Italia, ma garantisce ai Soci un tasso di produttività dei punti di vendita, pari a 6.690 euro/m<sup>2</sup>, al di sopra della media di mercato (6.100 euro/m<sup>2</sup>), nonostante la dimensione media (756 m<sup>2</sup>) sia inferiore a quella delle altre catene.

A fine 2020, il sistema Conad conta **3.305 punti vendita**, a cui si vanno ad aggiungere **306 concept e numerosi bar e aree per la somministrazione di bevande** all'interno dei punti vendita sul territorio.



### PRINCIPI E VALORI RADICATI NEL TEMPO E SUL TERRITORIO

La storia di Conad comincia a cavallo tra gli anni Cinquanta e Sessanta, per iniziativa di un gruppo di piccoli dettaglianti che, intenzionati ad affrancarsi dal potere dei grossisti e dell'industria, decidono di associarsi per affrontare uniti, e quindi più forti, il mercato. Nascono così i primi gruppi cooperativi di acquisto, che cominciano ad associarsi e fare rete con altre esperienze simili, fino ad arrivare alla firma dell'atto costitutivo di Conad il 13 maggio 1962, a Bologna.

I principi delle origini, gli stessi che sono alla base del movimento cooperativo italiano e internazionale, sono ancora nel DNA di Conad, che nel 2019 ha conquistato la posizione di prima catena della distribuzione organizzata commerciale in Italia e nel **2020 ha ulteriormente rafforzato la sua leadership assoluta, consolidando la quota detenuta da tempo nel canale dei supermercati**. I valori sono incarnati nella figura del Socio, che è insieme commerciante, imprenditore e cooperatore, membro attivo e radicato nella comunità locale. Il sistema Conad si caratterizza per il legame strategico e diffuso con i territori locali, che dà forma a un vero e proprio **"mutualismo esterno"**, estendendo il vantaggio mutualistico tra Soci e Cooperative all'ambiente esterno - dai clienti ai fornitori -, fino ad abbracciare le comunità in un orizzonte di reciprocità. I Soci, con la loro attività nei punti di vendita, presidiano "la prima linea del mercato", cioè i contesti locali. Questo legame con il territorio è alla base del sistema Conad e si traduce in vantaggio competitivo, un vero e proprio tratto peculiare che la differenzia dai competitor.

Il sistema Conad - Consorzio, Cooperative e Soci imprenditori - ha fatto della **responsabilità sociale d'impresa uno dei propri tratti distintivi**: le logiche di business sono coniugate all'ascolto del cliente, ai bisogni del territorio e della comunità, per tradursi in una serie di scelte strategiche che hanno un impatto sia sul piano economico (per esempio nella preferenza accordata ai fornitori nazionali e alle piccole aziende locali) sia su quello sociale e ambientale (dalla volontà di commercializzare prodotti e servizi che rispettino determinati requisiti di sostenibilità al dare sostegno a iniziative di solidarietà all'interno della comunità).

I principi fondanti di Conad sono stati esplicitati e normati nel "Codice etico e di comportamento", documento che guida l'operato delle Cooperative e dei Soci e "viene adottato nel **convincimento che gli obiettivi di crescita, sviluppo e tutela dei portatori di interesse debbano e possano coniugarsi con il rispetto dei valori alla base del vivere sociale, con la libera concorrenza e con la buona governance aziendale** attuata secondo regole chiare e condivise". Il Codice è inoltre uno strumento di prevenzione dei reati contemplati dal D.Lgs. 231/01 e successive modifiche. Fondamentali anche i principi derivati dal movimento cooperativo: mutualità, solidarietà e democrazia sono alla base dei rapporti interni al Consorzio (dalla governance alla gestione di personale e fornitori) e tra il Consorzio, le Cooperative, i Soci e la società. Inoltre, gli standard e le dichiarazioni nazionali e internazionali, a cui il Codice fa riferimento, costituiscono il quadro di ideali e valori dentro cui si sviluppa l'azione di Conad:

- la Costituzione della Repubblica italiana;
- la Tavola dei principi cooperativi formulata dall'Assemblea Cooperativa internazionale nel 1995;
- la Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo del 1948;
- i 10 principi del Global Compact formulati dall'Onu nel 2000 e finalizzati a promuovere una imprenditorialità responsabile di fronte alle sfide della globalizzazione.

Il sistema Conad è inoltre impegnato a favorire, nei limiti della propria missione cooperativistica, lo sviluppo dell'economia locale, la tutela dell'identità culturale e ambientale e del contesto sociale.

## 1.2 La responsabilità

Essere il più ampio movimento di dettaglianti associati e detenere la leadership assoluta della Grande distribuzione organizzata impongono un radicato e comune senso della responsabilità basato sui principi e valori indicati di seguito e che guidano l'insegna Conad da sempre.

### Correttezza, lealtà e onestà

Conad si impegna a gestire i rapporti con tutti gli stakeholder e con i propri collaboratori secondo principi di correttezza, lealtà e onestà.



### Imparzialità

Conad si impegna a evitare ogni forma di discriminazione (età, sesso, stato di salute, razza, religione, nazionalità, opinioni politiche, ecc.) con tutte le controparti contrattuali e in tutte le relazioni con gli stakeholder.



### Tutela dei clienti

L'attività di Conad è improntata al massimo rispetto dei clienti e alla soddisfazione dei loro bisogni, ad assicurare il miglior rapporto qualità/prezzo, la qualità e la sicurezza dei prodotti messi in vendita e a garantire la veridicità delle informazioni relative agli stessi.



### Valorizzazione delle risorse umane

Le risorse umane costituiscono un bene aziendale essenziale. Il loro sviluppo rappresenta un fattore fondamentale per il consolidamento della crescita di Conad, che si impegna ad attuare programmi di aggiornamento e formazione per valorizzare le professionalità e accrescere le competenze dei lavoratori.



### Tutela della salute

Conad adotta tutte le misure necessarie per garantire la sicurezza dei luoghi di lavoro e si adopera affinché venga assicurata l'integrità psicofisica di tutti i prestatori di lavoro, nel rispetto della normativa in materia. In particolare, si adopera per valutare ed evitare i rischi, tenere conto dell'evoluzione tecnica, programmare la prevenzione e fornire adeguate istruzioni ai lavoratori.



### Tutela della privacy

Conad adotta tutti gli strumenti e le modalità necessarie per assicurare la riservatezza dei contenuti delle banche dati e degli archivi del personale e si adopera affinché siano osservati tutti gli adempimenti previsti dalle attuali normative in materia di privacy.



### Tutela ambientale

Conad opera nel rispetto delle normative vigenti in materia ambientale adottando comunque una prospettiva di impegno che va oltre i vincoli di legge, promuovendo e programmando lo sviluppo delle proprie attività con il fine di valorizzare le risorse naturali e preservare l'ambiente per le generazioni future.



### Tutela del marchio e dell'immagine aziendale

Ciascun destinatario del Codice orienta i propri comportamenti alla tutela del marchio Conad e dell'immagine aziendale, nella consapevolezza che la buona reputazione e la credibilità costituiscono irrinunciabili risorse immateriali di Conad.



### Valorizzazione dei rapporti con le comunità locali

Conad è consapevole dell'influenza della propria attività sullo sviluppo economico-sociale e sulla qualità della vita nei territori in cui operano le Cooperative associate. È consapevole altresì che il proprio sviluppo dipende non solo dalla capacità manageriale, ma anche dal livello di consonanza e di risonanza del proprio operato nell'ambito delle comunità locali.



## 1.3 La carta dei principi e dei valori

Il documento in cui Conad esprime la propria identità, descrive il lavoro di ogni giorno e indica un orientamento per le decisioni è la "Carta dei principi e dei valori". I **principi** sono le radici forti e indispensabili che sostengono il sistema e si esprimono ogni giorno con le persone, le istituzioni e le associazioni che il mondo Conad incontra, mentre i **valori** ne rappresentano le estensioni e descrivono la volontà e l'impegno dell'insegna nell'adottare comportamenti che rafforzano l'identità Cooperativa.

Visione, missione, principi e valori rappresentano le origini di Conad, ne orientano gli obiettivi, i progetti commerciali, lo sviluppo futuro.

### I PRINCIPI

#### La mutualità

La mutualità è ciò che distingue una Cooperativa da una società di capitali. È il principio grazie al quale i Soci si propongono di crescere insieme e di aiutarsi a vicenda per ottenere qualcosa che non potrebbero raggiungere da soli. Si fa distinzione tra la mutualità interna rivolta alle imprese associate, ed esterna, intesa come attenzione partecipe e concreta alle comunità e ai soggetti sociali.

#### La partecipazione

Indicata dall'ICA (Alleanza internazionale delle Cooperative) tra i pilastri del piano pluriennale del movimento cooperativo mondiale, la partecipazione per la cooperazione dei dettaglianti è principio fondante e condizione necessaria, che si esprime nell'istituzione della "commissione di lavoro tematica". Tale organo ha lo scopo di garantire ai Soci un luogo di confronto, dove le visioni personali devono tenere conto dell'interesse e della salvaguardia della base sociale.

#### Il radicamento nella comunità

Conad è relazione tra le persone, vive e opera nelle comunità. Anche il supermercato è "piattaforma relazionale", dove le persone si incontrano, fanno cose individuali ma anche sociali, come scegliere il cibo, informarsi, adoperarsi per proteggere l'ambiente, aiutare gli altri. In questo modo si esprime la funzione sociale della distribuzione organizzata.

#### L'intergenerazionalità

Una parola non corrente per indicare un principio fondamentale: ciò che in Cooperativa viene costruito assieme non è di nessuno in particolare, perchè appartiene alle future generazioni di Soci. Vale a dire che il lavoro di oggi è frutto di chi ha preceduto e serve a dare lavoro a chi verrà dopo. Ecco perchè il profitto di una Cooperativa è destinato allo sviluppo, all'innovazione e alla conservazione del patrimonio per le generazioni future.

### I VALORI

#### L'appartenenza

L'appartenenza è il primo dei cinque valori del movimento dei dettaglianti e indica quel legame profondo che si crea condividendo obiettivi, interessi, idee e stili di vita, ma con una specificità. Il valore deve temperarsi al bisogno di autonomia e indipendenza, in funzione di una formula imprenditoriale che tiene insieme la possibilità di pensare e fare con la propria testa sviluppando interessi, preferenze e spirito critico, con la sicurezza e il prestigio che derivano dall'appartenenza a una grande organizzazione.

#### La centralità delle persone

Ancorato a uno dei tratti distintivi dell'impresa cooperativa – associazione di persone che si uniscono volontariamente per soddisfare i bisogni economici, culturali e sociali –, il valore della centralità della persona è importante per il movimento dei dettaglianti, tanto che il sistema Conad ne ha fatto il proprio payoff: "Persone oltre le cose". Una buona sintesi per esprimere l'impegno a rispettare la dignità sociale di tutti, a dedicare attenzione alle opinioni di ognuno, a occuparsi dei clienti attraverso un servizio volto a migliorare la vita delle comunità.

#### L'orientamento all'innovazione

Il terzo valore sottolinea l'importanza di essere aperti al cambiamento, alle sperimentazioni, perchè arrivare primi nel settore della distribuzione – più che altrove – fa la differenza. Per essere orientati all'innovazione bisogna essere attenti ai segnali deboli e capaci di leggere le trasformazioni, anticipandole. In sostanza, la curiosità e la voglia di sperimentare combinate con la giusta dose di prudenza e rischio imprenditoriale.

#### Sostenibilità ambientale, sociale ed economica

Base e fondamento del modo di essere di Conad è quello di voler contribuire concretamente al benessere delle comunità, dei territori dove opera, di creare valore per i propri Soci e per le generazioni future. Una visione globale che orienta le strategie di lungo periodo così come le azioni quotidiane verso comportamenti virtuosi, sempre più attenti alle tematiche ambientali e ai bisogni delle persone, con l'obiettivo ultimo di realizzare una società sempre più coesa, prospera e inclusiva.

#### L'integrità

Il valore-guida, quello capace di comprendere tutti gli altri, è l'integrità. Nel movimento dei dettaglianti è molto più di un diktat morale. È il risultato naturale di chi ha valori che considera indisponibili, non negoziabili e vi mantiene fede, nel rispetto di sé stesso, dei propri soci e colleghi. Integrità, in sostanza, è la persona che si impegna per raggiungere i propri obiettivi rispettando gli altri, quella che rinuncia al vantaggio personale se va a discapito dell'interesse generale, quella che mantiene gli impegni presi.



## 1.4 La governance del Consorzio

### IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Il Cda è composto da Presidente, Vicepresidente, Amministratore Delegato e da 10 consiglieri in rappresentanza delle Cooperative associate. L'organo determina le scelte di carattere strategico e di indirizzo dell'attività, verificando l'andamento della gestione e l'applicazione delle regole di governo. L'attuale Consiglio di amministrazione è in carica dal 16 giugno 2020.

#### Membri del Consiglio di amministrazione:

Geri Valter *Presidente*  
 Fossemò Nicola, *Vicepresidente*  
 Pugliese Francesco, *Amministratore Delegato*  
 Abbate Salvatore, *Consigliere*  
 Alibrandi Claudio, *Consigliere*  
 Baldi Ugo, *Consigliere*  
 Di Ferdinando Antonio, *Consigliere*  
 Ferrari Marzio, *Consigliere*  
 Ferrarini Ivano, *Consigliere*  
 Galvan Massimo, *Consigliere*  
 Panzavolta Luca, *Consigliere*  
 Pelliconi Maurizio, *Consigliere*  
 Toppetti Danilo, *Consigliere*

### IL PRESIDENTE

Il Presidente convoca il Cda, fissa l'ordine del giorno, ne coordina e dirige le attività. Il ruolo è ricoperto dal 2020 da Valter Geri, che ricopre anche la carica di Presidente di Conad Nord Ovest.

### L'AMMINISTRATORE DELEGATO

L'Amministratore Delegato ha il compito di individuare le politiche di sviluppo a medio e lungo termine, nonché di garantire il corretto svolgimento delle attività deliberate dal Consiglio di amministrazione. L'incarico nel 2014 è stato affidato a Francesco Pugliese, che fino al 2018 ha mantenuto anche la carica di direttore generale, poi assunta da Francesco Avanzini.

### IL COMITATO ESECUTIVO INSEGNE

Istituito nel 2012, il Comitato esecutivo insegne è un organo sociale composto da cinque membri – scelti tra i consiglieri che rivestono anche la carica di presidente della Cooperativa socia – ai quali è conferita la delega per la concessione e la revoca dell'uso dei marchi e delle insegne di Conad ai Soci. Il Comitato esamina le richieste di autorizzazione alla stipulazione di licenza d'uso dei marchi Conad con i punti di vendita candidati e delibera l'autorizzazione, ove sussistano i requisiti stabiliti dal Cda. Il Comitato esecutivo insegne attualmente in carica è stato nominato con delibera del Consiglio di amministrazione in data 16 giugno 2020.

#### Membri:

Alibrandi Claudio  
 Ferrari Marzio  
 Fossemò Nicola  
 Geri Valter  
 Pelliconi Maurizio

### IL COLLEGIO SINDACALE

Il Collegio sindacale è stato nominato dall'Assemblea dei Soci il 16 giugno 2020 ed è composto da 3 sindaci effettivi e da due supplenti. È l'organo di controllo delle società: ha il compito di vigilare sull'attività degli amministratori e di controllare che la gestione e l'amministrazione si svolgano nel rispetto della legge e dell'atto costitutivo.

#### Presidente:

Rusticali Giorgio

#### Sindaci effettivi:

Adiutori Anna Rosa  
 La Bella Piero

#### Sindaci supplenti:

Favallesi Stefano  
 Fuligni Vittorio

### L'ORGANISMO DI VIGILANZA

Istituito nel 2008 ai sensi dell'art. 6 del Decreto Lgs. 231/2001, con nomina del Consiglio di amministrazione, l'Organismo di vigilanza interno è dotato di autonomi poteri di iniziativa e di controllo e ha il compito di vigilare sul corretto funzionamento e sull'osservanza del modello organizzativo. Date le dimensioni della sua attività, Conad ha optato per un organismo collegiale composto da tre membri, che resta in carica per tre anni. Ogni membro può svolgere fino a tre mandati. Il Cda, anche al fine di garantire il rispetto del principio di autonomia e indipendenza, dispone la sostituzione di almeno uno dei membri a ogni rinnovo dell'organo. L'attuale composizione è stata deliberata dal Cda il 3 novembre 2020.

**“Sosteniamo il futuro” è la strategia di sostenibilità che valorizza le 3 dimensioni dell'agire sostenibile di Conad: Ambiente e Risorse, Persone e Comunità, Imprese e Territorio.**

## 1.5 La politica di sostenibilità

Oltre a valore economico, Conad genera soprattutto valore sociale, inteso come benessere condiviso e diffuso all'interno della Comunità. È questo il senso più autentico dell'espressione **“una comunità è più grande di un supermercato”**: la sostenibilità parte, infatti, dal singolo e si diffonde nel contesto circostante, contaminandolo con le buone abitudini che Conad ha cominciato ad attuare già da tempo.

Anche il settore della Grande distribuzione organizzata, al pari degli altri settori industriali e produttivi, ha il dovere e la responsabilità di rivedere le proprie logiche produttive e distributive facendo la propria parte nel **contrasto ai cambiamenti climatici e nella realizzazione di una società più equa, inclusiva e sostenibile**.

Consapevole della propria posizione e dei notevoli riflessi sulla società derivanti dalle proprie attività, Conad ha quindi assunto la **sostenibilità come driver delle scelte strategiche di business, intraprendendo un percorso di definizione delle politiche e delle strategie di sostenibilità**.

In questo contesto, Conad sta compiendo una **transizione verso un governo delle tematiche di sostenibilità che guardi al futuro**, con obiettivi e traguardi di medio-lungo periodo definiti, che sappia mettere a fattor comune le innumerevoli iniziative e linee di attività già intraprese o programmate. A guidare questa evoluzione anche la **nascita di una Fondazione**, che avrà il ruolo di sostenere e valorizzare in modo unitario e coerente le tante e diversificate azioni di sostenibilità ambientale, sostegno sociale, filantropia che Conad porta avanti e svilupparne di nuove. Una chiara e profonda volontà di intraprendere un cammino articolato e lungimirante che sappia mettere al centro l'impegno per il bene comune, il supporto alle comunità, gli interventi in materia di ambiente e solidarietà, la promozione di una cultura di sistema. È così possibile valorizzare l'approccio multi-dimensionale e multi-livello che da sempre caratterizza Conad, capace di coniugare iniziative di livello nazionale con specifiche attivazioni locali e territoriali attraverso anche il supporto delle Cooperative e dei Soci sul territorio.

Un percorso **che già oggi si concretizza con l'adozione di modelli di gestione più sostenibili**, studiando con i fornitori soluzioni più efficienti e proponendo ai consumatori comportamenti di consumo più responsabili. È un impegno che viene esercitato, con impatti diversi, su molteplici ambiti: logistica, prodotto a marchio del distributore e punti vendita, produzione e smaltimento dei rifiuti, valorizzazione delle eccellenze agroalimentari, attenzione ai piccoli fornitori locali, presidio e capillarità del territorio, centralità delle persone specialmente nel corso dell'ultimo anno segnato dall'emergenza sanitaria. Un impegno che non mira solamente alla crescita del fatturato, ma si pone come ambizioso obiettivo la **crescita e il benessere delle comunità in cui Conad opera**.

È da queste premesse che nasce **“Sosteniamo il futuro”**, una strategia di sostenibilità concreta che unisce e valorizza le tre dimensioni dell'agire sostenibile del Sistema Conad:

- **AMBIENTE E RISORSE**: l'impegno concreto per la salvaguardia del Pianeta
- **PERSONE E COMUNITÀ**: la filiera di persone al servizio di una comunità
- **IMPRESE E TERRITORIO**: sostegno alla produzione del nostro Paese per creare valore

Un progetto che prevede investimenti in azioni concrete, con un piano di azione di oltre 40 progetti suddivisi in 6 differenti ambiti di lavoro:

- **Prodotti a Marchio del Distributore (MDD)**: Aspetto centrale nelle politiche di sostenibilità di Conad in virtù del ruolo che ricoprono per l'intero sistema e per la possibilità di orientarne le scelte su aspetti chiave come il packaging, la gestione della filiera, certificazioni di prodotto, tracciabilità
- **Punti vendita**: comportamenti sostenibili, materiali, risparmio energetico, qualità dei Pdv, consumo di acqua
- **Ambiente e risorse**: lavoro etico, qualità dei prodotti, metodi di allevamento e coltura
- **Supply Chain**: Riduzione degli impatti ambientali, efficientamento della logistica, ammodernamento della flotta
- **Persone e Comunità**: iniziative di solidarietà e sussidiarietà, sostegno alle fasce fragili della popolazione, campagne di comunicazione
- **Partnership sostenibili**: attenzione allo spreco alimentare, iniziative di fidelizzazione ed educazione ad un consumo responsabile, progetti sociali.



Conad sta quindi strutturando un piano strategico per la sostenibilità ambientale, sociale ed economica, che consenta di traghettare la gestione di queste tematiche da una logica di rendicontazione che riflette il passato ad una **progettazione del cambiamento che guardi al futuro**. La strategia Conad sulla sostenibilità si andrà progressivamente ad armonizzare e allineare alle più evolute best practices internazionali orientate dagli SDGs dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite (gli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile**, dall'acronimo di Sustainable Development Goals).

L'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile è un programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità sottoscritto nel settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri dell'ONU. Al suo interno sono stati definiti 17 SDGs da raggiungere entro il 2030, articolati in 169 Target, che rappresentano una bussola per porre il nostro Paese e il mondo su un sentiero sostenibile.

Il processo di cambiamento del modello di sviluppo viene monitorato attraverso i Goal, i Target e oltre 240 indicatori: rispetto a tali parametri, ciascun Paese viene valutato periodicamente in sede Onu e dalle opinioni pubbliche nazionali e internazionali.

Le attività del Sistema Conad toccano **12 dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile**.

# OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

## 17 OBIETTIVI PER TRASFORMARE IL NOSTRO MONDO

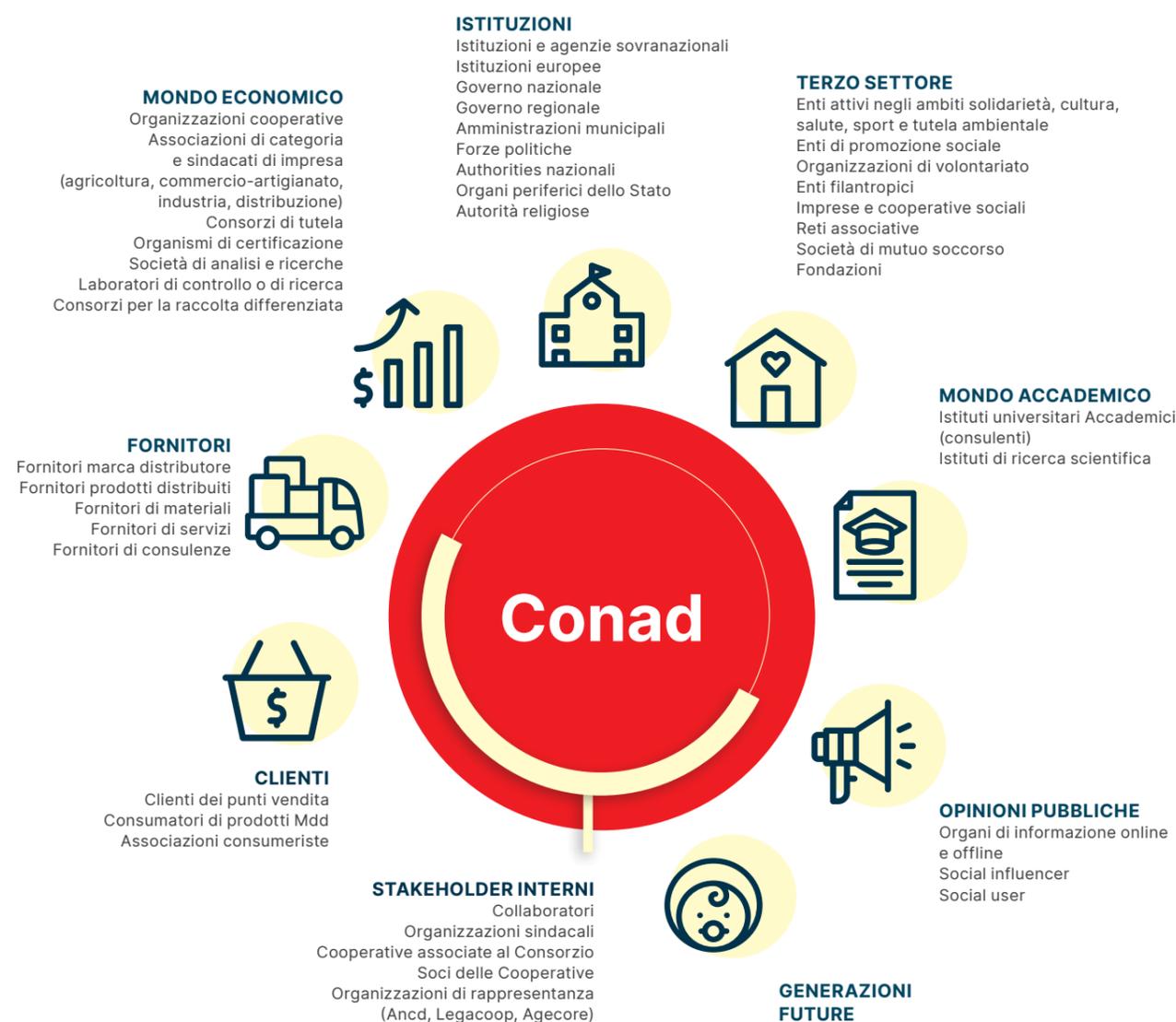
|  |  |  |   |  |
|--|--|--|---|--|
| <b>1</b> SCONFIGGERE LA POVERTÀ<br>                   | <b>2</b> SCONFIGGERE LA FAME<br>                  | <b>3</b> SALUTE E BENESSERE<br>                       | <b>4</b> ISTRUZIONE DI QUALITÀ<br>                 | <b>5</b> PARITÀ DI GENERE<br>           |
| <b>6</b> ACQUA PULITA E SERVIZI IGIENICO-SANITARI<br> | <b>7</b> ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE<br>         | <b>8</b> LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA<br>    | <b>9</b> IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE<br> | <b>10</b> RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE<br> |
| <b>11</b> CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI<br>          | <b>12</b> CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI<br> | <b>13</b> LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO<br> | <b>14</b> VITA SOTT'ACQUA<br>                    | <b>15</b> VITA SULLA TERRA<br>        |
| <b>16</b> PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI SOLIDE<br>  | <b>17</b> PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI<br>     |  |   |  |

Nel corso del documento, verranno indicati gli SDGs coinvolti in corrispondenza dalle attività e iniziative di volta in volta descritte, a conferma di come la sostenibilità sia da sempre per Conad elemento cardine di sviluppo e di come venga applicata in concreto nelle attività quotidiane e nelle iniziative portate a termine.



## 1.6 La mappa dei portatori di interesse

Conad intrattiene rapporti con una complessa rete di portatori di interesse (stakeholder) interni ed esterni, coinvolgendoli nelle attività sulla base di quanto prevedono la legislazione vigente, le norme interne e le necessità contingenti.



# 02. Ambiente e Risorse



La GDO ha il dovere e la responsabilità di rivedere le proprie logiche produttive e distributive facendo la propria parte nella lotta ai cambiamenti climatici. Conad sta lavorando in questo senso, adottando modelli di gestione più sostenibili, studiando con i fornitori soluzioni più efficienti e proponendo ai clienti comportamenti di consumo più responsabili. Conad sostiene Ambiente e Risorse attraverso azioni concrete su più ambiti,

per garantire attenzione e rispetto del benessere del Pianeta, dalla logistica ai prodotti a marchio, dai punti vendita alle sedi di Consorzio e Cooperative.

Un impegno verso la sostenibilità ambientale che il sistema Conad ha assunto da tempo, quando ha scelto di essere un'azienda con obiettivi che vanno al di là della crescita del fatturato, verso la crescita e il benessere delle comunità in cui opera.

## 2.1 La logistica come leva per la sostenibilità

**Un sistema che è sempre più sostenibile per l'ambiente mantenendo i massimi standard di qualità del servizio.**

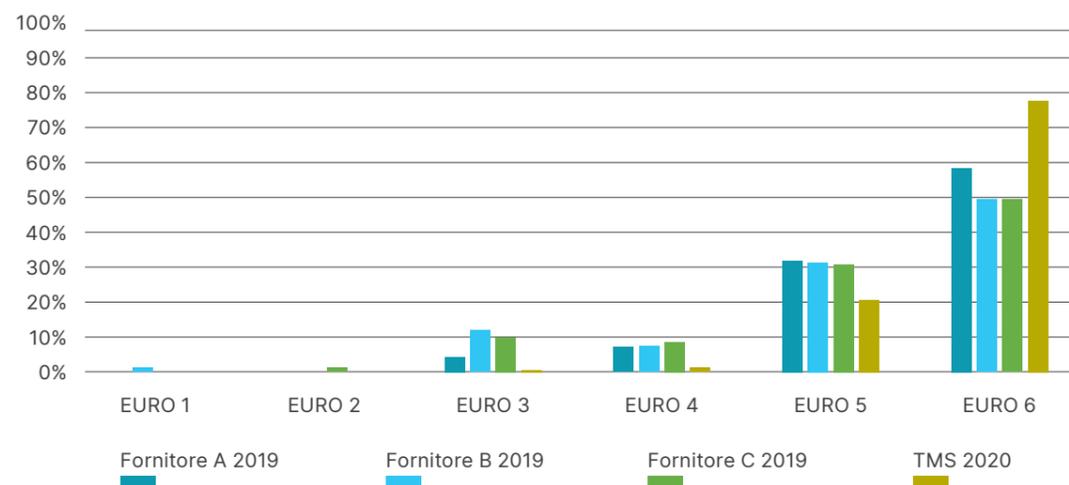
Con oltre 7 milioni di tonnellate di merci movimentate nel solo 2020 e con la presenza capillare sul territorio che lo contraddistingue, è facile intuire quanto la **logistica sia un aspetto centrale** per il Sistema Conad nel suo complesso ma soprattutto di come possa incidere all'interno della sua **politica di sostenibilità**. È infatti proprio su questo asset che Conad ha concentrato impegno e risorse per far evolvere la sua già efficiente rete logistica, dai trasporti ai magazzini, **puntando ad un sistema che sia sempre più sostenibile per l'ambiente mantenendo i massimi standard di qualità del servizio**. L'efficiamento della logistica crea valore e porta un grande contributo a tutti i portatori di interesse di Conad: Soci, clienti, comunità, fornitori, territori. Per questo una logistica moderna ed efficiente deve saper ottimizzare carichi e tratte, sviluppare intermodalità, ricercare opportunità di collaborazione di filiera, sempre tenendo come bussola di riferimento la sostenibilità ambientale.

La struttura della rete logistica di Conad è ispirata a questi assunti, con 4 hub dove convergono le merci provenienti dai fornitori che poi verranno trasportate ai diversi CeDi (Centri Distributivi) regionali, riducendo così drasticamente il numero di tratte di trasporto e utilizzando automezzi più grandi e quasi sempre a pieno carico. Per perseguire l'obiettivo di una logistica sempre più sostenibile Conad ha avviato nel 2020 il progetto **Conad Logistics**, adottando un modello che non ha riferimenti analoghi nel nostro Paese: il trasporto **"franco fabbrica"**. Un nuovo modo di concepire la logistica che consente di prelevare la merce direttamente dai fornitori e gestire centralmente i trasporti dalle aziende ai CeDi delle Cooperative, ottimizzando così in modo significativo il dispendio energetico, con una notevole riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub>.

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

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

Il controllo centralizzato dei trasporti diretti ai CeDi ha permesso inoltre di selezionare i servizi di trasporto con la finalità di ridurre l'impatto ambientale in termini di emissioni, ad esempio, favorendo il trasporto intermodale via treno, l'utilizzo di mezzi meno inquinanti e di carburanti alternativi a basso impatto ambientale come il biometano. Come evidenziato anche nel primo dei due grafici seguenti, nel 2020 è aumentato l'utilizzo dei mezzi di classe Euro 6 a scapito dei mezzi di classe Euro 5, 4 e 3 con un impatto positivo sia in termini di emissioni di CO<sub>2</sub> che di particolato (PMx).



Da luglio 2020 è inoltre attivo il progetto GILA (German, Italian & Latin American consortium for resource efficient logistics hubs & transport), guidato dall'Istituto di ricerca tedesco Fraunhofer Institute for Material Flow and Logistics IML e di cui fanno parte oltre Conad altri 9 partner internazionali. Obiettivo del progetto è quello di condividere best practices e studiare nuove opportunità per incrementare una gestione efficiente di risorse ed energia nel settore logistico, definendo anche un quadro metodologico per l'analisi delle prestazioni ambientali dei siti logistici.

### Ridurre gli impatti della logistica: pallet pooling, cassette ortofrutta, pioppicoltura e apicoltura

L'efficiamento dei sistemi logistici è decisivo per contrastare i cambiamenti climatici, in primis riducendo le emissioni inquinanti derivanti dalle attività di trasporto e stoccaggio. Per questo motivo, gran parte dei progetti ambientali perseguiti da Conad interessano la gestione della supply chain.

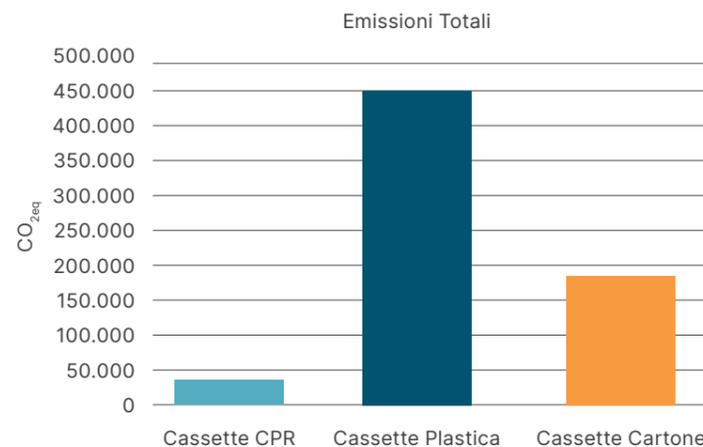
Tra questi, il sistema di **pallet pooling** adottato da Conad riveste un ruolo primario, in quanto interviene direttamente su uno strumento essenziale nel trasporto e nella gestione dei beni come i bancali in legno, o pallet. Il servizio consente la condivisione dei pallet tra più imprese e di raggiungere quindi un triplice vantaggio: **si azzerano le emissioni dovute al trasporto dei vuoti** (che incide direttamente anche sull'efficienza complessiva del sistema); **si riduce la genera-**

**zione di rifiuti** in quanto i bancali rotti o danneggiati vengono riparati e non conferiti in discarica; per la realizzazione e riparazione dei pallet **viene utilizzato esclusivamente legno certificato PEFC e FSC**.

Per questo servizio Conad si affida a CHEP e CPR, aziende specializzate nei servizi di noleggio pallet e imballaggi, che hanno consentito di **evitare emissioni per 7.845 tonnellate di CO<sub>2</sub>**.

Attraverso una partnership più che consolidata con CHEP, Conad persegue una costante ottimizzazione del circuito di noleggio dei pallet. Inoltre, questo ha consentito di incrementare sia la sinergia dei trasporti sia l'efficienza logistica. La collaborazione continua per far crescere i risultati di sostenibilità, per i quali il fornitore CHEP persegue da sempre un modello di ricompensazione volto ad una supply chain rigenerativa, impegnandosi dal 2020 a ripiantare due alberi per ogni albero utilizzato per la costruzione di pallet.

Dal 2014 Conad collabora con CPR System anche per l'uso di imballi recuperabili: cassette verdi ripiegabili che sono andate gradualmente a sostituire totalmente le cassette in legno e rappresentano oggi un valido sostituto degli imballaggi in cartone. Considerando un orizzonte temporale di 10 anni come vita utile media delle cassette, CPR System è l'imballaggio a più basso impatto in termini di emissioni di CO<sub>2</sub> tra cassette in plastica a perdere e packaging in cartone, consentendo **un risparmio di 416mila tonnellate di CO<sub>2</sub>eq rispetto al primo e di 151mila tonnellate rispetto al secondo<sup>1</sup>**.



Al fine di contrastare i cambiamenti climatici e di neutralizzare le emissioni di "gas serra" prodotte dalla gestione dei pallet per la movimentazione dei prodotti a proprio marchio e per la gestione dei propri hub logistici, a partire dal 2019 Conad ha inoltre coinvolto il PEFC Italia (Ente normatore di certificazione forestale) per l'identificazione di progetti di compensazione da implementare sul territorio italiano.



| Comparto  | Partner scientifico e di rete | Attività  | Fabbisogno compensazione (t CO <sub>2</sub> ) |
|-----------|-------------------------------|---|---|
| Logistica | CHEP                          | Promozione della pioppicoltura certificata PEFC | 1.882   |
|           | CPR                           | Progetto <i>Apis Mellifera</i>                  | 4.316   |
| Conad HUB | PEFC Italia                   | Gestione del Verde Urbano                       | 1.597   |

Con queste iniziative Conad intende fornire una serie di servizi ecosistemici – tra cui l'emissione di ossigeno, l'assorbimento della CO<sub>2</sub>, il filtraggio delle acque, la riduzione dell'inquinamento da fertilizzanti e da pesticidi, l'incremento della biodiversità – attraverso la **coltivazione sostenibile di pioppeti** in aree non distanti dai propri centri logistici e produttivi e **l'installazione di alveari per aumentare la popolazione di api selvatiche**.

<sup>1</sup> Valori calcolati dal Food Supply Chain Center – UNIBO – Dipartimento di Ingegneria Industriale, confrontando le emissioni di CO<sub>2</sub>eq per diverse soluzioni di imballo, su un orizzonte temporale di 10 anni e considerando i dati sui flussi annuali della rete Conad nel 2020.

Complessivamente il progetto andrà a supportare la gestione sostenibile di 540 ettari di pioppeto per un totale di 145.800 piante e permetterà la disposizione di 14 nuove arnie ciascuna delle quali ospiterà 75.000 api. Infine, attraverso il progetto LIFE CLIVUT dell'Università di Perugia, Conad sarà anche protagonista di attività che ridurranno l'impatto della gestione del verde Urbano in alcune aree dell'Umbria (Perugia) o Emilia Romagna (Bologna).

## Obiettivo: forte riduzione impatto ambientale nella supply chain



## Trasporto dei prodotti a marchio

L'impegno di Conad per la quantificazione e l'ottimizzazione dell'impronta climatica della propria supply chain si concretizza anche nella collaborazione con la società specializzata Green-Router, che dal 2016 esegue il monitoraggio annuale delle emissioni (in conformità con le linee guida e gli standard internazionali GLEC Framework 2.0 e Linee Guida Fraunhofer) che permette di verificare l'andamento e l'effetto delle scelte sulla sostenibilità ambientale e lo sviluppo di nuove azioni per migliorare gli impatti negativi dal punto di vista ambientale. Nel 2020 il sistema dei trasporti Conad ha emesso **139.313 t di CO<sub>2</sub>eq** per la movimentazione di **più di 7 milioni di tonnellate di merce e circa 171 milioni di km percorsi**<sup>2</sup>.

Il dato include i trasporti gestiti da Conad Nazionale (prodotto a marchio) e dalle Cooperative (tutti i prodotti) e fa riferimento ai flussi di trasporto:

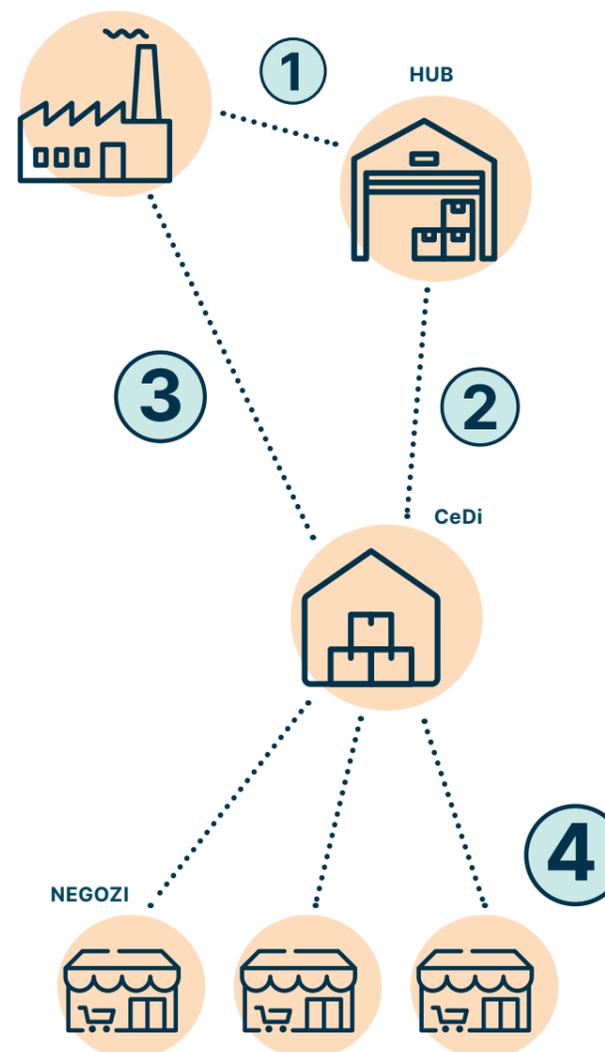
- **primari**, relativi ai prodotti a marchio che raggiungono direttamente i CeDi dallo stabilimento di produzione e a quelli che effettuano un passaggio intermedio attraverso i 4 Hub logistici Conad, da dove vengono poi trasferiti ai CeDi delle Cooperative
- **secondari** che includono la distribuzione dai CeDi delle Cooperative ai singoli punti di vendita.

Per completezza sono stati considerati nell'analisi anche i flussi di prodotto a marchio provenienti da stabilimenti al di fuori del territorio italiano.



<sup>2</sup> Il dato fa riferimento alle emissioni TtW - Tank to Wheel (dal serbatoio alla ruota) generate dalla combustione del carburante all'interno dei veicoli

| Trasporto prodotti                  | UM                        | 2018             | 2019 <sup>3</sup> | 2020             | Confronto 2020/2019 |
|-------------------------------------|---------------------------|------------------|-------------------|------------------|---------------------|
| <b>Emissioni</b>                    | <b>t CO<sub>2</sub>eq</b> | <b>118.990</b>   | <b>128.176</b>    | <b>139.313</b>   | <b>+9%</b>          |
| <b>Consumi</b>                      | GJ                        | 1.675.326        | 1.797.843         | 2.061.208        | +15%                |
| <b>Viaggi</b>                       | n.                        | 820.479          | 890.868           | 1.026.010        | +15%                |
| <b>Percorrenze (a pieno carico)</b> | mln km                    | 150              | 167               | 171              | +2,5%               |
| <b>Prodotti trasportati</b>         | <b>t</b>                  | <b>6.252.320</b> | <b>6.061.418</b>  | <b>7.225.621</b> | <b>+19%</b>         |



### LEGENDA:

- 1: Flussi Produttore-Hub, solo prodotto a marchio
- 2: Flussi Hub-CeDi, solo prodotto a marchio
- 3: Flussi diretti produttore-CeDi, solo prodotto a marchio
- 4: Distribuzione secondaria (giri di consegna da CeDi a punti vendita), tutti i prodotti

Per i trasporti relativi alla distribuzione secondaria (4), sono state considerate le attività gestite dalle Cooperative comprendenti i trasporti di tutti i prodotti, compreso il prodotto a marchio.

Per i trasporti afferenti alla distribuzione primaria di Conad nazionale, i flussi (1), (2) e (3), sono stati considerati esclusivamente i flussi relativi al prodotto a marchio, compresi i flussi provenienti dall'estero ed esclusi i trasporti relativi a pesce e ortofrutta (flussi a marchio locali non direttamente controllati da Conad nazionale). Sono invece escluse le vendite all'estero.

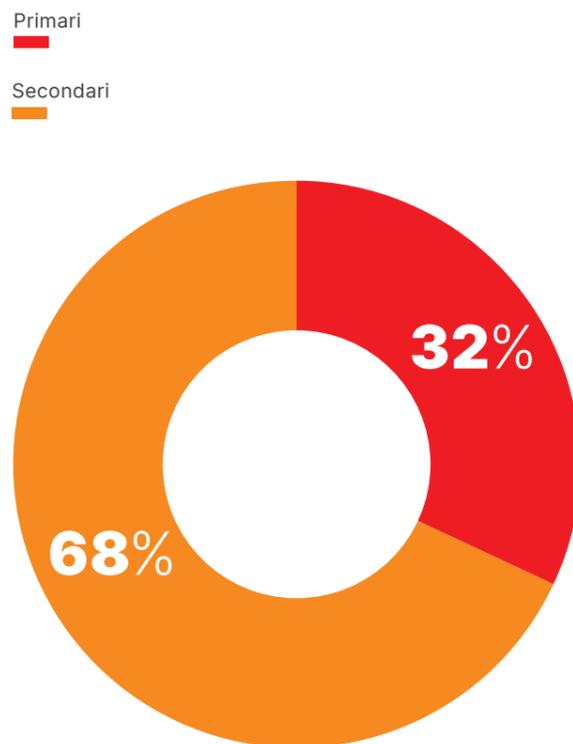
<sup>3</sup> I dati 2019 sono stati modificati rispetto al precedente Bilancio a seguito di un aggiornamento delle modalità di calcolo

È da sottolineare come le azioni adottate da Conad per l'efficiamento della logistica abbiano consentito a fronte di un incremento delle merci movimentate del 19% di avere un aumento delle emissioni del solo 9%.

Se da un lato la crescita dei volumi trasportati e dei km percorsi ha determinato un aumento delle emissioni assolute, dall'altro **le diverse iniziative messe in campo per ridurre l'impatto dei trasporti hanno permesso di migliorare alcuni indicatori di efficienza**, calcolati in funzione delle percorrenze e delle quantità trasportate.



## Emissioni trasporti Conad



Ai **trasporti primari** è associata nel 2020 l'emissione di **44.179 tonnellate di CO<sub>2</sub>eq**, il 32% delle emissioni totali, derivanti da circa 104 milioni di km percorsi<sup>4</sup>.

| Trasporti primari                               | UM                        | 2018             | 2019             | 2020             | Confronto 2020/2019 |
|---|---------------------------|------------------|------------------|------------------|---------------------|
| <b>Emissioni</b>                                | <b>t CO<sub>2</sub>eq</b> | <b>37.948</b>    | <b>41.774</b>    | <b>44.179</b>    | <b>+6%</b>          |
| Consumi   | GJ                        | 533.519          | 583.481          | 654.491          | +12%                |
| Viaggi  | n.                        | 220.632          | 238.471          | 245.229          | +3%                 |
| Percorrenze (a pieno carico)                    | mln km                    | 85               | 100              | 104              | +4%                 |
| <b>Prodotti trasportati</b>                     | <b>t</b>                  | <b>1.204.539</b> | <b>1.270.303</b> | <b>1.465.041</b> | <b>+15%</b>         |
| Indicatore intensità emissiva trasporti primari | kg CO <sub>2</sub> eq/tkm | 0,088            | 0,084            | 0,077            | -13%                |

<sup>4</sup> Le percorrenze a vuoto sono conteggiate nel calcolo delle emissioni ma non presentate nel valore totale delle distanze.

Parte dell'incremento di emissioni registrato nel 2020 (circa il 6%) è riconducibile all'affinamento della metodologia di calcolo utilizzata. L'aumento delle distanze percorse nel 2020 rispetto agli anni precedenti è da ricondurre principalmente dall'incremento delle distanze sui flussi di import da Paesi esteri, per i quali è stata migliorata la raccolta dati.

Anche in questo caso, un aumento dei volumi movimentati del 15% si accompagna ad un incremento delle emissioni nettamente inferiore, a riprova di una **maggiore efficienza complessiva della logistica Conad**.

Dai dati emerge un miglioramento dell'indicatore di intensità emissiva del trasporto primario, calcolato come rapporto tra le emissioni e il totale delle tonnellate-km, che passa da 0,088 kg CO<sub>2</sub>eq/km del 2019 a 0,077 kg CO<sub>2</sub>eq/km nel 2020. Il miglioramento di questo indice è in parte riconducibile all'attivazione dei diversi progetti di efficientamento dei trasporti adottati attraverso Conad Logistics.

I **trasporti secondari** dei prodotti dai CeDi ai punti vendita delle Cooperative Conad<sup>5</sup> generano un totale di emissioni di gas serra pari a **95.134 t CO<sub>2</sub>eq**, derivanti da circa 67,4 milioni di km percorsi<sup>6</sup>.

L'aumento delle emissioni del 2020 pari al 10% è da considerarsi come un risultato positivo se paragonato ad un incremento dei prodotti trasportati del 20% rispetto lo scorso anno.

Nel 2020 si è inoltre registrato un lieve peggioramento dell'indicatore di intensità emissiva del trasporto secondario, che passa da un valore di 0,16 kg CO<sub>2</sub>eq/tkm nel 2019 a 0,17 kg CO<sub>2</sub>eq/tkm nel 2020.

Va sottolineato che la particolare contingenza vissuta nel 2020 legata all'emergenza sanitaria ha portato ad un aumento significativo dei volumi e all'imprevedibilità della domanda, fattori che hanno causato un peggioramento marginale dell'efficienza dei trasporti, in parte bilanciato dal trend generale di ottimizzazione del trasporto anche in ottica CO<sub>2</sub>eq.

A questo si aggiunge inoltre la progressiva integrazione dei punti vendita ex-Auchan con relativo incremento dei volumi trasportati.

**L'efficientamento della logistica ha consentito, a fronte di un incremento delle merci movimentate del 19%, di avere un aumento delle emissioni del solo 9%.**

| Trasporti secondari                               | UM                        | 2018             | 2019             | 2020             | Confronto 2020/2019 |
|---|---------------------------|------------------|------------------|------------------|---------------------|
| <b>Emissioni</b>                                  | <b>t CO<sub>2</sub>eq</b> | <b>81.042</b>    | <b>86.402</b>    | <b>95.134</b>    | <b>+10%</b>         |
| Consumi   | GJ                        | 1.141.806        | 1.214.362        | 1.406.717        | +16%                |
| Viaggi  | n.                        | 599.847          | 652.397          | 780.781          | +20%                |
| Percorrenze (a pieno carico)                      | mln km                    | 64,8             | 67,5             | 67,4             | -0,2%               |
| <b>Prodotti trasportati</b>                       | <b>t</b>                  | <b>5.047.781</b> | <b>4.791.115</b> | <b>5.760.580</b> | <b>+20%</b>         |
| Indicatore intensità emissiva trasporti secondari | kg CO <sub>2</sub> eq/tkm | 0,15             | 0,16             | 0,17             | +7%                 |

<sup>5</sup> I valori si riferiscono ai flussi verso i punti vendita delle Cooperative CIA, Conad Adriatico, Conad Nord Ovest, Conad Centro Nord, PAC 2000A.

<sup>6</sup> Per i flussi di trasporto secondari vengono presentate le percorrenze a pieno carico, escluso il ritorno a vuoto conteggiato nel calcolo delle emissioni ma non incluso nel totale delle distanze.

## L'ottimizzazione della logistica nelle Cooperative Conad: alcuni esempi virtuosi

### CONAD NORD OVEST

Fino al 2020, per la consegna del pesce fresco sui negozi dell'area Emiliana, era attiva la collaborazione con la Cooperativa CCN, dal magazzino di Gattatico (RE). Dalla fine di agosto 2020 è stata invece attivata la preparazione del pesce fresco nel deposito di Montopoli da dove, utilizzando appositi box isoterme, è possibile effettuare consegne promiscue verso tutti i reparti freschi nell'area, ottimizzando così il trasporto. Questo ha permesso di ridurre le percorrenze di 30.000 km annui. Dal terzo trimestre del 2020, inoltre, CNO ha iniziato a gestire direttamente nei suoi magazzini la 4° e 5° gamma dell'ortofrutta; la centralizzazione di queste merceologie sui due CeDi di Modena e Quiliano ha portato a: ottimizzare i flussi logistici; aumentare la shelf life dei prodotti, in quanto sono diminuiti i passaggi dalla produzione ai punti vendita; migliorare il servizio; sfruttare le sinergie con i reparti freschi.

Complessivamente l'intervento ha determinato una riduzione di 267.000 km nelle percorrenze e di 187 tonnellate di CO<sub>2</sub> evitate. Anche nel 2020 è proseguita la collaborazione tra CNO e le aziende LC3 e Actis Guido, per l'utilizzo di veicoli a GNL (Gas Naturale Liquefatto) per una parte della flotta. Sono circa 1 milione i km percorsi con mezzi GNL nel 2020, con conseguente riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> di circa 136 tonnellate.

### CONAD ADRIATICO

Al fine di ridurre l'impatto ambientale delle attività di trasporto, CAD ha rivisto negli ultimi anni il proprio modello distributivo e l'organizzazione del parco automezzi. La Cooperativa si è dotata di nuovi Transit Point (Popoli, Rutigliano e Soletto) e ha potenziato quelli già esistenti (Monsampolo del Tronto e Surbo), riducendo il numero di camion in viaggio per trasferire i prodotti in punti vendita lontani dal Polo Logistico Integrato di San Salvo. L'ottimizzazione della distribuzione è stata accompagnata dall'implementazione di nuove logiche per i processi di magazzino e da un nuovo software di ottimizzazione dei trasporti, che ha portato ad una sempre più marcata integrazione dei flussi di consegna. Il Polo Logistico Integrato, che si basa su un impianto ad ammoniaca a basso impatto ambientale, unitamente all'introduzione di supporti autoportanti per le carni appese e di un sempre più rilevante utilizzo di contenitori isoterme, ha consentito di ridurre ed ottimizzare la flotta in consegna; ciò ha portato ad un importante incremento delle consegne di merceologie promiscue. È stato inoltre possibile un ammodernamento del parco veicolare verso mezzi Euro 6. Tutto ciò ha portato, a fronte di un incremento del 17% dei volumi distribuiti ad una variazione del solo 8,3% delle emissioni complessive, dati che confermano un trend di riduzione delle percorrenze già attivato da tempo.

### CONAD CENTRO NORD

I km percorsi nel 2020 per la movimentazione della merce dai magazzini ai punti vendita CCN sono diminuiti di circa il 9% a fronte di interventi di ottimizzazione come lo sdoppiamento dei magazzini presso il CeDi di Calcinate: deperibili (OF-SL) e generi vari a novembre 2019, carni a marzo 2020. Inoltre, da settembre 2020 non vengono più effettuate le consegne del pesce nelle province di Modena e Bologna per CNO.

### PAC 2000A

Il 2020 ha visto un ulteriore rafforzamento della logistica della Cooperativa, che ruota intorno a 6 centri di distribuzione dislocati nel centro-sud. È stato firmato un accordo per un nuovo software di trasporto, che entrerà in funzione nelle varie piattaforme dal secondo semestre del 2021, che permetterà l'ottimizzazione del routing, il live tracking delle consegne con un ETA (tempo di arrivo stimato) più puntuale e ridotto e la riduzione dei km a vuoto.

Il CeDi di Fiano Romano, ad esempio, uno dei più grandi centri distributivi in Europa, è una struttura decisamente votata all'ecosostenibilità: gli impianti a servizio sono alimentati da fonti energetiche rinnovabili e comunque ad impatto zero, l'energia elettrica è prodotta da pannelli fotovoltaici e dal sistema di cogenerazione con microturbine a gas metano, mentre il calore residuo derivante dalla stessa cogenerazione viene utilizzato per la produzione di acqua sanitaria. La refrigerazione delle celle è invece alimentata da anidride carbonica, gas naturale.

### CIA

Per quanto riguarda i trasporti, la Cooperativa ha puntato su fornitori che condividono il medesimo impegno in termini di sostenibilità ambientale. In tal senso è andata la scelta in Lombardia, già da fine 2019, di un partner come Brivio&Viganò che impiega mezzi con motori maggiormente performanti (in prevalenza Euro 6), combustibili più ecologici (carburanti di ultima generazione come GNL, gas naturale liquefatto, o motori ibridi), e applica una disposizione più efficiente dei carichi con la possibilità di trasporto di più tipologie di temperature (aumentata portata dei mezzi per ridurre i viaggi e gli spostamenti). Analogamente, il fornitore CST, che opera in Veneto e Friuli Venezia-Giulia, impiega oltre il 71% di mezzi a GNL e la restante parte Euro 6.



## 2.2 Prodotti, filiera e territorio

### FILIERA E TERRITORIO

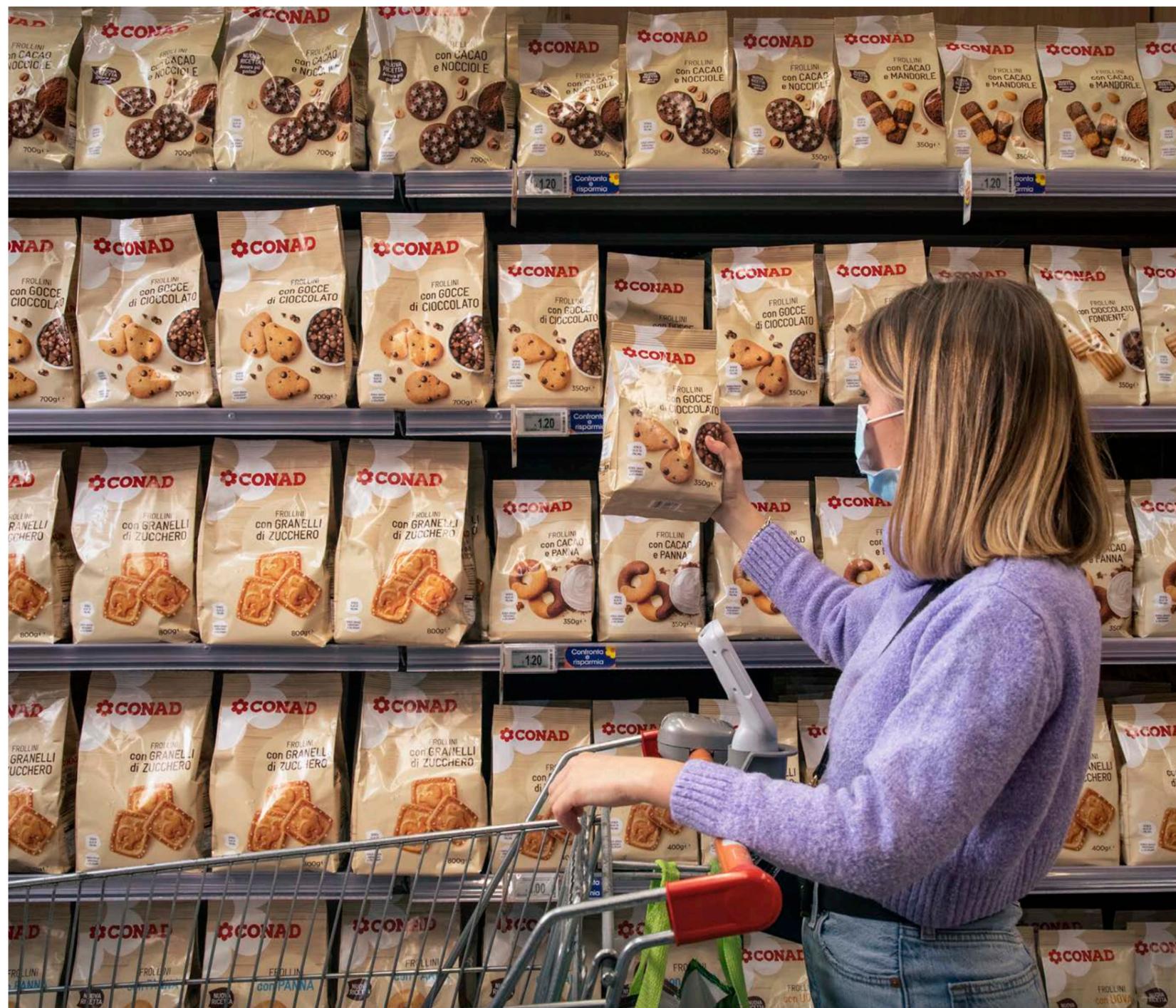
Valorizzare e promuovere il patrimonio agroalimentare italiano è uno dei pilastri del modo in cui Conad ha scelto di essere presente sul mercato. Fattore competitivo, sostegno ai territori, opportunità di creare valore aggiunto per la comunità e i clienti: per questo **il 95% dei 5.056 prodotti a marchio Conad sono prodotti in Italia**. I prodotti a marchio Conad si suddividono in diversi brand in grado di rispondere sempre meglio alle diverse abitudini ed esigenze delle persone:

- **Conad:** il brand mainstream che punta a soddisfare le esigenze della clientela su un ampio ventaglio di prodotti di uso quotidiano: con 3.776 referenze, dal latte al tonno, dalla pasta ai tovaglioli di carta, rappresenta oggi l'83,9% del volume di affari della MDD Conad.
- **Sapori&Dintorni Conad:** con le sue 405 eccellenze alimentari di 19 regioni italiane, è il marchio ambasciatore delle produzioni tipiche regionali, realizzate da piccoli produttori di qualità e di grande tradizione, fornitori locali coi quali Conad ha stretto un rapporto di partnership, che si fonda sul sostegno sociale ed economico volto alla tutela della cultura alimentare;
- **Sapori&Idee Conad:** ultima nata in casa Conad a novembre 2020, la linea combina materie prime di alta qualità e ingredienti gourmet che si affiancano a proposte innovative e accostamenti inediti, con un'offerta che, a due mesi dal lancio, annovera 71 prodotti enogastronomici di eccellenza, destinati ad aumentare nel 2021 a 200 referenze complessive.
- **Verso Natura Conad:** marca lanciata nel 2016 e pensata per i clienti più sensibili alle tematiche della sostenibilità ambientale, grazie ad un'offerta di prodotti che rispetta la natura. In totale, conta 296 referenze che nel corso dell'anno 2020 hanno generato un fatturato pari a 188 milioni di euro, il 4,1% del totale MDD Conad.
- **Conad Essentiae:** una linea di prodotti dedicata alle persone che amano prendersi cura di sé e del proprio corpo in modo naturale, grazie alla natura essenziale degli ingredienti. Ogni ricetta combina gli estratti naturali delle piante in una formulazione unica e ideale per un trattamento efficace e completo. Tutti i prodotti della linea sono, infatti, formulati con estratti di origine vegetale, senza parabeni e, a seconda delle formule, senza siliconi e senza coloranti.
- **Conad Baby:** una linea completa di prodotti per la cura e l'alimentazione dei bambini fin dai primi giorni di vita. La marca garantisce alle mamme la sicurezza e la bontà dei prodotti per la crescita dei figli, con un assortimento di referenze rivolto a bambini 0-6 anni.
- **Conad PiacerSi:** un assortimento variegato che garantisce alle persone attente all'alimentazione un perfetto equilibrio tra vitalità e benessere, senza rinunciare al gusto. Comprende una gamma di prodotti leggeri, funzionali e naturalmente benefici, ideati per un'alimentazione sana, varia ed equilibrata.

- **Conad Alimentum:** marchio pensato per chi ha esigenze nutrizionali specifiche, per chi è intollerante al lattosio o al glutine. Un'offerta mirata e specializzata che aiuta le persone con le intolleranze a non rinunciare al gusto, in piena sicurezza.
- **Parafarmacia Conad:** Un'ampia gamma parafarmaceutica studiata per proteggere la salute e migliorare il benessere psicofisico delle persone: la linea di integratori, con un'elevata concentrazione di principi funzionali, rappresenta una risposta ai principali bisogni, dal bilanciamento vitaminico, all'equilibrio gastrointestinale, dal potenziamento del tono e dell'energia, al sonno e rilassamento.

L'importanza di garantire al cliente prodotti di massima qualità e controllati in ogni passaggio della filiera viene espressa al meglio da **Conad Percorso Qualità**, che identifica gli alimenti freschi e freschissimi, dal pesce alla carne, dalle uova alla frutta, alla verdura. **Prodotti sottoposti a migliaia e migliaia di controlli aggiuntivi** in ogni fase della filiera, dall'allevamento o campo fino al carrello, per dare la garanzia che la loro provenienza sia da filiere garantite, da allevamenti che rispettano elevati standard di qualità di benessere degli animali o da campi che seguono una corretta gestione agricola nel completo rispetto dell'ambiente. L'impegno di Conad per garantire la massima qualità e sicurezza dei prodotti CPQ che il cliente porta in tavola parte dal produttore e arriva fino al trasporto, effettuato nel minor tempo possibile dal luogo di produzione al punto vendita per mantenerne intatta la freschezza.





## Packaging dei prodotti a marchio

La crescente attenzione alle tematiche ambientali cui si assiste a tutti i livelli -dalle imprese alle istituzioni, dai cittadini ai media- oltre a influenzare e indirizzare le scelte politiche e strategiche di medio-lungo periodo, affida una grande responsabilità anche a chi ha la posizione per poter orientare i comportamenti e le abitudini dei clienti. È questo il ruolo che ha anche la Grande distribuzione organizzata e quindi Conad, a maggior ragione in virtù della consolidata leadership assoluta detenuta nel settore. Poter intervenire positivamente sui comportamenti di acquisto dei clienti, promuovendo e valorizzando abitudini di consumo sempre più consapevoli e sostenibili, è infatti un aspetto che per Conad riveste molta importanza e su cui l'insegna sta esprimendo il suo massimo impegno attraverso il packaging dei prodotti a marchio.

I **prodotti a marchio del Distributore (MDD)** sono infatti la rappresentazione concreta dell'impegno in termini di sostenibilità di Conad, e il loro packaging è una tappa di un percorso volto a rendere sempre più sostenibile la MDD nel suo complesso. Ridurre il consumo di materie prime vergini, reinserire nel ciclo produttivo una quota sempre maggiore di materiali sostenibili in tutte le fasi di vita del prodotto, favorire la separazione e il riciclo dei materiali, sono temi centrali anche nella politica economica europea e italiana, che sempre più integra la sostenibilità al suo interno sotto il cappello della "circular economy".

In questo quadro, Conad ha individuato **quattro ambiti di intervento prioritari** su cui concentrare il proprio impegno sul packaging dei prodotti a marchio, che abbracciano tutte le fasi del ciclo di vita di un prodotto, dalla progettazione, al riciclo al reinserimento nel ciclo produttivo:

- **RICICLABILITÀ DEI MATERIALI**
- **UTILIZZO DI MATERIALI RICICLATI**
- **BIODEGRADABILITÀ E COMPOSTABILITÀ**
- **ECODESIGN**

Nello sviluppo e nella ridefinizione dei pack, oltre all'utilizzo di materiali riciclati o riciclabili, l'utilizzo di materiali biodegradabili o compostabili, l'utilizzo di carta certificata proveniente da fonti sostenibili, l'utilizzo di plastiche biodegradabili da fonti rinnovabili, attenzione ai formati con l'obiettivo di ridurre i materiali non necessari. Sul fronte della plastica, Conad lavora ogni giorno per incrementare la percentuale di plastica riciclata impiegata, per utilizzare la plastica riciclata monomateriale e per realizzare pack con una percentuale di plastica inferiore.

### RICICLABILITÀ

Un impegno quotidiano per aumentare la percentuale di riciclabilità del packaging dei prodotti a marchio attraverso soluzioni tecnologiche innovative, stimolando i fornitori al miglioramento costante della sostenibilità dei prodotti MDD. Un lavoro di rete che deve essere portato avanti in sinergia, stimolando la domanda da un lato e consolidando un'offerta sempre più ampia e rispondente alle crescenti attenzioni all'ambiente dei clienti.

Un impegno che sta dando già i suoi frutti, ma su cui Conad non vuole accontentarsi. Si è passati dal **44% di referenze con packaging in materiale riciclabile del 2019 al 49% del 2020**, per arrivare all'obiettivo del 60% nel 2021 e a circa il 70% entro il 2022. Impegni ambiziosi, coerenti con la volontà di Conad di contribuire concretamente e in prima persona ad una società sempre più attenta alle questioni ambientali.

**UTILIZZO DI MATERIALI RICICLATI**

Nel 2020 Conad ha proseguito il percorso avviato per incrementare la percentuale di plastica riciclata presente nelle confezioni di alcuni prodotti a marchio, come ad esempio l'acqua in bottiglia a marchio Conad realizzata con il 30% di R-Pet. L'obiettivo assunto per il 2021 è incrementare ulteriormente queste attività, che possono generare importanti benefici ambientali: l'introduzione di una quota di plastica riciclata solo nella confezione della bottiglia di acqua naturale nel formato da 1,5 litri può portare ogni anno ad un risparmio equivalente a circa 18,2 milioni di bottiglie di plastica vergine.

Anche nelle referenze dei detergenti per stoviglie a mano, grazie all'utilizzo del 100% di materiale proveniente da riciclo (R-Pet) è stato possibile risparmiare circa 7,2 milioni di flaconi in plastica in un anno. È in continua e costante valutazione l'estensione ad altre categorie di questo approccio.



## Gli interventi sul packaging nel 2020 e gli obiettivi 2021

Solo nel 2020 questi sono alcuni esempi degli interventi portati a termine per una maggiore sostenibilità del packaging dei prodotti a marchio:

- **Mini spiedini di Suino CPQ Conad:** Confezione 80% plastica riciclata
- **Galette di mais Verso Natura Bio:** passaggio da accoppiato a confezione 100% riciclabile nella plastica
- **Zucchero di Canna Verso Natura Equo:** passaggio da accoppiato a confezione 100% riciclabile nella plastica
- **Pasta Saporì&Dintorni:** incarto riciclabile nella carta
- **Conservate Pesce Salmone/Sgombro Conad:** riduzione over pack
- **Yogurt linea:** ridotta la % di plastica del vasetto
- **Ammorbidenti Conad:** flacone dal 30 al 100% plastica riciclata
- **Saponi liquidi in busta 1Lt Conad Essentiae:** riduzione over pack - 85% plastica
- **Fazzoletti Verso Natura ECO:** modifica incarto esterno da plastica a PLA
- **Linea pulizia per la casa Verso Natura Eco:** Realizzate con materiali riciclati e legno riciclabile

Molteplici le linee di intervento già individuate e intraprese anche per il 2021:

- **Caffè in Capsule Conad:** capsule riciclabili
- **Infusi e Tisane Conad e Verso Natura Bio:** passaggio a confezione 100% riciclabile nella carta
- **Nuova Linea Elaborati di Pollo Saporì&Idee:** Confezione 75% plastica riciclata
- **Bevande Gassate Conad:** Introduzione 50% R-Pet
- **Patate, Cipolle, Aglio:** sostituzione della rete con soluzione in cellulosa
- **Prodotti ortofrutta in vaschetta/vassoi:** passaggio a confezione R-Pet 80% o cartoncino
- **Detersivi liquidi, lana&delicati, polveri e Ammorbidenti concentrati:** Adeguamento protocollo Aise, sviluppo sostenibile nel settore della pulizia e dell'igiene, al fine di ridurre l'impatto ambientale delle formulazioni e del packaging
- **Detergenti Superfici Conad:** flacone realizzato con il 50% e 100% di plastica riciclata

**BIODEGRADABILITÀ E COMPOSTABILITÀ**

L'impiego di materiali compostabili e biodegradabili è un altro dei filoni verso cui si sta orientando il ripensamento e la riprogettazione del packaging dei prodotti a marchio Conad.

Nel corso del 2020 nuove referenze hanno visto un restyling del packaging in questo senso, come la **Linea Monouso Verso Natura Eco** con materiale biodegradabile da fonti rinnovabili, le **uova Conad** con il passaggio per l'incarto interno da plastica a polpa di legno e le **cannucce Verso Natura Eco** realizzate con materiale biodegradabile da fonti rinnovabili.

Per il 2021 anche piatti, bicchieri e posate monouso della linea Verso Natura saranno realizzate con materie prime di origine vegetale, completamente biodegradabili e compostabili, la gamma burro Conad avrà l'incarto compostabile ed anche le cialde per il caffè diventeranno compostabili.

In riferimento alla normativa EU sul Monouso, Conad ha scelto di utilizzare plastiche biodegradabili, compostabili da fonti rinnovabili.

**ECODESIGN**

È anche da una trasparente e corretta comunicazione al cliente che si innescano quei comportamenti virtuosi che consentono di incrementare i quantitativi di materiali riciclati, di accrescere la consapevolezza dell'importanza del corretto riciclo e a seguire una maggiore attenzione a questi aspetti anche nelle fasi di scelta e acquisto. È per questo motivo che Conad ha deciso di investire in **progetti e interventi di innovazione e rinnovamento del packaging**, coinvolgendo 220 prodotti nel biennio 2019-2020, che diventeranno oltre 1.000 entro il 2021.

Anche la comunicazione on pack è stata ripensata al fine di valorizzare sia i cambiamenti, comunicando sul facing modifiche rilevanti dei materiali usati, sia chiare e precise indicazioni per consentire un corretto riciclo con il progressivo inserimento, a partire dal 2021, del logo "Sosteniamo il futuro".

## Fornitori dei prodotti a marchio

**Leadership della marca del distributore: oltre 5.000 referenze contraddistinte da qualità e convenienza. 2.059 ispezioni e 9.882 campioni analizzati nel 2020.**

L'impegno per una crescente sostenibilità ambientale dell'intero sistema Conad non può prescindere dal coinvolgimento di tutti gli attori che ne fanno parte, dai produttori al cliente finale. Anche il processo di selezione dei fornitori segue questa logica, affiancando alle esigenze di business e alla garanzia di prodotti di qualità, una forte attenzione alla sostenibilità. L'obiettivo è quello di **stimolare le imprese produttrici ad attuare politiche di efficientamento energetico, di riduzione dei consumi e delle emissioni, per l'impiego di energia da fonte rinnovabile**, così da creare un eco-sistema di comportamenti virtuosi con positive ricadute per l'intera collettività. Un ambito valoriale che si somma a tutta una serie di requisiti oggettivi che sono richiesti ai fornitori. È infatti dalla loro attenta selezione che parte il percorso che ha consentito a **Conad di conquistare la leadership della marca del distributore: oltre 5.000 referenze contraddistinte da qualità e convenienza, sottoposte a scrupolosi controlli durante tutto il ciclo produttivo**, dal campo alla lavorazione e alla trasformazione, fino alla consegna e conservazione nel punto vendita. La scelta delle imprese fornitrici parte da una serie di audit e

verifiche; chi le supera stipula un contratto con capitoli particolarmente stringenti ed elevati standard qualitativi, che sono oggetto di verifiche periodiche da parte di Conad. Tali verifiche vengono effettuate da tecnici specializzati e riguardano sia le coltivazioni, sia gli stabilimenti di produzione; ognuna di esse si conclude con l'assegnazione di un rating da 1 (la valutazione più alta) a 5 (la minima).

La classificazione delle performance consente a Conad e alle aziende partner di dialogare sulla base di una valutazione chiara e immediata, un dato da cui partire per programmare eventuali piani di miglioramento. Le verifiche proseguono anche nella fase post-produzione, sia nei centri di distribuzione, sia nei punti vendita. Complessivamente, **nel 2020 sono state effettuate 2.059 ispezioni**, sempre seguendo lo standard IFS (International featured standard), un sistema di controllo unificato dei sistemi di qualità e sicurezza applicato ad ogni livello in cui il singolo prodotto è lavorato. **I campioni analizzati nel 2020 sono stati 9.882**, ripartiti tra i diversi brand della MDD e i vari comparti. I controlli che hanno interessato i prodotti del Percorso Qualità Conad (tra carni, ortofrutta, ittico, oltre a generi vari e fresco) sono 2.816, quelli sui prodotti a logo rosso 4.295, sugli alimenti della linea Verso Natura 725 e quelli di Sapor&Dintorni 853. Controlli e verifiche che non si fermano alle linee e ai prodotti mainstream, ma arrivano ad esempio anche ai prodotti Creazioni d'Italia (il marchio dedicato ai mercati esteri), sulla gamma dei materiali di consumo per i punti di vendita come carta, pellicole, vassoi in polistirolo, shopper, fino alle pompe di benzina.

Nell'eventualità in cui qualcosa non risulti conforme ai parametri stabiliti, scatta l'immediato ritiro o richiamo dell'intero lotto di produzione da tutta la rete.

Tra le migliaia di fornitori dei prodotti a marchio Conad, sono riportate di seguito alcune best practices di aziende che si sono particolarmente distinte per la loro politica di sostenibilità.



### Caviro

Caviro è una società Cooperativa italiana che produce e commercializza vini d'Italia, IGT, DOC e DOCG per il largo consumo e la ristorazione. Il Gruppo è stato un vero precursore a livello nazionale ed internazionale nel dare vita a un modello di economia circolare unico e completo "Dalla Vigna alla Vigna" dove ogni materia prima viene lavorata e trasformata in un nuovo ingrediente naturale e non ci sono scarti. Grazie alla divisione Caviro Extra nella campagna vitivinicola 2019/2020 si sono trasformate 73.000 tonnellate di vinaccia e 24.000 tonnellate di feccia in prodotti nobili. Il 100% del fabbisogno energetico viene prodotto da scarti di lavorazione dell'uva combinati con le potature del territorio. Grazie all'energia e ai biocarburanti prodotti attraverso l'utilizzo di risorse rinnovabili, sono state evitate emissioni per 82.000 tonnellate di CO<sub>2</sub>eq. Nel corso del 2020, inoltre, è entrato in funzione un innovativo impianto di recupero dell'anidride carbonica contenuta nei cosiddetti off-gas degli impianti di upgrading del biogas a biometano, che consentirà di evitare emissioni in atmosfera di circa 7.000 t di CO<sub>2</sub>/anno.

Nel 2020, il Gruppo ha riconfermato la Certificazione SA8000, che attesta la responsabilità sociale valutando tutti gli aspetti della gestione aziendale relativi al rispetto dei diritti umani e dei lavoratori e ha raggiunto lo standard Equalitas, che qualifica la Cooperativa come "Cantina Sostenibile". Tra i riconoscimenti più significativi ottenuti nel 2020 vi è il Premio Impresa Ambiente 2020 nella categoria "Migliore gestione per lo sviluppo sostenibile per media o grande impresa", che ha consentito al Gruppo di candidarsi a rappresentare l'Italia presso l'European Business Award for the Environment. Con l'incedere della pandemia, Caviro Extra ha aumentato rapidamente e significativamente i volumi di produzione di alcol distribuendo sul mercato un prodotto igienizzante per le mani efficace, sicuro e realizzato con alcol interamente di origine agricola, in contenitori riciclabili al 100%.



### Conserve Italia

Conserve Italia è una delle principali aziende europee del settore delle conserve ortofrutticole. Ridurre il consumo di risorse per rendere i processi produttivi sempre più sostenibili, partendo da una conoscenza scientifica dell'impatto generato è l'impegno che Conserve Italia porta avanti lungo tutta la filiera. Nel corso del 2020 l'azienda ha aumentato ulteriormente il suo impegno per ridurre l'impatto ambientale:

- sperimentando tecniche di agricoltura di precisione tra un primo gruppo di Soci produttori di orticole da industria per ridurre consumo idrico e razionalizzare l'utilizzo di fertilizzanti
- sostenendo importanti investimenti nei packaging eco-sostenibili per introdurre il 50% di plastica riciclata nelle bottiglie (il massimo consentito dalla legge italiana) e il brik Tetra Crystal1 per i succhi di frutta, così da risparmiare 780 tonnellate di PET all'anno
- aumentando l'export via treno, fino a coprire quasi il 50% delle esportazioni in Europa: tra Europa e Italia, il Gruppo ha evitato nel 2020 l'impiego di 5.530 camion su strada con un risparmio per l'ambiente di 6.265 tonnellate di CO<sub>2</sub>
- definendo un modello per misurare l'impatto ambientale delle produzioni e pubblicando le Dichiarazioni Ambientali di prodotto a seguito della certificazione EPD Process. Sono state cinque le culture interessate all'analisi ed è stato utilizzato l'approccio Water Energy Food (WEF) Nexus, riconosciuto dalla FAO.

Lo stabilimento di Pomposa (FE), il più grande del Gruppo, è capace di soddisfare per l'84% il proprio fabbisogno energetico tra impianto di cogenerazione e impianto a biogas, riducendo le emissioni di 3.600 tonnellate di CO<sub>2</sub> all'anno. Nel corso del lockdown 2020, Conserve Italia ha donato 52 tonnellate di prodotti alimentari alla Fondazione Banco Alimentare Emilia-Romagna Onlus, con la quale Conserve Italia mantiene un rapporto consolidato da oltre 20 anni. Una donazione che si aggiunge a numerose altre donazioni di prodotti alimentari effettuate nel corso dell'anno a soggetti no-profit, associazioni ed enti caritatevoli.



## Deco industrie

Deco Industrie progetta, realizza e confeziona detergenti per la cura della casa e della persona, oltre a prodotti da forno, dolci e salati.

L'azienda lavora costantemente nell'ottica della valutazione e riduzione dei rischi connessi agli impatti ambientali delle attività e sostiene i principi del Global Compact dell'ONU. Continuo l'impegno per migliorare strumenti e risorse per la gestione degli impatti verso la natura e i territori, contribuendo e sostenendo eventi culturali, sportivi ed altre iniziative nel territorio e nella comunità in cui sono localizzate le attività produttive. Si propone, inoltre, obiettivi di efficientamento energetico, di utilizzo, quando possibile, di materie prime da filiere sul territorio locale e di impiego di sottoprodotti quali la biomassa. Un impegno importante è quello volto alla riduzione dell'utilizzo di materie prime che contengano sostanze pericolose per l'uomo. Attenzione particolare viene posta nello sviluppo del prodotto, che deve tenere in considerazione la possibilità di riciclare gli imballi, di ridurre lo spreco di materiali in genere e di quelli di confezionamento nello specifico con un'ottimizzazione del packaging che, oltre a ridurre l'impatto ambientale, favorisce la razionalizzazione della logistica.

A valle di un'attenta analisi dei fabbisogni formativi e sociali dei dipendenti, anche nel 2020 il Gruppo ha organizzato numerosi percorsi formativi in ambito sicurezza e salute sul lavoro e sui sistemi qualità e sicurezza del prodotto in aggiornamento delle norme ISO 9001, IFS e BRC food. Il Gruppo Deco ha inoltre istituito un Comitato Sociale che promuove la formazione culturale e l'assistenza ricreativa e mutualistica a favore dei propri Soci.



## Fruttage

Fruttage è una società Cooperativa specializzata nella trasformazione industriale di ortofrutta fresca, cereali e legumi in prodotti finiti. Per l'azienda la Responsabilità Sociale d'Impresa è un elemento imprescindibile dell'agire e dell'essere impresa Cooperativa: il primo Bilancio Sociale risale al 2006. Lo sviluppo sostenibile guida le strategie di medio-lungo periodo, con un impegno a dare il proprio contributo rispetto agli SDGs (Obiettivi di Sviluppo Sostenibile) individuati dall'Agenda Onu 2030.

Fruttage ha deciso di scegliere per i propri prodotti confezioni il più possibile compatibili con l'ambiente, come il Tetra Pak con cartone 100% FSC per bevande e derivati del pomodoro o l'innovativo pack interamente compostabile per le verdure surgelate, certificato Ok Compost, realizzato in bioplastica. L'impegno di Fruttage si esprime anche attraverso una visione globale, volta a rendere tutti i processi aziendali sempre più sostenibili: ridurre i consumi di energia e di acqua, limitare gli scarti di produzione, aumentare l'efficienza. Sui temi della qualità e del benessere alimentare, oltre alle numerose certificazioni, Fruttage si impegna nello sviluppo del biologico: il 24% della frutta e della verdura trasformate è biologica e sottoposta a numerosi controlli. L'azienda si impegna, inoltre, nel promuovere una corretta alimentazione e stili di vita sostenibili con progetti dedicati in particolare alle nuove generazioni, come il progetto Educational, che dal 2014 ha coinvolto oltre 600 classi di studenti. Nel 2020 Fruttage ha aderito al "Patto contro lo Spreco Alimentare" promosso da Too Good To Go in occasione della Giornata nazionale di prevenzione dello spreco alimentare, il 5 febbraio. Con l'adozione dell'"Etichetta Consapevole" per i prodotti a marchio Almaverde Bio e Il Giardino dei Sapori e la sottoscrizione dell'accordo "Fabbrica contro lo spreco", l'azienda ha rafforzato ulteriormente il proprio impegno per una filiera più giusta e sostenibile, mettendo a disposizione di Too Good To Go i prodotti rimasti in giacenza.



## La Doria

L'impegno nella riduzione degli impatti ambientali delle produzioni ed il loro monitoraggio sono al centro della Politica Ambientale di La Doria, azienda italiana produttrice di conserve alimentari.

Negli anni sono state introdotte diverse innovazioni che hanno consentito di ridurre il consumo di energia da rete elettrica in favore di quella autoprodotta, ad esempio da impianti fotovoltaici e da cogenerazione. La Doria, inoltre, collabora con uno dei suoi principali fornitori alla realizzazione di packaging ottenuti da materie prime rinnovabili e vegetali, come la plastica ricavata dalla canna da zucchero. Nella prospettiva di ridurre gli sprechi anche in fase di coltivazione, sono state realizzate una serie di attività di sensibilizzazione e formazione degli agricoltori circa l'utilizzo di soluzioni tecnologiche e digital che facilitano il monitoraggio delle condizioni dei campi coltivati. Con le Organizzazioni di Produttori di pomodoro ha realizzato nel 2020 un'attività finalizzata alla promozione della certificazione GLOBALG.A.P. GRASP, che valuta indicatori riferiti ai potenziali rischi sociali di aziende agricole. Confermata anche nel 2020 la certificazione Friend of the Earth per pomodori e ceci (Italia), che promuove modelli per ridurre l'impatto ambientale dell'agricoltura e sul rispetto dei lavoratori impiegati lungo tutta la catena produttiva. Sulla filiera del pomodoro è attivo anche un sistema di monitoraggio dei rischi realizzato con il supporto dell'ente di certificazione SGS e basato sulle indicazioni fornite dalla ISO 26000 "Guidance on social responsibility", che consente di identificare i fornitori caratterizzati da alti profili di rischio per le condizioni di lavoro.

L'azienda collabora con associazioni no profit alle quali devolve parte dei prodotti sani e conformi al consumo ma che non possono essere commercializzati. Nel corso dell'emergenza Covid-19, La Doria ha offerto supporto alla comunità attraverso donazioni di prodotti ad enti caritatevoli come il Banco Alimentare e liberalità a sostegno delle Regioni Campania ed Emilia Romagna, nonché un sostegno diretto all'Ospedale Cotugno di Napoli. [www.gruppolaoria.it/IT/csr/bilancio-di-sostenibilita.xhtml](http://www.gruppolaoria.it/IT/csr/bilancio-di-sostenibilita.xhtml)



## Lucart

Lucart è un'azienda storica che opera nel settore della produzione della carta.

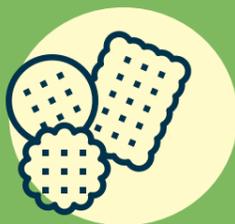
Grazie a numerose iniziative e investimenti ha ridotto l'impatto delle proprie attività, con importanti risultati in termini di riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> e di NO<sub>x</sub>, diminuzione dei rifiuti per tonnellata di carta prodotta, miglioramento l'utilizzo delle risorse idriche ed energetiche, incrementato l'utilizzo di carta da riciclo. Nel 2020 ha investito in un nuovo impianto di cogenerazione ad alto rendimento nello storico stabilimento di Diecimo (LU). Sempre nel 2020 ha adottato nuove linee guida per il Packaging Sostenibile che contribuiranno al raggiungimento dell'obiettivo del 100% di imballaggi riciclabili o compostabili entro il 2025. La strategia aziendale si integra perfettamente all'interno del quadro di azione delineato dagli SDGs, che rappresentano il punto di riferimento delle scelte adottate; Lucart ha inoltre aderito al Global Compact Network Italia delle Nazioni Unite, impegnandosi a condividere, sostenere e applicare i dieci principi ivi espressi per favorire lo sviluppo di un'economia mondiale sana e sostenibile.

L'emergenza coronavirus ha costretto molti studenti a seguire le lezioni scolastiche attraverso la didattica a distanza e ciò ha inevitabilmente generato una disparità di opportunità tra gli studenti già dotati di adeguata strumentazione e coloro che non lo erano. Ritenendo che la formazione sia un diritto primario e in osservanza alle proprie politiche di inclusione, Lucart è scesa in campo mettendo a disposizione gratuitamente dei computer portatili da distribuire alle famiglie con figli impegnati nella didattica a distanza. Inoltre, attraverso il marchio Tenderly, Lucart aderisce al progetto Riscriviamo il Futuro di Save the Children, la campagna nata per combattere la povertà educativa con cui sono state donate 22.000 confezioni di prodotti (carta igienica, fazzoletti e asciugatutto a marchio Tenderly), distribuiti su tutto il territorio nazionale.



## Sofidel

Il Gruppo Sofidel, uno dei leader mondiali nella produzione di carta tissue per uso igienico e domestico, considera la sostenibilità una leva strategica di sviluppo e di crescita. Nel 2008 è stata la prima azienda manifatturiera italiana, e la prima al mondo nel settore del tissue, ad aver aderito al programma internazionale WWF Climate Savers per sviluppare su base volontaria strategie e tecnologie innovative al fine di ridurre le emissioni di gas serra. Tra il 2009 e il 2020, il Gruppo si è posto l'obiettivo di ridurre del 23% le emissioni dirette di CO<sub>2</sub> (carbon intensity), raggiungendolo e superandolo nel 2020 (-24%). Sempre nel 2020, gli obiettivi Sofidel di riduzione delle emissioni di gas a effetto serra sono stati riconosciuti da Science Based Targets initiative (SBTi) in linea con i livelli richiesti per raggiungere gli obiettivi dell'Accordo di Parigi. Questi obiettivi sono perseguiti attraverso un consistente impiego di energia elettrica rinnovabile e l'introduzione crescente di sistemi di ottimizzazione dei consumi di energia nei siti produttivi. Le attività di Ricerca e Sviluppo del Gruppo si sono concentrate sul progetto "Meno Plastica, più Sostenibilità" per ridurre del 50%, entro il 2030, l'incidenza dei materiali plastici nel processo produttivo. Nel 2020, è continuato l'impegno per ridurre ulteriormente lo spessore del film plastico utilizzato negli imballaggi dei prodotti e introdurre nuove confezioni in carta kraft, plastica riciclata o bioplastiche, arrivando a ridurre il consumo specifico di plastica convenzionale del 19,6% rispetto al 2013. In campo sociale è stato rinnovato e rafforzato il progetto educativo gratuito "Mi Curo di Te", promosso da WWF Italia e Sofidel attraverso il proprio marchio Regina, per trasmettere agli studenti l'amore per il nostro pianeta e sensibilizzarli sugli obiettivi dell'Agenda ONU 2030 attraverso approfondimenti sui temi "Foreste", "Acqua" e "Clima". Nel 2020, a causa dell'emergenza sanitaria da Covid-19, il Gruppo ha incrementato la sua azione in campo sociale: la donazione di 80 mila euro complessivi a quattro ospedali italiani e due spagnoli; la donazione di due ecografi all'ospedale di Lucca e di un ecografo e un elettrocardiografo all'ospedale di Gorizia; la donazione di carta per uso igienico e domestico in Italia, Europa e Stati Uniti a favore di persone in condizioni di disagio economico e sociale; il programma di aiuti #RiparticonPapernet che ha messo a disposizione 10 mila forniture gratuite di tovaglioli e dispenser a pizzerie con dipendenti in Italia.



## Vicenzi

Vicenzi Spa è un gruppo internazionale che nasce nel 1905 come piccolo forno a conduzione familiare, alle porte di Verona. Nel 2019, il Gruppo Vicenzi ha realizzato il primo Rapporto di Sostenibilità con l'obiettivo di creare un punto di partenza per definire le strategie di sostenibilità aziendali. Uno dei cardini del percorso di sostenibilità intrapreso dal Gruppo Vicenzi è rappresentato dalla gestione ambientale responsabile che si concretizza in:

- progetti di efficientamento energetico: sostituzione bruciatori dei forni con impianti modulari più efficienti, rinnovamento impianti con riduzione indiretta dei consumi, revisione impianti elettrico e fornitura gas gestione delle risorse idriche attraverso un costante impegno per l'ottimizzazione dei consumi e il periodico monitoraggio dei parametri rappresentativi dei processi produttivi soggetti a limitazioni legislative
- gestione dei rifiuti volta a incrementare la percentuale di rifiuti diretti a processi di recupero e a ridurre la quantità di imballaggi in ingresso negli stabilimenti per la conservazione delle materie prime utilizzate
- gestione delle emissioni connesse al riscaldamento globale attraverso il monitoraggio delle performance delle attività produttive in termini di emissioni di CO<sub>2</sub> distinguendo gli indicatori in emissioni dirette e indirette.

Per il Gruppo Vicenzi essere sostenibili significa anche contribuire allo sviluppo delle comunità locali, finanziando progetti e iniziative, eventi sportivi e culturali. Da più di 40 anni, infatti, il Gruppo sostiene il Festival Lirico Areniano; un contributo alla cultura e a un patrimonio nazionale che non è mancato nemmeno in questo anno molto particolare. E proprio per supportare la comunità di fronte all'emergenza Covid-19 il Gruppo ha contribuito devolvendo più di 5.000 merendine all'Associazione Banco Alimentare della Lombardia "Danilo Fossati" Onlus e ha rallegrato l'Epifania di 800 collaboratori socio-sanitari di Verona, donando prodotti di pasticceria. Il Gruppo, inoltre, è promotore dello sport e delle giovani generazioni; nel corso dell'anno sono state messe a disposizione 8 borse di studio per giovani cestisti pronti a distinguersi nella scuola e nello sport.



## DOpla

DOpla è un'azienda leader nella produzione di stoviglie e contenitori in plastica, bioplastica e carta per alimenti.

In ottica di miglioramento continuo dell'efficienza energetica dei processi e di maggiore sostenibilità ambientale, grazie alla partnership con ENEL X, nel 2020 DOpla ha installato un impianto di trigenerazione presso lo stabilimento di Casale sul Sile, entrato in funzione a febbraio 2021. Attraverso questo impianto, l'Azienda produce in contemporanea energia elettrica, termica e frigorifera a partire dalla combustione di gas metano, ottenendo benefici in termini di riduzione di utilizzo di energia fossile e quindi di emissioni: è stato stimato che verrà evitata una produzione di 3.430 tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente all'anno. L'impianto, inoltre, permette un minor consumo di risorse idriche mediante l'utilizzo di acque di raffreddamento negli impianti a circuito chiuso collegate all'assorbitore del trigeneratore.



## Bonifiche Ferraresi

B.F. S.p.A., azienda agricola e agroalimentare, è da sempre impegnata nello sviluppo delle migliori pratiche che permettono di operare nel pieno rispetto dell'ambiente, delle sue materie prime e delle comunità di riferimento. Avendo nel rapporto con la terra un elemento chiave e vincente del suo modello di business, ogni progetto o investimento rappresenta un progetto di comunità che deve essere sviluppato con obiettivi di lungo termine e quindi pensato per il bene delle generazioni future. A questo proposito, B.F. S.p.A. applica su tutti i suoi 7.000 ettari i principi più avanzati dell'Agricoltura 4.0 come la Precision Farming ed è in grado di garantire al consumatore la totale trasparenza e tracciabilità dei prodotti presenti sugli scaffali.

Il progetto Green Energy Farming ha permesso a Bonifiche Ferraresi di essere la prima grande azienda agricola ad essere 100% Carbon free. Sulla base di questa esperienza la società ha sviluppato insieme al GSE la Carta di Sostenibilità Agricola (CSA), che rappresenta la prima mappa degli standard per il settore agricolo mirati a determinare modelli di gestione responsabile di energia (elettrica, termica e combustibili), risorse idriche e di materie prime alla base delle attività delle aziende agricole.

B.F. S.p.A. tutela le risorse naturali e l'ambiente attraverso:

- Agricoltura di precisione (migliora la fertilità dei terreni, riduce l'uso di fertilizzanti, ottimizza risorse idriche) e circolare (uso dei reflui zootecnici per la concimazione del terreno).
- Tutela della biodiversità (ampliamento gamma specie coltivate e no uso pratiche fitosanitarie).
- Packaging sostenibile (carta certificata FSC per gli imballaggi di tisane, integratori alimentari e astucci del riso, ricerca per eliminare la plastica non riciclabile dalle confezioni di legumi e cereali).
- Obiettivi energetici (azzeramento della dipendenza energetica dal mercato, uso dell'energia elettrica autoprodotta da fotovoltaico).
- Filiera corta (tracciabilità della filiera e riduzione dei passaggi tra gli operatori).

## Benessere animale e **senza antibiotico**

**Conad lavora con i propri fornitori per implementare condizioni negli allevamenti superiori ai requisiti previsti per legge.**

Conad è molto sensibile e attiva sui temi del benessere animale, un impegno concreto che guida l'insegna ogni giorno in un progressivo **percorso di miglioramento volto ad offrire nei propri punti vendita sempre più prodotti provenienti da allevamenti con condizioni superiori ai requisiti previsti per legge.**

La qualità di un prodotto alimentare è infatti strettamente correlata al benessere degli animali da cui proviene; seguire buone prassi -oltre a ridurre inutili sofferenze- contribuisce a rendere gli animali più sani ed elevare la qualità delle produzioni. La salute degli animali è influenzata da diversi fattori, come le condizioni di allevamento, lo spazio a loro disposizione, la densità, le condizioni di trasporto e i metodi di stordimento e abbattimento.

Conad lavora con i propri fornitori per implementare condizioni negli allevamenti superiori ai requisiti previsti per legge, come «Allevati senza uso di antibiotici» l'offerta di filiera Percorso Qualità che garantisce carni di suino e poltame provenienti da allevamenti che applicano le migliori pratiche di gestione al fine di escludere il ricorso all'utilizzo degli antibiotici sin dalla nascita, tratto distintivo di Conad sul mercato.

Nel 2020 Conad ha offerto **59 referenze "senza antibiotico" per un fatturato di 32 milioni di euro**, con un incremento del 42% rispetto l'anno precedente. Le tre filiere in cui si concretizza l'impegno di Conad sono quelle delle carni, dei prodotti ittici con alcuni produttori e delle uova.

### Le cinque libertà del Benessere animale

Il benessere può essere considerato rispettato se gli animali sono in buona salute, si sentono bene e sono liberi dal dolore, come viene descritto dalle **"Cinque libertà"**.

- 1** **Prima libertà: dalla fame, dalla sete e dalla cattiva nutrizione**  
garantendo all'animale l'accesso ad acqua fresca e ad una dieta che lo mantenga in piena salute
- 2** **Seconda libertà: di avere un ambiente fisico adeguato**  
dando all'animale un ambiente che includa riparo e una comoda area di riposo
- 3** **Terza libertà: dal dolore, dalle ferite, dalle malattie**  
prevenendole o diagnosticandole/trattandole rapidamente
- 4** **Quarta libertà: di manifestare le proprie caratteristiche comportamentali specie-specifiche**  
fornendo all'animale spazio sufficiente, strutture adeguate e la compagnia di animali della propria specie
- 5** **Quinta libertà: dalla paura e dal disagio**  
assicurando all'animale condizioni e cura che non comportino sofferenza psicologica.

### CARNI

In quanto uno degli ambiti di impegno prioritari per Conad, già oggi molte referenze e in particolare quelle a marchio "Verso Natura" contemplano tecniche di allevamento attente al benessere degli animali.

Come massima espressione dell'attenzione di Conad alla qualità, alla sicurezza e salubrità dei propri prodotti, la linea Conad Percorso Qualità rappresenta l'eccellenza anche in questo ambito. È sotto questo marchio che troviamo infatti anche una molteplicità di prodotti attenti alle diverse sfere del benessere animale: dai capi allevati senza uso di antibiotici dalla nascita alla garanzia di maggiori spazi di allevamento; dall'impiego di arricchimenti ambientali come le balle di paglia per favorire i comportamenti naturali alle tecniche a lento accrescimento. In questo modo Conad riesce a garantire un'ampia offerta rispettosa del benessere animale e rispondente alle esigenze anche delle persone più attente.

Conad ha inoltre avviato con i suoi fornitori un percorso per strutturare una filiera in cui verranno misurati anche indicatori del benessere animale per gli allevamenti di bovino e vitello.

### UOVA

Anche nel segmento uova, il benessere animale ha rappresentato per Conad una priorità nella definizione della strategia di sviluppo del prodotto e del relativo assortimento: a partire dalla primavera 2018, in tutta la rete dei punti vendita, sono state eliminate le uova da allevamento in gabbia dall'assortimento della marca commerciale, per poi intervenire l'anno successivo in modo analogo anche sull'assortimento delle uova a marchio del produttore. A questo si aggiunge una referenza **"senza l'utilizzo di antibiotici"**, garanzia dell'assenza di antibiotici durante tutto il ciclo di vita di pulcini e galline. L'insegna sta lavorando anche per incrementare l'utilizzo di uova provenienti da galline allevate a terra nelle linee di prodotto MDD in cui l'uovo rappresenta l'ingrediente predominante della preparazione, come paste fresche e secche all'uovo a marchio Conad e Sapori&Dintorni Conad e piatti pronti surgelati Conad.



### CASO ESEMPIO:

#### I polli "senza antibiotico" di Conad Percorso Qualità

1. Vivono a terra e sono liberi di muoversi e hanno maggior spazio in allevamento.
2. Crescono naturalmente senza l'utilizzo di farmaci e sono allevati senza l'uso di antibiotici.
3. Crescono in ambienti illuminati da luce naturale.
4. Sono stimolati da arricchimenti ambientali con cui interagire come le balle di fieno e i truciol di legno, per favorire i comportamenti naturali.
5. La filiera è certificata Conad Percorso Qualità.
6. La filiera è 100% italiana.

### ITTICO

Nel settore ittico più che in altri ambiti il "senza antibiotico" è possibile solo in condizioni di benessere animale: rispetto delle densità, parametri delle acque e etologia della specie. Coerentemente con il suo modo di essere, Conad privilegia l'allevamento in Italia e, laddove possibile, ha sempre sviluppato filiere in Italia. I prodotti sfusi a marchio Conad sono tutti di filiera controllata Percorso Qualità (orata, branzino, ombrina bocca d'oro).

Ai propri fornitori, Conad chiede, e per alcuni produttori di orate e branzini ha già ottenuto, il senza antibiotico dalla nascita non ammettendo il senza antibiotico per 4 o 6 mesi di allevamento, poiché ritenuta condizione non coerente con i principi del benessere animale a fronte di un ciclo di vita di 24 mesi oltre ad essere poco trasparente nei confronti del consumatore.

La sfida che è stata intrapresa nei prodotti della marca commerciale è anche quella di usare sempre più materia prima ittica certificata con **MSC, ASC e FOS**, i programmi di certificazione più accreditati del mondo, a sostegno della sostenibilità e tracciabilità del pesce.

Conad sta sviluppando il prodotto a marchio e la filiera in altre importanti produzioni sempre nell'ottica della sostenibilità ambientale, grazie anche ad un continuo dialogo tra produzione e distribuzione che innesca un meccanismo win-win: Conad crea la domanda che consente ai fornitori di consolidare l'offerta.



## 2.3 Punti Vendita

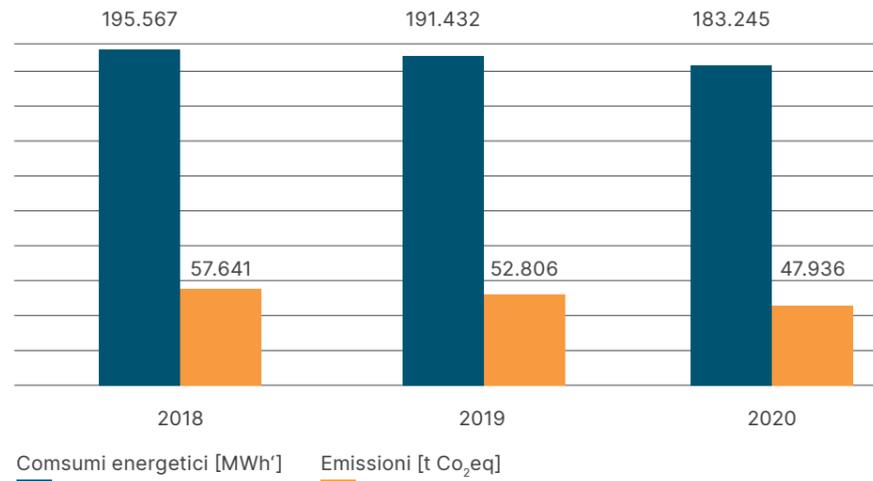
Il punto vendita per Conad rappresenta a tutti gli effetti una piattaforma relazionale, dove Soci e clienti collaborano per rispettare l'ambiente. E per acquisire con naturalezza azioni semplici da mettere in pratica ogni giorno in ottica green.

### Consumi dei Punti Vendita

Il Consorzio Conad offre la possibilità alle Cooperative e ai punti di vendita di aderire a un **contratto di fornitura nazionale per l'approvvigionamento di energia elettrica**, con l'obiettivo di offrire prezzi di acquisto dell'energia più competitivi, aggregando un numero crescente di punti di fornitura e, di riflesso, un volume importante di energia. Grazie a questa possibilità e alla collaborazione con la società PLS Operations, Conad è in grado di monitorare i consumi energetici di numerosi punti vendita: ben **1.087 sono stati oggetto di fornitura<sup>7</sup> sotto il perimetro del contratto nazionale per tutto il 2020** (rispetto ai 929 del 2019), mentre il totale delle utenze rifornite tramite Consorzio, anche in corso anno, è stato pari a 1.645.

Il confronto dei consumi e delle emissioni del triennio 2018-2020, realizzato su un campione di **368 punti di vendita** che hanno aderito al contratto nazionale in tutti i dodici mesi delle tre annualità, evidenzia una riduzione rispettivamente del 4% e del 9%.

| Punti vendita                    | 2018    | 2019    | 2020    | Confronto 2020/2019 |
|----------------------------------|---------|---------|---------|---------------------|
| Consumi energia elettrica [MWh]  | 195.567 | 191.432 | 183.245 | -4%                 |
| Emissioni [t CO <sub>2</sub> eq] | 57.641  | 52.806  | 47.936  | -9%                 |

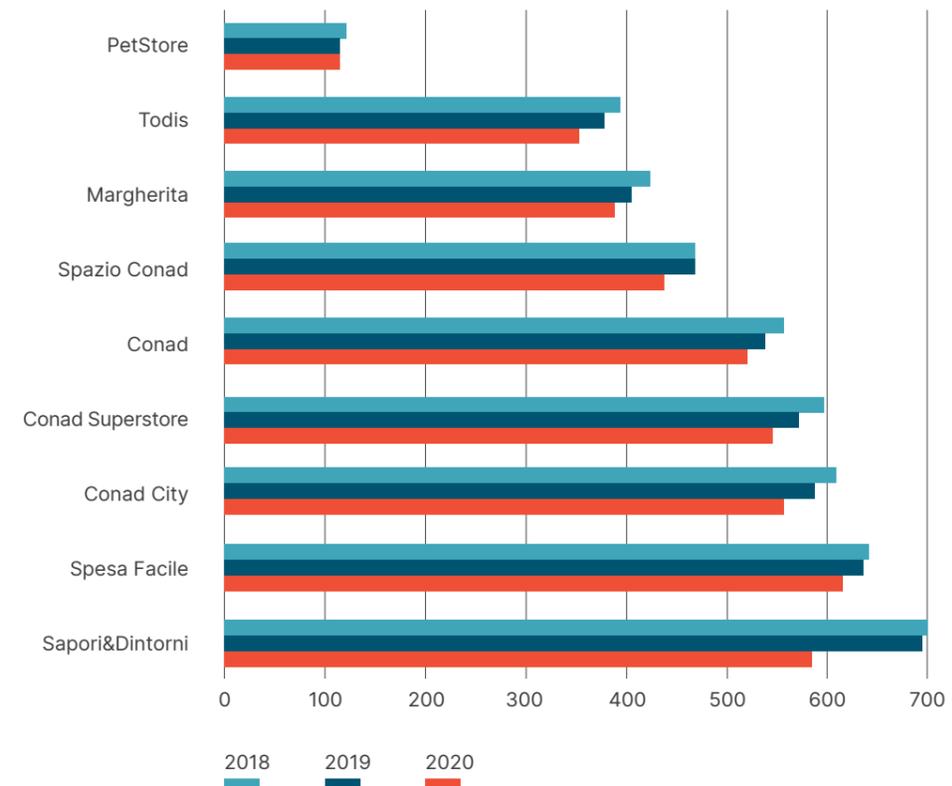


Anche l'indicatore di consumo per unità di superficie registra una riduzione del 4%. Questa riduzione complessiva dei consumi riflette un andamento analogo riscontrabile in tutti i concept del sistema Conad.

| Punti vendita   | 2018 | 2019 | 2020 | Confronto 2020/2019 |
|---|------|------|------|---------------------|
| Consumo per unità di superficie (kWh/m <sup>2</sup> ) | 563  | 549  | 529  | -4%                 |

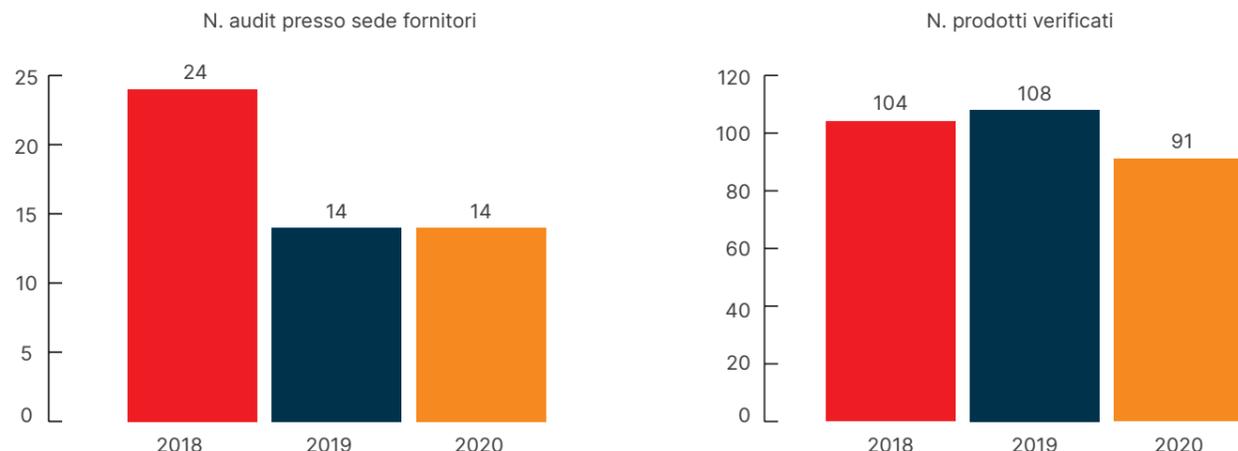
<sup>7</sup> Insegne Conad, Conad City, Conad Superstore, Margherita, Petstore Conad, Saporì & Dintorni, Spazio Conad, Spesa Facile e Todis

Consumo per unità di superficie [KWh/m<sup>2</sup>]



## Gestione dei materiali di consumo

Il Consorzio funge da centrale d'acquisto degli imballaggi e delle shopper dei reparti freschi e freschissimi per le Cooperative e per i punti di vendita. All'interno dei capitolati di gara per l'acquisto dei materiali di confezionamento dei prodotti freschi e freschissimi dei reparti macelleria, ortofrutta e gastronomia, il Consorzio prevede delle **particolari specifiche tecniche che riguardano la qualità dei materiali utilizzati**. A valle dell'acquisto, vengono realizzati dei controlli a campione per verificare la rispondenza dei prodotti alle specifiche tecniche richieste nel capitolato. Nel 2020, nonostante le restrizioni e le difficoltà legate all'emergenza sanitaria, sono stati eseguiti 14 audit presso i fornitori di materiali, per un totale di 91 prodotti verificati.



|                                     | 2018               | 2019               | 2020               |
|-------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| <b>Shopper (n° pezzi)</b>           | <b>327.824.736</b> | <b>400.063.750</b> | <b>392.681.572</b> |
| Carta                               | 0,7%               | 0,4%               | 0,3%               |
| Biodegradabili                      | 98,3%              | 98,4%              | 98,5%              |
| Riutilizzabili                      | 1,1%               | 1,2%               | 1,2%               |
| <b>Sacchetti e Fogli (n° pezzi)</b> | <b>873.712.346</b> | <b>970.216.686</b> | <b>939.267.650</b> |
| Carta                               | 61,1%              | 62,1%              | 59,5%              |
| Biodegradabili                      | 38,3%              | 37,6%              | 40,1%              |
| Plastica                            | 0,6%               | 0,2%               | 0,4%               |
| <b>Vaschette (n° pezzi)</b>         | <b>207.231.912</b> | <b>233.491.816</b> | <b>256.830.023</b> |
| Polistirolo                         | 87,5%              | 85,5%              | 85,3%              |
| R-PET                               | 12,0%              | 14,0%              | 14,2%              |
| Cartoncino                          | 0,5%               | 0,6%               | 0,5%               |

### SHOPPER

Le shopper e i sacchetti per l'ortofrutta utilizzati nei punti vendita vengono realizzati in Mater-Bi: le loro caratteristiche vengono verificate da Legambiente che per questo rilascia il suo logo. Si è stimato che nel 2020 le emissioni di gas serra evitate grazie all'introduzione delle shopper e dei sacchetti biodegradabili in sostituzione di quelli in plastica ammontano a 10.142 tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente.

### VASCHETTE

Nel 2020 la percentuale di plastica riciclata da post consumo (R-Pet) contenuta nelle vaschette gastronomia è passata dal 30% al 50%. Per la realizzazione di queste vaschette sono state utilizzate circa 283 tonnellate di PET riciclato, equivalenti a oltre 5,6 milioni di bottiglie d'acqua da 1,5l.

| Kg di R-Pet utilizzato nelle vaschette della gastronomia |         |
|--|---------|
| 2019   | 2020    |
| 247.748  | 283.791 |

### DIGITALIZZAZIONE DEI VOLANTINI

Conad definisce direttamente con le cartiere gli standard tecnico-qualitativi della carta utilizzata per i suoi volantini. Il **100% della carta utilizzata è certificata PEFC e una parte di questa è composta da materiale riciclato**. Nel 2020 sono stati stampati circa **735 milioni di volantini**, utilizzando oltre 31,8 mila tonnellate di carta, circa l'8% in meno rispetto al 2019. Anche per il 2020 PEFC ha rilasciato a Conad una certificazione in cui si attesta che:

- l'utilizzo di carta riciclata per i volantini consente di preservare circa 526 ettari di foresta che corrispondono alla superficie di 719 campi da calcio
- la parte vergine contenuta nella carta corrisponde ad una superficie forestale ripiantata di 747 ettari, l'equivalente di 1.099 campi di calcio (la certificazione PEFC garantisce il rimboscimento della foresta tagliata)
- la superficie di 747 ettari ripiantati consente di assorbire circa 37.398 tonnellate di CO<sub>2</sub> durante il ciclo di vita trentennale di una foresta.

La strategia di riduzione dei consumi di materiali utilizzati nei punti vendita si concretizza anche con la **promozione dell'utilizzo della versione digitale dei volantini**, che possono essere consultati tramite sfogliatori digitali (Dove Conviene, Promo Qui, Volantino Facile) e tramite il sito Conad. Nel 2020 le letture digitali sono state oltre 41 milioni, di cui 28 milioni da sfogliatori digitali e 13 milioni da sito.

Letture digitali dei volantini Conad

**41.212.885** di cui:  
**28 milioni** da sfogliatori digitali  
**13 milioni** da sito Conad

### SACCHETTI CARTA

Il 100% dei sacchetti in carta utilizzati nei punti vendita può essere smaltito nella carta ed è stato testato e verificato secondo gli standard di riciclabilità ATICELCA. Sui sacchetti, inoltre, viene riportata l'indicazione per il corretto smaltimento. La finestra viene realizzata in materiale biodegradabile.

Anche nel 2020 tutti i materiali del reparto freschi e freschissimi che utilizzano cellulosa sono certificati PEFC (*Program for Endorsement of Forest Certification*) o FSC (*Forest Stewardship Council*): oltre ai sacchetti anche scontrini e bobine asciuga tutto utilizzate per la pulizia.



## Conad per una mobilità sostenibile

In Italia alla data del 31/12/2020 il totale delle Infrastrutture di Ricarica (IdR) per veicoli elettrici era 9.709 con un totale di punti di ricarica pari a 19.324. L'80% del totale IdR è installato su suolo pubblico mentre solo il 20% su suolo privato ad uso pubblico (es. supermercati, centri commerciali, outlet). In questo scenario, Conad ha rinnovato anche nel 2020 il protocollo d'intesa con Enel-X per **favorire lo sviluppo e la diffusione della mobilità elettrica** nell'ambito del progetto **"Insieme per l'ambiente"**.

La rete di colonnine elettriche attive nel 2020 all'interno dei parcheggi dei punti vendita Conad conta 109 installazioni di ricarica, di cui 82 di tipo "quick", con potenza fino a 25 (22+3) kW, e 27 di tipo "fast" fino a 50 kW, per un **totale di ricariche effettuate nel corso del 2020 pari a 17.536** (+55% rispetto al 2019).

| Colonnine elettriche attive      | 2018         | 2019          | 2020          |
|----------------------------------|--------------|---------------|---------------|
| <b>Totale colonnine</b>          | <b>30</b>    | <b>83</b>     | <b>109</b>    |
| di cui                           |              |               |               |
| Polestation                      | 16           | 58            | 82            |
| Fast Recharge                    | 14           | 25            | 27            |
| <b>N. ricariche totali</b>       | <b>1.829</b> | <b>11.290</b> | <b>17.536</b> |
| Tempo medio di ricarica (minuti) | 41           | 59            | 71            |
| kWh ricaricati                   | 23.693       | 145.646       | 271.092       |

## Contrasto allo spreco alimentare

Anche nel 2020 sono proseguite le attività delle Cooperative per il **recupero di beni alimentari** non più vendibili per diverse ragioni (deperibilità dei prodotti, imperfezioni negli imballi esterni, necessità di avere sempre prodotti freschi, ecc.), ma ancora buoni per essere consumati.

Le collaborazioni possono avvenire in forma diretta con gli enti e i soggetti no-profit che ne beneficiano o mediante circuiti virtuosi di recupero delle eccedenze come **Last Minute Market e Banco Alimentare**, attraverso cui vengono destinate derrate alimentari al mondo delle associazioni. Il sostegno alle persone in difficoltà si concretizza anche attraverso **donazioni di derrate alimentari** alla Caritas, alla Croce Rossa e numerose altre associazioni di volontariato sparse nei diversi territori.

Valore economico del cibo recuperato

**5.374.288 euro**

## Fidelizzazione

È possibile cambiare il mondo anche attraverso un piccolo gesto alla volta. Con questo spirito Conad seleziona anche per le iniziative di collezionamento in punto vendita un assortimento di prodotti per stimolare comportamenti attenti e rispettosi dell'ambiente. In collaborazione con Tupperware Italia e con la raccomandazione di Legambiente, nel 2020 è stata lanciata l'iniziativa **"Colleziona buone abitudini: usa, riusa e riduci gli sprechi, ogni giorno"**, ulteriore conferma dell'impegno dell'insegna nel sostenere e valorizzare le buone pratiche per un futuro sostenibile. L'iniziativa ha promosso l'utilizzo di beni durevoli, incentivandone il loro riutilizzo, attraverso una raccolta premi costituita dai contenitori riutilizzabili Tupperware. Conad fidelizza nel pieno rispetto dell'ambiente anche attraverso il catalogo miPremio: nel 2020 all'interno del catalogo miPREMIO è presente una sezione di premi chiamata "Eco-idee", dove i **clienti hanno la possibilità di scegliere tra un'ampia offerta di premi che vogliono bene alla natura**.

Questo impegno verrà rafforzato nel 2021, attraverso lo sviluppo di iniziative non solo ideate per "educare" il cliente a piccoli e semplici gesti amici dell'ambiente, ma anche attraverso l'offerta di un catalogo premi 100% made in Italy.

## 2.4 Consorzio e Cooperative

### Consumi del sistema Conad

Gli impatti ambientali del complesso e articolato sistema Conad vengono generati da tutte le attività svolte da Consorzio e Cooperative nelle sedi, nei CeDi e negli hub logistici, dal trasporto dei prodotti dai fornitori ai magazzini e poi ai punti vendita, fino ai consumi degli stessi punti vendita dei Soci imprenditori.

**Una rete capillare sul territorio che assicura ogni giorno in tutta Italia prodotti garanzia di freschezza, qualità e sicurezza, dal produttore fino al carrello.** Complessivamente nel 2020 tutte queste attività hanno generato l'emissione di **circa 219 mila tonnellate di CO<sub>2</sub>eq**.

I consumi e le emissioni sono cresciuti rispettivamente del 8,7% e del 2,8%, soprattutto in virtù dell'aumento della componente logistica che nel 2020 ha visto un incremento della quantità di merce trasportata ai magazzini e poi ai punti vendita (+19 nel 2020).

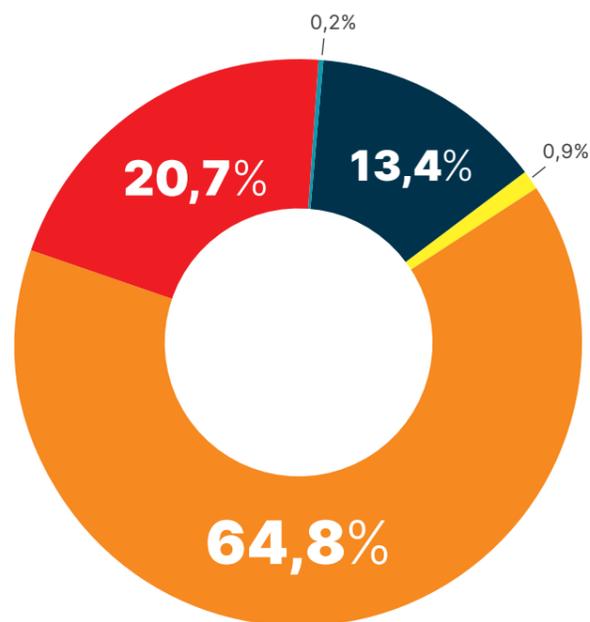
| Emissioni [t CO <sub>2</sub> eq] | 2018           | 2019           | 2020           |
|----------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Consorzio                        | 531            | 491            | 406            |
| Cooperative                      | 24.122         | 29.992         | 29.724         |
| Hub                              | 1.608          | 1.545          | 1.597          |
| Trasporto prodotti               | 118.990        | 128.176        | 139.313        |
| Punti vendita <sup>8</sup>       | 57.641         | 52.806         | 47.936         |
| <b>Totale</b>                    | <b>202.892</b> | <b>213.010</b> | <b>218.976</b> |

| Consumi [GJ]               | 2018             | 2019             | 2020             |
|----------------------------|------------------|------------------|------------------|
| Consorzio                  | 7.637            | 7.210            | 6.030            |
| Cooperative                | 354.834          | 405.807          | 426.174          |
| Hub                        | 23.793           | 27.619           | 29.765           |
| Trasporto prodotti         | 1.675.326        | 1.797.843        | 2.061.208        |
| Punti vendita <sup>8</sup> | 704.043          | 689.155          | 659.683          |
| <b>Totale</b>              | <b>2.765.632</b> | <b>2.927.635</b> | <b>3.182.860</b> |

La logistica rappresenta la voce principale in termini di impatti, il 64% del totale, anche in funzione del numero di punti vendita considerati, un campione che rappresenta circa l'11% dei 3.305 punti vendita Conad.

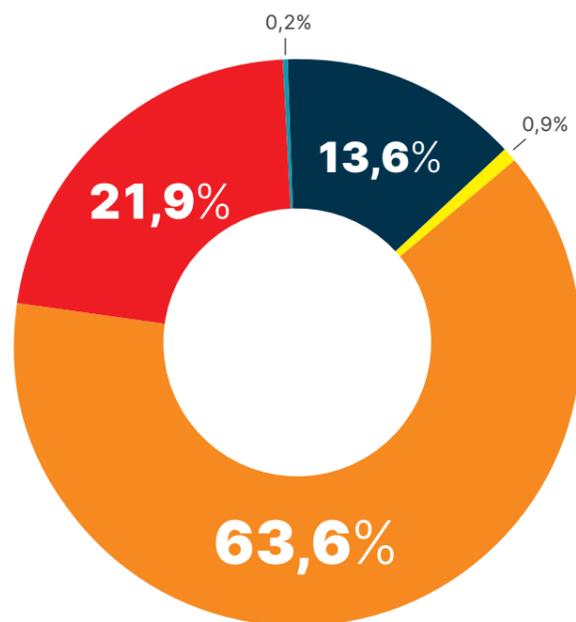
<sup>8</sup> Sono stati considerati i 368 Punti Vendita che hanno aderito al contratto di fornitura nazionale per l'approvvigionamento dell'energia elettrica per tutti i 12 mesi degli anni 2018, 2019 e 2020.

### Consumi Conad 2020



Consorzio Hub Punt Vendita  
Cooperative Trasporto prodotti

### Emissioni GHG Conad 2020



Consorzio Hub Punt Vendita  
Cooperative Trasporto prodotti

| Emissioni [t CO <sub>2</sub> eq] | 2018           | 2019           | 2020           |
|----------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Scope 1                          | 7.177          | 10.739         | 11.278         |
| Scope 2                          | 76.650         | 74.019         | 68.364         |
| Scope 3                          | 119.064        | 128.252        | 139.334        |
| <b>Totale</b>                    | <b>202.892</b> | <b>213.010</b> | <b>218.976</b> |

Le emissioni dirette di Scope 1 includono i consumi termici di Cooperative, Consorzio e Hub, il consumo di carburante nelle auto aziendali e i rabbocchi di gas refrigerante; le indirette di Scope 2 i consumi elettrici di Cooperative, Consorzio, Hub e Punt Vendita; le indirette di Scope 3 comprendono la logistica e i viaggi di lavoro del Consorzio in aereo e treno.

### Consumi del Consorzio

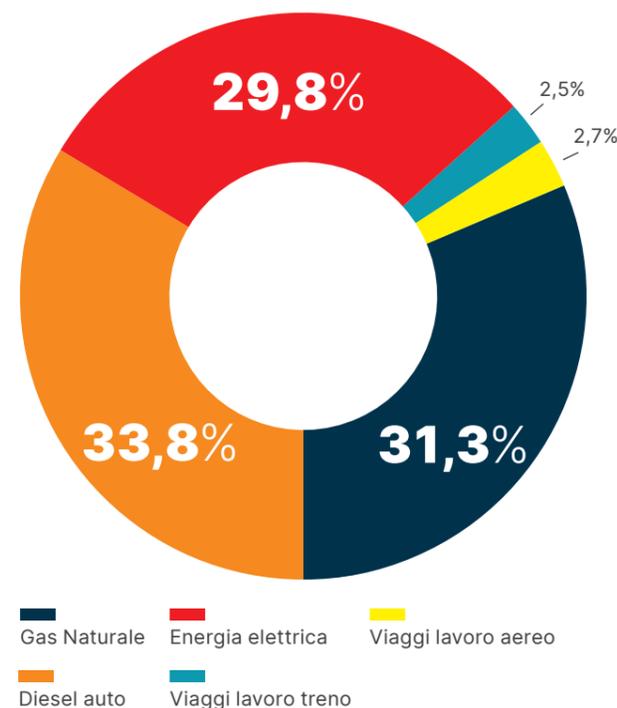
#### EMISSIONI GHG

Il Consorzio nazionale ha sede a Bologna, in via Michelino 59, in un edificio di sei piani, di circa 5 mila metri quadrati destinati interamente ad uso ufficio. A marzo 2020 è entrata in funzione una nuova sede in via Bertini 21 che ospita le funzioni amministrative e legali. Nella rendicontazione degli impatti ambientali 2020 sono state incluse le principali fonti emissive delle due sedi: l'energia utilizzata per la climatizzazione invernale ed estiva e i consumi legati ai viaggi lavoro in auto, treno e aereo.

Le emissioni 2020 ammontano a circa 406 tonnellate di CO<sub>2</sub>eq, segnando un -17,3% rispetto al 2019.

| Emissioni GHG (t CO <sub>2</sub> eq) | 2018       | 2019       | 2020       |
|--------------------------------------|------------|------------|------------|
| Gas naturale                         | 130        | 123        | 127        |
| Diesel autovetture                   | 191        | 166        | 137        |
| Treno                                | 22         | 27         | 10         |
| Aereo                                | 53         | 48         | 11         |
| Energia elettrica <sup>9</sup>       | 136        | 126        | 121        |
| <b>Emissioni totali</b>              | <b>531</b> | <b>491</b> | <b>406</b> |

### Emissioni GHG Conad 2020



Gas Naturale Energia elettrica Viaggi lavoro aereo  
Diesel auto Viaggi lavoro treno

Fatta eccezione per i consumi di gas naturale, tutte le voci di consumo nel 2020 hanno registrato una diminuzione, soprattutto quelle legate ai viaggi di lavoro (auto, treno, aereo), che si sono notevolmente ridotti a causa della pandemia. Le emissioni legate all'utilizzo delle auto aziendali rappresentano ancora una voce importante del totale riferito al Consorzio, con un numero di veicoli utilizzati passato da 32 nel 2019 a 37 nel 2020. È stata avviata dal Consorzio un'azione di rinnovamento della flotta veicoli che punta all'utilizzo di soluzioni a minore impatto ambientale come le auto con motorizzazione ibrida.

<sup>9</sup> Tutti i consumi elettrici riportati in questo documento sono calcolati secondo l'approccio location-based

## Consumi energetici e viaggi di lavoro

La riduzione delle emissioni è la diretta conseguenza della diminuzione dei consumi: 6.030 GJ nel 2020, -16,4% rispetto al 2019. Nel 2020 gli spostamenti in treno e aereo si sono ridotti rispettivamente del 62% e del 78%.

| Consumi            | UM             | 2018    | 2019                  | 2020    |
|--------------------|----------------|---------|-----------------------|---------|
| Gas naturale       | m <sup>3</sup> | 63.500  | 60.315                | 62.184  |
| Diesel autovetture | litri          | 71.017  | 61.523                | 50.905  |
| Energia elettrica  | MW h           | 462     | 458                   | 462     |
| Treno              | km             | 448.337 | 565.180               | 211.999 |
| Aereo              | km             | 329.855 | 303.350 <sup>10</sup> | 67.808  |

| Consumi [GJ]       | 2018         | 2019              | 2020         |
|--------------------|--------------|-------------------|--------------|
| Gas naturale       | 2.242        | 2.129             | 2.195        |
| Diesel autovetture | 2.543        | 2.203             | 1.823        |
| Energia elettrica  | 1.662        | 1.648             | 1.662        |
| Treno              | 396          | 499               | 187          |
| Aereo              | 795          | 731 <sup>11</sup> | 163          |
| <b>Totale</b>      | <b>7.637</b> | <b>7.210</b>      | <b>6.030</b> |

## Materiali

L'effetto dovuto all'emergenza sanitaria da Covid-19 si manifesta anche nel consumo dei materiali, che si è **ridotto del 6,9% rispetto al 2019**; in particolare è diminuito l'utilizzo di carta per fotocopie e stampa e l'uso di plastica monouso (bottiglie e bicchieri), data la minore presenza di collaboratori in ufficio durante l'anno. L'aumento della categoria "materiali uso servizi igienici" è riconducibile principalmente all'adozione di norme igienico-sanitarie più stringenti rese necessarie per il contenimento della diffusione della pandemia, che hanno determinato un aumento dell'uso di prodotti per l'igienizzazione come, ad esempio, le salviettine igienizzanti per mani e superfici.

Il consumo di plastica per gli imballaggi delle spedizioni, in aumento rispetto al 2019, è indipendente dal numero di presenze in ufficio ed è legato prevalentemente alle attività svolte, tra cui principalmente il trasloco effettuato nel corso dell'anno verso la nuova sede delle funzioni Amministrative e Legali, durante il quale sono stati utilizzati imballaggi in plastica per la protezione degli oggetti trasportati o riposti nei magazzini.

| Materiali [kg]                           | 2018          | 2019          | 2020         |
|--|---------------|---------------|--------------|
| Carta fotocopie e stampa                 | 10.800        | 7.840         | 6.159        |
| di cui riciclata                         | 300           | 340           | 280          |
| Materiali uso servizi igienici           | 2.500         | 2.500         | 2.887        |
| Plastica monouso (bottiglie e bicchieri) | 2.103         | 2.215         | 74           |
| Plastica per imballaggi spedizioni       | 64            | 50            | 90           |
| Toner rigenerati                         | 6             | 1             | 1            |
| <b>Totale</b>                            | <b>15.473</b> | <b>12.606</b> | <b>9.211</b> |



<sup>10</sup> Dato aggiornato rispetto al bilancio precedente  
<sup>11</sup> Aggiornato rispetto al bilancio precedente.

## Consumi delle Cooperative

Anche per il 2020 la rendicontazione degli impatti ambientali delle cinque Cooperative (CIA-Commercianti Indipendenti Associati, CAD-Conad Adriatico, CCN-Conad Centro Nord, CNO-Conad Nord Ovest, PAC 2000A) ha incluso le sedi, gli uffici amministrativi e i magazzini. Complessivamente sono 34 le strutture considerate nell'analisi, per un totale di circa 770 mila metri quadri occupati.

Gli impatti ambientali generati dalle Cooperative includono:

- i consumi energetici per il riscaldamento delle strutture e lo svolgimento delle attività negli uffici e nei CeDi
- i rabbocchi dei fluidi refrigeranti, necessari per garantire il mantenimento della catena del freddo nei CeDi
- i consumi di carburante delle auto aziendali.

### EMISSIONI GHG

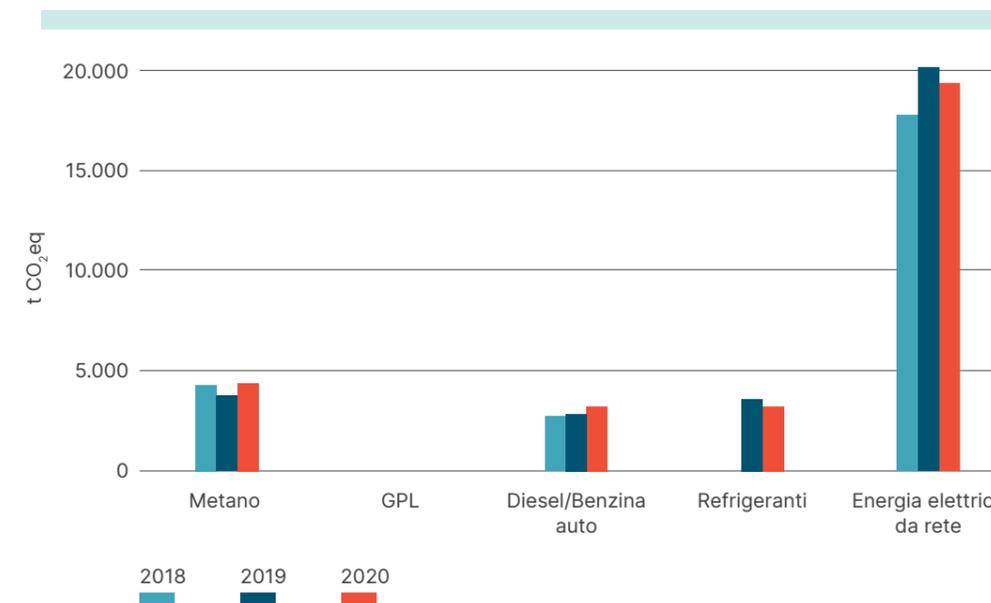
L'attività 2020 delle Cooperative ha generato circa **29.724 tonnellate di CO<sub>2</sub>eq**, l'1% in meno rispetto al 2019. Un dato che sale al -3,7% se nel totale 2020 si escludono le emissioni delle auto aziendali di CNO, che non erano comprese nei dati 2018 e 2019.

L'81% di queste emissioni viene generata dalle attività svolte nei CeDi (incluso le emissioni delle auto aziendali nelle sedi).

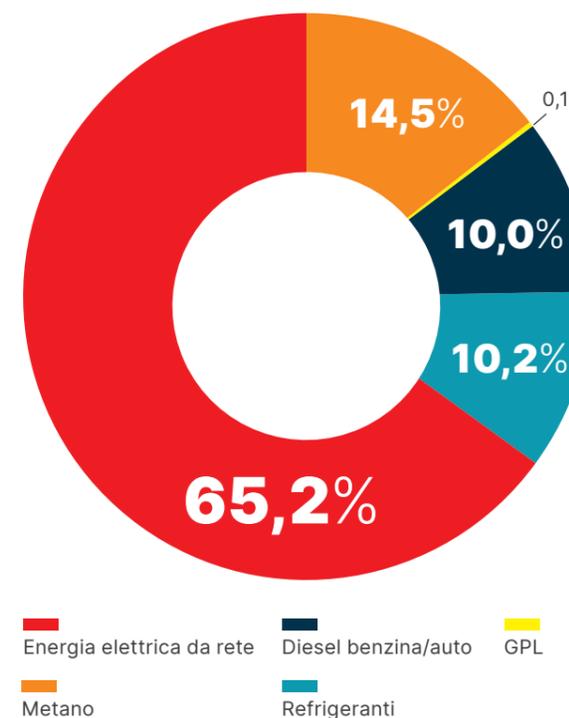
L'energia elettrica rimane la principale fonte emissiva: circa il **65% delle emissioni delle Cooperative derivano da consumi elettrici**. Significativo è anche l'impatto dei gas refrigeranti (circa 10%), con un miglioramento in termini di emissioni rispetto al 2019 nonostante l'aumento delle quantità, dovuto alla sostituzione dei gas convenzionali con alternative a minore impatto ambientale.

**Anche nel 2020 è proseguito l'impegno per migliorare le prestazioni energetiche delle sedi e dei CeDi e ridurre gli impatti ambientali.** Ne sono un esempio l'intervento di efficientamento dell'illuminazione del CeDi di Montopoli della Cooperativa CNO e l'intervento di ristrutturazione della sede di Forlì della Cooperativa CIA che ha previsto l'adozione di soluzioni a basso impatto ambientale.

| Emissioni Cooperative [t CO <sub>2</sub> eq] | 2018          | 2019          | 2020          |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Gas naturale                                 | 4.230         | 3.848         | 4.304         |
| GPL  | 17            | 18            | 17            |
| Diesel/benzina auto                          | 2.268         | 2.320         | 2.970         |
| Refrigeranti                                 | -             | 3.676         | 3.040         |
| Energia elettrica da rete                    | 17.607        | 20.129        | 19.393        |
| <b>Emissioni totali [t CO<sub>2</sub>eq]</b> | <b>24.122</b> | <b>29.992</b> | <b>29.724</b> |



### Distribuzione emissioni GHG 2020



L'intensità emissiva, calcolata sui metri quadri delle strutture, evidenzia anch'essa una riduzione rispetto al 2019.

| Intensità emissiva kgCO <sub>2</sub> eq/m <sup>2</sup> | 2018 | 2019 | 2020 |
|--|------|------|------|
|  | 33,2 | 38,8 | 38,5 |

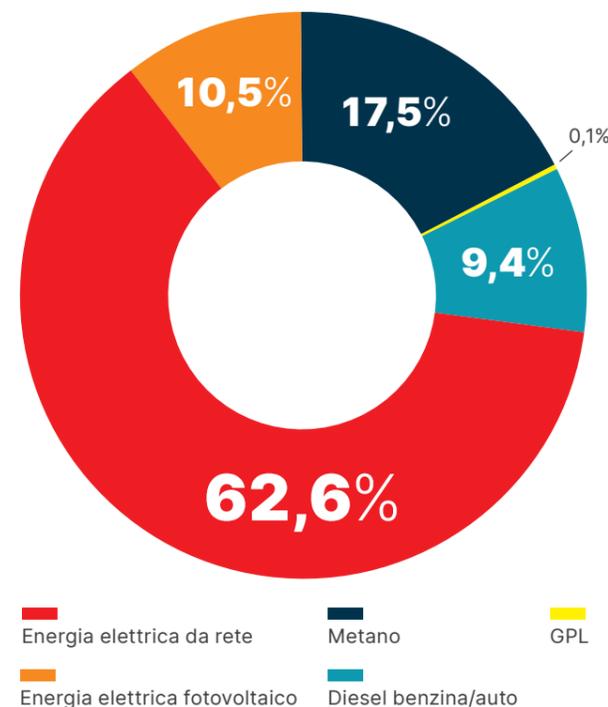
## Consumi

Il dato complessivo dei consumi energetici 2020 delle Cooperative è in leggero aumento rispetto al 2019 (+2,3%). L'energia elettrica rappresenta circa il 63% del totale dei consumi. Nel 2020 il 14% del fabbisogno di energia elettrica delle Cooperative è stato soddisfatto con produzione da fotovoltaico. Per la Cooperativa PAC 2000A l'autoproduzione di energia viene garantita da un sistema di trigenerazione a gas naturale che consente di produrre in maniera più efficiente calore, freddo ed energia elettrica.

| Consumi Cooperative            | UM             | 2018      | 2019      | 2020      |
|--------------------------------|----------------|-----------|-----------|-----------|
| Gas naturale                   | m <sup>3</sup> | 2.071.140 | 1.884.538 | 2.107.590 |
| GPL                            | m <sup>3</sup> | 2.741     | 2.992     | 2.759     |
| Diesel/benzina auto            | l              | 742.154   | 769.059   | 1.043.074 |
| Refrigeranti                   | kg             | -         | 1.407     | 1.878     |
| Energia elettrica da rete      | MWh            | 59.738    | 72.973    | 74.135    |
| Energia elettrica fotovoltaico | MWh            | 9.966     | 12.524    | 12.406    |

| Consumi Cooperative [GJ]       | 2018           | 2019           | 2020           |
|--------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Gas naturale                   | 73.118         | 66.528         | 74.404         |
| GPL                            | 253            | 276            | 255            |
| Diesel/benzina auto            | 30.528         | 31.217         | 39.967         |
| Energia elettrica da rete      | 215.055        | 262.701        | 266.885        |
| Energia elettrica fotovoltaico | 35.880         | 45.085         | 44.663         |
| <b>Totale</b>                  | <b>354.834</b> | <b>405.807</b> | <b>426.174</b> |

## Distribuzione consumi energetici 2020



## Materiali

Tra i materiali di consumo rendicontati per le sedi e i CeDi, la quota principale è rappresentata dagli imballaggi in plastica utilizzati per le spedizioni, in crescita rispetto al 2019 anche in virtù dell'aumento della quantità di merci movimentate.

| Materiali [kg]                           | 2018 <sup>12</sup> | 2019           | 2020             |
|--|--------------------|----------------|------------------|
| Carta fotocopie e stampa                 | 130.068            | 153.459        | 190.135          |
| Materiali uso servizi igienici           | 7.310              | 7.801          | 6.928            |
| Plastica monouso (bottiglie e bicchieri) | 4.588              | 8.371          | 5.791            |
| Plastica per imballaggi spedizioni       | 392.089            | 763.346        | 821.578          |
| Toner rigenerati                         | 280                | 300            | 658              |
| <b>Totale</b>                            | <b>534.334</b>     | <b>933.278</b> | <b>1.025.090</b> |

La plastica monouso utilizzata nel 2020 si è ridotta grazie ad una maggiore attenzione e sensibilità al tema e anche grazie ad azioni specifiche messe in campo dalle singole Cooperative, come ad esempio l'introduzione di sistemi di erogazione di acqua (fontanelle e dispenser).

<sup>12</sup> I dati 2018 non includono la Cooperativa CNO, mentre i dati 2019 e 2020 si riferiscono a 32 tra sedi e CeDi

## Consumi degli hub

Conad dispone di 4 hub logistici in cui transitano alcuni dei prodotti a marchio:

- Anagni
- Piacenza, che nel 2019 ha sostituito l'hub di Castel San Giovanni
- Fidenza
- Ascoli Piceno.

| Hub logistici                              | Anagni | Piacenza | Fidenza | Ascoli Piceno | Totale        |
|--|--------|----------|---------|---------------|---------------|
| Temperatura                                | 20°C   | 20°C     | 0/4°C   | -25°C         |               |
| Superficie <sup>13</sup> (m <sup>2</sup> ) | 5.505  | 22.000   | 15.274  | 3.000         | <b>45.779</b> |

Per i 4 hub vengono monitorati i consumi di energia termica ed elettrica. Di seguito i dati relativi ai consumi 2020 delle quattro piattaforme, in riferimento alla sola quota parte del magazzino utilizzata da Conad.

| Consumi energetici [GJ] | 2018          | 2019          | 2020          |
|-------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Energia elettrica       | 17.785        | 17.282        | 17.754        |
| Gas naturale            | 6.008         | 10.337        | 12.011        |
| <b>Totale</b>           | <b>23.793</b> | <b>27.619</b> | <b>29.765</b> |

| Emissioni [t CO <sub>2</sub> eq] | 2018         | 2019         | 2020         |
|----------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Energia elettrica                | 1.266        | 957          | 914          |
| Gas naturale                     | 342          | 588          | 683          |
| <b>Totale</b>                    | <b>1.608</b> | <b>1.545</b> | <b>1.597</b> |



<sup>13</sup> Superficie complessiva dell'Hub, di cui una parte destinata a Conad

## Acqua e rifiuti

Il **consumo 2020 di acqua è stato di circa 324.398 m<sup>3</sup>**, da suddividere in 4.796 m<sup>3</sup> nel Consorzio, 5.379 m<sup>3</sup> negli Hub e 314.223 m<sup>3</sup> nei CeDi. L'aumento dei consumi 2020 del Consorzio è da attribuire anche all'entrata in funzione della nuova sede di via Bertini non presente nel 2019, che dispone di un ampio giardino esterno da mantenere.

| Consorzio                        | 2018  | 2019  | 2020  |
|----------------------------------|-------|-------|-------|
| Consumo idrico (m <sup>3</sup> ) | 1.457 | 1.579 | 4.796 |

Nonostante il numero totale dei CeDi monitorati sia passato dalle 27 unità del 2019 alle 36 del 2020, i consumi di acqua si sono leggermente ridotti (-1%). Gli Hub hanno invece registrato nel 2020 un consumo idrico di 5.379 m<sup>3</sup>.

| CeDi                                  | 2019           | 2020           |
|---------------------------------------|----------------|----------------|
| N. CeDi                               | 27             | 36             |
| <b>Consumo idrico (m<sup>3</sup>)</b> | <b>316.895</b> | <b>314.223</b> |

Anche per il 2020 sono stati monitorati i rifiuti prodotti nei CeDi e negli Hub logistici. La **produzione totale di rifiuti per Consorzio, CeDi e Hub risulta pari a circa 12.946 tonnellate**, di cui il 99% viene prodotto nei CeDi. Per il Consorzio vengono rendicontati i rifiuti pericolosi (toner e RAEE) e non pericolosi (plastica e legno); entrambe le categorie nel 2020 si sono ridotte significativamente.

| Rifiuti Consorzio [kg] | 2018  | 2019  | 2020  |
|------------------------|-------|-------|-------|
| Rifiuti pericolosi     | 42    | 1.027 | 244   |
| Rifiuti non pericolosi | 3.250 | 3.400 | 1.027 |

L'aumento dei rifiuti prodotti nei CeDi è da attribuire principalmente all'inclusione nel dato 2020 dei CeDi di CIA e Conad Adriatico non considerati nel 2019.



## Iniziative ambientali delle Cooperative

### Consumo di risorse e rifiuti

#### 1. RIDUZIONE DELLA PLASTICA MONOUSO

In linea con l'impegno di Conad per sensibilizzare collaboratori e clienti, incentivandoli a ridurre il consumo di risorse e ad una corretta gestione dei rifiuti, anche le Cooperative hanno portato avanti una serie di iniziative mirate ad eliminare il più possibile la plastica monouso e favorirne una corretta raccolta differenziata.

Nel corso del 2020 presso la sede di Monsampolo del Tronto di **Conad Adriatico** sono state installate 10 fontanelle di acqua potabile microfiltrata-sterilizzata, con l'obiettivo di eliminare le bottiglie di plastica monouso e favorire l'utilizzo di borracce riutilizzabili. Si stima che grazie a questa misura si avrà una riduzione del consumo di plastica equivalente a 35.000 bottiglie da un litro ogni anno.

Anche **PAC 2000A** da maggio 2020 ha eliminato totalmente l'utilizzo di bottiglie di acqua in plastica presso il CeDi di Fiano Romano, prevedendo l'installazione di distributori di acqua dotati di bicchieri compostabili e distribuendo delle borracce a tutti i collaboratori. **CIA** ha da tempo adottato una politica analoga, mettendo a disposizione dei dispenser di acqua per i propri collaboratori per favorire la riduzione del consumo di bottiglie in plastica.

#### 2. RICICLO E MODELLI DI CONSUMO RESPONSABILE

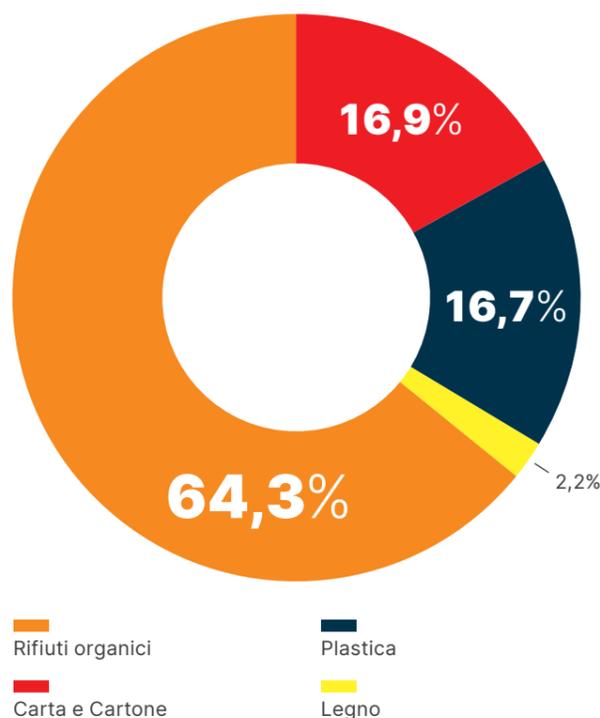
Ridurre la produzione di plastica, ma anche favorirne il corretto riciclo: è questo l'obiettivo delle due iniziative Ricircola e Upcycling the Oceans.

**Ricircola** è una sperimentazione avviata nel 2020 da **CIA**, partendo da un'idea del Centro Interdipartimentale di Ricerca Industriale Fonti Rinnovabili Ambiente, Mare ed Energia (CIRI FRAME) dell'Università di Bologna: un'iniziativa di economia circolare per migliorare la gestione delle vaschette alimentari in plastica a fine vita, tramite l'integrazione e la responsabilizzazione di tutti gli attori della filiera (Amadori, Apofruit, BPER Banca, CIA Conad, Ilip e Hera) e soprattutto con il coinvolgimento diretto del consumatore. Nella sperimentazione sono stati coinvolti 3 punti vendita Conad della Romagna (La Filanda di Faenza, Case Finali di Cesena e Pinarella di Cervia), dove i consumatori hanno potuto scegliere due prodotti dal packaging innovativo: il controfiletto di pollo Amadori da 400 g e l'uva bianca senza semi Solarelli - Apofruit da 500 g. Ai clienti è stata data la possibilità di riconsegnare, dopo l'utilizzo del prodotto, la vaschetta in plastica vuota presso i punti di raccolta allestiti nei supermercati coinvolti, a fronte di un rimborso di 20 centesimi di euro per ogni vaschetta riconsegnata. Il materiale raccolto è stato poi consegnato all'impianto di recupero del produttore stesso, chiudendo quindi il ciclo di recupero.

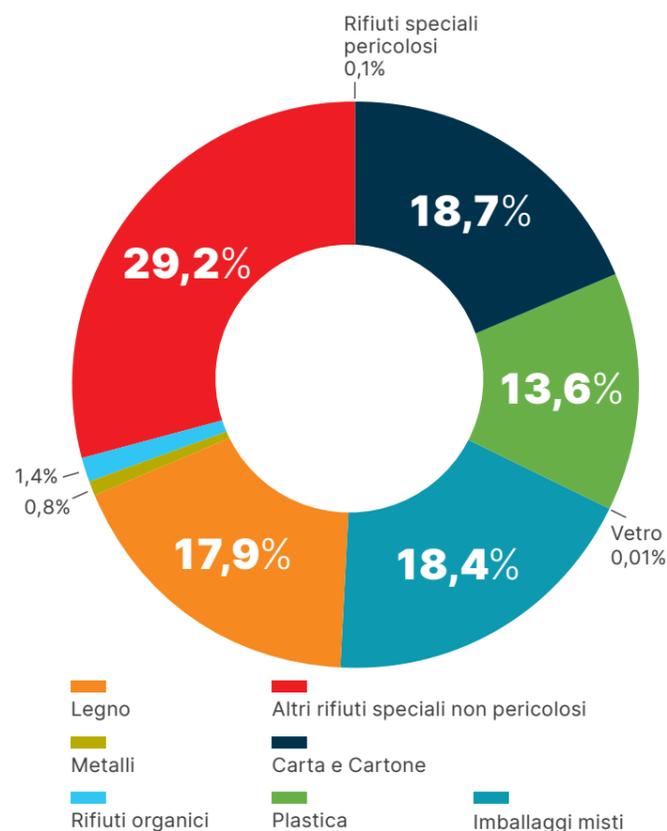
L'attenzione al tema della plastica e del riciclo varca anche i confini delle sedi delle Cooperative e dei punti vendita. Dalla collaborazione tra Fondazione Ecoalf e **Conad Nord Ovest** è iniziato anche in Italia, e più precisamente a Civitavecchia, il progetto UTO - Upcycling the Oceans. A partire da metà ottobre 2020, 16 pescherecci della Cooperativa di pescatori di Civitavecchia, che riforniscono giornalmente i punti vendita del Lazio con il pescato locale, portano a terra tutti i giorni i rifiuti marini che raccolgono nelle loro reti durante la pesca; i rifiuti marini vengono raccolti in appositi container e il PET recuperato verrà poi trasformato per creare capi e accessori 100% riciclati da Ecoalf, tra cui divise e abbigliamento per i collaboratori CONAD nel Lazio. In soli sette mesi di attività sono stati recuperati oltre 8.000 kg di rifiuti in mare, di cui 523 kg di PET.

| Tipologia rifiuto                     | Hub        |            | Cooperative  |               |
|---------------------------------------|------------|------------|--------------|---------------|
|                                       | 2019       | 2020       | 2019         | 2020          |
| Carta e cartone                       | 30         | 26         | 1.079        | 2.394         |
| Plastica                              | 17         | 26         | 740          | 1.733         |
| Vetro                                 | -          | -          | 1            | 1             |
| Imballaggi misti                      | 19         | -          | 1.688        | 2.351         |
| Legno                                 | 3          | 3          | 1.179        | 2.287         |
| Metalli                               | -          | -          | 83           | 97            |
| Rifiuti organici                      | -          | 100        | 183          | 180           |
| Altri rifiuti speciali non pericolosi | -          | -          | 2.534        | 3.737         |
| Rifiuti speciali pericolosi           | 96         | -          | 7            | 10            |
| <b>Totale [t]</b>                     | <b>165</b> | <b>155</b> | <b>7.494</b> | <b>12.790</b> |

Rifiuti Hub 2020



Rifiuti CeDi 2020





La promozione di modelli di consumo più responsabili all'interno dei punti vendita passa anche dall'offerta di prodotti realizzati in materiali riciclati o riciclabili e dalla ricerca di materiali alternativi ed eco-compatibili.

**CNO** ha sviluppato e realizzato un assortimento di articoli riciclati e riciclabili nei reparti cancelleria e giocattoli. In collaborazione con alcuni fornitori che si avvalgono di tecnologie all'avanguardia, **CNO** ha sviluppato prodotti eco-compatibili, che sono stati inseriti in maniera permanente negli assortimenti dei punti di vendita, in maniera modulare rispetto allo spazio espositivo a disposizione. Articoli realizzati utilizzando il 30% in meno di plastica e completamente riciclabili.

Nel 2020 è stata selezionata ed inserita una nuova gamma di pastelli e matite (**BIOFIBRA**) ottenuta utilizzando solo scarti vegetali (ad esempio scarti di noci), quindi completamente naturale e biodegradabile. Questa strategia è stata supportata e valorizzata utilizzando una comunicazione trasversale dallo scaffale ai volantini, che ha attratto sempre nuovi consumatori. In affiancamento alle referenze inserite come assortimento continuativo, nella Campagna Scuola 2020, è stata presentata anche una linea di zaini e trolley 100% Pet Riciclabile. Nel segmento giocattoli il portfolio prodotti è stato arricchito con due Brand del mondo "Green" come Green Toys e Melissa & Doug. Green Toys Inc. è un'azienda americana nota per il suo impegno nella sostenibilità e rispetto dell'ambiente nel mondo del giocattolo dedicato alla prima infanzia e a bambini fino a 7 anni. Utilizza unicamente materiali riciclati al 100%, trasformando le bottiglie di plastica del latte in giochi di altissima qualità, consegnando inoltre i prodotti in imballi di cartone riciclato.

Nel 2020 **Conad Centro Nord** ha partecipato ad un bando insieme all'Università degli Studi di Parma con l'obiettivo di individuare un materiale biocompatibile che possa sostituire gli attuali imballi di polistirolo del pesce i quali, venendo pregiudicati per il riciclo dal prolungato contatto con il pesce stesso, vanno conferiti necessariamente nell'indifferenziato. Il polistirolo espanso, inoltre, genera un ulteriore problema di impatto ambientale, in quanto si comprime poco nei compattoni creando, quindi, volumi a basso peso che si trasformano in una movimentazione meno efficiente.

### 3. GESTIONE DEI RIFIUTI NEI PUNTI VENDITA

L'obbligo di utilizzo dei dispositivi di protezione individuale durante la pandemia ha generato inevitabilmente un aumento della produzione di questi rifiuti. Per favorirne una corretta gestione **CCN**, grazie alla collaborazione con Iren, ha posizionato all'interno di 92 punti vendita Conad delle province di Parma, Reggio Emilia e Piacenza, dei contenitori per la raccolta di guanti, mascherine e dispositivi di protezione, al fine di disincentivare la loro dispersione nell'ambiente e smaltirli correttamente.

I soci **CNO** hanno scelto invece di sensibilizzare e coinvolgere i consumatori sul tema del corretto smaltimento dei rifiuti in plastica attraverso un sistema incentivante. In alcuni punti vendita della rete sono stati installati circa 50 eco-compattatori di ultima generazione, presso i quali i clienti hanno la possibilità di conferire bottiglie, flaconi di detersivi e alimenti e i tappi di plastica: a fronte del conferimento di bottiglie o flaconi, l'eco-compattatore eroga un ticket con un buono spesa da utilizzare in uno dei supermercati a marchio Conad.

Fare la spesa contribuendo alla riduzione dei rifiuti e al recupero della plastica: va in questa direzione anche l'iniziativa di **CIA** che ha posizionato 16 "macchine mangia-plastica" nelle vicinanze di altrettanti punti vendita Conad della rete **CIA** in Romagna e nelle Marche, in virtù della collaborazione con Green Money, piattaforma impegnata nel recupero della plastica PET alimentare. I rifiuti di plastica conferiti in questo tipo di raccoglitori vengono recuperati e riciclati al 90%, consentendo la creazione di nuova materia prima seconda. Ad ogni conferimento, inoltre, la macchina rilascia al cliente un buono sconto del valore di 1 euro, spendibile per gli acquisti al supermercato. Nel 2020 sono stati raccolti 3,4 milioni di pezzi (recuperando 101 tonnellate di plastica) ed erogati 1.122.317 buoni sconto del valore di 1 euro.

Numerose le attività realizzate da **CAD** presso i punti vendita per favorire la circolarità e rendere i rifiuti una risorsa. Sono state intraprese iniziative per il riciclo di prodotti e materiali (cartoni, cassette in plastica, medicinali scaduti, bottiglie in PET, pile usate, ecc.). Tra queste spicca l'iniziativa **RecuperiamOli** realizzata all'interno dei punti vendita Conad Pingue: a fronte di una spesa minima di 15 € per l'acquisto di prodotti Pingue e Saponi e Dintorni, i clienti hanno ricevuto una tanica da 5 l per la raccolta degli oli esausti alimentari.



## Efficienza energetica e soluzioni a basso impatto ambientale nelle sedi, nei CeDi e nei Punti vendita

### 1. CEDI/SEDI

Nel corso del 2020 **CNO** ha continuato il processo di relamping dell'impianto d'illuminazione di Montopoli, iniziato nel 2019 con il magazzino freschi: nel magazzino dei generi vari sono state sostituite le vecchie lampade a incandescenza o a fluorescenza con lampade LED. Con il nuovo impianto LED i consumi energetici e le emissioni di CO<sub>2</sub> si ridurranno di quasi il 60%.

Nella stessa direzione anche l'intervento di efficientamento della nuova palazzina uffici di **CIA** che sta sorgendo a Forlì in via Navicella. Per l'edificio sono stati scelti materiali come il vetro e l'acciaio e soluzioni impiantistiche di ultima generazione che consentiranno la riduzione delle dispersioni e dei consumi energetici (sistemi di riscaldamento e raffrescamento a soffitto, lamelle frangisole nei rivestimenti esterni per abbattere la necessità di climatizzazione ecc.); la palazzina, grazie al potente impianto fotovoltaico di cui sarà dotata, sarà autosufficiente in termini energetici. Presso il magazzino di Forlì, inoltre, sono in funzione due impianti di refrigerazione ad acqua glicolata, grazie ai quali è possibile ridurre la quantità di gas frigorifero utilizzato e le emissioni dovute alle possibili perdite.

### 2. PUNTI VENDITA

In tutti gli interventi di riqualificazione o realizzazione di nuovi punti vendita, le Cooperative sono impegnate nell'adottare soluzioni che coniughino efficienza energetica, sostenibilità ambientale e design, con l'obiettivo di ridurre il più possibile l'utilizzo delle risorse naturali e ridurre complessivamente gli impatti ambientali delle attività.

Nella rete di **CAD**, ad esempio, le nuove costruzioni sono dotate di ampie facciate trasparenti, per sfruttare al massimo la luce naturale del sole e di pergole in alluminio e acciaio la cui apertura elettromeccanica dei "flap" contribuisce notevolmente alla riduzione dei carichi termici, al miglioramento del comfort interno e all'abbattimento della necessità di condizionamento.



L'obiettivo di riduzione dei consumi energetici dei punti vendita viene perseguito anche grazie ad interventi sui sistemi di refrigerazione che prevedono:

- la graduale dismissione della miscela di gas refrigerante finora utilizzata, sostituita da una tipologia a basso impatto sull'ambiente
- l'adozione di sistemi che riutilizzano il calore generato all'interno del circuito refrigerante impiegandolo per riscaldare l'acqua calda sanitaria utilizzata nelle lavorazioni del negozio
- l'installazione di sportelli vetrati di chiusura che aiutano a conservare meglio il prodotto e a diminuire i consumi di circa il 50% rispetto a un murale tradizionale.
- l'utilizzo per le isole surgelati di coperchi vetrati scorrevoli per ridurre le dispersioni.

Nelle ultime realizzazioni, inoltre, vengono installati nuovi sistemi di refrigerazione alimentare, che al loro interno integrano l'impianto di climatizzazione. Attraverso questo sistema viene inoltre recuperato il calore prodotto dal funzionamento dei compressori, consentendo così una riduzione di circa il 70% del fabbisogno di energia frigo-clima. Nel corso del 2020, inoltre, è stato realizzato un distributore carburanti di ultima generazione con un impianto fotovoltaico installato sopra alla pensilina della stazione di servizio.

Anche in **CCN**, nei nuovi punti vendita e in quelli soggetti a ristrutturazione, vengono adottate le più recenti soluzioni tecnologiche per favorire risparmio energetico e riduzione dei consumi:

- tutti i frigoriferi vengono dotati di chiusura automatica per ridurre al massimo la dispersione di freddo nell'ambiente
- viene utilizzata una recente soluzione tecnologica (impianti transcritici) che permette il funzionamento dei frigoriferi con il solo gas CO<sub>2</sub> eliminando così l'impiego di gas fluorurati
- per l'illuminazione interna ed esterna vengono installate lampade LED
- le strutture sono completamente coibentate permettendo così anche una maggiore efficienza degli impianti di riscaldamento e raffrescamento e sono progettate in modo da poter sfruttare al massimo l'illuminazione naturale.

Nei nuovi supermercati di Montecavolo, Carpenedolo, Rio Saliceto, Sarnico, inoltre, sono stati installati impianti fotovoltaici sulla copertura.

Nel triennio 2018-2020, nell'ottica dell'efficientamento energetico, sono stati realizzati da **CIA** quattro importanti interventi di costruzione ex novo o di ristrutturazione totale su immobili pre-esistenti (Superstore Rimini Il Lago nel 2018; City Santa Maria Nuova, Forlì Cesena nel 2019; Conad San Pietro in Vincoli, Ravenna, e Spesa Facile Lendinara, Rovigo, nel 2020), che hanno previsto:

- realizzazione di interventi di verde a corredo, con una metratura quasi pari a quella del costruito, per circa 15 mila metri quadrati. Si è così qualificato dal punto di vista urbanistico l'intervento, ma soprattutto è stato dato un contributo significativo alla riduzione dell'inquinamento e dell'impatto ambientale complessivo
- tutti gli edifici sono stati dotati di impianti fotovoltaici, che hanno prodotto circa 500.000 kWh di elettricità pulita, a parziale copertura del fabbisogno energetico delle strutture
- tre degli edifici (San Pietro in Vincoli FC, Santa Maria Nuova FC e Lendinara RO) hanno ottenuto classificazione energetica tra la A1 e la A3.

Da ottobre 2017 sono stati 36 gli interventi su immobili che si sono caratterizzati per un miglioramento dell'efficienza energetica e la possibilità di accedere ai contributi del cosiddetto Conto Termico, che hanno consentito un risparmio di energia primaria di 366 tep/anno e una riduzione di emissioni di 860 tCO<sub>2</sub>/anno. Sempre sul fronte del risparmio energetico, nel tempo la Cooperativa **CIA** è intervenuta su murali e vasche dei punti vendita, privilegiando quelli chiusi con sportelli, in grado di massimizzare il risparmio di energia elettrica rispetto alle soluzioni aperte precedentemente in uso, e con un generale beneficio in termini ambientali.

Oltre all'utilizzo di sistemi di chiusura dei banchi di refrigerazione e di sistemi illuminanti a chip led, e lo sfruttamento del cascame energetico delle centrali frigorifere per la produzione di acqua calda sanitaria e/o integrazione ai sistemi di riscaldamento, **PAC 2000A** adotta una filosofia volta non solo ad un abbassamento "diretto" degli impegni energetici ma anche ad una loro migliore gestione.

Sono ad esempio adottate coperture a "shed", che garantiscono un'illuminazione naturale grazie a finestrate verticali, perfette anche per ospitare pannelli fotovoltaici. Queste si abbinano ad impianti di illuminazione intelligenti che, grazie proprio all'utilizzo degli shed, gestiscono l'illuminazione interna in base al grado di illuminazione esterna naturale, rispettando i valori di illuminamento impostati per le corsie del supermercato.

L'utilizzo del sistema BMS (Building Management Systems) consente di controllare e monitorare gli impianti e le apparecchiature meccaniche ed elettriche del punto vendita attraverso un'interfaccia unica, sia in loco che da remoto. Questo permette di risparmiare sui costi di gestione grazie alla possibilità di regolare la climatizzazione e l'illuminazione per settore e per necessità d'uso, tenendo sotto controllo i picchi ed evitando inutili sprechi. Negli impianti di refrigerazione sono invece utilizzati nuovi fluidi di lavoro sintetici che offrono prospettive positive sia di elevate prestazioni termiche come pure di basso impatto ambientale, oltre ovviamente all'utilizzo standard di anidride carbonica.



# 03. Persone e Comunità



Conad sostiene le Persone e le Comunità, attraverso azioni concrete per valorizzare e far crescere il territorio. La strategia di sostenibilità di Conad ha una profonda anima sociale, che rappresenta l'essenza e la storia dell'insegna: ogni giorno grazie a 2.348 Soci e oltre 65.000 collaboratori, opera in modo capillare sui territori, "andando oltre la serranda" per tessere una relazione con la Comunità in cui opera. Il sistema Conad si fonda sulla partecipazione interna di Soci, Cooperative e management e all'esterno esprime appieno la

propria essenza. Conad alimenta le forze positive delle Comunità in cui opera attraverso l'attenzione per il risparmio delle famiglie, la qualità dei prodotti, la valorizzazione delle produzioni agroalimentari, ma anche il sostegno della scuola, la diffusione dello sport nei quartieri, la promozione della cultura e il supporto alle persone più fragili. Cooperazione, reciprocità, vicinanza, tutela dei valori della comunità sono e saranno sempre i nostri valori.

## 3.1 Le persone, il cuore di Conad

### Persone

Conad è una grande famiglia al servizio delle famiglie. **Quasi 2.400 Soci e oltre 65.000 collaboratori**, che tutti i giorni sono parte attiva nella comunità in cui operano, tessono relazioni, creano legami non solo all'interno del punto vendita ma anche e soprattutto al di là della serranda. **"Persone oltre le cose"** non è solo il payoff di Conad ma è il simbolo di un modo di essere, un **tratto distintivo che caratterizza l'insegna a partire dal Socio imprenditore**, figura di riferimento per l'intero sistema Conad di cui incarna l'anima mutualistica, lo spirito imprenditoriale e la voglia di creare insieme un valore aggiunto per la società. Il Socio racchiude infatti in sé molteplici figure: è commerciante, imprenditore, cooperatore e membro attivo di una comunità; una figura che ha contribuito in maniera determinante all'affermazione di Conad, della sua reputazione e al raggiungimento della leadership sul mercato.

Il rapporto diretto, oltre che personale, del Socio con la comunità locale si esprime anche in una relazione solidaristica nei confronti del territorio e delle realtà sociali che lo animano. **Una dinamica che fa di Conad una sorta di "presidio sociale"**, con azioni lasciate alla libera iniziativa dei Soci, quindi spesso diffuse e frammentate, ma proprio per questo capaci di rispondere al meglio ai bisogni e alle esigenze della comunità di riferimento, creando forme di "sussidiarietà orizzontale" che coinvolgono differenti stakeholder: clienti e fornitori in primis, ma anche associazionismo e pubblica amministrazione, a vantaggio del benessere collettivo.





## 3.2 Le persone, la formazione e la sicurezza

Anche nel 2020 è cresciuto il numero degli occupati del sistema Conad: 68.183 collaboratori tra Consorzio, Cooperative e Rete, + 14% rispetto al 2019.

Il numero di collaboratori del Consorzio è aumentato del 17%, passando da 203 unità nel 2019 a 238<sup>13</sup> nel 2020. In aumento anche la percentuale degli occupati giovani con meno di 30 anni (+5,5%).

Sono 43 i nuovi assunti del Consorzio, in prevalenza donne e in crescita rispetto all'anno precedente. Il tasso di turnover, già molto basso, si è ridotto ulteriormente nel 2020.

I dati sulle forme contrattuali utilizzate evidenziano una prevalenza di contratti full-time (96%) e a tempo indeterminato (98%).

| Consorzio                                   | 2018       | 2019       | 2020       |
|---|------------|------------|------------|
| Percentuale di occupati con meno di 30 anni | 2,1%       | 2,5%       | 8,0%       |
| Percentuale contratti a tempo indeterminato | 99,5%      | 98,0%      | 98,0%      |
| <b>Numero totale degli occupati</b>         | <b>191</b> | <b>203</b> | <b>238</b> |

| Consorzio         | 2018  | 2019  | 2020  |
|-------------------|-------|-------|-------|
| Nuove assunzioni  | 15    | 20    | 43    |
| di cui            |       |       |       |
| DONNE             | 8     | 5     | 26    |
| UOMINI            | 7     | 15    | 17    |
| Tasso di turnover | 0,53% | 0,40% | 0,14% |

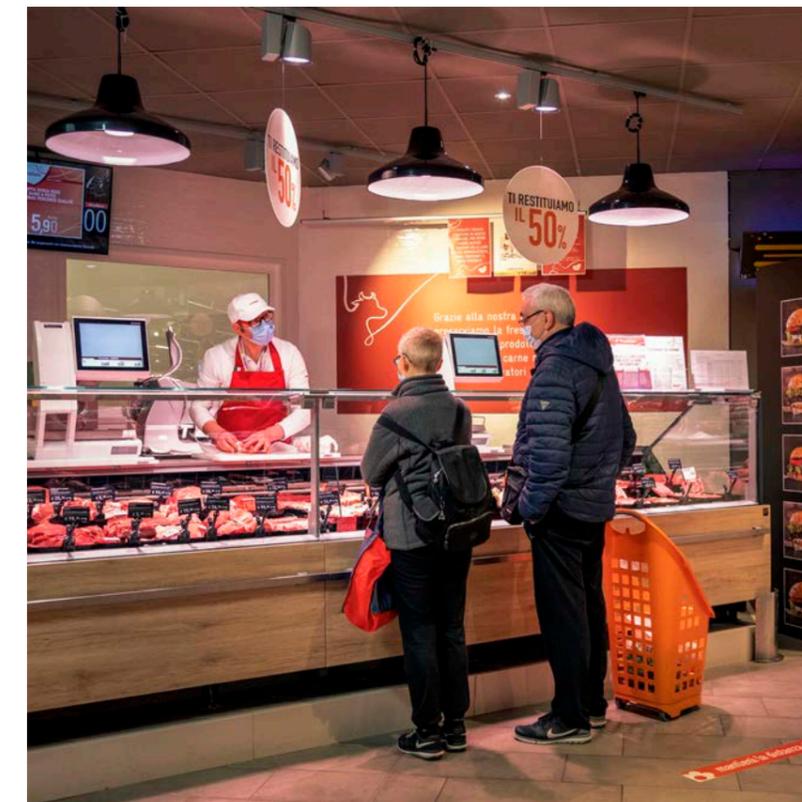
| Consorzio     | 2018       |           | 2019       |           | 2020       |           |
|---------------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|
|               | Full-Time  | Part-Time | Full-Time  | Part-Time | Full-Time  | Part-Time |
| DIRIGENTI     | 12         | -         | 12         | -         | 14         | -         |
| QUADRI        | 75         | -         | 82         | -         | 90         | -         |
| IMPIEGATI     | 90         | 14        | 99         | 10        | 125        | 9         |
| <b>Totale</b> | <b>177</b> | <b>14</b> | <b>193</b> | <b>10</b> | <b>229</b> | <b>9</b>  |

<sup>13</sup> Il valore non include i collaboratori Conad Logistics e GCC.

La distribuzione dei collaboratori del Consorzio in donne e uomini restituisce una fotografia stabile con una **rappresentanza femminile pari al 61%** nel 2020 (60% nel 2019). In crescita la percentuale di donne tra dirigenti e quadri (rispettivamente +4% e +1%).

Conad aderisce inoltre alla Carta per le pari opportunità e l'uguaglianza sul lavoro promossa da Fondazione Sodalitas, Aidaf, Aidda, Impronta Etica, Ucid e dall'ufficio Consigliera nazionale di Parità con l'adesione del Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali e del Ministero per le Pari opportunità, impegnandosi a effettuare un monitoraggio periodico sull'andamento nel Consorzio, peraltro previsto dalla legge 125/1991.

| Consorzio     | 2018       |           | 2019       |           | 2020       |           |
|---------------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|
|               | Donne      | Uomini    | Donne      | Uomini    | Donne      | Uomini    |
| DIRIGENTI     | 3          | 9         | 3          | 9         | 4          | 10        |
| QUADRI        | 32         | 43        | 33         | 49        | 37         | 53        |
| IMPIEGATI     | 85         | 19        | 86         | 23        | 103        | 31        |
| <b>Totale</b> | <b>120</b> | <b>71</b> | <b>122</b> | <b>81</b> | <b>144</b> | <b>94</b> |



## Cooperative

Tra i collaboratori delle Cooperative aumenta la percentuale complessiva di donne (dal 24% nel 2019 al 26% nel 2020) e come per il Consorzio si prediligono contratti di tipo full-time a tutti i livelli.

| Cooperative   | 2018 <sup>14</sup> |              | 2019       |              | 2020       |              |
|---------------|--------------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|
|               | Donne              | Uomini       | Donne      | Uomini       | Donne      | Uomini       |
| DIRIGENTI     | 2                  | 31           | 4          | 46           | 4          | 52           |
| QUADRI        | 16                 | 81           | 30         | 169          | 32         | 173          |
| IMPIEGATI     | 262                | 525          | 433        | 811          | 519        | 974          |
| OPERAI        | 0                  | 384          | 1          | 435          | 3          | 416          |
| <b>Totale</b> | <b>280</b>         | <b>1.021</b> | <b>468</b> | <b>1.461</b> | <b>558</b> | <b>1.615</b> |

| Cooperative   | 2018 <sup>14</sup> |           | 2019         |           | 2020         |           |
|---------------|--------------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|
|               | Full-time          | Part-time | Full-time    | Part-time | Full-time    | Part-time |
| DIRIGENTI     | 33                 | 0         | 50           | 0         | 54           | 1         |
| QUADRI        | 97                 | 0         | 196          | 1         | 205          | 0         |
| IMPIEGATI     | 738                | 50        | 1.162        | 83        | 1.407        | 88        |
| OPERAI        | 377                | 6         | 431          | 6         | 413          | 5         |
| <b>Totale</b> | <b>1.245</b>       | <b>56</b> | <b>1.839</b> | <b>90</b> | <b>2.079</b> | <b>94</b> |

I collaboratori della Rete sono in maggioranza donne, il 63% del totale nel 2020 e con una rappresentanza di giovani sotto i 30 anni del 19%, in linea con il 2019. Anche le Cooperative e la Rete favoriscono forme contrattuali più stabili, come i contratti a tempo indeterminato.

| Cooperative e Rete                          | 2018 <sup>14</sup> |               | 2019         |               | 2020         |               |
|---|--------------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|
|   | Coop.              | Rete          | Coop.        | Rete          | Coop.        | Rete          |
| Percentuale di occupati con meno di 30 anni | 9%                 | 16%           | 9%           | 19%           | 8%           | 19%           |
| Percentuale occupati donna                  | 22%                | 53%           | 24%          | 65%           | 25%          | 63%           |
| Percentuale contratti a tempo indeterminato | 95%                | 88%           | 92%          | 87%           | 95%          | 89%           |
| <b>Numero totale degli occupati</b>         | <b>1.301</b>       | <b>56.005</b> | <b>1.929</b> | <b>57.499</b> | <b>2.173</b> | <b>65.772</b> |

<sup>14</sup> Il dato riferito al 2018 non include CNO, ad eccezione del numero totale occupati Rete

Il tasso di turnover medio delle Cooperative si è ridotto notevolmente, passando dal 15% del 2019 al 5% del 2020.

| Cooperative                           | 2018      | 2019       | 2020      |
|---------------------------------------|-----------|------------|-----------|
| Nuove assunzioni                      | 64        | 225        | 180       |
| di cui                                |           |            |           |
| DONNE                                 | 13        | 50         | 60        |
| UOMINI                                | 51        | 175        | 120       |
| <b>Tasso di turnover<sup>15</sup></b> | <b>7%</b> | <b>15%</b> | <b>5%</b> |

## La formazione

La formazione è al centro delle politiche di valorizzazione delle risorse umane, quale **strumento fondamentale per investire e far crescere il valore professionale di ciascuno e al contempo la competitività del sistema Conad nel suo complesso**. Con questa convinzione il Consorzio e le Cooperative mettono a disposizione di tutti i collaboratori le migliori opportunità per favorire la formazione interna ed esterna, sulla base delle esigenze specifiche.

Gli obiettivi principali delle attività di formazione del Consorzio sono due: da una parte migliorare e aggiornare le conoscenze tecniche del personale su temi come la qualità e la salute e sicurezza, dall'altra migliorare le soft skills del personale in merito al ruolo di capo, alla capacità di lavorare in team e allo spirito di collaborazione.

Ai Quadri viene data, inoltre, la possibilità di arricchire le proprie competenze anche grazie all'avvicendamento e alla rotazione delle posizioni.

La formazione generalmente viene erogata in aula e tramite Digital Learning, attraverso la partecipazione a seminari, convegni, occasioni di incontri con consulenti e affiancamento a personale interno dotato di specifiche e particolari competenze.

Nel 2020, a causa della pandemia, è stato possibile realizzare solo in maniera parziale le attività di formazione interna in aula che si sono invece svolte prevalentemente in modalità on-line, portando anche ad una contrazione dei costi. Sono stati effettuati coaching individuali e corsi per l'adeguamento delle conoscenze del personale sulle nuove piattaforme di comunicazione e collaborazione usate in azienda.

| Consorzio                      | 2018   | 2019   | 2020   |
|--------------------------------|--------|--------|--------|
| Ore di formazione              | 2.230  | 6.946  | 2.120  |
| Investimenti in formazione (€) | 35.000 | 75.000 | 37.000 |

<sup>15</sup> Il tasso di turnover non include la Cooperativa CNO per tutte e tre le annualità

Per il 2021 sono in programma iniziative formative per Quadri e Dirigenti, con l'obiettivo di sviluppare le soft skill, migliorare la capacità di lavorare e far lavorare in gruppo, agevolare le competenze negoziali e la gestione dei collaboratori e dei progetti; per il resto del personale il focus sarà su temi di natura tecnica e in particolare sulle aree dell'informatica diffusa, della sicurezza, della privacy, delle conoscenze del Modello 231 e aggiornamenti professionali specifici.

Le ore di formazione erogate dalle Cooperative e dalla Rete e i relativi investimenti si sono ridotti in maniera sensibile rispetto al 2019 principalmente a causa delle difficoltà legate al Covid e alla possibilità di fare corsi in presenza.

| Cooperative e Rete              | 2018      | 2019      | 2020      |
|---------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Ore di formazione <sup>16</sup> | 397.280   | 442.125   | 182.516   |
| Investimenti in formazione (€)  | 1.114.707 | 1.802.837 | 1.361.297 |

## La sicurezza

Conad si è da sempre distinta per una **gestione della sicurezza sui luoghi di lavoro che va oltre quanto previsto strettamente dalla normativa**, mettendo al primo posto la salute e l'integrità psicofisica dei collaboratori; soprattutto in un anno così complesso e delicato sotto questo punto di vista come è stato il 2020. Agendo comunque in ottemperanza a quanto previsto dalla legge 81/2008, nel rispetto delle modalità previste per la salute e la sicurezza nei luoghi di lavoro, all'interno dell'azienda opera il responsabile della sicurezza, al quale vengono conferite ore aggiuntive di permesso al fine di svolgere adeguatamente la funzione di monitoraggio e segnalazione di eventuali aree di criticità; nell'eventualità dovessero essere riscontrate, l'azienda si impegna ad intervenire tempestivamente.

Frequenti anche gli incontri tra azienda, rappresentante dei lavoratori, medico aziendale e responsabile della sicurezza, al fine di implementare interventi per un costante e progressivo miglioramento dell'ambiente di lavoro.

Nel corso del 2020, **con l'incedere della pandemia, il Consorzio ha intrapreso una serie di iniziative volte ad evitare la diffusione dei contagi all'interno dell'ambiente di lavoro**, dotandosi di un Protocollo specifico sottoscritto dall'azienda con le Organizzazioni Sindacali ed aggiornato periodicamente con comunicazioni a tutti i collaboratori. Sono stati effettuati forti investimenti strutturali, oltre all'adozione dello smart working per il personale. Tra le misure adottate l'acquisto di plexiglass protettivi per le postazioni di lavoro, di mascherine e dispositivi di protezione, la sanificazione periodica degli ambienti, l'acquisto di materiali e dotazioni quali termoscanner e gel igienizzante per tutti i collaboratori, per un investimento complessivo di oltre 250.000€.

Anche per le **Cooperative** la sicurezza sul luogo di lavoro rappresenta una priorità e si concretizza con l'adozione di **sistemi di gestione integrati Qualità, Ambiente e Sicurezza**, certificati secondo standard internazionali come la ISO 45001, l'organizzazione di momenti di formazione estesi anche alla rete dei punti vendita e la possibilità offerta ai Soci di usufruire di una consulenza "chiavi in mano" in materia di sicurezza sul lavoro, che copra tutti gli obblighi previsti dal nuovo testo unico (D.Lgs 81/2008), grazie a convenzioni con tecnici selezionati e coordinati sul territorio.

| Numero infortuni          | 2018 | 2019 | 2020 |
|---------------------------|------|------|------|
| Consorzio                 | 0    | 1    | 2    |
| Cooperative <sup>17</sup> | 31   | 32   | 45   |

<sup>16</sup> Il dato 2018 non include CIA e CNO  
<sup>17</sup> Il dato 2018 non include CNO

## Welfare

In accordo con le Rappresentanze Sindacali, Conad ha investito molto in materia di assistenza sanitaria e previdenza complementare per il personale, **incrementando le coperture sanitarie e le quote di previdenza integrativa**.

Un'area su cui anche le singole Cooperative hanno posto l'accento, come ad esempio **Conad Adriatico**, che ha attivato, in collaborazione con il gruppo Allianz, una piattaforma web dedicata per facilitare l'accesso ai servizi di welfare e per migliorare il benessere dei collaboratori e dei loro familiari. Il sistema si finanzia con il premio di risultato il cui valore viene ulteriormente incrementato con il contributo dell'azienda. I collaboratori che scelgono di usufruire del Welfare possono accedere a un'ampia gamma di servizi, dal family care alla salute e benessere, dal tempo libero al risparmio. Le modalità di fruizione dei servizi spaziano dal rimborso delle spese sostenute, ai voucher e al versamento volontario al Fondo pensione. Nel 2020 oltre un terzo dei collaboratori aventi diritto ha investito il premio di risultato in "credito welfare" incrementando del 41% il valore del potere di spesa. **Conad Nord Ovest**, invece ha attivato, attraverso Poste Vita, l'erogazione di una prestazione sanitaria integrativa "Ltc Care e la temporanea Caso Morte" per i contratti a tempo indeterminato. Anche **Conad Centro Nord** ha attuato un piano integrativo di welfare per i propri collaboratori, che prevede 20 ore annue a disposizione per visite mediche, l'integrazione al 50% del congedo parentale (se usufruito in un'unica soluzione) e 2 giorni aggiuntivi di permesso non retribuito per malattia dei figli. Legate alla situazione lavorativa dovuta all'emergenza sanitaria l'Assicurazione attivata dalla Cooperativa per i propri collaboratori "Smart sicuri" per la copertura degli infortuni in smart working e la Copertura Assicurativa per Covid-19, che si vanno ad aggiungere alle coperture sanitarie consolidate come l'Assistenza Sanitaria integrativa a Fondo Est e l'Assistenza Sanitaria FASCO, entrambe in base all'inquadramento della risorsa.

| Congedo parentale (n. collaboratori) | 2018 | 2019 | 2020 |
|--------------------------------------|------|------|------|
| Consorzio                            | 5    | 17   | 13   |
| di cui                               |      |      |      |
| DONNE                                | 5    | 17   | 13   |
| UOMINI                               | 0    | 0    | 0    |

| Congedo parentale (n. collaboratori) | 2018 | 2019 | 2020 |
|--------------------------------------|------|------|------|
| Cooperative                          | 44   | 57   | 86   |
| di cui                               |      |      |      |
| DONNE                                | 37   | 47   | 68   |
| UOMINI                               | 7    | 10   | 18   |





## Retribuzioni e benefit

Conad adotta sistemi di valutazione delle performance annuali del personale, effettuate da responsabili individuati all'interno dell'azienda, da cui dipende l'erogazione di una quota variabile del salario.

Scelto in accordo con la rappresentanza sindacale, il sistema di valutazione per il personale si articola in due parti: la prima è collegata ai risultati aziendali, la seconda si basa sulla prestazione individuale e collettiva. Tre sono invece le componenti considerate per la misurazione delle performance di quadri e dirigenti. Ad una parte agganciata al risultato aziendale e a quella legata al raggiungimento di obiettivi assegnati individualmente e al gruppo, si aggiunge la valutazione individuale del comportamento organizzativo, che avviene tramite l'analisi di tre fattori: competenze, capacità manageriali, atteggiamento collaborativo. In generale, le decisioni relative ad assunzioni, retribuzioni, avanzamenti di carriera e licenziamenti sono prese in base al merito, alle capacità e alle competenze, con l'intento di offrire a tutti i collaboratori pari occasioni di crescita e sviluppo.

A tutto il personale del Consorzio, infine, a dicembre 2020, è stato riconosciuto un bonus straordinario di 800€ lordi per il grande impegno dimostrato durante l'anno della pandemia.

## 3.3 Comunità - Bassi e Fissi

Tutelare il potere di acquisto delle famiglie, dando la possibilità a milioni di nuclei familiari di poter fare una spesa completa, di qualità e a prezzi convenienti. È da queste premesse che nasce l'operazione Bassi e Fissi, avviata da Conad nel 2013: **un vero e proprio piano strutturale a sostegno delle famiglie**, per aiutare in particolare quelle che faticano ad arrivare alla fine del mese, che si rinnova di anno in anno, con un progressivo incremento delle occasioni di convenienza. Bassi e Fissi prevede un paniere di prodotti a marchio Conad fondamentali per la vita quotidiana proposti a prezzi ribassati rispetto alla media di mercato.

Specialmente in questo periodo critico per l'economia e la tenuta sociale, il Consorzio ha deciso di ampliare le referenze presenti in questo paniere: **nel 2020 sono stati circa 700 i prodotti rappresentativi di 128 categorie** (con un balzo in avanti rispetto ai 520 prodotti del 2019) sui quali è stato applicato uno sconto medio del 26%, determinando un risparmio medio annuo di 1.500 euro a famiglia.

Convenienza che oggi si amplia a nuove referenze che vengono selezionate con cura ogni giorno, prestando la massima attenzione alla qualità dei prodotti per garantire la certezza di una spesa completa, sicura e conveniente a tutti i clienti.



## I Concept Conad: qualità, convenienza e praticità

La vicinanza ai clienti e il sostegno alle famiglie, in Conad, non si limita all'operazione Bassi e Fissi, nell'offrire prodotti accomunati sempre da qualità, sicurezza e convenienza, ma va anche oltre i confini del punto vendita attraverso i Concept Conad, ideati e sviluppati per rispondere in modo capillare alle esigenze dei clienti e alle loro nuove e diversificate abitudini di acquisto.

Un'offerta articolata che integra la struttura multicanale dell'insegna con servizi aggiuntivi orientati al non food che integrano la spesa quotidiana: dal rifornimento di carburante, all'acquisto di farmaci e prodotti per il benessere o di lenti e occhiali da vista, fino ai prodotti per l'alimentazione e la cura degli animali domestici.

### DISTRIBUTORI DI CARBURANTE

Convenienza economica, la certezza della qualità Conad, comodità. Sono i tre concetti su cui poggia il concept dei distributori di carburante Conad, lanciati nel 2005 e che oggi contano **44 impianti attivi con 140 collaboratori** in 38 province della penisola. Nel 2020 sono state inaugurate due nuove stazioni di servizio, a Portogruaro (Venezia) e Portoferraio (Livorno).

Situati a fianco dei punti vendita, hanno la praticità di consentire il rifornimento a margine della spesa in negozio e di garantire un risparmio concreto ai clienti automobilisti, grazie a **prezzi più bassi praticati rispetto la media di mercato**. Nel 2020, nonostante le restrizioni dovute all'emergenza sanitaria e in particolare al lockdown della prima metà dell'anno, i distributori Conad hanno mantenuto alto il livello di servizio, registrando 12,6 milioni di rifornimenti. Il prezzo praticato nel 2020 è stato in media inferiore di 8,4 centesimi rispetto la media nazionale, **garantendo un risparmio annuo ad ogni cliente di circa 84 euro**: complessivamente, con 300 milioni di litri di carburante erogato, i distributori di carburante Conad hanno consentito un risparmio ai clienti di 25,8 milioni di euro.

Le modalità di rifornimento sono le stesse della maggioranza delle stazioni di servizio, con pagamento self-service posticipato alle casse drive-in negli orari in cui è presente il personale di presidio e con pagamento anticipato alle colonnine degli erogatori negli altri orari. Il controllo di Conad sulla filiera di approvvigionamento e il controllo diretto dei Soci Conad sulla gestione degli impianti, offre al cliente le migliori garanzie sulla qualità del servizio e sulla convenienza dei prezzi applicati.



44

DISTRIBUTORI DI CARBURANTE



140

COLLABORATORI



12,6

MILIONI DI RIFORNIMENTI



84

EURO RISPARMIO MEDIO ANNUO

### PARAFARMACIE

Altra voce di spesa importante per le famiglie è rappresentata dai farmaci da banco, dai farmaci senza obbligo di ricetta e da tutti quei prodotti dedicati all'healthcare. Una tipologia di acquisto in cui la fiducia e la garanzia di qualità e sicurezza sono aspetti centrali. Il sostegno di Conad al potere di acquisto passa anche da questo segmento, con un'offerta che si è andata ampliando negli anni e che dal 2019 vede in assortimento anche gli integratori con il marchio del distributore. Nelle parafarmacie Conad, collocate in aree opportunamente circoscritte all'interno dei supermercati e degli ipermercati, **operano 580 farmacisti professionisti** a disposizione dei clienti per offrire consulenze qualificate su farmaci e altri prodotti per il benessere. Un numero in netta crescita rispetto le 460 unità del 2019.

Sono **175 le parafarmacie ad insegna Conad** presenti sul territorio (di cui ben 37 inaugurate nel 2020) ed applicano sconti dal 15% al 40% rispetto i prezzi di listino di Sop (farmaci non soggetti a prescrizione medica) e Otc (farmaci da banco o di automedicazione) applicati dalle farmacie private tradizionali. **Un'offerta che ha saputo conquistare la fiducia di 5,7 milioni di clienti nel 2020**, che hanno acquistato medicinali per 95 milioni di euro (erano stati 86,2 milioni di euro nel 2019).



175

PARAFARMACIE



580

FARMACISTI PROFESSIONISTI



5,7

MILIONI DI CLIENTI



95

MILIONI DI EURO DI FATTURATO



15%-40%

SCONTI APPLICATI

**PETSTORE**

Essere vicini alle persone, per Conad significa anche prendersi cura dei loro migliori amici. Il concept PetStore Conad vuole dare risposta ad una domanda in costante crescita che sembra non conoscere crisi, soddisfacendo tutte le necessità degli oltre 60 milioni di animali domestici che allietano le giornate di milioni di italiani. Una compagnia che è stata ancora più preziosa nel corso delle settimane di lockdown per contrastare la solitudine di chi era costretto a casa o lontano dagli affetti.

Nati nel 2017 e collocati in prossimità degli Ipermercati e dei Superstore Conad, al loro interno è possibile trovare tutto ciò che è necessario per la cura dell'animale: **oltre 11.000 tra prodotti per l'alimentazione, accessori per il passeggio e il gioco, prodotti per il benessere e la toelettatura, lettiere e tappeti** fino a prodotti specifici per le necessità alimentari di animali con patologie.

Ad oggi sono 68 i PetStore Conad, con 240 collaboratori, che è possibile trovare in 14 Regioni e che nel 2020 hanno sviluppato un **fatturato di 40 milioni di euro**; un netto incremento rispetto i 23 milioni registrati nel 2019.

La proposta commerciale è anche qui orientata al risparmio e alla qualità: personale specializzato è a disposizione per fornire consigli e consulenze ai clienti, mentre **promozioni a rotazione su circa 400 prodotti** garantiscono un risparmio concreto che si aggiunge ai buoni sconti sulla spesa e ad altre agevolazioni per i possessori di carte Conad. Un amore per gli animali che non si ferma dentro al punto vendita. Nei PetStore Conad è attiva da tempo l'iniziativa "Cibo, calore e amore", una raccolta alimentare nei punti vendita funzionale a sostenere la vita di cani e gatti abbandonati o in difficoltà. Nel 2020 grazie al sostegno dei propri clienti, Conad ha raccolto 135.000 pasti che hanno aiutato numerosi amici a quattro zampe in difficoltà.



**68**

PETSTORE



**240**

COLLABORATORI



**19**

OTTICO CONAD



**45**

OTTICI SPECIALIZZATI



**40**

MILIONI DI EURO DI FATTURATO



**400**

PRODOTTI IN PROMOZIONE A ROTAZIONE



**11.000**

REFERENZE



**5,2**

MILIONI DI EURO DI FATTURATO



**200**

MILA CLIENTI L'ANNO



**25%**

RISPARMIO MEDIO

**OTTICO**

Con il proprio concept dedicato Conad intende supportare le famiglie anche nell'acquisto di occhiali da vista e lenti a contatto offrendo un servizio in pieno stile Conad, coniugando convenienza economia e comodità per il cliente: nello stesso luogo dove i clienti fanno la spesa è infatti possibile verificare in pochi minuti lo stato di salute della propria vista o ricevere una consulenza sulle lenti da sole, sempre con la garanzia di massima professionalità, competenza e sicurezza degli strumenti diagnostici d'avanguardia che vengono utilizzati.

Sono circa 200mila i clienti che hanno frequentato i **19 Ottico Conad** presenti negli ipermercati e superstore di 8 Regioni, aumentati di 5 unità rispetto lo scorso anno. Il fatturato 2020 del concept è stato di 5,2 milioni di euro, con **scontistiche che vanno dal 20% al 50%** e garantiscono un risparmio medio del 25%. Oltre 800 montature proposte con la consulenza di 45 ottici specializzati e tante iniziative promozionali per garantire accessibilità ai prodotti indispensabili come le lenti da vista, e altre dedicate a particolari fasce di utenti, ad esempio gli over 40, che si aggiungono ad una vasta offerta di prodotti di primo prezzo. Sui grandi marchi e su altre categorie, come lenti a contatto e liquidi, sono previsti sconti alla cassa per i clienti in possesso della carta fedeltà Conad Insieme.

## Il legame con il territorio

La relazione con le comunità è un elemento fondante del modo di essere di Conad: un rapporto di reciprocità che rappresenta l'unicità e il valore aggiunto dell'insegna. Essere il **punto di riferimento per 10,5 milioni di famiglie e leader consolidati nel canale Super** vuole dire anche essere consapevoli del proprio ruolo nello sviluppo del tessuto economico e sociale e della qualità della vita nei territori di riferimento, dove operano Cooperative e punti vendita. Un principio che si esprime compiutamente nel rapporto diretto, oltre che personale, del Socio con la comunità in cui è immerso. I nostri Soci imprenditori il più delle volte abitano nei quartieri in cui lavorano, conoscono i clienti e partecipano alla vita delle comunità. Un rapporto di prossimità che tende ad esprimersi in una **relazione solidaristica nei confronti del territorio e delle realtà sociali** che lo animano.

**L'investimento in attività sociali del Sistema Conad è stato pari a 30 milioni di euro solo nel 2020.**

Anche la struttura della rete di vendita rispetta gli elementi fondanti di Conad: cooperazione, reciprocità, vicinanza e tutela dei valori della comunità. Si tratta di una rete diffusa e radicata nel territorio, con l'obiettivo offrire un servizio anche a chi si trova in aree isolate e meno popolate. La vicinanza è uno dei tratti distintivi dell'insegna, che si caratterizza per **esser presente nei Comuni con meno di 5mila abitanti, con ben 499 negozi**: aree spesso lontane dai grandi centri metropolitani, talvolta difficilmente raggiungibili e con pochi servizi di utilità sociale. Eppure è in questi piccoli insediamenti che si ritrovano ben conservati il saper fare, i rapporti di vicinato e le radici identitarie che in Conad valorizziamo ogni giorno con migliaia di referenze accuratamente selezionate prodotte da oltre 5.000 fornitori locali.



## Le iniziative per la comunità

**L'investimento in attività sociali del Sistema Conad è stato pari a 30 milioni di euro solo nel 2020** e ha coinvolto più ambiti come scuola, cultura, sport, solidarietà, ricerca e salute, in continuità con tutti quegli ambiti sui quali l'impegno di Conad si è concentrato anche negli anni passati.

Come Consorzio, l'impegno principale è stato da un lato sul mondo della scuola, dall'altro in iniziative di sostegno, solidarietà e supporto alla ricerca scientifica e su tematiche socialmente rilevanti per far fronte all'emergenza sanitaria. Attività promosse centralmente dal Consorzio ma che vedono poi in molti casi protagonisti le Cooperative, i Soci, i punti vendita e i clienti nel rendere effettivo e concreto tutto il potenziale che portano con sé.

### "SCRITTORI DI CLASSE", PER STIMOLARE IL PIACERE DELLA LETTURA E DELLA SCRITTURA

Conad ha voluto confermare e rafforzare l'impegno per la scuola e per le nuove generazioni, che rappresentano il futuro della nostra Comunità, anche in un anno così complesso. All'interno del progetto ombrello "Insieme per la scuola", nato nel 2012 per dotare di attrezzature informatiche e multimediali le scuole primarie e secondarie di primo grado, Conad continua il suo impegno anche attraverso "Scrittori di Classe", un progetto rivolto alle scuole primarie e secondarie di primo grado sul territorio nazionale, che si pone come obiettivo quello di diffondere valori fondamentali e sempre di grande rilievo come il piacere della lettura e della scrittura, un approccio alla didattica più dinamico e a misura degli studenti e l'importanza della crescita culturale. Un appuntamento consolidato che ha visto **coinvolti in dieci anni 3 milioni di alunni e 140.000 classi, distribuito gratuitamente 20 milioni di libri e donato 30 milioni di euro** in attrezzature informatiche e materiali didattici alle scuole.

Il tema della settima edizione di "Scrittori di Classe" 2020/2021 è stato lo spazio. "Storie Spaziali", realizzato in collaborazione con Agenzia Spaziale Italiana (ASI), European Space Agency (ESA) e Associazione Nazionale Insegnanti di Scienze Naturali (ANISN), rappresenta un interessante e innovativo progetto didattico incentrato sulla presa di coscienza dei problemi ambientali del nostro pianeta, visti dallo spazio. Sono state oltre 22mila le classi iscritte provenienti da oltre 7.600 scuole, con più di 6mila racconti pubblicati sulla piattaforma dedicata al progetto.

### RESTO AL SUD, IL PROGETTO CONTRO LA DISPERSIONE SCOLASTICA

Forgiare competenze al passo con le dinamiche del mercato del lavoro è un elemento fondamentale per contrastare la dispersione scolastica da un lato e per evitare la cosiddetta "fuga di cervelli" dall'altro. Il progetto Resto al Sud si pone questi come obiettivi, con un focus sulle aree più colpite e disagiate dell'Italia meridionale per evitare l'impoverimento sociale e produttivo che l'emigrazione di talenti inevitabilmente lascia sui territori più fragili. Conad è main partner del progetto, nato dalla collaborazione con la scuola di formazione Ninja Marketing, in virtù della sua innata attenzione al territorio, alle persone e ai risvolti sociali del proprio operato.

Ogni anno l'Academy assegna **borse di studio della durata di dieci mesi** a ragazzi tra i 23 e i 29 anni con una spiccata inclinazione per il mondo digitale, l'innovazione e i social media, indirizzandoli alle nuove professioni. Attraverso la valorizzazione di talenti e nuove professionalità, il progetto Academy cerca di promuovere un modello di sviluppo diverso per le zone del Mezzogiorno che versano in condizioni di maggiore criticità. Nel corso di questi anni le borse di studio digitali sono state assegnate ai giovani di Scampia (Napoli), Librino (Catania), Zen (Palermo), Tamburi (Taranto), Sulcis (Carbonia), L'Aquila, Lampedusa, Caserta, Cosenza, Potenza e Foggia.



### STIMOLARE I GIOVANI A COSTRUIRE UN FUTURO MIGLIORE E SOSTENIBILE

Conad è tra i partner anche del programma "Youth in Action for Sustainable Development Goals", una Call for Ideas che premia **le migliori idee progettuali presentate da giovani under 30** per rispondere alle **sfide** che oggi imprese, nazioni e società devono affrontare per contribuire al **raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile individuati nell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite**.

La passione, l'energia e l'entusiasmo delle nuove generazioni sono il motore del cambiamento, per questo Youth in Action li chiama a confrontarsi in prima persona con le principali sfide economiche, sociali e ambientali che abbiamo di fronte, con l'obiettivo di elaborare soluzioni innovative, ad alto impatto sociale e tecnologico.

Ciascuna azienda Partner del Concorso presenta una **"Sustainability Challenge"**, ovvero un brief su una tematica di sostenibilità economica, sociale o ambientale che è interessata ad approfondire. Ogni partecipante potrà rispondere a una o più **Sustainability Challenge** proponendo la sua idea progettuale. In palio ci sono opportunità formative in azienda offerte dai partner, e occasioni di confronto internazionali sui temi legati allo sviluppo sostenibile.

### AL FIANCO DI "D.I.RE" CONTRO LA VIOLENZA SULLE DONNE

Sempre contro la violenza sulle donne, non solo l'8 marzo. Per il sesto anno consecutivo Conad è al fianco dell'associazione D.i.RE, Donne in Rete contro la Violenza, e dei suoi oltre 80 centri anti-violenza sul territorio. **Grazie al sostegno di Conad in questi anni è stato possibile raccogliere oltre 500.000 euro**, messi a disposizione per progetti di formazione, sensibilizzazione, prevenzione e sostegno dei centri anti-violenza. Un risultato importante, raggiunto grazie all'attività dei Soci, dei collaboratori e dei clienti Conad.

### UN AIUTO PER CHI È MENO FORTUNATO

Per il terzo anno consecutivo Conad ha sostenuto attraverso la raccolta punti del catalogo MiPremio la Lega del Filo d'Oro; oltre 1,2 milioni di euro complessivamente raccolti. Le donazioni nel 2020 hanno finanziato il progetto **"Aggiungiamo un posto a tavola!"**, volto alla costruzione dell'edificio dedicato alle cucine e alla mensa all'interno del Centro Nazionale di Osimo, che accoglie bambini, giovani e adulti sordociechi e pluriminorati psicosensoriali. Un gesto significativo a chi ne ha più bisogno realizzato grazie alla sensibilità di moltissimi clienti Conad che hanno contribuito in tutto il Paese.

### SOSTEGNO ALLA RICERCA SUI TUMORI

Informazione, prevenzione, ricerca e cura. Sono i 4 pilastri della **lotta contro i tumori**, una battaglia difficile e complessa che può essere vinta solo con gli sforzi sinergici di tutti quanti, Istituzioni, imprese, cittadini. Conad ne è consapevole e in continuità con gli anni passati, anche nel 2020, ha attivato presso i Punti Vendita delle occasioni di **raccolta fondi per supportare Istituti ed Enti attivi su questo fronte**. Con la vendita delle stelle di Natale, ad esempio, sono stati **donati 150.000 euro all'Istituto Nazionale Tumori** utilizzati per finanziare la ricerca in campo oncologico e le iniziative rivolte al benessere dei pazienti dell'Istituto. In occasione della Festa della Mamma, invece, **49.000 euro** sono stati raccolti con la vendita di piantine e donati **all'AIRC, l'Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro**, per sostenere la ricerca sui tumori e in particolare su quelli che colpiscono maggiormente le donne.

### Le iniziative per la comunità delle Cooperative.

#### PROMOZIONE DI SANI STILI DI VITA E DI UNA CORRETTA ALIMENTAZIONE

Le Cooperative hanno messo in atto diverse iniziative volte a promuovere nelle giovani generazioni la corretta alimentazione, la cultura dello "spreco zero" e la valorizzazione dei prodotti e della loro trasformazione, uno strumento imprescindibile per promuovere la sostenibilità sociale dei territori.

Scoprire la "ricetta" per uno stile di vita sano e sostenibile grazie agli "ingredienti" giusti. "La lezione vien mangiando" è un progetto di **Conad Adriatico** che ha coinvolto diverse scuole primarie del territorio. Il corso si articola in due lezioni in classe per parlare di nutrienti, di piramide alimentare, di filiere e lettura delle etichette e in una visita al supermercato "laboratorio didattico" alla scoperta del mondo della Cooperativa. Guidati dal Socio imprenditore e da esperti del settore, i bambini scoprono i nutrienti del cibo, gli alimenti che li contengono, i cibi salutarissimi e quelli da destinare a occasioni speciali. I bambini hanno anche provato nuove esperienze per aumentare la loro consapevolezza alimentare: dal fare "una spesa sana" a riscoprire nuovi e semplici sapori, a saper leggere le etichette. Con questa iniziativa, Conad alimenta una consapevolezza alimentare destinata ad aumentare nel tempo.

"Il buono che c'è, viaggio alla scoperta del territorio attraverso i suoi prodotti" è il progetto sostenuto dalla **Cooperativa CIA-Commercianti Indipendenti Associati** e realizzato dalla Cooperativa Atlantide di Cervia (RA), giunto alla sua quarta edizione nell'anno scolastico 2019-2020. Oltre 400 studenti delle scuole primarie di primo e secondo grado sono stati coinvolti, quest'anno nella nuova modalità digitale; anche la visita al punto vendita Conad vicino alla scuola è stata trasformata in un tour virtuale. Analoga rivisitazione anche per attività di avviamento allo sport e di promozione della psicomotricità. L'iniziativa di **CIA**, a cura dell'associazione Benessere in Movimento, è stata portata on line con la realizzazione di 7 brevi video che hanno come protagonisti piccoli "Istruttori", che guidano i loro coetanei in una serie di semplici esercizi che riprendono le tematiche affrontate durante le lezioni in presenza in palestra.

"Go-all + corretta alimentazione" è il programma di attività di orientamento allo sport di **Conad Centro Nord** rivolto ai piccolissimi, a cui partecipa anche un nutrizionista che tiene lezioni sulla "Merenda perfetta" con prodotti Verso Natura Conad. **Conad Centro Nord** ha inoltre aderito all'iniziativa "Move Your Body", promossa dal Rugby Parma in collaborazione con l'Università di Parma, un progetto pilota finalizzato all'avviamento al rugby di bambini sovrappeso. È rivolto ai bambini delle scuole primarie e dell'infanzia anche il progetto "Mangiando S'Impara" di **Conad Nord Ovest**, un progetto in cui si incentivano il consumo di frutta e verdura, la riscoperta della stagionalità dei prodotti, la conoscenza della ricchezza e della varietà agricola del territorio e la sostenibilità, attraverso il gioco ed il coinvolgimento. Per la realizzazione del progetto la Cooperativa si avvale della collaborazione di un team di laureati in scienze dell'alimentazione.

### FORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE DELLE GIOVANI GENERAZIONI

Nonostante la pandemia, **Conad Adriatico** ha riconfermato anche nel 2020 la collaborazione con Il Resto del Carlino per l'iniziativa "Campionato di giornalismo", diventato un appuntamento fisso per scuole e insegnanti.

Investire sui nostri ragazzi significa dare un futuro alla nostra terra, la salute socioeconomica del territorio nel quale viviamo dipenderà infatti dalla qualità delle nuove generazioni.

Promuovere iniziative così concrete significa avvicinare il mondo dell'istruzione a quello del lavoro attraverso la possibilità di esprimere curiosità e creatività e disegnare così il proprio futuro.

Vivere nella comunità ed operare per la comunità, perchè la salute della comunità è la salute delle nostre aziende: sono tutti elementi centrali in questa iniziativa e nella visione della Cooperativa.

Anche **Conad Nord Ovest** ha rinnovato la storica collaborazione con il quotidiano La Nazione, giunta alla 19° annualità, e dall'anno scolastico 2020/21 anche con Il Resto del Carlino. L'iniziativa è rivolta ai giovanissimi ed è nata per favorire la corretta informazione, lo sviluppo di una coscienza critica, ma anche lo spirito di squadra, analizzando temi di attualità e progettando articoli.

Con l'obiettivo di avvicinare i più piccoli al teatro e favorire il coinvolgimento e la partecipazione delle famiglie, i Soci di **Conad Nord Ovest** da anni sostengono anche alcune importanti rassegne teatrali rivolte ai ragazzi:

- La domenica non si va a scuola
- E se una domenica d'inverno un bambino
- Bimbi al Duse

Il supermercato Conad di Volterra (**Conad Nord Ovest**), ha stretto una collaborazione con l'Istituto scolastico Niccolini, proseguendo un percorso attivato da tempo con diversi progetti. Per l'anno scolastico 2020, scandito dall'emergenza Covid-19, Conad La Torricella ha scelto di contribuire a sostenere il laboratorio, attrezzandolo con nuove cucine, collocate all'interno dell'istituto. Conad a Volterra non è nuova a questo tipo di collaborazione: negli anni passati ha contribuito con buoni pasto a supportare il progetto "Studiare e vivere a Volterra" e ha anche donato un congelatore, utile per le classi dell'alberghiero.

Cultura e impresa unite per promuovere processi di partecipazione alla conoscenza e al benessere sociale. È l'obiettivo di una sinergia tra due realtà del territorio di Parma, il Teatro delle Briciole e **Conad Centro Nord**, che si realizza da 8 anni promuovendo la crescita e la diffusione di un'e-

sperienza formativa e culturale che unisce adulti e bambini. La partnership si è tradotta quest'anno nel dono da parte di Conad di 42 Carte Insieme comprendenti ciascuna 6 accessi a teatro, per un totale di 250 ingressi agli spettacoli della rassegna primaverile del teatro all'aperto.

### SOSTEGNO ALLA CULTURA

Musica, cinema e teatro all'aperto per promuovere forme di ritrovata socialità, in sicurezza, dopo i mesi del lockdown: si sono caratterizzate in questo senso alcune delle iniziative pubbliche svoltesi durante i mesi estivi con il contributo di **CIA** e il patrocinio delle diverse Amministrazioni comunali coinvolte. È stato così per l'Arena Lido di Rimini, con un ricco calendario in luglio e agosto di cinema e musica dal vivo vista mare, e per l'estate pesarese, che ha richiamato tante presenze tra turisti e locali, con un cartellone di teatro comico e dialettale. Da evidenziare anche il supporto al "Premio Bancarella nelle scuole" e alla kermesse letteraria "Cesenatico Noir", oltre al tradizionale appuntamento con il "Festival di storia del Novecento" promosso dalla Fondazione Lewin.

**Conad Centro Nord** ha dato il proprio contributo a diverse iniziative culturali, quali:

- Barezzi Festival; festival in tensione costante tra sperimentazione e recupero della tradizione, di produzione del Teatro Regio di Parma che per quest'anno si è svolto in streaming;
- Insolito Festival; la rassegna di spettacoli, incontri, esplorazioni urbane per adulti e bambini, che punta a rafforzare la relazione tra il teatro e la città;
- L'Opera Camion: Figaro. Un teatro su 4 ruote, che ha l'obiettivo di rendere l'opera accessibile nei contenuti e nella durata e di portare il teatro nelle piazze;
- Fondazione Toscanini - Aemilia al Parco della Musica, con ingresso gratuito ai possessori di carte Conad fino ad esaurimento posti.

**Conad Nord Ovest** ha dato il proprio sostegno a:

- Grande progetto di recupero e valorizzazione del patrimonio artistico e culturale della Chiesa di San Leone a Pistoia, per 360mila euro: iniziato nel 2017 è attualmente alle fasi finali. Il progetto ha previsto il recupero del ciclo pittorico e la ristrutturazione interna della Chiesa che, in una fase intermedia dei lavori, ha anche ospitato la famosa opera scultorea "La Visitazione" di Luca della Robbia.
- la quarta edizione del festival Mutamenti, Jazz senza Frontiere, a Massa Carrara;
- Strada del Jazz a Bologna, una collaborazione che si rinnova ormai da 10 anni: la manifestazione punta a favorire il connubio intergenerazionale e culturale, con la partecipazione di grandi artisti e artisti esordienti;
- Musei d'Inverno - Imperia: il contributo dei Soci di Imperia e provincia ha reso possibile la riapertura dei Musei cittadini dopo il difficile periodo di chiusura imposta dal lockdown;
- Mont'Alfonso Sotto le Stelle, una rassegna culturale e festival di musica, cinema e teatro d'autore nella Fortezza Mont'Alfonso di Castelnuovo Garfagnana (LU).

Inoltre, con il progetto "Sosteniamo le Passioni", al raggiungimento di 35 Punti Cuore, i clienti hanno potuto richiedere un Buono Cuore del valore di € 2,50 da destinare ad associazioni che aderiscono al progetto, tra cui associazioni culturali. L'"Amore per il cibo" di **Conad Adriatico** è un progetto di cultura d'impresa da condividere con le persone della propria comunità. Un progetto finalizzato a valorizzare la storia della Regione Abruzzo attraverso la ricostruzione, mediante

foto, aneddoti, tradizioni, ricordi e oggettistica alimentare, del rapporto che le persone hanno avuto con il Cibo. Obiettivo principale dell'iniziativa è conoscere fatti, circostanze, usanze, scritti, opere d'arte e letterarie, che hanno contraddistinto la propria vita o quella di persone conosciute.



**AL FIANCO DEGLI SPORTIVI**

Oltre all'iniziativa "Sosteniamo le Passioni", attraverso la quale i clienti possono fare delle donazioni ad associazioni sportive, i Soci e la Cooperativa **Conad Nord Ovest** sostengono molteplici attività sportive dilettantistiche e di avviamento allo sport, con l'obiettivo di valorizzare le tante realtà locali, associazioni e polisportive, che vivono soprattutto di contributi volontari e che, durante l'emergenza sanitaria, sono state costrette alla chiusura. I Soci sostengono inoltre i campi estivi organizzati dalla squadra Pistoia Basket, guidati dall'ex campione Gek Galanda (argento Olimpico ad Atene, oro agli Europei di Parigi) insieme ad altri professionisti dello sport. Importante anche il sostegno alle Polisportive del modenese Anderlini, CSI (Centro Sportivo Italiano), Modena Volley Summer Camp e MiraSummer per le attività estive, con un'attenzione particolare rivolta ai bambini, che a causa della pandemia hanno dovuto rinunciare anche a tutte quelle occasioni di socialità e crescita legate allo sport, alle attività e ai giochi all'area aperta. In queste occasioni i Soci hanno messo a disposizione un contributo economico e prodotti alimentari per le merende e i pranzi dei bambini. Inoltre, per ogni quota versata, alle famiglie è stato consegnato un blocchetto di buoni sconto come rimborso del costo da sostenere. Un gesto concreto vicinanza e supporto.

**Conad Centro Nord** sostiene numerose iniziative sportive:

- Main sponsor di maglia della squadra di calcio Reggiana Calcio in serie B;
- Sponsor di maglia della squadra di eccellenza Valorugby Emilia;
- Title Sponsor della squadra di pallavolo maschile di A2 Conad Volley;
- Partner nello sport e anche nel sociale del Cus Milano Rugby: oltre agli spazi per lo sport inaugurati a Milano in zone disagiate, nel 2020 i giocatori e lo staff del Cus Milano Rugby sono diventati volontari, all'interno del progetto AIUTARCI, per portare la spesa a domicilio ai malati di Covid e/o agli anziani.

Per l'ottavo anno consecutivo, **Conad Centro Nord** ha inoltre contribuito alla realizzazione del torneo juniores Conad Cup che vede la partecipazione di 54 squadre delle province di Parma e Reggio Emilia. Tante sono state, come sempre, le attività che hanno coinvolto i punti vendita del territorio durante la stagione.

Anche sul versante del sostegno allo sport sono proseguite molte delle collaborazioni già in essere da anni tra **CIA** e alcune delle principali realtà operanti nei vari territori e in diverse discipline, sia a livello di sport professionistico e di vertice, che di avviamento giovanile alla pratica inteso

come occasione di importante socializzazione. In molti casi le sponsorizzazioni coinvolgono direttamente anche i Soci, come nel caso del CUS di Padova. Da ricordare, tra le tante, per il volley quelle con l'Olimpia Teodora di Ravenna, la Robur Costa (RA), il Volley Forlì; nel rugby, Rugby Romagna, Tarvisium di Treviso e Pesaro Rugby. In campo calcistico Cia è sponsor del Cesena Calcio e del Rimini, mentre nel basket dei Tigers Cesena, dell'Unieuro, dell'One Team Basket di Forlì e del Rinascita Basket Rimini. Nonostante la pandemia, nel 2020 si sono svolti in dieci parchi di Cesena delle occasioni di attività motoria per tutti nell'ambito del progetto "Muoviti che ti fa bene", sostenuto da CIA e dai Soci del territorio.

Nonostante il periodo particolarmente difficile **Conad Adriatico** e i suoi Soci hanno deciso di continuare a sostenere lo sport locale ed in particolare quelle società che promuovono l'attività sportiva dei giovani come, ad esempio, la Volley di Leverano e Lecce, L'Aquila Soccer School settore giovanile, l'Aquila Calcio, Basket Campobasso, Basket Roseto, la Volley di Tortoreto settore giovanile, la scuola calcio Civitanova Marche, la Volley Porto San Giorgio, l'Ascoli Calcio 1898 F.C.

**SOLIDARIETÀ, DONAZIONI E SOSTEGNO ALLE CATEGORIE FRAGILI**

È proseguita anche nel corso del 2020 la collaborazione tra **CIA** e IOR, Istituto Oncologico Romagnolo. La Cooperativa ha sostenuto la realizzazione del Prime Center, struttura vocata a prevenzione, riabilitazione e integrazione in medicina, in fase di completamento a San Cristoforo di Cesena (FC). Il centro offrirà supporto alle persone in cura con terapie oncologiche e svolgerà iniziative aperte al pubblico sui temi della prevenzione primaria e stili di vita sani.

Un contributo specifico è stato destinato da **CIA** all'ampliamento del laboratorio di Bioscienze dell'Ircc - IRCCS di Meldola (FC), struttura all'avanguardia per le analisi genetiche, l'identificazione di biomarcatori, lo studio delle cellule tumorali circolanti. Un'ulteriore collaborazione, coordinata dalla Cooperativa, ha coinvolto direttamente i Soci della rete di area romagnola per la lotteria di Natale dello IOR: i biglietti non vincenti sono stati convertiti in buoni sconto sulla spesa nei Conad di FC-RA-RN, per un importo complessivo di oltre 65mila euro.

**Conad Centro Nord** ha sostenuto diverse iniziative benefiche nel corso del 2020. Tra queste:

- "Natale Prezioso": raccolta fondi destinata a 6 progetti pediatrici nelle province di Parma, Reggio, Piacenza, Milano, Brescia e Bergamo;
- Prepagate per Caritas in collaborazione con Rotary: un aiuto per le famiglie più fragili per l'acquisto di beni alimentari e di prima necessità;
- Avvio del progetto pilota di volontariato d'impresa "Un giorno speso bene" rivolto ai collaboratori **CCN** che hanno partecipato come volontari alla raccolta alimentare "Dona una Spesa" e all'Emporio Solidale di Parma;
- "Anolino Solidale": raccolta fondi in tutti i punti vendita Conad di Parma e provincia per il progetto "Non più Soli", che sostiene le persone sole e fragili. In poco più di un mese, sono stati raccolti 60.265 euro, diventati 210 mila con l'effetto moltiplicatore degli altri partner del progetto.
- Prossima Spesa - Natale a Reggio: nell'ambito del Natale a

Reggio Emilia, CCN ha permesso l'accensione dell'albero di Natale nella piazza principale della città. Per ognuna delle 3.000 luci, rigorosamente LED, è stato donato un euro al progetto "Prossima Spesa" in aiuto alle persone indigenti;

- "Dona una spesa": giornata di raccolta alimentare targata Conad in collaborazione con i CSV - Centri di Servizio per il Volontariato territoriali nelle province di Parma, Reggio Emilia, Piacenza, Brescia e Bergamo, che ha consentito di raccogliere quasi 92 tonnellate di generi alimentari.

**Conad Adriatico** ha proseguito anche nel 2020 la collaborazione con i sei "Empori della solidarietà" (ad Ascoli Piceno, Vasto, Macerata, Pineto, Atri, Lecce) avviata nel 2011. Un progetto in cui la Cooperativa ha fatto al meglio ciò di cui è capace, ovvero progettare e realizzare supermercati e dunque anche gli Empori, lasciando che fossero i Soci dei singoli territori ad assicurare la continuità dei rifornimenti. La Cooperativa ha collaborato poi con "La fabbrica dei fiori", che coinvolge portatori di disabilità psichica in tutte le fasi della coltivazione, per favorire l'inserimento nel mondo lavorativo.

Previsto inoltre anche uno "sconto anziani" del 10% sulla spesa di tutti i clienti che hanno compiuto 60/65 anni di età anche su prodotti in promozione.

"Con tutto il cuore 2020" è l'iniziativa solidale natalizia di **Conad Nord Ovest** che coinvolge i clienti in una grande raccolta solidale per sostenere importanti iniziative e acquisto di attrezzature destinate agli ospedali pediatrici delle Regioni su cui opera. "Corri la vita" è invece la manifestazione benefica di raccolta fondi nata per sostenere le strutture sanitarie pubbliche di Firenze specializzate nella lotta contro il tumore al seno. A chi ha indossato la nuova maglietta 2020 saranno offerte 25 mete culturali gratuite, un gesto importante nel segno dell'arte e dello sport. **Conad Nord Ovest** ha partecipato donando il 10% degli incassi della vendita di prodotti Sapori&Dintorni, Alimentum, Piacersi e Verso Natura nei punti vendita toscani.

Altre iniziative di **Conad Nord Ovest** legate alla solidarietà riguardano:

- la donazione di un automezzo alla misericordia di Pistoia per il trasporto dei disabili;
- la donazione di un'auto medica per pazienti oncologici al Fondo Edo Tempia - Biella;
- la vendita di pandori e panettoni delle associazioni Fondazione Tommasino Bacciotti e Trisomia 21 Onlus: il ricavato della vendita viene interamente devoluto alle due associazioni. Con la Fondazione Tommasino Bacciotti, CNO collabora da diversi anni con forniture periodiche di merce alle case famiglia in prossimità dell'Ospedale Pediatrico Meyer di Firenze, che ospitano i familiari dei bimbi ricoverati in lunga degenza. Con Trisomia 21 Onlus, CNO sostiene e contribuisce alla crescita e alle attività inclusive dei ragazzi e delle ragazze Down.

**Conad Nord Ovest** e Soci con l'iniziativa il "Nostro Grazie" hanno voluto riconoscere a tutti i collaboratori del gruppo (sedi, società collegate e punti vendita) una prepagata Conad come premio per l'impegno e la dedizione mostrati in un periodo così difficile come questo legato al Covid.

## L'impegno di Conad nell'anno del Covid

In un periodo così delicato per il Paese come quello della pandemia Conad ha continuato ad essere in prima linea e vicina alle comunità e alle persone attraverso numerose iniziative.

Tra queste la firma di un Protocollo d'Intesa tra **ANCD Conad, Protezione Civile e ANCI** - Associazione Nazionale Comuni Italiani per diffondere sul territorio nazionale il servizio di consegna della spesa a domicilio a favore delle persone particolarmente a rischio di salute.

Come declinato nel Protocollo d'Intesa, il Dipartimento di Protezione Civile e ANCD Conad hanno definito quattro impegni comuni:

- facilitare la collaborazione tra le Amministrazioni locali, le Cooperative di imprenditori aderenti ad ANCD Conad e le organizzazioni di volontariato, al fine di consentire a queste ultime la consegna della spesa a domicilio;
- valutare le diverse esigenze territoriali adottando le modalità idonee per procedere con la consegna a domicilio;
- favorire l'adesione delle Amministrazioni locali e delle Organizzazioni di volontariato al fine di garantire un'adeguata assistenza alla popolazione;
- pubblicizzare con tutti i mezzi di comunicazione la possibilità di accedere a tale servizio.

Nel marzo 2020 i Soci e le Cooperative Conad hanno deciso di applicare uno **sconto del 10% alla cassa ai "buoni spesa"** che il Governo ha destinato alle famiglie più bisognose, con la volontà di dare un contributo concreto allo sforzo messo in campo da tutte le realtà economiche del Paese e consentire a molte famiglie di affrontare con una maggiore protezione il difficile periodo. Conad ha anche intensificato il dialogo e la relazione con tutte le componenti delle filiere produttive italiane, anche quelle più locali, e tutti gli attori della logistica per garantire le condizioni necessarie ad assicurare a tutte le famiglie in ogni Comune del Paese i prodotti alimentari e i beni essenziali con continuità e ai prezzi più convenienti.

L'impegno di Conad, inoltre, si è concretizzato con numerose donazioni alle strutture ospedaliere in prima linea nel contenimento e nel contrasto dell'epidemia di Coronavirus Covid-19.

"Chi può metta, chi non può prenda" di **Conad Adriatico** e "Chi ha bisogno prenda, chi non ha bisogno lasci" di **CIA** sono invece due iniziative attraverso cui i clienti hanno potuto acquistare dei prodotti e metterli a disposizione di chi ne aveva bisogno all'interno di un carrello posizionato davanti al negozio. I Soci di **CIA**, inoltre, si sono fatti carico della gestione diretta dei sostegni legati all'emergenza Covid in forme differenziate da zona a zona attraverso il contributo determinante dei propri Soci. In tutto il territorio della rete aderente **CIA** sono stati erogati oltre 2 milioni e 200 mila euro per queste finalità, di cui circa 1 milione e 806 mila euro erogati con l'attivazione di 21.083 La Prepagata Conad. Tutte le Cooperative hanno attivato iniziative di "spesa sospesa", destinando una quota di ogni scontrino ad onlus attive sul fronte Covid, di sostegno alle persone fragili e maggiormente in difficoltà attraverso la consegna a domicilio della spesa.

Anche nel 2020 sono proseguite da parte di tutte le Cooperative, le raccolte alimentari destinate alla Caritas e ad altre associazioni di volontariato. In particolare, **Conad Nord Ovest**, in occasione del 60° anniversario della Cooperativa, ha devoluto 160 mila pasti alla Caritas per un valore di 632.500€, un modo chiaro per dire grazie alla comunità e rinnovare l'impegno a sostenere il territorio.

### DONAZIONI E RACCOLTE FONDI PER OSPEDALI E SCUOLE

- I Soci delle Cooperative di **Conad Nord Ovest, PAC 2000A e Conad Adriatico** hanno donato 1.700.000 euro all'Istituto Spallanzani di Roma per il finanziamento delle attività di ricerca sui farmaci di contrasto al Covid-19.
- I Soci delle Cooperative di **Conad Centro Nord, Commercianti Indipendenti Associati, Conad Nord Ovest** e il **Consorzio Nazionale Conad** hanno destinato 1.300.000 euro all'ospedale Sacco di Milano per l'acquisto di respiratori e l'allestimento di nuove postazioni per la terapia intensiva.
- "Unisciti a noi" è l'iniziativa realizzata da **Conad Centro Nord e Conad Nord Ovest**: una raccolta fondi che ha coinvolto collaboratori, Soci e clienti e che ha consentito di raccogliere e donare complessivamente oltre 3,3 milioni di euro ai reparti Covid degli ospedali sui territori in cui operano le Cooperative. Conad Centro Nord ha raccolto oltre 900mila euro e li ha devoluti a 49 strutture ospedaliere tra Lombardia ed Emilia-Romagna. I fondi raccolti da Conad Nord Ovest, pari a 2,4 milioni di euro, sono stati invece devoluti a 43 ospedali nelle sette Regioni di competenza della Cooperativa.
- **Conad Adriatico** ha inviato il proprio contributo alla realizzazione del Covid Center di Civitanova Marche e donato un ventilatore polmonare all'Ospedale di Sulmona.
- In questo momento complicato, in cui la pandemia sta causando grandi difficoltà a tutti i cittadini, i Centri Commerciali gestiti da Ethos (**società di Conad Adriatico e PAC 2000A**) sono stati protagonisti di un'importante iniziativa di carattere sociale: migliaia di mascherine chirurgiche certificate sono state distribuite gratuitamente ad oltre 30.000 bambini in 100 scuole in 12 province d'Italia. Con questo progetto, Ethos ha voluto lanciare un segnale di vicinanza al proprio territorio, mettendosi a fianco della popolazione con un gesto piccolo ma ricco di significato.
- In **Conad Nord Ovest** i Soci hanno poi effettuato diverse altre donazioni in sostegno alle famiglie indigenti ed ad altre strutture ospedaliere locali e fra tutte citiamo: Conad Grosseto, Soci e collaboratori hanno donato 50.000€ per l'acquisto di un ecografo nell'Ospedale cittadino; a Carpi donati 40.000€ per l'ospedale Ramazzini e buoni spesa al comune; i Soci dell'Isola d'Elba 10.000€ per l'ospedale di Portoferraio; Olbia e Nuoro con l'iniziativa "Acquista l'adesivo solidale" per attrezzature medico sanitarie per gli Ospedali San Francesco di Nuoro e Giovanni Paolo di Olbia; tutti i Soci di Prato 50.000€ per l'ospedale cittadino; i Soci di Piombino 10.000€ alla Società della salute delle Valli Etrusche; i punti vendita in Valle d'Aosta 40.000€ per l'Ospedale Parini; 15.000€ per ospedale Amedeo Savoia di Torino e infermi di Biella, nonché donazioni di presidi medici come mascherine, guanti, visiere, tablet per ricoverati.

# 04. Imprese e territori



**Valorizzare e promuovere** le migliori produzioni del nostro Paese è parte della strategia d'impresa di Conad, come garantire il massimo della qualità e sicurezza per i clienti, sostenendo le piccole e grandi aziende nazionali. Anche e soprattutto attraverso i prodotti a marchio, Conad intende da un lato stimolare un consumo responsabile, attento anche all'origine e qualità dei prodotti, dall'altro sostenere le produzioni

e le imprese del territorio in un percorso costruito insieme ai fornitori e basato su qualità, etica, sostenibilità.

L'obiettivo è di creare valore non solo economico, ma soprattutto sociale ed ambientale. Questo è per Conad sostenere il Paese, questo è per Conad sostenere il futuro.

## 4.1 La performance economica di Conad

**15,95 miliardi di fatturato nel 2020 (+12,3% sul 2019) e una quota di mercato del 15,01%**

Il 2020 è stato uno degli anni più difficili per il nostro Paese dal dopoguerra, dal punto di vista sanitario, ma anche da quello economico e sociale, con molte cose cambiate rispetto al passato e forse con alcune che non torneranno più ad essere come prima. Le abitudini e i comportamenti sono mutati, e le restrizioni imposte dall'emergenza hanno portato ad una crescita consistente dei consumi alimentari casalinghi, data la chiusura di bar, ristoranti e altri luoghi di ritrovo.

Questo ha portato ad un incremento da record nel settore della Gdo, a cui si aggiunge per Conad una serie di importanti traguardi raggiunti, come la **chiusura dell'operazione di acquisizione Auchan** grazie alla quale la maggior parte delle attività del gruppo transalpino sono passate sotto il marchio Conad.

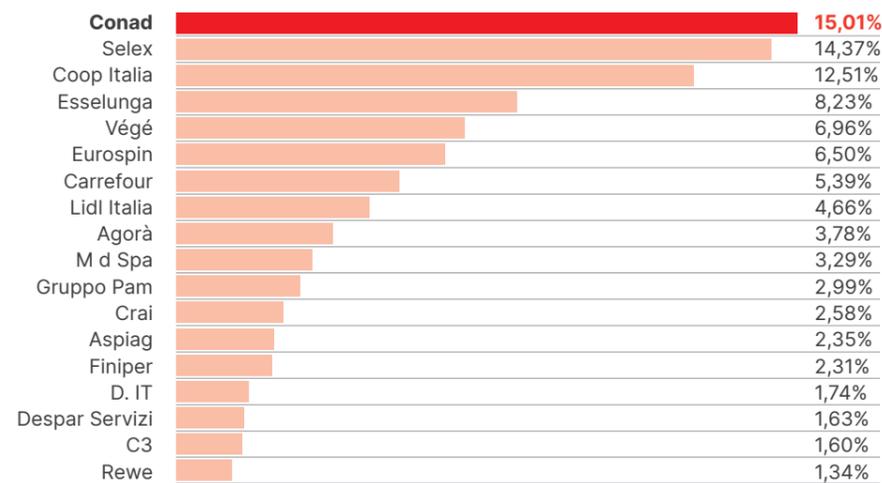
Ma se anche nel 2020 Conad ha saputo confermare la propria leadership di mercato lo si deve soprattutto ad un **incessante lavoro quotidiano che vede protagonisti tutti gli attori del Sistema Conad: Consorzio, Cooperative, Soci, collaboratori, fornitori.**

Grazie anche all'ottimo andamento dei prodotti a marchio del distributore, **il fatturato di Conad nel 2020 si è infatti attestato a 15,95 miliardi di euro**, in aumento del 12,3% rispetto l'anno precedente (+1,7 miliardi).

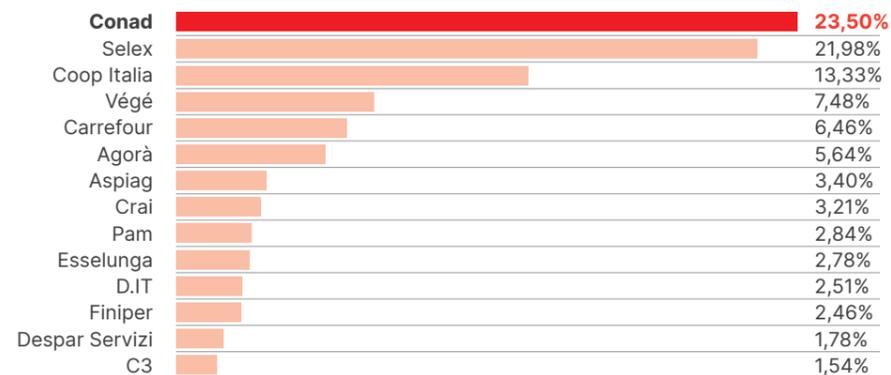
Nel 2020 **la quota di mercato di Conad è cresciuta ulteriormente, salendo al 15,01%** e confermando pienamente la leadership raggiunta nel 2019. L'insegna ha infatti saputo rispondere tempestivamente e proattivamente al mutato scenario dato dalla pandemia e alle criticità nell'approvvigionamento durante il lockdown, garantendo la continuità del servizio con la consueta qualità. L'esercizio che si è chiuso è stato importante anche per i risultati conseguiti nel canale supermercati, dove l'insegna ha consolidato ulteriormente la leadership con una quota del 23,5%. Il sistema Conad oggi comprende complessivamente **3.305 punti vendita** a cui si vanno ad aggiungere **306 concept store** (parafarmacie, petstore, ottici e distributori di carburanti) per un totale di 3.611 negozi, 166 in più rispetto al 2019.

## Quote di mercato per insegne

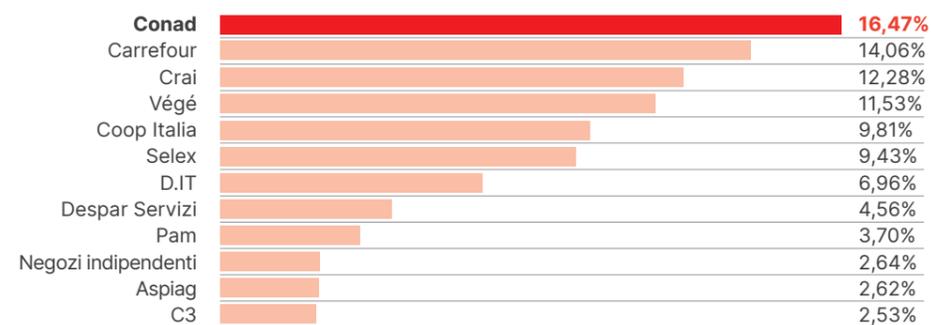
### Totale Italia



### Totale Supermercati



### Totale libero servizio



Fonte: Onic, III Semestre 2020

## Il valore aggiunto

Un parametro funzionale all'analisi degli impatti economici che l'azienda genera è il **valore aggiunto**, un dato che consente di collegare il rapporto di sostenibilità con il bilancio di esercizio fornendo uno strumento per rileggere quest'ultimo dal punto di vista degli stakeholder.

I risultati economici 2020 del Consorzio evidenziano che il **valore aggiunto globale netto ha superato i 34 milioni di euro, +32%** rispetto al 2019 e +20% rispetto al 2018.

| Produzione del valore aggiunto Consorzio (euro)                              | 2020                 |
|--|----------------------|
| Ricavi delle vendite e delle prestazioni (al lordo del ristorno cooperativo) | 1.862.442.736        |
| Variazione rimanenze   | 27.747               |
| Altri ricavi e proventi  | 2.457.895            |
| Svalutazioni   | -2.500.000           |
| <b>A. Totale ricavi</b>  | <b>1.862.428.378</b> |
| Costi per materie prime, sussidiarie, di consumo e merci                     | 1.678.066.441        |
| Variazione merci   | -8.147.867           |
| Costi per servizi  | 151.957.430          |
| Costi per godimento di beni di terzi   | 1.241.944            |
| Oneri diversi di gestione  | 3.389.952            |
| <b>B. Totale costi della produzione</b>                                      | <b>1.826.507.900</b> |
| <b>Valore aggiunto caratteristico lordo (A-B)</b>                            | <b>35.920.478</b>    |
| Proventi della gestione accessoria   | 1.262.059            |
| Componenti straordinari  | -                    |
| <b>Valore aggiunto globale lordo</b>   | <b>37.182.537</b>    |
| Ammortamenti   | 2.845.363            |
| Accantonamento per rischi  | -                    |
| <b>Valore aggiunto globale netto</b>   | <b>34.337.174</b>    |

Di seguito il dato riferito alle cinque Cooperative: per l'anno 2020 il valore aggiunto globale netto ammonta a circa 794 milioni di euro.

| Produzione del valore aggiunto Cooperative (euro)                      | Conad Adriatico      | Conad Centro Nord    | Commercianti Indipendenti Associati | Conad Nord Ovest     | PAC 2000A            | Totale                |
|--|----------------------|----------------------|-------------------------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|
| Ricavi delle vendite e delle prestazioni (al lordo remunerazione Soci) | 992.783.036          | 1.153.034.779        | 1.516.107.823                       | 2.600.495.197        | 3.330.222.570        | <b>9.592.643.405</b>  |
| Variazione rimanenze   | -                    | -                    | -                                   | -                    | -                    | -                     |
| Altri ricavi e proventi  | 114.842.535          | 161.059.906          | 128.962.883                         | 304.012.578          | 459.896.805          | <b>1.168.774.707</b>  |
| Svalutazioni   | -3.384.000           | -336.341             | -300.000                            | 112.356              | -9.812.039           | <b>-13.720.024</b>    |
| <b>A. Totale ricavi</b>  | <b>1.104.241.571</b> | <b>1.313.758.344</b> | <b>1.644.770.707</b>                | <b>2.904.620.131</b> | <b>3.780.307.336</b> | <b>10.747.698.089</b> |
| Costi per materie prime, sussidiarie, di consumo e merci               | 958.872.423          | 1.146.551.628        | 1.445.913.028                       | 2.547.234.086        | 3.165.659.057        | <b>9.264.230.222</b>  |
| Variazione merci   | -7.979.165           | -6.127.234           | -7.533.803                          | -23.106.752          | -5.116.780           | <b>-49.863.734</b>    |
| Costi per servizi  | 67.843.232           | 69.234.698           | 81.384.887                          | 127.919.635          | 247.972.995          | <b>594.355.447</b>    |
| Costi per godimento di beni di terzi                                   | 5.168.642            | 17.302.470           | 2.190.265                           | -                    | 24.326.692           | <b>48.988.069</b>     |
| Oneri diversi di gestione  | 3.254.160            | 8.914.143            | 1.064.642                           | 12.522.179           | 19.105.661           | <b>44.860.785</b>     |
| <b>B. Totale costi della produzione</b>                                | <b>1.027.159.292</b> | <b>1.235.875.705</b> | <b>1.523.019.019</b>                | <b>2.664.569.148</b> | <b>3.451.947.625</b> | <b>9.902.570.789</b>  |
| <b>Valore aggiunto caratteristico lordo (A-B)</b>                      | <b>77.082.279</b>    | <b>77.882.639</b>    | <b>121.751.687</b>                  | <b>240.050.983</b>   | <b>328.359.711</b>   | <b>845.127.299</b>    |
| Proventi della gestione accessoria                                     | -628.968             | 2.613.873            | 21.708.997                          | 25.060.637           | 4.390.169            | <b>53.144.708</b>     |
| Componenti straordinari  | -                    | -                    | 15.995.322                          | -                    | -                    | <b>15.995.322</b>     |
| <b>Valore aggiunto globale lordo</b>                                   | <b>76.453.311</b>    | <b>80.496.512</b>    | <b>159.456.007</b>                  | <b>265.111.620</b>   | <b>332.749.880</b>   | <b>914.267.330</b>    |
| Ammortamenti   | 3.232.461            | 14.309.584           | 32.824.992                          | 21.631.608           | 25.173.315           | <b>97.171.960</b>     |
| Accantonamento per rischi  | 425.184              | 5.207.226            | 393.330                             | -                    | 16.084.100           | <b>22.109.840</b>     |
| <b>Valore aggiunto globale netto</b>                                   | <b>72.795.666</b>    | <b>60.979.702</b>    | <b>126.237.685</b>                  | <b>243.480.012</b>   | <b>291.492.465</b>   | <b>794.985.530</b>    |

La tabella che segue mostra i dati aggregati di Consorzio e Cooperative

| Produzione del valore aggiunto Consorzio e Cooperative (euro)          | 2020                  |
|--|-----------------------|
| Ricavi delle vendite e delle prestazioni (al lordo remunerazione Soci) | 11.455.086.141        |
| Variazione rimanenze   | 27.747                |
| Altri ricavi e proventi  | 1.171.232.602         |
| Svalutazioni   | -16.220.024           |
| <b>A. Totale ricavi</b>  | <b>12.610.126.467</b> |
| Costi per materie prime, sussidiarie, di consumo e merci               | 10.942.296.663        |
| Variazione merci   | -58.011.601           |
| Costi per servizi  | 746.312.877           |
| Costi per godimento di beni di terzi                                   | 50.230.013            |
| Oneri diversi di gestione  | 48.250.737            |
| <b>B. Totale costi della produzione</b>                                | <b>11.729.078.689</b> |
| <b>Valore aggiunto caratteristico lordo (A-B)</b>                      | <b>881.047.777</b>    |
| Proventi della gestione accessoria                                     | 54.406.767            |
| Componenti straordinari  | 15.995.322            |
| <b>Valore aggiunto globale lordo</b>                                   | <b>951.449.867</b>    |
| Ammortamenti   | 100.017.323           |
| Accantonamento per rischi  | 22.109.840            |
| <b>Valore aggiunto globale netto</b>                                   | <b>829.322.704</b>    |

## Il valore economico generato, distribuito e trattenuto

Il valore economico distribuito è un indicatore utile a quantificare i positivi impatti dell'attività Conad verso i propri stakeholder. **Il valore generato è infatti distribuito a personale, Soci, fornitori, Pubblica Amministrazione e comunità**, contribuendo anche a mantenere e garantire elevati standard professionali, sia esternamente, sia internamente. Il Consiglio di amministrazione predispone annualmente il bilancio che, una

volta verificato dal Collegio sindacale e da una società di revisione esterna e indipendente, è sottoposto all'approvazione dell'Assemblea dei Soci. Il prospetto di determinazione e di riparto del valore economico generato da Conad e dalle Cooperative è stato predisposto riclassificando il conto economico secondo quanto previsto dalle linee guida del Gri-Standard. Per quanto riguarda il Consorzio, **il valore economico distribuito ha superato la cifra di 1,8 miliardi di euro, in aumento rispetto al 2019.**

| Valore economico generato e distribuito Consorzio (euro) | 2020                 |
|--|----------------------|
| <b>Valore economico generato direttamente</b>            | <b>1.858.690.437</b> |
| Ricavi   | 1.859.928.378        |
| Proventi finanziari                                      | 1.262.059            |
| Svalutazioni   | -2.500.000           |
| Rettifiche di valore di attività finanziarie             | -                    |
| <b>Valore economico distribuito</b>                      | <b>1.848.068.180</b> |
| Costi operativi  | 1.825.923.900        |
| Remunerazione del personale                              | 20.190.971           |
| Remunerazione del capitale di credito                    | 19.157               |
| Remunerazione della pubblica amministrazione             | 1.350.152            |
| Contributi per la comunità                               | 584.000              |
| <b>Valore economico trattenuto</b>                       | <b>10.622.257</b>    |
| Utile d'esercizio  | 7.776.894            |
| Ammortamenti   | 2.845.363            |
| <b>Accantonamento per rischi</b>                         | <b>-</b>             |

| Distribuzione del valore aggiunto Consorzio (euro)     | 2020              |
|--|-------------------|
| <b>A. Remunerazione del personale</b>                  | <b>20.190.971</b> |
| a) Salari e stipendi                                   | 14.197.489        |
| b) Oneri sociali                                       | 4.415.381         |
| c) Trattamento di fine rapporto                        | 942.088           |
| e) Altri costi del personale                           | 636.013           |
| <b>B. Remunerazione della pubblica amministrazione</b> | <b>1.350.152</b>  |
| Imposte anticipate                                     | 23.607            |
| Imposte correnti                                       | 1.326.545         |
| <b>C. Remunerazione del capitale di credito</b>        | <b>19.157</b>     |
| Saldo della gestione finanziaria                       | -19.157           |
| <b>D. Remunerazione dei Soci</b>                       | <b>5.000.000</b>  |
| <b>E. Remunerazione dell'azienda</b>                   | <b>7.776.894</b>  |
| Utile d'esercizio                                      | 7.776.894         |
| <b>Valore aggiunto globale netto</b>                   | <b>34.337.174</b> |

Anche per le Cooperative è stato rendicontato il valore economico distribuito 2020, pari a circa 10 miliardi di euro.

| Valore economico generato e distribuito Cooperative (euro) | Conad Adriatico      | Conad Centro Nord    | Commercianti Indipendenti Associati | Conad Nord Ovest     | PAC 2000A            | Totale 2020           |
|--|----------------------|----------------------|-------------------------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|
| <b>Valore economico generato direttamente</b>              | <b>1.069.647.735</b> | <b>1.303.131.850</b> | <b>1.692.217.877</b>                | <b>2.885.640.811</b> | <b>3.716.975.418</b> | <b>10.667.613.691</b> |
| Ricavi   | 1.073.660.703        | 1.314.094.686        | 1.700.851.709                       | 2.860.467.818        | 3.722.397.288        | 10.671.472.204        |
| Proventi finanziari  | 11.067.369           | 2.514.680            | 2.781.830                           | 25.060.637           | 5.210.169            | 46.634.685            |
| Svalutazioni   | -3.384.000           | -336.341             | -300.000                            | 112.356              | -9.812.039           | -13.720.024           |
| Rettifiche di valore di attività finanziarie               | -11.696.337          | -13.141.175          | -11.115.662                         | -                    | -820.000             | -36.773.174           |
| <b>Valore economico distribuito</b>                        | <b>1.045.043.660</b> | <b>1.256.677.996</b> | <b>1.611.313.181</b>                | <b>2.705.237.913</b> | <b>3.497.240.848</b> | <b>10.115.513.598</b> |
| Costi operativi  | 1.026.661.768        | 1.235.835.640        | 1.571.101.194                       | 2.664.569.148        | 3.451.947.625        | 9.950.115.375         |
| Remunerazione del personale                                | 12.747.288           | 12.564.175           | 24.743.621                          | 31.626.812           | 35.954.853           | 117.636.749           |
| Remunerazione del capitale di credito                      | 297.294              | 1.277.373            | 125.525                             | 6.715.167            | 788.683              | 9.204.042             |
| Remunerazione della pubblica amministrazione               | 4.839.786            | 7.000.808            | 14.410.127                          | 2.326.786            | 8.549.687            | 37.127.194            |
| Contributi per la Comunità                                 | 497.524              | -                    | 932.714                             | -                    | -                    | 1.430.238             |
| <b>Valore economico trattenuto</b>                         | <b>24.178.891</b>    | <b>41.246.628</b>    | <b>80.511.366</b>                   | <b>89.428.203</b>    | <b>69.557.756</b>    | <b>304.922.844</b>    |
| Utile d'esercizio  | 20.946.430           | 26.937.044           | 47.686.374                          | 67.796.595           | 44.384.441           | 207.750.884           |
| Ammortamenti   | 3.232.461            | 14.309.584           | 32.824.992                          | 21.631.608           | 25.173.315           | 97.171.960            |
| <b>Accantonamento per rischi</b>                           | <b>425.184</b>       | <b>5.207.226</b>     | <b>393.330</b>                      | <b>-</b>             | <b>16.084.100</b>    | <b>22.109.840</b>     |

| Distribuzione del valore aggiunto Cooperative (euro)   | Conad Adriatico   | Conad Centro Nord | Commercianti Indipendenti Associati | Conad Nord Ovest   | PAC 2000A          | Totale 2020        |
|--|-------------------|-------------------|-------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| <b>A. Remunerazione del personale</b>                  | <b>12.747.288</b> | <b>12.564.175</b> | <b>24.743.621</b>                   | <b>31.626.812</b>  | <b>35.954.853</b>  | <b>117.636.749</b> |
| a) salari e stipendi                                   | 9.217.887         | 9.242.630         | 15.441.462                          | 21.768.556         | 25.477.328         | 81.147.863         |
| b) oneri sociali                                       | 2.680.079         | 2.744.141         | 4.521.992                           | 6.513.888          | 7.354.243          | 23.814.343         |
| c) trattamento di fine rapporto                        | 571.789           | 521.287           | 1.051.319                           | 1.420.399          | 1.874.762          | 5.439.556          |
| d) altri costi del personale                           | 277.533           | 56.117            | 3.728.847                           | 1.923.969          | 1.248.520          | 7.234.986          |
| <b>B. Remunerazione della pubblica amministrazione</b> | <b>4.839.786</b>  | <b>7.000.808</b>  | <b>15.495.681</b>                   | <b>2.326.786</b>   | <b>8.549.687</b>   | <b>38.212.748</b>  |
| Imposte anticipate                                     | -611.119          | -822.275          | 193.961                             | 178.603            | -2.012.093         | -3.072.923         |
| Imposte correnti                                       | 5.450.905         | 7.823.083         | 15.301.720                          | 2.148.183          | 10.561.780         | 41.285.671         |
| <b>C. Remunerazione del capitale di credito</b>        | <b>297.294</b>    | <b>1.277.373</b>  | <b>125.525</b>                      | <b>6.715.167</b>   | <b>788.683</b>     | <b>9.204.042</b>   |
| Saldo della gestione finanziaria                       | -297.294          | -1.277.373        | -125.525                            | -6.715.167         | -788.683           | -9.204.042         |
| <b>D. Remunerazione dei soci</b>                       | <b>33.964.868</b> | <b>13.200.302</b> | <b>51.254.295<sup>18</sup></b>      | <b>135.014.652</b> | <b>201.814.801</b> | <b>435.248.918</b> |
| Premi di fine anno                                     | 33.964.868        | 1.159.261         | 38.820.342                          | 90.974.695         | 134.092.714        | 299.011.880        |
| Ristorno   | -                 | 12.041.041        | 11.501.239                          | 44.039.957         | 67.722.087         | 135.304.324        |
| <b>E. Remunerazione dell'azienda</b>                   | <b>20.946.430</b> | <b>26.937.044</b> | <b>34.618.563</b>                   | <b>67.796.595</b>  | <b>44.384.441</b>  | <b>194.683.073</b> |
| Utile di esercizio                                     | 20.946.430        | 26.937.044        | 34.618.563                          | 67.796.595         | 44.384.441         | 194.683.073        |
| <b>Valore aggiunto globale netto</b>                   | <b>72.795.666</b> | <b>60.979.702</b> | <b>126.237.685</b>                  | <b>243.480.012</b> | <b>291.492.465</b> | <b>794.985.530</b> |

<sup>18</sup> Il dato include anche le liberalità esterne, non presenti nelle due voci sottostanti.



Nelle tabelle seguenti sono riportati i dati del “valore economico generato e distribuito” e della “distribuzione del valore aggiunto” in forma aggregata tra Consorzio e Cooperative per l'anno 2020.

| Valore economico generato e distribuito – Consorzio e Cooperative (euro) | 2020                  |
|--|-----------------------|
| <b>Valore economico generato direttamente</b>                            | <b>12.526.304.128</b> |
| Ricavi   | 12.531.400.582        |
| Proventi finanziari  | 47.896.744            |
| Svalutazioni   | -16.220.024           |
| Rettifiche di valore di attività finanziarie                             | -36.773.174           |
| <b>Valore economico distribuito</b>                                      | <b>11.963.581.778</b> |
| Costi operativi  | 11.776.039.275        |
| Remunerazione del personale  | 137.827.720           |
| Remunerazione del capitale di credito                                    | 9.223.199             |
| Remunerazione della pubblica amministrazione                             | 38.477.346            |
| Contributi per la Comunità   | 2.014.238             |
| <b>Valore economico trattenuto</b>                                       | <b>315.545.101</b>    |
| Utile d'esercizio  | 215.527.778           |
| Ammortamenti   | 100.017.323           |
| <b>Accantonamento per rischi</b>   | <b>22.109.840</b>     |

| Distribuzione del valore aggiunto – Consorzio e Cooperative (euro) | 2020                 |
|--|----------------------|
| <b>A. Remunerazione del personale</b>                              | <b>1.976.327.186</b> |
| a) Salari e stipendi   | 1.941.076.241        |
| b) Oneri sociali   | 25.076.402           |
| c) Trattamento di fine rapporto                                    | 2.939.556            |
| d) Altri costi del personale                                       | 7.234.986            |
| <b>B. Remunerazione della pubblica amministrazione</b>             | <b>1.886.280.928</b> |
| Imposte anticipate   | 1.822.850.977        |
| Imposte correnti   | 61.476.642           |
| <b>C. Remunerazione del capitale di credito</b>                    | <b>9.223.199</b>     |
| Saldo della gestione finanziaria                                   | -7.853.890           |
| <b>D. Remunerazione dei Soci</b>                                   | <b>440.248.918</b>   |
| <b>E. Remunerazione dell'azienda</b>                               | <b>202.459.967</b>   |
| Utile d'esercizio  | 202.459.967          |
| <b>Valore aggiunto globale netto</b>                               | <b>829.322.704</b>   |



## Piani pensionistici e presenza sul mercato

In conformità con il D.Lgs. n. 252/2005 "Disciplina delle forme pensionistiche complementari", la struttura dei piani pensionistici predisposta dal Consorzio Conad garantisce ai propri collaboratori la possibilità di aderire a sistemi di previdenza complementare. L'azienda adotta il fondo di previdenza complementare di categoria denominato **Previdenza Cooperativa** (fondo riservato ai dipendenti della distribuzione Cooperativa), per il quale è previsto un contributo aziendale che nel 2020 è passato dal 2,5% al 2,8% della retribuzione annua lorda e una quota a carico del collaboratore nella misura minima dello 0,55% in aggiunta al Tfr maturato. Il versamento dei contributi è effettuato dall'azienda tramite trattenuta nel cedolino paga e versato con bonifico bancario al fondo. Al raggiungimento dell'età pensionabile, il fondo di previdenza integrativa erogherà una rendita vitalizia in favore del collaboratore. L'adesione è volontaria, in quanto il fondo è complementare alla pensione pubblica (INPS).

Per assicurare ai lavoratori del Sistema alcune tutele integrative e complementari, Conad ha favorito la costituzione di **CAPIPECODE**, un fondo di previdenza complementare, costituito nel 1986, su iniziativa di ANCD e del Sindacato Dirigenti, per la classe dirigente, i quadri e i collaboratori delle imprese Cooperative.

Lo scopo del Fondo è consentire agli iscritti di disporre, all'atto del pensionamento, di prestazioni pensionistiche complementari del sistema obbligatorio. A tale fine esso provvede alla raccolta dei contributi, alla gestione delle risorse nell'esclusivo interesse degli stessi, nonché all'erogazione delle prestazioni secondo quanto disposto dalla normativa in materia di previdenza complementare. CAPIPECODE garantisce l'iscrizione al Fondo anche ai figli dei lavoratori.

## Anticorruzione

Il modello organizzativo è uno strumento volontario adottabile per prevenire, tra l'altro, il rischio di corruzione. Oltre alla mappatura delle aree critiche e al sistema di deleghe interne necessario a gestire e prevenire i rischi, il modello prevede anche il Codice etico e di comportamento, attraverso cui Conad coglie l'occasione di fornire un quadro di riferimento per la prevenzione dei reati d'impresa previsti dal D.Lgs. 231/01", e l'Organismo di vigilanza, che svolge una funzione di controllo sull'attuazione del modello e sul rispetto del Codice. Ai fini della normativa, tutte le funzioni aziendali sono monitorate, si dà comunicazione a tutti i collaboratori e dirigenti delle politiche anticorruzione e si attivano regolari corsi di formazione sul tema. Nel 2019 il 100% dei dirigenti ha beneficiato di formazione in materia di lotta alla corruzione. Anche ai fornitori viene chiesto di sottoscrivere il Codice etico e di comportamento. Inoltre, ai fornitori di prodotti viene chiesto di produrre il proprio rating di legalità. A oggi non sono stati rilevati casi di corruzione in Conad, né sono state svolte azioni legali contro il Consorzio per comportamenti anticoncorrenziali, antitrust e pratiche sleali.



**Sapori&Dintorni, con 405 specialità da 19 Regioni, di cui un 1/3 Dop e Igp, è portabandiera delle eccellenze del territorio italiano.**

## 4.2 Valorizzazione delle eccellenze del territorio

Promuovere quanto di meglio viene prodotto in Italia è tra le strategie dell'insegna, che unisce la **valorizzazione dei prodotti d'eccellenza del territorio al sostegno di quelle realtà produttive**, dalle grandi a quelle ultra-locali, che custodiscono l'immenso patrimonio enogastronomico che il mondo ci invidia. Una strategia di impresa che rappresenta un concreto supporto al Sistema Paese e genera valore sul territorio, sempre con la garanzia della massima qualità e sicurezza per i clienti.

La linea **Sapori&Dintorni Conad** è portabandiera di questa filosofia e ambasciatrice delle specialità italiane, con 405 specialità alimentari – un terzo delle quali a denominazione di origine (Dop e Igp) – provenienti da 19 regioni, accuratamente selezionate per la loro origine e per la qualità superiore. **Nel 2020 ha avuto un giro d'affari di 489 milioni di euro e un peso sul totale della marca del distributore Conad del 10,7%.**

Le singole Cooperative attivano inoltre in autonomia per le proprie rispettive aree di interesse contratti con **fornitori locali di beni alimentari**: nel 2020 hanno coinvolto **oltre 5.400 imprese, per un volume d'affari di 2,1 miliardi di euro.**

Il 55% dei prodotti da fornitori locali riguarda referenze della drogheria alimentare, seguiti dai freschi da banco con il 26%, l'ortofrutta con il 13% e i freschi carni-ittico con il 6%.

| Fornitori locali 2020 <sup>19</sup>                           | Numero       | Giro d'affari (€)      |
|---|--------------|------------------------|
| Grocery   | 2.979        | 940.163.056 €          |
| Freschi Carni-Ittico  | 353          | 300.183.196 €          |
| Ortofrutta  | 703          | 446.250.107 €          |
| Freschi da banco (salumi, formaggi, panetteria e gastronomia) | 1.418        | 431.882.621 €          |
| <b>Totale</b>   | <b>5.453</b> | <b>2.118.478.980 €</b> |

| Fornitori locali 2020   | CAD        | CIA <sup>20</sup> | CCN        | CNO          | PAC 2000A  | Totale       |
|---|------------|-------------------|------------|--------------|------------|--------------|
| Grocery   | 383        | 737               | 417        | 1.080        | 362        | 2.979        |
| Freschi Carni-Ittico  | 60         | 53                | 66         | 78           | 96         | 353          |
| Ortofrutta  | 150        | 129               | 49         | 161          | 214        | 703          |
| Freschi da banco (salumi, formaggi, panetteria e gastronomia) | 336        | 338               | 132        | 456          | 156        | 1.418        |
| <b>Totale</b>   | <b>929</b> | <b>1.257</b>      | <b>664</b> | <b>1.775</b> | <b>828</b> | <b>5.453</b> |

| Giro di affari (€)  | CAD                 | CIA <sup>20</sup>   | CCN                 | CNO                 | PAC 2000A           | Totale                |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-----------------------|
| Grocery   | 151.082.517 €       | 120.617.031 €       | 109.693.810 €       | 268.510.537 €       | 319.695.810 €       | 969.599.705 €         |
| Freschi Carni-Ittico  | 73.974.270 €        | 35.003.394 €        | 44.695.423 €        | 39.240.633 €        | 109.776.531 €       | 302.690.251 €         |
| Ortofrutta  | 83.320.738 €        | 29.707.208 €        | 21.736.696 €        | 138.519.835 €       | 186.859.900 €       | 460.144.377 €         |
| Freschi da banco (salumi, formaggi, panetteria e gastronomia) | 85.704.974 €        | 60.262.158 €        | 78.248.320 €        | 123.197.995 €       | 108.500.000 €       | 455.913.447 €         |
| <b>Totale</b>   | <b>394.082.499€</b> | <b>245.589.791€</b> | <b>254.374.249€</b> | <b>569.469.000€</b> | <b>724.832.241€</b> | <b>2.188.347.780€</b> |

<sup>19</sup> Nel 2020 sono stati considerati solamente i fornitori di prodotti alimentari (il dato CIA include anche DAO)

<sup>20</sup> Di cui 654 della Cooperativa DAO con un giro di affari di 69,8 milioni di euro



## 4.3 Prossimità e presenza nei piccoli Comuni

Attraverso i contratti locali, le Cooperative offrono un'importante opportunità di crescita anche alle piccole imprese del territorio, in linea con l'impegno di Conad a sostenere le comunità; questo a sua volta genera a cascata positivi riflessi sul tessuto sociale ed economico dei territori, creando occupazione, benessere e stimolando l'imprenditorialità locale. Una prassi che, allo stesso tempo, consente di offrire sullo scaffale prodotti rispondenti più da vicino alle richieste dei clienti di ampliare l'assortimento di prodotti locali, sempre molto apprezzati, e di contribuire alla tutela della nostra cultura alimentare.

Per ogni regione le Cooperative selezionano con cura le tipicità, scegliendo tra tanti piccoli produttori di qualità legati alla tradizione, che portano nei punti di vendita un frammento di storia del luogo di origine. Per definire e guidare il processo di selezione, Conad, insieme alle Cooperative, ha sviluppato una serie di documenti, chiamati **"Linee guida per i fornitori locali"** all'interno dei quali vengono elencate le prescrizioni a cui i fornitori devono attenersi e che costituiscono, a livello generale, una guida per la predisposizione di un programma di gestione per la qualità. In questi documenti vengono considerati aspetti legati ai requisiti gestionali, strutturali, di igiene, etico-sociali e, in definitiva, tutte quelle operazioni la cui buona riuscita condiziona in misura determinante la qualità e la sicurezza del prodotto. Sono inoltre classificati in base alla priorità, partendo da quelli fondamentali ed irrinunciabili per la sicurezza del prodotto e la tutela del consumatore a quelli "auspicabili" che costituiscono un attributo premiante per il fornitore rispetto alla concorrenza.

All'interno delle disposizioni riportate nelle Linee Guida, **grande importanza rivestono anche i requisiti etico-sociali**. A partire dal contrasto al caporalato, a cui Conad partecipa con vigore nel massimo rispetto della dignità del lavoro e del valore delle persone. Conad seleziona fornitori che rifiutano tali pratiche di sfruttamento, che sono anche tra gli elementi analizzati durante i controlli a campione effettuati presso i fornitori. Netto il rifiuto da parte dell'insegna anche alle aste al doppio ribasso, con l'auspicio di vedere scomparire per sempre questa pratica che strozza imprese e lavoratori e che mette al primo posto unicamente un mero tornaconto economico.

Il radicamento che Conad ha e vuole avere nelle comunità, la vicinanza alle persone, il qualificarsi anche come un presidio sociale sul territorio è espressione di una chiara visione strategica che vuole garantire **accessibilità e servizi di primo livello anche nelle aree più remote del nostro Paese e nei Comuni più piccoli**, spesso lontani dai grandi centri urbani, difficilmente raggiungibili e con pochi servizi di utilità sociale. Per questo una delle caratteristiche che distinguono Conad dal panorama nazionale della Grande distribuzione è la sua prossimità e capillarità. **Quasi 500 punti vendita sono infatti presenti in Comuni con meno di 5mila abitanti**; realtà spesso trascurate, ma dove invece risiedono la memoria, le arti e i mestieri che hanno forgiato il nostro Paese, le tradizioni, la nostra storia e le nostre radici.

Si tratta prevalentemente di punti vendita a insegna Conad City e Conad Margherita, vocati alla prossimità per definizione, a cui si aggiunge una quota non trascurabile di Conad. Tra le regioni più interessate, il Trentino Alto-Adige, per via della conformazione morfologica e dell'alta concentrazione di Comuni prealpini, la Calabria e il Lazio.

Grazie a questo approccio Conad consente anche a chi è lontano dai grandi agglomerati urbani di poter usufruire della qualità, della freschezza e della convenienza caratteristiche dell'offerta Conad.

**499 punti vendita in Comuni con meno di 5mila abitanti: concreto radicamento nella Comunità.**



Trentino Alto-Adige



114  
pdv

Lazio

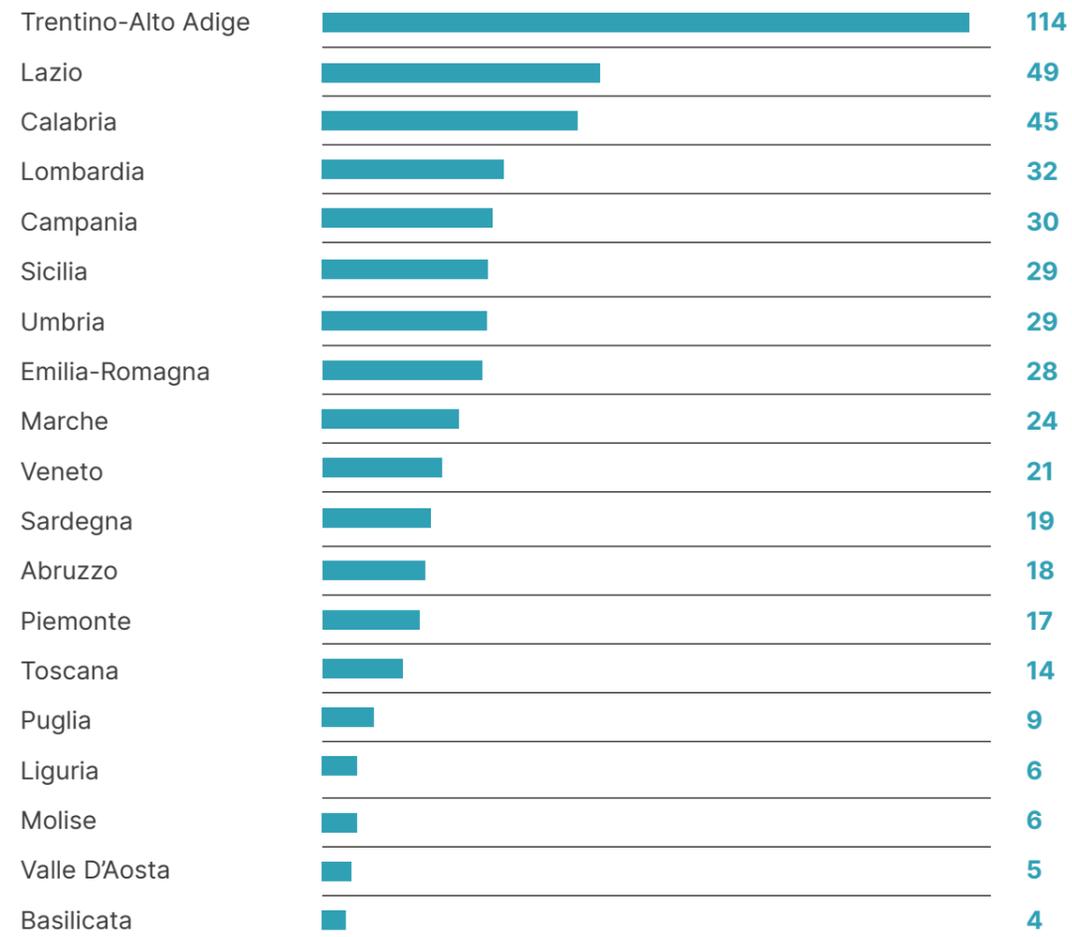


49  
pdv

Calabria



45  
pdv





**Conad**

Consorzio Nazionale Dettaglianti  
Società cooperativa  
via Michelino 59, Bologna – Italia

Codice fiscale e Registro imprese di Bologna  
00865960157  
Partita Iva 03320960374  
R.E.A. di Bologna 195010  
Albo delle Società Cooperative  
A109846 – Sezione: mutualità prevalente  
La Società adotta il codice etico  
D.Lgs. 231/2001

**www.conad.it**

info@conad.it  
Tel +39 051 508 111  
Fax +39 051 508 414

**A cura di:**

Hill+Knowlton Strategies Italy

**Coordinamento tecnico:**

Azzeroco<sub>2</sub>

**Fotografie:**

Archivio Conad

**Stampa e confezione:**

Graphic Service srl

Finito di stampare nel mese di giugno 2021

