



BILANCIO
SOCIALE
2018

A R C I P E L A G O

BILANCIO
SOCIALE
2018

A R C I P E L A G O

Dalle isole all'arcipelago della con-crescita

L'arcipelago è una straordinaria immagine spaziale. Dopo avere assunto che il consumatore non è un atomo ("Nessun uomo è un'isola") e che il punto vendita non è un'astronave avulsa dalla realtà locale ("Neanche un supermercato lo è"), è il momento di mettersi in gioco per affermare che se Conad è diventato un brand tra i più riconosciuti lo deve al fatto di non essere un'isola della distribuzione moderna, ma un operatore commerciale che si afferma facendo leva sulle buone relazioni di filiera. Dunque, Conad come isola parte di un arcipelago di reti produttive e comunità operose radicate nei territori, grazie alle quali e con le quali cresce in sintonia, portando avanti una filosofia che intreccia sostenibilità economica, sostenibilità ambientale e sostenibilità sociale.

Perché le filiere sono anche arcipelaghi di valori, di visioni complementari, da cui si parte insieme per nuove destinazioni.

Indice

Lettera del Presidente e del Direttore Generale	7
Introduzione e indicazioni per la lettura	8
Identità	10
Soci	34
Dipendenti	40
Clienti e Consumatori	48
Fornitori	58
Ambiente	64
Territorio e Comunità	74

Impegno e Responsabilità per crescere insieme alle nostre comunità

Nel 2018 Conad Centro Nord ha ulteriormente sviluppato la propria attività anche grazie alle nuove aperture realizzate, sia per quanto riguarda le vendite sia per i risultati economici. Il nostro successo come cooperativa si inserisce nel quadro di grande sviluppo che l'insegna sta vivendo anche a livello nazionale; Conad chiude il 2018 con una crescita del 3% e un fatturato 2018 che supera i 13 miliardi di euro, confermando il trend positivo che continua dal 2002.

Questo andamento, in un periodo caratterizzato da un difficile contesto economico, conferma una consolidata capacità di creare ricchezza e risorse da destinare al futuro sviluppo della nostra cooperativa e della rete associata. È un risultato di cui andare orgogliosi, che premia il modo di operare che ci contraddistingue, fatto di responsabilità e partecipazione. Vogliamo essere parte attiva della comunità e soddisfare le istanze delle persone che entrano nei nostri punti vendita; per questo ci stiamo impegnando per la sostenibilità ambientale del nostro agire, a partire dalla tecnologia innovativa impiegata negli impianti dei nuovi punti vendita, come ci chiede buona parte della società, in particolare i più giovani.

Vogliamo continuare a crescere insieme al territorio ed essere sempre più protagonisti del mercato promuovendo il nostro modello di business, particolarmente vicino alle persone.

La dichiarazione "Conad, Persone oltre le cose" è una promessa ambiziosa, che ci impegna ogni giorno ad essere coerenti; accettiamo le sfide del futuro, consapevoli che il nostro sviluppo dovrà necessariamente corrispondere a quello delle realtà locali, all'insegna della collaborazione fra tutti i protagonisti del nostro sistema-arcipelago: Soci, dipendenti clienti, fornitori, istituzioni, comunità, generazioni future.

Ivano Ferrarini
Direttore Generale



Marzio Ferrari
Presidente



INTRODUZIONE E INDICAZIONI PER LA LETTURA

Quella che proponiamo è un'overview sulle attività del 2018 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 2018.

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.

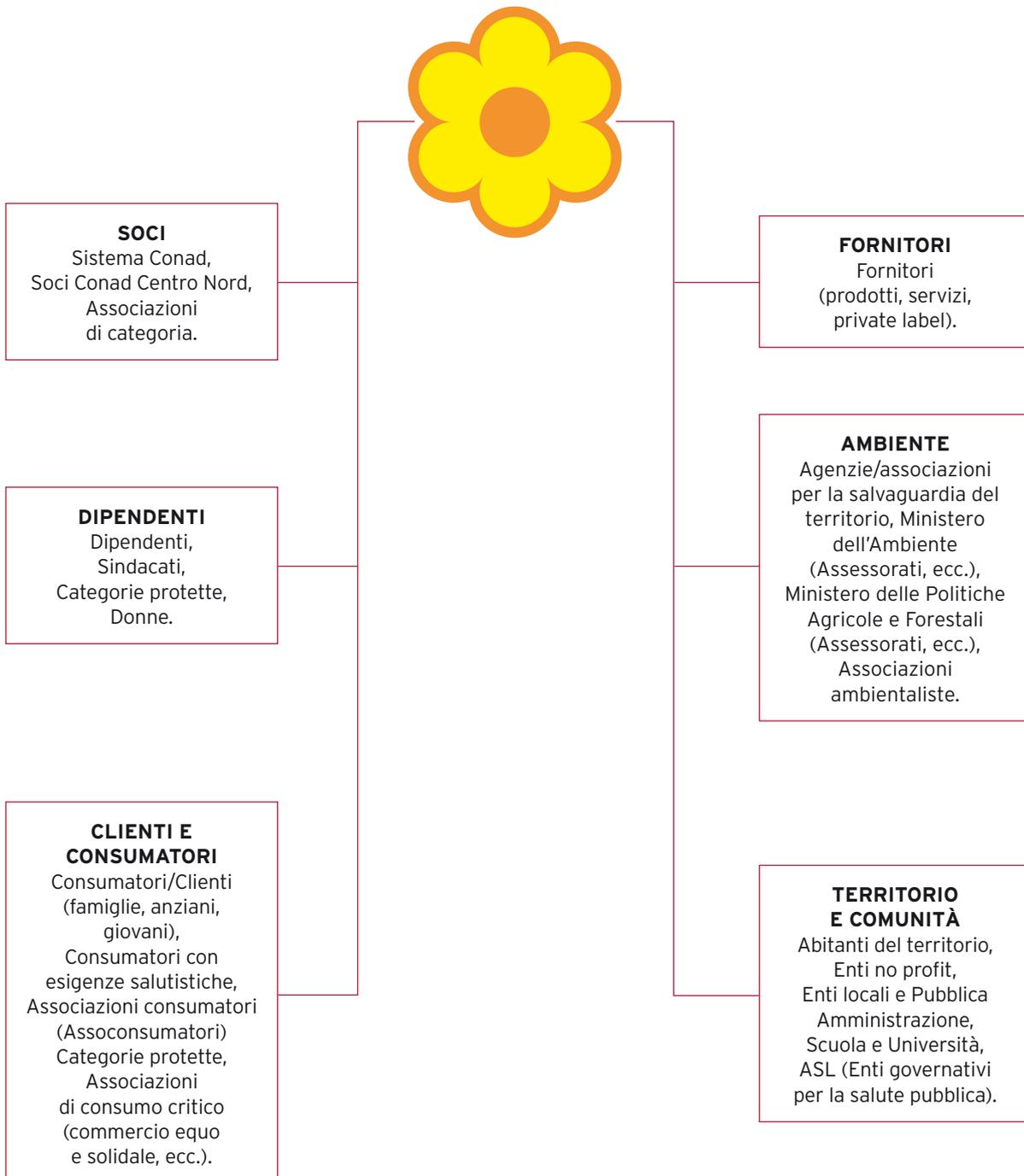
Questo Bilancio è stato redatto da un gruppo di lavoro coordinato dalla Direzione risorse umane, comunicazione interna e relazioni sociali (Marcello Tedeschi, Giulia Poli), con il contributo di:

- Franca Bruschi, Giancarlo Tedeschi - Direzione marketing e commerciale;
- Francesco La Rocca - Direzione sviluppo e patrimonio immobiliare;
- 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.

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.







DINTORNI

CONAD

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 Consiglio di Amministrazione 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 Consiglio di Amministrazione per favorire il costante dialogo tra Consiglio di Amministrazione, 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.

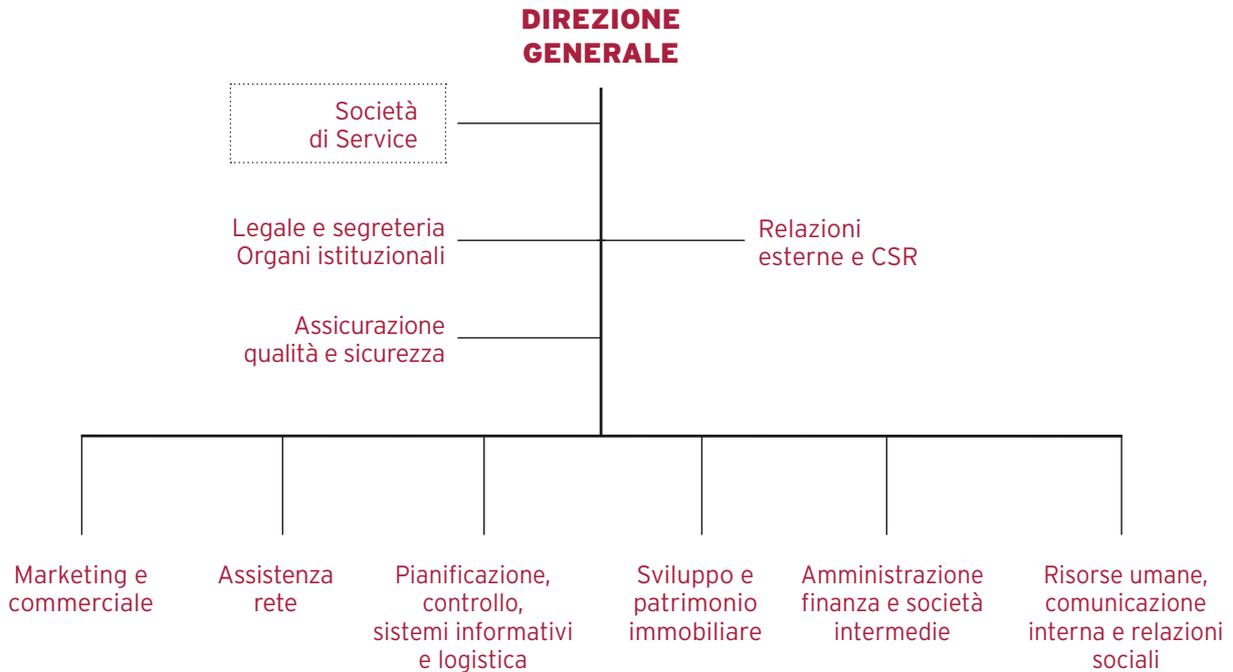
Le 10 Commissioni di Conad Centro Nord sono: Marketing, Rete, Finanza, Risorse Umane, Logistica e Sistemi Informativi, Commerciali di settore (Grocery 1, Grocery 2, Carne, Pesce, Ortofrutta).

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 Consiglio di Amministrazione. 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 2018 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 dell'azione della cooperativa 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, fra cui la sostenibilità nel tempo di Conad Centro Nord, legata all'evoluzione della figura del Socio Imprenditore.

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.

1962

CONSORZIO NAZIONALE DETTAGLIANTI Si costituisce a Bologna il **Consorzio Nazionale Dettaglianti**.

1963

COOPERATIVA MERCURIO Nasce a Reggio Emilia la **cooperativa Mercurio**, prima radice di Conad Centro Nord.

1987

CONAD EMILIA OVEST Mercurio Reggio si unifica con **COPDA** di Parma. Nasce Conad Emilia Ovest.

1982

IL RILANCIO DI MERCURIO In giugno, **un incendio distrugge il magazzino di Mercurio** di Reggio Emilia; i Soci, anche con l'aiuto delle altre cooperative di dettaglianti, garantiscono la continuazione dell'attività e il rilancio della cooperativa.

1997

CONAD CENTRO NORD Nasce **Conad Centro Nord dall'integrazione di Conad Emilia Ovest e Conad Lombardia**.

Si dà corso a una profonda ristrutturazione del sistema, dai punti vendita alla cooperativa, che promuove lo sviluppo di moderni supermercati anche attraverso accordi societari con gli imprenditori.

2003

40 ANNI DELLA COOPERATIVA Per il quarantennale dalla sua fondazione, Conad Centro Nord presenta la sintesi della propria consistenza: un **centinaio di supermercati, quote di mercato a due cifre** nelle zone di principale insediamento, **oltre 2.500 occupati**; espone i principi e gli obiettivi del proprio impegno in fatto di **Responsabilità Sociale**; si avviano consistenti **programmi di formazione** rivolti ai Soci e agli addetti dei punti vendita.

1968

UNICA INSEGNA All'interno di Conad nazionale si **decide di impiegare un'unica insegna** per tutti i punti vendita associati.

1973

ASSOCIAZIONE NAZIONALE COOPERATIVE FRA DETTAGLIANTI Si costituisce l'Associazione Nazionale Cooperative fra Dettaglianti, l'**ANCD** (fino ad allora la rappresentanza era stata fornita dall'associazione delle cooperative di consumatori).

1979

CONAD LOMBARDIA Anche in territorio lombardo si avviano processi di integrazione, che nel giro di una decina d'anni porteranno alla costituzione di **un'unica cooperativa: Conad Lombardia**. Contemporaneamente in territorio emiliano procede la qualificazione dei punti vendita, con l'apertura di diversi supermercati.

1976

REGGIO EMILIA PARMA E PIACENZA Si consolida la relazione tra le cooperative di dettaglianti di **Reggio Emilia, Parma e Piacenza** con alcune prime integrazioni.

2013

50 ANNI DI SUCCESSI La **cooperativa compie cinquant'anni**. Il suo Piano Strategico espone i **valori fondamentali**: rispetto per i consumatori, efficienza, responsabilità individuale, valorizzazione del lavoro, sviluppo delle comunità, nuove imprese. I dati essenziali sono: **231 punti vendita, 4.400 addetti, 1.063 milioni** di euro di fatturato.

2014

NUOVO MODELLO DI GOVERNANCE Viene formalizzato il **nuovo modello di governance**.

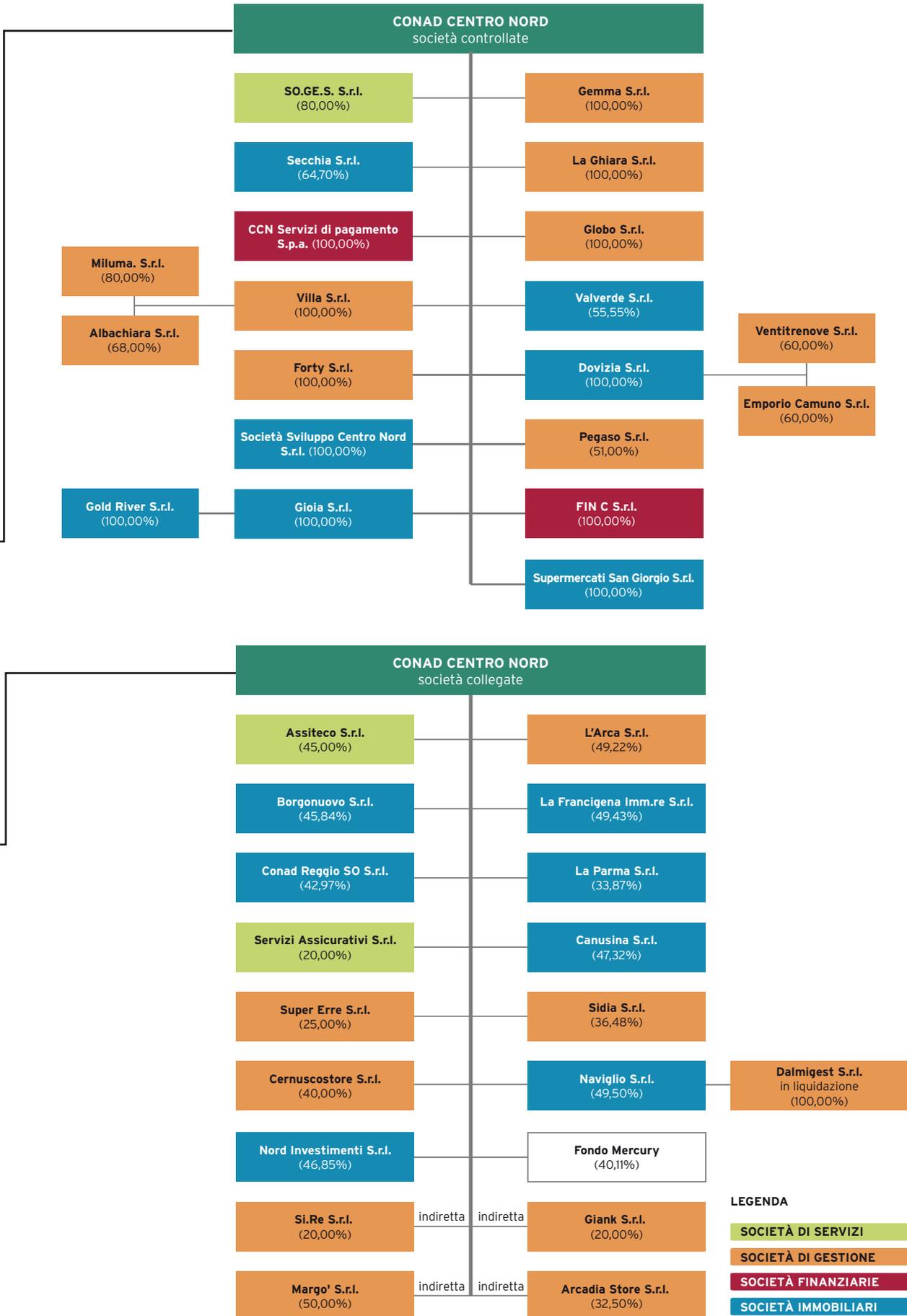
L'ASSETTO DEL GRUPPO

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 7 cooperative:

- sostengono l'attività imprenditoriale dei Soci con servizi commerciali, di marketing, di logistica e distribuzione, di formazione, di 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 con il contesto sociale in cui il cliente vive e opera.

DISTRIBUZIONE TERRITORIALE E QUOTA DI MERCATO DELLE 7 COOPERATIVE SU ZONE



* Territorio condiviso fra le cooperative Conad del Tirreno e PAC2000.

Fonte: Guida Nielsen largo consumo, II semestre 2018

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'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 **tra 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 **tra 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

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 **tra 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 2018 la rete di vendita della cooperativa, con le ultime aperture realizzate e il confronto con i due anni precedenti.

APERTURE 2018

Località	Prov.	Canale	Area vendita (mq)
Cernusco sul Naviglio	Mi	Superstore	2.499
Villa di Tirano	So	Conad	1.116
Borgo Val di Taro	Pr	Conad	1.428
Lacchiarella	Mi	Conad	1.499
Brescia Quadriportico	Bs	Sapori&Dintorni	719
Milano C.so Lodi	Mi	Sapori&Dintorni	200
Osnago	Lc	Conad City	393
Guastalla PET	Re	Pet Store	224
Castellucchio	Mn	Conad City	680
Reggio Emilia Pieve	Re	Conad City	540
Taneto PET	Re	Pet Store	312
Bibbiano	Re	Conad City	800
Totale			10.410



QUOTE DI MERCATO

	2016	2017	2018
Totale	5,51%	5,76%	5,90%

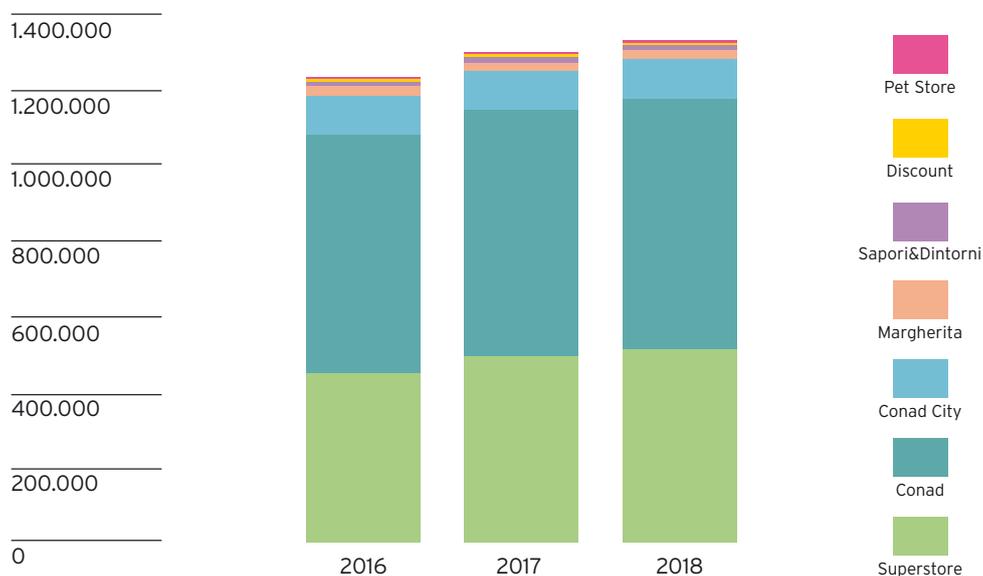
NUMERO PUNTI VENDITA E FATTURATO PER CANALE

(in migliaia di €)

Canale	2016		2017		2018		Δ Ft Ft 18/17
	Pdv	Fatturato	Pdv	Fatturato	Pdv	Fatturato	
Superstore	36	453.058	37	499.093	37	517.585	3,71%
Conad	99	636.480	101	657.878	100	668.261	1,58%
Conad City	42	105.640	43	103.839	47	108.541	4,53%
Margherita	52	26.127	49	23.854	43	22.412	-6,05%
Sapori&Dintorni	3	12.097	3	14.099	5	15.315	8,62%
Discount	4	7.365	5	7.740	0	1.345	-82,62%
Pet Store	2	387	2	972	4	1.465	50,75%
Totale complessivo	238	1.241.154	240	1.307.476	236	1.334.925	2,10%

COMPOSIZIONE DEL FATTURATO PER CANALE

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. Da notare che nel corso del 2018 Conad Centro Nord ha abbandonato il canale Discount.

Ogni formato possiede, per metro quadrato, una produttività differente. Nella pagina seguente l'evoluzione negli anni delle superfici per formato.

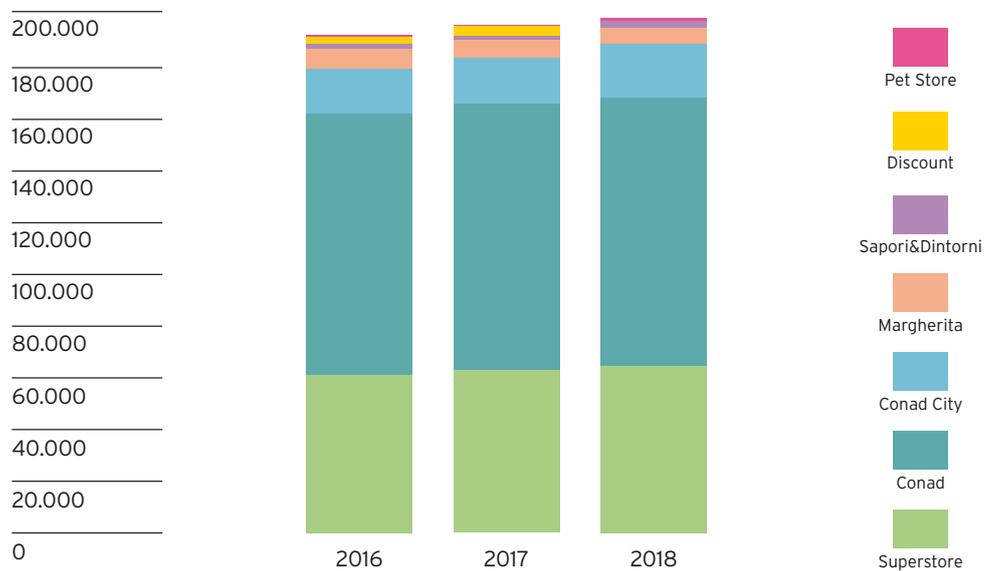
RAPPORTO FATTURATO/MQ PER CANALE

Canale	2016			2017			2018		
	ft	mq	ft/mq	ft	mq	ft/mq	ft	mq	ft/mq
Superstore	453.058	60.837	7,4	499.093	62.430	8,0	517.585	64.215	8,1
Conad	636.480	100.026	6,4	657.878	102.282	6,4	668.261	102.830	6,5
Conad City	105.640	17.526	6,0	103.839	17.804	5,8	108.541	20.866	5,2
Margherita	26.127	7.649	3,4	23.854	6.731	3,5	22.412	6.061	3,7
Sapori&Dintorni	12.097	1.776	6,8	14.099	1.776	7,9	15.315	2.695	5,7
Discount	7.365	2.757		7.740	3.557	2,2	1.345	0	
Pet Store	387	502		972	502	1,9	1.465	1.038	1,4
Totale complessivo	1.241.154	191.073	6,5	1.307.476	195.082	6,7	1.334.925	197.705	6,8

RIPARTIZIONE IN MQ PER CANALE					(in mq)
Canale	2016	2017	2018	Δ 18/17	
Superstore	60.837	62.430	64.215	2,86%	
Conad	100.026	102.282	102.830	0,54%	
Conad City	17.526	17.804	20.866	17,20%	
Margherita	7.649	6.731	6.061	-9,95%	
Sapori&Dintorni	1.776	1.776	2.695	51,75%	
Discount	2.757	3.557	0		
Pet Store	502	502	1.038	106,77%	
Totale	191.073	195.082	197.705	1,34%	

VARIAZIONE SUPERFICIE PER CANALE

mq



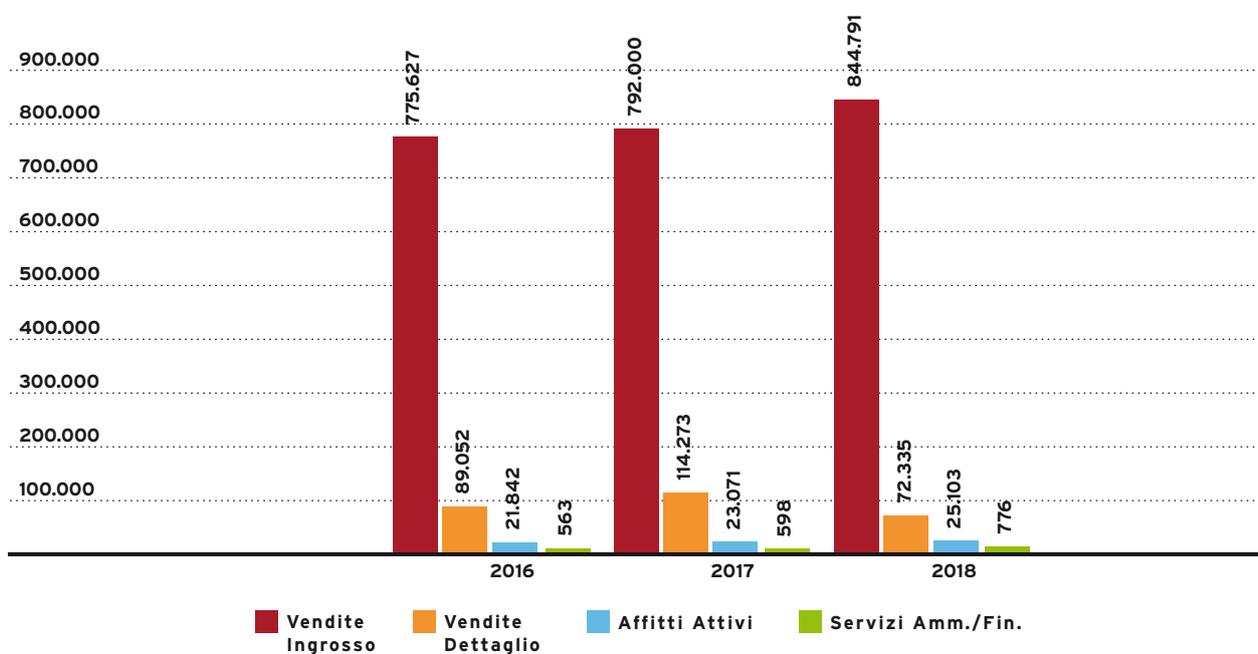
RISULTATI ECONOMICI E PATRIMONIALI

Per considerazioni più approfondite sulle performance economiche si rimanda direttamente alla documentazione che costituisce il documento di Bilancio 2018.

FATTURATO DEL GRUPPO					
(in migliaia di €)					
	2016	2017	2018	Var.	%
Vendite Ingrosso	775.627	792.000	844.791	52.791	6,67%
Vendite Dettaglio	89.052	114.273	72.335	-41.938	-36,70%
Affitti Attivi	21.842	23.071	25.103	2.032	8,81%
Servizi Amm./Fin.	563	598	776	178	29,77%
Totale	889.100	931.959	945.023	13.064	1,40%

EVOLUZIONE DEL FATTURATO DEL GRUPPO

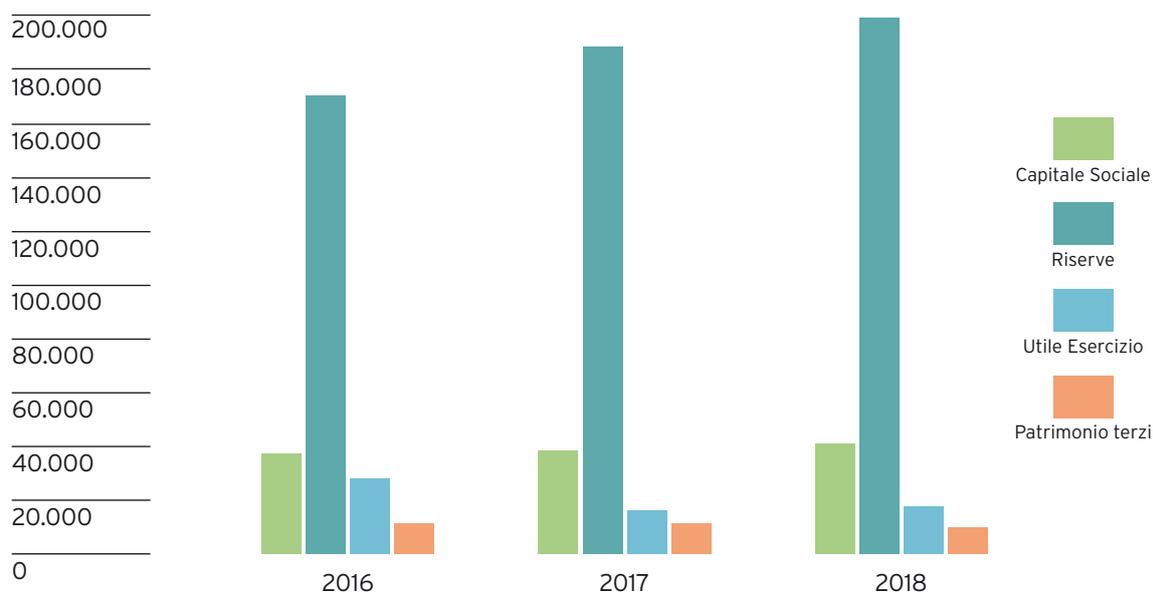
(in migliaia di €)



PATRIMONIO DEL GRUPPO

(in migliaia di €)

	2016	2017	2018
Capitale Sociale	37.131	38.314	40.997
Riserve	170.232	188.253	199.336
Utile Esercizio	27.962	16.205	17.778
Patrimonio terzi	11.211	11.359	9.859



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, ecc.;
- 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 valore aggiunto 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 unità di €)		
	2016	2017	2018	
A) Valore della produzione				
1) ricavi delle vendite e delle prestazioni	827.383.801	870.554.290	872.811.947	
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	147.640.943	121.153.152	133.505.393	
Totale ricavi della produzione tipica	975.024.744	991.707.442	1.006.317.340	
5) ricavi per produzioni atipiche				
Totale ricavi della produzione atipica	0	0	0	
Totale valore della produzione	975.024.744	991.707.442	1.006.317.340	
B) Costi della produzione				
6) per materie prime, sussidiari, di consumo e merci	783.707.469	824.274.464	842.180.484	
7) per servizi	40.052.660	42.420.245	38.491.034	
8) per godimento di beni di terzi	16.876.931	21.082.986	23.245.226	
9) accantonamenti per rischi	355.344	336.504	310.644	
10) altri accantonamenti	5.329.574	4.873.825	4.004.450	
11) oneri diversi di gestione	9.223.031	6.423.663	8.274.389	
Totale costi intermedi della produzione	855.545.009	899.411.687	916.506.227	
Valore aggiunto caratteristico lordo	119.479.735	92.295.755	89.811.113	
C) Gestione accessoria straordinaria				
12) Saldo gestione accessoria				
+ Ricavi accessori	2.182.564	3.347.243	2.507.276	
- Costi accessori	- 13.122.118	- 926.638	- 3.937.697	
13) Saldo gestione straordinaria				
+ Ricavi straordinari	0	0	0	
- Costi straordinari	0	0	0	
Totale gestione accessoria e straordinaria	- 10.939.554	2.420.605	- 1.430.421	
+ Copertura perdite da parte dei Soci	0	0	0	
Valore aggiunto globale lordo	108.540.181	94.716.360	88.380.692	
- Ammortamenti della gestione per gruppi omogenei di beni	- 22.192.425	- 24.554.697	- 22.617.990	
Valore aggiunto caratteristico netto	86.347.756	70.161.663	65.762.702	

DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO						(in unità di €)
	2016	%	2017	%	2018	%
A) Remunerazione del personale						
Personale non dipendente						
Personale dipendente						
- remunerazioni dirette	25.317.617		28.388.462		22.214.555	
- remunerazioni indirette	13.399.812		13.945.923		14.915.010	
- quote di riparto del reddito	0		0		0	
Totale remunerazione del personale	38.717.429	44,84	42.334.385	60,34	37.129.565	56,46
B) Remunerazione della Pubblica Amministrazione						
Imposte dirette	7.119.643		4.631.162		3.416.780	
Imposte indirette						
- oneri tributari diversi	2.761.280		2.804.656		2.800.367	
- sovvenzioni in c/Esercizio	0		0		0	
Totale remunerazione della pubblica amministrazione	9.880.923	11,44	7.435.818	10,60	6.217.147	9,45
C) Remunerazione del capitale di credito						
Oneri per capitali a breve termine	0		0		0	
Oneri per capitali a m/l termine	3.778.201		3.091.195		2.798.868	
Remunerazione del prestito dai Soci	68.738		24.719		28.832	
Totale remunerazione del capitale di credito	3.846.939	4,46	3.115.914	4,44	2.827.700	4,30
D) Remunerazione del capitale di rischio						
Dividendi distribuiti	930.338		1.023.905		1.060.030	
Ristorno cooperativo	9.075.252		5.170.417		6.204.662	
Totale remunerazione del capitale di rischio	10.005.590	11,59	6.194.322	8,83	7.264.692	11,05
E) Remunerazione dell'azienda						
Remunerazione della capogruppo	17.456.607		9.637.232		10.146.383	
Remunerazione dei soci di minoranza	3.879.673		- 307.965		- 100.869	
Totale remunerazione del gruppo	21.336.280	24,71	9.329.267	13,30	10.045.514	15,28
F) Movimento cooperativo						
Fondi mutualistici (3% dell'utile)	499.900		373.867		366.741	
Contributi associativi	374.285		306.683		303.376	
Totale movimento cooperativo	874.185	1,01	680.550	0,97	670.117	1,02
G) Liberalità esterne	569.745	0,66	631.861	0,90	730.668	1,11
H) Spese sociali e mutualistiche (Soci e dipendenti)	1.116.665	1,29	439.546	0,63	877.299	1,33
Valore aggiunto globale netto	86.347.756	100,00	70.161.663	100,00	65.762.702	100,00

REMUNERAZIONE

Gli aspetti più significativi dell'evoluzione negli anni dello schema di costruzione e riparto del valore aggiunto 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 sia 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 sia 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.





SAPORI & DINTORNI

SAPORI

DOLCE GUSTO

DINTORNI

CONAD

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

	2016	2017	2018
di cui Soci Ordinari persone fisiche	88	84	74
di cui Soci Ordinari persone giuridiche	85	81	91
di cui Soci Speciali ¹	2	3	2
di cui Soci Finanziatori	7	7	7
Totale	182	175	174

1. L'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, ancorchè 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. Anche Conad Centro Nord è impegnata a valorizzare la centralità della figura dell'imprenditore commerciale, cioè della persona in carne e ossa; proprio questa "umanità" costituisce il principale fattore di successo di Conad per la presenza costante del Socio nel punto vendita, per 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.

SOCI DELLE IMPRESE SOCIE DI CONAD

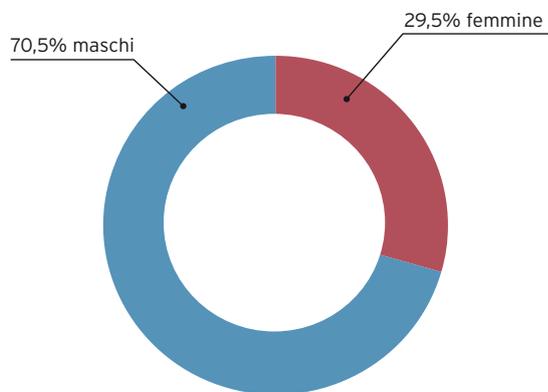
	2016	2017	2018
Totale Soci delle società di gestione	379	352	328

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

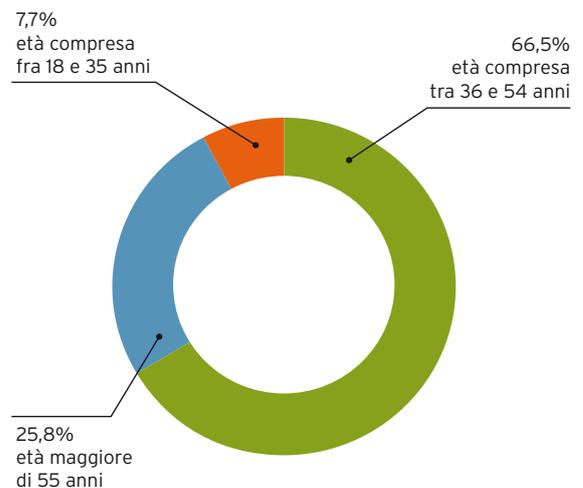
SOCI PER GENERE

	2018
Totale Soci	328
di cui maschi	231
di cui femmine	97

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 2018 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 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 anche 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 il futuro 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 e hanno una sezione dedicata all'interno della intranet di Conad Centro Nord; i componenti sono oltre 100.



DINTORNI

CONAD

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 S.p.a. e FIN C S.r.l. Per tutti i lavoratori si applica il contratto del Terziario, Distribuzione e Servizi Confcommercio.

OCCUPATI, GENERE, INQUADRAMENTO			
	2016	2017	2018
Totale dipendenti	168	165	156
Genere:			
Femmine:	59	61	61
di cui			
• dirigenti	-	-	-
• quadri	2	3	4
• impiegate	57	58	57
Maschi	109	104	95
di cui			
• dirigenti	7	7	6
• quadri	16	17	15
• impiegati	60	58	54
• operai	26	22	20

TIPOLOGIA CONTRATTO			
	2016	2017	2018
Tempo determinato	3	7	5
Tempo indeterminato	165	158	151

PASSAGGI QUALIFICA			
	2016	2017	2018
Nomina da quadro a dirigente	-	-	-
Nomina da funzionario 1° liv. a quadro	-	3	-
Passaggio a 1° livello	5	2	2
Passaggi a 2° livello	2	-	1
Passaggi a 3° livello	3	-	4

ETÀ ANAGRAFICA

	2016	2017	2018
Meno di 30 anni	23	19	18
31 - 40 anni	36	37	33
41 - 50 anni	51	55	53
51 - 60 anni	51	46	47
Oltre 60 anni	7	8	5

ANZIANITÀ AZIENDALE

	2016	2017	2018
Fino a 5 anni	44	43	31
Da 6 a 10 anni	29	32	33
Da 11 a 20 anni	42	36	39
Oltre 20 anni	53	54	53

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 tengono conto di specifiche esigenze del dipendente.

MATERNITÀ

	2016	2017	2018
Astensioni per maternità obbligatoria - Congedo parentale	3	3	2
Astensioni per maternità facoltativa	10	8	8

PERMESSI PER ESIGENZE FAMILIARI

	2016	2017	2018
Permessi in base alla L. 104	9	8	10

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 di 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 antinfortuno 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

	2016	2017	2018
Numero infortuni totali ⁽¹⁾	0	2	1
Indice di incidenza ⁽²⁾	-	1,2	0,6

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

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

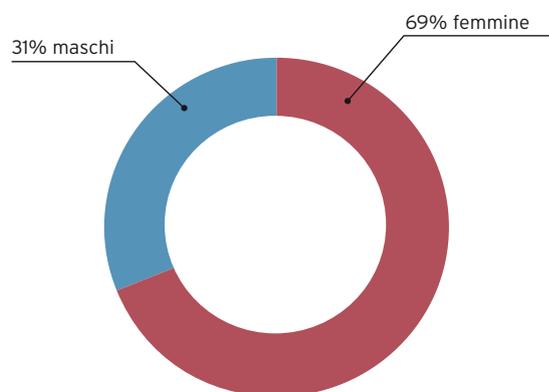
DIPENDENTI RETE DI VENDITA

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, per le aziende e per 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.

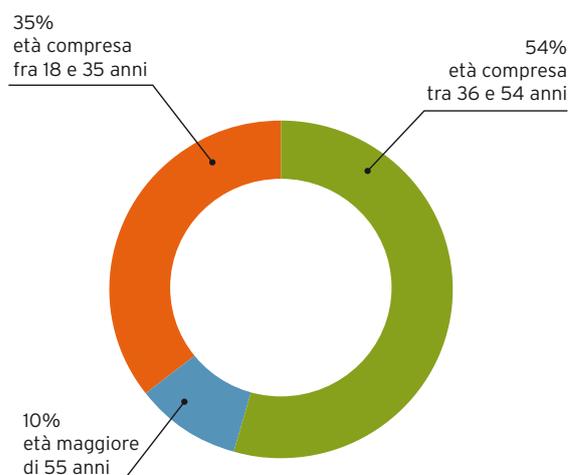
DIPENDENTI RETE DI VENDITA

	2016	2017	2018
Totale dipendenti	4.577	4.710	4.797

DIPENDENTI RETE PER GENERE



DIPENDENTI RETE PER ETÀ ANAGRAFICA



LA FORMAZIONE

Nel corso del 2018 l'attività di formazione rivolta ai dipendenti della rete di vendita si è concentrata sulla messa a regime della formazione di mestiere per i reparti freschi. Per la "Scuola dei Mestieri" Conad Centro Nord ha erogato 40 giornate di formazione, coinvolgendo i responsabili commerciali, i category manager e i tecnici di settore nella gestione delle aule. I partecipanti sono stati 119 fra capi reparto e addetti. 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. Ha preso il via inoltre il percorso "Store Manager 4.0" dedicato ai capi negozio e costituito da 9 giornate di formazione. Tale percorso, strutturato come un master, ha l'obiettivo di guidare gli Store Manager all'adozione di un metodo manageriale di conduzione del punto vendita, dando ai partecipanti metodo e strumenti per presidiare e migliorare produttività, margini e qualità del servizio. Alle prime due edizioni del percorso hanno preso parte 27 capi negozio.



Altre 18 giornate sono state dedicate ad approfondimenti su alcune famiglie di prodotti per il settore "Generi Vari" (vino, cioccolato, birre, ecc.) a cui hanno preso parte 73 addetti; altre 115 persone hanno preso parte ai corsi sull'utilizzo di programmi e software gestionali. Le iniziative dedicate alle 5 Nuove Aperture hanno riguardato oltre 180 partecipanti. In totale, nell'anno 2018, hanno partecipato a iniziative di formazione 519 addetti della rete di vendita, per oltre 110 giornate d'aula.

Per quanto riguarda la formazione per il personale della tecnostruttura, anche nel 2018 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 3 membri, assistita dalla Filcams CGIL provinciale di Reggio Emilia.

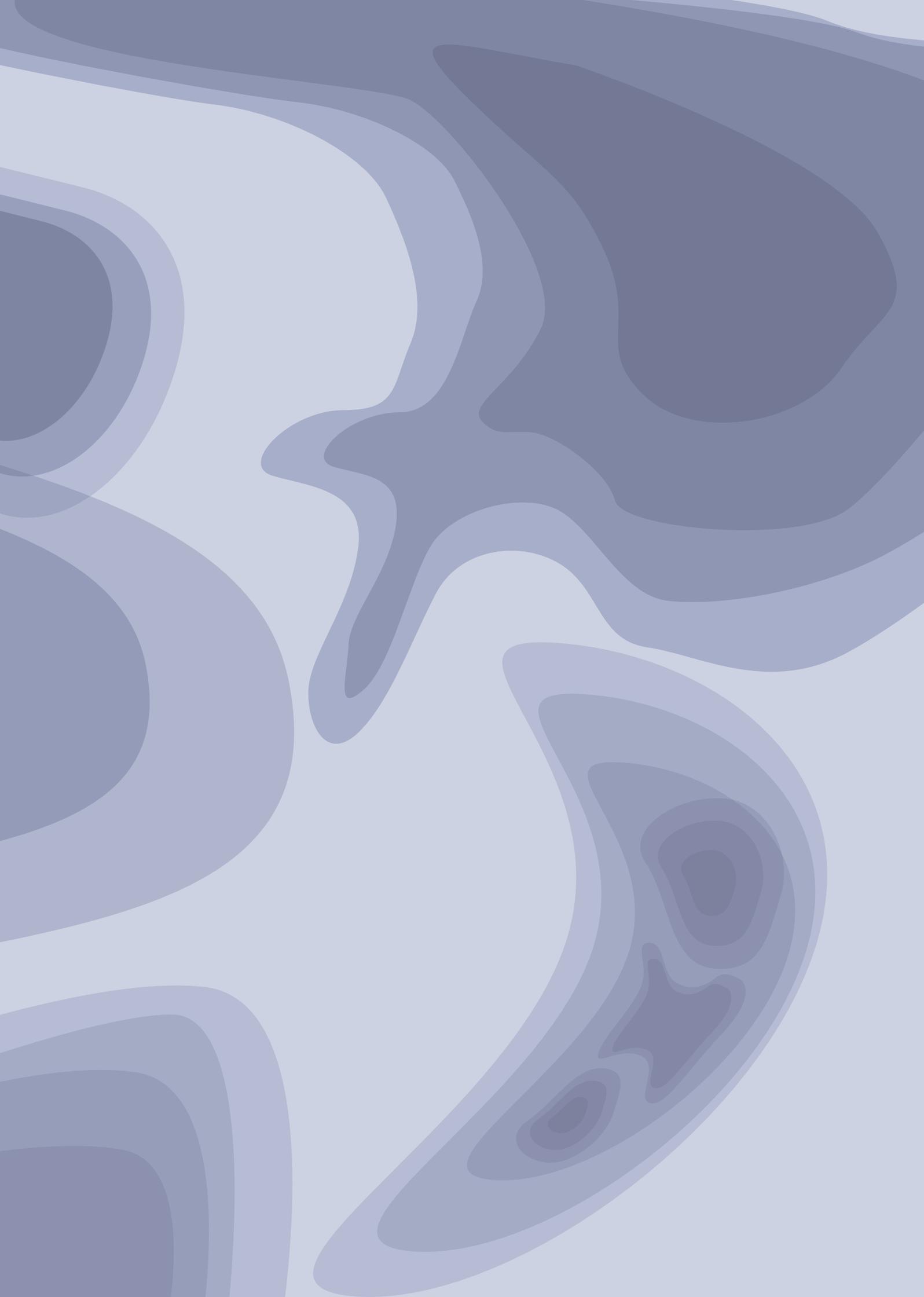
Tale sistema di relazioni si concretizza in un Contratto Integrativo Aziendale (applicato anche alle controllate FIN C, SOGES, CCN Servizi di Pagamento), che è stato rinnovato per il triennio 2017-2018-2019, e con il quale sono disciplinati ulteriormente, rispetto a quanto già stabilito dal CCNL (Terziario, 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 visite mediche, permessi per malattia bambino, 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.





Clienti e Consumatori



Per i nostri clienti

Nel 2018 la rete Conad Centro Nord ha fatto registrare una crescita delle vendite in valore assoluto pari al + 2,77%. Una crescita molto soddisfacente, considerato il periodo di contrazione dei consumi alimentari e le difficoltà del mercato.

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 2018 sono state sottoscritte oltre 7.800 nuove Conad Card.



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

Pet Store Conad è l'insegna della 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 4 presidi: a Rubiera (Re), Langhirano (Pr), Guastalla (Re) e Taneto (Re).

Il concept *Pet Store Conad* si avvale di personale competente e preparato grazie a continui corsi di aggiornamento organizzati sia internamente sia 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.

È possibile l'utilizzo della *Conad Card* per la gestione delle offerte e per la raccolta dei dati della 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.

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.

Parafarmacia

In 20 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% sui parafarmaci.

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. Un punto vendita che presenta personale competente, 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.

Libri di testo

Per quanto riguarda i libri di testo il 2018 ha visto la conferma della campagna a favore delle famiglie in 166 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 oltre 2.100.000 euro.

DAL 1 GIUGNO AL 17 SETTEMBRE 2018

Studiare conviene!
Acquista da noi i libri di testo:
 ti restituiamo il

25%
 in buoni spesa*



PRENOTALI ANCHE ONLINE.
 Trova i punti vendita che aderiscono all'iniziativa su conad.it

CONAD
 Insieme oltre le idee

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 spontaneamente 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 a incrementare la fidelizzazione dei clienti.

In Conad Centro Nord il fatturato dei prodotti "Bassi e Fissi" rappresenta il 27,4% del fatturato totale della marca del distributore.

Nel 2018 la quota di mercato della marca del distributore (dato medio nazionale supermercati) si è attestata al 20,1 %, mentre in Conad Centro Nord la quota per il largo consumo confezionato è stata del 29,7% (con una crescita di 0,7%).

A livello di canale la quota si attesta sui valori seguenti:

Conad City:	37,9%
Conad:	29,5%
Superstore:	26,8%

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 milioni di euro) o su acquisti online, abbonamenti, viaggi, servizi e premi del catalogo Desideri 3, arricchiti in corso d'anno di

altre occasioni dalla durata più breve come i carillon nel periodo natalizio. Sempre utilizzando i punti sono stati donati oltre 41.000 euro alla Fondazione *Lega del filo d'oro*.



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 abbiamo distribuito presso i punti vendita **8 esclusivi libri per ragazzi**.

L'iniziativa è stata affiancata, come di consueto, dall'operazione di raccolta buoni a favore delle scuole ma, oltre all'**aiuto concreto** (in attrezzature) offerto alle scuole del territorio, Conad ha lanciato un **messaggio educativo abbinando alla corretta alimentazione** anche l'**esercizio fisico** attraverso la pratica di uno sport. A inizio anno, infatti, è stato promosso un concorso a livello nazionale dedicato a tutte le classi delle scuole elementari e medie: ogni classe ha potuto realizzare 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 bollini sulla spesa.



I SuperCoccolosi

L'autunno ha visto la nascita di nuove operazioni di fidelizzazione come l'operazione a soglia di spesa i SuperCoccolosi, che ha proposto ai clienti una collezione di peluche dedicati agli animali amici della natura con lo scopo benefico di raccogliere fondi per il sostegno di 6 progetti territoriali a favore della cura dei bambini (donati 90.000 euro).



Superbonus

Nell'ultimo trimestre dell'anno i clienti più fedeli hanno potuto accumulare, attraverso l'utilizzo di Conad Card per il pagamento della spesa, buoni acquisto per un valore complessivo di oltre 580.000 euro.



Mini raccolte

In estate il piano promozionale ha proposto ulteriori attività di fidelizzazione come la raccolta a bollini Borbonese (1 bollino ogni 15 euro di spesa) che ha permesso ai clienti di collezionare articoli in spugna e accessori personali per il bagno, mentre in autunno, con la stessa meccanica, è stata proposta la raccolta a bollini Kitchen Aid che ha proposto ai clienti una collezione di piccoli elettrodomestici e articoli per la cucina.



MORBIDI DETTAGLI

IMPERDIBILE COLLEZIONE
BORBONESE

Dal 11 giugno al 23 settembre 2018
1 bollino ogni 15€ di spesa

iniziativa riservata ai possessori di 

 **CONAD**
Persone oltre le cose

L'AMORE PER LA CUCINA
HA GRANDI ALLEATI.

Imperdibile Collezione
KitchenAid



DAL 29 OTTOBRE 2018 AL 10 FEBBRAIO 2019
1 bollino ogni 15€ di spesa.

Con noi i sogni si avverano.
SCOPRI COME VINCERE
1000 ROBOT DA CUCINA KITCHENAID.

CONSERVA
LO SCOPRINO
E PARTECIPA AL
CONCORSO!
www.conad.com

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.

Orto del Risparmio

Da maggio in poi, con l'iniziativa l'Orto del Risparmio, sono stati offerti prodotti di stagione a prezzi contenuti al fine di incentivare la conoscenza della stagionalità di frutta e verdura.

L'orto del Risparmio

Ogni giorno diversi prodotti in offerta
a solo 1€ selezionati tra la migliore
frutta e verdura.



a solo 1€

Scopri subito nel tuo supermercato!
Dal 2 maggio

 **CONAD** Persone oltre le cose

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 2018 sono stati realizzati 5 opuscoli speciali dedicati a eccellenze (vini bianchi e rossi), stagionalità (birre e grigliata), colazione (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 nella sezione dedicata a Conad Centro Nord e interagire attraverso le pagine social.

Infine la newsletter Conad viene inviata periodicamente a 70.000 clienti che ne hanno fatto richiesta.

LA POLITICA PER LA QUALITÀ E LA SICUREZZA DEGLI ALIMENTI

Il settore "qualità e sicurezza degli alimenti" svolge un'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 di vendita sia 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, appuntamenti importanti 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), ritiri e richiamo dei prodotti;
- Linee guida per la verifica della corretta applicazione dell'autocontrollo nei punti 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, 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 si-

curezza 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

Punti vendita verificati	175
Nuove aperture con affiancamento igienico sanitario	9
Visite di controllo presso i punti vendita	712
Tamponi ambientali	1.173
Alimenti campionati per controlli	894
Campioni di ghiaccio di pescheria	93
Alimenti campionati per il controllo istamina	111
Campioni di acqua di rete	172
Visite mirate alla verifica delle temperature di conservazione alimenti	34
Visite mirate a controlli di etichettatura presso punti vendita	145
Referenze verificate per allergeni (controllo documentale)	346
Incontri per formazione in ottemperanza ai requisiti del Reg. 852/04	105
Ore per formazione in ottemperanza ai requisiti del Reg. 852/04 (specifica per dipendenti addetti alle nuove aperture)	61
Altra formazione (in ore) su aspetti inerenti la sicurezza degli alimenti	17

ARTICOLI RITIRATI DALLA RETE DI VENDITA NEL 2018

Per non rispetto di standard qualitativi elevati o per etichettatura non conforme	46
Per allerte sanitarie in corso di verifica	16
Per allerte sanitarie con avviso ai clienti del punto vendita (richiamo)	13

Programmi per il 2019

Gli obiettivi per il 2019 sono rappresentati dalle seguenti attività:

- riorganizzazione del sistema di qualifica dei fornitori alimentari con contratto locale con la cooperativa;
- mantenimento e 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.



SAPORI & DINTORNI

SAPORI

Fornitori

DINTORNI

CONAD



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

TIPOLOGIA FORNITORI E ACQUISTATO AL 31/12/2018		
Tipo fornitore	N°	Quota acquistato
A contratto locale	579	18,44%
A contratto nazionale	612	81,56%
TOTALE	1.191	100%

Oltre ai 1.191 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, poiché 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.



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.



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".



SAPORI & DINTORNI

SAPORI

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.

All'interno dei depositi della cooperativa l'adozione del sistema del pallet pooling per la gestione dei pallet di legno, rispetto al tradizionale interscambio, ha un impatto significativo sia per quanto riguarda la sostenibilità ambientale sia per quanto concerne l'efficienza e la riduzione dei costi; tale soluzione 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 di emissioni di CO₂ pari a oltre 296 tonnellate



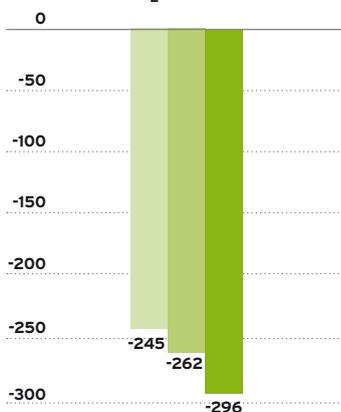
Riduzione di rifiuti pari a oltre 28 tonnellate



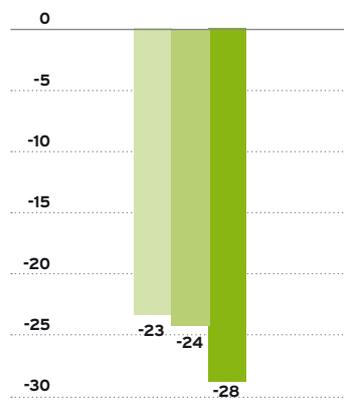
Risparmio di legno pari a 302 m³

IMPATTO AMBIENTALE PALLET POOLING VS INTERSCAMBIO

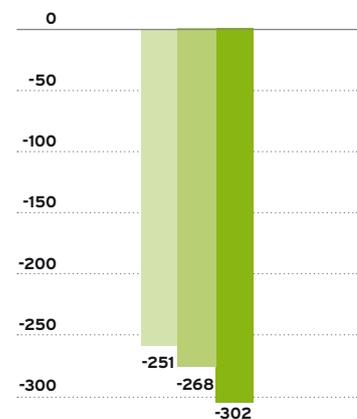
Riduzione CO₂ (in tonnellate)



Riduzione rifiuti (in tonnellate)



Risparmio legno (in m³)



■ 2016 ■ 2017 ■ 2018

fonte: CHEP ITALIA

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.

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

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

In particolare nei nuovi supermercati di Cernusco sul Naviglio (Mi), Borgo Val di Taro (Pr) e Lacchiarella (Mi) 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 stessi punti vendita sono stati installati anche impianti integrati con cui viene recuperato tutto il calore generato dai motori che producono il freddo (per banchi frigo e celle) per alimentare l'impianto idrosanitario di acqua calda.

Nel corso del 2018 in virtù dell'accordo a livello nazionale tra Conad ed Enel sono state installate 5 colonnine di ricarica modello Eva+ nei parcheggi dei punti vendita Superstore Via Venezia a Parma, Conad Capriate San Gervasio (Bg), Superstore via Besurica a Piacenza, Superstore Capriolo (Bs), Conad Lacchiarella (Mi). Nell'anno sono state effettuate complessivamente 508 ricariche, con un tempo medio per ricarica di 33 minuti e un costo medio per ricarica di 6,40€.



LA GESTIONE DEI RIFIUTI Raccolta differenziata e ricadute ambientali

Nel 2018 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 provincia.

PROVINCIA/COMUNE	CARTA	PLASTICA	LEGNO
Bg	1.144.252	23.470	-
Alme'	18.910	-	-
Almenno S. Bartolomeo	83.040	7.480	-
Alzano Lombardo	54.130	1.490	-
Boltiere	6.420	-	-
Canonica D'adda	51.920	3.580	-
Capriate S. Gervasio	46.800	1.240	-
Clusone	105.710	-	-
Cologno al Serio	130.680	4.820	-
Dalmine	81.690	-	-
Ghisalba	72.820	-	-
Grumello Del Monte	43.310	-	-
Lefte	50.100	-	-
Romano di Lombardia	72.820	-	-
San Paolo d'Argon	25.260	-	-
Torre Boldone	62.580	1.360	-
Trescore Balneario	79.660	-	-
Urgnano	90.460	3.500	-
Zogno	67.942	-	-
Bs	618.580	-	-
Bagnolo Mella	80.460	-	-
Bedizzole	32.220	-	-
Borgosatollo	32.170	-	-
Brescia	82.200	-	-
Capriolo	114.840	-	-
Chiari	-	-	-
Esine	56.780	-	-
Flero	42.290	-	-
Iseo	60.170	-	-
Travagliato	62.780	-	-
Verolanuova	54.670	-	-
Co	-	-	-
Mozzate	-	-	-
Cr	71.950	-	-
Casalmaggiore	42.200	-	-
Offanengo	-	-	-
Piadena	29.750	-	-

PROVINCIA/COMUNE	CARTA	PLASTICA	LEGNO
Lc	95.880	4.600	1.460
Calolziocorte	-	-	-
Casatenovo	38.160	-	-
Lecco	42.620	4.600	1.460
Osnago	15.100	-	-
Lo	210.050	-	5.280
Casalpusterlengo	75.410	-	-
Codogno	54.140	-	5.280
Lodi	80.500	-	-
Sant'Angelo Lodigiano	-	-	-
Mb	104.040	-	-
Bernareggio	51.700	-	-
Carate Brianza	37.660	-	-
Meda	14.680	-	-
Mi	728.730	72.090	2.750
Arese	61.310	1.210	1.540
Cernusco S/Naviglio	59.510	64.010	-
Inveruno	44.900	-	-
Lacchiarella	43.380	-	-
Lainate	42.350	490	1.210
Milano	368.100	-	-
Sesto San Giovanni	19.680	-	-
Trezzo Sull'adda	89.500	6.380	-
Mn	146.230	1.670	-
Castel Goffredo	36.040	-	-
Castellucchio	9.780	-	-
Castiglione Stiv.	35.760	1.670	-
Gonzaga	17.700	-	-
Suzzara	46.950	-	-
Pc	530.890	24.920	9.800
Aseno	15.840	-	-
Castell'arquato	81.540	5.800	-
Fiorenzuola d'Arda	70.160	-	-
Piacenza	243.470	10.660	9.800
Pontenure	40.140	-	-
Rivergaro	44.240	-	-
S. Giorgio Piacentino	35.500	8.460	-

PROVINCIA/COMUNE	CARTA	PLASTICA	LEGNO
Pr	1.362.160	51.530	29.440
Borgotaro	-	-	-
Busseto	36.690	-	-
Colorno	53.360	6.600	-
Felino	110.160	11.640	8.480
Fidenza	214.880	11.380	9.020
Fontanellato	58.870	3.890	-
Langhirano	69.040	-	-
Loc. Monticelli Terme - Montechiarugolo	28.590	-	-
Noceto	46.740	-	-
Parma	495.030	3.600	4.420
Ricco' Di Fornovo	82.400	9.280	7.520
Salsomaggiore	52.260	5.140	-
San Pancrazio	21.660	-	-
San Secondo	38.120	-	-
Soragna	22.300	-	-
Traversetolo	32.060	-	-
Pv	82.240	-	300
Casorate Primo	82.240	-	300
Re	1.047.150	7.820	-
Albinea	80.050	-	-
Arceto di Scandiano	18.660	-	-
Bibbiano	45.690	-	-
Bibbiano Todis	2.740	-	-
Cadelbosco Sopra	46.460	-	-
Casalgrande	61.410	-	-
Cavriago	53.210	-	-
Correggio	102.420	-	-
Fabbrico	28.650	-	-
Guastalla	-	-	-
Poviglio	58.680	3.350	-
Reggio Emilia	399.450	4.470	-
Reggiolo	-	-	-
Rio Saliceto	25.930	-	-
Rubiera	48.860	-	-
Sant'Ilario d'Enza	61.800	-	-
Taneto di Gattatico	13.140	-	-
Va	205.320	360	-
Angera	61.160	-	-
Caronno Pertusella	34.240	-	-
Gorla Minore	57.600	-	-
Vergiate	52.320	360	-
Totale Generale	6.347.472	186.460	49.030

Attraverso l'avvio al riciclo dei materiali 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 e il cartone e la plastica:

AVVIO AL RECUPERO

	Carta e Cartone	Unità Misura
Materiale raccolto e avviato al recupero da Conad Centro Nord	6.347.472	kg
Alberi risparmiati (1 ogni 70 kg di carta riciclata)	90.678	num.
CO ₂ risparmiata (1,3 kg ogni kg di carta)	8.251.713	kg
Tonnellate equivalenti di petrolio (1 ton CO ₂ ogni 0,335 TEP)	2.764	ton

	Plastica	Unità Misura
Materiale raccolto e avviato al recupero da Conad Centro Nord	186.460	kg
CO ₂ risparmiata (1,39 kg ogni kg di plastica)	259.179	kg
Tonnellate equivalenti di petrolio (1 ton CO ₂ ogni 0,335 TEP)	86,825	ton

A questi valori bisogna sommare i quantitativi sia della raccolta differenziata del materiale organico sia i materiali recuperati dal servizio di raccolta di carta, plastica e battolame 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 D.P.R. 158/99, avviano al recupero più del 70% dei rifiuti prodotti con punte oltre il 90%.

Anche con i materiali oggetto di raccolta differenziata vengono prodotti sacchi di plastica di "seconda vita" evitando pertanto il consumo di nuove materie prime vergini.

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 2018 sono stati concessi sconti pari a 311.366 euro a 98 punti vendita.

Provincia	2016		2017		2018	
	N. punti vendita	Riduzioni €	N. punti vendita	Riduzioni €	N. punti vendita	Riduzioni €
Bg	9	41.406	7	14.925	18	17.537
Bs	3	26.607	2	13.186	11	13.046
Lc	1	653	1	548	4	613
Lo	2	11.261	2	12.563	4	12.447
Mb	1	1.043	2	1.600	3	4.241
Mi	1	2.548	3	8.061	8	1.549
Mn	3	7.307	3	8.419	5	11.725
Pc	6	47.582	6	57.087	7	60.871
Pr	19	74.430	13	74.603	16	74.724
Pv	1	1.128			1	3.144
Re	16	89.029	12	102.493	17	98.486
Va	1	1.804	2	8.586	4	12.984
Totale	63	304.800	53	302.070	98	311.366



Territorio e Comunità



DINTORNI

CONAD

L'impegno per il territorio e per le comunità

Conad Centro Nord ha da sempre un ruolo attivo nel territorio, proponendosi come riferimento per lo sviluppo economico, sociale e culturale delle comunità in cui opera. Il concetto di punti vendita di prossimità è da intendersi quindi anche in relazione al dialogo costante dei Soci Conad con le comunità in cui sono inseriti e all'attenzione dedicata alle diverse istanze del territorio.

Questa particolare sensibilità e vicinanza viene manifestata anche attraverso il sostegno a iniziative in ambito sportivo, sociale e culturale.

La partecipazione di Conad Centro Nord alla vita della comunità è incentrata infatti su una serie di collaborazioni con i più rilevanti attori locali con l'intento di promuovere benessere e inclusione attraverso il supporto alle attività sportive e di rendere accessibile il patrimonio sociale e culturale a un bacino di utenti sempre più ampio.

Complessivamente, tra sponsorizzazioni, liberalità e attività di charity che hanno coinvolto i nostri clienti abbiamo destinato al territorio una somma pari a **1.598.895 euro**.

RESPONSABILITÀ SOCIALE (INVESTIMENTO IN INIZIATIVE SOCIALI E SOLIDARIETÀ)			(in €)
	2016	2017	2018
Capitale versato dai Soci			
Iniziativa territoriali	780.000	811.200	843.648
Colletta alimentare	5.100	7.900	8.850
Capitale versato dalla cooperativa			
di cui erogazioni liberali	25.550	28.388	50.070
di cui attività charity - derivanti da punti fedeltà	4.004	14.416	41.870
di cui attività charity - derivanti da raccolta fondi		70.000	90.000
Attività straordinarie territoriali	12.065	19.818	15.729
Totale sostegno diretto	1.366.911	1.471.762	1.598.895

Nel 2018 la cooperativa ha realizzato **88 iniziative** con investimenti per oltre 700 mila euro; ciò ha permesso a Conad Centro Nord di essere presente in oltre 50 conferenze stampa che hanno prodotto circa 200 uscite media a esse correlate (presenze tv e quotidiani).

La ripartizione per ambito vede lo sport come principale sfera di investimento al 47,8%, seguito dalla cultura 26,5% e dal sociale 25,4%, mentre le province in cui si è investito maggiormente sono state Reggio Emilia (38,9%), Parma (26,3%) e Milano (13,5%), seguite da Brescia (7,5%) e Bergamo (4,8%).

Anche attraverso le tappe de "Il Grande Viaggio Insieme Conad" (il tour di 14 tappe organizzato dal Consorzio Nazionale), sono state promosse iniziative all'insegna della cultura enogastronomica, dello sport, della cultura e della socialità. Per Conad Centro Nord "Il Grande Viaggio" nel corso del 2018 ha toccato le città di Brescia e Piacenza.

NUMERO DI INIZIATIVE SOSTENUTE DALLA COOPERATIVA

	2016	2017	2018
Cultura	35	40	38
Sport	28	28	29
Sociale	30	21	19
Altro			2
Totale	93	89	88

RIPARTIZIONE PER AMBITO 2018

	in €	%
Cultura	193.536	26,5
Sociale	185.845	25,4
Sport	349.118	47,8
Altro	2.169	0,3
Totale complessivo	730.668	100



RIPARTIZIONE PER PROVINCIA 2018

	Sostegno ai territori (€)	Sostegno ai territori (%)
Bg	35.029	4,8
Bs	55.152	7,5
Cr	5.778	0,8
Lc	5.000	0,7
Mi	98.559	13,5
Pc	8.333	1,1
Pr	192.290	26,3
Re	284.419	38,9
Altro	46.108	6,3
Totale	730.668	100

IL COINVOLGIMENTO DELLE COMUNITÀ

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 e sostenendo eventi locali di varie discipline. Il principale obiettivo di questa attività è favorire lo sviluppo della pratica sportiva tra i giovani promuovendo anche la cultura della corretta alimentazione e di stili di vita sani.

Conad Centro Nord ha confermato il sostegno come main sponsor al rugby reggiano, in particolare alla squadra che milita nel campionato di Eccellenza, la **Valorugby Emilia**, una società che porta avanti un progetto che parte dai valori distintivi del rugby e che ha l'obiettivo di avvicinare i giovani al mondo dell'impresa, attraverso un impegno pluriennale di reciproca conoscenza tra i giovani rugbisti e le aziende che sostengono il progetto.

Nel 2018 inoltre è stato messo a punto, insieme a **Cus Milano Rugby**, un progetto finalizzato a favorire l'inclusione sociale dei giovani delle periferie di Milano attraverso il rugby.

Anche per la squadra reggiana di Calcio, da anni sostenuta da Conad Centro Nord, è avvenuto un avvicendamento societario: la Reggiana Calcio è stata sostituita dalla **Reggio Audace Football Club**. Nel luglio 2018 Conad Centro Nord è entrata nella cordata di aziende locali pronte a rimettere in campo la nuova squadra Reggio Audace per la partecipazione al campionato di calcio della Lega Nazionale Dilettanti. Conad Centro Nord ha oggi un ruolo di primo piano nella compagine societaria ed è main sponsor.

È stata inoltre confermata la collaborazione con il **Volley Tricolore di Reggio Emilia** che ha disputato il campionato di serie A2.

Numerose sono state le attività intraprese in collaborazione con le **associazioni del territorio**, come i progetti sviluppati in collaborazione con **Forum Solidarietà di Parma** che ha visto Conad Centro Nord supportare la quinta edizione di "Donne in Corsa verso il Ben-Essere" e la raccolta alimentare "Dona Una Spesa".

La coralità dell'iniziativa solidale i **SuperCoccolosi** ha permesso di destinare 90 mila euro a favore delle sei strutture ospedaliere del territorio che si occupano per lo più della cura dei bambini. Il coinvolgimento delle associazioni e dei clienti è stato fondamentale per la sua buona riuscita.

I SUPERCOCOLOSI

Province	Progetto	Importo (in €)
Bergamo	a favore del progetto Giocamico dell'Ospedale Papa Giovanni XXIII di Bergamo	20.000
Brescia	a favore del progetto Giocamico dell' Ospedale dei Bambini di Brescia	10.000
Piacenza	a favore dell'Associazione Insieme per l'Hospice di Piacenza	5.000
Reggio Emilia	a favore dell'associazione Curare Onlus dell'Arcispedale S. Maria Nuova di Reggio Emilia	23.000
Parma	per il nuovo reparto di terapia intensiva pediatrica dell'Ospedale dei Bambini di Parma	14.000
Milano	a favore del progetto Neonati Speciali dell'Ospedale dei Bambini Buzzi di Milano	18.000
Totale		90.000



Anche la rassegna estiva dei **Mercoledì Rosa a Reggio Emilia**, di cui Conad Centro Nord è main sponsor, è stata un grande successo che ha visto protagonisti le istituzioni, il mondo dello sport legato a Conad, le associazioni di volontariato e tanti artisti reggiani. Nelle serate dei mercoledì di giugno e luglio bambini e ragazzi hanno potuto praticare diversi sport in vari punti della città.

Raccolte alimentari e circuiti solidali

COLLETTA BANCO ALIMENTARE

	2016	2017	2018
Totale kg prodotti alimentari	167.429	165.643	162.390
Totale valore prodotti	€ 419.094	€ 432.723	€ 533.208

RACCOLTA "DONA UNA SPESA" PIATTAFORMA PARMA

	2016	2017	2018
Totale kg prodotti alimentari	21.000	17.500	15.600

Nel 2018 l'appuntamento annuale con la **Colletta del Banco Alimentare** ha coinvolto 177 punti vendita i cui Soci hanno donato circa 8.900 euro, mentre i clienti hanno consegnato oltre 162 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 5 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 locali che si occupano di persone in difficoltà (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 19 maggio, un'iniziativa di forte valore: grazie all'estensione su tutti i punti vendita Conad di Parma e provincia sono stati raccolti 15,6 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.

Per quanto riguarda l'**ambito culturale** sono stati sponsorizzati festival e rassegne teatrali, musicali e gastronomiche. Tra queste vale la pena ricordare la prima edizione del **City of Gastronomy Festival** di Parma (recentemente proclamata "città Unesco della Gastronomia") in cui si sono alternati Chef stellati ai fornelli, dibattiti e momenti di confronto che hanno evidenziato la ricchezza culturale di un territorio tra i più rinomati per le sue eccellenze enogastronomiche.

Sono stati confermati gli investimenti a supporto delle **stagioni di prosa** dei principali teatri di Parma e Reggio Emilia; questa iniziativa, ormai consolidata, promuove la diffusione della cultura teatrale ai bambini e alle loro famiglie.

2018 IN PILLOLE

GENNAIO

Progetto Zebre Rugby 2018 – Firma dell'accordo di partnership con Zebre Rugby Club, la franchigia del Nord Ovest che partecipa al campionato internazionale Pro 14. Grazie all'accordo, i possessori di Carte Conad hanno avuto agevolazioni nell'accesso ai match casalinghi di Parma e alla partita del Sei Nazioni 2018 tra Italia e Scozia allo Stadio Olimpico di Roma.



MARZO

Duathlon Kids Conad – Conad Centro Nord è stata main sponsor dell’iniziativa, che ha visto la partecipazione di oltre 400 bambini. Nel 2018, inoltre, Conad Centro Nord è diventata sponsor della sezione Triathlon del Cus Parma.



Primavera Donna - Trecento sessantacinque giorni Donna – Iniziativa promossa dal Comune di Reggio Emilia che prevede un anno di progetti ed eventi dedicati al tema dei diritti delle donne.

APRILE

CONAD COREPLA Memorial Rugby Amatori a Parma – Trentesima edizione del torneo organizzato dall'Amatori Rugby Parma, una due giorni di rugby per oltre mille bambini provenienti da tutta Italia.

Parma Street Magic – I migliori esponenti dell'Arte Magica Italiana e internazionale in esclusiva nelle piazze di Parma per stupire con le loro performance e per far vivere il centro storico. Conad Centro Nord, main sponsor, ha istituito un gioco nel gioco: i partecipanti, con una sorta di caccia al tesoro, hanno ricevuto un omaggio nei punti vendita Conad della città.

Festa della Liberazione Parma – Conad Centro Nord è stata sponsor tecnico del concerto tenutosi a Parma in occasione del 25 aprile.

Torneo di Calcio Giovanile Spallanzani – Conad Centro Nord ha fornito il ristoro del Torneo di calcio pulcini 2007 che coinvolge 8 società parmensi.

Partita Benefica Athletic Chef vs. Nazionale Comici pro GRADE Onlus – Presentazione e consegna fondi raccolti a seguito della partita benefica tenutasi allo Stadio Mirabello di Reggio Emilia; nell'occasione sono stati raccolti 7 mila euro.



MAGGIO

Children for Charity – Evento benefico all'insegna dello sport promosso dall'associazione RK Charity e dal suo fondatore, il giocatore lituano Rimantas Kaukenas, ex capitano della Pallacanestro Reggiana. Hanno partecipato oltre 250 bambini dai 6 ai 14 anni che hanno potuto provare durante la giornata sei tipi di sport. I fondi raccolti sono stati destinati al reparto pediatrico dell'Arcispedale Santa Maria Nuova di Reggio Emilia.



Trofeo Sapori&Dintorni Conad – Torneo di golf realizzato dalla società Golf del Ducato in collaborazione con Conad Centro Nord, che ha provveduto a organizzare anche un Kids Open Day di golf per i più piccoli.

Baseball Parma – La partnership ha permesso ai clienti Conad di assistere alle partite casalinghe prenotandosi nei punti vendita Conad della città. Nelle foto la presentazione dell'accordo con i giocatori presso il Superstore Campus di Parma.



GIUGNO - LUGLIO

City of Gastronomy Festival – Festival all'insegna del cibo in tutte le sue declinazioni. Conad ha collaborato con la Compagnia degli Chef nell'area degustazione, nei laboratori per bambini "Percorso al buio Verso Natura" e negli show cooking in cui si sono preparati piatti con i prodotti del territorio Sapori&Dintorni Conad e Verso Natura Conad. Davanti al negozio Sapori&Dintorni di Parma è stata allestita un'area ristoro in cui poter degustare il menù preparato ad hoc all'interno del punto vendita.

Inaugurazione Parco Giochi Sala Braganza (Pr) – In collaborazione con il Comune di Sala Braganza e il Superstore Conad di Felino è stato promosso nelle scuole il progetto "Disegna il tuo parco" per cui i ragazzi, guidati dagli insegnanti, hanno disegnato il loro parco giochi ideale. Il punto vendita poi, anche tramite una raccolta punti fedeltà, ha contribuito alla realizzazione del parco giochi.



Granfondo Cicloturistica ed Handbike di Albinea – La manifestazione che ha attraversato 14 Comuni della Provincia di Reggio Emilia per un totale di oltre 200 km, ha visto la presenza di circa 1.500 partecipanti e 9 mila spettatori. I ristori sono stati forniti da Conad con prodotti a marchio.



Mercoledì Rosa - Concerto Benefico CORE NOSTRO – Durante la serata conclusiva della rassegna, si è tenuto il concerto benefico CORE NOSTRO, il cui ricavato è andato a favore di Grade Onlus di Reggio Emilia e del reparto di Oncematologia pediatrica dell'Ospedale dei Bambini di Parma.



AGOSTO - SETTEMBRE

Tutti Matti Per Colorno – In collaborazione con il Conad di Colorno, Conad Centro Nord è partner del Festival Internazionale di circo contemporaneo, teatro e musica con cui ha creato un "Percorso Circo Conad" per i più piccoli.

Dinamico Festival – Conad Centro Nord è stato main sponsor del Festival di Circo Contemporaneo a Reggio Emilia; per il secondo anno è stato allestito uno spazio bimbi Conad arricchito dei laboratori Piccolo Circo Krom per Conad.

Torneo Junior Conad Cup – Per il sesto anno Conad Centro Nord ha contribuito alla realizzazione del torneo juniores di calcio che vede la partecipazione di 48 squadre delle province di Parma e Reggio Emilia. Tante sono state, come sempre, le attività che hanno coinvolto i punti vendita del territorio durante la stagione.

Torneo Conad - Città del Tricolore – Essendo main sponsor della Valorugby di Reggio Emilia, Conad Centro Nord ha partecipato anche all'organizzazione della settima edizione del "Torneo Conad - Città del Tricolore" di minirugby.



OTTOBRE

Donne in Corsa Parma – La quinta edizione ha visto oltre mille partecipanti alla manifestazione podistica per "il Ben-Essere" e la tutela dei diritti delle donne. Il ricavato è stato destinato a sostenere i progetti delle associazioni per la parità di genere.



Teatro Ragazzi per le famiglie in collaborazione con Fondazione Solares a Parma e Fondazione I Teatri a Reggio Emilia – Da anni Conad Centro Nord dona ai bambini e alle loro famiglie (tramite le scuole e i Laboratori Famiglie) migliaia di biglietti per il Teatro Ragazzi a Parma e a Reggio Emilia.



NOVEMBRE

Barezzi Festival – Il Festival musicale di Parma, caratterizzato dal connubio tra classico e contemporaneo, ha sempre avuto come ospiti artisti di spicco a livello nazionale e internazionale come Paolo Conte. All'interno del Festival Conad Centro Nord ha "firmato" i menù Barezzi Snug all'interno del bar del Teatro Regio con i prodotti Sapori&Dintorni Conad; inoltre, in collaborazione con il negozio Sapori&Dintorni di Parma sono stati forniti prodotti a marchio Conad per l'area Hospitality del Teatro.



DICEMBRE

Concerto Natale Sotto l'Albero – Conad Centro Nord ha dato il suo sostegno al concerto benefico a favore dell'Hospice Centro Cure Palliative di Parma che si è tenuto domenica 16 dicembre al Teatro Regio di Parma.

Parma Facciamo Squadra e Anolini solidali – Anche nel 2018 Conad Centro Nord ha aderito al progetto di Parma Facciamo Squadra che ha visto il coinvolgimento di tantissimi volontari e dei punti vendita Conad nella produzione e vendita degli anolini solidali. Nelle immagini il Consiglio di Amministrazione di Conad Centro Nord che promuove l'evento e la conferenza stampa con i rappresentanti degli attori coinvolti e i prodotti Verso Natura Conad forniti per la produzione degli anolini.



Tutti Matti Sotto Zero – Conad Centro Nord è stata partner del festival con lo speciale “Al circo in famiglia con Conad” grazie al quale ci sono state agevolazioni sull’acquisto dei biglietti per i possessori delle Carte Conad. Più di 300 sono state le prenotazioni con sconto Conad, equivalenti a un terzo del pubblico.





Conad Centro Nord Soc. Coop.
Via Kennedy, 5
42040 Caprara di Campegine (RE)
Tel. 0522 905111
Fax 0522 905222
www.conad.it

Progetto e coordinamento editoriale:
**Direzione Risorse Umane,
Comunicazione Interna e Relazioni Sociali**

Stampato da
Tipolitografia L'OLMO
Montecchio Emilia (RE)

