

La comunità  
è più grande



# Sommario

2	Insieme, Più futuro	26	I dati della Rete di Vendita
4	Note metodologiche	28	Investimenti, aperture e ristrutturazioni
<b>5</b>	<b>Partecipazione e formazione</b>	28	Investimenti 2019
6	Convention Soci 2019	28	Piano di sviluppo 2020-2022
8	Formazione continua	29	Orientamento all'innovazione
11	Formazione obbligatoria	29	Innovare la logistica per migliorare l'ambiente
11	Igiene alimentare e sicurezza sui luoghi di lavoro	34	Innovare il punto di vendita per migliorare il rapporto con il Cliente – la tecnologia
12	Data protection e trattamento dei dati personali	<b>39</b>	<b>Performance economiche</b>
<b>13</b>	<b>Identità aziendale</b>	40	Produzione e distribuzione del valore aggiunto
14	Chi è Conad	41	Prospetto di determinazione del valore aggiunto
16	Conad Nord Ovest	<b>44</b>	<b>Relazione sociale</b>
19	La nostra storia	44	I nostri Stakeholder
20	Il decalogo dei Valori	44	I Soci
20	La nostra Vision	46	I Collaboratori - le risorse umane
20	La nostra Mission	48	Il Consumatore
20	Customer Satisfaction	76	I Fornitori di beni e servizi
21	La Governance	88	Valorizzazione della comunità
22	Il Codice Etico	88	I cittadini, l'ambiente e le comunità locali
23	Il Gruppo Societario		

# Bilancio sociale 2019



## Insieme, Più futuro



*Valter Geri,  
Presidente  
Conad Nord Ovest*



*Ugo Baldi,  
Amministratore Delegato  
Conad Nord Ovest*



*Massimo Galvan,  
Vicepresidente  
Conad Nord Ovest*

Durante il 2019 il Sistema Conad, i nostri Soci, le nostre persone, hanno insieme condiviso e realizzato importanti risultati: una forte e distintiva strategia verso la leadership, che suscita in tutti noi orgoglio, impegno e maggior senso di responsabilità. Un intenso lavoro di squadra per dare fin da subito vigore, obiettivi e nuovi traguardi alla nostra Conad Nord Ovest. Il nostro rapido percorso di integrazione, si può descrivere in un operoso successo, frutto della nostra tenacia, della professionalità, dell'impegno, del perfetto mix tra grande determinazione e passione.

Un impegno progettuale, un lavoro rafforzato dalla nostra "compatezza" in termini di Principi e priorità, costruito su solide fondamenta, i nostri Valori e la forte vocazione al miglioramento continuo.

Non avremmo mai creduto, di dover riscontrare così rapidamente la nostra sintonia ed efficacia organizzativa.

Il lavoro e le politiche condivise con i nostri Soci in termini di Valori, Missione e Regole

associative, sono stati determinanti nell'affrontare coesi i difficili momenti di questo periodo. Una fase che l'intera Gdo, la filiera alimentare ed il Sistema Italia stanno gestendo con determinazione, professionalità e senso del dovere.

In un momento così delicato *“Insieme, Più futuro”* ha rappresentato, e rappresenta il nostro modo speciale di *servire* e risponde alla *“nuova normalità”*.

Siamo certi che *Impegno e Valori*, rappresentano l'ideale *“cassetta degli attrezzi”*, per affrontare la rapidità del cambiamento ed al contempo, custodire e rafforzare la nostra identità distintiva. Accrescendo quotidianamente la nostra determinazione in termini di convenienza, di miglior servizio, di sicurezza nel nostro punto di vendita e delle nostre filiere.

Contribuire coerentemente a soddisfare al meglio le esigenze del cliente, della comunità e del territorio dove operiamo. Gli indi-

rizzi strategici che rendono forte, distintivo e moderno il nostro modello ci dovranno guidare nell'affrontare le nostre prossime sfide – i nostri nuovi progetti – in una costante ricerca di equilibrio tra doveri, diritti, imprenditorialità, rapporto con il territorio e valorizzazione dell'insegna Conad.

Le sfide odierne, con la gestione dell'emergenza sanitaria Covid-19 in primis, ci impongono di alzare ulteriormente la nostra asticella, nella consapevolezza che solo attraverso un rinnovato impegno, l'unitarietà e la responsabilità di tutti gli attori del nostro Sistema, saremo in grado di raggiungere i prossimi obiettivi.

È determinante – *prioritario* – valorizzare il rapporto con il cliente, dedicando mirati progetti per accrescere convenienza quotidiana, opportune scelte assortimentali, nuovi servizi ed al contempo ricordare costantemente il nostro *“comprendere viene prima di vendere”*, offrendo fiducia, sostegno, azioni concrete a supporto

dell'irrinunciabile positività verso le nostre comunità.

Proprio pensando al futuro ed alle prossime sfide, l'operazione Auchan rappresenta un altro importante *“tassello”* nella leadership del Sistema Conad e per la nostra Cooperativa, una preziosa operazione per valorizzare le nostre quote, il nostro impegno in termini di crescita e sviluppo.

Da imprenditori, corre l'obbligo di costruire un *“realistico”* ottimismo. Abbiamo la grande opportunità di poter dare un prezioso contributo, di fare la differenza. Insieme ai nostri Soci e grazie all'attenta professionalità messa in campo dalla squadra dei nostri collaboratori affrontare responsabilmente un *nuovo futuro*. Ce ne sentiamo parte, e crediamo che mai come adesso il nostro modello possa formulare le risposte più nette, le sfide più forti e coerenti.

I nostri Soci Imprenditori dovranno rappresentare gli attori di riferimento di un *Movi-*

*mento* che ambisce ad essere quotidianamente *“Persone oltre le cose”*.

*È l'ora della responsabilità.* Nelle nostre comunità, nei nostri territori, i punti di vendita e le nostre persone, rinnovano l'impegno a far sentire i clienti a loro agio, in sicurezza, come a casa. Accoglierli offrendo fiducia, competenza ed... un sorriso.

Sono impegni veri e concreti... alla nostra portata. Perché *Insieme sapremo offrire il meglio di noi stessi.*

*Perché Insieme si è più forti e possiamo fare la differenza per essere all'altezza della Leadership.*

*Insieme – con coraggio e lungimiranza – affronteremo il cambiamento in questa situazione nuova e complessa.*

***E ci prenderemo cura nell'essere parte attiva del Futuro che vogliamo.***

**Forza Conad Nord Ovest.**

## NOTE METODOLOGICHE

Il Bilancio Sociale di Conad Nord Ovest nasce dalla collaborazione di tutte le funzioni aziendali che, ciascuna per le proprie competenze, hanno raccontato progetti ed esperienze di un anno di lavoro.

### Il modello GBS

Il Bilancio Sociale è un documento disgiunto dal Bilancio d'esercizio, pur riprendendone parte delle informazioni economiche necessarie alla determinazione del valore aggiunto creato dall'azienda a favore dei propri stakeholder.

Conad Nord Ovest ha seguito, nella redazione di questo Bilancio Sociale, il modello GBS, elaborato da un gruppo di studio formato da professionisti provenienti dal mondo accademico e della consulenza, con l'obiettivo di offrire una guida sulle finalità e sulle procedure di formazione del Bilancio Sociale.

Tale gruppo di studio, costituito nel 1998, presentò, nel 2001, lo standard generale per la redazione del

Bilancio Sociale indicandone i soli contenuti minimi, lasciando quindi spazio all'aggiunta d'informazioni facoltative a discrezione delle aziende.

Alla scelta del contenuto minimo, che è garanzia di completezza del Bilancio, si è aggiunta, in seguito, la definizione della sua struttura, che è rivolta a tutelare l'uniformità nella presentazione delle informazioni.

Il modello proposto prevede una struttura articolata in 3 parti:

- 1) identità aziendale;
- 2) produzione e distribuzione del valore aggiunto;
- 3) relazione sociale.

La prima parte fa riferimento all'insieme di condizioni che si riflettono sul modo di essere dell'azienda: scelta degli obiettivi, modalità di realizzazione, rapporto con gli stakeholder. Gli elementi che definiscono l'identità aziendale sono: l'assetto istituzionale, i valori di riferimento, la missione, le strategie e le politiche.

La seconda sezione è dedicata al calcolo e alla distribuzione del valore aggiunto e serve per ancorare

il Bilancio Sociale ai dati contabili, i quali hanno una loro autonoma valenza sociale che non traspare dal Bilancio di esercizio e che deve essere comunque esplicitata.

Infine, la terza parte è destinata alla descrizione dei risultati connessi all'attività aziendale. Gli stakeholder presi in considerazione dal modello sono ad esempio: personale, soci, finanziatori, clienti, utenti, fornitori, Pubblica Amministrazione, collettività. Quest'ultima categoria comprende, tra l'altro, gli interessi di natura sociale e ambientale.

Per ciascun gruppo di stakeholder il Bilancio deve riferire in ordine alle politiche intraprese e ai risultati attesi, al grado di soddisfazione rilevato rispetto alle aspettative, alle modalità di comunicazione e al livello di conflitto.

Noi di Conad Nord Ovest abbiamo fatto precedere questi tre elementi portanti della struttura del Bilancio Sociale, da un capitolo dedicato alla "partecipazione ed alla formazione", in quanto elementi che da sempre caratterizzano il modo di concepire l'impresa per Conad.



# PARTECIPAZIONE

e formazione

# Convention Soci 2019

Il 6 e 7 Novembre al Teatro Manzoni di Bologna, insieme a tutta la nostra compagine sociale, si è tenuta la prima Convention di Conad Nord Ovest “*Insieme Più Futuro*”. L’obiettivo, dichiarato fin dal suo nome, è stato la condivisione di obiettivi, progetti e strategie. Abbiamo insieme raccolto tutta l’energia e l’orgoglio nell’essere riusciti a realizzare un traguardo così prezioso, per il Sistema e per le nostre Cooperative. “*Insieme più futuro*”, oltre ad essere il nome della Convention Soci 2019, identifica il nostro modo di affrontare questa sfida, la linea comune per valorizzare la nostra identità, custodita nelle nostre radici e nel nostro sfidante percorso. L’incontro di quest’anno, immediatamente successivo al Consiglio d’Amministrazione del 1° Ottobre, rappresenta un momento particolarmente importante, simbolo e *pietra miliare* di Conad Nord Ovest. La Convention di Bologna è una tappa che rimarrà nella nostra storia in quanto rappresenta il momento in cui si sono gettate le fondamenta della nuova Cooperativa, le sue regole, le sue strategie nel perseguire la nostra *Vision* e la leadership distintiva nei territori dove operiamo.

In questo appuntamento abbiamo condiviso temi chiave quali la centralità del Socio, l’evoluzione della leadership, la nuova progettualità dei format, la centralità dei reparti freschi, le politiche di convenienza e fidelizzazione.

Un primo e prezioso momento di riflessione con tutta la base sociale di Conad Nord Ovest, nella consapevolezza che la “Partecipazione attiva” rappresenti il vero motore della crescita dell’intera organizzazione, la visione necessaria per realizzare i vantaggi competitivi alla base della leadership indiscussa, la migliore espressione delle responsabilità nei confronti della comunità con la quale condividere valori, risorse e progetti. Strategie ed opportunità elaborate assieme per essere attuate e modulate nei punti di vendita, definendo le priorità per conseguire gli obiettivi di budget.

Come ha sottolineato l’amministratore delegato Ugo Baldi, Conad Nord Ovest è una realtà che opera su territori con forti identità; distintività e diversità da valorizzare per rafforzare comportamenti, strategie e politiche d’insegna elaborate, definite e condi-

vise. Questo è un connotato determinante per essere autentici punti di riferimento nelle comunità dove operiamo, in sintesi la responsabilità di una leadership fondata su impegno, competenza e lungimiranza.

Numerosi gli appuntamenti che durante l’anno hanno visto coinvolti attivamente tutti gli attori del nostro Sistema. Un percorso impegnativo e sfidante dove confronto ed ascolto sono stati fondamentali per rafforzare il nostro essere squadra ed il senso di appartenenza. Decisivo il lavoro svolto dalle Commissioni, tappe “chiave” del lavoro svolto dalla nostra macchina valoriale per eccellenza. Progettualità e confronto continuo per mettere a fuoco gli obiettivi presentanti durante la Convention di Conad Nord Ovest. Prezioso il contributo di analisi e di indirizzo offerto sui tavoli tecnici dai nostri Soci, con spunti mirati a perseguire le nostre politiche aziendali. In tema di partecipazione ricordiamo le due assemblee di bilancio in giugno di Conad del Tirreno e Nordiconad, momenti di incontro fondamentali per tracciare assieme le future rotte strategiche. Ricordiamo inoltre

gli appuntamenti con il personale di sede, opportuni per affrontare il cambiamento, costruire ed indirizzare il nostro progetto ed il nostro percorso.

Essere leader ci responsabilizza verso l’impegno preso quotidianamente con i nostri clienti: quello di rispondere al meglio alle loro aspettative. Un’attenta progettualità per ottimizzare i nostri processi e ricercare sinergie ed efficienze per essere leader in competitività. Un’attenta politica di pricing, distintività assortimentale, vicinanza al territorio, servizi innovativi, sono questi in estrema sintesi gli elementi chiave della nostra piramide strategica, con al vertice il Socio – il nostro modello imprenditoriale –. Un percorso strategico chiaro, “tutelato” da professionalità, competenza e da regole di governance condivise. Al centro del modello e del nostro impegno ad essere quotidianamente ***Persone oltre le cose***, il Socio Imprenditore, proprietario e gestore del punto di vendita.





## Formazione continua



Il programma formativo è strutturato per “vivere” la **formazione continua** e creare un clima favorevole alla crescita. Determinante l'attività svolta dalla Commissione Formazione per rispondere ai fabbisogni formativi, attraverso un piano di lavoro che mira a rafforzare le competenze, la “cura” del servizio e la relazione con il cliente. La formazione, per sua parte, ha contribuito al nostro progetto di fusione, valorizzando i temi della partecipazione attiva e la coerenza delle attività svolte con i cambiamenti in atto. Una progettualità in linea con le esperienze maturate nel Nord e nell'Ovest, che mira ad un costante aggiornamento in termini di preparazione, conoscenza, attenzione al particolare. Obiettivo prioritario “alzare l'asticella” della nostra organizzazione, coniugando gli indirizzi strategici con le quotidiane operatività svolte nel punto di vendita. È con questo proposito che opereremo nel 2020, pianificando attività formative a supporto della crescita continua degli attori protagonisti del Sistema, Soci, Cooperativa, Collaboratori. Un piano formativo ideale continuazione delle attività

del 2019, strutturato per rappresentare un perfetto equilibrio tra le priorità del nostro progetto di fusione e le opportune risposte agli stimoli ed ai cambiamenti in atto. Ampio spazio quindi alla concreta valorizzazione della nostra identità distintiva, ai progetti dedicati allo sviluppo della professionalità, della leadership imprenditoriale con il Socio al centro delle varie progettualità.

Lato Socio, lo sviluppo della leadership assume da sempre un ruolo determinante. Nella prima parte del 2020 ha preso vita un fitto calendario di incontri con tutta la base sociale dell'Area Nord, atti a costruire un momento di ascolto e confronto sui temi distintivi e sulle nostre regole. Preziosi appuntamenti di condivisione, approfondimento della nostra identità distintiva, Socio proprietario e gestore del punto di vendita, partecipazione attiva, leadership nella comunità dove si opera. Incontri realizzati nei singoli territori in gruppi di lavoro dalle numeriche non numerose, con l'obiettivo di aumentare l'efficacia e la consapevolezza del proprio stile di gestione.

In questa crescita formativa assieme al Socio, un ruolo chiave ha rivestito – nell’Area Ovest – l’edizione 2019 di **Noi, Protagonisti**, il progetto che mira ad accrescere le capacità relazionali, motivazionali e di guida da parte del Socio. Nei progetti di orientamento culturale è determinante dare continuità e responsabilità al percorso. Come ci ricorda il nostro AD Ugo Baldi *“i valori ed i comportamenti positivi per essere “persone oltre le cose” non hanno data di scadenza, ma certamente di opportunità!”*. Un percorso che si è rinnovato grazie all’impiego dello strumento formativo della **Sit-com**. Attori protagonisti che interpretano ruoli chiave nella vita di negozio, hanno messo in scena il nostro decalogo dei comportamenti. Le dinamiche osservate, positive e negative, hanno permesso di confrontarsi e riflettere sull’importanza delle relazioni all’interno del negozio, ed individuare le aree su cui impegnarci per crescere insieme. La visione della sit-com ci strappa un sorriso per comprendere e “far nostro” il salto comportamentale positivo per allungare la scontrino ed ... “essere quotidianamente *persone oltre le cose*”.

Parallelamente l’attività formativa per la rete associata dell’Area Nord ha previsto diverse iniziative volte a valorizzare e rafforzare il ruolo del leader, implementando conoscenze e competenze: l’analisi dei principali indicatori di prestazione del punto di vendita, la gestione efficace dei Collaboratori e la selezione del personale. Attraverso la comprensione dell’andamento complessivo del proprio punto di vendita attuare le migliori modalità di gestione e miglioramento dei processi decisionali e dei propri risultati. Nell’ottica di potenziare anche gli aspetti relazionali, oltremodo importanti per una buona gestione del punto vendita, l’attività formativa ha previsto il corso sulla “Gestione Efficace dei Collaboratori” e “La Selezione del Personale”.

Un obiettivo, quello della crescita continua, che ritroviamo con forza anche nel **Progetto Bench**, attività formativa svolta nell’Area Ovest a partire dal 2009 e realizzata assieme ai Soci. Durante le varie edizioni, il progetto si è “potenziato” in termini di confronto, scambio di “buone pratiche” ed analisi

dei nuovi trend per stimolare ed accrescere il valore dei momenti partecipativi e del “nostro scontrino”. Sono stati presentati i risultati delle performance dei punti vendita, per gruppi di lavoro con caratteristiche simili, con una “navigazione” organizzata per macro indicatori, capaci di orientarci nell’area commerciale e nell’area economica-gestionale. Il Progetto Bench sarà una tappa irrinunciabile anche per il 2020.

La formazione professionale della Rete, sarà indirizzata al rispetto delle nostre linee guida, all’accrescimento continuo della professionalità attraverso lo sviluppo della competenza in ottica di “prodotto” e vendita efficace, puntando all’accrescimento del *“valore e qualità del vendere”*. Perseguire obiettivi sempre più sfidanti impone un costante aggiornamento in termini di conoscenza, dedizione e cura del particolare. Punteremo allo sviluppo della cultura su segmenti specifici di reparto ed alla diffusione di pratiche in coerenza con la politica commerciale. Priorità e programmi da svolgere frutto di un attento lavoro inter-

funzionale assieme al Commerciale, Assistenza Soci e Marketing. Il punto di vendita – quotidiano “ambasciatore” dei nostri punti di forza ma anche delle nostre aree di miglioramento – diventa il luogo per “vivere” la formazione, organizzata in gruppi omogenei. Un progetto coerente quindi al nostro impegno di mettere a sintesi i fabbisogni con gli obiettivi e le priorità aziendali, riponendo massima attenzione ai “bastioni” strategici ed alle necessarie specializzazioni, ed attuando una verifica sistematica dei percorsi di miglioramento perseguiti.

Nel corso del 2019 sono stati affrontati numerosi moduli formativi, spaziando dalla Gastronomia alla Pescheria, dalla Carne, con i suoi prodotti elaborati, alla gestione della IV e V Gamma dell’Ortofrutta, confermando la priorità del coinvolgimento degli operatori dei reparti freschi. Percorsi formativi supportati anche da qualificati contributi esterni, vedasi ad esempio il corso “I Prodotti Elaborati nel Reparto Carni”, edizione realizzata in collaborazione con l’Università dei Sapori di Perugia.

## BUSSOLA STRATEGICA FORMAZIONE CONTINUA

### RETE COMPETENZE E MESTIERE

Negozi Ambasciatore



### FORMAZIONE OBBLIGATORIA

SEDE



**BENCH**  
Migliori Pratiche



**SOCI**  
Crescita Distintiva

### ASPIRANTI SOCI



**Noi**  
**Protagonisti**  
Continuità progettuale

Le attività di formazione professionale di mestiere identificano un elemento chiave del nostro piano formativo: migliaia sono state le ore complessive di formazione realizzate negli ultimi anni, nella consapevolezza che la crescita della nostra insegna passi inevitabilmente dalla crescita di ogni singola professionalità.

Nell'Area Nord sono state realizzate delle periodiche **Assemblee di Settore**, occasione in cui condividere pillole formative di settore e dove "ricercare" uno stretto collegamento con le specializzazioni assortimentali. Ricordiamo gli argomenti approfonditi nel corso del 2019, quali "Il Suino per le Carni", "Le Pesche per l'Ortofrutta", "Il Prosciutto Crudo per i Salumi e Latticini".

Un'intensa architettura formativa, strettamente connessa alla crescita ed alla transgenerazionalità del nostro sistema "... dove il dipendente di oggi... o meglio... il collaboratore... può essere il Socio Im-

prenditore di domani". È per questo che ci impegniamo a rinnovare ogni anno ed a porre le basi per lo sviluppo di nuovi **percorsi di tutoraggio e progetti per Aspiranti Soci**, per la crescita continua della nostra base sociale.

Un percorso che nel 2020 ha già dato vita ad una prima sessione di incontri.

Saranno inoltre realizzate attività formative dedicate ai Collaboratori di sede, nell'ottica di supportare e sviluppare coerentemente le future sfide e le professionalità necessarie.

La formazione, in un contesto socio-economico in costante mutamento, è un imprescindibile supporto per adattarsi e reagire al meglio alle mutevoli sfide. La formazione continua ci supporta nel perseguire la nostra leadership distintiva, i nostri valori, la nostra capacità di rispondere alle aspettative dei milioni di clienti che cercano in noi convenienza, qualità, servizio, professionalità, sicurezza e... fiducia.

# Formazione obbligatoria

## IGIENE ALIMENTARE E SICUREZZA SUI LUOGHI DI LAVORO

La formazione delle risorse rappresenta un tema centrale e strategico per il Gruppo, la cui importanza è confermata dal ruolo propulsivo e dalla costante attività della Commissione Formazione costituita nell'ambito della Cooperativa.

La Commissione riveste il suo ruolo di interprete delle esigenze e dei fabbisogni formativi manifestati dai soci della rete e la formazione professionale continua a rappresentare l'ambito di interesse più sentito da parte delle società del Gruppo.

In questo contesto sono state ricercate, in sinergia con la Cooperativa, le formule migliori per incoraggiare il raggiungimento dei risultati formativi professionali aziendali orientati ad implementare le competenze richieste dalle mansioni svolte e dal ruolo ricoperto dalle risorse.

Accanto alla formazione professionale rimane costante l'impegno e l'aggiornamento nel campo della formazione obbligatoria dei dipendenti degli associati e del personale della Cooperativa e delle società del Gruppo (comprese le società di Servizi).

La "formazione obbligatoria" è necessaria per adempiere alle disposizioni normative in particolare in materia di igiene alimentare (HACCP) e sicurezza sul luogo di lavoro (Testo Unico 81/2008), ma rappresenta anche un valore essenziale che permette di rendere riconoscibile il nostro sistema da un punto di vista di legalità, etica e serietà nella relazione con i lavoratori.

L'impegno, l'attenzione e la sempre più accresciuta consapevolezza in questa direzione offre ricadute positive e a vantaggio dell'intero sistema che pone al centro la valorizzazione delle risorse umane e la tutela della persona stessa.

La normativa sull'igiene alimentare e sulla sicurezza sul luogo di lavoro pone a carico delle aziende l'obbligo di erogare la formazione a tutti i dipendenti secondo precise modalità, durate e contenuti mediante aule di docenza con consulenti specializzati e, se consentito dalla normativa, attraverso la fruizione della formazione a distanza.

In generale, la formazione obbligatoria delle risorse è organizzata con costante attività di promozione e monitoraggio su tutto il territorio sia in ambito di formazione destinata a tutti i lavoratori, sia in campo di formazione e aggiornamento periodico rivolto a figure nominate in ruoli specifici, ad esempio addetti antincendio, primo soccorso, preposti, rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza.

Anche nell'ambito della Cooperativa è fondamentale l'impegno in tema di formazione e aggiornamento in materia di sicurezza sul luogo di lavoro, ritenuta

valore sociale e condiviso, la cui divulgazione contribuisce a migliorare i livelli di consapevolezza sulla sicurezza.

Conad Nord Ovest sviluppa infatti questo tema anche oltre le previsioni normative, ispirandosi da sempre ai principi di tutela e salvaguardia dell'ambiente di lavoro e della salute dei lavoratori. In particolare, soprattutto per i depositi ove il tema della sicurezza presenta, per le caratteristiche delle attività ivi espletate – criticità più forti rispetto a quelle presenti negli uffici – la Cooperativa ha mantenuto alta l'attenzione sull'efficacia e il rispetto delle procedure interne a vantaggio della sicurezza che si concretizzano in vere e proprie regole comportamentali integrative e complementari al Testo Unico sulla sicurezza.

## DATA PROTECTION E TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

Con l'entrata in vigore del Regolamento Europeo UE 2016/679 (GDPR) concernente la tutela delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali e la libera circolazione di tali dati, il Legislatore ha inteso adeguare la normativa in materia di privacy alle nuove tecnologie e al mutato contesto socio-economico ed armonizzare ed uniformare la normativa nazionale a livello europeo.

Nell'ambito della propria compliance e del progressivo adeguamento al GDPR, la Cooperativa ha riconosciuto l'importanza dell'efficacia e del funzionamento del complesso di misure giuridiche, organizzative e tecniche messe in atto per la protezione dei dati personali.

Conad Nord Ovest ha nominato il Data Protection Officer (D.P.O.), una figura esterna

di qualificata preparazione, competenza ed esperienza nell'ambito privacy.

Inoltre la Cooperativa si è dotata di un proprio Modello Organizzativo, ha elaborato il Registro dei trattamenti e specifiche procedure per la gestione della data protection che sono oggetto di un costante aggiornamento sulla base dello sviluppo della normativa e degli specifici trattamenti dei dati.

In questo contesto la formazione rivolta alle proprie risorse riveste uno strumento in grado di sensibilizzare e mantenere un adeguato livello di cultura in ambito privacy, che in termini di tutela dei dati personali può comportare un valore aggiunto per Conad Nord Ovest. La finalità che si intende perseguire attraverso la formazione è infatti di consentire una diffusione capillare ed uniforme delle disposizioni del GDPR e delle procedure di cui il Gruppo si è dotato e a tal fine è estesa anche alle altre Società del Gruppo e dei Servizi.

La formazione vuol dare grande risalto e spazio anche al contenuto delle istruzioni destinate agli incaricati del trattamento per rinnovare la consapevolezza dell'importanza della riservatezza e della tutela del dato rispetto al proprio modo di agire, dei rischi che incombono sui dati personali, delle misure disponibili per prevenire eventi dannosi, dei profili della disciplina sulla protezione dei dati personali più rilevanti in rapporto alle relative attività e delle responsabilità che ne derivano.

La formazione inoltre è rivolta anche alle risorse della rete associata, ai Soci in particolare e a coloro che all'interno dei punti vendita rivestono il ruolo di "designato" occupandosi del trattamento dei dati personali oltre che dei lavoratori anche dei clienti fidelizzati.

La formazione prevede anche sessioni formative ad hoc, alle quali intervengono interlocutori altamente qualificati nel settore della privacy, destinate alle aziende

associate ed aventi ad oggetto la divulgazione dei principali aspetti della normativa europea e un focus sugli adempimenti e sulle procedure riguardanti l'attività del punto vendita.

L'obiettivo che si vuol perseguire attraverso una così intensa ed uniforme formazione in tutti gli ambiti è stato quello di sensibilizzare e mantenere un adeguato livello di cultura in ambito privacy, che in termini di tutela dei dati personali può comportare un valore aggiunto per l'intero Sistema.



# IDENTITÀ

aziendale

**3.651**  
PUNTI DI VENDITA

**14,3**  
(miliardi di Euro, ca.)  
**FATTURATO**  
**AL 31/12/2019**

## Chi è Conad

### Conad - Consorzio Nazionale Dettaglianti

- nasce nel 1962 ed è la più importante organizzazione in Italia d'imprenditori indipendenti del commercio al dettaglio.

Dal punto di vista societario, Conad è un Consorzio aderente a:

- ANCD, Associazione Nazionale Cooperative Dettaglianti (articolazione settoriale di Legacoop);
- ADM, Associazione della distribuzione moderna, che ha la missione di rappresentare il settore nei confronti della produzione industriale e agricola.

Quello di Conad è un originale modello distributivo fondato sulla figura del commerciante-cooperatore, ovvero dell'imprenditore del commercio associato in cooperativa, protagonista di un network organizzato su tre livelli:

**1. Imprenditori Associati** (titolari dei punti di vendita al dettaglio)

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

### 2. Cooperative

- sostengono le attività imprenditoriali dei Soci, con servizi commerciali, di marketing – vendite, di logistica e distribuzione, di formazione, innovazione tecnologica, consulenze per apertura e gestione dei punti di vendita;
- collaborano con i Soci nei programmi di sviluppo della rete di vendita;
- partecipano all'elaborazione delle politiche nazionali nel consorzio e nell'associazione (ANCD – Associazione Nazionale Cooperative Dettaglianti).

### 3. Consorzio Nazionale Conad

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

Questo modello organizzativo garantisce il raggiungimento di due scopi fondamentali:

- la massa critica a livello nazionale;
- il rapporto con il territorio, cioè quel contesto sociale in cui il cliente vive ed opera.

Per realizzare compiutamente questi obiettivi generali, Il Consorzio Nazionale, svolge alcuni essenziali servizi, quali:

- accordi commerciali generali con grandi fornitori;
- realizzazione di prodotti a marchio Conad;
- comunicazione istituzionale.

Il Consorzio Conad è tra i promotori di AgeCore, alleanza strategica internazionale che unisce le insegne già partner di Core e di Alidis (Alliance internationale de distributeurs).

Il Consorzio Conad è attualmente strutturato con 6 Cooperative che coprono l'intero territorio nazionale.



### 3.651 Punti di Vendita

A questa rete si aggiungono:

- **139** Parafarmacie
- **42** Distributori di carburante
- **42** Pet Store
- **15** Ottico

Conad è leader di mercato con una quota del 13.8% e consolida la sua leadership nel segmento dei Supermercati, con il 23.7% di quota.

Il core business è il *food-retail*, con una superficie media per negozio di 684 metri quadri.

9.7 milioni di famiglie (una famiglia su tre) fanno una spesa nei punti di vendita Conad.

Il fatturato alla vendita al 31/12/2019 è stato di circa 14.3 miliardi di Euro, in crescita rispetto al 2018 del +5.9%.

La quota di prodotti a marchio (marchio del distributore) ha raggiunto il 30.3% contro una media di mercato del 20.8% (Fonte I.R.I.).

Il prodotto a marchio si conferma elemento capace di fidelizzare un numero crescente di clienti e fornire un posizionamento distintivo per le insegne del gruppo.

La strategia promozionale Conad ha prodotto oltre 736 milioni di Euro di risparmi per i clienti (fonte I.R.I.).

Da segnalare l'iniziativa Bassi & Fissi dedicata interamente ai prodotti a marchio Conad (520 prodotti di 95 categorie di consumo a prezzi ribassati stabilmente del 26%) che ha generato un risparmio annuo medio per famiglia di 1.441 Euro.

Fonti:

1) <https://www.conad.it/news/2019/12/18/conad-raggiunge-la-leadership-di-mercato-oltre-14-miliardi.html>

2) Guida Nielsen 2° sem. 2019



## Conad Nord Ovest

Conad Nord Ovest, nata nel 2019 dalla fusione per unione delle due cooperative Conad del Tirreno e Nordiconad, è una delle maggiori imprese italiane con:

 **732** milioni di Euro  
PATRIMONIO NETTO

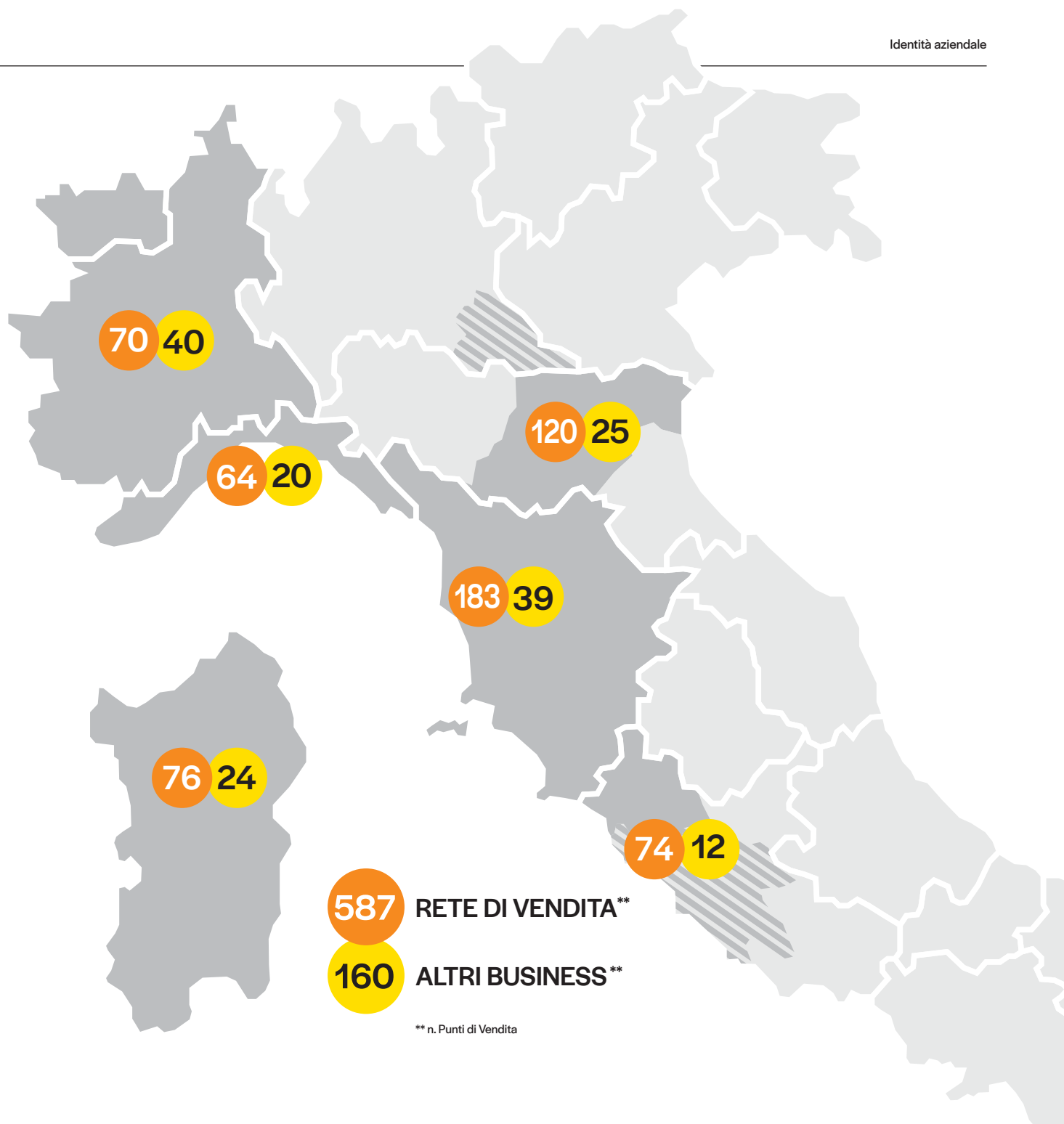
 **4.0** miliardi di Euro  
GIRO DI AFFARI COMPLESSIVO

 **587**  
PUNTI DI VENDITA

 **366** Area Nord: 156  
Area Ovest: 210  
N. SOCI\*

 **441.915**  
M<sup>3</sup> COMPLESSIVI

 **16.000** oltre  
OCCUPANTI COMPLESSIVI  
DI SISTEMA



\* Intesi come "Società associate a Conad Nord Ovest"

\*\* n. Punti di Vendita




## QUOTE MERCATO - 2° SEMESTRE 2019 GNLC

Regione		Quote di mercato
Sardegna	1° gruppo distributivo in regione	18,7%
Lazio* (Roma, Viterbo)	1° gruppo distributivo in regione	25,2%
Emilia (Bologna, Ferrara, Modena)**	2° gruppo distributivo in regione	13,9%
Toscana	3° gruppo distributivo in regione	16,0%
Liguria	4° gruppo distributivo in regione	11,4%
Piemonte (con Valle d'Aosta)	9° gruppo distributivo in regione	4,6%

\* Il dato è complessivo assieme a quello di PAC2000A

\*\* No Mantova

## REGIONI/PROVINCE IN CUI SIAMO PRESENTI

	<b>Piemonte - Valle d'Aosta</b> Alessandria, Asti, Biella, Cuneo, Novara, Torino, Verbano-Cusio-Ossola, Vercelli, Aosta
	<b>Liguria</b> Genova, Imperia, Savona, La Spezia
	<b>Emilia + Provincia di Mantova</b> Modena, Bologna, Ferrara, Mantova
	<b>Toscana</b> Arezzo, Firenze, Grosseto, Livorno, Lucca, Massa-Carrara, Pisa, Pistoia, Prato, Siena
	<b>Lazio</b> Roma, Viterbo
	<b>Sardegna</b> Cagliari, Carbonia-Iglesias, Medio Campidano, Nuoro, Ogliastra, Olbia-Tempio, Oristano, Sassari

## PIATTAFORME LOGISTICHE

# 221.050 m<sup>2</sup> totali

### Ovest

#### Montopoli in Val d'Arno (PI) - GV

Food Secco, Beverage, Food (15-18°C), No Food

**33.000 m<sup>2</sup>**

#### Montopoli in Val d'Arno (PI) - Freschi

Fresco, Ortofrutta, Carne, Pesce

**19.500 m<sup>2</sup>**

#### Civitavecchia (RM)

Food Secco, Beverage, Food (15-18°C), No Food,

Alta rotazione Beverage

**22.000 m<sup>2</sup>**

#### Monastir (CA) - GV

Food Secco, Beverage, Food (15-18°C), No Food

**21.900 m<sup>2</sup>**

#### Monastir (CA) - Freschi

Fresco, Ortofrutta, Carne, Pesce

**7.700 m<sup>2</sup>**

### Nord

#### Anzola (BO)

Food Secco, Beverage, Food (15-18°C), No Food

**26.870 m<sup>2</sup>**

#### Quiliano (SV)

Food Secco, Beverage, Food (15-18°C), No Food, Fresco, Ortofrutta, Carne, Pesce

**40.000 m<sup>2</sup>**

#### Modena

Fresco, Ortofrutta, Carne

**15.900 m<sup>2</sup>**

#### Sassari (SS)

Food Secco, Beverage, Fresco, Ortofrutta, Carne

**12.000 m<sup>2</sup>**

#### Tarquinia (VT)

Fresco, Ortofrutta, Carne, Pesce, Surgelato

**17.100 m<sup>2</sup>**

### Piattaforme in c/deposito

#### Serravalle Pistoiese (PT)

Surgelato - **1.500 m<sup>2</sup>**

#### Uta - Macchiareddu (CA)

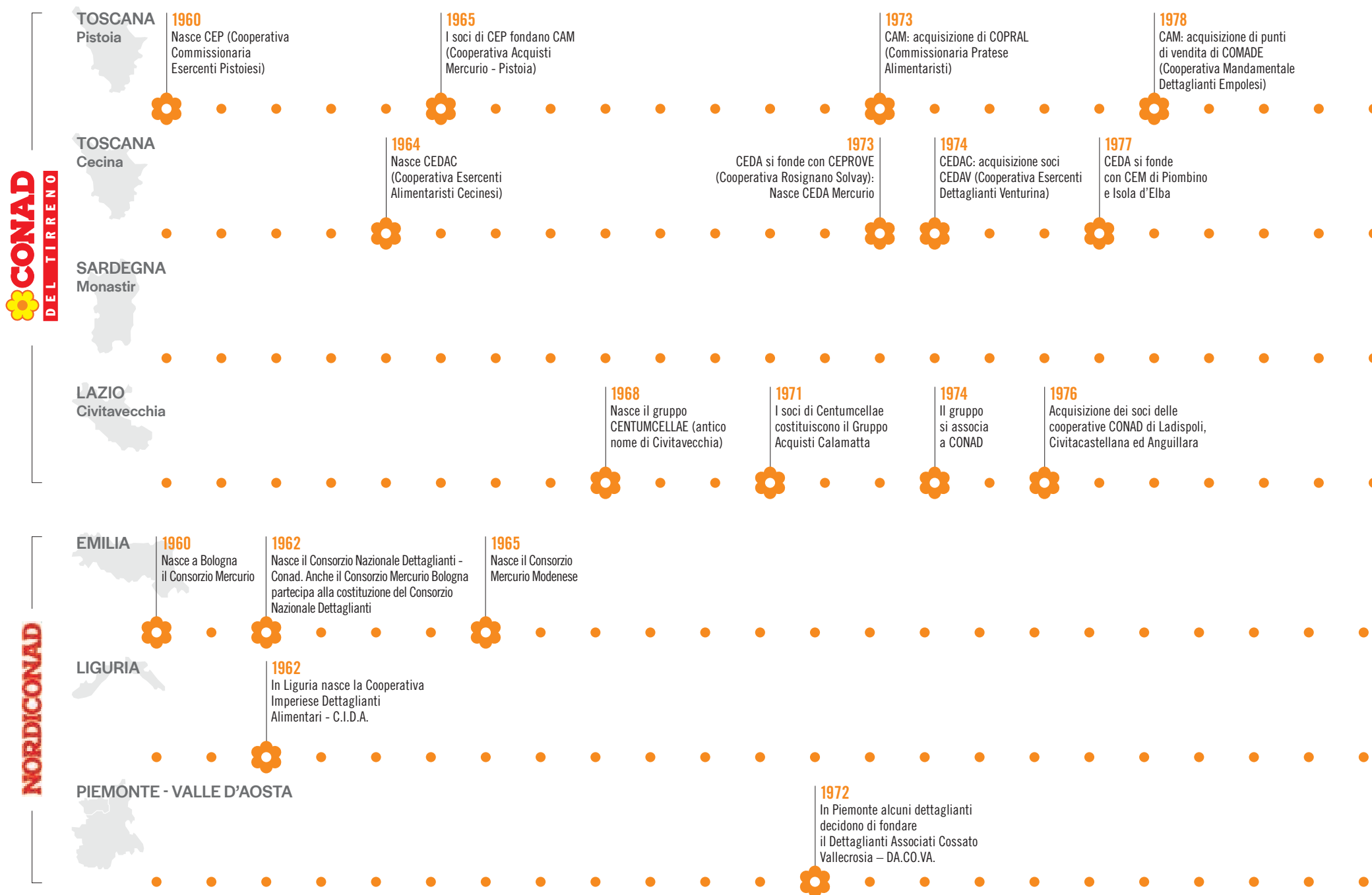
Surgelato - **1.100 m<sup>2</sup>**

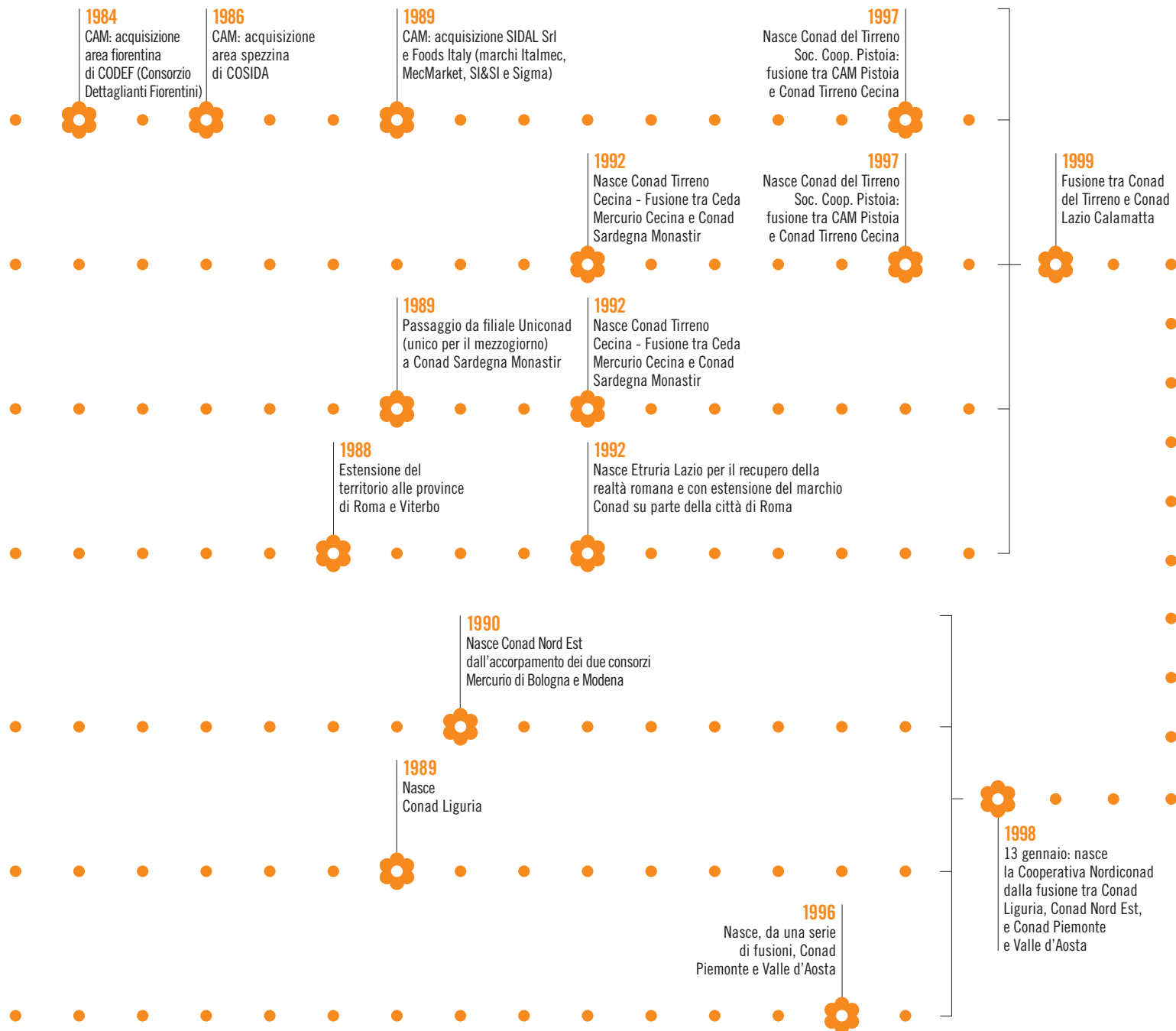
### Piattaforme in c/deposito

#### Rivalta Scrivia (AL)

Surgelato

**2.480 m<sup>2</sup>**





## LA NOSTRA STORIA

**2019**  
Conad Nord Ovest nasce ufficialmente l'1/10/2019 dalla fusione per unione delle due cooperative Conad di Pistoia e Modena. Come sintetizzato dallo schema, Conad Nord Ovest affonda le sue radici nel movimento cooperativistico italiano, condividendone la storia ed il relativo percorso evolutivo



## IL DECALOGO DEI VALORI

“Persone oltre le cose”: distintività valoriale, “guida” del nostro operato. I Valori sono i criteri che ci guidano nel lavoro, nella società, nella vita.



## LA NOSTRA VISION

Conad leader della distribuzione alimentare italiana.

## LA NOSTRA MISSION

Sostenere con adeguate strategie, funzioni e servizi l'attività degli imprenditori commerciali indipendenti, associati in cooperativa, nel loro rapporto con i consumatori ampliando la quota di mercato del Sistema Conad.

## CUSTOMER SATISFACTION

Il nostro rapporto con il Cliente è riassunto dal seguente slogan:

*“comprendere viene prima di vendere”.*

Per noi di Conad il comprendere non si risolve in un generico ascoltare ma nella piena coscienza di ciò che accade nel mondo e nelle famiglie del nostro Paese.

**LA NOSTRA IDENTITÀ – LE NOSTRE REGOLE, A TUTELA DELLA DISTINTIVITÀ E DELLA NOSTRA CRESCITA.**



## LA GOVERNANCE

Il sistema di governo di Conad Nord Ovest è basato sulla partecipazione attiva dei propri associati in tutti i livelli decisionali, caratterizzata dalla collaborazione stretta con il management, con il quale condividono progettualità ed esperienze.

In particolare il sistema di governo dell'azienda è rappresentato da:

### Organi Istituzionali

- Assemblea Ordinaria dei Soci
- Consiglio di Amministrazione
- Organi di Coordinamento Interno
- Commissioni Soci
- Comitati Territoriali
- Convention
- Riunioni di Canale
- Direzione

In particolare:

**L'assemblea ordinaria dei Soci** viene convocata almeno una volta all'anno. Consente ad ogni socio di influire sugli indirizzi e sulle decisioni strategiche, gestionali-ope-

rativa e su tutte le questioni relative al governo dell'impresa.

I principali temi oggetto di discussione sono:

- l'approvazione del bilancio;
- la nomina delle cariche sociali;
- altri ed eventuali argomenti presenti nell'ordine del giorno dei lavori assembleari.

Il **Consiglio d'Amministrazione** fornisce le linee guida e gli indirizzi strategici alle strutture operative ed è investito dei più ampi poteri in ambito di ordinaria e straordinaria amministrazione.

Conad Nord Ovest è una cooperativa dotata di un Consiglio di Amministrazione composto da 23 Consiglieri.

Di tale CdA fanno parte, inoltre: il Presidente Valter Geri; il Vice Presidente Massimo Galvan; l'Amministratore Delegato di CNO Ugo Baldi; l'Amministratore Delegato di Conad Francesco Pugliese.

## PARTECIPAZIONE ATTIVA

### ATTIVITÀ/PROGETTI

#### COMMISSIONI

Area Nord	Area Ovest
<b>10</b>	<b>15</b>
Com. Centrali	Com. Centrali

<b>11</b>	<b>26</b>
Com. Freschi	Com. Freschi

#### Conad Nord Ovest (vs Convention)

<b>11</b>	<b>35</b>
Com. Centrali	Com. Freschi

#### Com. Rete e Riunioni di Canale

**27**  
Incontri di Bench

**9**

### STRATEGIA

#### ASSEMBLEA DI BILANCIO

**2**  
(Nord e Ovest)

#### CONVENTION SOCI

**1**

#### COMITATI TERRITORIALI

Area Nord	Area Ovest
-----------	------------

<b>12</b>	<b>6</b>
-----------	----------

#### PROGETTO CONAD NORD OVEST

#### Comitati di Integrazione

**5**  
Incontri con i Soci

**8**

#### Incontri con il Personale di Sede

**7**

Il Socio partecipa alla definizione della strategia e delle politiche della Cooperativa nelle competenti sedi, impegnandosi a dedicare un sesto del suo tempo a tali attività (*Riunioni di Canale, Commissioni, ecc.*).

Il Socio vive la strategia della cooperativa e del sistema, è parte della strategia, che scrive ed elabora assieme agli organi del sistema.

*Mediante la sua professionalità “porta” le singole valutazioni lato cliente e territorio nelle commissioni, luogo dove fare sintesi delle esperienze sul campo; dunque il “cliente” ed il “territorio” sono sempre presenti nelle decisioni/progetti mediante la partecipazione attiva dei Soci.*

Le Commissioni dei Soci sono il punto centrale di elaborazione delle politiche commerciali e di servizio della cooperativa.

## IL CODICE ETICO

Conad Nord Ovest ha adottato, fin dalla sua costituzione per fusione, il suo Codice Etico e con esso ha inteso codificare i principi etici e i doveri morali a cui sono chiamati i suoi destinatari nei loro rapporti reciproci e ai quali dovrà essere improntato il comportamento di tutti coloro che, ognuno per quanto di propria competenza e nell'ambito del proprio ruolo, cooperano al perseguimento dei fini della Cooperativa nell'ambito di tutte le relazioni che la stessa intrattiene.

Il Codice Etico è diventato dunque la “Carta Costituzionale” di Conad Nord Ovest, una carta dei diritti e doveri morali che definisce la responsabilità etico-sociale di ogni partecipante all'organizzazione aziendale ed è il principale strumento di implementazione dell'etica anche all'interno della medesima. Esso individua, definisce e chiarisce gli impegni e le responsabilità etiche assunte da una pluralità di soggetti: dal management, dai dipendenti e più in generale dai collaboratori della Cooperativa il cui apporto è richiesto per lo svolgimen-

to dell'attività aziendale o da coloro che comunque entrano in contatto – diretto o indiretto – con la stessa.

Esso si pone così come uno strumento efficace per prevenire qualunque comportamento che possa anche solo ledere l'immagine aziendale e rappresenta un elemento distintivo di Conad Nord Ovest nei rapporti con i terzi e con il mercato, supportandone la reputazione in modo da consolidarne ed estenderne la fiducia.

In questo contesto la Cooperativa si pone l'obiettivo di consentire e favorire, attraverso il coinvolgimento di tutti gli interessati e nell'ambito dell'intero Sistema, la divulgazione e la condivisione dei principi e delle regole contenute nel Codice Etico che sono percepiti come valore fondante e condiviso al quale improntare da sempre le attività e le relazioni all'interno della cooperativa e della rete distributiva associata.

Conad Nord Ovest ha altresì adottato il Modello di Organizzazione Gestione e Controllo previsto dal D.Lgs.231/2001 ed

ha costituito al proprio interno l'Organismo di Vigilanza, dotato di autonomi poteri di iniziativa e di controllo, strutturato in forma collegiale e al quale è affidato il compito, tra l'altro, di approfondire, verificare, promuovere la diffusione e l'aggiornamento del codice Etico e monitorarne l'attuazione.

Per dare maggior valore a quest'intento, nel tempo è stato nominato un Responsabile Etico del Gruppo, con il compito di curare l'aggiornamento del Codice della Cooperativa e di svolgere attività di presidio su queste tematiche sull'area operando in sinergia con l'Organismo di Vigilanza.

Il Responsabile Etico del Gruppo si occupa anche di presidiare l'area relativa all'adozione del Codice Etico da parte delle società associate a Conad Nord Ovest al fine di salvaguardarne l'immagine, la reputazione ed i valori etici ai quali si ispirano gli associati, supportando le singole imprese associate nella divulgazione all'interno dei punti vendita attraverso gli incontri con il personale dipendente unitamente all'illustrazione del Regolamento Aziendale.



Il Codice Etico, in ragione dei principi in esso contenuti, è considerato infatti parte integrante del Regolamento Aziendale. A tale scopo eventuali inosservanze vengono sanzionate sul piano disciplinare.

Tutti i destinatari del Codice Etico sono tenuti a dare tempestiva informazione al Responsabile Etico, per quanto di sua competenza, quando siano a conoscenza di violazioni anche solo potenziali, nell'ambito dell'attività di Conad Nord Ovest, di norme di legge e di regolamenti, del Modello, del Codice.

## IL GRUPPO SOCIETARIO

### **Società Capogruppo Conad Nord Ovest:**

la Cooperativa svolge attività di distribuzione di generi alimentari e non alimentari di largo e generale consumo, in favore delle strutture di vendita associate caratterizzate dalle insegne: Conad Ipermercati, Spazio Conad, Conad Superstore, Conad, Conad City, Sapori&Dintorni, Margherita, Spesa Facile. La Cooperativa in adempimento dello scopo mutualistico opera con l'obiettivo di fornire agli imprenditori associati prestazioni a condizioni sicuramente più vantaggiose di quelle che l'associato potrebbe ottenere agendo isolatamente sul mercato. Provvede agli acquisti, direttamente dalla produzione, saltando l'anello degli operatori all'ingrosso.

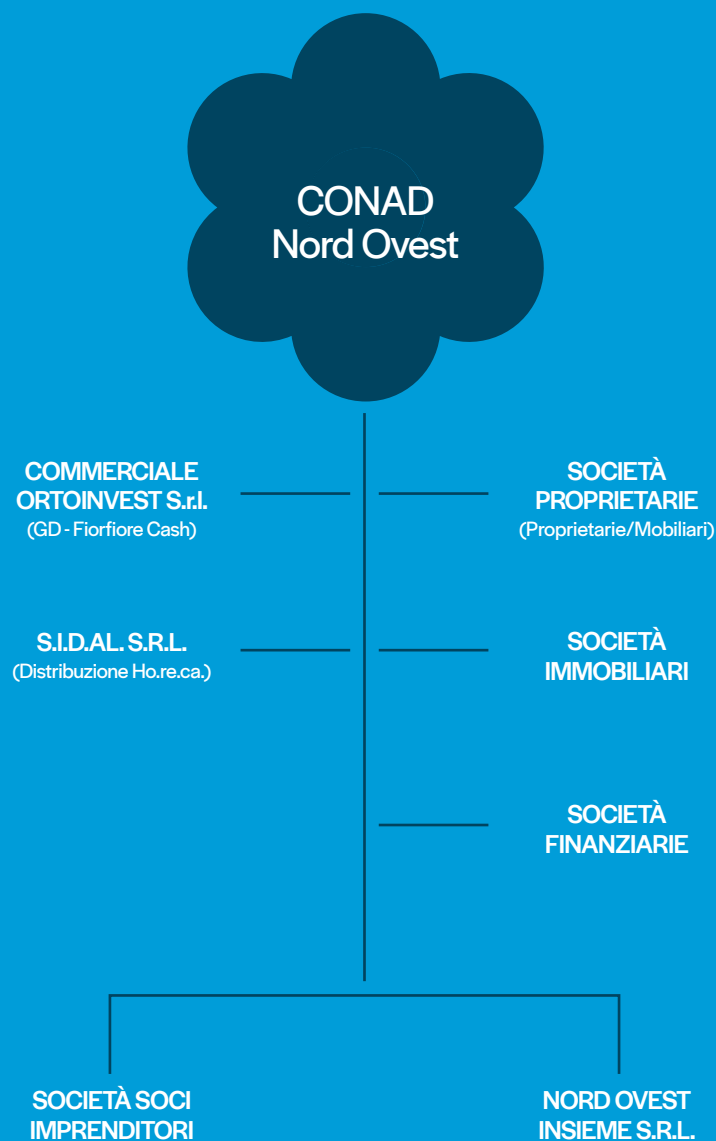
### **Società Commerciali**

**Commerciale Ortoinvest S.r.l.:** società controllata al 100% svolge attività di acquisto e vendita dei prodotti ortofrutticoli commercializzati al dettaglio dalla rete di vendita associata a Conad Nord Ovest.

**GD S.r.l.:** controllata al 100% svolge attività di vendita al dettaglio di generi alimentari e non alimentari e di merci in genere, nei sei Ipermercati di proprietà, con insegna "Conad Ipermercato"; svolge l'attività di distribuzione carburante con insegna Conad in tre stazioni di carburante adiacenti i punti di vendita di proprietà, oltre a gestire, in appositi negozi ubicati nelle medesime gallerie nelle quali sono insediati gli ipermercati, diverse attività di vendita di prodotti parafarmaceutici, attività di ottico, Pet Store e attività di bar e ristorazione, tutti a marchio Conad.

**Sidal S.r.l.:** la società, che è partecipata da Conad Nord Ovest al 20%, è proprietaria di centri di distribuzione all'ingrosso - "cash & carry" - operanti sotto il marchio di proprietà ZONA e presenti nelle regioni di Toscana, Liguria e Sardegna. Ne cura ogni aspetto relativo allo sviluppo dell'attività di distribuzione all'ingrosso, principalmente verso il settore "Ho.Re.Ca." (Hotel, Restaurant, Catering), incluso il servizio di delivery operante sotto il marchio di proprietà DÈDICO.





**Fior Fiore S.r.l.:** controllata al 100% ha per oggetto l'esercizio dell'attività di commercio all'ingrosso di generi alimentari e non alimentari ed affini, con consegne a domicilio che effettua dal proprio centro di distribuzione sito in Emilia Romagna (Modena).

### Società Finanziarie

**Monetika S.r.l.:** opera nella concessione di finanziamenti esclusivamente nei confronti di società: (i) facenti parte del proprio gruppo di appartenenza (Gruppo Conad Nord Ovest); (ii) in favore di società facenti parte della medesima filiera produttiva e distributiva di Conad Nord ovest; il tutto ai sensi di quanto previsto all'art. 3, comma 2, lettera a) e lettera d) del D.M. 53/2015.

**Finconad S.p.A.:** l'attività della società è svolta nell'ambito dell'esenzione di cui all'art. 2, comma 2, lettera p), del D. Lgs. 11/2010 e alla Sezione II, par. 2.2.2 del provvedimento della Banca d'Italia di Attuazione del Titolo II del Decreto Legislativo n. 11 del 27 gennaio 2010 relativo ai servizi di pagamento (Diritti e obblighi delle parti) del 5 luglio

2010, e pertanto opera esclusivamente con società controllate del Gruppo Conad Nord Ovest (e con la Cooperativa stessa) offrendo un servizio di tesoreria che consiste, nello specifico, nelle seguenti attività:

- assunzione trasmissione e/o comunicazione di mandati di incasso e pagamento e trasferimento di fondi, per il tramite di Istituti bancari;
- compensazione di partite fra i suoi clienti, ossia tra le stesse società del gruppo di appartenenza;
- concessione di affidamenti, a supporto dell'attività di incasso e pagamento sopra detto, e volti a supportare il fabbisogno finanziario di breve termine, alle stesse società del gruppo.

**Futura S.r.l.:** è una delle Holding di partecipazione del Gruppo; la sua attività è attualmente focalizzata nella partecipazione, con quote di minoranza, al capitale sociale delle società dei Soci imprenditori. Ha quindi come missione quella di intervenire a favore dei "nuovi soci cooperatori" mediante operazioni di sostegno finanziario nel momento dell'acquisizione delle azien-

de che andranno a gestire direttamente. Questo intervento finanziario si concretizza, nella fase di “start up”, con la partecipazione nel capitale della società mediante quote di minoranza.

Futura S.r.l. controlla anche alcune immobiliari del gruppo – Futuro Immobiliare S.r.l. e Prospettiva Immobiliare S.r.l. – società che si occupano insieme ad altre società immobiliari dell’acquisizione, della realizzazione e della gestione degli immobili di proprietà del gruppo Conad Nord Ovest nei quali viene svolta l’attività dei Soci Imprenditori.

**FINPART S.r.l.:** la società svolge una doppia attività. Principalmente è una finanziaria di partecipazione e detiene prevalentemente le quote delle controllate dell’area Nord del gruppo Conad Nord Ovest S.C., ed ha come attività secondaria, nell’attività di acquisizione di immobili ad uso commerciale sia per rivenderli che per concederli in locazione a società che, direttamente o indirettamente, svolgono attività di commercializzazione di prodotti alimentari e non alimentari ovvero attività di produ-

zione di beni alimentari. Anche Finpart controlla altre società immobiliari del gruppo – quali Imco S.p.A., La Fornace S.r.l., Nilo S.r.l. – che provvedono ad acquistare, realizzare e gestire immobili, nei quali viene svolta l’attività dei Soci Imprenditori, e Centri Commerciali nei quali, oltre agli altri operatori commerciali presenti nelle gallerie, sono ubicati gli ipermercati ed i format (parafarmacie, ottici, Pet Store, Self Service e Bar) a marchio Conad.

**SSP S.p.A.:** Società Servizi di Pagamento è iscritta all’albo degli istituti di pagamento, vigilati da Banca d’Italia, ai sensi dell’art. 114-septies T.u.b. al N. 36041. Essa svolge un’attività finalizzata ai servizi di incasso e pagamento per i soci di Conad Nord Ovest (prevalentemente area Nord) i quali dispongono/ricevono pagamenti/incassi nei confronti di/e da terzi oltre che dalla controllante Conad Nord Ovest, e da altre società controllate del gruppo, e pertanto svolge anche a favore della stessa cooperativa un servizio di tesoreria, con l’obiettivo primario di rendere più efficiente la gestione degli incassi e dei pagamenti tra detti

soggetti, clienti di SSP. Altresì SSP concede ai soci anche finanziamenti accessori alla prestazione dei servizi di pagamento.

**Società Proprietarie o Mobiliari:** detengono la proprietà di esercizi commerciali che operano sotto i marchi del Gruppo Conad Nord Ovest. Possono gestire direttamente o concedere in affitto i rispettivi rami di azienda, con l’obiettivo di procedere alla cessione dei punti vendita ai nuovi imprenditori secondo la “mission” della Capogruppo.

**Società Nord Ovest Insieme S.r.l.:** è la società di sviluppo dei Soci imprenditori, tra i quali è frazionata la maggioranza del capitale sociale (57,81%) da essi detenuta; Conad Nord Ovest detiene il restante 42,19%. Scopo della società è quello acquisire la proprietà e la gestione delle aziende commerciali ubicate in territori dove attualmente non sono presenti Soci Imprenditori e di rendersi disponibile a future cessioni una volta che se ne siano creati i presupposti: cioè presenza di un socio nel territorio.

La società è deputata a realizzare lo sviluppo:

- i) nelle aree dove non è presente il Socio Imprenditore;
- ii) nei casi di acquisizioni di catene distributive;
- iii) nei casi in cui il socio presente sul territorio non sia in grado di realizzare la nuova iniziativa, ma la stessa sia ritenuta, da parte degli altri soci, di interesse per il sistema.

**Società di Servizio ai Soci:** erogano servizi agli associati di Conad Nord Ovest, in ambito amministrativo e di controllo di gestione, elaborazione paghe e assistenza su materie inerenti la gestione del personale, servizi di natura informatica, servizi finanziari.

# I dati della Rete di Vendita

## NUMERICA CONAD NORD OVEST

	N. PdV
<b>RETE VENDITA</b>	<b>587</b>
CONAD IPERSTORE	6
CONAD SUPERSTORE	44
CONAD	214
CONAD CITY	248
SPESA FACILE CONAD	7
SAPORI & DINTORNI STORE	8
MARGHERITA	58
ALTRE INSEGNE	2
<b>ALTRI BUSINESS</b>	<b>160</b>
PARAFARMACIA	54
OTTICO	7
BAR/BISTROT	50
PET STORE	20
CARBURANTE	23
ALTRE AFFILIAZIONI	6

	N. PdV
<b>LIGURIA</b>	
<b>RETE VENDITA</b>	<b>64</b>
CONAD IPERSTORE	1
CONAD SUPERSTORE	7
CONAD	16
CONAD CITY	30
SPESA FACILE CONAD	1
MARGHERITA	9
<b>ALTRI BUSINESS</b>	<b>20</b>
PARAFARMACIA	11
BAR/BISTROT	3
PET STORE	4
CARBURANTE	1
ALTRE AFFILIAZIONI	1

	N. PdV
<b>RETE VENDITA</b>	<b>587</b>
PIEMONTE	70
EMILIA	120
LIGURIA	64
TOSCANA	183
LAZIO	74
SARDEGNA	76
<b>ALTRI BUSINESS</b>	<b>160</b>
PIEMONTE	40
EMILIA	25
LIGURIA	20
TOSCANA	39
LAZIO	12
SARDEGNA	24

	N. PdV
<b>TOSCANA</b>	
<b>RETE VENDITA</b>	<b>183</b>
CONAD SUPERSTORE	10
CONAD	53
CONAD CITY	99
SAPORI & DINTORNI	6
MARGHERITA	15
<b>ALTRI BUSINESS</b>	<b>39</b>
PARAFARMACIA	8
OTTICO	1
BAR/BISTROT	18
PET STORE	2
CARBURANTE	8
ALTRE AFFILIAZIONI	2

	N. PdV
<b>PIEMONTE</b>	
<b>RETE VENDITA</b>	<b>70</b>
CONAD IPERSTORE	3
CONAD SUPERSTORE	4
CONAD	35
CONAD CITY	18
SPESA FACILE CONAD	5
MARGHERITA	3
ALTRE INSEGNE	2
<b>ALTRI BUSINESS</b>	<b>40</b>
PARAFARMACIA	13
OTTICO	3
BAR/BISTROT	12
PET STORE	6
CARBURANTE	6

	N. PdV
<b>LAZIO</b>	
<b>RETE VENDITA</b>	<b>74</b>
CONAD SUPERSTORE	7
CONAD	33
CONAD CITY	26
SAPORI & DINTORNI	1
MARGHERITA	7
<b>ALTRI BUSINESS</b>	<b>12</b>
PARAFARMACIA	4
BAR/BISTROT	7
CARBURANTE	1

	N. PdV
<b>EMILIA</b>	
<b>RETE VENDITA</b>	<b>120</b>
CONAD IPERSTORE	2
CONAD SUPERSTORE	5
CONAD	49
CONAD CITY	51
SPESA FACILE CONAD	1
MARGHERITA	12
<b>ALTRI BUSINESS</b>	<b>25</b>
PARAFARMACIA	9
OTTICO	2
BAR/BISTROT	6
PET STORE	4
CARBURANTE	4

	N. PdV
<b>SARDEGNA</b>	
<b>RETE VENDITA</b>	<b>76</b>
CONAD SUPERSTORE	11
CONAD	28
CONAD CITY	24
SAPORI & DINTORNI	1
MARGHERITA	12
<b>ALTRI BUSINESS</b>	<b>24</b>
PARAFARMACIA	9
OTTICO	1
BAR/BISTROT	4
PET STORE	4
CARBURANTE	3
ALTRE AFFILIAZIONI	3

## AREA VENDITA + BUSINESS INT/EST

**441.915**  
RETE VENDITA

**66.520**  
PIEMONTE

**82.390**  
EMILIA

**46.805**  
LIGURIA

**120.635**  
TOSCANA

**58.795**  
LAZIO

**66.770**  
SARDEGNA

## VENDITE LORDE CONAD NORD OVEST

	VL 2019
<b>RETE VENDITA</b>	<b>3.593.909.663</b>
CONAD IPERSTORE	204.993.077
CONAD SUPERSTORE	824.006.799
CONAD	1.554.104.428
CONAD CITY	888.193.251
SAPORI & DINTORNI STORE	46.280.857
SPESA FACILE CONAD	15.062.206
MARGHERITA	55.606.835
ALTRE INSEGNE	5.662.210
<b>ALTRI BUSINESS</b>	<b>377.990.545</b>
PARAFARMACIA	37.257.552
BAR/BISTROT	22.310.499
OTTICO	2.462.455
PET STORE	9.535.937
CARBURANTE	289.529.948
ALTRE AFFILIAZIONI	16.894.154
<b>Totale complessivo</b>	<b>3.971.900.208</b>

	VL 2019
<b>RETE VENDITA</b>	<b>3.593.909.663</b>
PIEMONTE	357.871.611
EMILIA	583.504.394
LIGURIA	345.849.192
TOSCANA	1.262.639.236
LAZIO	479.527.798
SARDEGNA	564.517.432
<b>ALTRI BUSINESS</b>	<b>377.990.545</b>
PIEMONTE	75.058.974
EMILIA	81.687.795
LIGURIA	25.890.901
TOSCANA	133.257.799
LAZIO	15.549.391
SARDEGNA	46.545.685
<b>Totale complessivo</b>	<b>3.971.900.208</b>

	VL 2019
<b>PIEMONTE</b>	<b>432.930.585</b>
<b>RETE VENDITA</b>	<b>357.871.611</b>
CONAD IPERSTORE	63.577.915
CONAD SUPERSTORE	46.383.135
CONAD	175.512.212
CONAD CITY	53.517.632
SPESA FACILE CONAD	10.882.942
MARGHERITA	2.335.565
ALTRE INSEGNE	5.662.210
<b>ALTRI BUSINESS</b>	<b>75.058.974</b>
PARAFARMACIA	7.750.590
BAR/BISTROT	5.798.408
OTTICO	999.083
PET STORE	2.629.151
CARBURANTE	57.881.742

	VL 2019
<b>EMILIA</b>	<b>665.192.189</b>
<b>RETE VENDITA</b>	<b>583.504.394</b>
CONAD IPERSTORE	104.460.993
CONAD SUPERSTORE	67.526.860
CONAD	244.345.618
CONAD CITY	152.671.552
SPESA FACILE CONAD	1.820.266
MARGHERITA	12.679.105
<b>ALTRI BUSINESS</b>	<b>81.687.795</b>
PARAFARMACIA	7.421.735
BAR/BISTROT	1.683.666
OTTICO	1.004.676
PET STORE	1.925.808
CARBURANTE	69.651.910

	VL 2019
<b>LIGURIA</b>	<b>371.740.093</b>
<b>RETE VENDITA</b>	<b>345.849.192</b>
CONAD IPERSTORE	36.954.169
CONAD SUPERSTORE	96.125.836
CONAD	88.221.441
CONAD CITY	112.423.543
SPESA FACILE CONAD	2.358.998
MARGHERITA	9.765.205
<b>ALTRI BUSINESS</b>	<b>25.890.901</b>
PARAFARMACIA	7.265.664
BAR/BISTROT	2.058.477
PET STORE	2.184.720
CARBURANTE	14.055.197
ALTRE AFFILIAZIONI	326.843

	VL 2019
<b>TOSCANA</b>	<b>1.395.897.035</b>
<b>RETE VENDITA</b>	<b>1.262.639.236</b>
CONAD SUPERSTORE	207.651.992
CONAD	589.429.449
CONAD CITY	419.817.515
SAPORI & DINTORNI	30.254.857
MARGHERITA	15.485.423
<b>ALTRI BUSINESS</b>	<b>133.257.799</b>
PARAFARMACIA	5.370.808
BAR/BISTROT	6.781.598
OTTICO	243.853
PET STORE	299.095
CARBURANTE	117.347.970
ALTRE AFFILIAZIONI	3.214.475

	VL 2019
<b>LAZIO</b>	<b>495.077.189</b>
<b>RETE VENDITA</b>	<b>479.527.798</b>
CONAD SUPERSTORE	134.548.880
CONAD	241.549.303
CONAD CITY	86.463.117
SAPORI & DINTORNI	9.555.153
MARGHERITA	7.411.344
<b>ALTRI BUSINESS</b>	<b>15.549.391</b>
PARAFARMACIA	2.276.176
BAR/BISTROT	3.578.720
CARBURANTE	8.363.125
ALTRE AFFILIAZIONI	1.331.370

	VL 2019
<b>SARDEGNA</b>	<b>611.063.117</b>
<b>RETE VENDITA</b>	<b>564.517.432</b>
CONAD SUPERSTORE	271.770.095
CONAD	215.046.404
CONAD CITY	63.299.892
SAPORI & DINTORNI	6.470.847
MARGHERITA	7.930.194
<b>ALTRI BUSINESS</b>	<b>46.545.685</b>
PARAFARMACIA	7.172.579
BAR/BISTROT	2.409.630
OTTICO	214.843
PET STORE	2.497.163
CARBURANTE	22.230.004
ALTRE AFFILIAZIONI	12.021.466

## Investimenti, aperture e ristrutturazioni

# 123

(milioni di Euro, ca.)

**INVESTIMENTI  
DEL GRUPPO  
NEL 2019**

# 350

(milioni di Euro, ca.)

**INVESTIMENTI  
PREVISTI  
DAL PIANO  
FINANZIARIO  
2020/2022**

### INVESTIMENTI 2019

Gli investimenti del Gruppo ammontano, per il 2019, a circa 123 milioni di Euro.

Nel corso del 2019 è iniziato il passaggio sotto le insegne Conad di alcuni punti di vendita ex Auchan, all'interno del complessivo progetto che si concluderà nel corso del 2020; in tale ambito segnaliamo

le aperture di:

- Torino
  - Via Cesana (26/10/2019)
  - Corso Bernardo Telesio (16/11/2019)
- Volpiano (TO), Via Meana (07/11/2019)
- Roma,
  - Piazza dei Giureconsulti (14/11/2019)
  - Via Orlando De Tommaso (21/11/2019)
  - Via Cassia (21/11/2019).

### PIANO DI SVILUPPO 2020/2022

Il piano finanziario del prossimo triennio prevede investimenti per circa 350 milioni di Euro, di cui 95 direttamente effettuati dalla cooperativa, prevalentemente nell'area della Logistica e dei Sistemi Informativi.



# Orientamento all'innovazione

## INNOVARE LA LOGISTICA PER MIGLIORARE L'AMBIENTE

### Revisione Network logistico Area Nord

Il network logistico dell'area nord è composto da quattro Ce.Di. situati a Modena, Anzola, Quiliano e Rivalta Scrivia. I primi due servono i negozi dell'Emilia, Quiliano serve i PdV della Liguria, del Piemonte, della Valle d'Aosta e della provincia di Mantova in Lombardia.

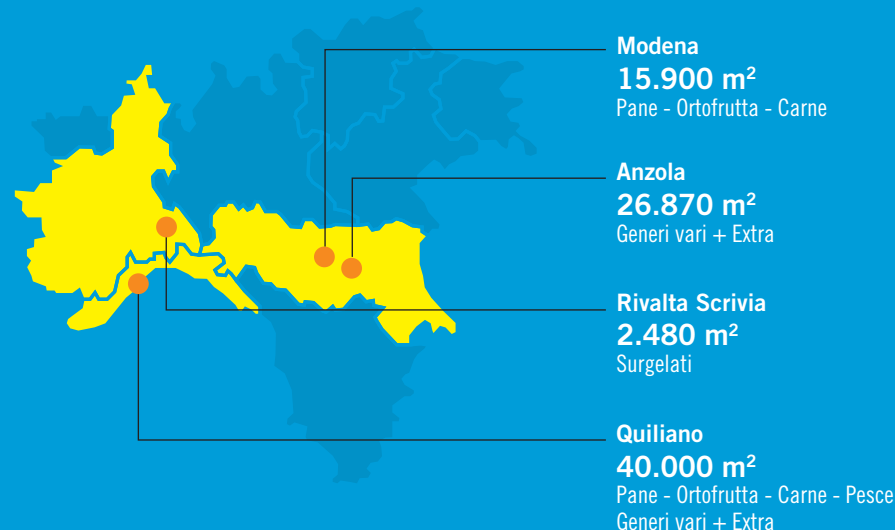
I surgelati, nel primo semestre del 2019, venivano consegnati per l'area emiliana dal magazzino di Cesena di CIA. Valutate le esigenze di questa Cooperativa, che con l'acquisizione di numerosi nuovi PdV Auchan necessitava di maggiore spazio in piattaforma, abbiamo cominciato a sviluppare un progetto per un nuovo Ce.Di. e deviato il flusso di approvvigionamento dei PdV emiliani sul magazzino di Rivalta Scrivia per tutti i PdV.

La centralizzazione dei surgelati per i PdV dell'Emilia sul magazzino di Rivalta Scrivia, utilizzando appositi contenitori isotermitici, ci ha permesso di garantire un miglior controllo della catena del freddo e di ridurre del 30% (100.000 Km in un anno) i percorsi, utilizzando consegne promiscue con i settori freschi, invece che consegne dedicate.

### Piattaforma carne Quiliano

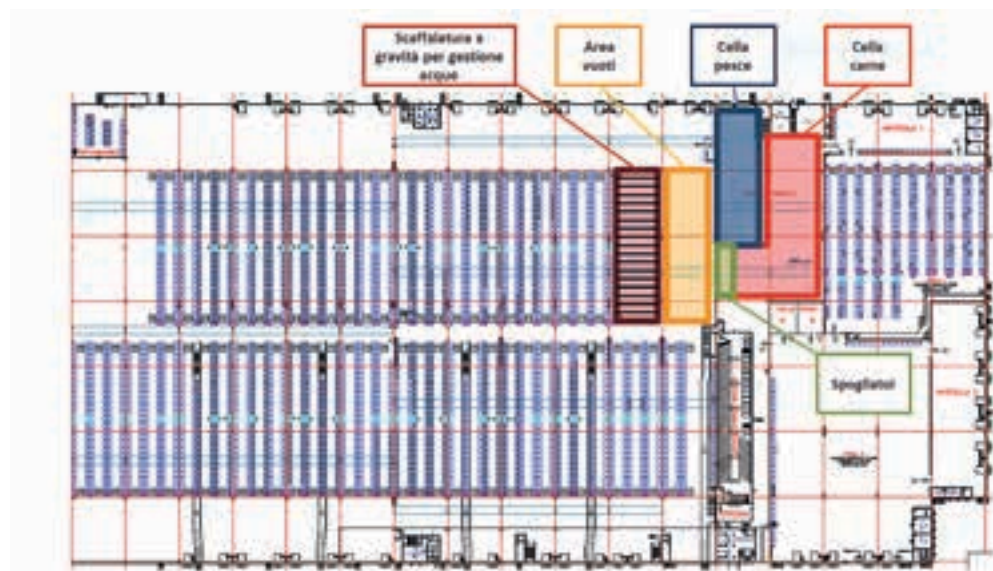
Nel corso del 2019 abbiamo deciso di rivedere il flusso di approvvigionamento delle carni per la Liguria, il Piemonte e la Valle d'Aosta, per poter aumentare le consegne, svincolarsi dalla gestione delegata a fornitori terzi e per aumentare la competitività.

Prima la preparazione avveniva presso il Ce.Di. Freschi di Modena, che attraverso due transit point regionali, uno a Cuneo e l'altro ad Imperia, provvedevano alla consegna sui punti vendita con mezzi dedicati tre volte alla settimana.



## EVOLUZIONE DEI FLUSSI





Dovendo riesaminare questo flusso e pensando alla creazione di una cella a temperatura controllata di 2.000 m<sup>2</sup> all'interno del deposito di Quiliano per la gestione diretta delle Carni, abbiamo incluso anche il Pesce Fresco nella revisione globale dei reparti freschissimi.

La realizzazione delle nuove celle nel magazzino di Quiliano, presupponeva che trovassimo lo spazio, che è stato ricavato con le seguenti modifiche:

- realizzazione scaffalatura a gravità per creare una zona a stoccaggio intensivo delle acque con conseguente spostamen-

- to dell'area per la gestione delle cauzioni;
- demolizioni ed adeguamenti per realizzazione nuova zona freschi in locale ex-vuoti (1.500 m<sup>2</sup>);
- realizzazione spazi accessori: uffici carne e pesce, spogliatoi, nuovo ufficio spedizioni.

Serviva inoltre un adeguamento dell'impianto frigo: l'acquisto di una nuova centrale a CO<sub>2</sub> in quanto il precedente impianto non era in grado di sostenere ulteriori aree da refrigerare.

Anche il metodo di preparazione è stato rivisto, passando dalla gestione a stock alla ventilazione, che garantisce una maggiore freschezza del prodotto. Le consegne sono state aumentate, passando da 3 a 6 alla settimana e integrandole con i reparti freschi (Ortofrutta e salumi e latticini). Tutte le consegne dei freschi vengono fatte al mattino.

Nonostante si siano incrementate le consegne siamo riusciti a **ridurre del 40% i km percorsi** (382.500 km) pari a **350 tonnellate di CO<sub>2</sub> in meno** immesse nell'atmosfera.





### Trasporti: automezzi a metano liquido

Continua la collaborazione con l'azienda LC3 iniziata nel 2017, prima azienda italiana ad utilizzare veicoli a LNG (*liquefied natural gas*) e tuttora leader nel settore del trasporto sostenibile, con un parco automezzi a metano liquido in continua ed esponenziale crescita. Il gas naturale liquefatto si ottiene sottoponendo il gas naturale, dopo opportuni trattamenti di depurazione e disidratazione, a successive fasi di raffreddamento e condensazione.

Questi mezzi alimentati a LNG producono una riduzione di circa il 15% in termini di


emissioni di CO<sub>2</sub>, del 95% di polveri sottili (PM) e del 70% di ossidi di azoto (NOx). Inoltre riducono l'inquinamento acustico di circa 4 volte, 5 dB(A), rispetto a un veicolo diesel Euro 6.

I report qui a fianco riepilogano la riduzione delle quantità di CO<sub>2</sub>, NOx e PM che abbiamo immesso nell'atmosfera utilizzando i veicoli LC3 su alcune tratte.

Per ridurre ulteriormente le emissioni inquinanti è stato introdotto alla fine del 2018 il raffreddamento del semirimorchio ad azoto liquido, per la movimentazione delle merci deperibili (ortofrutta, freschi e freschissimi)

## REPORT ECOLOGICO

### Riepilogo riduzioni emissioni ed inquinanti

	Valori di riferimento	CO <sub>2</sub> (kg/km)	NO <sub>x</sub> (g/km)	PM (mg/km)
	Diesel Euro V	0,914	2,94	118,86
	Diesel Euro VI	0,836	0,200	76,442
	LNG	0,708	0,058	3,363

### AREA OVEST

Km totali percorsi	CO <sub>2</sub> (kg)	NO <sub>x</sub> (g)	PM (mg)
522.267	-66.850	-74.162	-38.166.531

Riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> in atmosfera e restituzione all'ambiente dell'equivalente di:



### AREA NORD

Km totali percorsi	CO <sub>2</sub> (kg)	NO <sub>x</sub> (g)	PM (mg)
558.325	-71.466	-79.282	-40.801.833

Riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> in atmosfera e restituzione all'ambiente dell'equivalente di:



Per il calcolo delle emissioni e degli inquinanti i fattori emissivi per le motorizzazioni diesel sono tratte da ISPRA (<http://www.sinanet.isprambiente.it>), mentre i valori riferiti a LNG sono quelli forniti dal costruttore IVECO confrontati con i consumi monitorati interamente tramite sistemi satellitari montati a bordo dei truck e controllati mediante apposito software.



### Chep dati sostenibilità

La partnership con Chep, stretta per l'utilizzo del pallet pooling, favorisce la sostenibilità ambientale.

Nel 2015 il Ministero dell'Ambiente ha certificato LCA "Life Cycle Analysis", il calcolatore di Chep che è in grado di quantificare i benefici ambientali derivanti dall'utilizzo del sistema di pooling CHEP rispetto ad altre alternative.

e in generale di tutti i trasporti che richiedano la temperatura controllata (ATP).

L'utilizzo di azoto liquido per il raffreddamento del semirimorchio, contrariamente ai tradizionali motori diesel, non genera emissioni inquinanti nell'atmosfera: zero emissioni di anidride carbonica (CO<sub>2</sub>), ossidi di azoto (NOx) e polveri sottili (PM).

Anche nell'area Nord, da metà del 2018, stiamo utilizzando mezzi a metano liquido per alcune tratte, in collaborazione con l'azienda Actis Guido con la quale abbiamo accordato per la brandizzazione dei mezzi.

### IL SISTEMA DI POOLING CHEP



**RICICLO DEI MATERIALI**



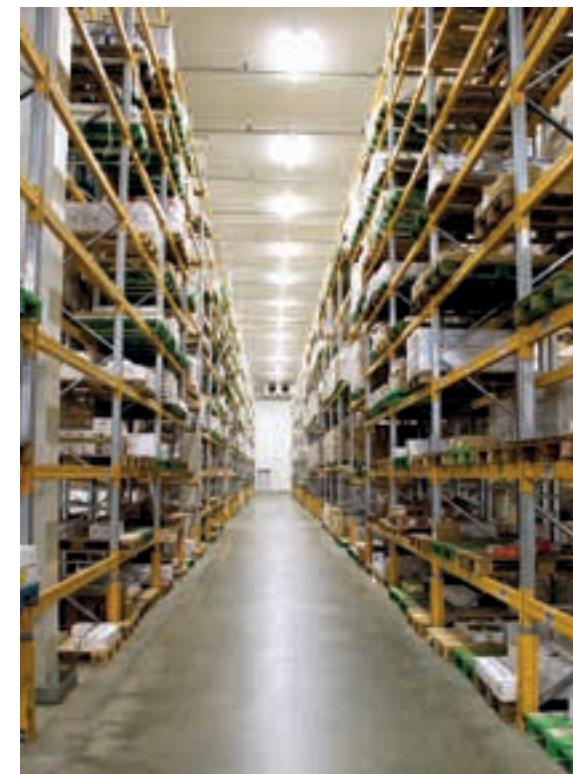
**LEGNO PROVENIENTE DA FORESTE CONTROLLATE**



**RIDUZIONE DI CO<sub>2</sub> PER OTTIMIZZAZIONI DI TRASPORTO**

### ANALISI DEL CICLO DI VITA (LCA)





### illuminazione led Montopoli freschi

I sistemi di illuminazione nei magazzini hanno avuto una forte evoluzione nel corso degli ultimi anni; la classica illuminazione delle lampade ad incandescenza o a risparmio energetico a fluorescenza è ormai sorpassata.

I vecchi sistemi di illuminazione vengono sostituiti con illuminazione LED e, tenendo

in considerazione una serie di fattori sotto riportati e non ultima la prevenzione di incidenti sul lavoro, si comprende perché uno degli elementi che all'interno dei magazzini ha avuto una forte evoluzione nel corso degli ultimi anni è il sistema di illuminazione.

Alcune caratteristiche dei led sono:

**Accensione:** i led si accendono automaticamente senza dovere attendere secondi come nel caso delle lampade a fluorescenza.

### Risparmio energetico nuovo impianto di illuminazione Montopoli freschi

	W totali	Lumen	Quantità	KW totali
<b>Vecchio impianto</b>				
Scuba Fluo 2x49W	110		836	91,96
<b>Totale</b>			<b>836</b>	<b>91,96</b>
<b>Relamping (nuovo impianto)</b>				
Thema Led	48	6.384	188	9,02
Acquaforce Pro	64	8.000	457	29,25
<b>Totale</b>			<b>645</b>	<b>38,27</b>
<b>Risparmio</b>				<b>53,69</b>

**Scintille:** i led non generano scintille con indubbi vantaggi per quanto riguarda la sicurezza all'interno dei magazzini.

**Installazione:** i led moderni possono essere installati senza dover obbligatoriamente modificare gli impianti già esistenti, un ulteriore aspetto da considerare anche in termini economici per l'azienda. La facilità di installazione delle lampade a led e la riduzione degli ingombri delle stesse sono fattori oltremodo importanti anche per gli installatori stessi.

**Ambiente:** i led non contengono gas come fosfori, vapori di mercurio, o sostanze pericolose quali il mercurio, il piombo o qualsiasi altro genere di metallo pericoloso per l'ambiente (suolo o sottosuolo) e per l'uomo stesso.

Il risparmio energetico su base annua ha ridotto l'emissione di CO<sub>2</sub> per 187.200 Kg, restituendo all'ambiente l'equivalente di 224 alberi.

Inoltre il sistema a led permette che il flusso luminoso possa essere impostato nel modo più conveniente e sicuro per gli operatori

all'interno dei magazzini con conseguente miglioramento per la sicurezza ed anche per il confort che si traduce in migliore efficienza dei lavoratori stessi.

Un ulteriore fattore positivo sta nel **risparmio energetico** (si parla di circa il 50% rispetto alle vecchie lampade), ed anche nella durata dei led stessi. Le aziende produttrici dichiarano che al raggiungimento di 50.000 ore di utilizzo, le lampade a led dovrebbe mantenere ancora più del 70% di efficienza in termini di capacità di illuminazione.

Sono dati davvero incredibili se si osserva che la vita media delle lampade ad incandescenza è in genere di circa 1.500 ore, e quelle dei neon possono arrivare fino a 10.000 ore.

I led prodotti oggi hanno un'efficienza luminosa che può arrivare fino a 110/120 lumen o watt che confrontati con i 12 delle vecchie lampade, i 16 delle alogene e addirittura i 50 per le fluorescenti, risultano essere realmente un grosso passo in avanti in termini di efficienza luminosa di cui si parlava prima.

## INNOVARE IL PUNTO DI VENDITA PER MIGLIORARE IL RAPPORTO CON IL CLIENTE – LA TECNOLOGIA

### Passpay

L'esperienza del cliente Conad in negozio può da marzo 2013 passare attraverso l'eliminazione della barriera per il pagamento prima dell'uscita. Una barriera che nei supermercati ha da sempre costituito una necessità per la sopravvivenza. Da tempo stiamo inserendo nei punti vendita aree e soluzioni self per i clienti, in una logica che mira a combinare servizio, comodità ed efficienza attraverso l'autonomia del cliente nella scansione e la semi-automazione del pagamento mediante macchine capaci di gestire le diverse necessità in maniera sempre più semplice per il cliente. La più recente evoluzione in questo senso dei nostri servizi è rappresentata da un modo che consente al cliente di evitare file ed attese per pagare. PASSPAY è proprio questo: è il pagamento che avviene automaticamente transitando in una corsia dedicata dopo aver fatto la spesa utilizzando "Spesa al Volo" con l'apposito terminalino

o il proprio smartphone. Al cliente viene chiesto solamente di memorizzare almeno una carta di pagamento tramite la app dedicata al servizio che permette, in tutta sicurezza e comodità, di inserire i propri strumenti di pagamento anche a casa e in mobilità. L'inserimento della carta viene immediatamente verificato mediante i protocolli di sicurezza previsti dai circuiti di pagamento ed uno prescelto tra questi è l'unico a mantenere le informazioni relative alla carta del cliente, garantendo tutti i più elevati standard richiesti dai circuiti internazionali. La APP PASSPAY richiede al cliente di scegliere un PIN che servirà per abilitare il pagamento una volta in negozio. Nel negozio la cosa più evidente è proprio la presenza della corsia di uscita PASSPAY attrezzata con un monitor, una stampante fiscale ed alcuni semafori luminosi. Una telecamera con riconoscimento immagini basato su algoritmi di intelligenza artificiale monitora la presenza delle persone in corsia e concorre assieme ad altri sensori ad



informare una centrale di controllo che coordina il comportamento dell'intero sistema e dei due cancelli presenti. Il funzionamento della corsia è basato sul riconoscimento dello smartphone del cliente tramite segnali Bluetooth Low Energy (tecnologia presente nella maggioranza dei telefoni di ultima generazione) emessi da radioemettitori Beacon. In questo modo il telefono – e quindi il cliente – vengono individuati non appena entrati in corsia e viene richiesto al POS di emettere lo scontrino relativo alla spesa fatta con “Spesa al Volo +”. L'interazione tra il

POS ed il sistema PASSPAY fa sì che, calcolato il sottotale, questo venga mostrato al cliente nello schermo presente in corsia. Nello stesso momento il sistema PASSPAY invia al centro autorizzativo la richiesta di addebito sulla carta preimpostata dal cliente. Se l'operazione si conclude positivamente, PASSPAY informa il POS che emette lo scontrino fiscale. PASSPAY comanda quindi l'apertura dei cancelli di uscita della corsia. Nel caso in cui la richiesta di pagamento non vada a buon fine, il video ne informa il cliente che viene reindirizzato all'area di

self check-out dove potrà essere assistito al meglio dal personale di negozio.

PASSPAY ha come pre-requisito la presenza nel negozio del sistema “Spesa al Volo” con il quale condivide le regole di controllo dei clienti (rilettura) ed un'area per i pagamenti self nella quale vengono gestite e risolte le eventuali anomalie. Anche nel caso in cui, durante il transito nella corsia PASSPAY, il sistema “Spesa al Volo” rilevi che il cliente deve essere soggetto a rilettura, il sistema aprirà automaticamente il cancello verso l'adiacente area self dove il cliente riceverà l'assistenza per terminare la spesa.

PASSPAY è stato attivato nel rinnovato negozio di Sassari in via Gramsci a partire dalla riapertura al pubblico il 7 marzo.

### Carrello intelligente

Alla fine del 2019 è stato siglato l'accordo tra Conad Nord Ovest e Tracxpoint – una startup israeliana presente nel paese d'origine con progetti pilota relativi al riconoscimento dei prodotti tramite algoritmi di A.I. (Intelligenza Artificiale) – per lo sviluppo di un carrello “intelligente” capace di riconoscere

i prodotti che vi vengono inseriti o estratti. È partito così il progetto EVAi che ci vedrà impegnati nella realizzazione di un cantiere pilota nel negozio Conad SuperStore di Via Pietrasantina 31 a San Giuliano Terme. Le componenti che realizzano la soluzione sono essenzialmente i Carrelli AiC, la Stazione Check-in e le antenne per la rilevazione della posizione chiamate Anchors.

Le stazioni Check-in sono composte da comuni binari per il posizionamento dei carrelli ai quali è stata aggiunta la tecnologia che consente, mediante il riconoscimento del cliente tramite Carta Insieme o Conad Card, di rilasciare i carrelli sapendo chi li sta prendendo. In queste stazioni possono essere ospitati sia carrelli dotati della tecnologia AiC sia comuni carrelli dotati di tag RFID che permettono di conoscerne la posizione nel negozio. La modalità di rilascio del carrello rende non più necessario l'utilizzo della moneta o gettone per lo sblocco. Il ritorno del carrello avviene semplicemente con l'azione che il cliente fa riportando il carrello nel rail.

Possiamo dire che il carrello AiC è il vero “cuore” del sistema in quanto questo car-



rello è dotato di telecamere ad alta definizione e di un tablet, ancorato al carrello, nel quale sono fruibili i contenuti della applicazione Spesa al Volo AiC che stiamo progettando specificatamente come evoluzione del nostro sistema di self scanning adattato al nuovo contesto d'uso. Con questa applicazione i clienti potranno utilizzare tutte le funzionalità conosciute del mondo self-scanning e tante delle innovazioni che stanno affollando il mondo del retail 4.0 come ad esempio, grazie alla localizzazione del carrello all'interno dell'area di vendita, i suggerimenti in tempo reale – in base a quanto acquistato fino a quel momento – degli abbinamenti di prodotti mentre ci si sta passando vicino. Il carrello riesce, grazie ad algoritmi evoluti basati sulla A.I., ad analizzare le immagini dalle telecamere poste sul bordo alto del carrello. Grazie a ciò è in grado di determinare quale prodotto il cliente sta inserendo nel suo carrello lasciandolo completamente libero di muoversi tra gli scaffali senza il ricorso a strumenti e comportamenti particolari.

Ultimo componente fisico del sistema, le Anchors, sono i dispositivi che, in simbiosi

con i tag RFID presenti sui comuni carrelli e sul carrello AiC, permettono la localizzazione del carrello all'interno del negozio. Si tratta di piccoli apparati da posizionare all'interno del negozio immediatamente sotto la copertura del tetto. La tecnologia utilizzata, Ultra Wide Band (UWB) consente di individuare la posizione del carrello con una precisione di pochi centimetri.

### Ordina&Ritira

Il servizio di spesa on-line con ritiro in punto vendita Ordina&Ritira è ormai consolidato e contava alla fine del 2019 ben 155 punti vendita attivi (si sono aggiunti ulteriori 19 punti vendita rispetto al 31/12/18). Il personale del punto vendita provvede a preparare la spesa avvalendosi dei terminali portatili wi-fi già in uso per le attività in corsia, colleziona la spesa suddividendola tra le buste in accordo con le norme per la conservazione degli alimenti e ripone le buste preparate e chiuse con gli appositi segnaccolli nelle zone di magazzino a temperatura controllata. Il cliente viene seguito in tutte le fasi dell'acquisto, dalla registra-

zione al sito, all'emissione dell'ordine, fino al ritiro in negozio. L'assistenza al cliente è fornita sia dal punto di vendita sia dalla sede centrale attraverso un apposito indirizzo email a cui i clienti possono rivolgersi. Il cliente viene informato tramite comunicazioni via mail e/o sms su tutte le fasi del processo di acquisto e di preparazione dell'ordine in punto vendita. In particolare, al termine della preparazione dell'ordine e prima del suo arrivo in negozio, il cliente viene avvisato di eventuali prodotti ordinati non disponibili. Dopo l'acquisto, viene richiesto tramite mail un feedback attraverso il quale viene monitorato il livello di servizio percepito per ogni singolo punto di vendita nell'ottica di un miglioramento continuo.

Il servizio permette al cliente di creare le proprie liste della spesa, di indicare al momento dell'ordine articoli sostitutivi nel caso in cui il prodotto selezionato non sia disponibile e di modificare il proprio ordine fino a 3 ore prima dell'inizio della fascia oraria di ritiro in negozio prescelta. Il pagamento può essere effettuato sia online, con Conad Card o carta di credito o prepagata, sia al momento del ritiro della spesa nel



punto di vendita. Nel corso dell'anno sono stati apportati importanti miglioramenti in termini di user experience per il cliente; in primis l'introduzione di un motore semantico di ricerca interno al sito che permette una più efficace ed efficiente ricerca dei prodotti per comporre il carrello della spesa senza stress e nel minor tempo possibile. È stata ulteriormente affinata e migliorata la grafica soprattutto per la versione mobile, che risulta essere sempre più lo strumento attraverso il quale i clienti preferiscono fare anche la spesa online. Sono state attivate le Google Analytics per tutti servizi online erogati con l'obiettivo di monitorare meglio il comportamento online dei clienti e di conseguenza indirizzare gli sviluppi ed efficientare gli investimenti. Di seguito la sintesi dell'andamento complessivo del servizio espresso nel 2019 verso il 2018:

#### Sintesi dell'andamento complessivo del servizio espresso

	2019	2018	Δ%
Fatturato	€ 3.564.628	€ 2.793.271	+28%
N° ordini	55.985	44.839	+25%
Sconto medio	€ 65,28	€ 62,30	+5%

#### Ordina e Ricevi

Dal 13 marzo è attivo nella città di Pisa "Ordina e Ricevi", il servizio di spesa online con consegna a domicilio, accessibile come gli altri servizi e-commerce già attivi attraverso il portale nazionale [www.altuoservizio.conad.it](http://www.altuoservizio.conad.it). Il punto di vendita prescelto per la sperimentazione è il Conad Superstore di Via Pietrasantina 31 a San Giuliano Terme, da cui vengono preparate e partono tutte le spese destinate ai clienti nelle zone coperte dal servizio. Nel punto di vendita è stata riservata ed adibita una zona del magazzino per tali operazioni oltre ad aver predisposto ad hoc un software per la preparazione degli ordini, carrelli e ceste per la merce, tablet, scanner e stampanti Wi-Fi per rendere il processo di preparazione più intuitivo e produttivo. Per la consegna al cliente viene utilizzato un mezzo dedicato brandizzato "Conad Al Tuo Servizio" che dispone di un comparto a 4° C per i prodotti freschi ed uno a -25° C per i surgelati. Per fruire del servizio il minimo ordine è di 40 Euro, mentre il costo di consegna è di 4,90 Euro e gratuito oltre i 100 Euro. Sono

previste anche agevolazioni di consegna per i clienti over 70 o con disabilità.

L'assortimento disponibile online conta circa 13.000 prodotti di tutti i reparti, con prezzi e promozioni coerenti con quelli presenti nel punto vendita. Il servizio di consegna a domicilio è attivo 7 giorni su 7 e permette al cliente di scegliere tra quattro fasce orarie.

Per poter supportare al meglio il cliente è stato anche attivato un numero verde dedicato, gestito da operatori qualificati della stessa azienda a cui abbiamo affidato il servizio logistico di consegna.

Per il lancio del servizio è stata attivata una campagna di comunicazione dedicata online e offline. Si è evidenziata da subito una buona risposta da parte dei clienti, considerato anche che a Pisa già da anni altri concorrenti effettuano tale tipo di servizio. Il 30% degli ordini è stato effettuato da nuovi clienti ed un ulteriore 12% da clienti possessori di Carta Insieme che non avevano fatto acquisti presso CONAD negli ultimi mesi. I giudizi dei clienti che hanno usufruito del servizio e risposto al feed-back risultano soddisfacenti, sia per quanto riguarda

la fruizione del sito (5 punti su scala da 1 a 6), sia per quanto riguarda il servizio nel suo complesso (5,8 punti su scala da 1 a 6). Il livello degli inevasi, obiettivo ancor più importante da non mancare, è stato ridotto ai minimi termini e si attesta in media all'1,5% dei prodotti ordinati.

#### Libreria on-line

A luglio 2019 è stata attivata la sperimentazione di un'ulteriore iniziativa online sul portale nazionale, "Al tuo servizio Conad", un servizio che si è andato ad aggiungere a Ordina&Ritira, Ordina e Ricevi e Ordina prodotti EXTRA.

Con il servizio "Libreria on-line" offriamo circa 40.000 titoli di vario genere in continuo aggiornamento e con le ultime novità sempre disponibili. I clienti possono scegliere dal catalogo digitale e decidere se pagare nel punto di vendita selezionato per completare l'ordine oppure direttamente online. La spedizione è gratuita con ritiro esclusivamente presso il punto di vendita selezionato. Il progetto di sviluppo ha portato a selezionare un fornitore unico per il

catalogo dei libri, da cui attingiamo giornalmente l'assortimento da mostrare online in funzione delle disponibilità a noi riservate. La politica prezzi è in linea con la scontistica massima ad oggi prevista dalle norme di legge per tale merceologia di prodotti. Il servizio è stato attivato sul punto vendita Conad SuperStore di Pistoia in Viale Adua.

### Nuova APP Conad

Dopo un importante lavoro svolto a livello nazionale, a settembre 2019 è stata messa a disposizione del grande pubblico la nuova ConadAPP, un progetto teso al rafforzamento della presenza di Conad nel mondo digitale. La nuova app, a differenza della precedente versione, è stata pensata per ottenere un coinvolgimento dell'experience del cliente in Conad durante tutte le fasi dell'acquisto, iniziando ben prima dell'arrivo presso il negozio, tramite le moderne tecniche di engagement proprie di questo mondo. Possiamo citare ad esempio, la gestione di più liste della spesa, la consultazione dei volantini promozionali online dai quali sarà possibile accedere direttamente alle infor-

mazioni dei singoli prodotti fino a poterli inserire nella propria lista della spesa, così come per gli ingredienti delle ricette che è possibile consultare, o anche la possibilità – molto richiesta dai clienti – di poter dematerializzare la propria Carta Insieme o Conad Card, la possibilità di accedere direttamente alle funzioni di Spesa al Volo, Passpay e all'e-commerce.

Nel corso del 2020, verrà introdotta la modalità di pagamento in mobilità (Mobile Payment) denominata Conad Pay. Con questa modalità il cliente registra le proprie carte di credito e, al momento in cui deve effettuare un pagamento presso la barriera cassa, utilizza il proprio smartphone per consentire l'addebito del conto sullo strumento di pagamento scelto.

Ultima funzionalità arrivata nel panorama delle ConadAPP è un rinnovato modello di ingaggio drive-to-store del cliente tramite gamification delle attività di acquisto. Sono allo studio ulteriori funzionalità di realtà aumentata grazie alle quali e grazie alla digitalizzazione delle informazioni sui prodotti, saremo capaci di riprodurre un efficace story-telling dei nostri brand.







**PERFORMANCE**

economiche

# Produzione e distribuzione del valore aggiunto



oltre **48** milioni di Euro

## UTILE D'ESERCIZIO 2019 CONAD NORD OVEST

In questa sezione è stata calcolata la ricchezza prodotta dall'attività aziendale (Valore Aggiunto) a favore della collettività. In tal modo viene messa in evidenza la responsabilità sociale di Conad Nord Ovest, indicando, oltre a come tale ricchezza viene generata nel corso dell'esercizio, quali ne siano i destinatari.

I dati relativi al "valore aggiunto" prodotto ed alla sua distribuzione, sono stati rileva-

ti dal Bilancio Civilistico di Conad Nord Ovest al 31/12/2019.

Il Bilancio della Società Conad Nord Ovest S.C., per l'esercizio 2019, è stato predisposto nel rispetto dei:

- Principi Contabili Internazionali (IAS/IFRS) emessi dall' International Accounting Standard Board (IASB) e omologati dall'Unione Europea, recepiti nel nostro ordinamento dal D. Lgs 38/2005;

- del D.Lgs 9 Aprile 1991, n° 127, in attuazione delle Direttive CEE n° 78/600 e n° 83/349m in materia societaria.

Il bilancio 2019 evidenzia un utile dell'esercizio pari a **48.132.619 Euro**.

La cooperativa redige annualmente anche un Bilancio Consolidato. Al fine di dare, in quest'ambito, un'informativa relativa alla dimensione dell'area di consolidamento, proponiamo di seguito lo schema relativo

### Prospetto dei movimenti di Patrimonio Netto al 31/12/2019

(Euro)	Capitale sociale	Riserva legale	Riserve da rivalutazione	Riserva fair value	Riserva fair value da realizzo	Altre riserve	Utile (perdite dell'esercizio)	Totale
<b>Valore contabile netto al 31/12/2018</b>	<b>84.563.178</b>	<b>240.605.442</b>	<b>6.312.705</b>	<b>135.096.323</b>	<b>(368.390)</b>	<b>182.713.180</b>	<b>51.847.623</b>	<b>700.770.061</b>
Destinazione del risultato dell'esercizio:							(24.353.686)	(24.353.686)
- Rivalutazione	-							-
- Remunerazione	-							-
- Ristorni	7.162.068							7.162.068
- Altre destinazioni		15.554.287				1.637.331		17.191.618
Liberazione riserva di rivalutazione			(12.590)					(12.590)
Adeguamento al fair value di attività finanziarie disponibili per la vendita				21.330.186				21.330.186
Adeguamento al fair value da realizzo					(2.445.743)			(2.445.743)
Attualizzazione T.F.R.						(64.376)		(64.376)
Altre variazioni	(7.988.107)				368.390	(848.413)	(27.493.937)	(35.962.067)
Risultato dell'esercizio corrente							48.132.619	48.132.619
<b>Valore contabile netto al 31/12/2019</b>	<b>83.737.139</b>	<b>256.159.729</b>	<b>6.300.115</b>	<b>156.426.509</b>	<b>(2.445.743)</b>	<b>183.437.722</b>	<b>48.132.619</b>	<b>731.748.090</b>

all'area di consolidamento del 2019 ed il confronto con quella del bilancio 2019.

## PROSPETTO DI DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

Nel prospetto che segue, analizziamo il **Valore Aggiunto** prodotto da Conad del Tirreno nel corso dell'esercizio 2019, valore dato dalla differenza fra la ricchezza

prodotta e i consumi sostenuti per la sua distribuzione ai vari portatori d'interessi (stakeholder).

Esso è, quindi, il punto di unione fra il Bilancio d'Esercizio e il Bilancio Sociale.

Da notare che, essendo quello del 2019 il primo bilancio della Cooperativa Conad Nord Ovest, non è possibile effettuare il consueto confronto con l'anno precedente.

Di seguito una breve analisi degli scostamenti rilevati nella distribuzione del valore tra i vari portatori d'interessi; per un'analisi approfondita si rimanda alla consultazione del Bilancio Civile di Conad Nord Ovest 2019.

Nella tabella "Determinazione del Valore Aggiunto" si può notare come la ricchezza aziendale prodotta (valore aggiunto globale netto) sia stata, nel 2019, di circa 295 milioni di Euro.

Nella tabella "Riparto del Valore aggiunto" si può notare come la ricchezza prodotta sia stata distribuita, principalmente:

- per circa il **56% nella Remunerazione dei Soci**, al fine di sostenere il loro impegno per il mantenimento del livello di competitività rispetto al mercato finale, e quindi, in un'ultima analisi, destinata a sostenere i consumi delle famiglie;
- per circa il **16% direttamente nella Remunerazione dei Consumatori**, at-

### Società partecipate

Società controllate - Partecipazione > 50%	
2019	57

Le Società controllate vengono consolidate con il metodo "integrale", in base all'equity, ovvero alla percentuale di partecipazione detenuta nella società, il risultato e il patrimonio netto vengono attribuiti al gruppo e terzi.

Società collegate - Partecipazione tra 20% e 49%	
2019	139

Le società collegate vengono consolidate con il metodo del "patrimonio netto", la Capogruppo valuta le partecipazioni in collegate proporzionalmente alla percentuale posseduta, in base al loro patrimonio netto e al risultato d'esercizio.

Altre imprese - Partecipazione < 20%	
--------------------------------------	--

La partecipazione in altre imprese viene valutata al "fair value" se attendibile o, in alternativa, al costo.

### Determinazione del Valore Aggiunto (migliaia di Euro)

VALORE AGGIUNTO GLOBALE	31/12/2019
A) Valore della produzione	2.666.509
B) Costi intermedi della produzione	(2.367.648)
<b>Valore aggiunto caratteristico lordo</b>	<b>298.861</b>
C) Componenti accessori e straordinari	
+/- Saldo gestione accessoria (finanziaria)	18.106
+/- Saldo componenti straordinari	(77)
<b>Valore aggiunto globale lordo</b>	<b>316.890</b>
Ammortamenti	(21.441)
<b>Valore aggiunto globale netto</b>	<b>295.449</b>

### Riparto del Valore Aggiunto (migliaia di Euro)

DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO	31/12/2019
Remunerazione del Personale Dipendente	29.325
Remunerazione della Pubblica Amministrazione	2.672
Remunerazione del Capitale di Credito	1.699
Remunerazione dei Soci	131.857
Remunerazione Solidarietà Associati	31.117
Remunerazione dei Consumatori	47.934
Remunerazione dell'Azienda	48.133
Remunerazione della Comunità (liberalità esterne)	2.712
<b>Valore aggiunto globale netto</b>	<b>295.449</b>
Remunerazione dei Soci (ristorno differito imputato per competenza)	29.538
<b>Totale Remunerazione Soci</b>	<b>161.395</b>

traverso investimenti in operazioni promozionali finalizzate alla fidelizzazione dei consumatori stessi, confermando gli importanti investimenti dello scorso anno (circa 50 milioni di Euro).

Si può inoltre notare che:

- la Remunerazione Aziendale (circa il 16% della ricchezza distribuita) ammonta a circa 48 milioni di Euro.
- la Remunerazione del Personale pesa circa il 10% della ricchezza complessiva prodotta;

Di seguito diamo alcuni cenni sulla natura delle voci relative alla distribuzione del valore aggiunto.

### Remunerazione del Personale

In tale voce è compresa l'intera spesa per il personale dipendente della cooperativa, compresi i miglioramenti di merito, scatti di contingenza, costo delle ferie non godute e accantonamenti di legge.

### Remunerazione della Pubblica Amministrazione

Riflette il carico fiscale di competenza dell'esercizio.

### Remunerazione del Capitale di Credito

In linea con i finanziamenti a medio lungo strutturati per coprire i fabbisogni relativi allo sviluppo effettuato negli anni precedenti.

### Remunerazione dei Soci

Comprende le risorse assegnate a titolo di "rapporto negoziato e/o premio fedeltà" collegato alla fedeltà degli acquisti in cooperativa ed ai compensi per le attività promozionali.

Queste risorse sono state vincolate al raggiungimento di obiettivi di natura commerciale e di fidelizzazione dei clienti.

In attuazione di quanto stabilito dall'art. 2545 sexies c.c., l'assemblea dei soci, pur nel doveroso perseguimento dell'interesse sociale (e dunque tenendo conto delle esigenze di sviluppo ed autofinanziamento dell'impresa cooperativa) e proporzionalmente alla quantità e alla qualità degli scambi tra soci e cooperativa, provvede a ripartire tra i soci i ristorni, ad esercizio chiuso ed in sede di approvazione del bilancio.

I ristorni rappresentano una modalità di attribuzione della parte differita del vantaggio mutualistico, a favore del socio ed in ragione del rapporto di scambio sottostante.

Il Ristorno corrisposto ai Soci operatori in relazione alle quantità e qualità degli scambi mutualistici realizzati nell'esercizio 2019, proposto ed in seguito stabilito in sede di approvazione del relativo Bilancio, corrispondente in aliquota allo 1.35% calcolato sul valore acquistato in Cooperativa da ogni singolo socio, ammonta a circa 30 milioni di Euro.

### Remunerazione dei consumatori

Evidenzia gli interventi promo pubblicitari e di fidelizzazione dei consumatori ad eccezione delle sponsorizzazioni effettuate dalla cooperativa, esplicitate nella voce "Remunerazione della Comunità".

### Remunerazione dell'azienda

L'utile realizzato dalla cooperativa è destinato ad incrementare il patrimonio della stessa.

### Remunerazione della Comunità

Indica le risorse destinate dalla cooperativa, al sostegno di attività sociali, culturali e sportive. Da questo importo sono esclusi gli interventi effettuati dalla rete di vendita associata che ha un rapporto diretto con la comunità e che non trovano manifestazione economica all'interno del bilancio di Conad Nord Ovest.



**RELAZIONE**

sociale





# I nostri Stakeholder

## I SOCI

Il Socio è da sempre al centro del nostro sistema di business.

In questo Bilancio Sociale, la rilevazione della numerica relativa ai Soci è stata eseguita utilizzando il data base di anagrafica aziendale, integrata con le informazioni fornite dalla direzione vendite per le Società non partecipate dalla cooperativa, considerando solo i Soci, persone fisiche, che detengono quote di partecipazione all'interno delle Società associate alla cooperativa che, sempre al 31/12/2019, sono **698**.

### I servizi ai Soci Imprenditori

#### I servizi tecnici dell'area vendite

A servizio degli associati operano tre strutture organizzative: assistenti di area, tecnici di reparto e area tecnica.

Attraverso di loro, la Direzione raggiunge l'intera rete, assistendo i Soci nella formazione e nello svolgimento del lavoro quo-

tidiano mirato a mantenere gli standard aziendali di livello di servizio, la cura e la gestione del prodotto e la fidelizzazione del cliente. Gli assistenti di rete partecipano in maniera attiva alle commissioni di reparto e aiutano i Soci a svilupparne gli indirizzi.

Gli assistenti, nel corso del 2019, sono stati impegnati nel supportare i Soci nella gestione dei supermercati e nel raggiungimento degli obiettivi di conto economico anche e soprattutto nei casi di sofferenze commerciali specifiche (aperture concorrenza, crisi economiche di aree geografiche particolari, ecc.).

In questo lavoro rimane fondamentale l'attività di benchmarking tra negozi diversi e la riproduzione sulla rete delle migliori pratiche volte al recupero di efficienza e produttività.

I tecnici di reparto, collaborano con la struttura commerciale, mirando al rafforzamento dell'identità dell'insegna attraverso l'eccellenza dei reparti freschi: hanno coadiuvato i Soci nel mantenimen-

to dell'equilibrio fondamentale tra localismo e centralizzazione delle lavorazioni, la cura delle stagionalità e dei nuovi trend dei consumi, il mantenimento della coerenza dell'assortimento e la salvaguardia delle marginalità dei reparti.

### I servizi amministrativi

I servizi amministrativi per gli associati di Conad Nord Ovest, sono erogati da Società specializzate facenti parte del Gruppo.

La costituzione di Società specifiche per questo genere di servizio, assistite da alcuni commercialisti di riferimento e da professionisti del settore, garantiscono una formazione continua, a livello professionale, del personale impiegato nei Service attraverso il costante aggiornamento normativo, civilistico e fiscale, indispensabile per operare al meglio nel complesso scenario italiano.

Alla formazione sulle suddette materie si unisce la specializzazione nel settore retail acquisita negli anni, l'utilizzo di software gestionali performanti, l'adozione di mo-

derne tecnologie di comunicazione ed una costante revisione dell'organizzazione del lavoro, supportata da moderni strumenti di analisi e controllo.

Tutto questo costituisce la garanzia, verso i Soci di Conad Nord Ovest, di un'offerta di servizi amministrativi di qualità elevata a costi inferiori rispetto alla media del mercato di riferimento.

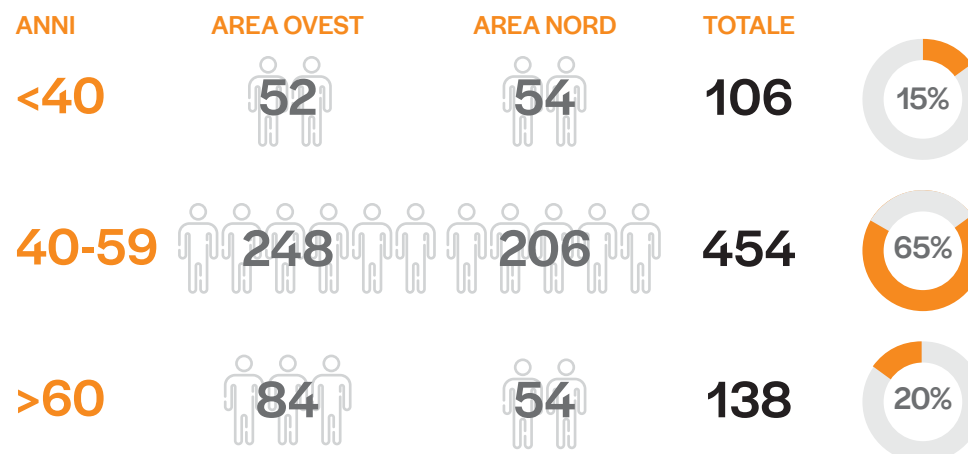
Il sistema dei Service amministrativi, relativamente ai servizi svolti esclusivamente per la rete vendita, ha occupato nel 2019 circa 240 addetti ed è composto dalle seguenti società.

Service 4U S.r.l., con sedi a:

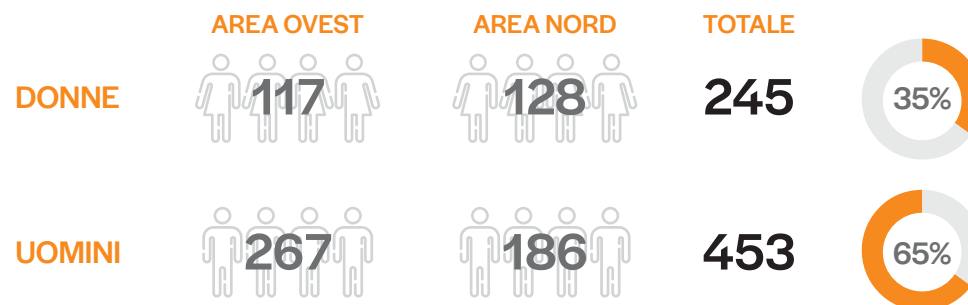
- Cecina (LI) - Contabilità, bilancio e assistenza civilistico-fiscale.
- Civitavecchia (RM) - Contabilità, bilancio e assistenza civilistico-fiscale.
- Pistoia (PT) - Contabilità, bilancio e assistenza civilistico-fiscale.

Con.Sar.Service S.r.l., Monastir (CA) - Contabilità, bilancio e assistenza civilistico-fiscale.

### SOCI IMPRENDITORI PER FASCE DI ETÀ



### SOCI IMPRENDITORI PER SESSO



**SOCI IMPRENDITORI - TOTALE** **698**

## I COLLABORATORI



63 37

(%)

**FORZA LAVORO  
PER GENERE  
AL 31/12/2019**

oltre **16.000**  
(n. persone)

**CONSISTENZA  
OCCUPAZIONALE  
DEL GRUPPO NEL 2019**

Serfin S.r.l., con sedi a:

- Modena (Mo) - Contabilità, bilancio e assistenza civilistico-fiscale;
- Bologna (RM) - Contabilità, bilancio e assistenza civilistico-fiscale;
- Caresanablot (VC) - Contabilità, bilancio e assistenza civilistico-fiscale;
- Cime di Leca (IM) - Contabilità, bilancio e assistenza civilistico-fiscale.

Isateam S.r.l., Modena (MO) - Contabilità, bilancio e assistenza civilistico-fiscale controllate esercenti attività diretta.

Co.Gest.Re S.r.l., Pistoia (PT)/Modena (MO) - Pianificazione e controllo di gestione.

Full Service S.r.l., Pistoia (PT) - Elaborazione cedolini paga e assistenza in materia di personale, Soci area Ovest.

Zodiaco S.r.l., Modena (MO) - Elaborazione cedolini paga e assistenza in materia di personale, soci area Nord.

### I servizi tecnici

.Venditaservice S.r.l.: è la società che studia e realizza, in accordo con Conad Nord Ovest, le applicazioni informatiche per la rete di vendita, organizza e regola l'assi-

stenza e la manutenzione di natura informatica mediante accordi con i fornitori. Nel 2019 ha sviluppato un valore della produzione pari a circa 6.5 milioni di Euro.

### I COLLABORATORI - LE RISORSE UMANE

Nell'ambito del gruppo Conad Nord Ovest le risorse umane rivestono un ruolo fondamentale perché mediante la propria prestazione lavorativa e la partecipazione alla vita aziendale contribuiscono direttamente allo sviluppo dell'intero Sistema.

La consistenza occupazionale del Gruppo al 31/12/2019 conta oltre 16.000 persone di cui 63% donne e 37% uomini.

Il dato comprende gli occupati nella rete associata in cui risultano in forza la maggior parte delle risorse e i dati del personale della Cooperativa e delle società del Gruppo (comprese le società di Servizi e Logistica), distribuito su un territorio esteso nell'ambito delle regioni Toscana, Lazio, Sardegna, Emilia, Liguria, Piemonte, Valle D'Aosta e provincia di Mantova.

L'andamento occupazionale durante l'anno 2019 è stato tuttavia variabile perché legato ai cicli stagionali e alle punte di più intensa attività connesse a fattori riconducibili, ad esempio, ai periodi delle festività, nonché alla vocazione turistica di alcuni territori che determinano picchi rilevanti nel corso dell'intero periodo.

### La Cooperativa, le società del Gruppo e le Società di Servizi - La selezione

A fronte dell'esigenza di inserimento di personale per ricoprire posizioni e funzioni aziendali, anche di alto livello, vengono individuate e privilegiate le professionalità interne attraverso un percorso formativo supportato da riorganizzazione di attività lavorative e valorizzazione delle attitudini e potenzialità di crescita.

Nell'ipotesi in cui non sia possibile soddisfare il fabbisogno con risorse interne, viene intrapreso un percorso di ricerca verso l'esterno adottando una procedura che prevede la selezione del personale



sulla base dei curricula disponibili che possono pervenire attraverso canali diversi e paralleli.

Lo strumento di prima selezione utilizzato per la ricerca di personale è l'apposita sezione del sito Conad denominato "Lavora con noi", nella quale vengono pubblicati i *curricula* e le domande di lavoro da parte dei candidati.

Per gli inserimenti di risorse all'interno degli uffici la ricerca è incentrata maggiormente su figure di giovani laureati perché i compiti da svolgere richiedono di norma il possesso di conoscenze che derivano dalla conclusione di un percorso di formazione e di studio necessario allo svolgimento di mansioni specifiche. Nell'ambito della selezione particolare rilievo riveste, di regola, anche il titolo e la valutazione finale ottenuta dai candidati, nell'ottica di individuare nuovi talenti da inserire in tutti i livelli della struttura organizzativa.

Per la ricerca di profili specializzati e con competenze tecniche la selezione è effet-

tuata anche attraverso la collaborazione con le Università, con gli Istituti Scolastici, con l'ausilio della preselezione da parte di agenzie per il lavoro oppure lo *screening* dei *curricula* spontanei pervenuti in sede.

Nei casi di maggiore difficoltà nella ricerca è possibile ricorrere ad inserzioni su quotidiani o su pagine specializzate e/o su piattaforme di reclutamento on line.

La scelta finale del candidato – in ogni caso – viene sempre effettuata dal Responsabile della Funzione in cui è previsto l'inserimento, il quale verifica l'adeguatezza della formazione specifica del candidato, le eventuali competenze riferite all'area di interesse e quindi la effettiva corrispondenza al profilo cercato.

Nella specifica area dell'assistenza verso gli associati della rete di vendita risulta invece prevalente l'aspetto dell'esperienza diretta nel reparto e nel punto di vendita ove è possibile maturare la competenza e la conoscenza di merceologie e tecniche di vendita e allestimento necessarie al ruolo.

### La rete di vendita - La selezione

Di norma, anche per la rete associata vi è la consolidata tendenza a favorire la crescita del personale già occupato e la ricerca del personale di nuovi inserimenti è incentrata su neodiplomati e laureati, privilegiando i giovani in cerca di prima occupazione.

La ricerca per le professionalità specifiche, aventi funzione di regia, avviene infatti in tutti i casi in cui non sia possibile soddisfare l'esigenza con la qualificazione di risorse interne.

In caso di esigenza di nuovi inserimenti, le risorse vengono scelte attraverso la selezione delle candidature presentate o direttamente presso i punti vendita o attraverso il portale nella sezione "Lavora con noi" oppure inviate presso la sede della Cooperativa.

In occasione di nuove aperture invece, attesa la complessità della ricerca e dell'individuazione di numerosi nuovi profili, il punto di vendita interessato viene suppor-

tato dalle società del Gruppo, che cura gli aspetti amministrativi della gestione del personale, considerata la competenza ed esperienza che le stesse possiedono nell'ambito delle risorse umane.

### Poste Vita - la persona al centro del nostro Sistema

Nel corso del 2019 ha trovato concreta attuazione un importante progetto rivolto alle risorse occupate in Conad Nord Ovest, al quale stanno via via aderendo numerose società della rete associata e del Gruppo, che vede il fondamentale coinvolgimento di un partner di rilievo come Poste Italiane.

Si tratta di un'operazione di grandissimo valore, resa possibile dalla normativa in materia di Welfare, che si propone di dare un concreto supporto ai collaboratori, prevedendo, al verificarsi di momenti di autentica difficoltà nella vita di quest'ultimi, l'erogazione a loro favore di una prestazione sanitaria integrativa quale la LTC Long Term Care e la Temporanea Caso Morte.

## LA STRUTTURA DEL GOVERNO DELLA QUALITÀ NEL SISTEMA



La realizzazione di tale progetto rende ancora più tangibile la reale considerazione che la nostra comunità ha per la “persona” in quanto tale, riconoscendone il valore assoluto a prescindere dalla sua veste di lavoratore, valorizzandone il ruolo al centro del nostro Sistema che considera ancora più in generale l’individuo, i suoi valori ed i suoi diritti, valori intangibili e da tutelare.

### IL CONSUMATORE

#### Controllo qualità dei prodotti commercializzati (attività nazionali e Conad Nord Ovest)

#### Analisi dei prodotti commercializzati e qualifica fornitori

Il controllo dei prodotti commercializzati nei punti di vendita associati a Conad Nord Ovest è frutto dell’attività combinata dei tre soggetti che costituiscono il sistema CONAD: il Consorzio Nazionale, la Cooperativa, il punto di vendita associato.

Nel 2019 tra le attività di Verifica Ispettiva che il Consorzio effettua presso i punti di

vendita associati riscontriamo per la prima volta la voce “Monitoraggio Autocontrollo”. Tale attività rientra nell’ambito del Progetto Conad per la Qualità che mira a stabilire linee comuni di indirizzo per tutte le Cooperative per la gestione degli aspetti riguardanti la qualità presso i Centri di Distribuzione e presso i punti di vendita.

La struttura del governo della qualità nel sistema prevede tre livelli (vedi grafico a fianco).

Per il “Monitoraggio Autocontrollo” il Consorzio nazionale pianificherà ogni anno vi-

site ispettive presso un campione di punti di vendita e di Centri Distributivi per ogni Cooperativa, con l’obiettivo di monitorare la situazione esistente di gestione della qualità che, nei casi specifici che vengono riscontrati, va a rappresentare e definire il grado di rispetto da parte della Cooperativa di riferimento delle prescrizioni condivise e approvate dal CdA di Conad.

Il progetto qualità Conad iniziato nel 2018 è stato già oggetto di una verifica da parte di Conad presso le singole Cooperative al fine di accertare il livello di adeguamento ai requisiti di sistema.

#### Il livello di applicazione registrato in CNO nel 2019

	Attività	Punteggio*
Fornitori	Procedura di qualifica	3 ↑
	Analisi di prodotti	3 ↑
Ce.Di.	Audit	3 ↑
	Procedure HACCP Cooperativa	3 ↑
	Verifiche prodotti consegnati	3 ↑
PdV	Procedure HACCP Cooperativa	3 ↑
	Assistenza e Audit	3 ↑
	Analisi su produzioni interne	3 ↑

Considerato che i punti assegnabili erano:

0: aspetto non gestito - 1: aspetto gestito in misura minima - 2: aspetto parzialmente gestito - 3: aspetto completamente gestito.

Il simbolo ↑ implica che sia in corso un’azione di implementazione, che nel caso di Conad Nord Ovest è rappresentata dall’impegno all’allineamento dell’area nord nel 2020.

## Attività di Conad Nazionale

### Analisi: n° campioni analizzati nel 2019

Marchio	2019		
	Primario	Trasformazione	Totale
Conad			<b>4.455</b>
Verso Natura			<b>660</b>
Sapori&Dintorni Conad			<b>803</b>
Percorso Qualità Conad	541	2.754	<b>3.319</b>
- Carni	306	1.651	1.957
- Ortofrutta	211	1.030	1.241
- Ittico	24	73	97
- Generi vari e Fresco Ind.le			24
Creazioni d'Italia			<b>25</b>
Marchio Esclusivo			<b>98</b>
Unbranded			<b>521</b>
- Carni			73
- Ortofrutta			397
- Ittico			51
Altro (Materie prime per prodotti NON CPQ, prototipi)			<b>32</b>
Carburanti			<b>145</b>
Preparazioni interne a PdV			<b>55</b>
<b>Totale</b>			<b>10.113</b>

### N° Verifiche ispettive realizzate nel 2019

Fornitori	n°
Generi Vari e Freschi Industriali	617
Non Food ed Extralimentare	85
Carni	533
- allevamenti	354
- stabilimenti	180
Ortofrutta	895
- aziende agricole	690
- stabilimenti	205
Ittico	58
<b>Totale fornitori</b>	<b>2.188</b>
Cooperative	n°
<b>Centri Distributivi</b>	<b>141</b>
Generi Vari	13
Deperibili + Surgelati	17
Carni	52
Ortofrutta	51
Ittico	8
<b>Punti di vendita</b>	<b>377</b>
Monitoraggio Autocontrollo	22
Carni	167
Ortofrutta	93
Ittico	95
<b>Totale Cooperative</b>	<b>518</b>
<b>Totale fornitori + Cooperative</b>	<b>2.706</b>

**10.113**  
CAMPIONI ANALIZZATI  
CONAD NAZIONALE

**832**  
CAMPIONI ANALIZZATI  
CONAD NORD OVEST

## Attività di Conad Nord Ovest

### Qualifiche fornitori locali Conad Nord Ovest 2019

La qualifica dei fornitori locali nel 2019 ha riguardato in totale 53 fornitori, in parte nuovi ed in parte fornitori i cui stabilimenti erano stati oggetto di verifica oltre 5 anni fa.

Analizzando la distribuzione delle attività di verifica per settore merceologico, è il settore dei deperibili in vendita assistita/libero servizio quello per il quale abbiamo effettuato il maggior numero di verifiche 60%, costituito nel dettaglio da aziende produttrici di salumi e/o formaggi per 3/5 e da fornitori di prodotti gastronomici per la quota residua.

Seguono i controlli effettuati per aziende del settore ortofrutticolo 19%, mentre il

restante 21% dei controlli ha riguardato le aziende dei settori ittico, pane e pasticceria, carni, pasta fresca, uova.

### Analisi fornitori locali Conad Nord Ovest 2019

Per l'attività di sorveglianza dei fornitori mediante verifiche analitiche dei prodotti commercializzati dai fornitori locali sono stati presi in esame 832 campioni di prodotti.

Le analisi vengono affidate a laboratori accreditati che effettuano prelievi direttamente presso i nostri Ce.Di. per i prodotti distribuiti dalla Cooperativa o presso i punti di vendita per i prodotti in rifatturazione. L'organizzazione dell'attività consente prelievi in tempi molto ristretti rispetto alla consegna dei prodotti per assicurare che l'esito delle analisi non venga inficiato da potenziali problematiche dovute alla catena del freddo in fase di movimentazione e conservazione interna al Ce.Di. o al PdV.

Nel 2019 la percentuale maggiore di analisi è stata effettuata nel settore ortofrutta, che con le complessive 398 analisi incide circa la metà del totale dei prodotti sottoposti ad analisi.

A seguire il settore aggregato composto da Deperibili in vendita assistita (formaggi, salse, pasta fresca con e senza ripieno, piatti pronti, preparati gastronomici a base di pesce o a base di verdure, salumi e insaccati) con 204 campioni di prodotto analizzati che incidono ¼ sul totale. La stessa tipologia di

### Qualifiche fornitori locali

Fornitori	Qualifiche fornitori	
	n°	%
Deperibili v.a./libero servizio (Salumi e Latticini)	19	35,85%
Deperibili v.a./libero servizio (Gastronomia)	13	24,53%
Ortofrutta	10	18,87%
Ittico	3	5,66%
Pane e pasticceria	3	5,66%
Carni	2	3,77%
Pasta Fresca	2	3,77%
Uova	1	1,89%
<b>Totale</b>	<b>53</b>	<b>100,00%</b>

### Analisi fornitori locali

Settore	Campioni analizzati	
	n°	%
Ortofrutta	398	47,84%
Deperibili in vendita assistita	204	24,52%
Deperibili a libero servizio	108	12,98%
Pesce	59	7,09%
Pane e Pasticceria	41	4,93%
Carne	20	2,40%
Olio e.v.o.	2	0,24%
<b>Totale</b>	<b>832</b>	<b>100,00%</b>

prodotti, ma con prodotti preconfezionati da ditta esterna, dà vita al terzo raggruppamento, che annovera 108 prodotti denominato Deperibili Libero Servizio (burro, formaggi freschi, formaggi stagionati, pasta fresca con e senza ripieno, prodotti gastronomici, ecc.). Questi ultimi due raggruppamenti, considerata la tipologia di prodotti che contengono, possiamo anche considerarli un unico raggruppamento con incidenza del 37%. A seguire il pesce, con il 7%, Pane e Pasticceria 5%, Carni 2%.

Chiudono la lista dei controlli, le verifiche di conformità dell'olio extra vergine di oliva.

### Analisi prodotti ortofrutticoli

Nel settore ortofrutta, all'attività di controllo pianificata da Conad Nord Ovest (234 campioni analizzati) si affianca l'attività di controllo di Commerciale Ortoinvest (164 campioni analizzati) che, in qualità di fornitore di Conad Nord Ovest, è tenuta ad effettuare controlli con programmazione autonoma e a darne prova a Conad Nord Ovest.

I dati che vengono aggregati e presentati in sede di bilancio sociale confermano la grande attenzione che il sistema Conad presta a questa merceologia caratterizzata da prodotti generalmente di I gamma in vendita sfusi per i quali il tipo di controllo effettuato è un'analisi chimica per la ricerca di residui da trattamento in campo e/o post raccolta.

Il piano di campionamento ha come vincolo quello di garantire almeno un controllo

ad un prodotto per ciascun fornitore. Per i fornitori organizzati in consorzi il numero dei controlli è definito in proporzione al numero delle aziende agricole (subfornitori) che conferiscono prodotto al nostro fornitore.

Analizzando l'incidenza percentuale tra categorie appartenenti al settore ortofrutta, riscontriamo la prevalenza dei controlli nella categoria denominata Verdure e Ortaggi, che in Conad Nord Ovest incide per il 53% e che in Ortoinvest incide per

49% per un numero di 205 campioni di prodotto analizzati considerando congiuntamente CNO e Ortoinvest.

Allo stesso modo, per la categoria frutta, i campioni sottoposti a controllo sono complessivamente 121. La frutta rappresenta il 25% dei campioni analizzati in Conad Nord Ovest e il 38% dei campioni sottoposti ad analisi da Commerciale Ortoinvest.

#### Conad Nord Ovest - Ortofrutta

Settore	Campioni analizzati	
	n°	%
Verdure, ortaggi	124	52,99%
Frutta	58	24,79%
Frutta secca	5	2,14%
Legumi	5	2,14%
IV Gamma e V Gamma	18	7,69%
Varie	24	10,26%
<b>Totale</b>	<b>234</b>	<b>100,00%</b>

#### Commerciale Ortoinvest - Ortofrutta

Settore	Campioni analizzati	
	n°	%
Verdure, ortaggi	81	49,39%
Frutta	63	38,41%
Frutta secca	2	1,22%
Legumi	1	0,61%
IV Gamma e V Gamma	1	0,61%
Varie	16	9,76%
<b>Totale</b>	<b>164</b>	<b>100,00%</b>

### Analisi prodotti Deperibili in vendita assistita

Numerosi i controlli per i prodotti deperibili in vendita assistita a riprova della grande attenzione che Conad Nord Ovest presta ai fornitori locali per valorizzare la tipicità dei prodotti legati al territorio.

Gran parte di questi prodotti sono in rifatturazione, pertanto i prelievi sono stati effettuati direttamente presso un campione di punti vendita. Se consideriamo insieme tutti i formaggi, questi incidono per il 50%.

I salumi (salumi e insaccati, salumi cotti, salsiccia stagionata) rappresentano il 30% dei controlli effettuati; il restante 20% sono prodotti di gastronomia (piatti pronti, preparati gastronomici, salse, pasta fresca con e senza ripieno).

### Analisi prodotti Deperibili in vendita assistita

Settore	Campioni analizzati	
	n°	%
Formaggio ovino	21	10,29%
Formaggi misti	9	4,41%
Formaggio capra	5	2,45%
Formaggi freschi	24	11,76%
Formaggio vaccino	30	14,71%
Formaggio erborinato	12	5,88%
Formaggio grattugiato	1	0,49%
Salse	7	3,43%
Pasta fresca	3	1,47%
Pasta fresca con ripieno	6	2,94%
Piatti pronti	15	7,35%
Preparato gastronomico a base di pesce	4	1,96%
Preparato gastronomico a base di verdure	5	2,45%
Salsiccia stagionata	6	2,94%
Salumi cotti	12	5,88%
Salumi e insaccati	44	21,57%
<b>Totale</b>	<b>204</b>	<b>100,00%</b>

### Analisi prodotti Deperibili a libero servizio

Settore	Campioni analizzati	
	n°	%
Burro	3	2,78%
Formaggi freschi	33	30,56%
Formaggio vaccino	5	4,63%
Formaggio grattugiato	2	1,85%
Formaggio ovino	2	1,85%
Preparati a base di formaggi e/o salumi	4	3,70%
Yogurt e dessert	2	1,85%
Olive	2	1,85%
Pasta fresca	4	3,70%
Pasta fresca con ripieno	11	10,19%
Primi piatti	1	0,93%
Preparati gastronomici	14	12,96%
Salse	3	2,78%
Salsiccia stagionata	2	1,85%
Salumi e insaccati	10	9,26%
Salumi cotti	4	3,70%
Uova	6	5,56%
<b>Totale</b>	<b>108</b>	<b>100,00%</b>

## Analisi prodotti ittici

Il campione dei prodotti ittici controllato è costituito in parte da prodotti freschi in vendita sfusa e per la restante parte da prodotti preconfezionati da ditta esterna e venduti nel reparto pescheria, come preparati a base di pesce 32% e conserve e semiconserve ittiche 15%.

Considerando i prodotti ittici sfusi, abbiamo campionato pesce fresco intero per il 21%, un terzo del quale composto da pesce allevato e due terzi da pesce pescato. Il 22% dei controlli ha riguardato i molluschi bivalvi, a seguire molluschi cefalopodi 5% e crostacei 5%.

## Analisi prodotti da forno

Per il settore del pane e della pasticceria sono risultati equamente distribuiti i controlli da prodotti da forno (pane, focacce, pizze) e prodotti dolciari da forno (torte, dolci, biscotti) che incidono rispettivamente per il 46% e per il 49% dei controlli nel settore.

Completano i controlli nel settore, con il restante 5%, le verifiche analitiche sul pane che giunge precotto al punto vendita per poi essere sottoposto al completamento di cottura in punto vendita.

### Analisi prodotti ittici

Settore	Campioni analizzati	
	n°	%
Crostacei	3	5,08%
Molluschi bivalvi	13	22,03%
Molluschi cefalopodi	3	5,08%
Pesce fresco di allevamento	4	6,78%
Pesce fresco pescato	8	13,56%
Preparati a base di pesce	19	32,20%
Conserve e semiconserve ittiche	9	15,25%
<b>Totale</b>	<b>59</b>	<b>100,00%</b>

### Analisi prodotti da forno

Settore	Campioni analizzati	
	n°	%
Prodotto da forno	19	46,34%
Prodotto dolciario da forno	20	48,78%
Semilavorato di pane surgelato	2	4,88%
<b>Totale</b>	<b>41</b>	<b>100,00%</b>

## Analisi carni

Prevalenza nei controlli dei preparati a base di carne, anche detti pronto cuoci di macelleria, che incidono per il 30% sul

totale dei controlli di settore. I controlli di carne bovina e di carne avicunicola registrano singolarmente il 20% dei controlli. Seguono i controlli su salsiccia fresca, frattaglie e carne di suino.

### Analisi carni

Settore	Campioni analizzati	
	n°	%
Carne bovina	4	20,00%
Carne di suino	1	5,00%
Carne di avicunicoli	4	20,00%
Preparati a base di carne	6	30,00%
Frattaglie	2	10,00%
Salsiccia fresca	3	15,00%
<b>Totale</b>	<b>20</b>	<b>100,00%</b>



## Mobilità elettrica

Nell'anno 2019, aderendo appieno al progetto nazionale di sviluppo di mobilità elettrica secondo l'accordo quadro siglato con ENELX, CNO ha proseguito l'installazione di colonnine di ricarica elettrica. Il progetto prevedeva l'installazione di stazioni di tipo JUICEPUMP con potenza disponibile di 95 kW e due auto in contemporanea in carica – il punto di ricarica è dotato di collegamenti sia in corrente continua (DC, 50 kW, con standard CHAdeMO) sia in corrente alternata (AC, 43 kW) –, oltre ad installazioni di colonnine di tipo JIUCEPOLE, con potenza disponibile di 25 kW.

### Ricariche 2019

	n° ricariche	Energia kWh	Tempo di ricarica h
CNO - AREA NORD	2.258	31.256	1.968
CNO - AREA OVEST	985	14.236	598
<b>Pole Station</b>			
CNO - AREA NORD	225	1.570	237
<b>Totale complessivo</b>	<b>3.468</b>	<b>47.062</b>	<b>2.803</b>

Al 31/12/2019 risultavano funzionanti 8 Juicepump e 16 Juicepole.

Le infrastrutture di ricarica hanno permesso di servire oltre 3.468 veicoli elettrici su base annua, con picchi estivi per alcune infrastrutture di 200 ricariche al mese, quasi 7 ricariche al giorno. A consuntivo 2019 sono stati ceduti ai 3.468 clienti oltre 47 MWh di energia per le auto elettriche, un risultato veramente inaspettato e al momento in continua crescita. La gestione e le funzionalità delle colonnine di ricarica è a carico di EnelX, che attraverso un'APP dedicata (JUICE PASS) permette di attivare o prenotare la stazione di ricarica da parte dell'utente.

## Carburanti

Con l'ultimo impianto inaugurato in agosto 2019 ad Iglesias, gli impianti carburante della cooperativa sono saliti a 23: impianti moderni, funzionali, con prodotti gassosi GPL e metano presenti in 8 di questi. Nell'anno 2020 gli impianti hanno sviluppato un volume di oltre 208 milioni di litri venduti, equivalenti ad un risparmio medio per la clientela di 16,83 milioni di Euro, per una media di oltre 8 centesimi al litro.

## Attività Promozionali

Nel corso del 2019, il piano promozionale si è articolato, in tutti i territori, principalmente con attività commerciali a cadenza quindicinale. Il volantino (principale strumento di comunicazione) si è differenziato nella durata e nell'articolazione SOLO per l'area Lazio che vede la sinergia commerciale con la cooperativa PAC2000A. In alcuni periodi dell'anno il volantino quindicinale è stato affiancato dai cataloghi tematici (eventi).



## Struttura Piano Promozionale

- **3 piani** diversificati per canale (Iper - Superstore/Conad - City) per meccaniche e prodotti;
- **inizio** attività promozionali comuni tra i canali;
- individuazione di meccaniche trasversali ai canali:
  - **Pasqua (1), Natale (1)**, a cui si aggiungono i due temi di Distintività Nazionali (“Buono del Paese”: **2 Iper; 3 per Superstore/Conad e City**) e “Scelte di Benessere” (**3**) e la novità del 2019 “Campioni del Risparmio” (**4**);
- individuazione di **3 “Sottocosto”** nazionali, diversificati temporalmente per canale.

### Numerica di volantini: **26 canale Iper (+1 raccordo), 26 (+1 raccordo) per canali Superstore, Conad e City:**

- **3 “Sottocosto” diversificati** per canale (Iper, Superstore/Conad, City);
- **4 “Operazione BIS”** per canale Iper; **3** per canale Superstore/Conad **2 “Operazione BIS”** per canale City;

- **18 promo Locali canale Iper (+1 raccordo), 18 Promo Locali (+1 raccordo)** per canale Superstore/Conad e **19 Promo Locali (+1 raccordo)** per canale City;
- **2 “Pasqua” e “Natale”**.

### **26 Momenti** (escluso Pasqua e Natale) di presenza a volantino di **FRESCHI E CONVENIENTI**.

Nel corso della seconda settimana promozionale, i prodotti oggetto dell’iniziativa Freschi e Convenienti afferenti ai reparti Ortofrutta, Carne e Salumi e Formaggi diventano i protagonisti di spot, diffusi a livello nazionale, per quattro giorni consecutivi. L’iniziativa è comunicata al grande pubblico sia a mezzo televisivo che radiofonico. I prodotti promozionati sono messi in evidenza anche all’interno dei punti di vendita grazie all’affissione di manifesti. Si tratta di un’iniziativa che, negli anni, ha riscosso molto successo tale da permetterne il consolidamento e l’ampliamento fino a inglobare nel corso dell’anno altre categorie merceologiche (gestione locale).

### **BASSI e FISSI - “Su ciò che conta, ci puoi sempre contare.”**

Per Conad la convenienza è un impegno concreto che dura nel tempo, giorno dopo giorno, mese dopo mese, anno dopo anno. È per questo che abbiamo scelto di tenere a prezzi Bassi e Fissi quei prodotti che nelle case delle famiglie devono essere necessariamente. Perché la tua fiducia è un valore che non ha prezzo.

Per Conad la convenienza è un impegno concreto che dura nel tempo, giorno dopo giorno, mese dopo mese, anno dopo anno. È per questo che, quadrimestralmente, un paniere di numerosi prodotti indispensabili per le famiglie viene selezionato con l’obiettivo di tenerne i prezzi Bassi e Fissi. In questo modo, i clienti possono contare tutti i giorni su una scelta di prodotti davvero grande e su prezzi senza dubbio convenienti.

Puntare sulla marca commerciale si è rivelata per Conad una strategia vincente che, dunque, si è consolidata nel tempo, anche grazie alla spinta di prodotti in Bassi e Fissi. Un’iniziativa in grado di salvaguardare il potere di acquisto dei consumatori offrendo loro la garanzia di scegliere tanti prodotti ad un prezzo bloccato per il periodo. Tutti i prodotti Bassi e Fissi del periodo sono fortemente evidenziati a scaffale con strumenti di comunicazione dedicati per darne la corretta visibilità e continuità.



Oltre a ciò in tutti i volantini quindicinali ne vengono enfatizzati alcuni per ricordarne la presenza.

Per garantire un’offerta ancor più consistente, in parallelo all’iniziativa nazionale, per tutto il 2019 l’area Ovest ha implementato il pacchetto con altri prodotti MDD locali per offrire maggiore ampiezza assortimentale.

## BASSI E BASSI (locale)

Per arricchire l'offerta continuativa di convenienza, in aggiunta all'iniziativa nazionale BASSI e FISSI, per tutto il 2019 l'area Ovest ha portato avanti lo sviluppo e la programmazione dell'iniziativa **"Bassi e Bassi"**, che mette a disposizione un paniere di prodotti di marca a prezzi molto convenienti per un periodo di tempo pre-determinato (generalmente due mesi).

## Temi di distintività nazionale: BUONO DEL PAESE e SCELTE DI BENESSERE

La strategia così perseguita ha l'obiettivo di rispondere alle nuove tendenze di consumo e realizzare un mix che crea valore e sostiene i consumi, consolidando immagine e distintività dell'offerta.

All'interno dei volantini, l'attenzione di Conad si è focalizzata anche su due aree di distintività: "Buono del Paese" e "Scelte di Benessere". La strategia è stata lanciata nel 2017 e si è consolidata negli anni, mettendo in evidenza i marchi Verso Natura e Sapo-

ri&Dintorni Conad, nonché dando visibilità a prodotti LCC sostenibili e tipici locali.

A far leva sempre più sulle scelte di acquisto dei consumatori è l'identità regionale e locale di alimenti e bevande presenti nella grande distribuzione. Il piano promozionale, pertanto, prevede spazi in volantino dedicati a referenze tipiche, sia regionali che locali, a marchio Sapor&Dintorni Conad ma anche certificate da marchi e indicazioni geografiche riconosciute a livello europeo (DOP, IGP, DOC, ecc.). I prodotti Sapor&Dintorni Conad rappresentano la cultura enogastronomica italiana e individuano nella territorialità, nella tipicità i tratti distintivi di marca. Confermandosi, dunque, l'ambasciatore delle specialità italiane, al marchio Sapor&Dintorni Conad viene dedicata, in alcuni periodi dell'anno, la prima pagina di volantino e le referenze di qualità territoriali hanno uno spazio a loro destinato all'interno dei volantini di durata quindicinale.

Conad sta poi sviluppando la strada di "Scelte di Benessere", ampliando la gamma dei prodotti a marchio Piacersi e AC, del

marchio Verso Natura, una grande marca che risponde alle esigenze dei consumatori più sensibili alla buona alimentazione, e ai consumi etici. I prodotti sono, infatti, ottenuti nel rispetto della natura, lavorati in armonia con i tempi dell'ecosistema e con la massima attenzione nei confronti del benessere degli animali.

Le stesse aree di distintività sono state evidenziate e valorizzate, con premi specifici, anche nel catalogo MiPremio 2019.

## Attività promo integrative

### EVENTI e/o Cataloghi

Gli eventi sono parte integrante del piano promozionale, accompagnano il volantino quindicinale e perseguono lo scopo di enfatizzare specifiche categorie commerciali, valorizzare l'assortimento e la relativa proposta di servizio, caratterizzando i punti di vendita. Anche a livello grafico, i cataloghi si distinguono nella tipologia di offerta proposta caratterizzandosi per la presenza di:

- copertina con foto inerente;



- testata con unica parola identificativa del tema;
- pay-off introduttivo al tema;
- contenuti di approfondimento tematico.

### ALCUNI ESEMPI

#### Magazine sui Prodotti Biologici

L'impegno di Conad nel biologico, nell'ecologico, nel vegano e nell'equosolidale si è ampliato con il lancio, nel 2016, della gamma Verso Natura, per rispondere alle mutevoli esigenze dei consumatori sempre più attenti al benessere anche nelle scelte dei prodotti da acquistare. Da diversi anni sviluppiamo un magazine completamente dedicato ai prodotti biologici.

### Magazine Sardegna in Toscana e Lazio

L'attenzione verso i prodotti tipici locali e tutto ciò che è considerato patrimonio storico, culturale ed enogastronomico di un territorio, è portata avanti dall'area Ovest grazie ad uno specifico Magazine dedicato alla promozione di alimenti e bevande della regione Sardegna. Nel 2019, è stato organizzato il concorso "La Sardegna non è un'isola" che ha permesso di vincere un soggiorno da favola, in un resort 5 stelle dell'isola, a 15 fortunati acquirenti di prodotti sardi pubblicizzati all'interno del Magazine. Così, inserendo nel proprio paniere di acquisto pane carasau, fregola, formaggi e salumi tipici, i consumatori riescono a sentire la Sardegna più vicina, anche se geograficamente lontana.

### Magazine Enogastronomico di Natale (Nazionale) – "A Natale le emozioni hanno un sapore speciale"

Per accompagnare i consumatori nelle festività natalizie, Conad ha dato vita ad un Magazine enogastronomico della durata di due iniziative quindicinali. A differenza di quanto accaduto negli anni precedenti,

la realizzazione del catalogo ha seguito le indicazioni dettate dal Nazionale. Il progetto nasce dall'idea di rendere perfetto ogni momento delle festività, con i propri cari, ed esprimere il piacere delle nostre tradizioni. Il Natale Conad è frutto di scelte condivise, di prodotti garantiti di alta qualità, di genuinità e di una visione di intenti che accomuna. Di conseguenza, il Magazine si prepone di enfatizzare i momenti magici della famiglia durante i pranzi e le cene, facendo leva sull'accoglienza e sulla convivialità a tavola, espressa nella scelta di prodotti enogastronomici di elevata qualità e nei dettagli offerti su come addobbare, abbinare, prepararsi per vivere insieme memorabili momenti di festa.

Il taglio del Magazine è quello di una rivista di alta cucina che si ispira alla genuinità e ai sapori della nostra tradizione culinaria natalizia. I prodotti vengono presentati attraverso un menù di ricette che apre a una specifica sezione – dall'antipasto al dolce. Le ricette, firmate dagli chef di Saporie.com, valorizzano le eccellenze Conad e i classici piatti italiani di Natale, anche

grazie all'impiego di foto ad hoc per rendere invitanti e stuzzicanti i protagonisti dei piatti. A corredo, i lettori possono prendere spunti sulla *mise en place* perfetta per trasmettere tutte le emozioni del Natale.

In parallelo, è stato lanciato un "contest artistico" su Instagram che ha invitato gli utenti a condividere sui social una propria ricetta della tradizione natalizia, indicando quali prodotti Saporie&Dintorni Conad presenti nel catalogo potrebbero essere usati. Una giuria composta dagli chef di Saporie.com è stata incaricata di selezionare le 100 migliori foto che sono state poi pubblicate sulle pagine social Conad. Gli autori delle foto selezionate sono stati premiati con una carta prepagata Conad del valore di 100 Euro.

I social hanno rappresentato, dunque, una componente fondamentale nella diffusione dei contenuti: negli account Conad di Facebook e Instagram sono stati condivisi post che annunciavano l'uscita del catalogo e, in seguito, le ricette dei partecipanti al contest. È stata coinvolta anche una food blogger e concorrente di





Masterchef Italia, Alida Gotta, che regolarmente pubblicava sulla propria pagina Instagram contenuti culinari impiegando prodotti Sapori&Dintorni.

In punto vendita si è potuta respirare l'atmosfera natalizia descritta nel catalogo attraverso l'allestimento di rotair con grafica coordinata.

Il mantenimento dell'offerta per la durata di due iniziative quindicinali ha perseguito l'obiettivo di ottimizzare la stagionalità di acquisto e legare, anche temporalmente, il Magazine con la comunicazione televisiva.

### Focus

I Focus arricchiscono le promozioni comunicate nei volantini con cadenza quindicinale grazie a intere pagine loro dedicate. La tematica oggetto dei Focus tiene conto della stagionalità dei prodotti e, in alcuni casi, sono dedicati alla presentazione delle eccellenze regionali italiane.

Gli elementi grafici che li caratterizzano sono:

- raggruppamento di pagine con prodotti dedicati all'interno del volantino per funzione d'uso;
- head introduttiva al tema;
- cornice di richiamo al contenuto.

### Attività evidenziazione a reparto freschi

Introdotte nel 2018, le Attività di Reparto sono state riproposte all'interno dei volantini per tutto l'anno 2019. Le Attività

di Reparto mettono in evidenza una specifica categoria merceologica, attinente al reparto dei Freschissimi, raggruppando i prodotti all'interno di una specifica sezione del volantino che si avvale di una grafica evocativa e di una testata con payoff che rendono in grado di cogliere immediatamente l'oggetto dell'attività. Anche il punto di vendita viene caratterizzato dall'allestimento di materiale promo pubblicitario dedicato assicurando la massima visibilità dell'iniziativa.



### Occasioni uniche (extra-alimentare)

A cadenza periodica, sono state definite attività promozionali connesse al comparto extralimentare aventi validità nella seconda settimana promozionale: le “Occasioni Uniche” (nazionali e locali). Durante il periodo prefissato, vengono promozionati prodotti di marca a prezzi vantaggiosi.

Gli obiettivi perseguiti dall’iniziativa “Occasione Unica”:

- comunicare al consumatore l’offerta SUPER conveniente per un breve arco di tempo;
- porre l’attenzione spesso su prodotti Made in Italy;
- enfatizzare articoli di marca.



L’iniziativa in area Nord è stata utilizzata anche per prodotti di particolare appeal nel comparto alimentare.

### Black Friday

Il Black Friday, il venerdì successivo al giorno del Ringraziamento americano, è considerato l’inizio dello shopping natalizio nel Paese e, in questa occasione, le grandi catene sono solite offrire occasioni e promozioni eccezionali al fine di incrementare le vendite. Nel tempo, è diventato popolare anche in Italia ed è ormai riconosciuto dai consumatori come un giorno atteso per concludere dei veri e propri affari.

L’iniziativa è stata rinnovata anche nel 2019, per un periodo di 5 giorni - dal 29 novembre al 3 dicembre 2019. Oggetto della promozione dei giorni più convenienti dell’anno sia prodotti alimentari che extra-alimentari promossi nei punti di vendita tramite materiale promo pubblicitario (POP) realizzato ad hoc. Il giorno stesso del Black Friday, il 29 novembre, è stata prevista un’uscita stampa panoramica per tutte le aree.

### Magazine sui Prodotti del Territorio: iniziative dedicate ai prodotti della tradizione locale (area Ovest)

Arte, cibo e territorio: sono gli ingredienti per realizzare una perfetta ricetta dal nome Cultura. Per Conad, l’identità locale e regionale dei prodotti e il sostegno alle economie locali rappresentano un punto di forza e di distintività. Da sempre attenti alla tutela del territorio, a partire dal 2018 l’attività promozionale del localismo è stata ampliata fino a ricoprire un intero mese. Tale progetto è stato perseguito per tutto l’anno 2019, riprendendo la forma del tabloid e l’impostazione tipica del giornale. “Un Mese in...” (seguito dalla specifica regione/territorio) consente a Conad di portare vocazione, piatti e storia delle regioni ogni giorno sulla tavola dei consumatori, nel pieno rispetto delle tradizioni. Le aree nelle quali si estrinseca il Magazine sono, da sempre, quattro: Toscana, Sardegna, Lazio, La Spezia e Lunigiana.

Il tabloid esce quattro volte all’anno (nel 2019 i mesi interessati sono stati febbraio-



oltre **2,5**  
(milioni)

**CARTE INSIEME  
ATTIVE**

circa **79%**

**INCIDENZA  
SUL FATTURATO  
COMPLESSIVO  
DI SPESE CON CARTA  
INSIEME**



### Carta Insieme

Carta Insieme è la carta fedeltà di Conad: gratuita, esclusiva e personale. È lo strumento nazionale di fidelizzazione, circolare in tutti i PdV. Nel 2019 Conad Nord Ovest annovera una platea di oltre 2.500.000 clienti fedeli (carte attive che hanno fatto almeno una spesa nell'ultimo anno sul nostro territorio) per un'incidenza di circa 78,66% sul fatturato complessivo.

Ai possessori di Carta Insieme sono dedicati vantaggi sia in termini di attività di convenienza ed erogazione di sconti esclusivi sia in termini di iniziative di collezionamento premi:

- le attività di **CONVENIENZA** sviluppate nel corso dell'anno, in coerenza con i valori fondamentali dell'azienda, propongono ai clienti numerose occasioni di risparmio;
- sul piano della **GRATIFICAZIONE**, CNO ha lanciato iniziative di collezionamento di premi di grande distintività rispetto all'offerta dei competitors;
- la panoramica delle iniziative è assai vasta, variando da Esperienze da vivere, Concorsi, Mini Collection, Self Promotion di Solidarietà, e Special Promotion.

maggio-luglio-ottobre) ed avendo tra gli altri anche l'obiettivo di far vivere all'interno del PdV la massima espressione dell'intero assortimento di prodotti del territorio, abbiamo curato particolarmente l'aspetto di "teatralizzazione" fornendo tanti materiali per un buon allestimento in store con materiale di comunicazione ad hoc: cubi aerei, stendardi, totem portavolantini, bandierine, separatori di cassa, rotair.

L'editoriale si prepone di sottolineare i temi su cui si fonda il posizionamento Conad: "Il supermercato non è un'isola"; "Condividere gli stessi valori fa parlare la stessa lingua"; "Valorizzare i prodotti del territorio è un'impresa che ci sta a cuore"; "Preoccuparsi delle proprie radici è il miglior modo per poter crescere".

A ciò si aggiungono pagine dedicate a prodotti del territorio, ricette tipiche, curiosità sui produttori e sulle tecniche di produzione locali, tradizioni storiche e culturali.

Il Magazine viene distribuito assieme al volantino quindicinale del periodo; a ciò si aggiungono le uscite stampa e, per garantire una visibilità elevata dei prodotti promozionati, è stata predisposta una campagna digital su siti di news locali, a tema cooking e femminili.

### Attività NUCIS

La campagna nazionale “Frutta secca è benessere”, promossa da NUCIS Italia, prosegue da oltre 10 anni con moltissime attività di divulgazione scientifica per comunicare i benefici salutistici e nutrizionali legati al consumo di frutta secca e disidratata. Come ogni anno, la campagna viene comunicata in store con focus sugli stili



di vita sani associati a una dieta varia ed equilibrata nella quale inserire anche la frutta secca. Sono state organizzate 40 giornate di consulenza nutrizionale a disposizione dei clienti per ottenere suggerimenti circa il consumo quotidiano di frutta secca. I punti di vendita Conad sono stati allestiti con i seguenti materiali informativi: stopper da scaffale, cartelli per la comunicazione del singolo prodotto, corone – per la comunicazione istituzionali di tutti i frutti –, leaflet informativi, copri bins per rivestire le isole dedicate alla frutta secca e disidratata. Grazie al progetto, Conad Nord Ovest si rende ogni anno promotrice del consumo efficace di frutta secca come parte integrante di un'alimentazione salutare ed equilibrata.

### Conad servizi assicurativi

Servizi Assicurativi Conad nasce dalla volontà di offrire ai consumatori prodotti assicurativi in grado di offrire una concreta e immediata risposta alle prin-

cipali necessità assicurative della famiglia. Molteplici sono le polizze sottoscrivibili delle più affidabili compagnie assicurative: hanno ad oggetto la sicurezza dei viaggi in auto, moto o furgone; la tutela le abitazioni, anche in caso di terremoto; i viaggi, le cure mediche e gli animali domestici.

I possessori di Carta Insieme collegandosi sul sito [www.conadserviziassicurativi.it](http://www.conadserviziassicurativi.it) possono rendere tutto ciò che fa parte della loro vita quotidiana più sicuro, richiedendo preventivi sulle coperture assicurative e godendo di uno sconto esclusivo grazie al codice della loro carta. La stipula effettiva della polizza è demandata alla singola compagnia assicurativa.

Il servizio offerto è veicolato in store ma anche tramite newsletter a cadenza periodica e online sulla base delle azioni in rete degli utenti e su siti e portali che maggiormente consentono di raggiungere il target. A ciò si aggiunge una comunicazione periodica sui leaflet MiPremio e in ultima pagina dei volantini quindicinali.

## Attività Nazionali e Locali

### La convenienza in Conad Nord Ovest

Parlando più da vicino di convenienza, con l'obiettivo di sostenere il potere d'acquisto della clientela e valorizzando la propria natura cooperativa, nel 2019 CNO ha sviluppato le seguenti iniziative:

- miPREMIO2019 - Buoni Spesa
- Buoni spesa MDD
- Buoni spesa Freschissimi
- Iniziativa Famiglia
- Retention
- CRM Nazionale
- Carta Insieme Più Conad Card
- Buoni Spesa Libri di Testo
- Buoni Giocattolo
- S&S classico
- S&S freschissimo
- Buoni Natale e Fine anno
- Domeniche Pasqua e Dicembre
- Scegli&Sconta ricorrenze
- Acceleratori punti



oltre **16**  
(milioni di Euro)

**TOTALE BUONI SPESA  
miPREMIO REDENTI**

**777.528**

**TOTALE CLIENTI  
REDENTORI**

### miPREMIO2019 - Buoni Spesa

All'interno del Piano loyalty 2019 troviamo il catalogo nazionale miPREMIO 2019 di durata annuale e in circolarità nazionale.

La meccanica base di accumulo è la seguente: con Carta Insieme ogni 1 Euro di spesa → 1 punto.

- Accumulo punti: dal 01/01/2019 al 31/12/2019.
- Ritiro premi: dal 01/03/2019 al 21/01/2020.
- Redemption Buoni e Pin Premi Esperienza fino al 29/02/2020.

Sul piano della convenienza, l'offerta si sostanzia nell'erogazione di Buoni Spesa: **500 punti → 1 buono da 5 Euro** attivo su tutta la rete, spendibile su una spesa successiva di almeno 25 Euro con Carta Insieme.

Rispetto all'edizione precedente di miPREMIO abbiamo semplificato la meccanica riducendo ad un solo buono, omologandoci al piano nazionale.

### Buoni sconto MDD (Marca del distributore)

L'appuntamento con i Buoni Sconto sui prodotti a Marchio Conad si conferma un'iniziativa strategica valorizzando in modo marcato il posizionamento della nostra Insegna sul nostro territorio.

L'ottima accettazione che i nostri prodotti a marchio riscontrano presso i clienti, anche sulle nuove linee, testimonia come la Marca Conad sia riconosciuta per la qualità garantita e per il prezzo molto vantaggioso. Inoltre, acquistando prodotti a Marchio Conad, i clienti riconoscono i valori e l'immagine dell'Insegna, alimentandone il rapporto di fiducia.

Tre appuntamenti attivati nel 2019 con le seguenti meccaniche di promozione, solo per i possessori di Carta Insieme.

- 1) Operazione MDD gennaio:  
solo area Toscana, Sardegna, provincia di La Spezia, Roma e Viterbo**

Erogazione

- Lazio: dal 16/01 al 27/01;
  - Toscana/Sardegna: dal 17/01 al 27/01
- Redemption (spesa minima 30 Euro)
- 1° Buono da 5 Euro spendibile:
- Lazio: dal 28/01 al 5/02;
  - Toscana/Sardegna: dal 28/01 al 6/02.
- 2° Buono da 5 Euro spendibile:
- Lazio: dal 6/02 al 17/02;
  - Toscana/Sardegna: dal 7/02 al 17/02.

- 2) Operazione MDD settembre:  
solo area Toscana, Sardegna, provincia di La Spezia, Roma e Viterbo**

Erogazione

- Lazio: dal 21/08 al 1/09;
  - Toscana/Sardegna: dal 22/08 al 1/09.
- Redemption (spesa minima 30 Euro)
- 1° Buono da 5 Euro spendibile:
- Lazio/Toscana/Sardegna
- dal 2/09 al 8/09;
- 2° Buono da 5 Euro spendibile:
- dal 9/09 al 15/09.

- 3) Operazione MDD aprile:  
solo area Valle d'Aosta, Piemonte,**



### Liguria, provincia di Bologna, Ferrara, Modena e Mantova

Erogazione:

dal 11/04 al 22/04;

Redemption (spesa minima 25 Euro):

1° Buono da 5 Euro spendibile dal 22/04 al 5/05.

provincia di Bologna, Ferrara, Modena e Mantova) → 292.786 buoni erogati, di cui il 54,48% redenti, per un investimento globale di 798.811 Euro.

### I Freschissimi

#### Solo area Toscana, Sardegna, provincia di La Spezia, Roma e Viterbo

L'operazione di convenienza dei "Freschissimi" mette al centro i reparti dei Freschi del PdV (carne, pesce, ortofrutta, gastronomia e panetteria).

Per i clienti Carta Insieme, nel 2019 abbiamo predisposto due appuntamenti di convenienza nel reparto del Fresco.

#### Operazione Freschissimi Marzo:

Erogazione:

Lazio/Toscana/Sardegna dal 28/02 al 10/03.

Redemption (spesa minima 50 Euro):

1° Buono dal 11/03 al 17/03;

2° Buono dal 18/02 al 24/03.

#### Operazione Freschissimi Giugno:

Erogazione (spesa minima 15 Euro):

Lazio/Toscana/Sardegna dal 13/06 al 23/06.

Redemption (spesa minima 30 Euro):

Lazio/Toscana/Sardegna dal 24/06 al 7/07.

### Risultati Freschissimi

- FRESCHISSIMI marzo (operazione attiva nelle regioni Toscana, Sardegna e provincia di La Spezia, Roma e Viterbo) → 675.036 buoni erogati, di cui il 46,92% redenti, per un investimento globale di 3.167.730 Euro.
- FRESCHISSIMI giugno (operazione attiva nelle regioni Toscana, Sardegna e provincia di La Spezia, Roma e Viterbo) → 489.166 buoni erogati, di cui il 51,19% redenti, per un investimento globale di circa 1.252.080 Euro.

### Risultati Operazione MDD

- MDD gennaio (Operazione attiva nelle regioni di Toscana, Sardegna e provincia di La Spezia, Roma e Viterbo) → 673.116 buoni erogati, di cui 64,14% redenti, per un investimento globale di 2.158.725 Euro.
- MDD settembre (Operazione attiva nelle regioni di Toscana, Sardegna e provincia di La Spezia, Roma e Viterbo) → 390.204 buoni erogati, di cui il 52,53% redenti, per un investimento globale di 1.025.555 Euro.
- MDD aprile (Operazione attiva nelle regioni Valle d'Aosta, Piemonte, Liguria e

circa **4**

(milioni di Euro)

**INVESTIMENTO TOTALE  
OPERAZIONE MDD**

circa **4,5**

(milioni di Euro)

**INVESTIMENTO TOTALE  
OPERAZIONE  
FRESCHISSIMI**



**Scegli&Sconta classico,  
Scegli&Sconta Freschissimo,  
Buoni di Natale e fine anno,  
domeniche di Pasqua e Natale**

**Solo nell'area di Valle d'Aosta,  
Piemonte, Liguria e provincia di  
Bologna, Ferrara, Modena e Mantova**

Nel 2019, nelle regioni Valle d'Aosta, Piemonte, Liguria e provincia di Bologna, Ferrara, Modena e Mantova è stato strutturato un piano di fidelizzazione, riservato ai clienti titolari di Carta Insieme, continuativo e con appuntamenti settimanali, anche in occasioni di festività importanti come la Pasqua ed il Natale.

Un piano che ha veicolato ai nostri clienti **oltre 12.500.000 di Euro** di convenienza esclusiva a sostegno della spesa quotidiana e dell'acquisto dei nostri prodotti freschi. Non solo convenienza, ma anche tanti punti acceleratori mirati a velocizzare la raccolta dei punti miPREMIO2019 per i nostri clienti.

- S&S classico: 10 iniziative.
- S&S freschissimo: 25 iniziative.
- Buoni Natale e fine anno: 2 iniziative.
- Domeniche Pasqua e Dicembre: 4 iniziative.
- S&S Ricorrenze.

**Iniziativa FAMIGLIA  
(solo nell'area di Toscana, Sardegna,  
provincia di La Spezia, Roma e Viterbo)**

Nelle regioni Toscana, Sardegna e provincia di La Spezia, Roma e Viterbo, con l'obiettivo di innovare e differenziarsi rispetto alla concorrenza abbiamo predisposto una nuova iniziativa basata sulla convenienza a sostegno del nostro target di riferimento: le famiglie con figli minori di 18 anni. Per beneficiare degli sconti riservati, i clienti devono portare in punto vendita un documento che attesti la presenza di figli da 0 a 18 anni nel proprio nucleo familiare; una

volta registrati dal PdV nel "cluster Famiglia" i clienti hanno diritto al 10% di sconto sulla spesa effettuata in un giorno specifico della settimana: il mercoledì per i clienti del Lazio, il giovedì per i clienti di Toscana e Sardegna.

Questa operazione, oltre a valorizzare il rapporto con le famiglie fidelizzandole ancora di più, ha contribuito a generare crescita di fatturato sugli aderenti e conquistare nuovi clienti.

**RISULTATI: 6.082.706 Euro** di risparmio erogato a favore dei nostri clienti nelle aree di Toscana, Sardegna, provincia di La Spezia, Roma e Viterbo.

**Iniziativa RETENTION**

Nel 2019 abbiamo predisposto un'attività di consolidamento su gruppi omogenei di consumatori, con l'obiettivo di recuperare la relazione con i clienti in flessione e d'altra parte gratificare i clienti "in crescita". Siamo partiti da un'analisi puntuale del loro

comportamento nei vari canali Conad e abbiamo predisposto per ognuno dei cluster individuati una promozione mirata.

Abbiamo monitorato il comportamento di spesa dei diversi cluster, diversificando le meccaniche promozionali nel tempo sulla base dell'effettiva risposta, facendo leva su obiettivi strategici quali frequenza, scontrino medio, spesa nel reparto dei freschi, spesa di prodotti a marchio Conad.

**RISULTATI:** a consuntivo abbiamo erogato a favore dei nostri clienti un valore di **oltre 4.800.000 Euro** di risparmio.

### CRM Customer Nazionale

Nel secondo semestre del 2019, dalla mappatura delle abitudini di consumo dei nostri clienti, abbiamo individuato dei gruppi di clienti omogenei e abbiamo definito un piano organico di iniziative di convenienza basato su linee specifiche di prodotti a marchio Conad, modulando le promozioni con percentuali di sconto variabile.

Di seguito le iniziative promozionali sperimentate ciascuna con obiettivi diversi: lancio di nuove linee o di nuovi formati, raggiungimento di target specifici sulla tipologia di cliente (bambino, esigenze alimentari...), focus su nuovi trend di consumo (salutistico):

- Nuova linea di solari "ESSENTIAE CONAD"
- Linea "PIACERSI CONAD"
- Pannolini della linea "Conad Baby"
- Linea "BABY FOOD CONAD"
- Integratori del nuovo marchio Parafarmacia Conad
- Nuova linea di succhi di frutta in vetro "Verso Natura BIO"
- Linea latte "Conad Alimentum"

**RISULTATI:** Il risparmio di cui hanno potuto beneficiare i clienti destinatari di queste operazioni di Customer Marketing ha raggiunto un importo totale di **oltre 123.000 Euro** di risparmio sul cliente.



### Carta Insieme Più Conad Card

È la carta Carta Insieme con in più la funzione di pagamento a spendibilità esclusiva nel circuito privativo dei PdV Conad abilitati.

È uno strumento che premia di "più" i nostri clienti in quanto:

- non ha costi di attivazione, riemissione né canone annuo;
- elimina la possibilità di errore nel ricevere il resto alla cassa;
- unico addebito dal giorno 10 del mese successivo.

Per il cliente rappresenta uno strumento di "relazione pregiata" con la nostra Insegna, attraverso la quale usufruire di iniziative promozionali dedicate.

I principali vantaggi per i clienti che utilizzano la carta per pagare la propria spesa:

- 5% di sconto sulla spesa pagata con Conad Card per il primo mese dalla data di attivazione.
- Solo nell'area di Toscana, Sardegna, provincia di La Spezia, Roma e Viterbo: 2% di sconto su tutte le spese pagate con Conad Card per un valore complessivo di sconto erogato pari a 1.259.114 Euro.
- Sconto 1 centesimo ogni litro presso distributori Conad su tutti i pagamenti con Conad Card.
- Articoli mensili in sconto % per la spesa pagata con Conad Card.
- Per i clienti-dipendenti, a descrizione del punto di vendita, ulteriore 1% di sconto sulla spesa.

Solo nell'area di Valle d'Aosta, Piemonte, Liguria e provincia di Bologna, Ferrara, Modena e Mantova:

- Punti doppi su Freschissimi e MDD (30.729.454 punti emessi).



oltre **3,2**

(milioni di Euro)

**VALORE  
DEL BUONO SCONTO  
LIBRI DI TESTO**

### Operazioni di rilancio sottoscrizioni Conad Card

Nel corso dell'ultimo semestre 2019, abbiamo predisposto tre attività di incentivo alla sottoscrizione della Conad Card mirate ad un target di clienti selezionato.

- **Operazioni di rilancio Conad Card giugno 2019**

La promozione valida per le sottoscrizioni dal 21/06 al 31/07/2019 erogava il 10% di sconto su importi pagati con Carta Insieme Più Conad Card nelle 10 settimane successive alla data di attivazione della Conad Card (anziché il 5% per i primi 30 giorni).

- **Operazioni di Rilancio Conad Card settembre 2019**

La promozione valida per le sottoscrizioni dal 23/09 al 13/10/2019 e attivazione della carta di pagamento entro il 31/12/2019.

Al momento dell'attivazione della Conad Card, il cliente selezionato ottiene un risparmio di 50 Euro in buoni spesa\* (10

buoni spesa del valore di 5 Euro ciascuno).

\* spendibilità dei buoni fino al 29/02/2020 ogni 25 Euro pagati con Conad Card.

- **Operazioni di rilancio Conad Card novembre 2019**

La promozione valida per le sottoscrizioni dal 11/11 al 08/12/2019 e attivazione entro il 31/01/2020. Il cliente selezionato ottiene un risparmio di 50 Euro in buoni spesa\* (10 buoni spesa del valore di 5 Euro ciascuno).

\* spendibilità dei buoni fino al 31/03/2020 ogni 25 Euro pagati con Conad Card.

**RISULTATI:** Le Carta Insieme Più Conad Card sottoscritte nell'anno 2019 ammontano a **oltre 7.800**, raggiungendo così pienamente l'obiettivo prefissato. Complessivamente abbiamo **oltre 94.000** Carte Insieme Più Conad Card sottoscritte.

### Buono Sconto Libri di Testo

Nel 2019 abbiamo confermato l'iniziativa di convenienza nazionale a favore delle famiglie sull'acquisto nei nostri PdV dei libri di testo scolastici.

Dal 1 di giugno al 15 ottobre 2019 i clienti titolari di Carta Insieme o Carta Insieme più Conad Card hanno beneficiato di un Buono spesa pari al 25% del valore dei libri di testo acquistati.

Entro il 1° dicembre 2019 i clienti hanno potuto utilizzare il buono spesa per scontare l'importo di una spesa successiva<sup>1</sup>. Il buono spesa è utilizzabile unicamente nel punto di vendita che lo ha emesso su una spesa minima dell'importo di valore pari o superiore al buono stesso, non dà diritto a resto ed è cumulabile con altre iniziative in corso.

**RISULTATI:** abbiamo erogato **oltre 3.230.000 Euro** di sconto grazie all'acquisto dei libri di testo.

1. I Buoni ricevuti non possono essere utilizzati per l'acquisto di libri, libri di testo, quotidiani e periodici (in ottemperanza alle LL. 416/81 e 108/99), farmaci da banco o automedicazione, farmaci o prodotti non soggetti a prescrizione medica (in ottemperanza all'Art. 5 comma 2 L. 4 agosto 2006 n.248), ricariche telefoniche, carte prepagate, carburante, lotterie, gratta e vinci, i contributi pagati dal cliente per il ritiro di qualsiasi tipo di premio, beni e servizi per i quali è vietato svolgere attività promozionali in base a normative specifiche ed eventuali altri beni/servizi specificamente individuati e indicati come esclusi presso ciascun punto vendita.

## Buono Sconto Giocattolo di Natale

Nel periodo natalizio, abbiamo confermato un'operazione speciale ed esclusiva per i possessori Carta Insieme o Carta Insieme più Conad Card.

I clienti possessori di Carta Insieme hanno ricevuto:

- **1 Buono del valore di 10 Euro ogni 20 Euro di acquisto di giocattoli (e multipli) in un unico scontrino** dal 14 novembre 2019 al 6 gennaio 2020 nell'area di Toscana, Sardegna, provincia di La Spezia, Roma e Viterbo.
- **2 Buoni del valore di 10 Euro ogni 20 Euro di acquisto di giocattoli (e multipli) in un unico scontrino** dal 14 novembre 2019 al 26 dicembre 2019 nell'area di Valle d'Aosta, Piemonte, Liguria e provincia di Bologna, Ferrara, Modena e Mantova.

Ogni Buono-Giocattolo era utilizzabile dai clienti su una **spesa minima successiva di 50 Euro**:

- Dal 14 novembre 2019 al 12 gennaio 2020 nell'area di Toscana, Sardegna, provincia di La Spezia, Roma e Viterbo.
- Dal 02 gennaio al 31 gennaio 2020 nell'area di Valle d'Aosta, Piemonte, Liguria e provincia di Bologna, Ferrara, Modena e Mantova.

L'obiettivo basilare è stato di incentivare l'acquisto della referenza giocattolo nel periodo di Natale presso i punti vendita Conad, e trainare le vendite del periodo successivo.

**RISULTATI:** abbiamo erogato **oltre 820.000 Euro** di sconti grazie ai buoni giocattolo.

### La gratificazione in Conad Nord Ovest

Sul piano della gratificazione, Conad dedica ai clienti fedeli benefici e vantaggi nella forma di premi collezionabili.

Sono attività che vivacizzano il legame con l'Insegna, capaci di alimentarne il gradimento ed il successo. Al centro di attività di questo segno, troviamo tra i requisiti distintivi l'emozionalità e la creatività, che rendono

differenziante l'offerta premiale di Conad.

Nel 2019 CNO ha declinato la gratificazione nelle seguenti iniziative:

- miPREMIO 2019: Esperienze da vivere, Catalogo premi fisici, Premi personalizzabili, Charity
- Minicollection
- Self Promotion
- Special Promotion

### miPREMIO 2019 Esperienze e Premi personalizzati

Una vasta parte del catalogo miPREMIO2019 è rivolta a gratificare i clienti, offrendo premi personalizzati e numerosi altri premi dedicati ad impreziosire lo stile di vita dei nostri clienti: viaggi, ingressi parchi, buoni spendibili on line e premi personalizzati spediti a domicilio dei clienti.

**RISULTATI:** La risposta della clientela a questa speciale offerta è stata gratificante: **28.000** Premi-Esperienza e Personalizzati distribuiti.



oltre **820.000**  
(Euro)

**SCONTI EROGATI  
CON I BUONI  
GIOCATTOLO**



### miPREMIO 2019 Premi Fisici "PAC"

Solo nell'area del Lazio, per creare coerenza di Insegna dove sono presenti altri punti vendita ad insegna Conad, il catalogo miPREMIO2019 è stato integrato per la prima volta con un ricchissimo catalogo di premi fisici, molto apprezzato dai nostri clienti. Il catalogo comprende mini elettrodomestici per la cucina e la cura persona, tessile per la casa, elementi di arredo e tante altre opportunità per gratificarsi.

**RISULTATI:** Sono stati ritirati **117.864** premi.

### miPREMIO 2019 Charity

All'interno del **Catalogo nazionale miPREMIO2019**, nell'offerta assai vasta di premi, merita una menzione speciale il premio SOLIDARIETÀ nazionale destinato alla LEGA FILO D'ORO a sostegno del progetto "Il primo passo".

I clienti hanno potuto decurtare 400 punti per donare 5 Euro a sostegno del progetto.

**RISULTATI:** a consuntivo, la Lega del Filo

d'oro ha raggiunto un importante traguardo: **42.769** punti erogati, per una donazione complessiva di **213.845 Euro**.

Anche il **Catalogo integrativo adottato in Lazio** prevedeva un premio di solidarietà locale. Con 400 punti i clienti hanno donato 5 Euro a sostegno dell'Associazione Peter Pan, un'associazione di Roma che offre alloggio gratuito a famiglie che si spostano nella capitale per curare i propri figli. I nostri clienti, ritirando 5.534 buoni, hanno donato **27.670 Euro**.

### MINICOLLEZIONE 2019 Lagostina & Rosenthal

La proposta premiale di Mini-collezionamento nel 2019 rafforza il posizionamento conquistato nel tempo, teso ad offrire ai nostri clienti collezioni di grande valore.

La Gratificazione è un asset prezioso nel nostro progetto di fidelizzazione: Conad premia i clienti fedeli (con Carta Insieme) investendo in attività di medio periodo (cinque mesi circa) basate sull'accumulo di bollini e ritiro premi con contributo.

Operazioni di questo tipo si animano sull'obiettivo di fortificare la relazione, valorizzando la frequenza di visita ai nostri punti di vendita.

Di base, la raccolta bollini dà diritto a un set collezionabile di oggetti che afferisce, generalmente, all'universo cura casa/cura persona.

Nel 2019 Conad ha attivato partnership con brand industriali di lustro nel mondo del design e della cucina professionale, confermando la reputazione e l'alto percepito delle nostre campagne.

Le operazioni di mini-collezionamento nazionali 2019 sono state a firma di **Lagostina e Rosenthal**, due brand esclusivi e aspirazionali dal carattere riconoscibile e senza tempo: i loro prodotti sono presenti nei migliori negozi specializzati.

### COLLEZIONE LAGOSTINA

**Ingenio** è la nuova linea antiaderente firmata Lagostina.

Elemento distintivo della linea è il manico amovibile, compatibile con tutti i corpi pen-

tola, dotato di ben 3 brevetti e resistente fino a 10Kg.

Ingenio è adatto a tante preparazioni ed è molto versatile, dal piano cottura, al forno, al frigo, è ideale per servire il cibo direttamente in tavola, ed in più è salva-spazio perché perfettamente impilabile.

Inoltre la linea è caratterizzata da alluminio riciclato 100%, fondo a induzione e rivestimento antiaderente ultra resistente.

## COLLECTION ROSENTHAL

Rosenthal è l'azienda tedesca leader nel mondo per la produzione di porcellane e ar-

ticoli per la tavola. Fondata nel 1879 a Selb, in Baviera, vanta 140 anni di esperienza in materiali, design, produzione e ricerca.

Rosenthal realizza i suoi prodotti con i migliori materiali e con strutture produttive all'avanguardia.

È riconosciuto come il brand di alto design e di collezioni senza tempo in più di 100 Paesi nel mondo.

La collezione di premi Rosenthal nei nostri PdV scelta è la linea "Maria", ideata nel 1916, uno dei servizi Rosenthal in finissima porcellana più amati e apprezzati.

## Risultati Mini Collection

Mini Collection	Periodo	Oggetto	Pezzi ritirati e redemption Mini
LAGOSTINA	Erogazione Bollini: 10/06 – 22/09/ 2019 Bollini Sponsor: 6/10/2019 Clean-up: 22/10/2019	Padelle antiaderenti con manico amovibile, pentola a pressione in acciaio	Oltre 510.000 pezzi* con circa 40% di redemption e 160.000 clienti
ROSENTHAL	Erogazione Bollini: 28/10/2019-09/02/2020 Bollini sponsor: dal 28/10/2019 al 23/02/2020 Ritiro premi: dal 28/10/2019 al 10/03/2020	Servizio da tavola di 8 articoli compongono la Collezione "Maria" in porcellana bianca	Oltre 559.000 pezzi** con 20% di redemption e 89.000 clienti

\* a cui aggiungere i ritirati con miPREMIO: oltre 70.000 pezzi.

\*\* a cui aggiungere i ritirati con miPREMIO2019 e miPREMIO2020: oltre 45.000 pezzi.

Il fascino elegante di questa collezione dipende dall'effetto classico delle forme e dall'equilibrio tra gli stili classico e romantico.

## Self Promotion

### Solo nell'area di Toscana, Sardegna, provincia di La Spezia, Roma e Viterbo

Nell'ambito delle iniziative di gratificazione riservate ai nostri clienti con Carta Insieme troviamo le SELF PROMOTION: attività di Loyalty di breve periodo (in media entro i due mesi) basate sull'erogazione di premi a ritiro immediato a soglia di spesa.

Nel 2019 abbiamo lanciato due operazioni di questo tipo: iniziative locali basate su prodotti collezionabili e a basso contributo richiesto, legati al mondo della tavola con un marchio distintivo nel settore.

La leva principale di queste iniziative è sicuramente l'acquisto di impulso ed il principale obiettivo è di aumentare lo scontrino medio e la frequenza nel breve periodo e gratificare il cliente.

Le due operazioni di Self Promotion proposte nel 2019 nell'area di Toscana, Sardegna, provincia di La Spezia, Roma e Viterbo sono state accolte con un'ottima partecipazione della clientela e si sono distinte per vantare linee moderne e dal design innovativo.

Una nota che teniamo particolarmente a sottolineare è la collaborazione con brand italiani leader nella progettazione e produzione di articoli per la casa.

## SELF RAMPONI

La Ramponi S.r.l. nasce nel settore tavola nel 1988, ed è presente in negozi di liste nozze e grandi magazzini specializzati (per es. Rinascente, Coin).

Nel tempo ha subito una crescita tale da affermarsi tra i marchi leader in Italia per l'arredo tavola.

Le posate, del tutto made in Italy, interpretano uno stile contemporaneo e trasversale su tutte le tavole.

## SELF GIANNINI

Dal 1951 Giannini è leader nella progettazione e produzione di articoli per la casa, tavola, cucina, complementi d'arredo con-



### Risultati Self Promotions

Self	Periodo	Oggetto	Pezzi ritirati	Clietti Partecipanti
POSATE RAMPONI MILANO	18/02-07/04/2019	Collezione di 4 Posate made in Italy in due colori	oltre 611.000	67.682
COLAZIONE GIANNINI*	05/09/2019 20/10/2019	Collezione di tazze per la colazione e complementi in vetro borosilicato made in Italy	oltre 473.000	134.447

\* ai Premi ritirati della SELF Giannini vanno aggiunti i premi ritirati con miPREMIO2019: oltre 36.000 pezzi

ciliando stili, materiali e forme diverse con un unico scopo: rendere il nostro quotidiano elegante, pratico, divertente.

La leggerezza e trasparenza del borosilicato rendono il prodotto di design bello esteticamente, pratico e di grande qualità.

### Special Promotion Nazionale – Scrittori di classe 5

Le attività di “Special Promotion” si caratterizzano per essere iniziative gratuite per il cliente, legate a temi e valori condivisi sul nostro territorio.

In Conad abbiamo lanciato “Insieme per la scuola”, nostro progetto all’occhietto che

mira a dare un prezioso sostegno al mondo della scuola. Con “Insieme per la Scuola”, attivo sul territorio nazionale, sosteniamo in modo diretto le scuole primarie e secondarie, permettendo alle stesse di ricevere gratuitamente utili strumenti per la didattica: attrezzature informatiche e multimediali e tanti altri materiali per l’attività scolastica.

La partecipazione all’iniziativa è il risultato felice di una meccanica che unisce raccolta di buoni da portare a scuola con una raccolta di premi (collana di libri) destinati ai bambini e alle famiglie. La meccanica è semplice: i clienti collezionano Buoni di “Insieme per la Scuola” facendo la spesa nei punti vendita Conad.

I punti di forza di questa attività sono:

- il forte coinvolgimento delle famiglie (prodotti destinati ai bambini) e della Comunità;
- il sostegno concreto al mondo della scuola;
- il forte legame col territorio, che si palesa anche nell’investimento e nell’organizzazione di eventi in store e nelle piazze;
- tematiche sensibili e formative per l’infanzia;
- stimolo alla pratica attiva della lettura, distribuendo in premio un “bene prezioso”: un libro.

Forti della paternità del primo progetto a sostegno delle scuole, nel 2019 si è svolta la nuova edizione di “Scrittori di Classe”: un progetto speciale, concepito allo scopo di promuovere attivamente la lettura e la scrittura tra i ragazzi, premiando il lavoro di squadra.

In questa edizione, in particolare, abbiamo enfatizzato l’aspetto didattico e culturale di Scrittori di Classe, lanciando il tema portante della sostenibilità ambientale.



Le classi partecipanti sono state invitate ad approfondire il valore della salvaguardia del pianeta in cui viviamo, tramite le avventure del noto topo giornalista Geronimo Stilton.

Ogni volume è ispirato alle storie scritte dalle 8 classi vincitrici del Concorso letterario nazionale, arricchito con rubriche a cura del WWF e di numerosi quiz divertenti e giochi.

Le otto storie vincitrici sono state oggetto di pubblicazione, dando vita alla collana di 8 libri della Special Scrittori di Classe distribuita nei PdV Conad.

**PERIODO OPERAZIONE:** dal 18/03 al 28/05/2019

Meccanica per i clienti possessori di carta Insieme: Ogni 15 Euro di spesa e multipli, e in base ai prodotti sponsor acquistati, il cliente riceve 1 buono "Insieme per la scuola" e 1 bollino.

I bollini permetteranno di ritirare gratuitamente i racconti e/o il cofanetto.



#### Minicollection Scrittori di Classe 5

8 bollini → 1 libro GRATIS tra gli 8 della collana

1 bollino → 1 cofanetto GRATIS

L'operazione ha segnato un importantissimo traguardo: oltre 1.069.000 di libri ritirati.

**A livello locale "Insieme per la Scuola" ha concluso questa edizione con:**

- oltre 4.500 scuole iscritte;
- oltre 10.000 premi richiesti;
- oltre 7.800.000 buoni redenti.

**A livello nazionale**, questa edizione ha raggiunto i seguenti risultati: 14.503 scuole iscritte; 29.834 premi del catalogo richiesti (tra cui attrezzature informatiche e altro); 25.179.095 buoni redenti, oltre 29.700 premi distribuiti per un valore investito di oltre 3.239.400 Euro.

Attraverso il Progetto Insieme per la Scuola, cumulando tutte le edizioni, Conad Nazionale ha distribuito oltre 171.300 premi alle scuole, per un valore investito di oltre 28.437.000 Euro.



oltre **1** milione  
LIBRI RITIRATI  
MINICOLLECTION  
SCRITTORI DI CLASSE 5



Primaria Alighieri di Arcidosso - 4B



Primaria De Amicis di Marano sul Panaro - 3B



Primaria di Pralungo - 5A



Primaria Crocini di Prato - 3A



Scuola Sec. 1° grado Rosa Bianca di Saluzzo - 1H



Scuola Sec. 1° grado Simaxis di Villaurbana - 1E

### Scrittori 6 – Diario di una Schiappa Fase 1 “Concorso Letterario Nazionale”

Da settembre 2019 ha preso avvio la **prima fase** di Scrittori di Classe 6: il Concorso Letterario Nazionale di creazione delle storie che costituiranno la collana della futura Special Promotion.

Quest'anno, il protagonista delle storie è Greg di “Diario di una Schiappa”, best seller firmato da Jeff Kinney, ed i ragazzi sono chiamati ad approfondire il valoroso tema della resilienza.

È a scuola che i ragazzi si misurano maggiormente con l'aspetto della competitività e l'ansia da prestazione. Motivo per cui la RESILIENZA diventa un valore indispensabile!

I ragazzi hanno avuto l'opportunità, in questa edizione, di riflettere su questo importante tema, approfondendo la capacità di rispondere in maniera positiva agli ostacoli, cogliendo le opportunità positive che le esperienze della vita offrono.

**A livello nazionale** l'iniziativa ha registrato un successo senza precedenti: 6.378 scuole iscritte; 29.731 le classi iscritte e ben 6.359 racconti completati e pubblicati.

**A livello locale**, di seguito i risultati della Fase 1 in merito alle adesioni al Concorso:

- Area Ovest: 1.770 scuole iscritte; 3.684 classi iscritte; 772 racconti completati e pubblicati.
- Area Nord: 1.846 scuole; 4.256 classi iscritte 683 racconti completati e pubblicati.

### Sosteniamo le Passioni

#### Solo nell'area di Toscana, Sardegna, provincia di La Spezia, Roma e Viterbo

Nell'ambito dei progetti locali di Solidarietà, un posto d'eccellenza riveste l'iniziativa locale di “Sosteniamo le Passioni”, perfetta espressione del connubio profondo tra i punti di vendita CNO che aderiscono ed il micro-territorio in cui essi operano.

Siamo giunti alla sesta edizione.

Attraverso l'adesione volontaria dei Soci, il progetto dà concretezza alla vocazione sociale, oltre che economica, dei PdV Conad, offrendo l'opportunità di:

- sviluppare la cultura della Responsabilità Sociale di Impresa;
- evolvere il Valore aziendale di “Persone oltre le Cose” in una pratica quotidiana di cura e di attenzione verso le Persone ed il Territorio.



Per incentivare la capillarità dell'iniziativa, nel 2019 abbiamo confermato la meccanica del 2018 molto accessibile, corale e partecipativa.

Nei punti di vendita Conad aderenti all'iniziativa nell'area di Toscana, Sardegna, provincia di La Spezia, Roma e Viterbo, i clienti possessori di Carta Insieme:

- nel periodo dal 01/01/2019\* al 31/05/2019 per ogni scontrino di importo pari a 10 Euro e multipli con Carta Insieme, accumulano 1 Punto Cuore;
- dal 01/01/2019\* al 30/06/2019 ogni 35 Punti Cuore accumulati, possono ritirare 1 Buono Cuore del valore di 2,5 Euro;
- dal 01/01/2019\* al 30/07/2019 il Buono Cuore sarà fisicamente consegnato dal cliente all'Associazione/Ente preferito, che abbia aderito al progetto "Sosteniamo le Passioni".

#### RISULTATI EDIZIONE 2019

- Punti di vendita partecipanti: 99
- Punti cuore accumulati: 27.702.196
- Buoni cuore erogati: 98.148 per un valore di **245.370 Euro**.

\* Su base volontaria, alcuni Soci hanno anticipato l'accumulo a partire dal 01/11/2018.

#### Self di Solidarietà CON TUTTO IL CUORE

All'interno delle Self Promotion, riveste un posto di primo piano la Self di Solidarietà di Natale. Da sei anni un appuntamento importante a sostegno di alcune strutture ospedaliere pediatriche di eccellenza del nostro territorio. Abbiamo potuto sempre contare sulla sensibilità e la grande adesione dei nostri clienti, ottenendo così dei risultati di cui siamo orgogliosi: nell'arco delle sei edizioni organizzate dalla Cooperativa, sono stati donati **oltre 2.147.000 Euro**.

L'edizione del 2019 ha coinvolto, per la prima volta, anche i punti di vendita di Valle d'Aosta, Piemonte, Liguria, province di Bologna, Ferrara, Modena e Mantova, affermando anche in questi territori la sua missione:

- raccogliere fondi da destinare all'acquisto di macchinari per gli ospedali presenti sul nostro territorio;
- lanciare iniziative che creino "evento" nel PdV: un'atmosfera calda, familiare ma allo stesso tempo innovativa;

- entrare nelle case dei nostri clienti contribuendo all'atmosfera natalizia con la costruzione del **Villaggio di Babbo Natale**: 16 miniature di elfi, Babbo Natale e renne, confezionati singolarmente in bustine (*flowpack*), con il contenuto non visibile esternamente per una maggiore collezionabilità con effetto scambio tra bambini.

PERIODO SELF: dal 31/10 al 24/12/2019  
Con Carta Insieme ogni 20 Euro di spesa + 1,50 Euro di cui 1,00 Euro di contributo e 0,50 Euro di Solidarietà → 1 Bustina sorpresa contenente un personaggio di 5 cm del Villaggio di Babbo Natale (16 personaggi).

Inoltre, ad arricchire la self di solidarietà, l'offerta nel PdV prevedeva le seguenti meccaniche aggiuntive:

- ogni 3 bustine ritirate (non necessariamente in unico scontrino) + 2,00 Euro di cui 1,50 Euro di contributo e 0,50 Euro di Solidarietà → 1 Cassetta Luminosa/Albero luminoso a scelta (4 referenze);
- Collector-Villaggio di Babbo Natale acquistabile a 3,90 Euro;



oltre **2**  
(milioni di Euro)

**TOTALE DONAZIONE  
SELF DI SOLIDARIETÀ  
"CON TUTTO IL CUORE"  
NELL'ARCO  
DELLE SEI EDIZIONI**

## Self di Solidarietà CON TUTTO IL CUORE

Abbiamo sostenuto i seguenti progetti:

**Istituto Giannina Gaslini** - PdV di Piemonte, Valle d'Aosta, Emilia e Liguria (anche PdV CdT)

Un SISTEMA DI BIOFEEDBACK ED ELETTROSTIMOLAZIONI PER RIABILITAZIONE PELVI-PERINEALE da destinare al reparto di Medicina Fisica e Riabilitazione. Questo strumento di ultima generazione permetterà il trattamento dei piccoli pazienti con problematiche riabilitative inerenti la sfera del pavimento pelvico per incontinenza post chirurgica, neurologica o mista, migliorando sensibilmente la qualità delle loro vite.

**Ospedale Brotzu di Cagliari** - PdV della Sardegna

Un sistema gestionale per i TRACCIATI ELETTROCARDIOGRAFICI "GE MUSE" da destinare ai piccoli pazienti della Cardiologia Pediatrica dell'Ospedale Brotzu di Cagliari. Questo strumento permetterà di registrare e analizzare un gran numero di tracciati elettrocardiografici



fornendo informazioni preziose sul ritmo cardiaco e su possibili aritmie congenite, allo scopo di prevenire eventi cardiaci improvvisi e fatali.

**Fondazione Santa Maria Nuova Onlus per i reparti pediatrici dell'Azienda USL Toscana centro** - PdV della Toscana

Un ELETTROENCEFALOGRAFO da destinare ad uno o più Punti Nascita degli ospedali presenti sul territorio della Toscana centro. Uno strumento prezioso che permetterà di valutare immediatamente l'entità del danno neurologico dei neonati che nascono con asfissia e affrontare i singoli casi con tempestività.

**Ospedale Pediatrico Bambino Gesù** - PdV delle province di Roma e Viterbo

Un incubatore ad anidride carbonica utile alle cure dei piccoli pazienti affetti da epilessia. Una strumentazione altamente sofisticata che consentirà di sottoporre i piccoli pazienti affetti da epilessia a terapie più mirate, volte ad un miglioramento della loro qualità di vita.



- per ogni bustina sorpresa ritirata entro la data 08/12/2019, il cliente ha ricevuto sullo scontrino un codice da giocare sul sito dedicato al Concorso, [www.contuttoilcuore2019.it](http://www.contuttoilcuore2019.it), e partecipare così all'estrazione finale di uno dei 6 fantastici viaggi Boscolo «Rovaniemi, favolosa Lapponia».

#### Risultati SELF DI SOLIDARIETA':

- Totale bustine ritirate in Self: 1.100.000
- Totale cassette ritirate: 136.000
- Clienti partecipanti: 327.000

**Risultati Edizione 2019:** grazie alla grande partecipazione dei clienti, la straordinaria cifra raccolta nell'ultima edizione è di **621.000 Euro** complessivi.

#### La Customer Care

##### SERVIZIO CONTATTACI

Capacità di ascolto, risposta e problem solving sono le parole chiave nell'ambito del Servizio di Customer Care di Conad Nord Ovest, uno degli strumenti fondamentali per la gestione della Customer Retention. Attraverso un buon servizio di Customer

Care, l'azienda non si pone infatti come obiettivo sola la fidelizzazione della propria clientela e la Brand Loyalty, ma cerca anche di generare un passaparola positivo, accrescendo così la reputazione dell'impresa.

In Conad Nord Ovest il servizio di Customer Care è gestito attraverso il canale on-line, ovvero mediante il servizio CONTATTACI raggiungibile dal sito [www.conad.it](http://www.conad.it), servizio che nel 2019 ha registrato oltre 5.900 richieste da parte dei nostri clienti, con un trend di crescita pari a +42% rispetto al 2018.

#### Servizio Contattaci: report anno 2019

Tipologia richiesta	n° contatti
Punti di vendita	1.211
Catalogo miPremio	312
Prodotti non a marchio	148
Carte Conad	883
Problemi richieste premi on-line	999
APP	124
Al Tuo Servizio	675
Prodotto a marchio	507
Sito	671
Problema accredito punti sulla spesa	251
Problemi accredito punti extra on-line	180
<b>Totale</b>	<b>5.961</b>

#### LE CARTE PREPAGATE

Anche le Carte Prepagate Conad rappresentano uno strumento di fidelizzazione in quanto sono una modalità di pagamento al portatore che i Clienti possono utilizzare per fare la spesa solo nei nostri punti vendita. Sono a scalare, hanno una validità di 12 mesi dalla data di attivazione e possono essere ad importo fisso (da 30, 50 o 100 Euro) o variabile. Le carte prepagate spesso sono utilizzate dalle aziende nell'ambito di programmi di welfare per i propri dipendenti e di incentivazione alle vendite, per gestire promozioni riservate o come premio in concorsi e raccolte punti.

Per promuoverne la vendita e la distribuzione, Conad Nord Ovest ha sottoscritto negli ultimi anni diverse convenzioni nel proprio territorio con aziende, associazioni e istituti di credito realizzando così nel 2019 un fatturato di oltre 7.200.000 Euro attraverso l'attivazione di oltre 24.000 carte prepagate.



oltre **7,2**  
(milioni di Euro)

**FATTURATO 2019  
GENERATO  
DA CARTE PREPAGATE**

oltre **24.000**  
**CARTE PREPAGATE  
ATTIVATE**

## I FORNITORI DI BENI E SERVIZI

### Largo Consumo Confezionato (LCC)

A maggio 2019 e' iniziato il processo di creazione dei nuovi cluster assortimentali di Conad Nord Ovest nell'ambito delle categorie del largo consumo confezionato (LCC).

I Category e i loro Responsabili hanno strutturato un piano di incontri intenso e condiviso fra le due sedi di Pistoia e Modena, presso le quali, i gruppi, divisi per classificazione merceologica, hanno processato ogni EAN definendone il relativo cluster di appartenenza, segmentandolo in termini di fatturato, ruolo della marca commerciale (MDD), presenza negli assortimenti nazionali, classificazione del prodotto se regionale/locale, quote di mercato IRI, dati di venduto e in ultimo ma significativamente importante, marginalità complessiva.

Si è così costruito un data base, capace di abbinare i prodotti per EAN e dare la possibi-

lità di leggere e definire l'assortimento in base ai dati di cui sopra in modo da regolarne la numerica a seconda delle logiche espositive già testate e in essere in area Ovest.

Le categorie processate sono state oltre 80 e per ognuna di esse sono stati definiti fino a 7 cluster assortimentali al fine di poter comprendere ogni tipologia di PdV sia in termini di metratura ma soprattutto per il ruolo che gli stessi sviluppano sul territorio in cui operano.

Alla chiusura del processo di ogni categoria merceologica i file venivano inviati alla Segreteria che con l'aiuto dei sistemi li trasferivano sui programmi predisposti di "Space allocation" per un'ultima verifica e quindi definire la disposizione sullo scaffale fino alla totale completezza degli spazi.

Il lavoro si è concluso entro il mese di luglio 2019, rispettando il timing iniziale, e comunque prima del trasferimento effettivo sullo scaffale vi è stata una manutenzione periodica secondo un calendario di revisione assortimentale predefinito.

### Convention fornitori 03/10/2019

Il 3 ottobre 2019 a Bologna è stata presentata ai Top 100 fornitori del mondo della Grande Distribuzione Conad Nord Ovest.

Nel primo intervento, l'Amministratore Delegato di Conad Nord Ovest, Ugo Baldi, ha richiamato tutti i partecipanti a prendere consapevolezza del significato dell'avvenuta fusione tra queste due grandi Cooperative, la prima nel mondo Conad, ed a valutare al meglio la portata strategica di questa grande operazione, in termini presenti ma soprattutto con prospettive di partnership future e di collaborazioni per lo sviluppo del business.

Concetti poi sottolineati più in dettaglio e nello specifico da parte del Direttore Commerciale Alessandro Bacciotti che ha focalizzato l'attenzione sul ritorno degli investimenti, basate sull'importanza della certezza della prestazione, diventato oggi elemento strategico dell'affidabilità fra aziende che vogliono collaborare insieme. Ha poi sottolineato l'importanza della cre-

azione di assortimenti comuni che possano soddisfare al meglio le esigenze dei Clienti, qualsiasi canale essi frequentino, accompagnate da un piano promozionale che possa dare risposte di convenienza nell'ambito di una proposta di pricing in linea con i competitori più diretti.

Questi sono stati i capisaldi di una rinnovata collaborazione con l'industria, di un dialogo e condivisione di obiettivi che hanno il fine ultimo nella massima soddisfazione dei Clienti di Conad Nord Ovest.

### Reparto banco assistito

Nell'ambito del banco a taglio, salumi e formaggi, nel 2019 si è sviluppato un approfondimento sui formaggi freschi e sulle modalità espositive più idonee per esaltare la vendibilità e il servizio alla clientela.

Essendo questa categoria composta da formaggi freschissimi ad alta deperibilità, il legame con i prodotti del territorio, e il conseguente sviluppo della microeconomia di zona per logica di filiera corta, determina

valori che legano il consumatore alla propria cultura agroalimentare, rafforzando la fidelizzazione all'insegna che meglio rappresenta il territorio stesso.

Da qui il ruolo determinante del Socio, e del suo punto di vendita, base di un rafforzamento gestionale dell'assortimento in linea con le stagionalità e con la tipicità locale attraverso un posizionamento di insegna ben definito

## POSIZIONAMENTO

- Scelta di un “modello” assortimentale consigliato
- Valorizzazione dei localismi e delle nicchie
- Fidelizzazione attraverso l'offerta/servizio
- Enfaticizzazione della qualità

## Reparto carne

### Inserimento in assortimento linee SAPORI&DINTORNI (Chianina e Piemontese) + Pollo “Come una volta” (PQC premium)

Con l'obiettivo di maggior presidio della fascia premium ed in continuità con quanto fatto nel 2018, il reparto carne nei primi mesi del 2019 ha visto l'ingresso di due nuove linee prodotte:

- Pollo “Come una volta” allevato senza uso di antibiotici.
- Carne di razza Chianina I.G.P. Sapori&Dintorni.

La nuova gamma di Pollo “Come una volta” Conad Percorso Qualità è allevato senza l'uso di antibiotici e risponde ai requisiti di Benessere Animale.

Per benessere animale si intende “qualità di vita di un animale così come viene percepita da ogni singolo individuo” e si esprime attraverso **5 libertà**:

1. **Libertà** di potersi alimentare e abbeverare in modo corretto.

2. **Libertà** di avere un adeguato ambiente fisico.
3. **Libertà** di vivere in condizioni che lo preservino da paura o disagio.
4. **Libertà** dal dolore, dalle ferite e dalle malattie prevenendole e trattandole rapidamente.
5. **Libertà** di manifestare le caratteristiche comportamentali proprie della specie.

Le caratteristiche dei Pollo “Come una volta” Conad Percorso Qualità sono:

- vengono allevati a per almeno **70 giorni**;
- vengono allevati a **lento accrescimento**;
- vengono alimentati con almeno il **70% di cereali**;
- **razza speciale**, ossia una razza non industriale a collo nudo di origine francese ma nata, allevata e macellata in Italia;
- vivono a terra e sono liberi di muoversi e hanno **maggior spazio** in allevamento (rispetto ai minimi di legge);
- crescono naturalmente senza l'utilizzo di farmaci promotori della crescita e sono **allevati senza l'uso di antibiotici**;
- sono stimolati da **arricchimenti ambientali** con cui interagire come le balle di



## LE REGOLE DEL BENESSERE ANIMALE

1. **Libertà** di potersi alimentare e abbeverare in modo corretto.
2. **Libertà** di avere un adeguato ambiente fisico.
3. **Libertà** di vivere in condizioni che lo preservino da paura o disagio.
4. **Libertà** dal dolore, dalle ferite e dalle malattie prevenendole e trattandole rapidamente.
5. **Libertà** di manifestare le caratteristiche comportamentali proprie della specie.



fieno e i trucioli di legno, per favorire i comportamenti naturali;

- la **filiera** è **certificata** Conad Percorso Qualità;
- la filiera è **100% italiana**.

L'assortimento di pollo allevato senza l'uso di antibiotici è composto da tre articoli ed è stato sviluppato nella logica del servizio al consumatore e della qualità di prodotto. Infatti oltre alla materia prima pollo che viene allevata con determinate caratteristiche, le lavorazioni vengono effettuate con estrema cura e attenzione per garantire al consumatore prodotti puliti e rifilati e davvero *ready to cook*.

### Nuova linea di Bovino di razza Chianina I.G.P. Saporì&Dintorni

La nuova gamma di Bovino adulto di razza Chianina I.G.P. Saporì&Dintorni si sviluppa proprio nei 2 segmenti di maggiore crescita: Bovino ed Elaborati.

La carne di razza Chianina presenta le seguenti caratteristiche:

- certificata e garantita dal marchio IGP Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale, la carne di Bovino adulto di razza Chianina proviene da animali nati e allevati nelle colline, pianure e montagne dell'Appennino Centrale, seguendo le rigide regole del Disciplinare di produzione. Ad esempio i vitelli devono essere allattati naturalmente dalle madri, fino al momento dello svezzamento e tutti gli animali vengono nutriti con un'alimentazione a base di foraggi tipici del territorio;
- i bovini di razza Chianina sono caratterizzati dal candido manto bianco porcellana;
- è una razza italiana antica, apprezzata già dagli Etruschi e dai Romani;
- la bistecca alla fiorentina nasce proprio dalla razza chianina, con un taglio alto, comprensivo dell'osso, di peso superiore ad un chilo e rigorosamente cotta al sangue.

L'assortimento è composto da 4 articoli tutti in skin, che permette una migliore conservazione del prodotto (più shelf life) nel caso dei tagli di carne come tagliata e costata, e favorisce il processo di frollatura, che rende la carne più morbida.

### Sviluppo logistico area Nord – 6 consegne su confezionato/ cartonato - Novembre 2019

Le nuove linee appena illustrate rendono evidente il percorso del reparto verso un assortimento profondo e segmentato di prodotto confezionato a libero servizio.

Tale trend di evoluzione e richiesta del cliente ha reso necessario offrire ai soci Conad Nord Ovest un livello di servizio logistico adeguato.

È in questa logica, che in area Nord, da novembre 2019 è stato attivato il rifornimento della carne dal magazzino di Quiliano, che rifornisce i punti vendita delle aree Liguria, Piemonte e Valle D'Aosta e affianca la piattaforma di Modena (dedicata al rifornimento dei punti di vendita emiliani).

Il servizio logistico aumentato e parificato all'area Ovest, prevede la consegna 6 volte la settimana del prodotto confezionato (con particolare ampliamento assortimentale del comparto avicunicolo e suino).



È stato uno sforzo importante, ad un mese dall'atto di fusione e nascita di Conad Nord Ovest, ma grazie al lavoro e impegno di tutta la filiera, ha permesso a tutti i negozi dell'area Nord di usufruire di consegne giornaliere.

Dopo il primo mese di attivazione è stato già riscontrato un aumento di movimentazione colli del 20%.

Possiamo dire che questo è stato il primo passo verso ulteriori sviluppi logistici nel mondo dei freschi che vedranno attivazione nel corso del 2020.

### **Assortimento e formazione piatti pronti da cuocere carni e linea hamburgeria con lavorazione interna**

È nell'ottica di aumentare la presenza di prodotti ad alto contenuto di servizio che si è sviluppato il progetto dei pronti da cuocere con preparazione interna al reparto.

La preparazione richiede del tempo per la realizzazione e necessita quindi di una at-

tenta organizzazione, al fine di ottimizzare le ore impiegate.

Gli altri concetti base sono stati: rispetto delle procedure (dalla materia prima alle preparazioni degli ingredienti), e la formazione pratica degli addetti.

È con questi presupposti che sono state create dapprima ricette con carne di suino e pollo a cui aggiungere marinature e panature. Il progetto ha previsto la creazione di circa 25 ricette, codificate a sistema con relativo food cost e marginalità attesa.

Nel corso dell'anno 2019, il proficuo confronto delle esperienze tra category, tecnici di vendita e soci delle due cooperative, ha portato ad allineare le conoscenze tramite un corso di formazione sui Pronti da cuocere (Hamburgeria), partito e svolto inizialmente nelle regioni Nord, per poi "calare" con alcune giornate di formazione nelle regioni Ovest.

Il corso è stato sviluppato insieme all'Università dei Sapori di Perugia, ed ha visto il coinvolgimento degli addetti macelleria.

La giornata di formazione, guidata dal docente dell'Università, ha registrato una formazione teorica e pratica nella preparazione di hamburger e polpette (il book prevede oltre 35 ricette).

Partendo dall'impasto di carni scelte e con l'aggiunta di ingredienti come verdure e formaggi, sono state create ricette,

tutte dotate di scheda prodotto, ingredienti, grammature e metodologia di preparazione.

Il book delle preparazioni, oltre ad un'importante base di ricette comuni a tutte le regioni Conad Nord Ovest, prevede ricette con ingredienti tipici della regione. Di seguito le "invitanti" preparazioni.

## **HAMBURGER - RICETTE REGIONALI**

### **Emilia Romagna**

- Hamburger Parmigiano Reggiano DOP e rucola
- Hamburger Mortadella Bologna IGP

### **Lazio**

- Hamburger Pecorino Romano DOP e rucola

### **Liguria**

- Hamburger alle olive taggiasche

### **Piemonte**

- Mezzelune con Brà tenero e speck

### **Sardegna**

- Hamburger ricotta salata e rucola

### **Toscana**

- Hamburger finocchiona e provola



### Reparto Gastronomia Piatti Pronti

- Creazione nuova Linea prodotti Take Away “SELEZIONE GASTRONOMIA”.
- Sviluppo cucine nei punti di vendita di nuova apertura/ristrutturazione con relativa formazione addetti sull’assortimento mixato tra rigenerazione e produzione interna.

Nel 2019 abbiamo portato a termine alcuni progetti programmati e nati dalla collabora-



zione con la “Compagnia degli Chef”, volti al rinnovamento della proposta commerciale.

### Nuova linea prodotti Take Away “SELEZIONE GASTRONOMIA”

L’obiettivo che ci siamo preposti era di riuscire ad esprimere un’immagine di reparto qualitativa, moderna, e omogenea nei punti vendita, attraverso una linea di prodotti confezionati take away. Lo sviluppo del prodotto confezionato è coerente con il forte trend di consumo dei “pronti da mangiare”.

Le azioni svolte sono state:

- revisione e miglioramento delle ricette dei prodotti di gastronomia;
- frequente controllo qualitativo dei centri di produzione delle aziende fornitrici, definibili partner del progetto;
- rinnovamento del packaging, con una nuova vaschetta in CPET di color avorio; un colore più “caldo”, in grado di esaltare il contenuto all’interno e allo stesso tempo evitare la sensazione di “freddezza” trasmessa dal *total white* della precedente confezione;

- ideazione di una etichetta con il nuovo marchio “SELEZIONE GASTRONOMIA”, esclusivo per CNO, che continua il percorso già intrapreso in Panetteria con il marchio “SELEZIONE FORNO”;
- la quasi totalità delle referenze Take Away è passata dalla gestione a peso variabile a quella a Peso/Prezzo Fisso. Ciò ha permesso di gestire i prezzi al pubblico con solo 3/4 fasce prezzo, dare chiarezza di posizionamento al cliente e fare attività promozionali semplici ed incisive.

La nuova linea “SELEZIONE GASTRONOMIA” è disponibile in tutti i negozi Ovest con servizio di flusso teso (6 volte a settimana) ed è stata inserita anche nell’area Nord su circa 50 negozi in rifatturazione, in attesa degli sviluppi logistici previsti nel 2020.

### Progetto Cucine e Punti Cottura in reparto Gastronomia

Nei punti vendita di nuova apertura e ristrutturazione, coerentemente con la funzione d’uso e ruolo che il negozio ha nel suo territorio, sono stati inseriti dei labo-

ratori di preparazione Gastronomia interni al reparto.

Il laboratorio è stato creato “a vista” dei clienti ed è calibrato a seconda delle necessità del negozio: dalla cucina in grado di soddisfare tutte le esigenze, al punto cottura idoneo a piccole preparazioni ed alla corretta rigenerazione.

La produzione interna della gastronomia persegue l'idea di integrazione qualitativa del prodotto centralizzato e deve essere svolta assicurando il massimo della freschezza e della qualità al consumatore finale.

L'obiettivo, condiviso con la commissione soci, è quindi che il laboratorio produca parte dell'assortimento, concentrato su referenze alto vendenti, veloci e facili da realizzare. Scegliere una produzione massiva interna al negozio, comporta impegno di forza lavoro con personale molto specializzato e adeguata copertura dell'intero arco orario, oltre alla massima attenzione alle regole igienico/sanitarie. Questo “impegno” rende difficilmente sostenibile il conto economico del reparto.

Al fine di omogeneizzare la proposta dei nostri banchi Gastronomia, sono state create circa 80 ricette semplici, veloci e con grande valore aggiunto (primi, secondi, contorni, piatti freddi) da preparare nei laboratori, rese consultabili direttamente sul sistema informativo dei punti di vendita “Arete” (per i punti vendita Ovest) complete dei dati di *foodcost*, prezzo di vendita al pubblico consigliato e relativo margine lordo.





## Reparto Ortofrutta

### Condivisione, nelle commissioni soci regionali, dell'impostazione strategica di reparto sull'assortimento.

Le commissioni soci dell'ortofrutta, svoltesi per la prima volta durante settembre e ottobre in tutte le 6 regioni, hanno registrato un forte partecipazione attiva dei soci nel definire, insieme alla struttura dei category e delle vendite, le priorità e le strategie del reparto.

Le priorità, da cui discendono le aree di lavoro progettuali, sono principalmente 2:

- Segmentazione dell'assortimento
- Competitività di reparto

La segmentazione sotto descritta, ben spiega la filosofia di costruzione dell'assortimento.

Gli obiettivi posti sono:

- Completezza di proposta in tutti i canali distributivi.
- Centralità della MDD con sviluppo atteso su prodotti servizio e premium.
- Presenza crescente di prodotti del terri-

torio/regionali che devono rappresentare quel fondamentale "rispetto del territorio e delle realtà produttive" e la necessaria "relazione del socio Conad con il territorio".

- Ruolo determinante dei prodotti convenienza nelle famiglie top vendenti e frequenti e stagionali occasioni di mercato.

## Consorzi Ori Regionali

Le commissioni regionali hanno validato la strategia e dato il via ai progetti.

Focus principali sono stati definiti la ricerca costante della competitività di reparto e la valorizzazione delle produzioni regionali con la creazione dei **CONSORZI ORI REGIONALI di Liguria, Piemonte, Emilia e Valle d'Aosta**, che proseguono l'esperienza iniziata da Conad del Tirreno nel 2011, considerata tra le più distintive della GDO.

Al Consorzio ORI di Toscana, costituito nel 2011, sono seguiti quello del Lazio (2013), e della Sardegna (2014).

I consorzi operano con l'obiettivo di promuovere e garantire al cliente:

- la salvaguardia e valorizzazioni delle produzioni del territorio;
- tracciabilità della provenienza;
- rispetto dell'ambiente (limitazione dell'uso di prodotti chimici di sintesi, utilizzando tecniche alternative);
- qualità e genuinità dei prodotti;
- gusto dei prodotti esaltando la tipicità delle tradizioni locali attraverso:
  - definizione di rigorosi disciplinari di produzione;
  - pianificazione e programmazione delle produzioni;
  - intensa attività di controllo effettuata sui prodotti.

#### Gli assortimenti: articoli commercializzati

	Ori di Toscana	Ori del Lazio	Ori di Sardegna
Frutta	30	20	20
Verdure	60	60	50
4 <sup>a</sup> -5 <sup>a</sup> Gamma	20	10	10
Legumi e Cereali	20	5	5
<b>Totale</b>	<b>130</b>	<b>95</b>	<b>85</b>

I prodotti ORI nel 2019 hanno superato il 21% di incidenza sul totale di reparto frutta e verdura nelle regioni Ovest (con circa il 30% in Sardegna). In basso a sinistra le numeriche di articoli trattate per regione.

#### Lancio linea frutta esotica e linea estratti a marchio Conad

In maggio i punti di vendita hanno accolto le prime referenze di frutta esotica a marchio Conad.

La gamma persegue uno standard qualitativo che si esprime con frutti da assaporare con il giusto grado di maturazione.

Le fasi di maturazione e raccolta sono di conseguenza ottimizzate per esaltare le caratteristiche naturali del frutto.

La gamma si declina con 6 referenze (di cui 5 confezionate a peso fisso):

- Mango 280g
- Avocado 200g
- Papaia 350g
- Frutto della passione 200g
- Lime 300g
- Noci di cocco

Mango, papaya e passion fruit sono raccolti più tardi rispetto alla media, in modo da raggiungere un aroma e una dolcezza maggiore. Lo stesso avocado viene lasciato maturare adeguatamente per ottenere una polpa cremosa e gustosa.

La logistica di arrivo è principalmente tramite trasporto per via aerea, che permette di risparmiare tempo e trasportare il prodotto maturato sulla pianta.

Nell'anno sono stati venduti oltre 500.000 pezzi dei 5 prodotti a peso fisso e oltre 75.000 kg di noci cocco.



**+21%**  
INCIDENZA  
DEI PRODOTTI ORI  
SUL TOTALE DI REPARTO

**132**  
PUNTI DI VENDITA  
COINVOLTI  
NELLE INIZIATIVE  
“GLI AGRICOLTORI  
RACCONTANO”

### Informazioni retro pack

L'analisi dei modelli di consumo dei clienti, registra, ormai da anni, una forte crescita e dinamicità nei seguenti panieri di prodotti, mensilmente analizzati da Nielsen: Pronti da mangiare; Facili e veloci; Benessere e salute; Gourmet.

Questi trend sono stati i presupposti per credere, costruire il progetto e permettere

il lancio, a giugno, della **linea degli estratti di frutta fresca a marchio Conad**, che presenta otto referenze.

Succhi di frutta freschi, come appena spremuti o estratti, tramite la tecnologia di stabilizzazione HPP, in cui il prodotto anziché essere pastorizzato viene stabilizzato in alta pressione. In questo modo si mantengono inalterate tutte le caratteristiche e proprietà dei frutti.



### ESEMPI DI LANCIO DI PRODOTTI SAPORI&DINTORNI NEL 2019

- Cipolla di Tropea secca 500g
- Cipolla di Tropea fresca 250g
- Patata di Bologna DOP
- Arance Tarocco IGP Sicilia sfuse
- Limoni Costa d'Amalfi
- Mele Renetta – Mele Golden – Mele Red Delicious (IGP - Alto Adige - Val di Non)
- Pere Decana – Pere Kaiser – Pere Decana (Emilia Romagna)



### Inserimento nei PdV della merceologia frutta secca sfusa con mobile dispenser self service

Un assortimento di 12 referenze di frutta disidratata e sgucciata, presente in 60 punti vendita CNO con due forme di allestimento: mobile ad isola e dispenser allocati a scaffale, che permettono l'acquisto con pesata self service da parte del cliente.



### Reparto Panetteria/Pasticceria

#### Sviluppo ed estensione alle regioni **NORD** dell'assortimento di basi **pizze e pani precotti** e dell'assortimento pasticceria **SELEZIONE FORNO**

Le commissioni regionali soci di tutti i reparti freschissimi si sono svolte in settem-

bre e ottobre 2019. Sono stati incontri di vero confronto sulle priorità e strategie dei reparti freschissimi.

L'obiettivo che ha guidato le commissioni è stato quello di "portare a fattor comune" le migliori esperienze delle due cooperative sulla gestione dei reparti e "arrivare preparati" alla Convention di novembre a presentare una sintesi delle linee guida e dei progetti di ogni reparto.

Tra gli obiettivi del reparto panetteria/pasticceria, reparto al vertice della piramide dei freschissimi, c'è lo sviluppo di una proposta assortimentale ai soci su due comparti:

- **PANETTERIA:** con un assortimento di precotto refrigerato (non surgelato) di pane, panini, focacce e basi pizza a lenta lievitazione, che finiscono di essere dorati e farciti nei punti di vendita, permetten-

### ORI BIO DI TOSCANA, LAZIO E SARDEGNA

Prodotti del territorio Biologici a Marchio ORI regionale.

**12** aziende agricole coinvolte nel progetto





do di consegnare al cliente un prodotto caldo nelle varie fasi della giornata. Basi pizza a lenta lievitazione da rigenerare nei forni dei negozi, che permettono di eliminare un prodotto surgelato per dare spazio ad un articolo polivalente (sia per focaccia che pizza) di origine fresca.

- **PASTICCERIA:** pasticceria con ricettazione e marchio esclusivo di CNO. Pasticceria “Selezione Forno”, con ricettazione “tutto burro” e “Selezione Tradizione” con un assortimento quindi sia continuativo che legato alle ricorrenze (Natale, Pasqua, Halloween, Carnevale).

Queste proposte rappresentano una integrazione qualitativa di prodotto a quanto

ogni socio nel proprio territorio gestisce con i fornitori locali, sia che si parli di pane fresco che di pasticceria.

L’assortimento già radicato nei punti di vendita Ovest, ha visto il primo ingresso in test su 40 PdV Nord, ad ottobre 2019, con una scelta di referenze attente alle tradizioni ed ai consumi regionali.

Condizione necessaria per lo sviluppo del progetto nelle regioni del Nord è stata, e dovrà essere nel proseguo, la formazione teorica e pratica degli addetti vendita di reparto (al fine di una corretta rigenerazione dei prodotti) ed il frequente affiancamento di tecnici dedicati al progetto.

Con lo sviluppo logistico nelle piattaforme regionali Nord, questi assortimenti saranno centralizzati nella logica flusso teso per i negozi.

### Reparto Pescheria

#### Assortimento piatti pronti da cuocere con lavorazione interna

I pronti da cuocere in pescheria nascono come prodotti ad alto contenuto di servizio e rispondono ai trend di consumo di un cliente con sempre meno tempo a disposizione. Sono prodotti preparati internamente al reparto pescheria, utilizzando la materia prima freschissima dei rifornimenti giornalieri, assemblata anche con verdure. Piatti che sono quindi pronti ad essere cotti in forno o microonde.

L’assortimento definito (circa 30 ricette) è stato codificato in centrale e prevede etichette complete di tracciabilità delle materie prime.

Il pronto da cuocere prevedono un ricco assortimento sia nella versione preconfe-

zionata da esporre in isole refrigerate, che l’esposizione sui banchi assistiti di pescheria all’interno di vassoi preparati.

A seguito della formazione tecnica degli addetti pescheria Ovest, si è dato avvio alla diffusione del progetto su tutta la rete punti vendita. Nel 2020 sarà oggetto della formazione addetti di tutta Conad Nord Ovest.

### Reparto Extralimentari

#### Nel 2019 è stata confermata l’iniziativa dei BUONI SCONTO sui LIBRI DI TESTO

##### AREA OVEST

Dal 01/06/2019 al 18/11/2019 i consumatori titolari di Carta Insieme o Carta Più che hanno acquistato i libri di testo nei punti di vendita aderenti all’iniziativa.

(202 punti di vendita vs. 194 dell’anno precedente), hanno ricevuto un Buono Spesa del valore del 25% dell’importo dei libri acquistati.



Tale buono poteva essere scalato sulle spese successive senza limitazioni di merceologie né di soglie di accesso (fatto salvo i prodotti che per legge non possono essere oggetto di queste meccaniche, come farmaci, giornali, ecc.) fino al 08/12/2019.

I clienti che hanno beneficiato di questi buoni sono stati 46.465 (il 18% in più rispetto all'anno 2018) con un numero di copie prenotate di 383.064 (+18% vs. anno precedente).

L'importo dei libri acquistati è stato di 8.769.769 Euro (+20% vs. anno precedente) con un importo di Buoni erogati pari a 2.192.693 Euro ed una redemption di 2.120.142 Euro pari al 97% (vs. una redemption di 1.763.704 Euro dell'anno precedente pari al 97%).

#### AREA NORD

Dal 01/06/2019 al 31/12/2019 i consumatori titolari di Carta Insieme o Carta Più che hanno acquistato i libri di testo nei punti di vendita aderenti all'iniziativa.

(188 punti di vendita vs 173 dell'anno precedente), hanno ricevuto un Buono Spesa del valore del 25% dell'importo dei libri acquistati.

Tale buono poteva essere scalato sulle spese successive senza limitazioni di merceologie né di soglie di accesso (fatto salvo i prodotti che per legge non possono essere oggetto di queste meccaniche, come farmaci, giornali, ecc.) fino al 31/12/2019.

I clienti che hanno beneficiato di questi buoni sono stati 24.125 (il 12,4% in più rispetto all'anno 2018) con un numero di copie prenotate di 203.460 (+ 9,3% vs. anno precedente).

L'importo dei libri acquistati è stato di 4.610.000 Euro valore copertina (+ 9,8% vs. anno precedente) con un importo di Buoni erogati pari a 1.152.000 Euro ed una redemption di 1.125.000 Euro pari al 97% (vs. una redemption di 1.069.000 Euro dell'anno precedente, pari al 97%).

#### I Fornitori Locali

Conad dedica da sempre particolare attenzione ai prodotti del territorio, privilegiando le aziende locali che esaltano le tipicità

eno-gastronomiche del nostro Paese, la qualità delle materie prime utilizzate e dei sistemi di lavorazione e produzione rispettosi dell'ambiente e della salute dei consumatori.

#### NUMERI LOCALISMO

oltre **23%**

**INCIDENZA LOCALISMO**

oltre **530** mil. €

**FATTURATO FORNITORI**

**19.250**

**N. ARTICOLI**

**1.695**

**N. FORNITORI**

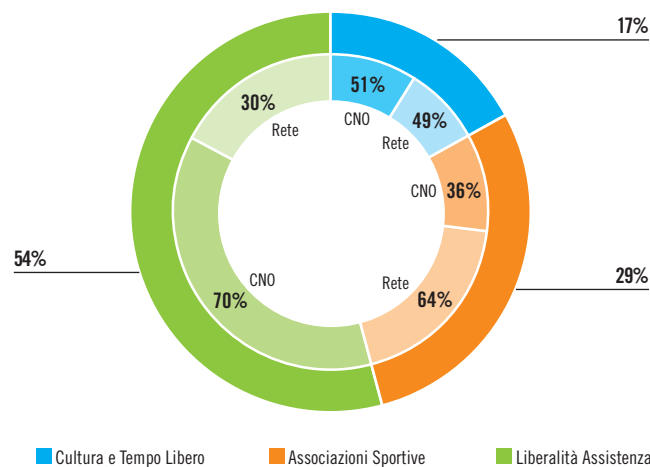
	Piemonte	Liguria	Emilia	Toscana + Prov. di La Spezia	Lazio	Sardegna
N. articoli	2.000	2.500	4.100	5.350	2.000	3.300
N. fornitori	100	120	250	690	215	320

(esclusi reparti extralimentari-no food)

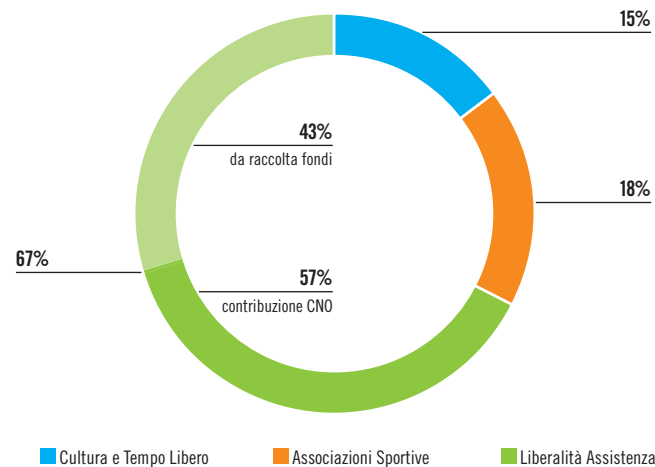
# Valorizzazione della comunità

## Contributi e sponsorizzazioni Conad Nord Ovest e Rete di Vendita

	Euro	%	di cui %
Cultura e Tempo Libero CNO	480.340	17	51
Cultura e Tempo Libero PdV	468.443		49
Associazioni Sportive CNO	577.456	29	36
Associazioni Sportive PdV	1.012.079		64
Liberalità Assistenza CNO	2.122.421	54	70
Liberalità Assistenza PdV	902.167		30
<b>Totale</b>	<b>5.562.906</b>	<b>100</b>	



	Indice percentuale	Euro
Toscana	37%	2.058.572
Lazio	8%	440.391
Sardegna	19%	1.061.647
Emilia	28%	1.534.933
Piemonte	5%	263.303
Liguria	4%	204.061
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>5.562.907</b>



## I CITTADINI, L'AMBIENTE E LE COMUNITÀ LOCALI

Il rapporto con la comunità locale, il dialogo con enti e istituzioni, il sostegno alle numerose associazioni di tipo sportivo, culturale, sociale, sono caratteristiche che contraddistinguono le imprese cooperative. Questa vicinanza, anche a territori lontani dai grandi centri, è espressione della struttura della rete di vendita di Conad Nord Ovest: capillare, presente in numerosi comuni delle province del nord e centro Italia, con negozi di medie e grandi dimensioni, ma anche con esercizi piccoli in comunità montane.

Un esempio concreto di questo dialogo è il **Grande Viaggio Insieme Conad**, che anche nel 2019 ha percorso i centri abitati d'Italia, e che fa del rapporto con il territorio un elemento di distintività: la ricerca della storia comune, dell'identità, dei valori. Il tema conduttore dell'edizione 2019 è quello delle filiere, le città coinvolte dei territori di Conad Nord Ovest sono state Modena e Prato.

Essere interlocutori per le comunità locali e concorrere, attraverso il sostegno alle associazioni ed enti del territorio, alla crescita e al miglioramento della qualità di vita delle comunità che ci ospitano sono obiettivi prioritari ed impegni che i Soci e la cooperativa perseguono con coerenza, con un investimento di risorse importante, come si evince dai grafici.

La **solidarietà** è l'ambito in cui sia i soci che la cooperativa hanno profuso l'impegno maggiore, che si è concretizzato in numerose iniziative benefiche, tra le quali si ricorda le collaborazioni importanti con le realtà degli Empori solidali che negli ultimi anni sono cresciute nei vari territori, donazioni a diverse associazioni, parrocchie.

Tra le tante, si segnala il progetto Last Minute Market, ideato dalla Facoltà di Agraria dell'Università di Bologna: l'obiettivo dell'iniziativa è trasformare lo spreco in risorsa, ovvero recuperare dai punti di vendita i prodotti invenduti, prossimi alla scadenza

ma perfettamente consumabili, e donarli ad associazioni del territorio che preparano pasti o pacchi alimentari per persone in difficoltà. L'iniziativa, oltre al valore sociale, ha un importante impatto ambientale, poiché i prodotti donati sarebbero stati destinati alla discarica.

Nel 2019 sono stati recuperati e ridistribuiti 96 tonnellate di prodotti per un valore stimato di 432.000 Euro.

Lo **sport** da sempre vede i Soci di Conad Nord Ovest impegnati con importanti risorse, con l'obiettivo di sostenere e valorizzare le tante realtà locali che vivono soprattutto grazie al volontariato e che spesso sono anche luogo di incontro e socializzazione. Anche la promozione della **cultura** nelle varie forme, rappresenta una parte importante dell'impegno dei Soci e della Cooperativa, con un'attenzione particolare alle rassegne teatrali dedicate all'infanzia, con sconti dedicati alle famiglie per incentivarne la partecipazione, festival di letture, biblioteche, ecc.

### Mangiando S'Impara

I ridimensionamenti sempre più stringenti alle risorse adottati negli ultimi anni hanno portato ad una richiesta sempre più crescente di interventi da parte del mondo della scuola.

Consapevoli della responsabilità che deriva dal ruolo di distributore di prodotti alimentari, Conad Nord Ovest rinnova e rafforza il progetto Mangiando S'Impara, **progetto di promozione della salute e dei buoni sani stili di vita**, un percorso sulla corretta alimentazione e sui sani stili di vita rivolto ai bambini delle scuole primarie e dell'infanzia. Il progetto alterna incontri tenuti da nutrizioniste a laboratori ludici, con giochi e attività animatori, la fornitura di frutta di stagione a merenda per 3 mesi, due volte a settimana e incontri con le famiglie. Negli ultimi anni sono stati creati anche format per centri estivi e laboratori per eventi pubblici. Dal 2003, anno in cui il progetto è stato ideato, ad oggi sono stati coinvolti circa 35.000 bambini e sono state consegnate oltre 300 tonnellate di frutta per la merenda a scuola.

circa **5,5**  
(milioni di Euro)

**CONTRIBUTI  
E SPONSORIZZAZIONI  
CONAD NORD OVEST  
E RETE DI VENDITA**

circa **3,2**  
(milioni di Euro)

**CONTRIBUTI  
E SPONSORIZZAZIONI  
CONAD NORD OVEST**



## Iniziative Nazionali

### Festa della Donna

Da ormai cinque anni, si rinnova l'impegno sociale di Conad nel sostegno alle donne. "Nessun uomo è un'isola. E nessuna donna è sola". È questo il messaggio che, in occasione della Festa della Donna 2019, ha accompagnato la vendita delle begonie nei punti di vendita Conad. Parte del ricavato è stato devoluto all'associazione D.i.Re (Donne in Rete contro la violenza), la più grande associazione nazionale di centri antiviolenza non istituzionali e gestiti da donne.

In area Nord, si è arricchita l'attività con omaggistica dedicata.

### Festa della Mamma

Anche nel 2019 Conad ha ribadito la sua presenza in prima linea nel campo della ricerca, prevenzione e cura in campo oncologico. In occasione della Festa della Mam-

ma, acquistando una piantina di rose, ogni cliente ha potuto dare il proprio contributo alla lotta contro i tumori femminili portata avanti dall'AIRC: parte del ricavato, infatti, è stato devoluto da Conad alla Fondazione per la Ricerca sul Cancro.

### Stella di Natale

In linea con le altre iniziative di sostegno sociale, anche per il Natale 2019 Conad ha devoluto parte del ricavato derivante dalla vendita della Stella di Natale all'Istituto Nazionale dei Tumori per sostenere la prevenzione, la ricerca e la cura di tumori.

### Colletta Alimentare

Sabato 30 novembre 2019 si è svolta la Giornata Nazionale della Colletta Alimentare alla quale Conad Nord Ovest ha aderito. Tutti i consumatori che hanno fatto la spesa nella giornata indicata hanno avuto la possibilità di donare prodotti che i volontari di Banco Alimentare hanno raccolto e confezionato in scatole secondo la tipologia,



distribuendoli poi alle strutture caritative convenzionate che, a loro volta, li hanno fatti pervenire ai loro assistiti. Nel 2019, a livello nazionale, gli alimenti raccolti sono stati pari a 8.100 tonnellate, donati da 5.500.000 clienti in 13.000 punti di vendita aderenti.

## Alternanza Scuola-Lavoro – collegamento tra la conoscenza e l'esperienza

La cosiddetta “Alternanza Scuola-Lavoro” con gli studenti di alcuni Istituti Scolastici del territorio svolti presso i punti di vendita e le società del Gruppo è considerata una esperienza positiva e costruttiva e come tale incentivata dalle nostre aziende durante il 2019.

La normativa infatti ha introdotto la previsione di un percorso di alternanza obbligatoria, da svolgersi presso le aziende, negli ultimi 3 anni di studio, della durata complessiva di almeno 400 ore negli Istituti tecnici e professionali e di almeno 200 ore nei licei.

Si tratta di un modello didattico che si pone l'obiettivo di motivare ed orientare gli studenti rispetto alla scelta dell'indirizzo di studio attraverso un contatto più diretto e approfondito con il mondo del lavoro realizzando “corsi di formazione all'interno del

ciclo di studi”, ovvero **un collegamento tra le conoscenze apprese a scuola e l'esperienza personale in un contesto lavorativo.**

L'alternanza si realizza con attività dentro la scuola o fuori dalla scuola: quest'ultime sono realizzate attraverso *stage* presso le aziende ospitanti con il supporto di tutor aziendali in collaborazione con i docenti incaricati del rapporto con le aziende stesse.

L'esperienza di alternanza scuola-lavoro in azienda prevede una breve parte teorica e un'ampia fase pratica finalizzata a far osservare, per poi far simulare, allo studente attività operative con lo scopo di fornirgli le informazioni utili sul mondo del lavoro e consentire un primo orientamento sotto l'aspetto professionale, considerato che si tratta di una sua primissima esperienza in un contesto lavorativo.

Naturalmente l'inserimento di ragazzi – spesso minori – in azienda, nell'ambito del progetto Alternanza Scuola-Lavoro, richiede l'attento presidio degli aspetti formativi e formali.

I percorsi di alternanza scuola-lavoro sono resi possibili dalle istituzioni scolastiche sulla base di apposite convenzioni stipulate con imprese disposte ad ospitare lo studente per il periodo dell'apprendimento, dopo un'attenta valutazione del territorio in cui si inseriscono e delle realtà produttive con le quali avviare collaborazioni concrete.

I punti di vendita e le aziende ospitanti partecipano attivamente alle fasi di progettazione, individuazione delle aree di inserimento, realizzazione delle attività previste dalle convenzioni, periodi e tempistiche. L'alternanza intende integrare, attraverso una collaborazione produttiva, i sistemi dell'istruzione, della formazione e del lavoro: se per i giovani rappresenta un'opportunità di crescita ed inserimento futuro nel mercato del lavoro, per le aziende si tratta di investire strategicamente in capitale umano e cogliere un'importante occasione di incontro con i giovani e con il territorio.

A questo quadro si aggiunge anche l'esperienza dell'alternanza con l'Università,

atteso che la normativa prevede per gli atenei la possibilità di promuovere tirocini di formazione ed orientamento al fine di agevolare le scelte professionali degli studenti universitari mediante la conoscenza diretta del mondo del lavoro e la realizzazione di momenti di alternanza tra studio e lavoro nell'ambito dei processi formativi.

In questa prospettiva, in particolare, Conad Nord Ovest si è resa disponibile ad intraprendere una concreta collaborazione con le Università che hanno avanzato tali opportunità per l'attivazione dei tirocini curriculari nelle aree di interesse nell'ambito della Cooperativa, ovvero quei periodi di alternanza scuola-lavoro inclusi nei piani di studi o all'interno di percorsi di istruzione universitaria, con riferimento ai quali il tirocinante possiede la qualifica di “studente” o “dottorando” o “specializzando” o “iscritto a un master”.

## Conad Nord Ovest: impatto climatico delle piattaforme logistiche

Da alcuni anni sono presenti, nei principali siti logistici della cooperativa, impianti fotovoltaici per la produzione di energia elettrica pulita. Nella tabella 1 le produzioni del 2019 e l'autoconsumo operato dalla cooperativa.

## Conad Nord Ovest: impatto climatico della Supply Chain

### IMPRONTA CLIMATICA SUPPLY CHAIN CONAD

Il 2019 è il **quarto anno consecutivo del progetto** che Conad ha intrapreso nel

2016, relativo alla **mappatura delle emissioni di CO<sub>2</sub>e** derivanti dalle proprie attività a livello nazionale in ambito logistico.

L'obiettivo di questo documento è presentare i **risultati relativi al quarto anno di valutazione dell'impatto climatico della logistica Conad**. I valori ottenuti possono essere confrontati con quelli pubblicati negli scorsi anni.

### CONAD NORD OVEST

A seguito della fusione in **Conad Nord Ovest** avvenuta fra **Conad Tirreno** e **NordiConad**, nel 2019 per la prima volta i risultati di queste due Cooperative saranno

presentati congiuntamente. Le due Cooperative già negli anni precedenti avevano partecipato attivamente al progetto di **rilevazione Impronta Climatica Supply Chain** intrapreso a livello nazionale da Conad. Il perimetro di rendicontazione, pertanto, resta invariato: anche per quest'anno il focus è rappresentato infatti dall'**area logistica** nelle due componenti dei **Centri Distributivi (Ce.Di.)** e della **distribuzione** (trasporto verso i punti di vendita).

Al fine di avvalorare il processo di rendicontazione dei risultati, anche quest'anno il processo di misurazione dell'Impronta Climatica Conad sui dati 2019 è stato sot-

toposto a **verifica da parte dell'organismo di verifica SGS Italia S.p.A.** La verifica ha riguardato l'affidabilità del dato fornito per l'analisi, le scelte metodologiche adottate nelle analisi e la conformità delle elaborazioni effettuate da GreenRouter.

### DISTRIBUZIONE DA CE.DI. A PUNTI VENDITA

Per i circa 13,2 milioni di km percorsi<sup>1</sup>, sono state registrate **emissioni pari a 17.226 ton CO<sub>2</sub>e**. Il dato finale del **2019**

1. Tale distanza rappresenta il totale delle percorrenze a pieno carico effettuate per la tipologia di trasporto considerata. Nella distribuzione così come nel rifornimento dei Ce.Di. le percorrenze a vuoto vengono conteggiate nel calcolo delle emissioni ma non presentate nel valore totale delle distanze.

Tab.1 - Produzioni e autoconsumo

	Energia prodotta (MWh)	Energia autoconsumata (MWh)	Energia immessa (MWh)
Civitavecchia Via Busnengo	690,32	437,45	252,87
Civitavecchia Via Flores	329,18	208,73	120,45
Monastir (Cagliari)	1.096,10	942,32	153,78
Montopoli (Pisa)	2.128,23	1.978,48	149,74
Tarquinia (Viterbo)	1.225,17	985,93	239,25
<b>Totale CNO</b>	<b>5.469,00</b>	<b>4.552,91</b>	<b>916,09</b>
Quiliano (Savona) - proprietà di terzi	1.806,07	783,44	1.022,63

Tab. 2 - Emissioni ed energia consumata per la distribuzione merce da Ce.Di. a PdV

	Udm	2016	2017	2018	2019	Variazione annua (2019 vs 2018)
Totale emissioni (WtW)	ton CO <sub>2</sub> e	21.868	21.743	22.540	21.494	-4,6%
Totale energia consumata (WtW)	GJ	302.888	301.744	312.825	298.315	-4,6%
<b>Totale emissioni</b>	<b>ton CO<sub>2</sub>e</b>	<b>17.543</b>	<b>17.429</b>	<b>18.066</b>	<b>17.226</b>	<b>-4,6%</b>
Totale energia consumata (TtW)	GJ	246.042	244.902	253.871	242.078	-4,6%
Distanze percorse a pieno <sup>1</sup>	Km	13.078.595	12.895.566	14.445.623	13.244.405	-8,3%

include sia la consegna a punto vendita sia i trasferimenti tra magazzini (Tab. 2).

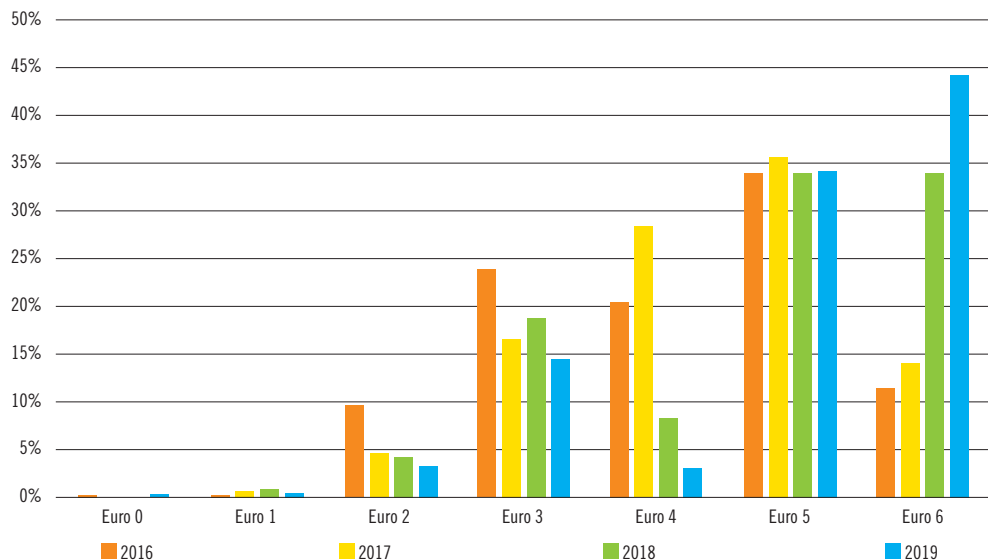
Il risultato 2019 segna una diminuzione complessiva del 4,6% delle emissioni di

CO<sub>2</sub>e di Conad Nord Ovest. Per quanto riguarda gli **indicatori di efficacia ed efficienza nel trasporto stradale**, nel 2019 si è registrato un valore di 1,30 kg CO<sub>2</sub>e/km (contro i 1,25 kg CO<sub>2</sub>e/km del 2018).

**Tab. 3 - Emissioni particolato**

	Udm	2016	2017	2018	2019	Variazione (2019 vs 2018)
Particolato (PMx)	Kg	1.414	1.253	1.129	898	-20%

**Fig. 1 - Percentuale di km percorsi per classe Euro**



**EMISSIONI PARTICOLATO (PMx)**

Nel 2019 c'è stata una **riduzione del -20% delle emissioni di PM<sub>x</sub>** relativamente ai flussi distributivi di Conad Nord Ovest. In **totale** si stima che siano stati emessi **898 Kg di PM<sub>x</sub> nel 2019**. Tale importante riduzione è frutto anche del miglioramento del mix Euro della flotta utilizzata per i trasporti. Il 2019, infatti, ha visto un significativo incremento della percentuale di km percorsi con mezzi Euro 6 (Tab. 3 e Fig. 1).

**MAGAZZINI**

Nel 2019 è stato possibile proseguire per il terzo anno consecutivo l'analisi, iniziata nel 2017, relativa ai magazzini utilizzati da Conad Nord Ovest nell'espletamento delle attività logistiche. L'analisi 2019 per Conad Nord Ovest include un totale di 9 Ce.Di., i cui risultati sono qui riportati suddivisi in due aree: "area Nord" (comprendente i Ce.Di. prima inclusi sotto NordiConad) e "area Ovest" (comprendente i Ce.Di. prima inclusi sotto Conad del Tirreno). Le emissioni di gas serra di Conad Nord Ovest per il 2019 sono pari ad un **totale di 5.478 ton CO<sub>2</sub>e**.

**-4,6%**

**EMISSIONI DI CO<sub>2</sub>e DI CONAD NORD OVEST NEL 2019**

**-20%**

**EMISSIONI DI PM<sub>x</sub> DEI FLUSSI DISTRIBUTIVI DI CONAD NORD OVEST NEL 2019**



Tab. 4 - Analisi emissioni totali

Ce.Di.	Merceologia	Emissioni totali 2017 (ton CO <sub>2</sub> e)	Emissioni totali 2018 (ton CO <sub>2</sub> e)	Emissioni totali 2019 (ton CO <sub>2</sub> e)
Anzola	Generi vari	371,3	408,1	355,3
Modena	Deperibili	745,6	897,4	821,7
Quiliano	Generi vari	608,7	714,8	584,2
<b>Totale Area Nord</b>		<b>1.725,6</b>	<b>2.020,3</b>	<b>1.761,2</b>
Civitavecchia Busnengo	Generi vari	115,0	112,9	114,5
Civitavecchia Flores	Generi vari	-	68,5 <sup>2</sup>	99,9
Codrongianos	Generi vari+fresco	-	6,5 <sup>3</sup>	622,7
Monastir	Generi vari	834,2	803,2	801,8
Montopoli	Deperibili	2.254,6	1.178,8 <sup>4</sup>	1.481,4
Tarquinia	Deperibili + surgelati	669,9	658,2	596,5
<b>Totale Area Ovest</b>		<b>3.873,7</b>	<b>2.828,1</b>	<b>3.716,8</b>
<b>TOTALE CONAD NORD OVEST</b>		<b>5.599,3</b>	<b>4.848,4</b>	<b>5.478,0</b>

2. Il dato è relativo al periodo di attività giugno-dicembre.

3. Il dato è relativo al periodo di attività novembre-dicembre.

4. I dati di emissione relativi al magazzino di Montopoli per il 2018 sono il risultato di un "re-statement", dovuto a una rettifica del totale dei kWh consumati per questo Ce.Di.

I valori di intensità delle emissioni nei magazzini misurati rispetto alla superficie del sito, mostrano un miglioramento rispetto al 2018, come mostrato in tabella, per quasi tutti i Ce.Di. oggetto di analisi (Tab.4 e 5).

Per quanto riguarda il Ce.Di. di Montopoli, nel 2019 si è proceduto alla sostituzione di 110 punti luce con lampade a fluore-

scenza con 112 lampade a led a basso consumo.

Si stima che tale intervento possa produrre un abbattimento delle emissioni di CO<sub>2</sub>e pari a 228,13 ton, su base annua, grazie al minor consumo di kWh per illuminazione che verosimilmente sarà apprezzabile nei dati di consumo di energia elettrica del prossimo anno.

Tab. 5 - Analisi emissioni per superficie

Ce.Di.	Merceologia	Emissioni totali 2017 (ton CO <sub>2</sub> e)	Emissioni totali 2018 (ton CO <sub>2</sub> e)	Emissioni totali 2019 (ton CO <sub>2</sub> e)
Anzola	Generi vari	13,4	14,7	12,8
Modena	Deperibili	56,0	67,4	61,8
Quiliano	Generi vari	15,3	17,9	14,7
<b>Totale Area Nord</b>		<b>21,3</b>	<b>25,0</b>	<b>21,8</b>
Civitavecchia Busnengo	Generi vari	7,7	7,5	7,6
Civitavecchia Flores	Generi vari	-	n.a.	13,3
Codrongianos	Generi vari+fresco	-	n.a.	17,7
Monastir	Generi vari	15,2	14,6	14,6
Montopoli	Deperibili	42,5	22,2	28,0
Tarquinia	Deperibili + surgelati	36,6	36,0	32,6
<b>Totale Area Ovest</b>		<b>21,1</b>	<b>15,0</b>	<b>20,2</b>
<b>TOTALE CONAD NORD OVEST</b>		<b>21,1</b>	<b>17,9</b>	<b>20,7</b>



### WASTE AND WATER

I 9 Ce.Di. di Conad Nord Ovest hanno consumato **140.439 m<sup>3</sup> di acqua** nel corso del 2019, di cui 28.298 m<sup>3</sup> per i Ce.Di. dell'Area Nord e 112.141 m<sup>3</sup> per i Ce.Di. dell'Area Ovest.

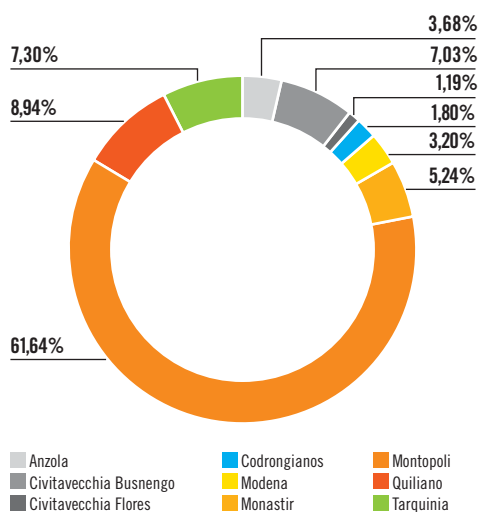
Nello stesso periodo i Ce.Di. oggetto di analisi hanno prodotto in totale **3.216.666 kg di rifiuti**, di cui 508.709 kg prodotti dai

Ce.Di. dell'Area Nord e 2.707.957 kg prodotti dai Ce.Di. dell'Area Ovest.

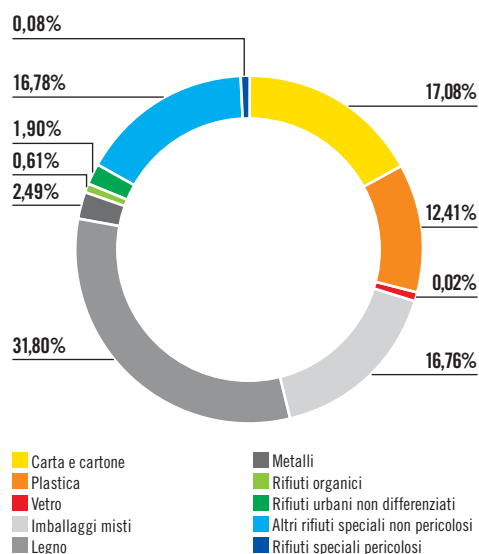
Nel grafico sotto (Fig. 2) vengono rappresentati le quantità di rifiuti prodotti dai diversi Ce.Di. in percentuale.

Segue infine la ripartizione percentuale dei rifiuti prodotti dai 9 Ce.Di. Conad Nord Ovest per categoria di rifiuto (Fig. 3).

**Fig. 2 - Ripartizione percentuale della produzione di rifiuti fra Ce.Di.**



**Fig. 3 - Ripartizione percentuale dei rifiuti prodotti per categoria**



## NOTA METODOLOGICA

### 1. Scope of reporting (ambito)

Il progetto riguarda le emissioni clima alteranti, afferenti alla Supply Chain Conad, sul territorio nazionale Italiano e precisamente:

- i flussi dei Prodotti a Marchio (PAM o MDD) dalle fabbriche di produzione ai magazzini gestiti da Conad sul territorio nazionale;
- i flussi di distribuzione dai Centri Distributivi (Ce.Di.) delle Cooperative ai Punti di Vendita, che includono Prodotto a Marchio e merce di fornitori terzi;
- i magazzini centrali (c.d. Hub del PAM) e i Ce.Di. delle Cooperative.

Sono stati presi in considerazione i dati degli anni 2019, 2018, 2017 e 2016 per il trasporto, degli anni 2019, 2018 e 2017 per i magazzini.

#### Dettaglio del perimetro dell'analisi

Per quanto attiene a Conad Nord Ovest, l'analisi rientra nel perimetro della Supply Chain gestito direttamente e comprende:

- i **trasporti** relativi ai flussi di distribuzione verso i Punti di Vendita della Cooperativa, che includono Prodotto a Marchio e merce di fornitori terzi;

- i **magazzini** (Ce.Di.) di Anzola, Modena, Quiliano, Civitavecchia (2 Ce.Di.), Monastir, Montopoli, Tarquinia e Codrogianos.

### 2. Scope of Emissions

I valori di emissioni presentati nel presente documento all'interno del perimetro descritto nei paragrafi precedenti afferiscono:

- per i trasporti interamente allo *Scope 3 – Emissions from outsourced activities*, così come definito da "The Greenhouse Gas Protocol" (GHGP);
- per i magazzini allo *Scope 1 e 2*.

### 3. Scope of Activities

I valori di emissioni presentati nel presente documento all'interno del perimetro descritto nei paragrafi precedenti afferiscono alla categoria Trasporto e Stoccaggio.

### 4. Scope of Supply Chain

I valori di emissioni presentati nel presente documento, all'interno del perimetro descritto nei paragrafi prece-

endenti, considerano la porzione di Supply Chain legata movimentazione di prodotti di proprietà di Conad: Prodotto a Marchio per Conad Nazionale, Prodotto a Marchio e prodotto di fornitori terzi per la distribuzione delle 6 Cooperative.

#### Gli indicatori

I dati sono presentati impiegando diverse tipologie di indicatori, secondo le linee guida del "The Consumer Goods Forum":

- emissioni totali: l'indicatore principale è il valore di emissioni di CO<sub>2</sub>e Tank-to-Wheel;
- indicatori di *efficacia*, che misurano le performance unitarie di emissione, in modo da rendere confrontabili periodi e perimetri di analisi differenti. Il valore totale delle emissioni è rapportato, ad esempio, alle distanze percorse, alle tonnellate di merce trasportata oppure alle superfici servite;
- indicatori di *efficienza*, che misurano quanta CO<sub>2</sub>e è stata emessa per ciascuna tonnellata di prodotto trasportato per 1 km.

Coordinamento editoriale  
Aldo Biasi Comunicazione, Milano

Progetto grafico e impaginazione  
In Pagina di Raimondo Monti & C., Saronno (VA)

Fotografie  
Archivio Conad Nord Ovest

Stampa  
Nuova Fag litografica S.r.l., Pistoia

Pistoia, giugno 2020

Il documento è disponibile anche in versione  
elettronica sul sito internet [www.conad.it](http://www.conad.it)  
nella sezione Cooperative, Conad Nord Ovest.



Conad Nord Ovest s.c.  
Sede legale: Via Bure Vecchia Nord 10  
Loc. S. Agostino - 51100 Pistoia  
[www.conad.it](http://www.conad.it)