



BILANCIO SOCIALE
2017



4

Lettera del
Presidente e
del Direttore
Generale

6

Introduzione
e indicazioni
per la lettura

8

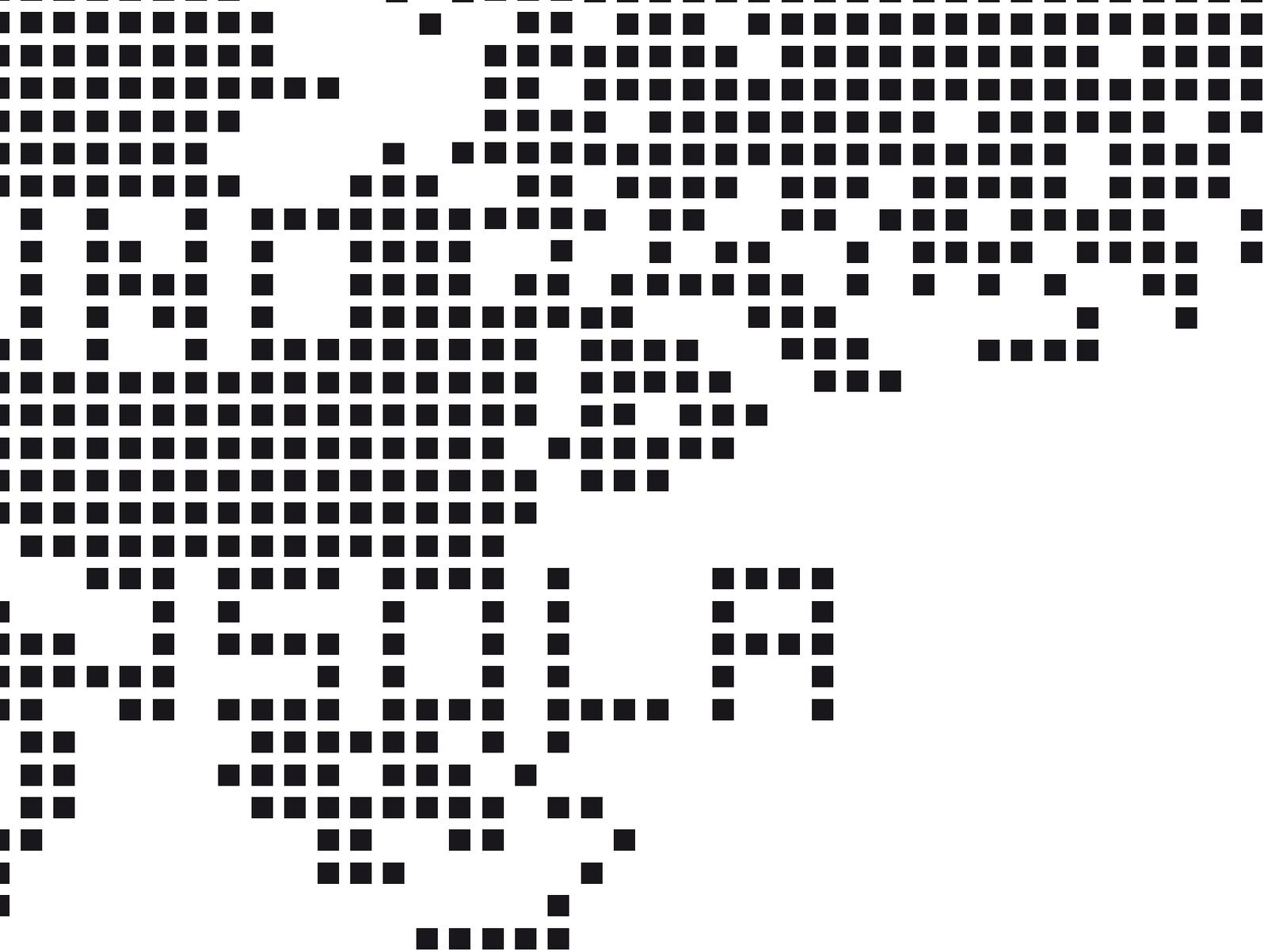
Identità

1.0

34

Soci

2.0



3.0

40

Dipendenti

4.0

50

Clienti e
Consumatori

5.0

60

Fornitori

6.0

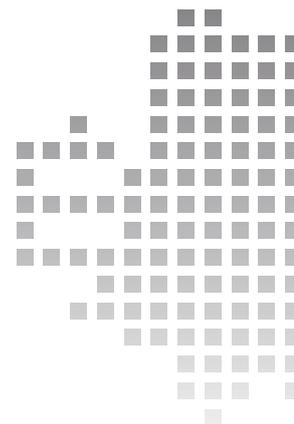
66

Ambiente

7.0

76

Territorio e
Comunità



COMPETITIVITÀ, IMPRENDITORIALITÀ E PARTECIPAZIONE: COSÌ DISEGNIAMO INSIEME LA COOPERATIVA DEL FUTURO

Conad Centro Nord ha conseguito anche nel 2017 risultati positivi, sia in termini di risultati della rete di vendita che di traguardi raggiunti dalla Cooperativa.

Questo andamento, in controtendenza rispetto ad un mercato che è ancora difficile, è certamente il frutto del recente cambio di passo della nostra Cooperativa e dell'azione sinergica fra Soci e tecnostruttura, concentrata sui principali progetti del Piano Strategico (ricambio imprenditoriale, acquisizione delle aziende da parte dei Soci, politiche commerciali, servizi alla rete, sviluppo); un piano basato sulla riaffermazione della centralità del Socio Imprenditore Cooperativo e sulla continua collaborazione progettuale tra Base Sociale e Tecnostruttura. Per la nostra Cooperativa questo approccio ha rappresentato un punto di svolta e ha permesso di evolvere e disegnare la Cooperativa del futuro: più imprenditoriale, più partecipata e più competitiva.

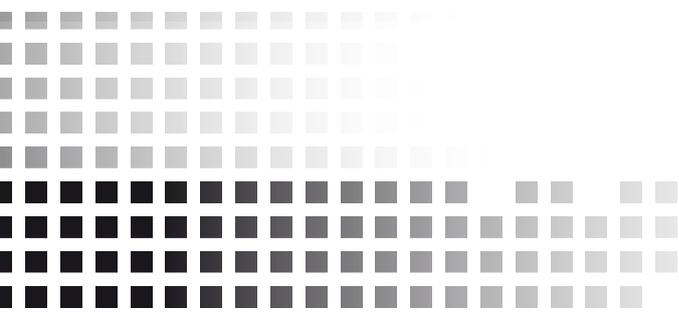
Lo sviluppo e il miglioramento della competitività sono stati i fondamenti su cui si è realizzata la nostra azione; la priorità è stata garantire il bilanciamento tra investimenti in sviluppo, ristrutturazioni e posizionamento dei prezzi. La crescita della nostra Cooperativa deriva dalle iniziative di sviluppo con cui continuiamo ad estendere la nostra capillarità sul territorio; in buona parte deriva anche dal piano messo in pratica per il recupero di efficienza nella rete esistente che ha l'obiettivo di migliorare la marginalità dei punti vendita e di allineare tutti i punti vendita alle migliori pratiche.

Sulle politiche commerciali è stato avviato l'importante progetto per la definizione dei nuovi assortimenti (oggi siamo a circa un terzo di categorie processate grazie alla partecipazione di tutta la base sociale) e continua la spinta sulla presenza e la vendita del prodotto a marchio Conad, elemento che contribuisce significativamente alla marginalità dei punti vendita.

Ha recentemente preso il via l'acquisizione delle aziende da parte dei Soci, un'esigenza definita dal Piano Strategico e un passaggio che consente ai Soci di esprimere la loro imprenditorialità investendo nelle aziende.

Siamo molto orgogliosi del lavoro svolto in maniera congiunta dai Soci e dalla Tecnostruttura a supporto dello sviluppo futuro della Cooperativa, integrando diverse competenze: grazie alle commissioni che coinvolgono quasi 120 persone fra Soci, Soci consiglieri e dipendenti (riunite 57 volte nel triennio) e ai gruppi di lavoro, è notevolmente aumentata la partecipazione dei Soci alla vita della Cooperativa.

Infine, abbiamo posto le basi per la nuova generazione di Soci attraverso il lavoro svolto sul ricambio imprenditoriale.

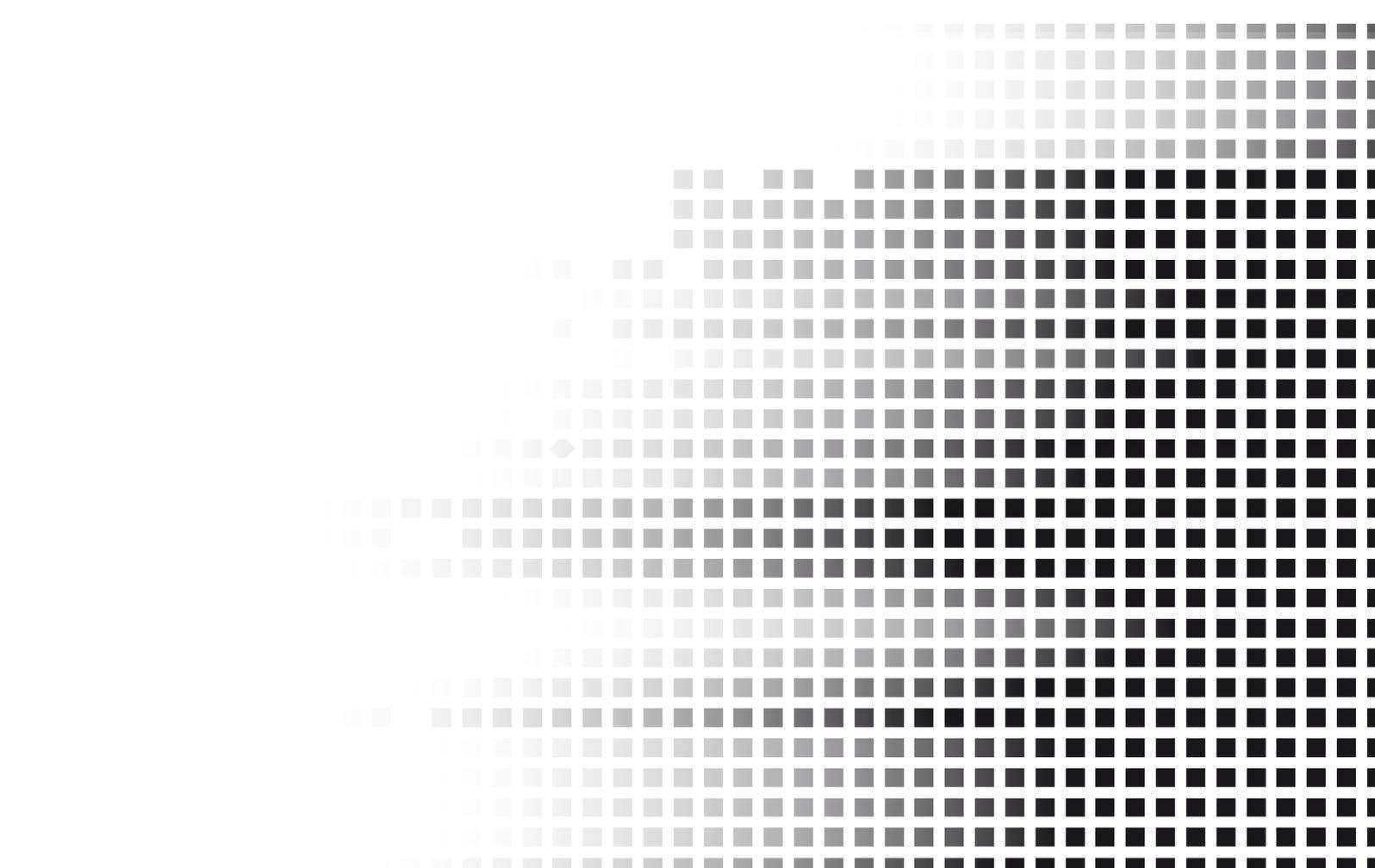




Ringraziamo tutte le persone che agiscono all'interno del nostro sistema per la partecipazione, la collaborazione e la grande disponibilità di tutti al cambiamento. La via è tracciata, su queste basi abbiamo la certezza di poter affrontare con successo anche le sfide dei prossimi anni.

Marzio Ferrari
Presidente

Ivano Ferrarini
Direttore Generale



INTRODUZIONE E INDICAZIONI PER LA LETTURA

Quella che proponiamo è un'overview sulle attività del 2017 di Conad Centro Nord nell'ambito della Responsabilità Sociale.

Il documento è diviso in due parti: nella prima ripercorreremo in breve l'identità della Cooperativa: la mission, gli organi societari, gli strumenti di governo, la storia che ha portato all'attuale assetto del Gruppo e i caratteri dell'impresa, con una panoramica sull'evoluzione della Rete di vendita e sui risultati economici del Gruppo. Nella seconda scopriremo le attività e i progetti di Conad Centro Nord nell'ambito della Responsabilità Sociale per l'anno 2017.

Il criterio adottato, per fornire al lettore una facile guida alle attività, è quello dell'analisi per stakeholder. Questo criterio è per noi il più funzionale per un duplice ordine di motivi:

- è pratico e ci consente di rivolgerci, per le attività di rendicontazione, direttamente ai dipartimenti e ai responsabili delle singole attività, già clusterizzati per competenze;
- è "caldo" perché ci dà modo di ascoltare, spesso dalla viva voce dei responsabili di progetto, i limiti e gli orizzonti, gli sviluppi a breve e le potenzialità a medio termine, di ogni attività.

Per orientarsi all'interno del documento, e per una lettura a macchia di leopardo in base alle esigenze specifiche del fruitore, abbiamo inserito, per ogni capitolo e per ogni stakeholder, un codice cromatico che differenzia gli argomenti e permette di reperire a colpo d'occhio le informazioni giudicate di maggior interesse.

Questo Bilancio è stato redatto da un gruppo di lavoro coordinato dalla Direzione risorse umane, comunicazione interna e relazioni sociali (Marcello Tedeschi, Giulia Poli), con il contributo di:

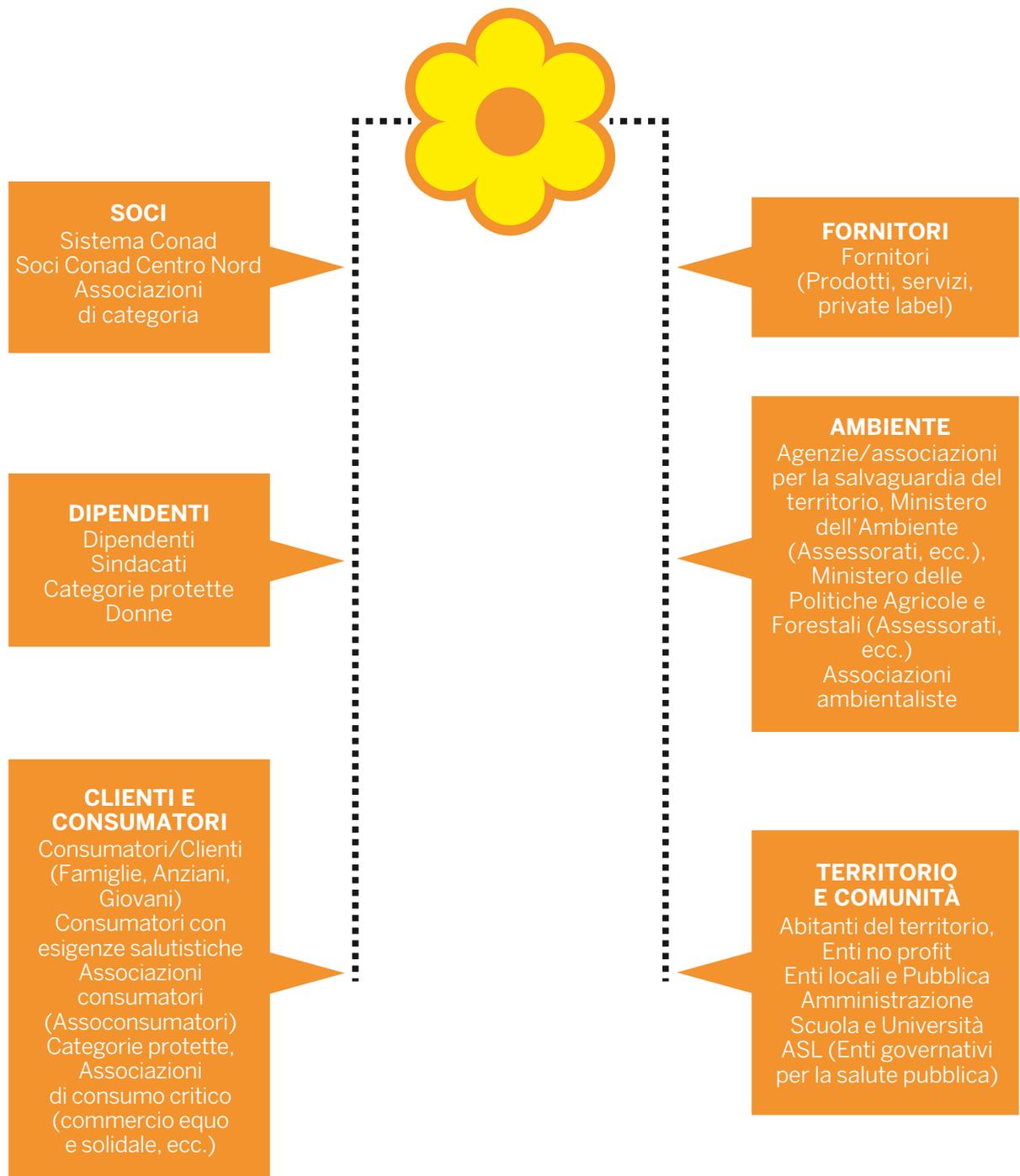
- Stefano Baroni, Francesco La Rocca - Direzione sviluppo e patrimonio immobiliare
- Franca Bruschi, Giancarlo Tedeschi - Direzione marketing e commerciale
- Luca Burani, Lisa Solari - Direzione risorse umane, comunicazione interna e relazioni sociali
- Veronica Corchia, Serena Vettori - Direzione generale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

Le attività sono state completate nel maggio 2018.

LA MAPPA DEGLI STAKEHOLDER

Proponiamo di seguito la mappatura degli stakeholder della Cooperativa. Questo criterio di analisi ci servirà per una lettura più chiara e sintetica del Bilancio nelle sue diverse parti.

Il presidio della CSR si articola attraverso il coinvolgimento di sei aggregati di stakeholder. Ciascun gruppo racchiude diversi portatori di interesse.



Nessun uomo è u
completo in se st
uomo è un pezzo
te, - una parte de
anche solo una zo
lavata via dal mar
ne sarebbe dimin
se le mancasse un
rio, - come se ver
care - una dimora
tuoi, - o la tua ste
La morte di quals

n'isola, ■

esso; ■ ogni

del continen-

el tutto. ■ Se

olla ■ venisse

re, ■ l'Europa

uita, ■ come

n promonto-

nisse a man-

a di amici

essa casa. ■

iasi uomo mi

1.0

Identità

Aspetti istituzionali e organizzativi

■ LA MISSION E IL SISTEMA DI CSR

Fin dai suoi primi passi in fatto di Responsabilità Sociale Conad Centro Nord ha dato ampio spazio al concetto di mutualità come impegno prioritario dell'Organizzazione. Nel corso degli anni si è arrivati a formulare una sintesi degli obiettivi dell'Organizzazione.

- **Essere un punto di riferimento stabile e affidabile per le Comunità dei territori in cui operiamo, costruendo e sviluppando nel tempo un "sistema di mutualità" in grado di valorizzare il contributo di tutti gli attori economici e sociali coinvolti.**

Questo è l'impegno di lungo termine, quello che definisce "stabilmente" ciò che Conad Centro Nord intende essere e fare. Se l'orizzonte temporale si accorcia, ecco che l'obiettivo assume un carattere ancora più pratico.

- **Raggiungere e mantenere nel tempo una posizione di leadership nei territori in cui operiamo ed essere riconosciuti come punto di eccellenza del Sistema Conad, sviluppando un "modello d'impresa" caratterizzato da imprenditorialità diffusa, capacità di innovazione e progettualità.**

Le politiche di CSR sono funzionali a questi obiettivi e danno sempre nuovo impulso alle principali attività della Cooperativa; è inevitabile che un sistema valoriale che sottolinea l'importanza dei territori e della mutualità diffusa faccia assumere alla Responsabilità Sociale un ruolo primario, che si manifesta proprio nel processo che ha portato alla redazione di questo documento.

■ CODICE ETICO E SISTEMA DEI CONTROLLI

Con delibera del Consiglio di Amministrazione del 10 marzo 2014 Conad Centro Nord ha adottato il Modello di Organizzazione e Gestione ai sensi del D. Lgs. 8 giugno 2001 n. 231, al fine di esonerare la Società dalla responsabilità amministrativa per gli illeciti (contro la Pubblica Amministrazione, societari, contro l'industria e il commercio, in violazione delle norme sulla sicurezza sul lavoro, ambientali, ecc.) commessi da Amministratori e dipendenti nell'interesse o vantaggio della stessa.

L'adozione del Modello è stata assunta nella convinzione che tale strumento, oltre a realizzare la condizione esimente dalla responsabilità stabilita dal Decreto, possa migliorare la sensibilità dei dipendenti – e di tutti coloro che operano per conto della Società – sull'importanza di conformarsi, non solo a quanto imposto dalla vigente normativa, ma anche ai principi deontologici a cui si ispira Conad Centro Nord in tema di legalità, correttezza e trasparenza.

Contestualmente all'adozione del Modello, il Consiglio di Amministrazione ha nominato l'Organismo di Vigilanza con il compito di vigilare sull'efficacia e sul funzionamento del Modello e dei protocolli di prevenzione dei reati in esso contenuti, secondo quanto prescritto nel Decreto. Gli organi di controllo sul funzionamento della Cooperativa, oltre a quelli previsti dalle leggi e dallo Statuto sono, in Conad Centro Nord, integrati dal Codice Etico: uno strumento di Governo che ha lo scopo di rendere meno "tecnica" e più "mutualistica" l'attività di controllo. Si tratta di una particolarità che deve sviluppare, assieme ad altre istanze, la partecipazione e la responsabilità dei Soci.

In sostanza, Conad Centro Nord ha adottato sia un codice ai sensi della CSR (con un contenuto essenzialmente etico e strettamente connesso al perseguimento della strategia) sia un codice ai sensi del D. Lgs. 231, per il quale nel corso del 2014 sono state assegnate le deleghe con uno scopo più di tipo normativo, di garanzia per gli Amministratori e i terzi e definiti i corretti ambiti di responsabilità fra tecnostruttura e Consiglio di Amministrazione.

Tra i due documenti, come è necessario, vi è stretto collegamento e sostanziale coincidenza.

Il Codice Etico nella governance di Conad Centro Nord

Il Codice Etico ha segnato un importante momento di passaggio nello sviluppo della Responsabilità Sociale di Conad Centro Nord. Il Codice è stato approvato dal CdA il 14 aprile del 2008 ed è costituito da 36 articoli, suddivisi in quattro sezioni:

1. Principi e generalità;
2. Le responsabilità del Socio;
3. Le responsabilità della Cooperativa;
4. L'attuazione del Codice.

In capo al Codice e in modo sintetico sono formulati gli impegni fondamentali delle due grandi categorie di soggetti ai quali il Codice è indirizzato, i Soci da un lato e la Cooperativa dall'altro.

Doveri del Socio

- Nel rispetto dei Consumatori, produrre valore per sé e sviluppo per la propria Impresa.
- Garantire ai Consumatori la massima qualità e sicurezza dei prodotti e dell'ambiente di vendita.
- Partecipare al governo della Cooperativa, consapevoli che essa è fattore di sviluppo e crescita per la singola Impresa Conad e complessivamente per il Sistema.
- Assieme agli altri Soci, investire nella nascita di nuove imprese associate a Conad, dimostrando il valore imprenditoriale della proprietà condivisa.
- Accrescere le componenti etiche e professionali del lavoro per trasmettere la cultura di Conad alle risorse umane della propria Impresa e sostenere la nascita di nuovi imprenditori associati.
- Partecipare e sostenere lo sviluppo civile e sociale delle comunità in cui si lavora.

Doveri della Cooperativa

- Migliorare reddito e sviluppo dei Soci e la loro capacità di soddisfare i Consumatori.
- Produrre in Cooperativa la ricchezza sufficiente per sostenere l'avvio di nuove imprese al dettaglio tra persone.
- Garantire ai Consumatori – con l'impegno dei singoli Soci – la massima qualità e sicurezza di prodotti.
- Partecipare allo sviluppo civile e sociale delle comunità dove si lavora, legando la crescita delle imprese associate a quella del loro territorio.
- Valorizzare tra tutti – Soci e dipendenti – le manifestazioni di responsabilità individuale e la capacità di collaborare. Accrescere le componenti professionali e imprenditoriali del lavoro.
- Promuovere la proprietà diffusa dei punti di vendita e la loro appartenenza all'insegna Conad, dimostrando il valore imprenditoriale della proprietà condivisa.

In ragione di uno specifico dispositivo contenuto nel Codice stesso, alcuni degli articoli sono stati nel tempo corretti e adattati.

■ GOVERNANCE

La governance del Sistema

La governance di Conad Centro Nord deve innanzitutto tenere conto del fatto che la Cooperativa fa parte di un "sistema", cioè di un insieme di imprese che hanno deciso di mantenere tra di loro relazioni molto forti, al punto di costituire un momento istituzionale di coordinamento e integrazione, rappresentato dal Consorzio nazionale Conad, che a sua volta possiede una specifica forma di corporate governance. Ogni Cooperativa che fa parte del Sistema Conad è autonoma e possiede i propri organi di corporate governance, eppure nel momento in cui queste Cooperative hanno dato vita al Consorzio Nazionale hanno (coscientemente) ceduto in parte questa loro autonomia per raggiungere determinati e comuni obiettivi.

La governance della Cooperativa

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

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

Commissioni

Le Commissioni svolgono un ruolo cruciale nel quadro del sistema di governance. Tutte le Commissioni hanno un ruolo consultivo. Le Commissioni sono istituite dal CdA per favorire il costante dialogo tra CdA, Soci e tecnostruttura mediante un utile scambio di informazioni e competenze. I componenti delle Commissioni sono: Consiglieri, Soci, manager della tecnostruttura, personale di punto vendita (esperti del mestiere, coinvolti in virtù del contributo che possono dare nelle commissioni commerciali di settore). Per tutte le Commissioni è prevista la turnazione di almeno il 25% dei membri a ogni rinnovo delle cariche.

Le 10 Commissioni di Conad Centro Nord sono: Marketing, Rete, Finanza, Risorse Umane, Logistica e Sistemi Informativi, Commerciali di settore (Grocery 1, Grocery 2, Carne, Pesce, Ortofrutta).

Commissione di Presidenza

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

Organizzazione

L'organizzazione di Conad Centro Nord è fondata su di un classico disegno funzionale, rappresentato nella figura seguente.



L'assetto organizzativo è, come si vede, disegnato sulle "grandi funzioni" che definiscono le principali responsabilità manageriali. Ecco perché si parla di un assetto "tipicamente funzionale". Nel disegno precedente è stato tuttavia messo in rilievo, per semplicità, unicamente l'assetto apicale. Ognuna delle Direzioni indicate è infatti articolata in aree e uffici, con diversi livelli di responsabilità.

Nel corso del 2017 è proseguita l'attività di sviluppo della Rete di vendita con nuove aperture e interventi di ristrutturazione di alcuni punti vendita esistenti, con l'obiettivo di ottimizzarne le performance. È infatti uno degli scopi della nostra azione quello di aumentare la produttività della Rete e contestualmente ridurre le disomogeneità fra i punti vendita. La Cooperativa oggi ha un assetto che garantisce maggior vicinanza e assistenza alla Rete di vendita, facilitata anche dall'utilizzo di nuovi mezzi di comunicazione fra la sede centrale e i supermercati.

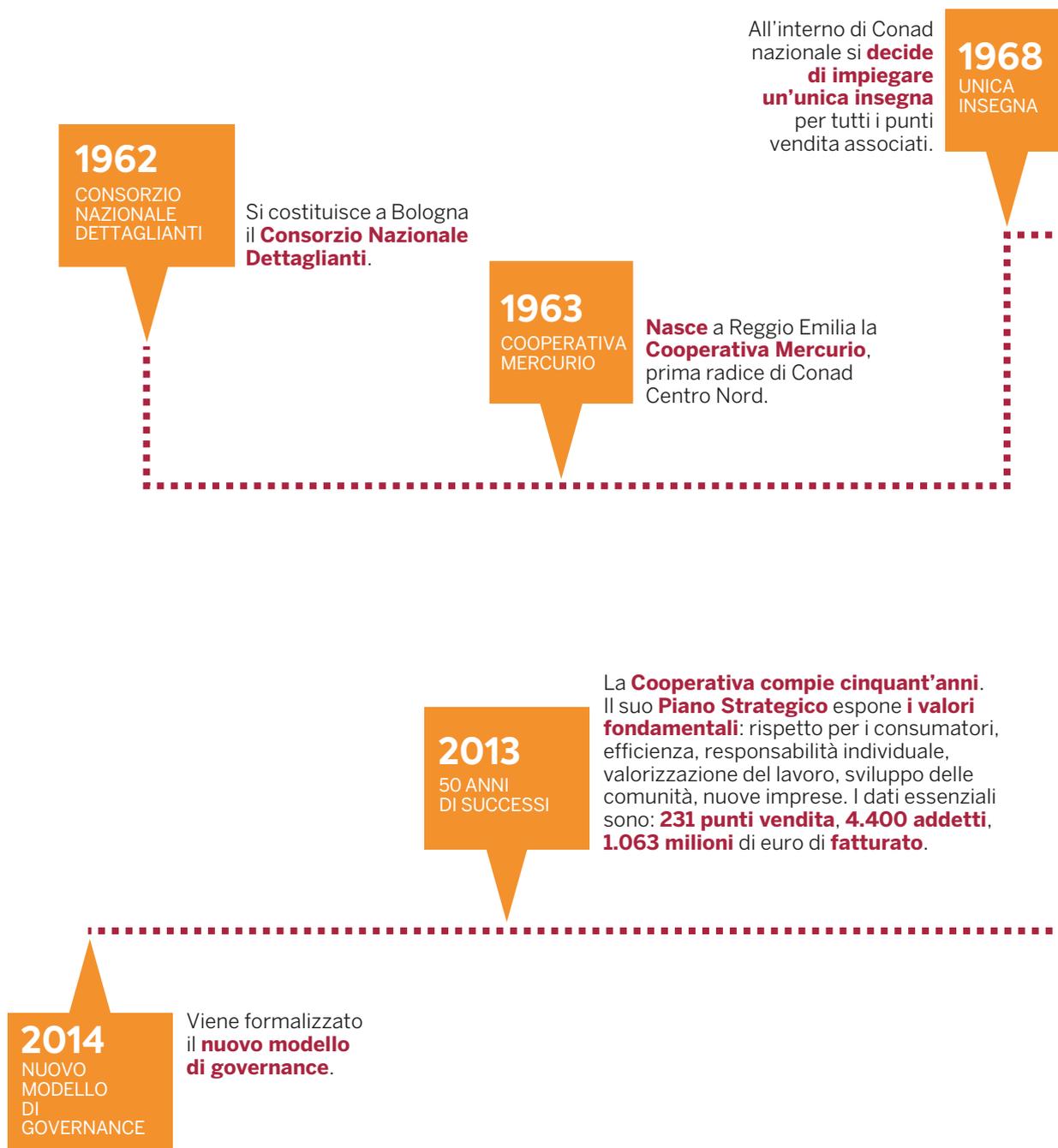
L'attività dei gruppi di lavoro e delle Commissioni favorisce una collaborazione costante e un confronto allargato su temi strategici e operativi.

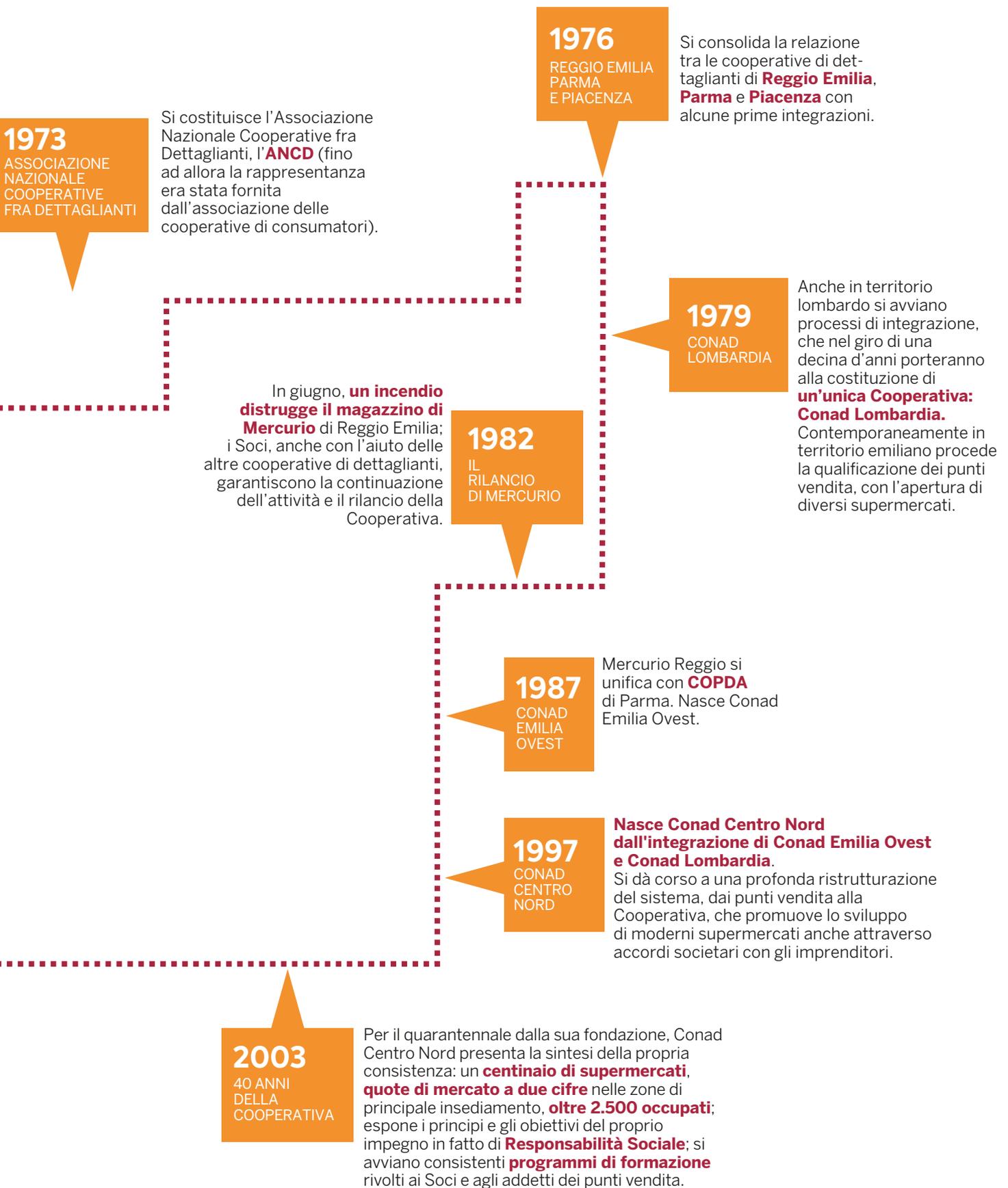
È proseguita la fase di attuazione per alcuni dei progetti del piano strategico, in particolare la cessione delle Aziende ai Soci e il ricambio imprenditoriale. L'obiettivo principale di tali progetti è la sostenibilità nel tempo di Conad Centro Nord, legata all'evoluzione della figura del Socio Imprenditore,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

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

■ LA STORIA IN SINTESI

Per offrire un quadro d'insieme dei momenti salienti che hanno generato l'assetto odierno della Cooperativa, riportiamo di seguito la timeline delle principali tappe che ne hanno caratterizzato lo sviluppo.





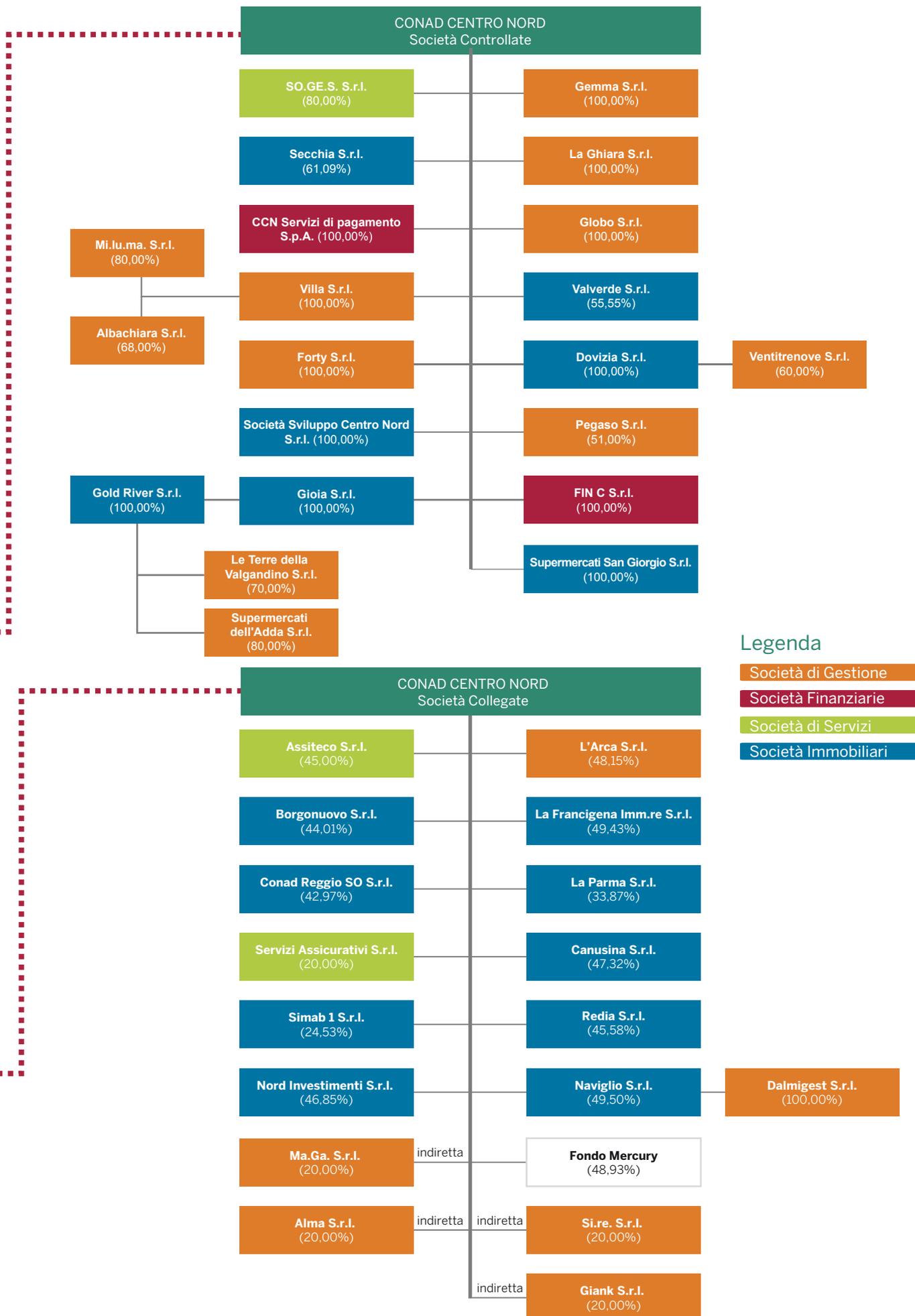
■ L'ASSETTO DEL GRUPPO

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

Elenco delle Società Controllate della Cooperativa.

I diversi colori indicano la funzione delle diverse Società: la Società Finanziaria di Gruppo (Fin C S.r.l.) e l'Istituto di pagamento (CCN Servizi di Pagamento S.p.A.) svolgono funzioni di tesoreria per la Cooperativa e per i Soci; la Società SO.GE.S S.r.l. svolge servizi amministrativi nell'area lombarda a favore dei Soci. Le altre Società svolgono attività di tipo immobiliare e di gestione atte a favorire lo sviluppo della Rete di vendita.

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



■ IL SISTEMA CONAD

I protagonisti del Sistema (al contempo istituzionali e imprenditoriali) sono tre.

A) Il Consorzio Nazionale Conad:

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

Per realizzare compiutamente questi obiettivi generali svolge alcuni essenziali servizi:

- accordi commerciali generali con i grandi fornitori;
- politiche di marketing;
- realizzazione dei prodotti a Marchio Conad;
- comunicazione istituzionale.

B) Le 8 Cooperative:

- sostengono l'attività imprenditoriale dei Soci con servizi commerciali, di marketing, di logistica e distribuzione, di formazione, innovazione tecnologica, consulenze per apertura e gestione dei punti vendita;
- collaborano con i Soci nei programmi di sviluppo della Rete di vendita;
- partecipano all'elaborazione delle politiche nazionali nel Consorzio nazionale e nell'Associazione (ANCD).

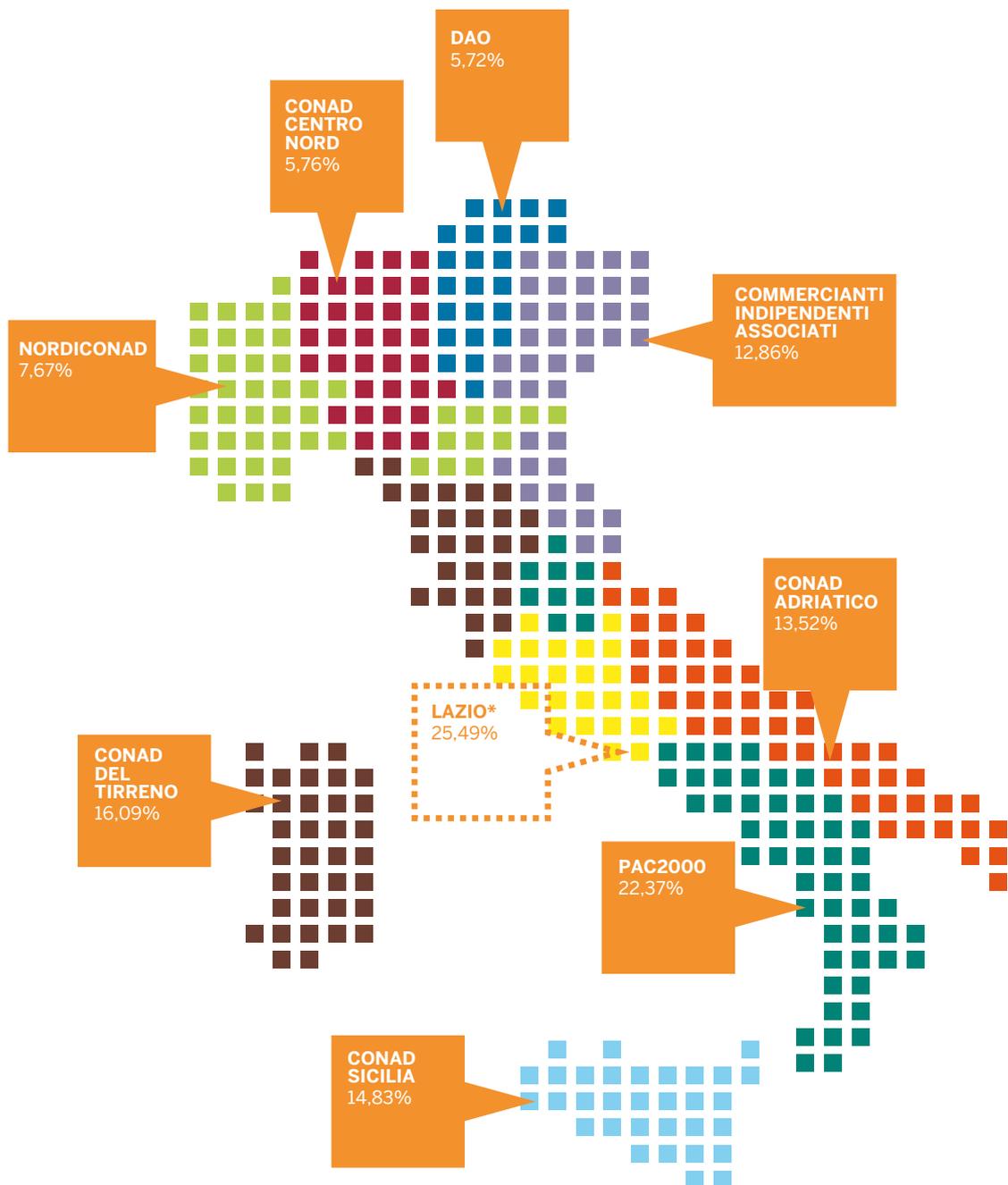
C) I Soci:

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

Questo modello organizzativo raggiunge al contempo due scopi fondamentali:

- garantisce la massa critica a livello nazionale;
- garantisce il rapporto con il territorio, cioè col contesto sociale in cui il Cliente vive e opera.

■ DISTRIBUZIONE TERRITORIALE E QUOTA DI MERCATO DELLE 8 COOPERATIVE SU ZONE



* Il Lazio è un territorio condiviso tra le Cooperative Conad del Tirreno e PAC2000.

Fonte: GNLC, II semestre 2017

■ CARATTERI E FUNZIONAMENTO DELL'IMPRESA

I servizi resi dalla Cooperativa

- 1. Servizi commerciali:** ricerca delle migliori condizioni di acquisto; si tratta però anche di introdurre nelle Imprese Socie elementi di innovazione e sviluppo commerciale, interpretando i principali trend di mercato con la creazione di nuovi servizi (ottico, parafarmacia, ecc.).
- 2. Servizi di marketing:** formulazione di piani marketing, campagne di comunicazione, promozioni e iniziative di fidelizzazione del Cliente.
- 3. Servizi logistici:** governo del ciclo logistico, dalla gestione del magazzino alla catena di distribuzione delle merci (fornitori, depositi, punti vendita).
- 4. Assistenza alla Rete di vendita:** attività di consulenza e monitoraggio delle performance economiche e gestionali dei punti vendita; presidio del rispetto delle normative riguardanti la qualità dei prodotti lungo la filiera distributiva. Coordinamento delle fasi di allestimento e start up nelle nuove aperture.
- 5. Risorse umane:** sviluppo delle competenze aziendali e gestionali; pianificazione, progettazione, realizzazione e monitoraggio delle iniziative di formazione per lo sviluppo professionale e imprenditoriale del Personale della sede centrale e della Rete di vendita.
- 6. Servizi amministrativi e finanziari:** assistenza nel corretto adempimento delle attività amministrative, contabili e fiscali delle Imprese Socie. Attraverso la tesoreria centralizzata si realizza l'ottimizzazione dei flussi di cassa (della Cooperativa, delle Società Intermedie, delle Società Finanziarie e degli Associati), pianificazione finanziaria e fiscale, analisi degli investimenti e monitoraggio dei fabbisogni finanziari.
- 7. Servizi informatici:** sviluppo e manutenzione dell'Information Technology (telecomunicazioni, architettura hardware, piattaforme software), installazione e gestione degli strumenti informatici per la gestione del punto vendita.
- 8. Sviluppo:** sviluppo della Rete sul territorio attraverso l'affiliazione di nuovi Soci e l'acquisizione o la realizzazione di nuovi punti vendita. Coordinamento del processo delle nuove aperture per le fasi preliminari e di progettazione. Sviluppo nuovi concept (attuazione standard del Consorzio).

■ I FORMATI DELLA RETE VENDITA

Per “formati” si intendono i modelli di punti vendita. La Grande Distribuzione Organizzata (GDO) non si realizza infatti con un unico modello di negozio, ma – con rilevanti differenze tra impresa e impresa – con una pluralità di “insegne” (cioè di formati) che si adattano ai luoghi, alle norme e alle caratteristiche delle comunità in cui operano. Lo scopo è quello di ottimizzare la risposta ai differenti bisogni della Clientela ma anche i caratteri delle Imprese Socie, facendo in modo che siano il più rispondenti possibili ai loro mercati.

MARGHERITA

Margherita è il negozio tradizionale, per la piccola spesa quotidiana e integrativa, con una superficie che varia fra **i 100 e i 350 mq.**



CONAD CITY

Conad City è il canale di prossimità, con dimensioni più contenute e una forte attenzione alla selezione delle referenze proposte (cioè dei prodotti più adatti al bacino d'utenza). Consente in sostanza di fare una spesa conveniente, di qualità, vicino a casa e velocemente. La dimensione del negozio varia fra **i 350 e i 600 mq.**



CONAD

Si tratta di punti vendita che ricercano la sintesi migliore di qualità e convenienza ma anche la capacità di rispondere a una domanda più differenziata, con assortimenti qualificati e un'organizzazione che possa rispondere all'esigenza di fare una spesa completa. La superficie varia dai **600 ai 1.500 mq.**



CONAD SUPERSTORE

Il canale Conad Superstore mira a coniugare la facilità e la praticità della spesa vicino casa con la completezza degli assortimenti e una superficie commerciale più ampia. Si tratta di punti vendita per la spesa di scorta ma veloce, facile e completa. Le superfici di vendita possono oscillare fra **i 1.500 e i 3.000 mq.**



SAPORI&DINTORNI

Sapori&Dintorni Conad è un format di vendita in cui il territorio e il gusto incontrano la cultura gastronomica: un'insegna che offre la qualità e l'eccellenza dei prodotti tipici d'Italia selezionati da Conad (Sapori&Dintorni Conad è la linea di prodotti tipici che nasce da ricette e tradizioni regionali di tutta Italia, interpretate dai migliori produttori).



PET STORE CONAD

Pet Store Conad è la nuova catena di negozi dedicata alla cura e al benessere degli animali; un'insegna specializzata dove il Cliente più esigente e attento ad assecondare i bisogni del proprio animale può trovare una scelta ampia e articolata, unita alla garanzia di qualità, convenienza e sicurezza di Conad.



■ LA RETE DI VENDITA E LA SUA EVOLUZIONE

Ecco come si presenta alla fine del 2017 la situazione della Rete di vendita della Cooperativa, con il confronto ai due anni precedenti.

| Aperture 2017 | | | |
|--------------------|-------|------------|-------------------|
| Località | Prov. | Canale | Area vendita (mq) |
| Esine | BS | Superstore | 1.427 |
| Bagnolo Mella | BS | Discount | 800 |
| Trescore Balneario | BG | Conad | 1.499 |
| Sesto San Giovanni | MI | Conad City | 477 |
| Iseo | BS | Conad | 1.497 |
| Totale | | | 5.700 |

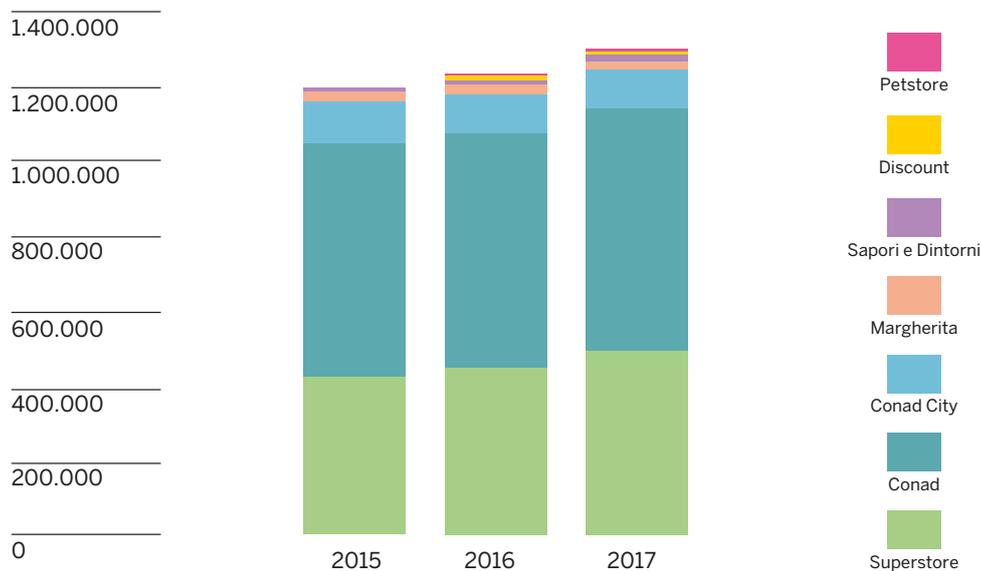


| Quote di mercato negli anni | | | |
|-----------------------------|------------|-------------|-------------|
| | 2015 | 2016 | 2017 |
| Totale | 5,5 | 5,51 | 5,76 |

| Numero punti vendita e fatturato per canale | | | | | | | |
|---|------------|------------------|------------|------------------|------------|------------------|--------------|
| Canale | 2015 | | 2016 | | 2017 | | Δ Ft |
| | Pdv | Fatturato | Pdv | Fatturato | Pdv | Fatturato | |
| Superstore | 32 | 428.089 | 36 | 453.058 | 37 | 499.093 | 10,16% |
| Conad | 100 | 633.551 | 99 | 636.480 | 101 | 657.878 | 3,36% |
| Conad City | 45 | 114.161 | 42 | 105.640 | 43 | 103.839 | -1,70% |
| Margherita | 57 | 27.612 | 52 | 26.127 | 49 | 23.854 | -8,70% |
| Sapori & Dintorni | 3 | 4.466 | 3 | 12.097 | 3 | 14.099 | 16,56% |
| Discount | | | 4 | 7.365 | 5 | 7.740 | 5,08% |
| Petstore | | | 2 | 387 | 2 | 972 | 150,99% |
| Totale complessivo | 237 | 1.207.879 | 238 | 1.241.154 | 240 | 1.307.476 | 5,34% |

COMPOSIZIONE DEL FATTURATO PER FORMATO

In migliaia di €

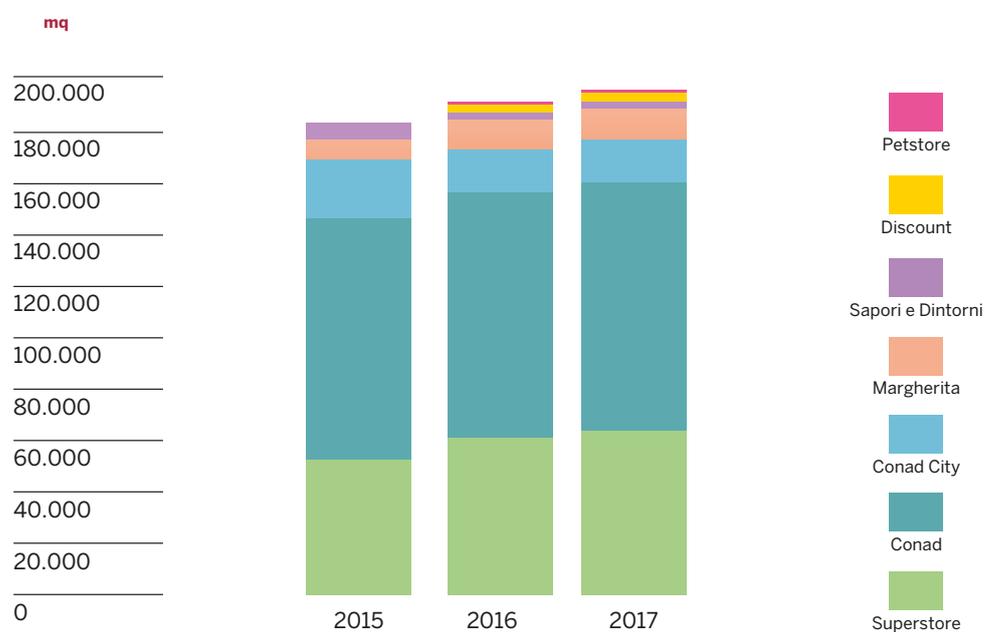


I cambiamenti fondamentali che si osservano nel grafico riguardano la crescita del fatturato complessivo e una rilevante modifica nei formati che lo realizzano, con il costante aumento dei Superstore.

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

| Ripartizione in mq per canale | | | | (in mq) |
|-------------------------------|----------------|----------------|----------------|--------------|
| Canale | 2015 | 2016 | 2017 | Δ 17/16 |
| Superstore | 54.812 | 60.837 | 62.430 | 2,62% |
| Conad | 98.702 | 100.026 | 102.282 | 2,26% |
| Conad City | 18.316 | 17.526 | 17.804 | 1,59% |
| Margherita | 8.019 | 7.649 | 6.731 | -12,00% |
| Saponi e Dintorni | 1.776 | 1.776 | 1.776 | 0,00% |
| Discount | | 2.757 | 3.557 | 29,02% |
| Petstore | | 502 | 502 | 0,00% |
| Totale | 181.625 | 191.073 | 195.082 | 2,10% |

■ VARIAZIONE SUPERFICIE PER FORMATO



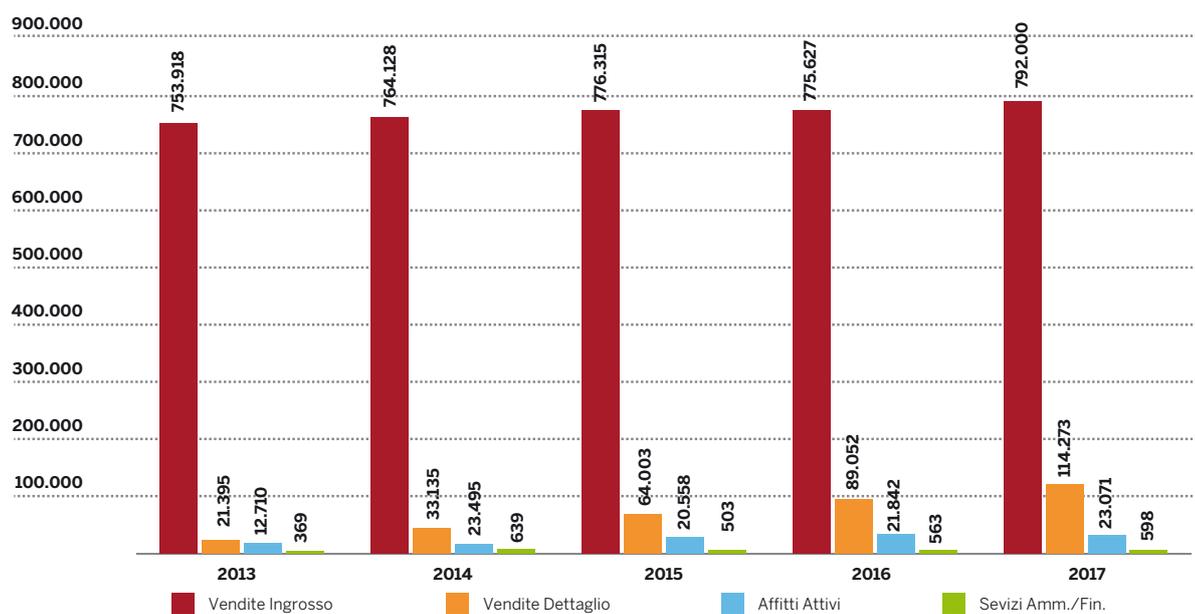
| Rapporto fatturato/mq per canale (in migliaia di €) | | | | | | | | | |
|---|------------------|----------------|------------|------------------|----------------|------------|------------------|----------------|------------|
| Canale | 2015 | | | 2016 | | | 2017 | | |
| | ft | mq | ft/mq | ft | mq | ft/mq | ft | mq | ft/mq |
| Superstore | 428.089 | 54.812 | 7,8 | 453.058 | 60.837 | 7,4 | 499.093 | 62.430 | 8,0 |
| Conad | 633.551 | 98.702 | 6,4 | 636.480 | 100.026 | 6,4 | 657.878 | 102.282 | 6,4 |
| Conad City | 114.161 | 18.316 | 6,2 | 105.640 | 17.526 | 6,0 | 103.839 | 17.804 | 5,8 |
| Margherita | 27.612 | 8.019 | 3,4 | 26.127 | 7.649 | 3,4 | 23.854 | 6.731 | 3,5 |
| Saponi e Dintorni | 4.466 | 1.776 | 2,5 | 12.097 | 1.776 | 6,8 | 14.099 | 1.776 | 7,9 |
| Discount | | | | 7.365 | 2.757 | | 7.740 | 3.557 | 2,2 |
| Petstore | | | | 387 | 502 | | 972 | 502 | 1,9 |
| Totale complessivo | 1.207.879 | 181.625 | 6,7 | 1.241.154 | 191.073 | 6,5 | 1.307.476 | 195.082 | 6,7 |

Risultati economici e patrimoniali

Per considerazioni più approfondite sulle performance economiche si rimanda direttamente alla documentazione che costituisce il documento di Bilancio 2017.

| Fatturato del Gruppo (in €) | | | | |
|-----------------------------|--------------------|--------------------|-------------------|--------------|
| | 2016 | 2017 | var. | % |
| Vendite all'ingrosso | 775.266.612 | 791.999.703 | 16.733.091 | 2,16% |
| Vendite dettaglio | 89.412.574 | 114.242.624 | 24.830.050 | 27,77% |
| Totale | 864.679.186 | 906.242.327 | 41.563.141 | 4,81% |

Evoluzione del Fatturato del Gruppo (in migliaia di €)



| Patrimonio del Gruppo | | <small>(in migliaia di €)</small> | | |
|------------------------------|-------------|-----------------------------------|-------------|--|
| | 2015 | 2016 | 2017 | |
| Capitale Sociale | 34.178 | 37.131 | 38.314 | |
| Riserve | 160.392 | 173.105 | 188.253 | |
| Utile Esercizio | 21.619 | 27.875 | 16.205 | |
| Patrimonio Terzi | 10.746 | 11.211 | 11.359 | |



■ DETERMINAZIONE E DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

Lo schema del valore aggiunto (determinazione e riparto) è l'elemento che caratterizza lo standard GBS*, mettendo in relazione gli aspetti economici della gestione con quelli sociali. Esso definisce da un lato la ricchezza prodotta dall'azienda nei vari esercizi e dall'altro descrive come tale ricchezza è stata distribuita, con riferimento agli interlocutori principali.

Il valore aggiunto, secondo lo standard GBS, viene rappresentato in due prospetti:

- il primo (determinazione) descrive come si è costruito l'ammontare di questo valore, che rappresenta ciò che l'impresa ha prodotto con le proprie forze; sarà necessario dunque togliere dal giro d'affari complessivo quei costi che rappresentano gli influssi di valore provenienti dall'esterno: le materie prime, i servizi, eccetera;
- il secondo (riparto) descrive invece come il valore che è stato specificamente prodotto dall'impresa è stato distribuito tra gli stakeholder. Qui è necessario far notare che una parte degli stakeholder hanno direttamente concorso al processo di produzione di valore (p.e. i lavoratori), mentre altri vi hanno concorso solo indirettamente (p.e. la Pubblica Amministrazione) e infine altri ancora non hanno avuto alcun ruolo nel processo di produzione del valore, ma sono ugualmente considerati essenziali o importanti per l'impresa.

Lo schema di produzione e riparto del VA viene utilizzato per due motivi principali: in primo luogo – come si è appena detto – permette di quantificare quanta ricchezza è stata prodotta e come viene distribuita. In secondo luogo consente – ed è il passaggio dottrinarmente più importante – **di collegare il Bilancio sociale con il Bilancio ordinario**. In sostanza: lo schema di produzione e distribuzione del valore aggiunto è uno strumento per rileggere il Bilancio Consolidato dell'azienda dal punto di vista degli stakeholder principali.

Il prospetto del valore aggiunto di Conad Centro Nord è stato costruito sulle Società facenti parte dell'area di consolidamento e per la sua redazione sono stati adottati i principi analitici di determinazione dettati dal GBS.

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

| Valore aggiunto globale | | | (in €) |
|--|--------------------|---------------------|--------------------|
| | 2015 | 2016 | 2017 |
| Valore aggiunto globale | | | |
| A) Valore della produzione | | | |
| 1) ricavi delle vendite e delle prestazioni | 805.741.540 | 827.383.801 | 870.554.290 |
| 2) variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti | 0 | 0 | 0 |
| 3) variazioni dei lavori in corso su ordinazione | 0 | 0 | 0 |
| 4) altri ricavi e proventi | 122.886.622 | 147.640.943 | 121.153.152 |
| Totale ricavi della produzione tipica | 928.628.162 | 975.024.744 | 991.707.442 |
| 5) ricavi per produzioni atipiche | | | |
| Totale ricavi della produzione atipica | 0 | 0 | 0 |
| Totale valore della produzione | 928.628.162 | 975.024.744 | 991.707.442 |
| B) Costi della produzione | | | |
| 6) per materie prime, sussidiari, di consumo e merci | 769.681.633 | 783.707.469 | 824.274.464 |
| 7) per servizi | 49.833.038 | 40.052.660 | 42.420.245 |
| 8) per godimento di beni di terzi | 12.418.247 | 16.876.931 | 21.082.986 |
| 9) accantonamenti per rischi | 909.306 | 355.344 | 336.504 |
| 10) altri accantonamenti | 238.532 | 5.329.574 | 4.873.825 |
| 11) oneri diversi di gestione | 6.829.691 | 9.223.031 | 6.423.663 |
| Totale costi intermedi della produzione | 839.910.447 | 855.545.009 | 899.411.687 |
| Valore aggiunto caratteristico lordo | 88.717.715 | 119.479.735 | 92.295.755 |
| C) Gestione accessoria straordinaria | | | |
| 12) Saldo gestione accessoria | | | |
| + Ricavi accessori | 5.395.613 | 2.182.564 | 3.347.243 |
| - Costi accessori | - 814.650 | - 13.122.118 | - 926.638 |
| 13) Saldo gestione straordinaria | | | |
| + Ricavi straordinari | 1.739.715 | 0 | 0 |
| - Costi straordinari | - 1.278.614 | 0 | 0 |
| Totale gestione accessoria e straordinaria | 5.042.064 | - 10.939.554 | 2.420.605 |
| + Copertura perdite da parte dei Soci | 0 | 0 | 0 |
| Valore aggiunto globale lordo | 93.759.779 | 108.540.181 | 94.716.360 |
| - Ammortamenti della gestione per gruppi omogenei di beni | - 24.848.850 | - 22.192.425 | - 24.554.697 |
| Valore aggiunto caratteristico netto | 68.910.929 | 86.347.756 | 70.161.663 |

| Distribuzione del valore aggiunto | | | | | | (in €) |
|---|-------------------|---------------|-------------------|---------------|-------------------|---------------|
| | 2015 | % | 2016 | % | 2017 | % |
| Valore aggiunto globale | | | | | | |
| A) Remunerazione del Personale | | | | | | |
| Personale non dipendente | | | | | | |
| Personale dipendente | | | | | | |
| - remunerazioni dirette | 21.898.481 | | 25.317.617 | | 28.388.462 | |
| - remunerazioni indirette | 13.379.677 | | 13.399.812 | | 13.945.923 | |
| - quote di riparto del reddito | 0 | | 0 | | 0 | |
| Totale remunerazione del personale | 35.278.158 | 51,19 | 38.717.429 | 44,84 | 42.334.385 | 60,34 |
| B) Remunerazione della Pubblica Amministrazione | | | | | | |
| Imposte dirette | 5.059.984 | | 7.119.643 | | 4.631.162 | |
| Imposte indirette | | | | | | |
| - oneri tributari diversi | 2.879.918 | | 2.761.280 | | 2.804.656 | |
| - sovvenzioni in c/esercizio | 0 | | 0 | | 0 | |
| Totale remunerazione della pubblica amministrazione | 7.939.902 | 11,52 | 9.880.923 | 11,44 | 7.435.818 | 10,60 |
| C) Remunerazione del Capitale di credito | | | | | | |
| Oneri per capitali a breve termine | 0 | | 0 | | 0 | |
| Oneri per capitali a m/l termine | 2.814.935 | | 3.778.201 | | 3.091.195 | |
| Remunerazione del prestito dai Soci | 68.765 | | 68.738 | | 24.719 | |
| Totale remunerazione del capitale di credito | 2.883.700 | 4,18 | 3.846.939 | 4,46 | 3.115.914 | 4,44 |
| D) Remunerazione del Capitale di rischio | | | | | | |
| Dividendi distribuiti | 700.150 | | 930.338 | | 1.023.905 | |
| Ristorno Cooperativo | 10.574.027 | | 9.075.252 | | 5.170.417 | |
| Totale remunerazione del capitale di rischio | 11.274.177 | 16,36 | 10.005.590 | 11,59 | 6.194.322 | 8,83 |
| E) Remunerazione dell'azienda | | | | | | |
| Remunerazione della Capogruppo | 9.953.187 | | 17.456.607 | | 9.637.232 | |
| Remunerazione dei Soci di minoranza | - 186.238 | | 3.879.673 | | - 307.965 | |
| Totale remunerazione del Gruppo | 9.766.949 | 14,17 | 21.336.280 | 24,71 | 9.329.267 | 13,30 |
| F) Movimento Cooperativo | | | | | | |
| Fondi mutualistici (3% dell'utile) | 391.846 | | 499.900 | | 373.867 | |
| Contributi associativi | 370.967 | | 374.285 | | 306.683 | |
| Totale movimento cooperativo | 762.813 | 1,11 | 874.185 | 1,01 | 680.550 | 0,97 |
| G) Liberalità esterne | 583.082 | 0,85 | 569.745 | 0,66 | 631.861 | 0,90 |
| H) Spese sociali e mutualistiche (Soci e dipendenti) | 422.148 | 0,61 | 1.116.665 | 1,29 | 439.546 | 0,63 |
| Valore aggiunto globale netto | 68.910.929 | 100,00 | 86.347.75 | 100,00 | 70.161.663 | 100,00 |

■ REMUNERAZIONE

Gli aspetti più significativi dell'evoluzione negli anni dello schema di costruzione e riparto del VA non riguardano tanto il prospetto di determinazione (che evidenzia un incremento complessivo delle voci), quanto lo schema di riparto, che evidenzia, voce per voce, le seguenti particolarità.

A) Remunerazione del Personale

Contiene sia la remunerazione diretta sia quella indiretta dei lavoratori.

B) Remunerazione della Pubblica Amministrazione

La voce comprende la quota di risorse destinate allo Stato sotto forma di imposte dirette sul reddito d'esercizio (correnti, differite o anticipate), imposte indirette e tasse.

C) Remunerazione del Capitale di credito

Si tratta essenzialmente degli oneri finanziari a lungo e breve termine, comprendenti sia i rapporti con gli Istituti di credito che i rapporti con i Soci, sotto forma di prestito sociale.

D) Remunerazione del capitale di rischio

Rappresenta – sul piano formale – i dividendi e la rivalutazione delle quote di Capitale Sociale versate dai Soci. Indica valori in crescita sia per i dividendi che per la rivalutazione. Rappresenta una delle modalità d'espressione della mutualità e misura una parte dei vantaggi che la Cooperativa realizza per i Soci.

E) Remunerazione dell'azienda

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

F) Remunerazione al movimento cooperativo

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

G) e H) Liberalità e spese sociali

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

Nessun uomo è u
completo in se st
uomo è un pezzo
te, - una parte de
anche solo una zo
lavata via dal mar
ne sarebbe dimin
se le mancasse un
rio, - come se ver
care - una dimora
tuoi, - o la tua ste
La morte di quals

n'isola, -
esso; - ogni -
del continen-
el tutto. - Se
olla - venisse
re, - l'Europa
uita, - come
n promonto-
nisse a man-
a di amici
essa casa. -
iasì uomo mi

2.0

Soci

Composizione, profili, evoluzione

Dal punto di vista istituzionale, i Soci di Conad Centro Nord sono solo in piccola parte persone. In origine, quando le società erano imprese familiari, c'era coincidenza tra il gestore proprietario del punto vendita e il Socio, cioè era il dettagliante proprietario del negozio a diventare Socio della Cooperativa. Poi, nel tempo, le cose si sono modificate, dato che diversi Soci-persone hanno costituito delle Società, che a loro volta sono diventate i Soci della Cooperativa.

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

Nella tabella sottostante è descritta la situazione degli ultimi tre anni, che mette in rilievo la graduale riduzione dei Soci-persone fisiche e il progressivo aumento dei Soci-persone giuridiche.

| Soci Conad Centro Nord | | | |
|---|-------------|-------------|-------------|
| | 2015 | 2016 | 2017 |
| di cui Soci Ordinari persone fisiche | 93 | 88 | 84 |
| di cui Soci Ordinari persone giuridiche | 74 | 85 | 81 |
| di cui Soci Speciali ¹ | 5 | 2 | 3 |
| di cui Soci Finanziatori | 7 | 7 | 7 |
| Totale | 179 | 182 | 175 |

¹L'art. 9 dello Statuto di Conad Centro Nord stabilisce che "Il Consiglio di Amministrazione può deliberare, nei limiti previsti dalla legge, l'ammissione di nuovi Soci Cooperatori in una categoria speciale in ragione dell'interesse al loro inserimento nell'impresa. Il Consiglio di Amministrazione può ammettere alla categoria dei Soci Speciali coloro che sono in grado di concorrere, ancorché parzialmente, al raggiungimento degli scopi sociali ed economici, in coerenza con le strategie di medio e lungo periodo della Cooperativa [...]. Alla data di scadenza del periodo di inserimento, il Socio Speciale è ammesso a godere i diritti che spettano agli altri Soci Cooperatori Ordinari a condizione che, come previsto dalla delibera di ammissione, egli abbia rispettato gli impegni di partecipazione all'attività economica della Cooperativa, finalizzati al proprio inserimento nell'organizzazione aziendale e a condizione che confermi la sua richiesta di inserimento a Socio Ordinario della Cooperativa [...]".

Questa situazione non pone affatto in discussione la prevalenza del fattore umano nel funzionamento e nella missione della Cooperativa.

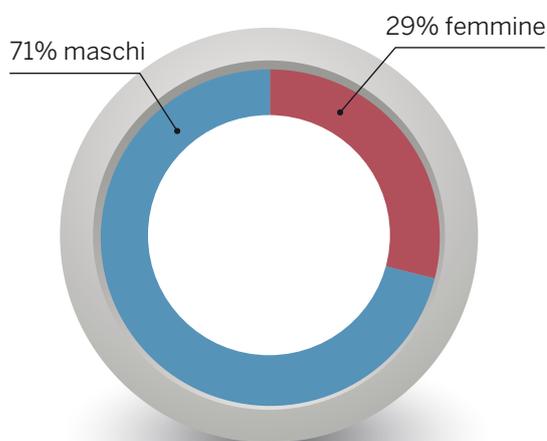
Il Sistema Conad pone sempre al centro il Socio Imprenditore e il suo rapporto con il Cliente e il territorio. Conad Centro Nord è impegnata a valorizzare la centralità della figura dell'imprenditore commerciale – cioè della persona in carne e ossa – perché è proprio questa "umanità" che costituisce il principale fattore di successo, con la sua presenza costante sul punto vendita, con la sua capacità di rappresentare un punto di riferimento nei territori e di costruire durature relazioni di fiducia con gli interlocutori della comunità.

Nella tabella successiva si vede come gli imprenditori commerciali riuniti tra di loro nelle Società che a loro volta sono Soci di Conad Centro Nord sono un numero assai più alto di quello dei Soci-persone della tabella precedente.

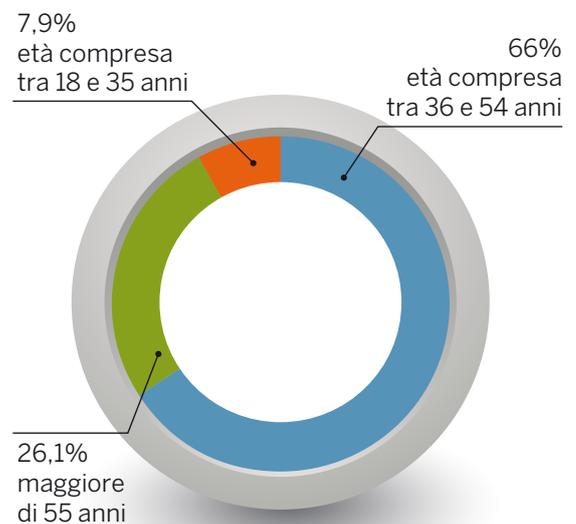
La “fotografia” dei Soci imprenditori di Conad Centro Nord è rappresentata nelle tabelle e nei grafici seguenti:

| Soci delle Società di gestione | | | |
|---------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2015 | 2016 | 2017 |
| Totale Soci | 401 | 379 | 352 |
| Genere | | | |
| Maschi | n/d | 272 | 250 |
| Femmine | n/d | 107 | 102 |

Soci per genere %



Soci per età anagrafica %



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

Il Socio Conad è un imprenditore che ha deciso di cooperare poiché sa che la vera forza sta nell'unione e nella condivisione di regole e obiettivi, perseguiti nell'interesse proprio e dei propri Clienti; un imprenditore che declina i valori cooperativi secondo la specificità e la ricchezza della "filosofia Conad", fondata sulla professionalità, sulla mutualità, sul senso di appartenenza e sull'intergenerazionalità.

Il Socio Conad incarna perfettamente lo spirito del commercio, che è quello della prossimità e della vicinanza dell'esercente al Cliente, vale a dire un'espressione peculiare del talento imprenditoriale, declinato in simbiosi con quello cooperativistico.

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

Nel corso del 2017 questo trend si è confermato: il numero dei Soci delle Società di gestione segna infatti una leggera flessione dovuta principalmente a due fattori: in parte ai pensionamenti e alle dimissioni corrispondenti alla cessazione di alcuni punti vendita del canale Margherita e in parte alla modalità – ormai consolidata – di start up per le nuove aperture, che prevede in questa fase – nella quasi totalità dei casi – la gestione diretta.

Questo dimostra la peculiarità del "paradigma Conad": saper cambiare e modificare la propria struttura con l'evolversi della società e del mercato.

Grande importanza viene attribuita al gruppo e alla sua identità, oltre che alla partecipazione degli individui che lo costituiscono e costruiscono, giorno dopo giorno, nei propri negozi ed esercizi come nella dimensione associativa complessiva del Sistema Conad.

Recentemente, per garantire la sostenibilità nel tempo di questo modello associativo di successo, sono state attuate iniziative per favorire il ricambio imprenditoriale all'interno degli organi istituzionali di Conad Centro Nord; ricambio inteso non solo come fatto anagrafico e generazionale ma soprattutto come adeguamento alla maggior complessità del mercato. Garantire il ricambio dei vertici anche nelle Società di gestione è una responsabilità non solo verso le Società stesse ma anche verso la Cooperativa ed è indispensabile per la sostenibilità del sistema.

Con l'obiettivo di allargare il più possibile la partecipazione dei Soci al governo e alla vita della Cooperativa operano le Commissioni; la partecipazione alle Commissioni rappresenta un tassello fondamentale e imprescindibile nel percorso di sviluppo delle competenze dei Soci che aspirano a diventare Consiglieri di Amministrazione. Le Commissioni sono coinvolte su tematiche dell'operatività caratteristiche della tecnostruttura e su iniziative progettuali necessarie per implementare innovazioni e cambiamenti. Per ogni Commissione è fissato un numero di partecipanti fra Soci non consiglieri con l'obiettivo di arricchire il confronto, dando voce a un maggior numero di Soci.

Le 10 Commissioni istituite sono: Marketing, Rete, Finanza, Risorse Umane, Logistica e Sistemi informativi, Commerciali di settore (Grocery 1, Grocery 2, Carne, Pesce, Ortofrutta). Tali Commissioni si riuniscono regolarmente ed hanno una sezione dedicata alla condivisione di convocazioni,

calendario delle riunioni, documenti e verbali all'interno della intranet di Conad Centro Nord. I componenti sono oltre 100.

■ LA MUTUALITÀ IN CONAD CENTRO NORD

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

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

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

Un aspetto rilevante è il modo in cui si realizza la mutualità cooperativa, che deriva da un fondamentale principio cooperativo, secondo il quale il Socio ha diritto di godere degli eventuali avanzi di gestione (utili) in proporzione ai servizi che ha richiesto. Il ristorno è ripartito tra i Soci Cooperatori proporzionalmente al valore degli acquisti effettuati presso la Cooperativa da ciascun Socio in ciascun esercizio sociale.

L'Assemblea può deliberare la ripartizione dei ristorni a ciascun Socio in forma liquida o mediante aumento del Capitale Sociale.

Nessun uomo è u
completo in se st
uomo è un pezzo
te, - **una parte de**
anche solo una zo
lavata via dal mar
ne sarebbe dimin
se le mancasse u
rio, - come se ver
care - una dimora
tuoi, - o la tua ste
La morte di quals

n'isola, -
esso; - ogni
del continen-
I tutto. - Se
olla - venisse
re, - l'Europa
uita, - come
n promonto-
nisse a man-
a di amici
essa casa. -
iasì uomo mi

3.0

Dipendenti

Composizione, profili, evoluzione

■ DIPENDENTI DELLA COOPERATIVA

Il quadro generale dell'occupazione è osservabile dalla seguente serie di tabelle. I lavoratori presi in considerazione sono quelli specifici della Cooperativa, o meglio quelli della Cooperativa più quelli delle sue Controllate funzionali CCN Servizi di Pagamento e FIN C. Per tutti i lavoratori si applica il contratto del Terziario, Distribuzione e Servizi.

| Occupati, genere, inquadramento | | | |
|---------------------------------|------------|------------|------------|
| | 2015 | 2016 | 2017 |
| Totale dipendenti | 166 | 168 | 165 |
| Genere | | | |
| Femmine | 59 | 59 | 61 |
| di cui: | | | |
| dirigenti | 1 | - | - |
| quadri | 2 | 2 | 4 |
| impiegate | 56 | 57 | 57 |
| apprendiste impiegate | - | - | - |
| Maschi | 107 | 109 | 104 |
| di cui: | | | |
| dirigenti | 6 | 7 | 7 |
| quadri | 17 | 16 | 17 |
| impiegati | 58 | 60 | 58 |
| operai | 26 | 26 | 22 |
| apprendisti impiegati | - | - | - |

| Tipologia contratto | | | |
|---------------------|------|------|------|
| | 2015 | 2016 | 2017 |
| Tempo determinato | 10 | 3 | 7 |
| Tempo indeterminato | 156 | 165 | 158 |

| Passaggi di qualifica | | | |
|---|------|------|------|
| | 2015 | 2016 | 2017 |
| Nomina da quadro a dirigente | - | - | - |
| Nomina da funzionario 1° livello a quadro | - | - | 3 |
| Passaggi a 1° livello | 4 | 5 | 2 |
| Passaggi a 2° livello | 5 | 2 | - |
| Passaggi a 3° livello | 3 | 3 | - |

| Età anagrafica | | | |
|-----------------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2015 | 2016 | 2017 |
| Meno 30 anni | 23 | 23 | 19 |
| 31 - 40 anni | 39 | 36 | 37 |
| 41 - 50 anni | 49 | 51 | 55 |
| 51 - 60 anni | 46 | 51 | 46 |
| Oltre 60 anni | 9 | 7 | 8 |

| Anzianità aziendale | | | |
|----------------------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2015 | 2016 | 2017 |
| Fino a 5 anni | 46 | 44 | 43 |
| Da 6 a 10 anni | 27 | 29 | 32 |
| Da 11 a 20 anni | 43 | 42 | 36 |
| Oltre 20 anni | 50 | 53 | 54 |

Pari opportunità

Fino ad ora per la relativa vicinanza fisica tra residenza e posto di lavoro e per le ridotte dimensioni dell'impresa si sono preferiti interventi "informali" che tenevano conto delle specifiche esigenze del soggetto.

| Maternità | | | |
|---|-------------|-------------|-------------|
| | 2015 | 2016 | 2017 |
| Astensioni per maternità obbligatoria - Congedo parentale | 3 | 3 | 3 |
| Astensioni per maternità facoltativa | 10 | 10 | 8 |

| Permessi per esigenze familiari | | | |
|--|-------------|-------------|-------------|
| | 2015 | 2016 | 2017 |
| Permessi in base alla L. 104 | 6 | 9 | 8 |

Sicurezza e salute

La positiva situazione si spiega non solo per il tipo di attività svolta (complessivamente priva di rischi), ma anche per il fatto che, per quanto riguarda soprattutto le attività nei magazzini, il personale Conad Centro Nord è adeguatamente formato sui rischi e sulle norme di sicurezza attraverso corsi di formazione periodici. Sono inoltre presenti in ciascun magazzino i referenti della sicurezza, adeguatamente formati per quanto riguarda soprattutto il rischio di incendi e il pronto soccorso. A tutti i dipendenti sono consegnati gli appositi dispositivi di protezione individuale che sono tenuti a indossare. Medesime regole esistono per il personale delle imprese di facchinaggio e dei trasporto. In questi casi l'attività di formazione e gestione di eventuali infortuni è a carico dei fornitori dei servizi. I contratti-tipo di Conad Centro Nord con questi fornitori prevedono esplicitamente che l'attività sia svolta e che i presidi antinfortunistici siano istituiti. Proprio per garantire anche ai dipendenti dei fornitori le più idonee condizioni di lavoro, Conad Centro Nord si serve di operatori qualificati, che molto spesso hanno la forma di cooperativa. Quando si tratta di cooperative operanti nel campo dei servizi è molto importante verificarne la reale natura mutualistica (che cioè non si tratti di false cooperative, istituite unicamente per avere vantaggi dal punto di vista contributivo).

| Indici infortunistici | | | |
|-----------------------------|------|------|------|
| | 2015 | 2016 | 2017 |
| Numero infortuni totali (1) | 4 | 0 | 3 |
| Durata in giorni (2) | 135 | - | 71 |
| Indice di incidenza (3) | 3,2 | - | 1,8 |
| Indice di frequenza (4) | 15,7 | - | 11,4 |
| Indice di gravità (5) | 0,53 | - | 0,27 |

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

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

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

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

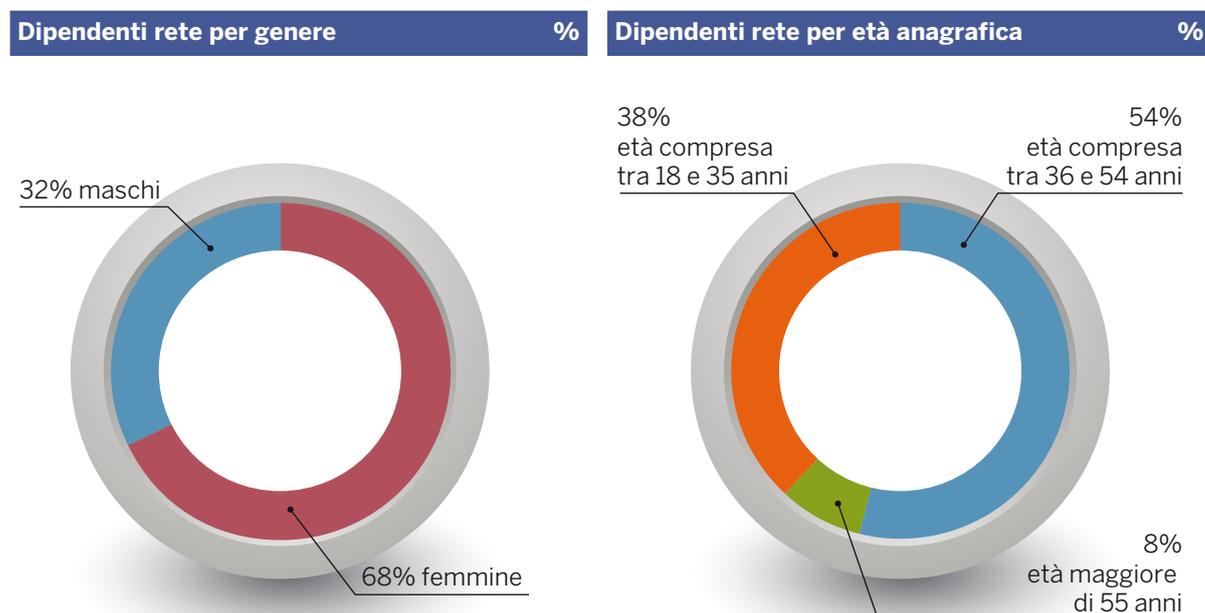
(5) Calcolato secondo la formula: Giornate di assenza per infortunio * x 1.000 / Numero di ore lavorate.

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

■ DIPENDENTI RETE DI VENDITA

Le persone che lavorano quotidianamente nei punti vendita di Conad Centro Nord costituiscono un fattore chiave per il successo dell'organizzazione. Il trasferimento di esperienze e competenze fra imprenditori, dipendenti più anziani e nuove risorse crea il giusto clima per collaborare e per la costruzione di solide prospettive di crescita anche per il futuro, per le persone, le aziende e la stessa Cooperativa. Non va inoltre sottovalutato il fatto che è proprio dai dipendenti che sono emersi i nuovi imprenditori, e dunque i nuovi Soci della Cooperativa.

| Dipendenti rete di vendita | | | |
|----------------------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2015 | 2016 | 2017 |
| Totale dipendenti | 4.373 | 4.577 | 4.710 |
| Tipologia di orario | | N. | % |
| Full time | | 2.779 | 59 |
| Part-time | | 1.931 | 41 |



La Formazione Rete

L'attività del 2017 è stata prevalentemente concentrata sulla Scuola dei Mestieri, un percorso dedicato ai Responsabili dei reparti freschi (Carni, Pesce, Salumi e Latticini, Ortofrutta).

La Scuola dei Mestieri è un modo concreto per declinare le linee strategiche di Conad, che puntano allo sviluppo della professionalità del personale dei reparti Freschi per qualificare la proposta commerciale e garantire una relazione di distintività con il Cliente. Con questi obiettivi la Scuola si concentra sul trasferimento al singolo Capo Reparto delle competenze di base per essere il primo e il miglior formatore dei propri addetti sulle competenze di base del mestiere: merceologia, procedure e display, tecniche di lavorazione, livelli di servizio.

I dati della scuola relativi al 2017 sono i seguenti:

- completati 11 percorsi suddivisi per i reparti Carni, Pesce, Salumi e Latticini, Ortofrutta;
- realizzate **44 giornate di formazione**;
- formati **141 Capi Reparto**;
- coinvolti **75 punti vendita**.

Le altre iniziative di formazione per la Rete, classificabili dentro ai "contenitori" della formazione a catalogo e delle iniziative dedicate alle Nuove Aperture, hanno riguardato 361 partecipanti per un totale di 47 giornate di formazione.

In totale, nell'anno 2017 hanno **partecipato ad iniziative di formazione 502 addetti** della rete di vendita, per oltre 90 giornate.

È stata avviata a fine anno la progettazione del percorso formativo dedicato ai capi negozio della rete Conad Centro Nord che verrà sviluppato nel 2018.

Tale percorso sarà strutturato come una sorta di master, con l'obiettivo di elevare le capacità manageriali di conduzione del punto vendita, dando ai partecipanti metodo e strumenti per presidiare produttività e margini. Nel medio-lungo termine l'obiettivo di questa operazione è anche quello di creare le condizioni per sostenere nel tempo lo sviluppo del business, alimentando l'attrattività e le motivazioni della scelta di diventare Socio Imprenditore Conad Centro Nord.



Per quanto riguarda la formazione per il **personale della tecnostruttura**, anche nel 2017 sono state assicurate le consuete iniziative di aggiornamento tecnico-professionale.



Relazioni industriali

La situazione dei rapporti di lavoro interni alla Cooperativa non rileva problemi o particolarità. È consolidato ormai da tempo un sistema di relazioni sindacali ove l'interlocutore dell'azienda è la R.S.A. Filcams CGIL composta da 4 membri, assistita dalla Filcams CGIL provinciale di Reggio Emilia.

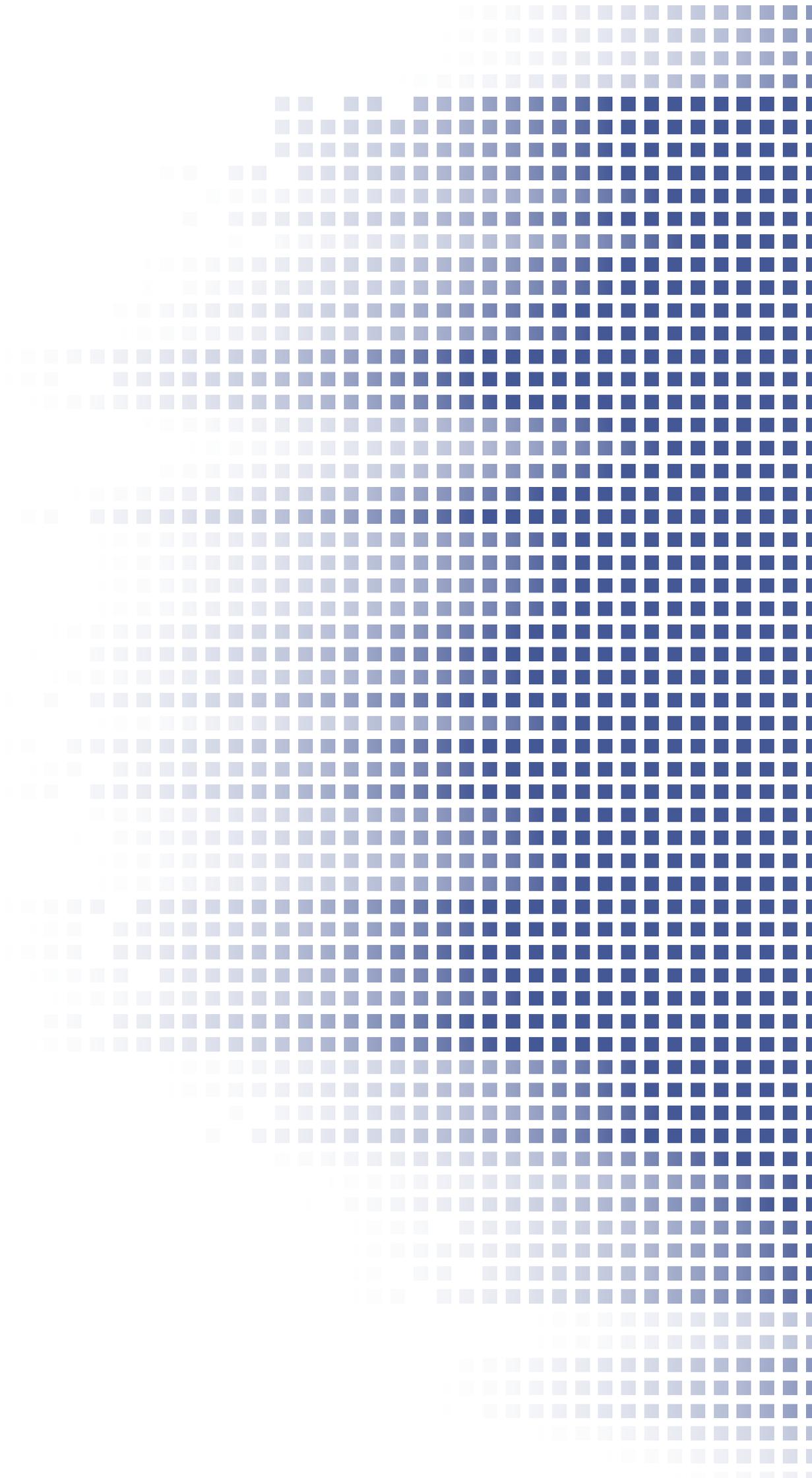
Tale sistema di relazioni si concretizza in un Contratto Integrativo Aziendale (applicato anche alle controllate FIN C, SOGES, CCN SERVIZI DI PAGAMENTO), che è stato recentemente rinnovato per il triennio 2017-2018-2019, e con il quale sono disciplinati ulteriormente, rispetto a quanto già stabilito dal CCNL (Terziario, Distribuzione e Servizi CONFCOMMERCIO), i seguenti argomenti:

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

In particolare, nel nuovo Integrativo, è stato definito un trattamento migliorativo in tema di permessi per visita medica, di permessi per malattia bambino, di congedo di paternità e anche di congedo parentale (nel caso questo venga fruito in un'unica soluzione al termine della maternità obbligatoria). Inoltre, è stato ampliato il campo dei casi di applicazione dell'anticipo TFR rispetto alle normative vigenti.

Fino ad oggi il rapporto complessivo con i lavoratori e con le loro rappresentanze si può considerare più che positivo e privo di particolari aspetti conflittuali.

Per quanto riguarda i punti vendita – ovvero le aziende socie, in qualità di datori di lavoro, e i loro dipendenti – si conferma che, ad oggi, non sussiste una contrattazione aziendale di secondo livello, riguardante cioè le varie società di gestione, ma esiste comunque una prassi consolidata di relazioni sindacali che ha portato alla definizione di accordi specifici con le OO.SS. Aziendali (ove esistenti) o Territoriali, su determinate materie.



Nessun uomo è u
completo in se st
uomo è un pezzo
te, - una parte de
anche solo una zo
lavata via dal mar
ne sarebbe dimin
se le mancasse un
rio, - come se ver
care - una dimora
tuoi, - o **la tua st**
La morte di quals

n'isola, -
esso; - ogni
del continen-
el tutto. - Se
olla - venisse
re, - l'Europa
uita, - come
n promonto-
nisse a man-
a di amici

essa casa. -

iasì uomo mi

4.0

■ **Clienti e
Consumatori**

Per i nostri Clienti

Nel 2017 la rete Conad Centro Nord ha fatto registrare una crescita delle vendite in valore assoluto pari al + 5,35%. Una crescita molto soddisfacente generata da un consistente aumento delle presenze (+3,55%) e un leggero incremento della spesa media (+1,74%).

■ SERVIZI TRADIZIONALI E INNOVATIVI

Carta di pagamento

Nella maggior parte dei punti vendita Conad Centro Nord è possibile pagare la spesa con Conad Card: la carta di debito gratuita offre la possibilità di accumulare punti, beneficiare di offerte esclusive, ricevere un unico addebito il giorno 10 del mese successivo alle spese e consente di avere uno sconto del 5% per il primo mese di utilizzo. Nel 2017 le sottoscrizioni di nuove Conad Card sono state oltre 7.600.



Spesa e vai

In diversi supermercati è possibile utilizzare il servizio di spesa veloce previa attivazione al box con carta fedeltà. All'entrata del supermercato si preleva l'apposito dispositivo con il quale dovranno essere letti tutti i codici EAN dei prodotti prima di riporli nel carrello, alla cassa basta consegnare il lettore e provvedere al pagamento.

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

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

Pet Store

PetStore Conad è l'insegna della nuova catena specializzata per animali, con un assortimento dedicato e un proprio piano promozionale, con una gestione completamente indipendente dal supermercato. L'attività è svolta su superfici di vendita tra i 200 e i 500 mq, con l'obiettivo di fornire prodotti per la cura totale dell'animale domestico e in ogni periodo della sua vita.

Conad Centro Nord ha orientato lo sviluppo di questo canale su superfici di circa 250 mq (che presentano oltre 3.000 referenze) con 2 presidi: Rubiera (RE) vicino al *Conad Superstore* e Langhirano (PR) all'interno del centro commerciale con punto vendita ad insegna Conad.

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

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

Vengono inoltre proposti diversi servizi, fra i quali:

- consigli relativi alla cura e al benessere degli animali;
- entrata libera per tutti gli animali da compagnia;
- angolo ristoro per cani;
- bacheca per annunci;
- incisione medagliette;
- box per donazioni di alimenti a canili e gattili locali.

Ottico

All'interno della rete Conad Centro Nord presso i superstore di Trezzo sull'Adda (MI) e di Capriolo (BS) i consumatori possono verificare in pochi minuti la propria capacità visiva e scegliere la montatura più adatta fra centinaia di modelli delle marche più note. Si tratta di punti vendita che presentano personale specializzato, adeguati strumenti diagnostici e un assortimento di proposte moda a prezzi concorrenziali. In più, periodicamente, l'Ottico Conad offre ulteriori occasioni di risparmio grazie alle iniziative promozionali.

Parafarmacia

In tredici supermercati è presente la parafarmacia Conad, reparto dedicato alla vendita di farmaci da banco o di automedicazione (SOP e OTC) e di parafarmaci, settore che comprende i cosmetici, i dietetici, la fitoterapia e altri prodotti per il benessere della persona. I Clienti sono assistiti da personale specializzato (farmacisti).

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

Libri di testo

Per quanto riguarda i libri di testo il 2017 ha visto la conferma della campagna a favore delle famiglie in 143 punti di vendita: a fronte dell'acquisto dei testi è stato restituito ai Clienti il 25% dell'importo speso sotto forma di buoni sconto sulla spesa per un valore complessivo di 1.738.163€.

Carburante

Nel comune di Bibbiano (RE) è attivo da maggio 2010 il distributore di carburante a marchio Conad dotato di erogatori diesel/benzina e di un'area dedicata al lavaggio auto.



Consegna a domicilio

In alcune aree cittadine (Reggio Emilia, Parma, Bergamo), nei supermercati che espongono la comunicazione è attivo il servizio di consegna della spesa a domicilio tramite l'utilizzo di veicoli elettrici non inquinanti. Diversi punti vendita di superficie più contenuta o ubicati in zone isolate e collinari offrono il servizio di consegna della spesa a domicilio a persone anziane o disabili che richiedono la collaborazione del personale.



■ PRODOTTI A MARCHIO CONAD

L'iniziativa promozionale "Bassi e Fissi" (un paniere dei prodotti più importanti, a prezzo fisso e ribassato) ha giocato un ruolo fondamentale per le vendite dei prodotti a marchio Conad e ha migliorato il percepito di convenienza nei confronti dell'insegna, contribuendo ad incrementare la fidelizzazione dei Clienti.

Nel 2017 la quota di mercato della marca del distributore (dato medio nazionale supermercati) si è attestata al 19,4% mentre in Conad Centro Nord la quota per il largo consumo confezionato è stata del 29%.

■ FIDELIZZAZIONE

Punti

I nostri Clienti hanno raccolto punti sulla spesa durante tutto l'anno. Utilizzando i punti hanno potuto richiedere buoni sconto sulla spesa (per un valore totale di oltre 6.000.000€) o su acquisti online, abbonamenti, viaggi, servizi e premi del catalogo Desideri 2, arricchiti in corso d'anno di altre occasioni dalla durata più breve.

Utilizzando i punti, inoltre, sono stati donati oltre 48.000€ alla Fondazione Bambin Gesù mentre, in prossimità del Natale, abbiamo proposto "Le Luci del Cuore", 4 candele profuma ambiente attraverso le quali abbiamo raccolto altri fondi (70.000€) per sostenere 6 progetti solidali a favore dei bambini.



Promozioni a soglia di spesa

Scrittori di classe

In primavera si è svolta sui punti vendita la nuova special promotion “**Scrittori di Classe**”, grazie alla quale sono stati distribuiti nei punti vendita **8 esclusivi LIBRI PER RAGAZZI**.

L’iniziativa è stata affiancata, come di consueto, dall’operazione di raccolta buoni a favore delle scuole e oltre all’aiuto concreto (in attrezzature) offerto alle scuole del territorio, **Conad ha lanciato un progetto educativo della durata di un anno scolastico sulla buona e corretta alimentazione**. Ad inizio anno infatti è stato promosso un concorso a livello nazionale dedicato a tutte le classi delle scuole elementari e medie: ogni classe in gara ha realizzato un breve racconto sulla base di una delle 8 tracce fornite. I singoli racconti, caricati sul sito web dedicato, sono stati votati e, tra gli 80 finalisti, le storie migliori sono state selezionate da 8 grandi autori di libri per ragazzi.

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

Magica collezione

Al termine della raccolta dei libri, i Clienti hanno avuto la possibilità di collezionare anche 6 colorate tazze Disney con una spesa minima e un piccolo contributo.

INIZIATIVA RISERVATA AI POSSESSORI DI CARTA INSIEME
Dal 20 marzo al 14 maggio 2017

Scrittori di CLASSE
STORIE A FUMETTI

RACCOGLI I BOLLINI
E COLLEZIONA GLI
8 LIBRI A FUMETTI

Disney
divertiamoci
a STARE BENE

Scopri i segreti di una buona e corretta alimentazione con la nuova divertente collana di libri a fumetti tratti dalle 8 storie vincitrici del concorso Scrittori Di Classe.

Raccogli i BUONI da portare alla tua scuola!
www.insiemeperscuola.it

CONAD
Persone oltre le cose

Dal 15 maggio al 4 giugno 2017

MAGICA COLLEZIONE
Disney

Ogni 25 €* di spesa + 1,90 €
ricevi subito una fantastica
tazza Disney!

CONAD
Persone oltre le cose

Mini raccolte

In estate il piano promozionale ha proposto ulteriori attività di fidelizzazione come la raccolta a bollini Bric's (1 bollino ogni 15€ di spesa) che ha permesso ai Clienti di ottenere articoli e accessori per il viaggio e il tempo libero mentre in autunno, con la stessa meccanica, è stata proposta la raccolta a bollini Borbone che ha proposto ai Clienti una collezione letto arricchita da accessori come beauty, pochette, ecc.



Viaggio
nello stile
Imperdibile Collezione
BRIC'S

Dal 12 giugno al 24 settembre 2017
1 bollino ogni 15€ di spesa

iniziativa riservata ai possessori di

CONAD
Persone oltre le cose



ICONA DI ELEGANZA.
IMPERDIBILE COLLEZIONE
BORBONESE

Dal 30 ottobre 2017
al 11 febbraio 2018
1 bollino ogni
15€ di spesa

iniziativa riservata ai possessori di

CONAD
Persone oltre le cose

Buoni Gran Weekend

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

■ COMUNICAZIONE

Per informare il Cliente su prodotti, offerte e altre iniziative sono stati utilizzati tutti gli strumenti di comunicazione tradizionali: volantini, manifesti, depliant, cataloghi, comunicati radio, TV, integrati da comunicazioni web e pagine social. Inoltre, nel 2017 sono stati realizzati volantini speciali dedicati a eccellenze (vini), stagionalità (birre), salute e bellezza (benessere) che presentano una panoramica sui prodotti, corredata di informazioni e curiosità.

All'interno dei punti vendita, sono in funzione Conad Channel (tv a circuito chiuso) e Radio Bene Insieme, che trasmettono informazioni e consigli ai Clienti.

I Clienti possono contattare la Cooperativa attraverso il servizio "Contattaci" disponibile sul sito www.conad.it e interagire attraverso le pagine social.

Infine, la newsletter Conad viene inviata periodicamente ai Clienti che ne hanno fatto richiesta.

■ LA POLITICA PER LA QUALITÀ E LA SICUREZZA DEGLI ALIMENTI

Il settore "Qualità e sicurezza degli alimenti" svolge una attività di sensibilizzazione e informazione relativamente ad argomenti richiesti dalla legislazione vigente in materia di sicurezza alimentare. L'obiettivo costante è fare in modo che la rete sia al pari e in linea con le richieste legislative in campo alimentare, richieste in continua evoluzione, sempre più precise e sempre più spinte verso la tutela del consumatore finale.

L'ufficio ha il compito di approfondire gli obblighi normativi in campo alimentare e di tradurli in soluzioni operative pratiche che consentano di aumentare i livelli di sicurezza alimentare intralciando il meno possibile le attività lavorative. Tale attività si concretizza nell'individuazione e applicazione di procedure operative trasversali sulla rete dei negozi.

Il personale del settore partecipa agli incontri della Commissione Qualità presso la sede del consorzio nazionale, importanti appuntamenti in cui vengono affrontate e approfondite le tematiche sopra esposte, nell'intento di trovare soluzioni condivise e di aumentare i livelli di efficienza e sicurezza della filiera Conad.

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

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

Numerosi sono gli interlocutori del settore qualità, sia in Conad Centro Nord (Soci, capi negozio e responsabili di reparto, category manager, responsabili di deposito, area sviluppo, ufficio tecnico, assistenti rete e specialisti di mestiere, sistemi informativi), sia all'esterno: Fornitori alimentari "Locali" (non a contratto nazionale), Consulenti in materia di igiene e sicurezza dei prodotti alimentari (HACCP, Reg. 852/04, 853/04, ecc.) e in materia di sicurezza degli operatori sui luoghi di lavoro (D. Lgs. 81/2008 e s.m.i.), Concessionari software bilance negozi, associazioni di Categoria, Aziende Sanitarie Locali e altri Organi Competenti per i Controlli come NAS, MIPAF, Repressione Frodi.

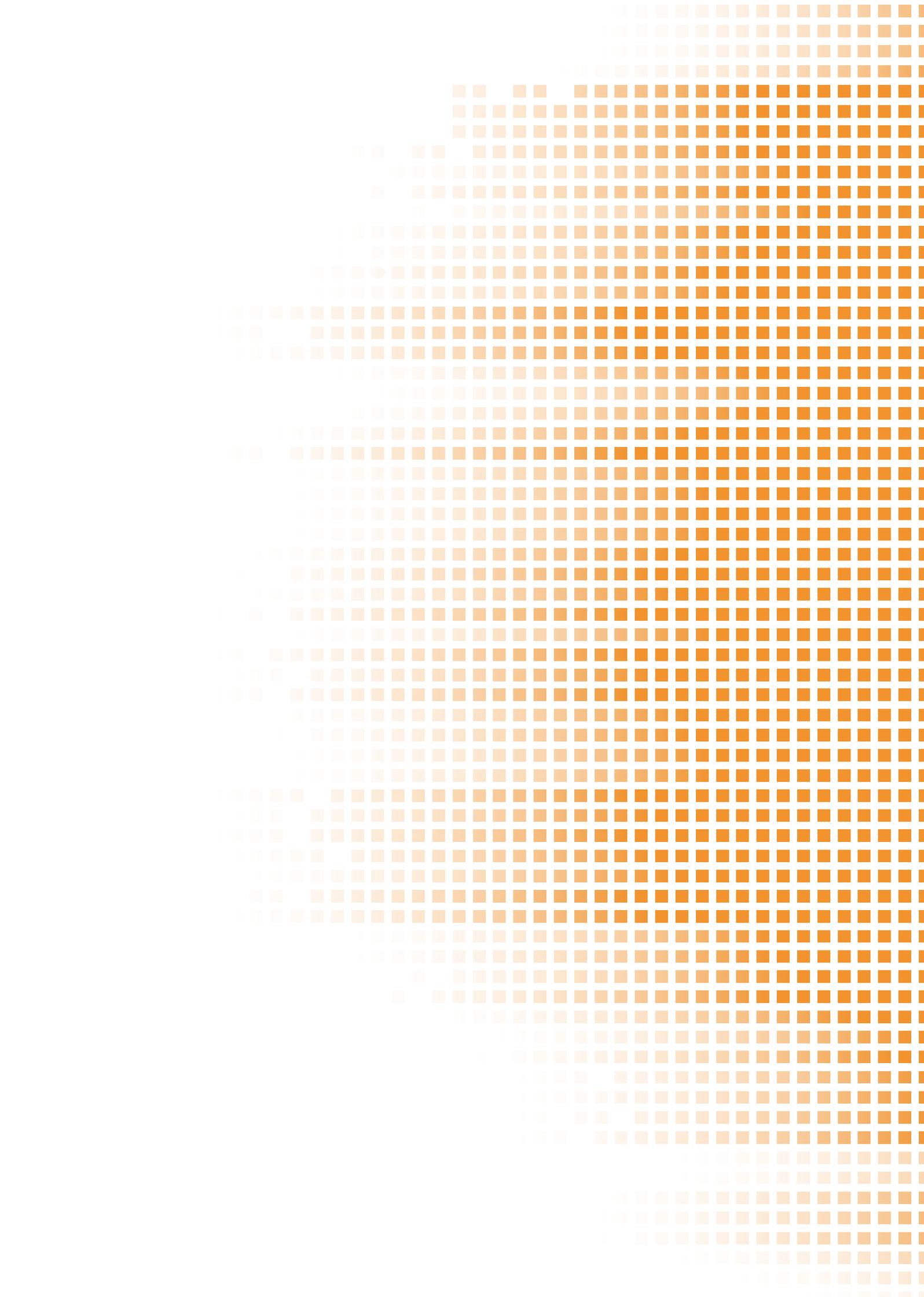
| Dati attività 2017 | N. |
|---|-----------|
| Punti vendita verificati | 166 |
| Nuove aperture con affiancamento igienico sanitario | 5 |
| Visite di controllo presso i punti vendita | 661 |
| Tamponi ambientali | 1.147 |
| Alimenti campionati per controlli | 873 |
| Campioni di ghiaccio di pescheria | 82 |
| Alimenti campionati per il controllo Istamina | 108 |
| Campioni di acqua di rete | 160 |
| Visite mirate alla verifica delle temperature di conservazione alimenti | 28 |
| Visite mirate a controlli di etichettatura presso punti vendita | 134 |
| Referenze verificate per allergeni (controllo documentale) | 448 |
| Incontri per formazione in ottemperanza ai requisiti del Reg. 852/04 40 | 40 |
| Ore di formazione in ottemperanza ai requisiti del Reg. 852/04 (specificata per dipendenti addetti alle nuove aperture) | 48 |
| Ore di formazione rivolta ai capireparto per la gestione della documentazione | 106 |

| Articoli ritirati dalla rete di vendita nel 2017 | N. |
|---|-----------|
| Per non rispetto di standard qualitativi elevati o etichettatura non conforme | 36 |
| Per allerte sanitarie in corso di verifica | 9 |
| Per allerte sanitarie con avviso ai Clienti del punto vendita (richiamo) | 7 |

Programmi per il 2018

Gli obiettivi per il 2018 sono rappresentati dalle seguenti attività:

- riorganizzazione del sistema di qualifica dei fornitori alimentari con contratto locale con la Cooperativa;
- istituzione di un sistema di qualifica dei fornitori alimentari diretti dei punti di vendita associati alla Cooperativa;
- consolidamento della nuova gestione degli allergeni per tutti i prodotti freschi sfusi e preincartati (identificati dal PLU centralizzato);
- consolidamento e perfezionamento della tracciabilità per il settore carni fresche e il settore ittico.



Nessun uomo è u
completo in se st
uomo è un pezzo
te, - una parte de
anche solo una z
lavata via dal mar
ne sarebbe dimin
se le mancasse u
rio, - come se ver
care - una dimora
tuoi, - o la tua ste
La morte di quals

n'isola, -
esso; - ogni
del continen-
el tutto. - Se
olla - venisse
re, - l'Europa
uita, - come
n promonto-
nisse a man-
a di amici
essa casa. -
iasì uomo mi

5.0

Fornitori

Il rapporto con i fornitori

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

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

■ SISTEMA E POLITICHE DI APPROVVIGIONAMENTO

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

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

| Tipologia fornitori e acquistato al 31/12/2017 | | |
|--|--------------|------------------|
| Tipo di fornitore | N. | Quota acquistato |
| A contratto locale | 589 | 24,25% |
| A contratto nazionale | 564 | 75,75% |
| Totale | 1.153 | 100% |

Oltre ai 1.153 fornitori nazionali e locali vi sono i fornitori diretti dei punti vendita. Si tratta certamente di operatori locali e la loro percentuale d'incidenza sull'acquistato non è rilevante (ancorché non quantificabile), ma è assai importante l'aspetto sociale e l'incidenza qualitativa sul servizio, poichè si tratta, nella maggior parte dei casi, di forniture tagliate a misura del micro-mercato di riferimento. In ogni caso, anche per gli acquisti realizzati direttamente dai Soci nei punti vendita, devono valere le stesse regole della Cooperativa.

■ LE REGOLE DELLA FORNITURA

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

In capo a tutto esistono norme dell'Unione Europea, poi recepite dalle legislazioni nazionali. Per quanto riguarda l'Italia, la normativa più recente e importante è sicuramente il D.L. 24 gennaio 2012, n. 1 (Disposizioni urgenti per la concorrenza, lo sviluppo delle infrastrutture e la competitività) e successive modifiche (Legge 24 marzo 2012, n. 27 e Legge 17 dicembre 2012, n. 221).

Anche il cittadino meno attento a questi fenomeni ha certamente sentito parlare dell'art. 62 del Decreto, che proprio nel 2012 ha sollevato alcuni interrogativi e qualche polemica, soprattutto per l'obbligo di pagare il fornitore di prodotti agricoli al massimo entro trenta giorni dalla consegna della merce. Il Decreto ha avuto tuttavia l'indubbio merito di sancire la correttezza etica e contrattuale che deve contraddistinguere il rapporto tra i fornitori e la distribuzione.

Oltre ai riferimenti di legge, per Conad Centro Nord esiste una serie di riferimenti normativi che struttura in modo specifico la relazione con i fornitori:

- 1) **L'accordo commerciale (contratto quadro)**, ovvero l'accreditamento. Inquadra le relazioni tra la Cooperativa e il fornitore, definendo alcuni aspetti fondamentali: caratteristiche dei prodotti, fatture e fatturazione, logistica, vizi dei prodotti, oltre all'adesione del fornitore al Codice Etico di Conad Centro Nord.
- 2) **L'elenco specifico delle buone prassi e delle pratiche commerciali sleali**. Si tratta degli indirizzi che le grandi associazioni europee dei distributori hanno condiviso, in coincidenza della nuova Normativa UE, per il miglioramento dei rapporti con i fornitori e il maggior vantaggio dei consumatori.
- 3) **Il Codice Etico** di Conad Centro Nord.
- 4) **I protocolli specifici obbligatori per i nuovi fornitori** su: garanzie igienico-sanitarie, procedure di rintracciabilità e allarme rapido, privacy, etichette logistiche.
- 5) **Prassi e concorrenza**: un elemento qualificante per nuovi prodotti e fornitori è la presenza e disponibilità sul mercato competitivo (concorrenti, altri canali distributivi).

Per la costruzione e il mantenimento di una buona relazione con i fornitori non sono però sufficienti gli aspetti contrattuali e formali: anche per i fornitori sono fondamentali altri elementi, tra cui principalmente la reputazione, la conoscenza diretta del category manager cui spetta in maniera responsabile – ancorché discrezionale – la proposta di inserimento di prodotti e fornitori.

In casi specifici, si attivano infine indagini ad hoc di tipo finanziario (visure camerali, indagini sulla solvibilità, ecc.) e di controllo qualità (analisi prodotto, indagini tecniche su conformità delle etichette, ecc.).

Attenzione particolare viene riservata da Conad Centro Nord alle piccole aziende produttrici del territorio, come elemento tanto necessario quanto importante per offrire un contributo all'economia territoriale e alla valorizzazione delle specificità locali.

■ FORNITURE E CODICE ETICO

L'accordo commerciale tipo (cioè il documento che il fornitore deve sottoscrivere per essere accreditato da Conad Centro Nord) al punto A.11 richiede che l'aspirante fornitore sia a conoscenza di ciò che dispone il Codice Etico di Conad Centro Nord e che non ponga in essere "atti o comportamenti tali da determinare una violazione del Codice e ad adottare e attuare, se necessario, procedure idonee a prevenire tali violazioni".

Gli articoli del Codice Etico a cui l'accordo commerciale rimanda sono rispettivamente il 19 e il 26, che conviene riportare integralmente:

- **Art. 19 Rispetto dei valori verso i fornitori diretti e/o locali**
- Nel caso in cui debba stipulare separati accordi con fornitori diretti e/o locali per integrare l'assortimento definito in Cooperativa, il Socio rispetta i principi di selezione adottati nella stessa e applica le regole di comportamento indicate dal presente Codice Etico.
- Il Socio garantisce la correttezza nei rapporti commerciali con propri fornitori diretti/locali, in linea con le indicazioni generali definite in Cooperativa.

- **Art. 26 Collaborazione con i fornitori**
- La Cooperativa seleziona i fornitori attraverso adeguati controlli atti a rilevare il rispetto delle normative, la tutela della salute, la qualità dei prodotti, l'etica dei comportamenti.

La Cooperativa, nel perseguire l'interesse dei Soci, intende i propri fornitori come partner e lavora per la costruzione di un rapporto di fiducia e di una visione condivisa del lavoro e del servizio. Come si vede, il Socio, per gli acquisti diretti, deve adottare i medesimi criteri della Cooperativa (art. 19) ma ancor più rilevante è il contenuto dell'art. 26, fin dal suo titolo che – pur all'interno di rapporti contrattualmente normati – definisce il rapporto come "collaborazione" o addirittura "partnership".



Nessun uomo è u
completo in se st
uomo è un pezzo
te, - una parte de
anche solo una zo
lavata via dal mar
ne sarebbe dimin
se le mancasse u
rio, - come se ver
care - una dimora
tuoi, - o la tua ste
La morte di quals

n'isola, -
esso; - ogni
del continen-
el tutto. - Se
olla - venisse
e, - l'Europa
uita, - come
n promonto-
nisse a man-
a di amici
essa casa. -
iasi uomo mi

6.0

Ambiente

L'impegno per la sostenibilità ambientale

■ L'EFFICIENZA ENERGETICA

In materia di sostenibilità ambientale l'impegno di Conad Centro Nord negli ultimi anni ha prodotto una serie di sperimentazioni e iniziative allo scopo di ridurre i kW elettrici assorbiti, le emissioni di CO₂ e i costi di gestione. L'attività di **efficientamento energetico** ha riguardato sia gli uffici e i depositi della sede di Campegine (interventi sugli impianti di illuminazione) sia la rete di vendita. Nel corso del 2017 in particolare, l'attività di ottimizzazione energetica (interventi su 2 punti vendita) ha comportato un investimento pari a 123.000 Euro, con un risparmio conseguito di 235.019 kWh all'anno pari a 36.120 Euro.

All'interno dei depositi della Cooperativa è stata estesa la soluzione del pallet pooling per quanto riguarda i pallet di legno. Questo sistema ha un impatto significativo sull'efficienza e la riduzione dei costi ed è ecologicamente sostenibile rispetto al tradizionale interscambio; garantisce infatti l'impiego di legno proveniente da foreste controllate, il riciclo del materiale alla fine del ciclo di vita dei pallet (limitando gli sprechi e la produzione di rifiuti) e la riduzione delle emissioni di CO₂ grazie all'ottimizzazione del trasporto.



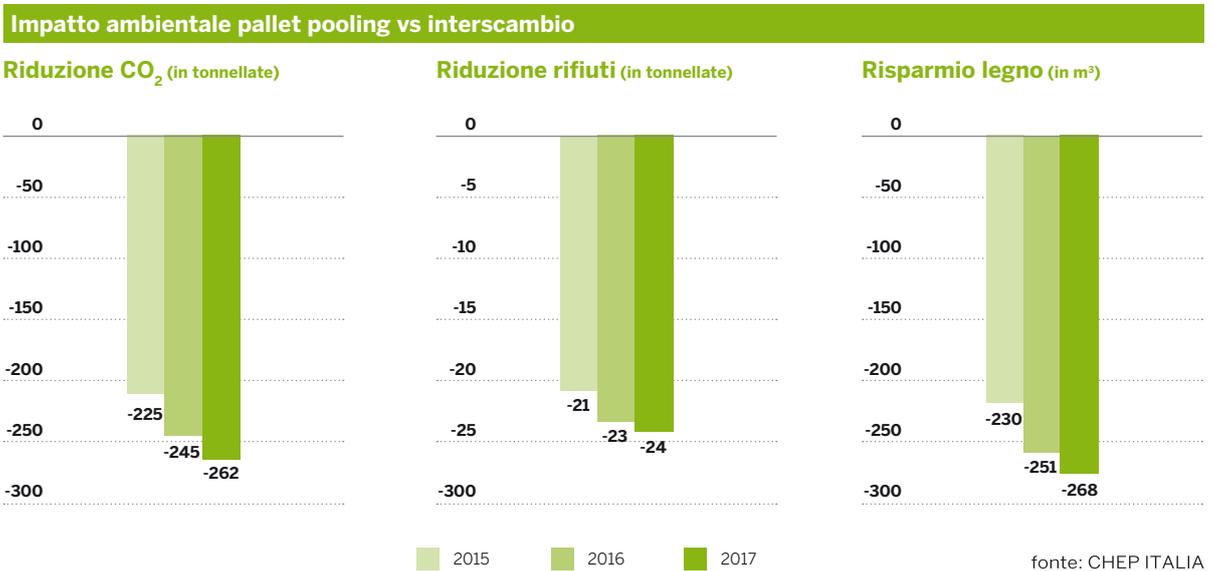
Riduzione pari a quasi 263 tonnellate di Emissioni di CO₂.



Riduzione pari a quasi 25 tonnellate di rifiuti.



Risparmio di legno pari a 268 m³.



■ IMPATTO AMBIENTALE

Nei nuovi punti vendita e in quelli soggetti a ristrutturazione vengono adottate le più recenti soluzioni tecnologiche per favorire risparmio energetico e riduzione dei consumi. In particolare sono stati installati impianti integrati con cui viene recuperato tutto il calore generato dai motori che producono il freddo alimentare (per banchi frigo e celle) per alimentare l'impianto idrosanitario di acqua calda installato a pavimento e gli impianti di condizionamento.

Tutti i frigoriferi sono dotati di chiusura automatica per ridurre al massimo la dispersione di freddo nell'ambiente.

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

Nel nuovo punto vendita di Iseo sono stati installati impianti fotovoltaici sulla copertura; l'utilizzo dell'energia prodotta da questo tipo di impianti riduce in modo significativo le emissioni inquinanti di anidride carbonica in atmosfera.

Negli interventi di Iseo, Esine e Trescore Balneario è stata utilizzata una recente soluzione tecnologica (impianti transcritici) che permette il funzionamento dei frigoriferi con il solo gas CO₂, eliminando così l'impiego di gas fluorurati.

■ LA GESTIONE DEI RIFIUTI

Raccolta differenziata e ricadute ambientali

Nel 2017 i punti vendita della rete Conad Centro Nord hanno effettuato la raccolta differenziata di carta e cartone, plastica e legno per oltre 6 milioni di kg.

Di seguito sono indicate le quantità di rifiuti differenziati raccolti per province (elencate in ordine alfabetico).

I nostri numeri:

| Provincia/comune | Carta e cartone | Plastica | Legno | Imballi misti (in kg) |
|----------------------|-----------------|---------------|-------|--------------------------|
| BG | 997.890 | 34.320 | | 91.480 |
| Alme' | 18.490 | | | |
| Almenno | 86.140 | 8.760 | | |
| Alzano Lombardo | 55.230 | 550 | | 22.920 |
| Boltiere | 5.480 | | | 7.480 |
| Canonica d'Adda | 51.270 | 3.880 | | |
| Capriate S. Gervasio | 47.700 | 3.000 | | |
| Clusone | 88.010 | | | 19.660 |
| Cologno al Serio | 130.960 | 11.880 | | |
| Dalmine | 85.780 | | | 640 |
| Ghisalba | 72.140 | | | |
| Grumello del Monte | 38.360 | | | |
| Lefte | 44.960 | | | |
| Romano di Lombardia | 75.810 | | | 13.920 |
| S. Paolo d'Argon | 23.440 | | | |
| Torre Boldone | 63.000 | 550 | | 26.860 |
| Trescore Balneario | 21.060 | | | |
| Urgnano | 90.060 | 5.700 | | |
| BS | 440.840 | | | 176.700 |
| Bagnolo Mella | 92.480 | | | 44.220 |
| Bedizzole | 35.490 | | | 25.230 |
| Brescia | 95.580 | | | 9.540 |
| Capriolo | 109.920 | | | 35.100 |
| Esine | 50.800 | | | 32.060 |
| Flero | - | | | |
| Iseo | 8.990 | | | 1.220 |
| Travagliato | 47.580 | | | 29.330 |
| Verolanuova | - | | | |
| CR | 82.980 | | | 3.560 |
| Casalmaggiore | 48.600 | | | |
| Offanengo | - | | | |
| Piadena | 34.380 | | | 3.560 |

| Provincia/comune | Carta e cartone | Plastica | Legno | Imballi misti (in kg) |
|----------------------------|-----------------|---------------|--------------|--------------------------|
| LC | 64.600 | 2.700 | | |
| Casatenovo | 23.220 | | | |
| Lecco | 41.380 | 2.700 | | |
| LO | 236.250 | | 6.440 | 135.230 |
| Casalpusterlengo | 85.750 | | | 73.850 |
| Codogno | 68.000 | | 6.440 | 61.380 |
| Lodi | 82.500 | | | |
| MB | 102.740 | 4.300 | | 7.860 |
| Bernareggio | 50.760 | 4.300 | | 7.860 |
| Carate Brianza | 37.300 | | | |
| Meda | 14.680 | | | |
| MI | 573.500 | 10.970 | 2.010 | 760 |
| Arese | 56.950 | 1.320 | 1.870 | |
| Lainate | 35.100 | 110 | 140 | |
| Milano | 382.370 | | | |
| Sesto San Giovanni | 7.700 | | | 760 |
| Trezzo sull'Adda | 91.380 | 9.540 | | |
| MN | 144.110 | 10.683 | | 139.155 |
| Castel Goffredo | 34.500 | | | |
| Castiglione Delle Stiviere | 42.040 | 6.043 | | 10.925 |
| Gonzaga | 16.860 | | | 23.570 |
| Suzzara | 50.710 | 4.640 | | 104.660 |
| PC | 535.350 | 15.400 | 9.560 | 59.980 |
| Alseno | 16.680 | | | |
| Castell'arquato | 89.180 | 4.120 | | |
| Fiorenzuola | 70.010 | | | 8.080 |
| Piacenza | 36.240 | | | 19.600 |
| Piacenza | 207.310 | 8.640 | 9.560 | |
| Pontenure | 45.450 | | | 8.860 |
| Rivergaro | 36.720 | | | 14.720 |
| San Giorgio P.ino | 33.760 | 2.640 | | 8.720 |

| Provincia/comune | Carta e cartone | Plastica | Legno | Imballi misti (in kg) |
|---------------------------|------------------|----------------|---------------|--------------------------|
| PR | 1.436.080 | 47.800 | 24.750 | 451.570 |
| Busseto | 45.050 | | | 21.280 |
| Colorno | 51.740 | 4.560 | | 4.760 |
| Felino | 118.760 | 10.560 | 9.200 | 24.160 |
| Fidenza | 236.460 | 6.920 | 4.330 | 140.670 |
| Fontanellato | 69.270 | 4.440 | | |
| Fornovo | 93.940 | 7.340 | 5.720 | 81.180 |
| Langhirano | 75.460 | | | |
| Montechiarugolo | 31.070 | | | 4.110 |
| Noceto | 79.540 | | | 6.980 |
| Parma | 482.960 | 13.980 | 5.500 | 145.880 |
| Parma (Todis) | 11.960 | | | |
| San Pancrazio | 26.780 | | | |
| San Secondo P.se | 41.500 | | | 19.310 |
| Soragna | 36.840 | | | 3.240 |
| Traversetolo | 34.750 | | | |
| PV | 79.940 | | | |
| Casorate Primo | 79.940 | | | |
| RE | 1.137.580 | 63.510 | | |
| Albinea | 74.680 | | | |
| Arceto di Scandiano | 19.000 | | | |
| Bibbiano | 50.920 | 50.920 | | |
| Bibbiano (Todis) | 15.760 | | | |
| Cadelbosco Sopra | 50.810 | | | |
| Casalgrande | 62.850 | | | |
| Cavriago | 59.190 | | | |
| Correggio | 95.220 | | | |
| Gattatico | 20.900 | | | |
| Guastalla | - | | | |
| Reggio Emilia | 335.620 | 7.470 | | |
| Reggio Emilia | 152.290 | | | |
| Rio Saliceto | 19.520 | | | |
| Rubiera | 58.860 | | | |
| Salsomaggiore | 56.820 | 5.120 | | |
| Sant'Ilario | 65.140 | | | |
| VA | 200.080 | | | 112.280 |
| Angera | 69.800 | | | 32.480 |
| Gorla Minore | 55.020 | | | 1.040 |
| Vergiate | 75.260 | | | 78.760 |
| Totale complessivo | 6.031.940 | 189.683 | 42.760 | 1.178.575 |

Attraverso l'avvio al riciclo dei materiali sopra indicati e quindi non destinandoli a smaltimento o distruzione attraverso il ciclo dei rifiuti ma trasformando gli stessi in nuovi prodotti, le ricadute ambientali sono notevoli.

Ad esempio, per la carta ed il cartone e la plastica:

| Avvio al recupero | Carta e cartone | Unità misura |
|---|------------------------|---------------------|
| Materiale raccolto ed avviato al recupero da CCN | 6.031.940 | kg |
| Alberi Risparmiati (1 ogni 70 kg di Carta Riciclata) | 86.171 | numero |
| Acqua (438,2 ogni kg di carta) | 2.643.196.108 | litri |
| CO ₂ Risparmiata (1,3 kg ogni kg di Carta) | 7.841.522 | kg |

| | Plastica | Unità misura |
|---|-----------------|---------------------|
| Materiale raccolto ed avviato al recupero da CCN | 189.683 | kg |
| CO ₂ Risparmiata (1,39 kg ogni kg di Plastica) | 263.659 | kg |

A questi valori bisogna sommare i quantitativi sia della raccolta differenziata del materiale organico che i materiali recuperati dal servizio di raccolta di carta, plastica e barattolame effettuato direttamente dai gestori rifiuti in privativa comunale nei singoli comuni. I dati comunali, essendo aggregati per tutte le utenze del comune, non sono resi disponibili.

Sostanzialmente i punti vendita della rete mediamente, sulla base dei riferimenti degli allegati del dpr 158/99, avviano al recupero più del 70% dei rifiuti prodotti con punte oltre il 90%.

Sconti per avvio al recupero

Fra i punti vendita che possono avere diritto alla riduzione della tassazione sui rifiuti (cioè in linea di massima quelli che utilizzano uno smaltitore privato per il recupero di carta, cartone, plastiche e legno diverso dal gestore in privativa del Comune e che dimostrano di aver autonomamente avviato al recupero – e non al ciclo dei rifiuti – determinati quantitativi di materiale oggetto di raccolta differenziata) nel 2017 sono stati concessi sconti pari ad euro 302.070 a 53 punti vendita.

| Provincia | 2015 | | 2016 | | 2017 | |
|---------------|------------------|-------------------|------------------|-------------------|------------------|-------------------|
| | N. Punti vendita | Riduzioni in Euro | N. Punti vendita | Riduzioni in Euro | N. Punti vendita | Riduzioni in Euro |
| BG | 4 | 19.020 | 9 | 41.406 | 7 | 14.925 |
| BS | 1 | 23.568 | 3 | 26.607 | 2 | 13.186 |
| LC | | | 1 | 653 | 1 | 548 |
| LO | 2 | 10.885 | 2 | 11.261 | 2 | 12.563 |
| MB | 1 | 3.729 | 1 | 1.043 | 2 | 1.600 |
| MI | 1 | 4.142 | 1 | 2.548 | 3 | 8.061 |
| MN | 2 | 4.221 | 3 | 7.307 | 3 | 8.419 |
| PC | 5 | 36.892 | 6 | 47.582 | 6 | 57.087 |
| PR | 20 | 87.830 | 19 | 74.430 | 13 | 74.603 |
| RE | 16 | 78.169 | 16 | 89.029 | 12 | 102.493 |
| VA | 3 | 8.624 | 1 | 1.804 | 2 | 8.586 |
| PV | | | 1 | 1.128 | | |
| Totale | 55 | 277.080 | 63 | 304.800 | 53 | 302.070 |



Nessun uomo è u
completo in se st
uomo è un pezzo
te, - una parte de
anche solo una zo
lavata via dal mar
ne sarebbe dimin
se le mancasse u
rio, - come se ver
care - **una dimor**
tuoi, - o la tua ste
La morte di quals

n'isola, -
esso; - ogni
del continen-
el tutto. - Se
olla - venisse
re, - l'Europa
uita, - come
n promonto-
nisse a man-

a di amici

essa casa. -

iasì uomo mi

7.0

**Territorio
e Comunità**

L'impegno per il territorio e per le comunità

Conad Centro Nord ha da sempre un ruolo attivo all'interno di comunità e territori, proponendosi come riferimento per lo sviluppo economico, sociale e culturale delle comunità in cui opera.

Alla base della partecipazione della Cooperativa nel tessuto sociale, è radicata una serie di collaborazioni e partnership con i più rilevanti attori locali con l'intento di dare risalto al patrimonio sociale e culturale e renderlo accessibile ad un bacino di utenti sempre più ampio.

Il concetto di punti vendita di prossimità è da intendersi quindi anche in relazione alle comunità in cui i Soci sono presenti.

Tra sponsorizzazioni e liberalità abbiamo raggiunto un valore pari a **1.452.446 euro**.

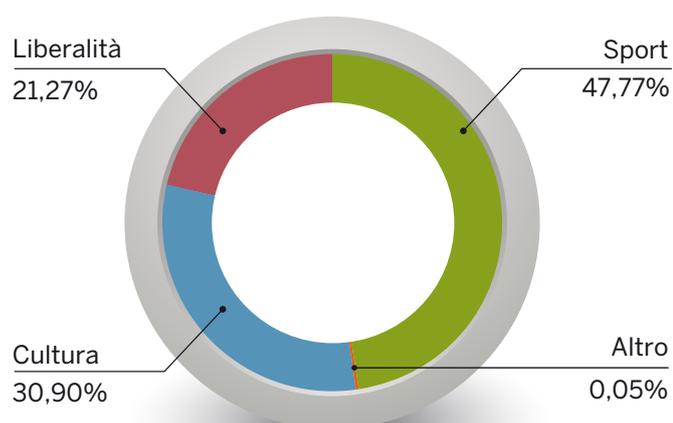
| Responsabilità Sociale (investimento in iniziative sociali e solidarietà) | (in €) | | |
|--|------------------|------------------|------------------|
| | 2015 | 2016 | 2017 |
| Capitale versato dai Soci | | | |
| Iniziativa territoriali | 750.000 | 780.000 | 811.200 |
| Colletta alimentare | 8.200 | 5.100 | 3.000 |
| Capitale versato dalla Cooperativa | 545.130 | 565.742 | 618.428 |
| di cui erogazioni liberali | 46.100 | 25.550 | 28.388 |
| Attività straordinarie territoriali | 56.472 | 12.065 | 19.817,67 |
| Totale sostegno diretto | 1.359.802 | 1.362.907 | 1.452.446 |

| Punti fedeltà destinati al territorio | | | |
|--|---------------|--------------|---------------|
| Valorizzazione dei punti fedeltà | 31.058 | 4.004 | 14.416 |
| di cui da catalogo | | | |
| di cui attività extra catalogo | | | 14.416 |
| Campagna sensibilizzazione violenza sulle donne | 9.880 | | |
| Campagna Telethon | 15178 | | |
| Totale sostegno in forma indiretta | 56.116 | 4.004 | 14.416 |

Nel 2017 la Cooperativa ha realizzato **89 iniziative** con investimenti per oltre 600 mila euro; ciò ha permesso a Conad Centro Nord di essere presente in 66 conferenze stampa, 367 articoli redazionali su testate per lo più locali e in oltre 50 passaggi TV (presenza in servizi del tg e in programmi di approfondimento). La ripartizione per ambito vede lo sport come principale sfera di investimento al 47,8%, seguito dalla cultura 30,9% e dal sociale 21,3%.

| Numero di iniziative sostenute dalla Cooperativa | | | |
|--|-----------|-----------|-----------|
| | 2015 | 2016 | 2017 |
| Cultura | 23 | 35 | 40 |
| Sport | 40 | 28 | 28 |
| Sociale | 31 | 30 | 21 |
| Totale | 94 | 93 | 89 |

| Ripartizione per ambito 2017 | In € | % |
|------------------------------|----------------|------------|
| Cultura | 191.119 | 30,90 |
| Liberalità | 131.561 | 21,27 |
| Sport | 295.429 | 47,77 |
| Altro | 320 | 0,05 |
| Totale complessivo | 618.428 | 100 |



| Ripartizione per provincia 2017 | | |
|---------------------------------|---------------------------|---------------------------|
| | Sostegno ai territori (€) | Sostegno ai territori (%) |
| BG | 26.400 | 4,3 |
| BS | 46.487 | 7,5 |
| CR | 878 | 0,1 |
| LC | 5.000 | 0,8 |
| MI | 66.953 | 10,8 |
| PC | 11.527 | 1,9 |
| PR | 223.378 | 36,1 |
| RE | 237.486 | 38,4 |
| Altro | 320 | 0,1 |
| Totale complessivo | 618.428 | 100 |

■ L'ATTENZIONE VERSO IL MONDO DELLO SPORT

Lo sport è l'ambito su cui la Cooperativa investe di più, impegnandosi a diffondere i suoi valori attraverso il sostegno a squadre di pallavolo, rugby, calcio, promuovendo numerose iniziative a favore di squadre ed eventi locali di varie discipline. L'obiettivo è quello di favorire lo sviluppo della pratica sportiva tra i giovani, abbinata ad una corretta alimentazione e un sano stile di vita.

Tra le principali sponsorizzazioni che vedono Conad come main sponsor di squadre professionistiche si confermano quella a supporto della franchigia del Nord Ovest de le **Zebre Rugby** con sede a Parma, che milita nel campionato internazionale Pro 12, quella che dà il nome al **Conad Rugby Reggio**, con cui si è chiuso un accordo triennale, e la collaborazione con la squadra maschile reggiana di serie A2 Volley Tricolore che prende il nome di **Conad Volley**. Altre partnership importanti riguardano le sponsorizzazioni delle squadre giovanili del **Parma Calcio 1913** e della **Reggiana Calcio**.

Molte altre sono le attività che hanno coinvolto i più giovani, tra cui:

- i **tornei di minirugby** in cui Conad Centro Nord è stata main sponsor e ha fornito prodotti salutistici "Verso Natura" tra cui il Corepla Conad Memorial Rugby Amatori a Parma, il Torneo Conad Città del Tricolore a Reggio Emilia e il Torneo Lupo Alberto a Clusone (BG);
- il **Torneo Internazionale Juniores Tennis** a Salsomaggiore Terme (PR) che coinvolge i protagonisti del tennis del futuro;
- la realizzazione di due **Kids Open Day Conad** con il Golf del Ducato di Parma di cui Conad Centro Nord è sponsor, per favorire la prova gratuita di questo sport a tutte le età e l'**Open Day Rugby Tots** dedicato alla motricità dei più piccoli;
- la sesta edizione del **Torneo Junior Conad Cup**, stagione 2017-2018, che ha visto la partecipazione di 40 squadre di calcio delle province di Reggio Emilia, Parma e Piacenza;
- i tornei organizzati dalla **Pallamano Parma** a giugno e settembre;
- i tornei di calcio "**Noi con gli altri**" dell'Astra Calcio, il **Torneo Spallanzani dell'Inter Club di Parma** e il **Torneo Italo – Tedesco a Grumello del Monte** (BG).

Infine, la Cooperativa ha fornito prodotti Conad per il ristoro di numerose manifestazioni podistiche, fra cui **I Cinq Casinott** a Lainate (MI), **Vivicittà Parma** organizzata dalla UISP, la gara podistica organizzata dall'**AVIS di Flero** (BS), la Verdi Marathon nelle terre verdiane, la Camminata Valle del Lujo in provincia di Bergamo e gare con forte valenza sociale come **Donne in Corsa a Parma**.



Non è mancato il sostegno ad altri sport quali il tennis, con il **Torneo di Tennis Città di Brescia**, il ciclismo, con il supporto al **Team Csf Bardiani**, in particolare con la fornitura di prodotti alimentari e il supporto alla Granfondo di Albinea (RE).

Per Conad Centro Nord lo sport significa anche inclusione di persone svantaggiate:

- per il terzo anno consecutivo ha supportato come main sponsor la rassegna sportiva **Un Po di Sport** che ha coinvolto, per tre mesi, tutti i territori sulle rive del Po, promuovendo lo sport per i disabili;
- è stata confermata la partnership con il **Parma Baseball Club**, che consente ai ragazzi con famiglie in difficoltà di praticare questo sport;
- è stata avviata nel 2017 una partnership con il **CUS Milano Rugby** che ha dato il via ad ottobre a un progetto coordinato da Diego Dominguez finalizzato a favorire l'inclusione sociale dei giovani delle periferie di Milano attraverso il rugby;



- la prima edizione delle **Olimpiadi degli Oratori**, una tre giorni di sport e festa nell'ex area Expo di Milano che ha combinato i fattori educativi e di aggregazione dell'attività sportiva, con la partecipazione di 10 mila persone, di cui 2.800 in età pre-adolescenziale, 100 oratori, 150 volontari coinvolti in 900 gare di 13 discipline sportive.

■ IL SOSTEGNO ALLE INIZIATIVE CULTURALI

Nel 2017 le principali iniziative nell'ambito culturale si sono concretizzate nel sostegno a teatri, mostre e festival.

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

Si è consolidata la volontà di promuovere la cultura anche attraverso attività orientate alle nuove generazioni: da anni si contribuisce in maniera indiretta alle stagioni del **Teatro Ragazzi della Fondazione I Teatri di Reggio Emilia** e del **Teatro delle Briciole (Fondazione Solares) di Parma**, tramite la donazione di centinaia di abbonamenti alle famiglie di bambini delle prime classi delle scuole primarie. Dal 2016 l'attività si è estesa anche ai **Laboratori Famiglia del territorio**, incentivando così la diffusione della cultura fin dai primi anni di età, favorendo la relazione extra-scolastica dei bambini e delle rispettive famiglie e rivelandosi anche un'occasione di integrazione sociale.

Inoltre la Cooperativa ha sostenuto numerose manifestazioni e festival dedicati alla musica, alla danza e all'intrattenimento tra cui, il Festival del Culatello di Zibello (PR), il Festival del Prosciutto a Langhirano (PR), la rassegna estiva Musica in Castello con spettacoli e concerti nei luoghi del Ducato di Parma e Piacenza. Contribuire a queste iniziative socio-culturali risponde all'obiettivo principale di celebrare e mantenere la memoria della tradizione dando visibilità alle eccellenze territoriali. Con questo intento Conad ha confermato la propria presenza nella seconda edizione del

Gola Gola Festival svoltosi a Parma: nei tre giorni di Festival, Conad è stata presente con la Compagnia degli Chef con Show Cooking e degustazioni di prodotti Sapori&Dintorni e con Laboratori per bambini. Sullo stesso filone Conad Centro Nord ha aderito al **Progetto EastLombardy**, che si traduce in una serie di appuntamenti, sagre, ed eventi di alta cucina, in calendario nelle quattro province della Lombardia orientale – Bergamo, Brescia, Cremona e Mantova – insignite del titolo di Regione Europea della Gastronomia per il 2017; il prestigioso riconoscimento internazionale ha dato vita a una collaborazione inedita fra territori accomunati da un'offerta di eccellenza in campo culturale, turistico e enogastronomico.

Per le famiglie e i più piccoli, Conad Centro Nord ha organizzato per il secondo anno il **Festival della Magia a Parma, "Master of Magics"**, patrocinato dal noto Walter Rolfo. A supporto delle arti di strada Conad ha rinnovato il proprio contributo al **Dinamico Festival a Reggio Emilia** arricchendolo del laboratorio Piccolo Circo Krom per Conad che ha offerto ai giovani spettatori quattro giornate di pratica di piccolo circo.



Questa esperienza si è potuta replicare anche al **Festival Tutti Matti per Colorno** (PR), un festival internazionale di circo contemporaneo, teatro e musica con un percorso di Scuola Circo proposta dall'Associazione Circolarmente.

Tra le principali iniziative culturali del 2017 si segnala il contributo a due mostre fotografiche patrocinate e volute dal Comune e dall'Università di Parma: "**Higher Learning**", la mostra di Patti Smith e "**The NY scene**", due eventi con cui Parma ha celebrato l'icona del rock.

Per il terzo anno la Cooperativa ha sostenuto il **Barezzi Festival** in occasione del Festival Verdi: un appuntamento che, dall'interno dei teatri e degli ambienti più prestigiosi della provincia di Parma, fa viaggiare suoni e musica da tutto il pianeta con lo scopo di promuovere la musica di qualità, costituendo un punto di incontro tra l'Opera, la musica classica e la contemporaneità. Nello specifico Conad Centro Nord ha contribuito a sostenere tutti i concerti di Barezzi Off che si sono tenuti nello spazio BDC offrendo prodotti Saponi&Dintorni del territorio.



A Reggio Emilia, in occasione dei festeggiamenti del 7 gennaio (data in cui la città ha celebrato il 220esimo anniversario della nascita del Tricolore), Conad Centro Nord è stata uno dei main sponsor, tramite il locale Rotary Club, del **Concerto della banda dell'Arma dei Carabinieri** tenuto al Teatro Valli.



Conad è stata per il primo anno main sponsor dei **Mercoledì Rosa di Reggio Emilia**: la manifestazione, che si svolge da metà giugno a fine luglio, ha proposto in oltre 30 postazioni del centro storico un programma che pone l'attenzione sul coinvolgimento delle famiglie e sulla valorizzazione dei molti artisti e realtà del territorio. Conad è stata presente tutti i mercoledì, in diretta anche su Telereggio, tramite una rappresentanza delle squadre sportive di cui è partner dando la possibilità ai più piccoli di provare alcuni sport (calcio, pallavolo, rugby) all'interno dello spazio Conad.

A fine anno Conad Centro Nord è stato main sponsor, insieme a tutti i Soci di Reggio Emilia, del **Natale a Reggio**: l'iniziativa ha avuto l'obiettivo non solo di valorizzare l'attrattività del cuore cittadino con l'accensione dell'albero natalizio ma anche di ritrovare il senso di comunità e del dono; infatti nell'occasione molte sono state le iniziative benefiche destinate alla **Fondazione Grade Onlus**. Da dicembre e fino a gennaio il cartellone Natale a Reggio ha offerto un ricco programma di appuntamenti natalizi, concerti, animazione e mercatini dell'area storica della città.

■ L'IMPEGNO PER IL SOCIALE

Un altro ambito fondamentale in cui Conad Centro Nord è impegnata è il sociale: un gioco di squadra che coinvolge dipendenti, Clienti, associazioni no profit, Istituzioni e collettività, per portare avanti iniziative di solidarietà e di sostegno economico diretto al territorio. Nel periodo pre-natalizio si è rinnovata l'iniziativa rivolta alle sei strutture ospedaliere del nostro territorio per lo più rivolte ai bambini; l'operazione **"Le Luci del Cuore 2017"** ha permesso di destinare a queste strutture circa 70 mila euro. La corralità dell'iniziativa ne ha determinato sicuramente il successo; infatti la partecipazione delle associazioni e dei Clienti è stata fondamentale per la sua riuscita. Per ogni candela acquistata dai Clienti a fronte di un piccolo contributo, Conad ha devoluto 0,50 euro a favore del progetto individuato.



Fondi raccolti con l'iniziativa "Le Luci del Cuore 2017"

| Province | Progetto | Importo |
|--|---|----------|
| Bergamo - Lecco - Sondrio | "Le Luci del Cuore Conad 2017" a favore del progetto "A tavola sereni" dell'Ospedale Papa Giovanni XXIII di Bergamo | € 17.000 |
| Brescia - Cremona - Mantova | "Le Luci del Cuore Conad 2017" a favore del progetto Giocamico dell'Ospedale dei Bambini di Brescia | € 10.000 |
| Piacenza | "Le Luci del Cuore Conad 2017" a favore dell'Associazione Insieme per l'Hospice di Piacenza | € 4.000 |
| Reggio Emilia | "Le Luci del Cuore Conad 2017" a favore dell'Associazione Curare Onlus dell'Arcispedale S. Maria Nuova di Reggio Emilia | € 14.000 |
| Parma | "Le Luci del Cuore Conad 2017" per l'acquisto di un ecografo per l'Ospedale dei Bambini | € 9.000 |
| Milano - Monza Brianza - Como -Varese - Lodi - Pavia | "Le Luci del Cuore Conad 2017" a favore del progetto "Umanizzazione delle cure" dell'Ospedale dei Bambini Buzzi di Milano | € 16.000 |

Molteplici le iniziative benefiche che si sono susseguite nel corso dell'anno che hanno visto Conad Centro Nord come sponsor e talvolta promotore stesso dell'evento:

- in maggio è scesa in campo per la prima volta la squadra di calcio **Athletichef** che riunisce professionisti della cucina e della pasticceria in una veste insolita. Conad Centro Nord ha voluto essere lo sponsor di maglia del team e main sponsor della partita benefica che per la prima edizione ha visto come controparte la Nazionale Attori: un grande evento per tutti, amanti dello sport, dello spettacolo e della buona cucina. I biglietti sono stati venduti in tutti i negozi Conad di Reggio Emilia e provincia in cui è stato promosso l'evento; il ricavato, pari a 4 mila euro, è stato interamente devoluto alla Fondazione Grade Onlus, che da oltre 25 anni sostiene l'attività del Reparto di Ematologia dell'Arcispedale Santa Maria Nuova – IRCCS Cancer Center di Reggio Emilia - finanziando progetti di ricerca e assistenza per pazienti affetti da malattie oncoematologiche. Nello specifico i fondi sono andati a sostegno dell'acquisto della nuova PET, un'avanzata apparecchiatura per la diagnosi precoce dei tumori;
- a luglio, in occasione del Mandela Day, la Cooperativa, in collaborazione con il Comune di Reggio Emilia e la società sportiva Conad Rugby Reggio, ha dato vita a **Conad per lo sport e non solo: rugby e solidarietà nel nome di Mandela**: una serie di eventi per celebrare la figura del leader sudafricano e ricordare il suo impegno per la tutela dei diritti umani e la lotta contro tutte le disuguaglianze; in concomitanza con questa iniziativa è avvenuta la visita del Console generale della Repubblica del Sudafrica Titi Nxumalo;
- da fine luglio a metà settembre si è tenuta la terza edizione di **Un Po di Sport**, la manifestazione itinerante in 5 tappe (Sissa Trecasali, Mezzani, Casalmaggiore, Torrile, Sorbolo) pensata per valorizzare le potenzialità turistiche, per lo sviluppo sociale e per promuovere l'accessibilità alle persone disabili;
- a ottobre a Parma si è svolta la seconda edizione di **Donne in Corsa**, una manifestazione podistica con la finalità di sensibilizzare sul tema della donna e del suo benessere e di raccogliere fondi a favore di progetti in tal senso. Questa edizione ha riscosso un grande successo di pubblico; con 1.379 iscritti sono stati raccolti oltre 5.000 euro ripartiti tra 6 delle



7 associazioni beneficiarie (una di queste ha rinunciato a favore di un'altra): Centro Antiviolenza, Associazione Nazionale Donne Operate al Seno (ANDOS), Centro Aiuto alla Vita, Futura (maternità), Pozzo di Sicar (accoglienza donne straniere), Associazione Progetto Endometriosi (APE) e Casa della Giovane (accoglienza di minori).

"Il contributo di Conad ha consentito di arricchire il pacco gara, le premiazioni e a rendere la manifestazione un evento oltre lo sport, unico nel suo genere" afferma Clelia Bergonzani, Responsabilità Sociale d'Impresa e Volontariato Aziendale di Forum Solidarietà - CSV Parma;

- a novembre, nella suggestiva cornice del Duomo di Reggio Emilia, nell'ambito della rassegna Soli Deo Gloria, Conad ha sostenuto il **Concerto dell'Accademia Concertante D'Archi di Milano**, diretta dal maestro Mauro Ivano Benaglia, finalizzato a raccogliere fondi destinati a Curare onlus per il Mire, il nuovo dipartimento Maternità Infanzia Reggio Emilia dell'Arcispedale Santa Maria Nuova;
- nel mese di dicembre, nella provincia di Reggio Emilia, ha preso vita il progetto a scopo benefico **Core Nostro** in ricordo del piccolo Michael Tundo scomparso precocemente nel 2016. Al progetto hanno aderito oltre a Conad Centro Nord, le istituzioni, il mondo dello sport e le associazioni di volontariato, fra cui Grade Onlus, Conad Rugby Reggio, Ac Reggiana 1919, Teste Quadre e Gruppo Vandelli. Grazie al contributo di Conad è stato prodotto un CD con la partecipazione di tanti artisti reggiani; i fondi raccolti con la vendita del cd nei supermercati Conad sono stati devoluti alla Fondazione Grade Onlus e all'Associazione "Noi per Loro Onlus" a supporto della oncologia pediatrica dell'Ospedale dei Bambini di Parma.



Conad Centro Nord nel 2017 ha dato un importante contributo al "Premio Costruiamo il Futuro 2017" sostenuto dalla Fondazione Costruiamo il Futuro che dal 2003 promuove il premio in provincia di Lecco, dal 2008 a Monza e Brianza e dal 2017 a Milano. Da due anni Conad si impegna in questo progetto che sostiene, attraverso contributi economici e forniture di materiale, le associazioni di volontariato e no-profit in ambito sociale, culturale e sportivo.

■ RACCOLTE ALIMENTARI E CIRCUITI SOLIDALI

| Colletta Banco Alimentare | | | |
|---|----------------|----------------|----------------|
| | 2015 | 2016 | 2017 |
| Totale kg prodotti alimentari | 175.315 | 167.429 | 165.643 |
| Totale valore prodotti (in euro) | 430.000 | 419.094 | 432.723 |

| Raccolta "Dona una spesa" Piattaforma Parma | | | |
|---|--------|--------|--------|
| | 2015 | 2016 | 2017 |
| Totale kg prodotti alimentari | 20.000 | 21.000 | 17.500 |

Nel 2017 l'appuntamento annuale con la **Colletta del Banco Alimentare** ha coinvolto 184 punti vendita che hanno partecipato all'iniziativa. I Soci di Conad Centro Nord hanno donato circa 4 mila euro mentre i nostri Clienti hanno consegnato oltre 165 mila kg di prodotti alimentari.

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

Conad Centro Nord collabora da diversi anni con **Piattaforma Parma**, il progetto che si rivolge prevalentemente alle aziende agro-alimentari (ma non solo) del territorio per recuperare eccedenze di generi alimentari, prodotti in scadenza o con difetti di fabbricazione per redistribuirli a famiglie bisognose attraverso associazioni di volontariato Onlus locali (Caritas Parma, Emporio Valtaro, Emporio Valparma, Caritas Fidenza, Emporio Parma e altre). Da questa collaborazione ha preso il via la raccolta alimentare **Dona una spesa** di sabato 13 maggio 2017: con quest'iniziativa di forte valore, grazie all'estensione su tutti i punti vendita Conad di Parma e provincia, sono state raccolte 17,5 tonnellate di prodotti alimentari che attraverso i servizi attivati dagli Empori Solidali e da Caritas hanno aiutato oltre 2.500 famiglie in difficoltà di Parma e provincia.



