

2019

Report Integrato



Aspiag Service S.r.l.
Despar Nordest

Report integrato 2019



Aspiag Service S.r.l.
Despar Nordest

Care Signore, Cari Signori

le attività realizzate nel 2019 e i risultati che leggeremo in questo Report Integrato sono il frutto dell'impegno e della passione che le collaboratrici e i collaboratori di Despar hanno messo nel loro lavoro per ognuno dei giorni dell'anno trascorso. Scrivo queste righe alla fine del 2019, mentre riecheggia già quello che sarà il filo conduttore che ci guiderà e che identificherà il nostro brand nel 2020 e oltre: il valore della scelta.

Ogni giorno compiamo scelte che rendono la nostra non solo un'Azienda di successo, ma anche di valore. I risultati che vi presentiamo ne sono la dimostrazione.

Anche nel 2019 abbiamo scelto la prossimità al territorio attraverso le attività di CSR, in cui prende vita il valore e l'impegno delle donne e degli uomini di Despar: i nostri punti vendita diventano così luoghi di aiuto e solidarietà. Lo abbiamo visto nelle situazioni di emergenza, come quella dell'acqua alta che ha colpito Venezia a novembre 2019: la generosità dei nostri clienti e l'impegno delle collaboratrici e dei collaboratori di Despar hanno permesso di raccogliere in pochi giorni 70.000 euro da donare alla città. Le nostre scelte di valore e il valore delle nostre scelte: li ritroviamo nelle attività di raccolta fondi con cui sosteniamo tutte quelle associazioni che, nelle nostre 4 regioni, rappresentano un'enorme risorsa. Scegliendo di aiutarle, diventiamo come Azienda un punto di riferimento per le comunità.

Scegliere la vicinanza e l'inclusione per noi di Despar è anche sostenere tante realtà e iniziative attraverso le sponsorizzazioni, aiutandole ad aumentare il già inestimabile valore aggiunto che danno al territorio. Vicinanza ed inclusione: parole chiave, che si riflettono nella nostra "tribù", sempre più grande, sempre più viva, di idee, di persone, di progetti.

L'attenzione delle persone di Despar al tema della sostenibilità ci ha permesso di migliorare sul fronte della certificazione ISO 14001, rendendo le nostre procedure sempre più solide ed efficaci. La nostra scelta di essere un'Azienda sostenibile si concretizza nel tema del consumo responsabile della plastica. Quest'anno; abbiamo introdotto fra i nostri colleghi l'utilizzo di borracce, bicchieri eco-compatibili e distributori di acqua microfiltrata: gesti semplici e quotidiani che permettono di raggiungere obiettivi più grandi.

Vogliamo essere, in ognuno dei nostri territori, una presenza di qualità: lo siamo stati nelle nostre 21 nuove aperture (8 punti vendita diretti, 13 affiliati), espandendoci ancora nel territorio dell'Emilia Romagna con un format di Interspar completamente innovativo e inaugurando il magnifico Despar in Prato della Valle a Padova, un esempio di riqualificazione dove poter fare la spesa respirando arte e storia. Nuovi punti vendita, ma anche nuovi colleghi: il 2019 ha visto la nostra Azienda crescere ancora e arrivare a 8.236 collaboratrici e collaboratori, vera e imprescindibile forza di Despar.

Il valore della scelta, ecco: sono state le scelte, piccole e grandi, giuste e sbagliate, che in questi quasi sessant'anni di storia, ci hanno reso chi siamo. Che ci hanno reso un'Azienda sempre più riconosciuta e riconoscibile, nella nostra attività e in ognuna delle persone che ne fanno parte. Quelle persone che, ogni giorno, scelgono con il loro lavoro, di crescere assieme e di essere per Despar grande ed inestimabile valore.



Rudolf Staudinger
Presidente

+4,6%

1,909 mld

Vendite nette

+3%

11,43%

Quota di mercato

+3,9%

83,7 mln

Di scontrini

+3%

241

Punti vendita diretti

+4,2%

8.236

Collaboratori

-1,45%

424 mila

(kWh LFL)

**Consumo di energia
medio giornaliero**

Guida alla lettura

COS'È

Il Report Integrato è lo strumento informativo che illustra come l'Azienda crea valore nel breve, medio e lungo periodo nel contesto in cui opera. Il Report Integrato consente di rappresentare, valutare e monitorare in modo coerente le azioni, le risorse – anche di natura intangibile – e i risultati strategici per l'Azienda.

PERCHÉ IL REPORT INTEGRATO

Il Report Integrato racconta la creazione di valore dell'Azienda, a partire dalle risorse che utilizza e reinveste. La scelta del Report Integrato permette attraverso i sei capitali di illustrare l'identità e i risultati di Aspiag Service valorizzando le connessioni e le risorse utili alle scelte strategiche dell'Azienda.

PRESENTAZIONE

Il CFO guida la predisposizione del Report Integrato e lo presenta al Consiglio di Amministrazione in occasione dell'approvazione del Bilancio d'esercizio.

RIFERIMENTI

La struttura del Report Integrato segue l'IR Framework dell'IIRC. Gli indicatori di sostenibilità rendicontati sono in accordo con i GRI Standards secondo l'opzione in accordance-Core, segnalati lungo il testo da un'icona. I link interattivi ai siti internet sono segnalati in verde, le parole segnate con * sono spiegate nel glossario a fondo pagina. Ulteriori dettagli sui riferimenti utilizzati e sulla redazione del Report si trovano nella Nota Metodologica (p. 80).

Il nostro Report Integrato supera la funzione di strumento di rendicontazione per divenire un processo in grado di generare effetti sui processi e sulle decisioni, sia nel corso della sua redazione sia dopo la pubblicazione: anche grazie ad esso, infatti, l'azienda può coordinare le proprie unità interne, adeguare le metodologie di rendicontazione del valore creato e convogliare le proprie informazioni per le decisioni.

Strumenti di lettura

CAPITALI

Le linee guida dell'IIRC permettono di mostrare come Aspiag Service crei valore nel tempo grazie alle proprie risorse, ovvero i sei capitali. Nel corso del Report Integrato si possono riconoscere i capitali dai diversi colori assegnati.



Finanziario

Insieme dei fondi a disposizione dell'Azienda necessarie alla propria operatività.



Materiale e infrastrutturale

Immobili di proprietà o in leasing, punti vendita, sedi amministrative, piattaforme, macchinari, attrezzature e scorte dei prodotti commercializzati.



Organizzativo

Processi, procedure gestionali e attività volte a garantire qualità e sicurezza.



Umano

Patrimonio immateriale di competenze, capacità e esperienze di chi lavora in Azienda.



Sociale e relazionale

Relazioni dell'Azienda con soggetti chiave esterni (clienti, istituzioni, fornitori) necessarie per valorizzare l'immagine aziendale, la sua reputazione e la soddisfazione degli stakeholder



Naturale

Insieme di risorse naturali utilizzate per le attività aziendali.

OBIETTIVI STRATEGICI AZIENDALI



Incremento della quota di mercato



Generazione di risorse finanziarie



Nuove aperture e ristrutturazioni



Soddisfazione del cliente



Valorizzazione dei collaboratori



Attenzione all'ambiente e al territorio

TEMI MATERIALI



Sono i temi più significativi per l'Azienda e per gli stakeholder. Le esigenze e le priorità dell'una e degli altri sono raffigurate nella matrice di materialità. Nel corso del Report sono indicati con il colore del capitale a loro inerente.

GRI



OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE (SDGs)



La strategia di Aspiag Service è allineata agli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda ONU 2030.

Gli obiettivi più inerenti al nostro business sono:

3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING



Salute e benessere

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



Lavoro dignitoso e crescita economica

11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES



Città e comunità sostenibili

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



Consumo e produzione responsabili

13 CLIMATE ACTION



Lotta contro il cambiamento climatico

Ringraziamo tutti i collaboratori che con il loro prezioso contributo rendono sempre più completo e accurato questo documento.

Buona lettura

Coordinamento del Working Group a cura di:
Raffaele Trivellato, CFO di Aspiag Service
raffaele_trivellato@despar.it

Indice

Lettera del Presidente

02

Chi
siamo

Identità e contesto operativo

10

Il mercato 10

Le insegne 11

La storia 12

Assetto proprietario 13

Spar Austria, Spar International,
Despar Italia 14

Governance

16

Assemblea dei Soci e C.d.A. 16

Collegio sindacale e Società di Revisione 16

Organigramma 17

Il Comitato di Gestione ed i Procuratori 18

La privacy 18

La compliance volontaria 18

Il Modello Organizzativo 231/01 19

Creazione del valore nel tempo 34

L'impegno per lo sviluppo sostenibile 33

Incremento della quota di mercato 32

Strategia

32

30 Rischi e opportunità

28 Stakeholder engagement

26 Vendita

24 Logistica

22 Acquisti

22 Supply Chain

22

Business Model

Cosa
facciamo

Cosa abbiamo fatto

38 Performance

- 38 Conto economico
- 40 Stato patrimoniale
- 42 Rendiconto finanziario
- 44 Generazione di risorse finanziarie
- 46 Nuove aperture e ristrutturazioni
- 48 Soddisfazione del cliente
- 54 Valorizzazione dei collaboratori
- 64 Attenzione all'ambiente e al territorio
- 70 Connettività delle informazioni
- 71 Trade off 2017-2019

Cosa faremo

74 Prospettive future

Allegati

- 80 Nota metodologica
- 82 GRI Content Index
- 86 Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile
- 88 Relazione della Società di Revisione sulla revisione Limitata dell'informativa GRI
- 91 Relazione della Società di Revisione sulla revisione contabile del Bilancio d'Esercizio



Chi siamo

IDENTITÀ E CONTESTO OPERATIVO

10

GOVERNANCE

16

Mission

Aspiag Service opera nel settore della distribuzione moderna organizzata, vendendo all'ingrosso e al dettaglio prodotti alimentari e non. Per questo scopo possiamo contare su un'ampia e consolidata organizzazione, composta da punti vendita e centri commerciali, volta alla gestione, alla produzione, alla promozione e alla vendita di prodotti.

Vision

Vogliamo essere leader di mercato nella nostra trading area e accreditarci sul podio dei tre migliori retailer in ciascuna delle province in cui operiamo.

Valori

Per realizzare la nostra vision facciamo riferimento ai valori individuati insieme a tutto il management e diffusi a tutti i collaboratori: attenzione al cliente, innovazione, valorizzazione dei collaboratori, sostenibilità.

Identità e contesto operativo

Aspiag Service sviluppa il suo business in un contesto ricco di trend, format e necessità differenti, collocandosi tra i primi player della sua trading area attraverso scelte mirate e lungimiranti.

Il mercato

+1,4%

VENDITE NELLA DMO ITALIANA
(fonte: Istat)

+0,2%

CRESCITA DEL PIL ITALIANO
(fonte: Istat)

45

I POTENZIALI COMPETITOR

La crescita nel 2019 dell'area euro è stata stimata al +1,2% (fonte: BCE) e si è caratterizzata, nel corso del primo semestre, da un rallentamento dovuto alle tensioni commerciali internazionali ed allo sviluppo relativo alla Brexit. Successivamente, si è assistito ad una maggior stabilizzazione dei mercati che ha impattato positivamente nel quarto trimestre dell'anno.

Il PIL italiano è cresciuto del +0,2% (fonte: Istat), risentendo di un quadro politico instabile. L'attività economica domestica è segnata da una debole crescita della domanda interna, un'accentuata diminuzione delle scorte da parte delle imprese ed un contributo positivo del commercio estero.

In tale contesto il commercio al dettaglio è cresciuto del +0,8% rispetto all'esercizio precedente, sia in termini di valore che di volume (fonte: Istat). Questa crescita trova la sue cause nella diversificata territorialità delle forme distributive (fonte: Istat). Sono infatti le regioni meridionali ad aver fatto la differenza nel 2019, a seguito della modernizzazione dei canali distributivi e delle misure adottate dai recenti Governi per sostenere il reddito delle famiglie.

La Grande Distribuzione chiude l'anno con un +1,4% sul 2018, mentre le imprese di piccole superfici vedono aggravarsi le difficoltà competitive segnando una decrescita di -0,7% sul 2018. All'interno della Grande Distribuzione sono i discount ad evidenziare la performance migliore (+4,5%), a cui seguono gli esercizi a prevalenza non alimentare (+1,8%) ed i supermercati (+0,8%), mentre continua la contrazione negli ipermercati pari a -0,9% sul 2018 (fonte: Istat).

Nel 2019 il mercato continua a caratterizzarsi per una moltitudine di realtà regionali e catene associate che conducono ad un'elevata saturazione territoriale (fonte: Mediobanca). Nielsen, tuttavia, ritiene che le aggregazioni non siano sufficienti per vincere nel mercato ma sia necessario avere come focus il negozio, elemento innovativo e distintivo per l'insegna, con un'offerta commerciale attenta ai bisogni dei consumatori. I recenti trend alimentari vengono confermati ma non sono gli unici tasselli con cui gli operatori devono scontrarsi: le nuove tecnologie, la sostenibilità ambientale e sociale e la multicanalità della spesa rappresentano altre attuali sfide su cui confrontarsi.

Le insegne

I punti vendita sono strutturati in tre insegne, a seconda della dimensione e dell'offerta, per dare al cliente una scelta più ampia e adeguata alle sue esigenze:



DISTRIBUZIONE PUNTI VENDITA DIRETTI E AFFILIATI

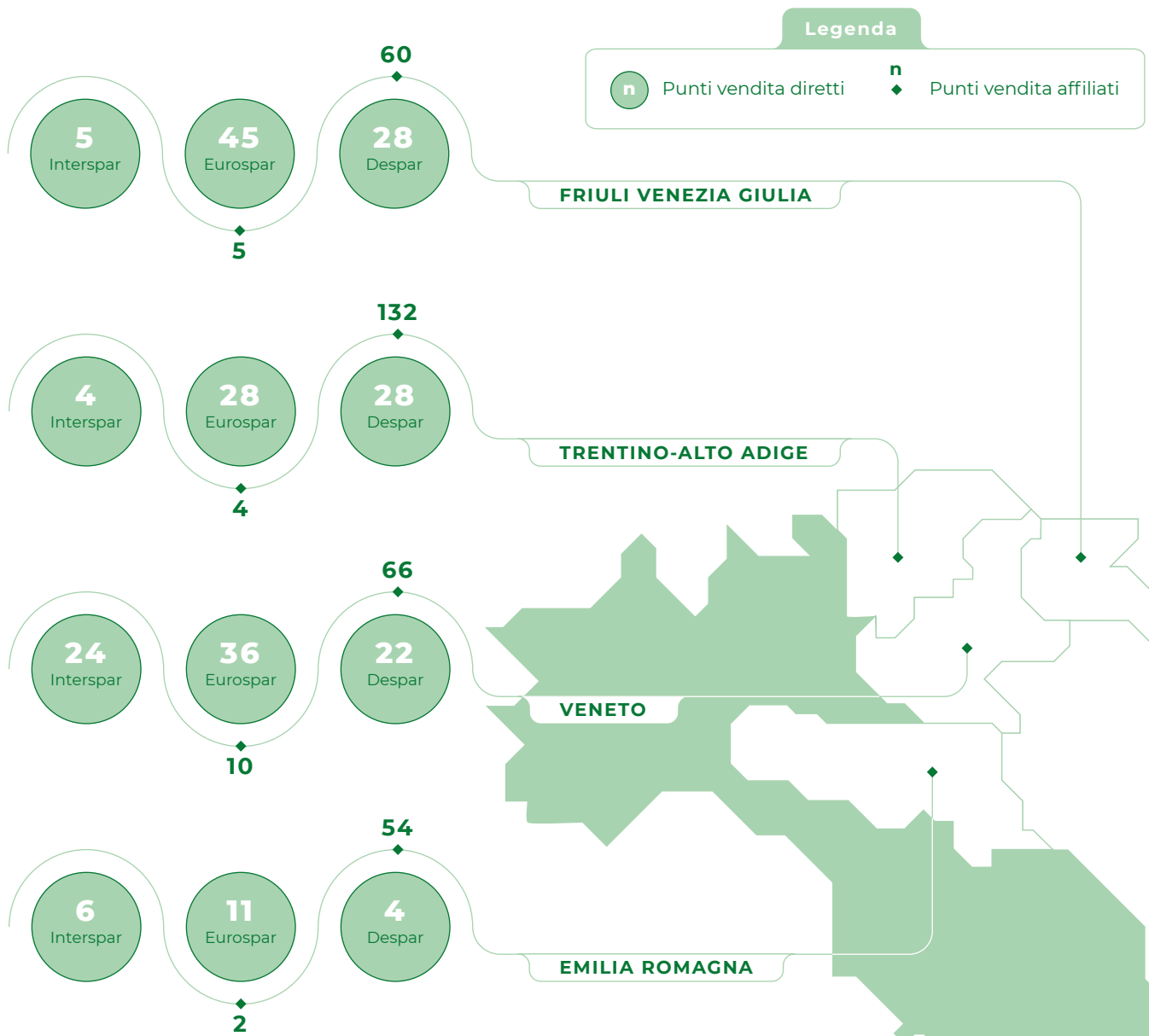


241

PUNTI VENDITA DIRETTI

333

PUNTI VENDITA AFFILIATI



La storia

ANNI '30

La storia di Aspiag Service inizia nel 1932 quando Adriaan van Well fonda nei Paesi Bassi SPAR International dall'unione di commercianti e grossisti, azienda che gestisce ancora oggi il marchio a livello internazionale. Il nome originale è "Despar", acronimo della frase olandese "dalla cooperazione armoniosa tutti traggono vantaggio in ugual modo".

ANNI '50

Il marchio "Despar" viene abbreviato in "Spar" - "abete" in olandese - e si diffonde nel mondo. Nel 1954 nasce in Austria per opera di Hans F. Reisch la prima organizzazione SPAR (la Handelsvereinigung SPAR Tirol/Pinzgau) che nel 1970 diverrà l'odierna SPAR Austria (SPAR Österreichische Warenhandels AG).

ANNI '60

Negli anni '60 Spar International cerca partner in Italia: tra il 1959 e il 1961 nel Nordest Italia nascono le aziende Padis S.p.A. a Mestrino (PD), Scambi Commerciali S.r.l. in Friuli Venezia Giulia, Amonn Service S.r.l. a Bolzano. Nel 1962, dopo due anni di affiliazione, nasce Spar Centrale Italiana che riprende il marchio originale "Despar" e nel 1968 diventa il Consorzio Despar Italia.

1989 - 2000

Nel 1989, attraverso Aspiag Management AG, il Gruppo Spar Austria fonda l'attuale Aspiag Service, rilevando le società a marchio del Triveneto e istituendole a sedi e Centri Distributivi (Ce.Di. di Bolzano, Mestrino e Udine).

Dagli anni '90 ai 2000 Aspiag Service si espande con acquisizioni ed espansioni, unendo le energie di aziende internazionali e del territorio.

2000 - 2018

Dal 2010 ottiene importanti certificazioni: OHSAS 18001 nel 2010, ISO 14001 nel 2013 (prima azienda nella DMO). Gli ultimi anni vedono un intenso sviluppo in Emilia Romagna.

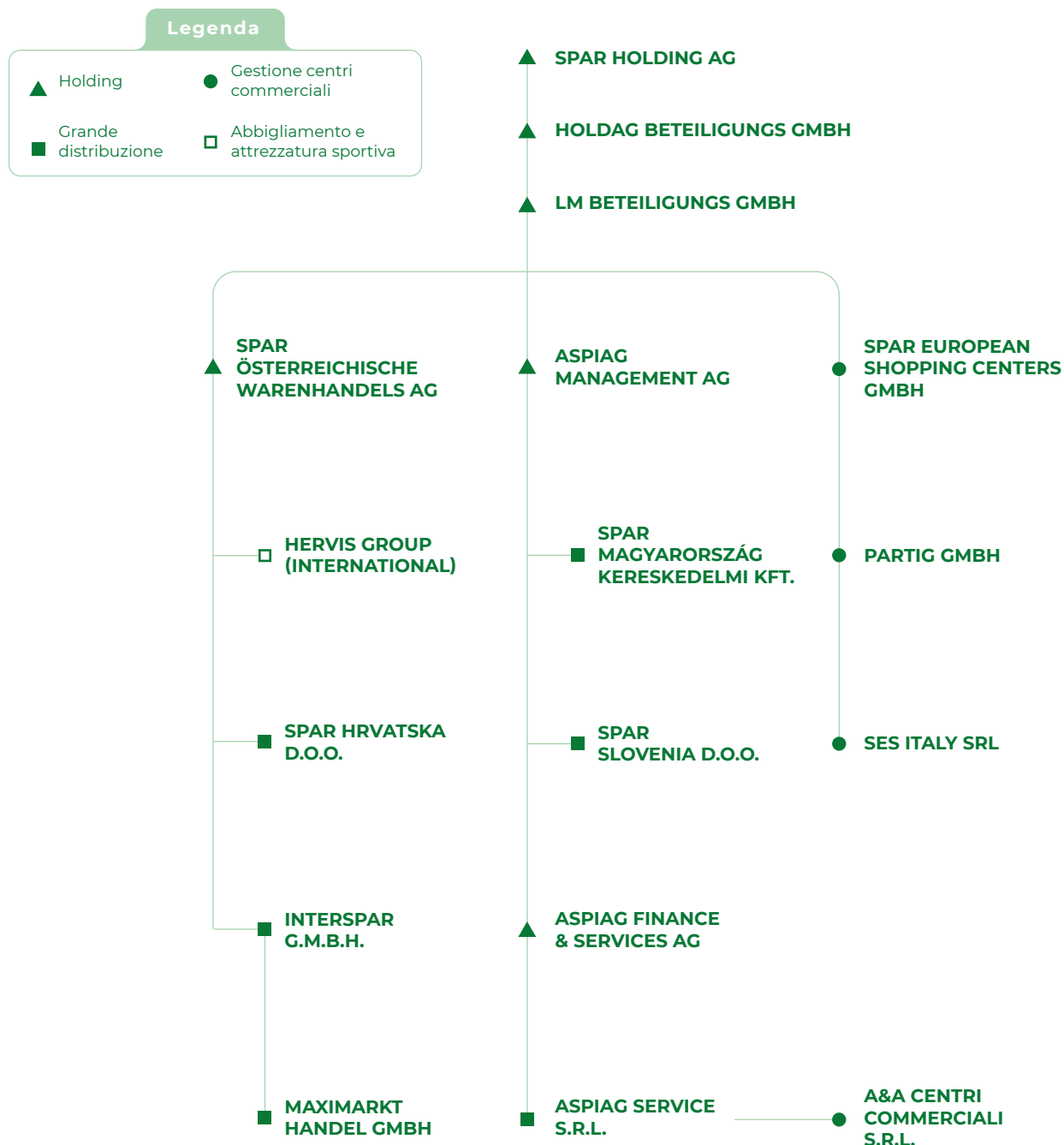
2019

Quest'anno le vendite nette ammontano a 1,909 mld €, con 241 punti vendita e 8.236 collaboratori. Il 2019 ha visto l'acquisto della quota totalitaria e la fusione per incorporazione della Società Superdistribuzione S.r.l. con Aspiag Service.

Assetto proprietario

Aspiag Service è diretta e coordinata dal socio unico Aspiag Finance & Services AG, che ha sede a Widnau (Svizzera) ed è parte del gruppo SPAR Holding AG (Gruppo SPAR Austria), la cui sede si trova a Salisburgo.

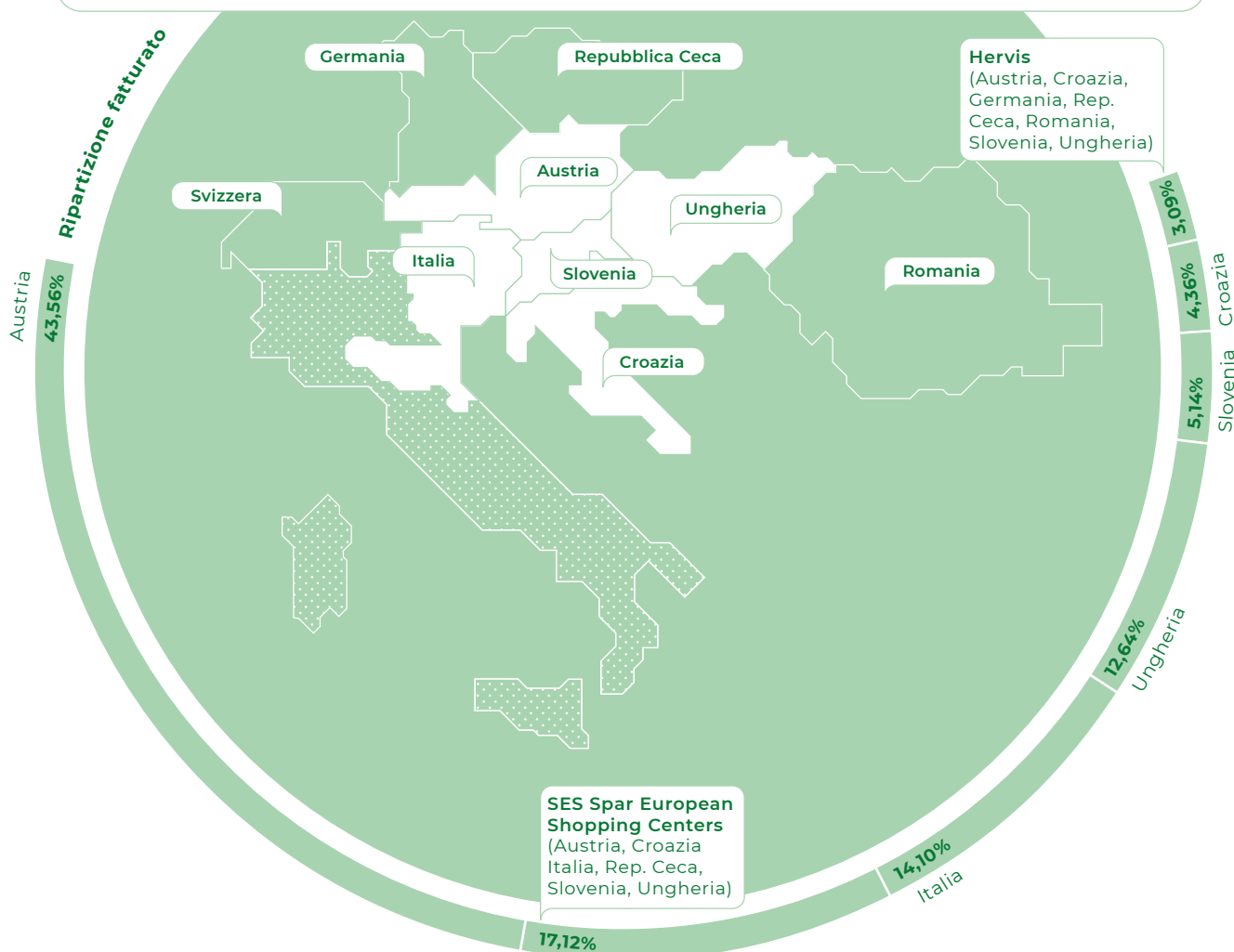
L'assetto proprietario della capogruppo Spar Holding AG è lo stesso dal 1970. Il seguente grafico mostra le società più significative del Gruppo, coi relativi core business.



SPAR Austria

Il Gruppo SPAR Austria (SPAR Holding AG) è l'organizzazione SPAR più grande nel mondo e, oltre ad essere leader di mercato sul territorio nazionale, si è inserita anche in altri mercati europei quali Slovenia, Croazia, Ungheria e Italia. Inoltre, ha diversificato il proprio business nella gestione dei centri commerciali attraverso la Spar European Shopping Center (Ses) e nella vendita di abbigliamento e attrezzature sportive (Hervis) estendendo la sua presenza anche in Germania, Rep. Ceca e Romania.

SPAR Austria ha fatto propria una lungimirante strategia di sostenibilità. Nel 2019 i progetti di tale ambito hanno perseguito la riduzione dello zucchero nelle ricette dei prodotti (circa 1000 tonnellate in meno dal 2017), la diminuzione dell'uso di plastica, che ha visto il rinnovo di molti packaging in direzione dell'uso della carta, del vetro e del marchio a laser per alcune categorie di frutta, e la riduzione dell'uso di energia. A livello di Gruppo, le donazioni di cibo di quest'anno hanno evitato 5.393 tonnellate di sprechi per un valore di 21,2 mln di Euro e le sponsorizzazioni sono giunte al valore di 4 mln di Euro.



SPAR International

A livello internazionale il marchio SPAR è gestito da SPAR International, presente in 48 Paesi e con sede ad Amsterdam. SPAR International poggia su valori che coniugano slancio internazionale con qualità e servizi vicini alle numerose comunità locali.

Anche SPAR International vanta una solida strategia sostenibile. Nel 2019 la SPAR Better Choices – Nutrition Guidance Strategy ha enfatizzato l'importanza di una sana educazione alimentare attraverso un'ampia informativa su prodotti di qualità, abitudini sane, programmi per le comunità, l'educazione dei bambini, gli sprechi alimentari, campagne sulla nutrizione. Il progetto ha coinvolto sia prodotti a marchio che di industria ed è stato comunicato direttamente nei punti vendita. Il Responsible Retailing Forum, progetto trasversale che coinvolge molti Paesi SPAR del mondo per coordinare le best practice in materia di sostenibilità, è giunto alla seconda edizione.



*dati al 2018

Despar Italia

In Italia il marchio Despar è gestito da 7 diversi Soci indipendenti, il maggiore dei quali è Aspiag Service, uniti nel Consorzio a Responsabilità Limitata Despar Italia, che ha sede a Casalecchio di Reno (BO). Ciascun socio esercita la propria attività in un'area geografica predefinita, avendo in licenza d'uso il marchio Despar e gestendo i propri centri distributivi e i punti vendita del territorio. Despar Italia tutela il marchio, i contatti diretti con SPAR International, nonché lo sviluppo dei prodotti a marchio e delle promozioni.

Despar Italia persegue numerosi progetti di sostenibilità, incentrati sull'innovazione dei prodotti, sul sociale e su tematiche ambientali. Alcuni di questi progetti sono stati la revisione delle ricette in un'ottica più salutare con l'Università di Parma, il sostegno dei prodotti di eccellenza locale, la sostituzione della confezione in plastica delle insalate biologiche con un materiale compostabile e la sponsorizzazione alle iniziative di alcune comunità del territorio.



Governance

Il sistema di Governance – allineato con le best practice nazionali e internazionali – viene costantemente consolidato per gestire la complessità operativa della Società e le sfide da affrontare per una strategia di sviluppo chiara e sostenibile.

Assemblea dei Soci e Consiglio di Amministrazione

All'apice della Governance sta l'Assemblea dei Soci, presieduta dal Presidente del Consiglio di Amministrazione (C.d.A.) o da altra persona designata dall'Assemblea a maggioranza semplice.

Il C.d.A. esercita le proprie funzioni di ordinaria e straordinaria amministrazione secondo la legge, lo Statuto e il Modello Organizzativo 231/01. La nomina degli Amministratori Delegati non rende la struttura

aziendale ulteriormente onerosa, poiché non spetta loro alcun compenso per la carica ricoperta. Il C.d.A. approva e supervisiona la pianificazione economica e finanziaria delle attività aziendali attraverso il Comitato di Gestione.

Per favorire le relazioni con le istituzioni locali e le nuove aree di sviluppo, i C.d.A. si svolgono in luoghi diversi nella nostra trading area.

Collegio Sindacale e Società di Revisione

I Soci nominano il Collegio Sindacale e la Società di Revisione per vigilare sull'operato e sulla struttura aziendale. Il Collegio Sindacale, che possiede anche funzioni di controllo di gestione, ha il mandato per tre esercizi e controlla l'osservanza della legge, dello Statuto Sociale e i corretti metodi di amministrazione, con particolare attenzione all'assetto organizzativo, amministrativo e contabile. Aspiag Service si appoggia per il controllo contabile alla Società di Revisione EY S.p.A. anch'essa con mandato di tre esercizi con scadenza all'approvazione del Bilancio 2021.

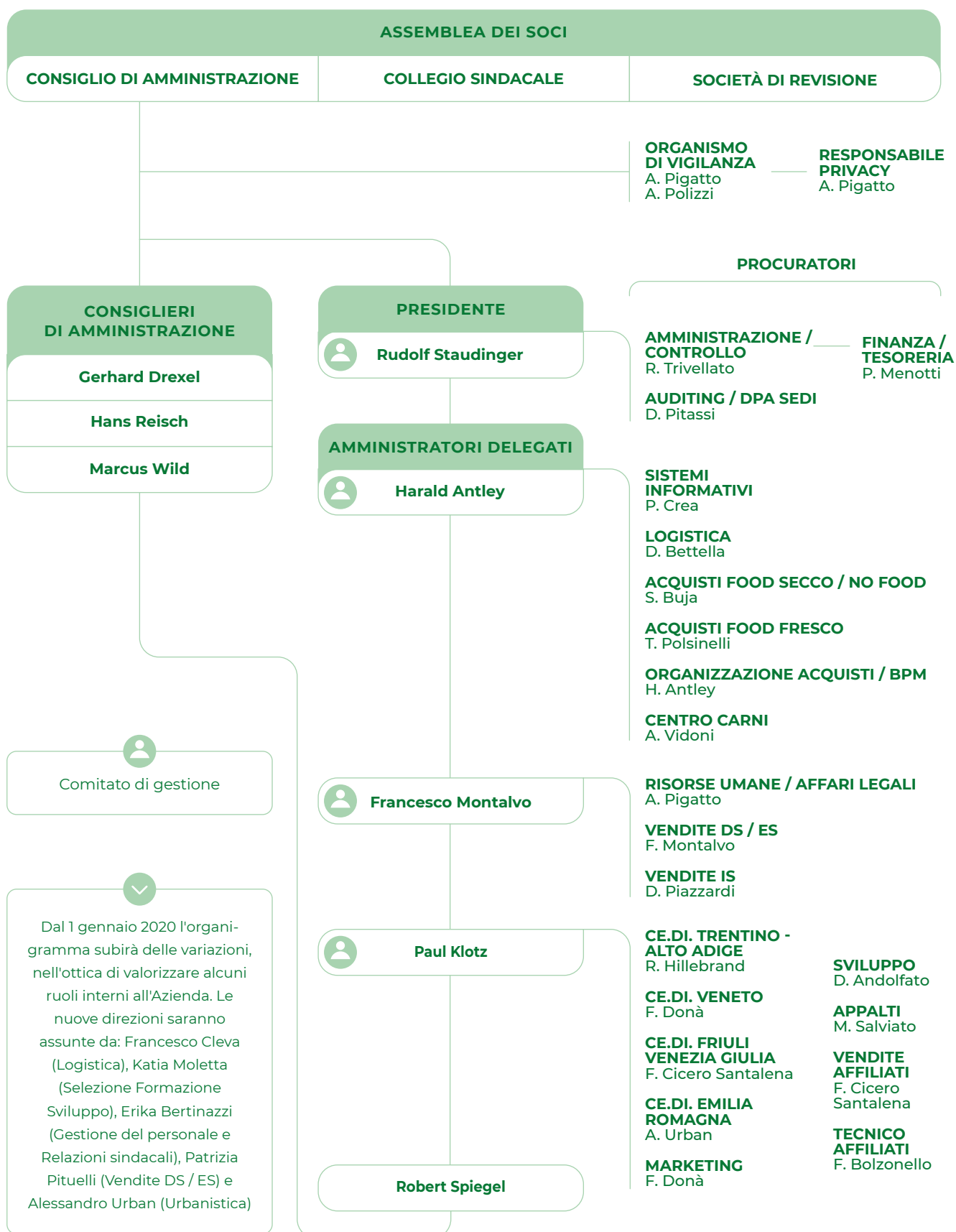
Il C.d.A. è composto da:

8 membri, di cui:
5 esecutivi incluso
 il Presidente.
5 riunioni itineranti
 del C.d.A. nel 2019

Gli incontri nel 2019

1 Marketing meeting
9 Retroplanning
10 Comitato commerciale
20 Coordinamento dirigenti
5 Management meeting
5 Collegio sindacale
18 Comitato di Gestione
1 Meeting tra Società di Revisione
 e Collegio Sindacale

Organigramma | al 31/12/2019



Il Comitato di Gestione e i Procuratori

Il Comitato di Gestione è composto da un numero variabile di membri e ne fanno parte di diritto il Presidente del C.d.A. e tutti gli Amministratori Delegati. Il Comitato ha compiti propositivi, preparatori e di supporto tecnico e gestionale al Consiglio di Amministrazione:

- ◆ ogni anno entro novembre prepara la proposta di budget per l'esercizio successivo. Il budget viene aggiornato generalmente a metà anno e a ottobre viene predisposta la previsione di chiusura (forecast) che accoglie le correzioni ritenute opportune dal management;
- ◆ provvede alla formulazione di un business plan triennale, approvato dal C.d.A. a febbraio;

◆ informa il C.d.A. sull'andamento dell'Azienda durante l'esercizio, rendicontando le variazioni rispetto al budget e al periodo precedente.

Queste fasi prevedono una continua ed efficace comunicazione tra le varie direzioni aziendali, che così verificano rapidamente l'andamento della gestione aziendale e le decisioni sugli investimenti.

A supporto del C.d.A. e nominati da quest'ultimo vi sono i Procuratori. Nel 2019 Aspiag Service ha contato su 58 Procuratori a cui sono conferiti i poteri di amministrazione ordinaria e straordinaria nel rispetto delle deleghe loro conferite. Alcuni Procuratori possono nominare altri ad acta o ad negotia con mandato limitato.

La Privacy

Nel 2018 si è chiuso il progetto di gruppo con SPAR Austria per l'adeguamento al nuovo Regolamento sulla protezione dei dati in vigore dal 25/05/2018 (Reg. UE 2016/679 per brevità GDPR). L'Azienda ha designato un Data Protection Officer esterno che collabora con il

Data Protection Head, ovvero il Direttore Risorse Umane e Affari Legali. Quest'ultimo è supportato in questo ruolo dall'ufficio Affari Legali, dal DPO e dal Comitato Privacy, di cui fa parte insieme ai responsabili di Sistemi Informativi e Marketing e ad un membro del C.d.A.

GRI
405 - 1

	Uomini	Donne	Totale	Tra 30 e 50 anni	Oltre 50 anni
Consiglio di Amministrazione	8	0	8	0	8
Collegio Sindacale	5	0	5	2	3
Comitato di Gestione	4	0	4	0	4
Procuratori	51	7	58	31	27
Organismo di Vigilanza	2	0	2	1	1
Comitato Privacy	4	0	4	0	4

La compliance volontaria

La compliance è un aspetto indispensabile nelle imprese, specialmente se di grandi dimensioni o che svolgono attività soggette a molteplici regole.

Oltre alla compliance normativa Aspiag Service si è dotata di diversi strumenti di controllo volontari che la mantengono nel percorso di qualità e sicurezza

che persegue. I sistemi ISO 14001, OHSAS 18001 e i controlli volontari sulla qualità alimentare secondo i sistemi HACCP* caratterizzano l'alto livello di performance dei servizi e dei prodotti offerti. Dal 2020 questi differenti sistemi saranno coordinati da un'unica direzione responsabile dell'intero ambito Safety.



HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points): è un protocollo volto a prevenire e individuare i pericoli di contaminazione alimentare, basato sul monitoraggio delle fasi della lavorazione degli alimenti in cui si prospetta un pericolo di contaminazione biologica, chimica o fisica.

Il Modello Organizzativo 231/01

Aspiag Service dal 2005 si è dotata volontariamente del Modello di organizzazione, gestione e controllo della società, predisposto in base al D.lgs. n. 231/2001 e aggiornato recependo la legge 3 e il d.l. 124/2019, che introducono i reati di traffico di influenze illecite e false fatture. Nel Modello si trovano l'Organismo di Vigilanza, il Codice Etico, il Regolamento Interno e la Mappatura dei Poteri, il Manuale dei Protocolli e il Sistema Sanzionatorio, che sono strumenti per

la gestione dei rischi. Il Modello, specialmente nel Codice Etico, ha fatto da apripista alle best practice che l'Azienda attua ormai da tempo e va incontro agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) emanati dall'ONU a cui Aspiag Service fa riferimento (si veda pag. 35). Al 31 dicembre 2019, come per il biennio precedente, non sono presenti azioni legali né di altro tipo riguardanti comportamenti anticompetitivi, violazioni antitrust o violazioni di monopolio.



206 - 1

L'ORGANISMO DI VIGILANZA – COMPLIANCE OFFICE

Il Compliance Office svolge la funzione dell'Organismo di Vigilanza, che disciplina le responsabilità aziendali per gli illeciti amministrativi conseguenti a reati. L'Organismo è composto da un membro interno e uno esterno ai sensi del D.Lgs. 231/01 ed è nominato dal C.d.A. ogni due anni. Il Compliance Officer vigila sul funzionamento, sull'efficacia e sull'osservanza del Modello. Al C.O. spetta anche l'adeguamento del Modello alla realtà aziendale e ad eventuali mutamenti normativi, riferendo periodicamente le eventuali criticità, predisponendo i controlli annuali e provvedendo alla formazione dei collaboratori in merito al Modello stesso. I collaboratori formati nel 2019 sono 84. In merito ad aggiornamenti o attività di prevenzione di reato il C.O. può intervenire con risk assessment svolti per area o attività a rischio.

Per l'invio di segnalazioni di eventuali reati o la richiesta di informazioni, in Aspiag Service esiste uno specifico indirizzo e-mail dell'Organismo di Vigilanza: co_aspiagservice@despar.it.



205 - 2

IL CODICE ETICO www.despar.it/it/node/17/codice-etico/

Individua i diritti, i doveri e le responsabilità di qualsiasi interlocutore, esprimendo la trasparenza, la correttezza, la tutela dei Soci e dei creditori e l'etica professionale di Aspiag Service. Questi principi guidano l'Azienda e sono posti anche come condizione contrattuale per chi lavora o ha rapporti con Aspiag Service. Con il rispetto del Codice da parte di tutti (Amministratori, Procuratori, collaboratori, Sindaci, fornitori, ecc.), è possibile garantire un funzionamento lineare dell'Azienda e prevenire irregolarità e conflitti d'interesse. In linea con i principi del Codice Etico la Società non elargisce contributi diretti o indiretti e sotto qualsiasi forma a partiti, movimenti, organizzazioni e comitati politici e sindacali, a loro esponenti e candidati, se non nell'ambito consentito da specifiche normative e nel rispetto del principio di trasparenza.



415 - 1

IL REGOLAMENTO INTERNO E LA MAPPATURA DEI POTERI

Disciplina l'operatività degli organi dotati di poteri amministrativi e rappresentativi e viene diffuso ai neoassunti, in tutti gli albi aziendali e sul sito aziendale.

IL MANUALE DEI PROTOCOLLI

Programma il processo decisionale della Società nelle attività potenzialmente a rischio di reato e presidia sotto la vigilanza del Compliance Office le funzioni che gestiscono attività sensibili.

IL SISTEMA SANZIONATORIO

Presidia l'osservanza del Modello, delle procedure e della condotta. La violazione degli obblighi descritti costituisce inadempimento contrattuale ed illecito disciplinare, da cui la Società non intende perseguire alcun vantaggio.

Decreto Legislativo 231/01: il D.lgs. dell'8 giugno 2001 ha introdotto un regime di responsabilità amministrativa, ma di fatto penale, a carico delle società per reati contro la pubblica amministrazione (corruzione, concussione, ecc.) o per reati societari (ad esempio falso in bilancio) commessi da collaboratori, dirigenti o amministratori nell'interesse o a vantaggio delle società stesse.



PESCHERIA



Cosa facciamo

BUSINESS MODEL

22

STRATEGIA

32

Per dare al cliente il massimo del valore, collaboriamo con diversi fornitori di merci e servizi in possesso di standard predefiniti, che permettono un'offerta articolata e di alta qualità. Le diverse fasi del nostro sistema distributivo convogliano le merci nei punti vendita, anche grazie al supporto dei quattro centri distributivi (Ce.Di.) di Bolzano, Mestrino (PD), Udine e Castel San Pietro Terme (BO), a cui fanno capo tutti i punti vendita e che avvicinano ulteriormente l'Azienda al territorio.

Business model

Il nostro Business Model comprende le diverse fasi del sistema distributivo, le relazioni con gli stakeholder, i rischi e le opportunità ad essi connessi.

Aspiag Service gestisce supermercati a vocazione prettamente alimentare e per acquistare beni di largo consumo da fornitori di merce (industria di marca e non) da rivendere nei propri punti vendita ed ai clienti in affiliazione. Per dare il massimo valore al cliente collaboriamo con fornitori diversificati in possesso di alti requisiti qualitativi. Il funzionamento equilibrato ed

efficiente degli organismi di Governance e del sistema distributivo costituisce il volano per la realizzazione della mission aziendale, garantendo l'equilibrio tra le aspettative dei soci e quelle degli altri Stakeholder, la pianificazione e il raggiungimento degli obiettivi strategici, il monitoraggio degli Stakeholder, la massimizzazione delle opportunità e la mitigazione dei rischi.

Supply chain

Aspiag Service mantiene la propria posizione nel mercato anche grazie ad una buona gestione della supply chain, che comprende tutte le fasi: dalla selezione dei fornitori agli acquisti, dalla distribuzione alla vendita al cliente, permette all'Azienda di garantire efficacia nel

raggiungimento degli obiettivi, propri e per gli stakeholder. La supply chain sviluppa le sinergie tra il personale dell'Azienda e i fornitori, contiene i costi, riduce l'impatto ambientale e offre ai clienti garanzie sulla qualità della lavorazione e del trasporto dei prodotti.

Acquisti

I fornitori vengono selezionati in base a una logica customer-oriented che persegue qualità dei prodotti, prezzi concorrenziali e trasparenza nei rapporti.

La gestione degli approvvigionamenti è supportata da processi utili alla condivisione delle informazioni tra Azienda e fornitore, che velocizzano il flusso tra gli ordini di acquisto e la consegna dei prodotti al punto vendita. Per usufruire di tempi di attesa ridotti, maggiore programmabilità dei rifornimenti e sconti per la consegna, acquistiamo i prodotti attraverso ESD Italia, una centrale di acquisto* e di marketing che negozia contratti di fornitura con le industrie nazionali produttrici di beni di largo consumo per conto dei propri soci. In Aspiag Service le referenze sono gestite in categorie merceologiche di prodotti percepiti dal consumatore come correlati o sostituibili.

I category manager gestiscono le categorie come

centro di profitto dalla fase di contrattazione all'allocatione sullo scaffale, massimizzando performance e margine degli articoli.

Il 2019 ha visto l'inizio delle attività del nuovo Ufficio Qualità, che effettua i controlli presso i fornitori e le piattaforme e verifica i prerequisiti normativi per la produzione, la qualità del prodotto e delle consegne dal fornitore. I controlli nei punti vendita vengono invece svolti dalla Sicurezza alimentare. La funzione Controllo Qualità ha analizzato in ortofrutta 176 referenze nel 2019. I controlli di conformità per la vendita di prodotti bio sfusi sono stati effettuati anche direttamente in piattaforma da parte dell'ente certificatore.

Quest'anno, in occasione del premio Top Fresh Retailer organizzato dalla testata Fruitbook Magazine, Aspiag Service è stata valutata dai fornitori di ortofrutta come il miglior Gruppo dell'area Nordest.



Centrale di acquisto: la centrale di acquisto è un'organizzazione che gestisce il contratto fornitore ed il catalogo dei prodotti, definendo le condizioni commerciali di acquisto dei prodotti e dei ricavi indiretti rispetto all'industria.

PRODOTTI A MARCHIO

<http://www.despar.it/it/prodotti-a-marchio-despar/>

I prodotti a marchio, gestiti insieme a Despar Italia, sono i prodotti di società terze che vengono venduti con il marchio Despar. I prodotti a marchio competono in qualità con l'industria di marca e vengono proposti in diverse linee o brand. Inoltre, vantano una particolare cura in materia di sostenibilità, per cui sono provvisti di un packaging semplice ed efficace anche ai fini dello smaltimento e vengono ideati con ricette sempre più attente alla salute (grazie al progressivo minor uso di sale e zucchero, in linea con i progetti di sostenibilità promossi dall'intero Gruppo). L'assortimento a marchio proprio riguarda tutte le categorie di merce create in esclusiva per Despar dai migliori produttori e mantiene una quota stabile del 24,6%. Nel 2019 per i fornitori di prodotti a marchio è stata ultimata una check-list volta a promuovere e monitorare le strategie dei fornitori in ambito di sostenibilità ambientale. Tale check-list è divenuta un allegato contrattuale. Nel 2019 sono stati svolti 38 audit sui fornitori di prodotti a marchio, controllate 530 referenze a marchio e 947 etichette.

24,6%

il fatturato dei prodotti a marchio sul fatturato complessivo.

Il valore dei prodotti a marchio

I prodotti a marchio sono il miglior modo per trasmettere ai clienti valori come la qualità, la convenienza, l'innovazione, l'attenzione per l'ambiente e la salute. Alcuni esempi di questi valori li ritroviamo nelle etichette "Friend of the sea" e "Dolphin Safe" sulla linea del tonno in latta e nell'utilizzo sempre minore di sale e zucchero nelle ricette, che comprovano l'attenzione ai metodi di approvvigionamento e alla salute dei consumatori.

IL CENTRO CARNI

Aspiag Service nel 2019 ha accorpato interamente le funzioni del Centro Carni Superdistribuzione S.r.l. di Bolzano, tramite un'operazione di fusione. È stata quindi internalizzata in Aspiag Service la produzione e gestione della carne fresca per tutti i punti vendita diretti, per molti affiliati e per i Paesi in cui siamo presenti con il marchio SPAR cosicché Aspiag Service centralizzando la lavorazione delle carni rosse e dei salumi cotti possa assicurare un'alta qualità in termini di genuinità e sicurezza alimentare. Tutti i prodotti commercializzati riportano su ogni etichetta un codice

di tracciabilità, attraverso cui è possibile ripercorrerne la storia produttiva, arrivando fino alla nascita dell'animale e alla sua alimentazione. Le fasi della produzione di carne e il Centro produttivo sono certificate rispettivamente ISO 22000 e OHSAS 18001.

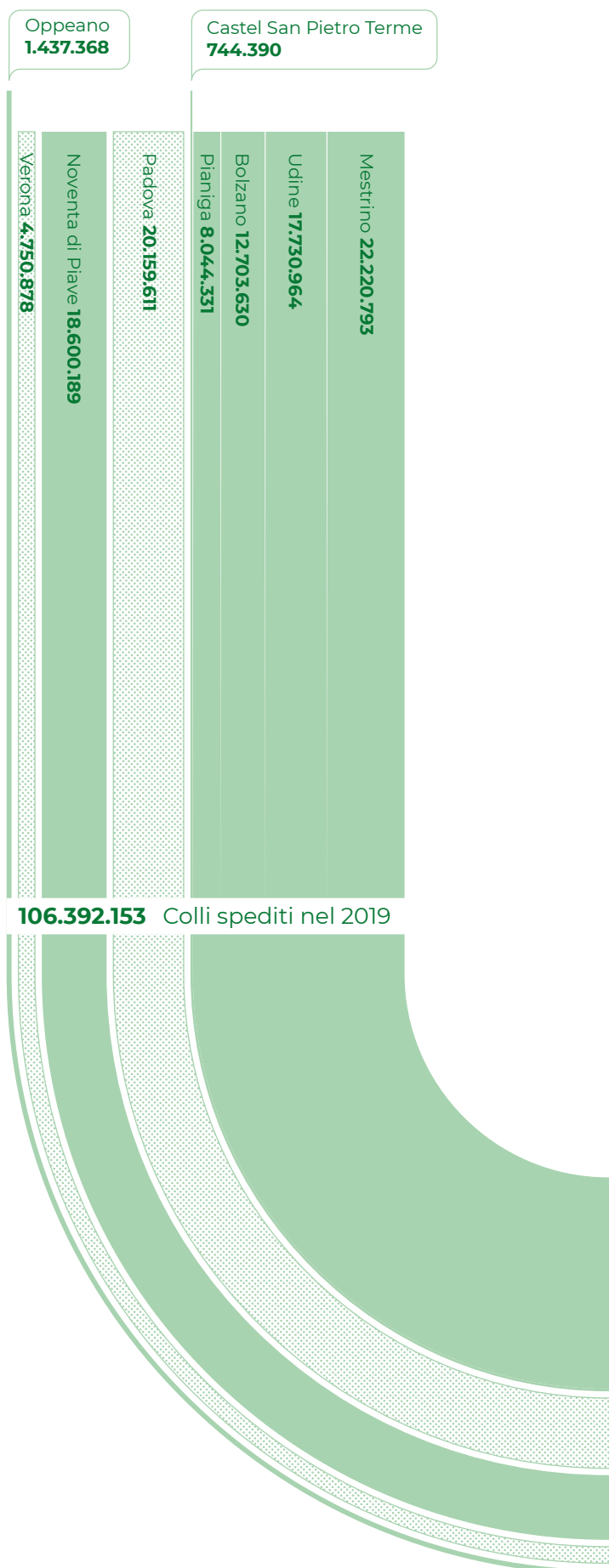
I prodotti proposti vanno di pari passo con i trend dei consumatori prevedendo la sostituzione dei potenziali ingredienti allergeni con altri più sicuri, dando spazio alla produzione biologica, sostenibile e locale. L'intera filiera delle principali categorie di carne è controllata e porta il marchio Passo dopo Passo.

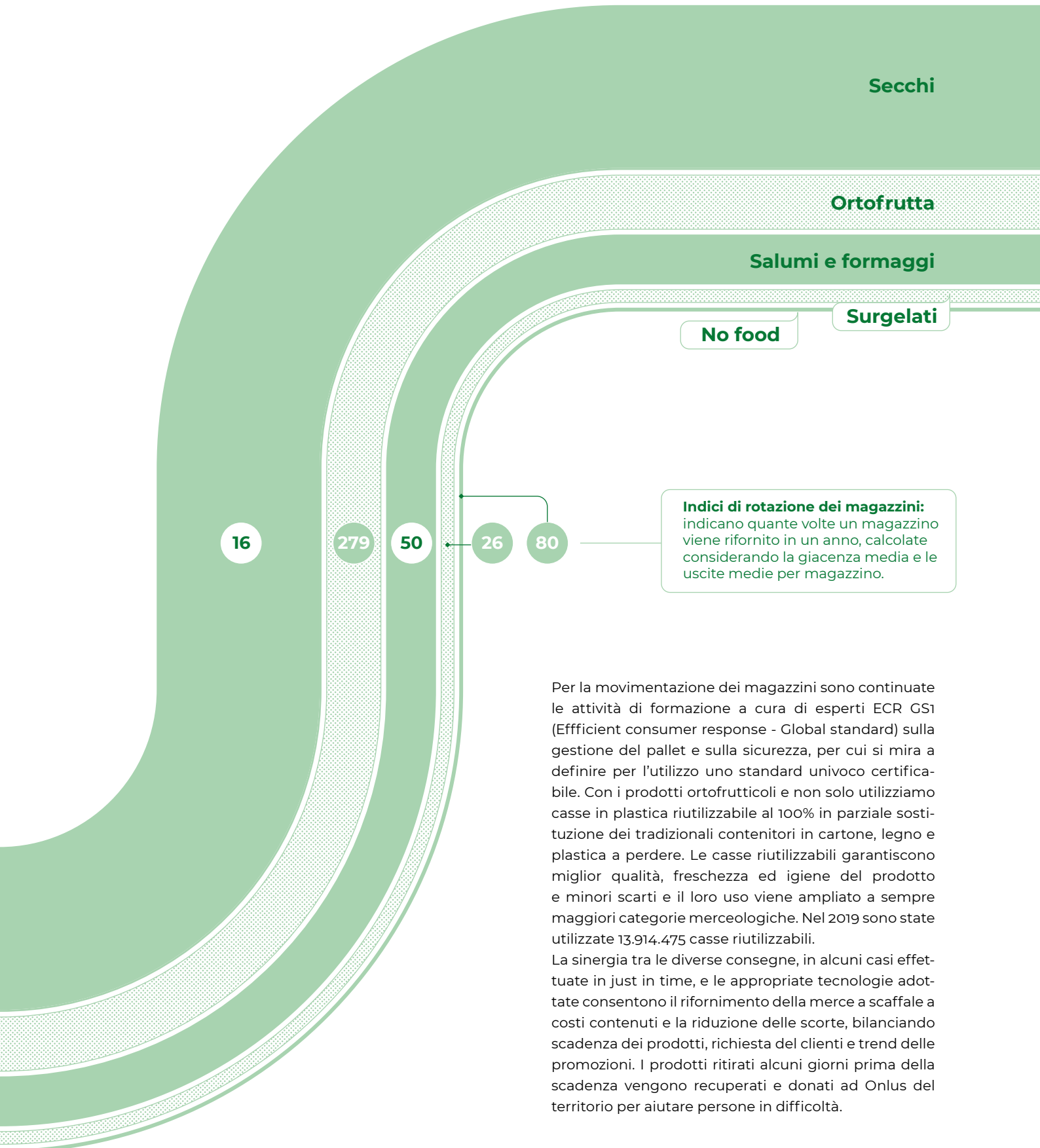
La filiera "Passo dopo Passo"

La filiera "Passo dopo Passo" è un programma di controllo che permette di conoscere la provenienza di carne, pesce, frutta e verdura grazie alla tracciabilità della filiera produttiva. Il bollino presente sul prodotto garantisce la qualità e la sicurezza dei prodotti dalla produzione alla vendita.

Logistica

I flussi logistici delle merci sono ottimizzati e monitorati in ogni fase del processo distributivo, per garantire ogni giorno la freschezza e la sicurezza dei prodotti e l'approvvigionamento costante ai punti vendita. A conferma di ciò nel 2019 abbiamo registrato un totale di consegne di 231.327 con 83.595 viaggi di distribuzione. Per il trasporto dei prodotti ci serviamo di un parco automezzi in euro 5 e 6, fornito della tecnologia per mantenere le temperature adatte alle diverse merceologie e che viaggia sempre con i carichi ottimizzati. Aspiag Service può contare su 9 piattaforme – di cui 4 Ce.Di. – dislocate strategicamente sul territorio e che aiutano la razionalizzazione dei trasporti. Il Ce.Di. di Mestrino (PD) svolge la funzione di centro direttivo, gestionale e amministrativo per tutte le attività del gruppo e funge da base operativa per il Veneto. Il Ce.Di. di Bolzano rappresenta la sede legale e gestisce le attività commerciali del Trentino Alto Adige. Al Ce.Di. di Udine competono le attività commerciali del Friuli Venezia Giulia; nel 2019 ne sono state ristrutturate le celle dei prodotti freschi nell'ottica di un maggior efficientamento e qualità della merce movimentata. Il Ce.Di. di Castel San Pietro Terme (BO) è operativo dal 2019 per servire la regione dell'Emilia Romagna. All'interno di ciascun Ce.Di. si trova anche una piattaforma logistica per i secchi.





Secchi

Ortofrutta

Salumi e formaggi

No food

Surgelati

16

279

50

26

80

Per la movimentazione dei magazzini sono continuate le attività di formazione a cura di esperti ECR GS1 (Efficient consumer response - Global standard) sulla gestione del pallet e sulla sicurezza, per cui si mira a definire per l'utilizzo uno standard univoco certificabile. Con i prodotti ortofrutticoli e non solo utilizziamo casse in plastica riutilizzabile al 100% in parziale sostituzione dei tradizionali contenitori in cartone, legno e plastica a perdere. Le casse riutilizzabili garantiscono miglior qualità, freschezza ed igiene del prodotto e minori scarti e il loro uso viene ampliato a sempre maggiori categorie merceologiche. Nel 2019 sono state utilizzate 13.914.475 casse riutilizzabili.

La sinergia tra le diverse consegne, in alcuni casi effettuate in just in time, e le appropriate tecnologie adottate consentono il rifornimento della merce a scaffale a costi contenuti e la riduzione delle scorte, bilanciando scadenza dei prodotti, richiesta del clienti e trend delle promozioni. I prodotti ritirati alcuni giorni prima della scadenza vengono recuperati e donati ad Onlus del territorio per aiutare persone in difficoltà.

Vendita

La vendita avviene attraverso diversi format di negozio, che offrono risposte in linea alle diverse esigenze dei clienti ma che sono accumulati nella qualità dei prodotti, nella capillarità sul territorio, nella presenza di prodotti a marchio Despar. Aspiag Service oltre a gestire direttamente i punti vendita rifornisce dettaglianti in affiliazione a cui viene garantito tutto il know-how necessario per l'esercizio con il marchio Despar. I format hanno le seguenti caratteristiche:



Fedelmente all'identità originaria, l'insegna Despar identifica i piccoli supermercati di quartiere (100-800 m²), che in uno spazio tipicamente familiare offrono un assortimento volto alla spesa giornaliera e specializzato in prodotti freschi e freschissimi.



Individua i punti vendita di media grandezza (801-2499 m²) in grado di servire un'area urbana più vasta e con necessità di consumo indirizzate alla spesa settimanale o quindicinale, capace di offrire una scelta più ampia con prodotti non alimentari e alcuni servizi base.



Identifica i punti vendita più grandi (>2500 m²), caratterizzati da un assortimento massimo di prodotti freschi e freschissimi e una vasta gamma di servizi e prodotti no food, che spazia dall'elettronica, al giardinaggio, fino agli elettrodomestici.

Il processo di vendita in tutti i suoi canali punta a curare la relazione con il cliente, non solo con un'offerta di qualità, ma proponendo un punto vendita innovativo, accogliente e provvisto della tecnologia e degli strumenti di comunicazione più utili per un negozio sostenibile e fruibile da tutti.

L'evoluzione del format Interspar

Nel 2019 i nostri punti vendita hanno visto novità particolari. Una di queste è stata l'evoluzione del format Interspar, inaugurato per la prima volta nel nuovo Interspar di Carpi. Questo progetto, sviluppato dalla collaborazione dell'area vendite, marketing, acquisti e appalti in base ai trend di mercato, alla tipologia di clientela e alle ultime innovazioni tecnologiche, è consistito in una rivisitazione totale del format, dalle strutture, alle luci, alle corsie, ai reparti gestiti come accoglienti botteghe in cui la priorità è un servizio al cliente ottimale. I banchi sono stati rinnovati per venire incontro alla mobilità dei clienti e per favorire una migliore rotazione della merce, permettendo una maggior freschezza dei prodotti stessi. Nel reparto ortofrutta è stato valorizzato il biologico sfuso, con cassette espositive in legno posizionate in modo da agevolare il cliente e un laboratorio a vista per la preparazione di frutta e verdura pronta da consumare. Per il non alimentare sono state create aree personalizzate a tema (casalingo, cancelleria, giocattoli, pet food) realizzando uno shop in shop che viene rinnovato mensilmente.

Un'altra novità è la comunicazione a LED interna al punto vendita, che serve a guidare il cliente durante l'esperienza d'acquisto e consigliarlo coerentemente al reparto in cui si trova.

Tutte queste innovazioni affiancano le caratteristiche che da anni contraddistinguono i punti vendita, quali l'uso di impianti fotovoltaici, l'utilizzo di energia verde certificata, il recupero di calore e il conseguente risparmio energetico.

SUPERFICI

Lo sviluppo intrapreso ha prediletto le insegne Despar ed Eurospar. Quest'ultima segna le superfici maggiori confermando il successo anche del format a media dimensione.

Superficie di vendita (m ²)	Emilia Romagna	Friuli Venezia Giulia	Trentino-Alto Adige	Veneto	Totale
Despar					
Diretti	2.253	13.085	13.125	10.518	38.981
Affiliati	15.948	14.416	34.952	20.187	85.503
Eurospar					
Diretti	13.304	56.548	31.611	43.360	144.823
Affiliati	1.850	6.741	4.238	9.501	22.330
Interspar	13.159	15.780	13.639	72.570	115.148
Indipendenti	-	622	-	200	822
Totale	46.514	107.192	97.565	156.336	407.607
Diretti	28.716	85.413	58.375	126.448	298.952
Affiliati	17.798	21.779	39.190	29.888	108.655

Nota: i punti vendita ad insegna Interspar sono solo a gestione diretta mentre i punti vendita indipendenti sono solo affiliati.

Il valore degli affiliati

Aspiag Service crea valore aggiunto valorizzando il proprio territorio in diversi modi e uno di questi è affiliare a Despar imprenditori locali. Oltre agli aspetti tecnici necessari, l'affiliazione al nostro marchio prevede un continuo coinvolgimento attraverso attività comuni, gruppi di lavoro e confronto sui temi più importanti, affinché i clienti affiliati siano sempre più vicini al canale diretto in termini di riconoscibilità e qualità.

Il PDA - Personal Digital Assistant

Il processo di vendita e il servizio al cliente sono in costante miglioramento grazie alla ricerca di innovazioni dell'area vendite. Quest'anno la novità dell'utilizzo dei PDA nei punti vendita sia diretti che affiliati ha rivoluzionato la qualità del lavoro in punto vendita. Il PDA è uno strumento con sistema android che sostituisce il PDT e che permette di aggiornare gli andamenti, gli ingressi della merce, le offerte, i prodotti scartati e molto altro al fine di poter prevedere gli ordini in modo più razionale. Il nuovo applicativo ha permesso l'azzeramento degli errori di rilevazione sugli oltre 390.000 ordini fatti dai collaboratori. Questo nuovo sistema ha diminuito significativamente gli scarti e le rotture in punto vendita, specialmente per il reparto freschi. La consultazione delle informazioni sul dispositivo ha permesso inoltre di ridurre del 20% l'emissione dei listini cartacei necessari nel precedente sistema, evento che si pone in linea con i valori di Aspiag Service.

61,26

TONNELLATE DI CARTA RISPARMIATE GRAZIE AL PDA

Stakeholder engagement

Aspiag Service ritiene fondamentale la relazione con i propri stakeholder al fine di poterne soddisfare le aspettative. Le loro richieste, rappresentate di seguito insieme alle modalità di coinvolgimento, ai temi materiali emersi dal confronto e al metodo utilizzato per misurarne la collaborazione, sono frutto del processo di ascolto che intratteniamo

Chi sono i nostri stakeholder	Come li coinvolgiamo	Temi materiali emersi	
Management Include i Soci e gli Amministratori.	<ul style="list-style-type: none"> Incontri periodici con i referenti delle funzioni aziendali. 	◆	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Soddisfazione dei clienti + Reputazione aziendale
Consumatore finale Clienti che acquistano nei punti vendita.	<ul style="list-style-type: none"> Direttamente nel punto vendita, con l'App Despar Tribù, monitor e LED wall pubblicitari, radio interne, beacon. Tramite siti internet, blog, social media, posta elettronica (info@despar.it) e radio. Con indagini di mercato periodiche e a cura di società esterne, ricerche qualitative telefoniche e online. 		<ul style="list-style-type: none"> + Soddisfazione dei clienti + Reputazione aziendale
Affiliati Imprenditori locali a cui forniamo merci, servizi e supporto con contratto di affiliazione.	<ul style="list-style-type: none"> Periodiche riunioni fra i rappresentanti degli affiliati e i referenti aziendali Frequenti visite da parte dei responsabili del canale affiliati presso i punti vendita di riferimento 		
Fornitori Partner commerciali con i quali collaboriamo, nell'interesse reciproco, per soddisfare i clienti.	<ul style="list-style-type: none"> Confronto fra il category manager e il singolo fornitore Analisi delle indagini condotte su un campione rappresentativo delle principali aziende 	+	<ul style="list-style-type: none"> + Riduzione impatto ambientale + Reputazione aziendale
Collaboratori Risorsa fondamentale che permette il raggiungimento degli obiettivi attraverso professionalità, competenza e benessere.	<ul style="list-style-type: none"> Indagini sul clima interno House organ online "InDespar" interno all'App Despar Tribù Progetto Salute, Caregiving 		<ul style="list-style-type: none"> + Reputazione aziendale
Banche Partner finanziari che supportano l'Azienda a livello economico.	<ul style="list-style-type: none"> Incontri periodici presso l'azienda e presso le loro sedi Conferenza stampa annuale per la presentazione dei dati aziendali 		<ul style="list-style-type: none"> + Reputazione aziendale
Associazioni di rappresentanza Associazioni di categoria e sindacali che offrono confronto e supporto nell'analisi del settore.	<ul style="list-style-type: none"> Scambio e condivisione obbligatoria e periodica di informazioni Rapporti con Federdistribuzione 		<ul style="list-style-type: none"> + Reputazione aziendale
Competitor Aziende della DMO che possono condizionare il mercato di riferimento e i nostri stessi risultati.	<ul style="list-style-type: none"> Contatti attraverso Federdistribuzione 		<ul style="list-style-type: none"> + Reputazione aziendale
Pubblica Amministrazione e Collettività Sono il riferimento per le principali autorizzazioni e le realtà che vengono influenzate dagli effetti dell'apertura di un punto vendita o di altre attività aziendali.	<ul style="list-style-type: none"> Incontri periodici in sede di conferenza di servizi Monitoraggio stampa e web Attività con le scuole 	+	<ul style="list-style-type: none"> + Riduzione impatto ambientale + Reputazione aziendale
Università Atenei della trading area con cui Aspiag Service collabora per il confronto ed il miglioramento reciproco.	<ul style="list-style-type: none"> Stage curriculari ed extra-curriculari Incontri accademici Gruppi di lavoro e di ricerca 		<ul style="list-style-type: none"> + Reputazione aziendale

regolarmente. Prestare attenzione alle esigenze del contesto in cui operiamo, coinvolgendo i portatori di interesse, significa perseguire la strada della trasparenza e della buona gestione aziendale. Nella matrice di materialità di p. 81 sono riepilogati tutti i temi materiali che qui emergono in funzione di ogni stakeholder.

Come misuriamo

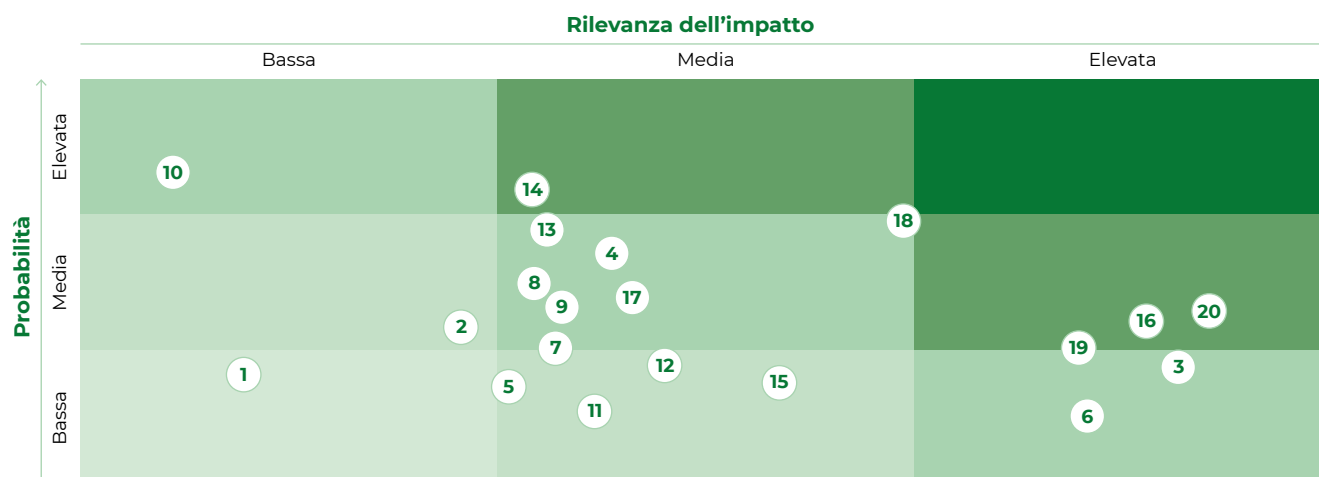
<ul style="list-style-type: none"> Formazione dei collaboratori 	<ul style="list-style-type: none"> Etica aziendale 	<ul style="list-style-type: none"> Sviluppo rete commerciale 	<ul style="list-style-type: none"> Performance finanziaria 	<ul style="list-style-type: none"> Valore economico distribuito Customer satisfaction Ore di formazione dipendenti ISO 14001 e OHSAS 18001 Rete di vendita Vendite nette Quota di mercato
<ul style="list-style-type: none"> Formazione dei collaboratori 	<ul style="list-style-type: none"> Qualità dei prodotti Privacy/data protection 	<ul style="list-style-type: none"> Sviluppo rete commerciale Innovazione offerta e servizi 	<ul style="list-style-type: none"> Performance finanziaria 	<ul style="list-style-type: none"> Customer satisfaction Immagine aziendale su stampa e web Ore di formazione dipendenti Analisi e controlli di qualità volontari N° di customer data breaches Rete di vendita Grado di diversificazione e copertura offerta
		<ul style="list-style-type: none"> Sviluppo rete commerciale 	<ul style="list-style-type: none"> Performance finanziaria 	<ul style="list-style-type: none"> Rete di vendita Vendite nette
	<ul style="list-style-type: none"> Qualità dei prodotti Etica aziendale 		<ul style="list-style-type: none"> Performance finanziaria 	<ul style="list-style-type: none"> Consumi ed emissioni Valore distribuito Analisi e controlli di qualità volontari ISO 14001 e OHSAS 18001 Vendite nette
<ul style="list-style-type: none"> Tutela del posto di lavoro Formazione dei collaboratori Sicurezza e benessere dei collaboratori 			<ul style="list-style-type: none"> Performance finanziaria Sostegno a comunità e territorio 	<ul style="list-style-type: none"> Valore distribuito Turnover Ore di formazione dipendenti Tasso di infortunio e malattia EBITDA % Sanzioni per non conformità
		<ul style="list-style-type: none"> Sviluppo rete commerciale 	<ul style="list-style-type: none"> Performance finanziaria 	<ul style="list-style-type: none"> Affidamenti e utilizzi Rete di vendita Cash flow
<ul style="list-style-type: none"> Tutela del posto di lavoro Sicurezza e benessere dei collaboratori Attrattività come datore di lavoro 			<ul style="list-style-type: none"> Performance finanziaria 	<ul style="list-style-type: none"> Valore economico distribuito Turnover Tasso d'infortuni e malattia Assunti nei nuovi punti vendita Quota di mercato
			<ul style="list-style-type: none"> Performance finanziaria 	<ul style="list-style-type: none"> Immagine aziendale su stampa e web Quota di mercato
<ul style="list-style-type: none"> Attrattività come datore di lavoro 	<ul style="list-style-type: none"> Etica aziendale 	<ul style="list-style-type: none"> Sviluppo rete commerciale 	<ul style="list-style-type: none"> Sostegno a comunità e territorio Performance finanziaria 	<ul style="list-style-type: none"> Consumi, emissioni, rifiuti N° eventi sponsorizzati Ripartizione territoriale collaboratori ISO 14001 e OHSAS 18001 Rete vendita Sanzioni per non conformità Investimenti netti
<ul style="list-style-type: none"> Attrattività come datore di lavoro 				<ul style="list-style-type: none"> Recruiting per stage e assunzioni Assunti nei nuovi punti vendita

Rischi e opportunità

Nel corso delle nostre attività siamo esposti a rischi connessi al sistema macroeconomico esterno e alle scelte strategiche dell'Azienda, che possono influenzare la creazione di valore nel tempo. Gli amministratori, coadiuvati dall'Organismo di Vigilanza e dalle funzioni Internal Audit e Difesa del Patrimonio Aziendale, monitorano i fattori di rischio per individuare e prevenire gli eventi che possono influire negativamente sull'attività aziendale. Per ogni tipologia di rischio è stata individuata la probabilità di accadimento dell'evento e, una volta prese le misure necessarie a mitigarlo, e il suo possibile

impatto in termini di creazione di valore per l'Azienda (matrice di pag. 31). Per ogni classe di rischio la tabella in basso mostra gli stakeholder coinvolti, le misure adottate per mitigare ciascun rischio e gli indicatori predisposti per la loro misurazione. Parallelamente alla gestione dei rischi sappiamo cogliere le opportunità che possono scaturire dal contesto esterno o da congiunture interne e che possono essere determinanti per il nostro sviluppo (affermazione stili di vita salutistici, filiera corta, e-commerce, sensibilizzazione ai temi ambientali, espansione in nuove aree, ecc.).

Rischio	Stakeholder	Misure per mitigare il rischio	Indicatore
Classe di rischio: Compliance			
1 Ambientale	Collettività	<ul style="list-style-type: none"> Sistema di Gestione Ambientale Certificazione ISO 14001 Modello Organizzativo 231/01 	<ul style="list-style-type: none"> Consumi ed emissioni Rifiuti prodotti Spese per la tutela ambientale Sanzioni in materia ambientale
	Azienda		
2 Privacy	Clienti	<ul style="list-style-type: none"> Responsabile del trattamento dei dati Comitato privacy 	<ul style="list-style-type: none"> N° customer data breaches
	Collaboratori		
	Fornitori		
3 Sicurezza Alimentare	Clienti	<ul style="list-style-type: none"> Selezione e gestione attenta dei fornitori Monitoraggio della qualità delle forniture, delle merci e del servizio prestato ai clienti Presenza di un ufficio Sicurezza Alimentare interno Mappatura della supply chain aziendale 	<ul style="list-style-type: none"> Analisi e controlli di qualità Sanzioni riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi
4 Compliance negli appalti	Fornitori	<ul style="list-style-type: none"> Ottenimento documentazione attestante la regolarità contributiva, previdenziale ed assicurativa degli appaltatori 	<ul style="list-style-type: none"> Sanzioni per non conformità a leggi e regolamenti Sanzioni in materia ambientale
5 Di reporting	Pubblica Amministrazione	<ul style="list-style-type: none"> Vigilanza da parte del Collegio Sindacale e della Società di Revisione 	<ul style="list-style-type: none"> Relazioni della Società di Revisione e del Collegio Sindacale*
6 Compliance normativa	Pubblica Amministrazione	<ul style="list-style-type: none"> Aggiornamento e formazione Presenza di un ufficio legale interno Relazioni frequenti con legali e consulenti 	<ul style="list-style-type: none"> Sanzioni per non conformità a leggi e regolamenti Relazione annuale del C.O.*
7 Sicurezza sul lavoro	Collaboratori	<ul style="list-style-type: none"> Certificazione di sistema aziendale per la gestione della sicurezza OHSAS 18001 Formazione ad hoc del personale sulla sicurezza nei luoghi di lavoro Ispezioni da parte dei responsabili Stipula di contratti di assicurazione ad hoc 	<ul style="list-style-type: none"> N° infortuni sul luogo di lavoro e giornate di infortunio Tasso di infortunio e malattia Tasso di assenteismo
8 Corruzione / concorrenza / anti-trust	Azienda	<ul style="list-style-type: none"> Modello Organizzativo 231/01 Istituzione dell'Organismo di Vigilanza 	<ul style="list-style-type: none"> N° collaboratori formati sul Modello 231/01 N° azioni legali per comportamenti anticoncorrenziali, anti-trust e pratiche monopoliste
	Competitor		
Classe di rischio: Finanziario			
9 Credito verso affiliati	Affiliati	<ul style="list-style-type: none"> Valutazione del cliente in fase di stipula di nuovo contratto e richiesta fideiussione a garanzia della fornitura Monitoraggio costante dei crediti, stima mensile del fondo svalutazione 	<ul style="list-style-type: none"> Vendite nette medie per affiliato Andamento fondo svalutazione crediti*
10 Credito verso consumatori finali	Clienti	<ul style="list-style-type: none"> Incasso della vendita immediato 	<ul style="list-style-type: none"> Differenze cassa* Scontrino medio



Rischio	Stakeholder	Misure per mitigare il rischio	Indicatore
11 Liquidità	Banche	<ul style="list-style-type: none"> Valutazione periodica da parte del management dell'equilibrio economico-finanziario (liquidità generata e fabbisogno finanziario) 	<ul style="list-style-type: none"> Affidamenti e utilizzi
12 Tasso	Banche	<ul style="list-style-type: none"> Operazioni di copertura in strumenti derivati Numero congruo di banche a cui ci appoggiamo 	<ul style="list-style-type: none"> % indebitamento a tasso fisso e % indebitamento a tasso variabile*
Classe di rischio: Operativo			
13 Tecnologico/IT	Azienda	<ul style="list-style-type: none"> Gestione ottimale dei sistemi informativi Innovazione tecnologica Selezione accurata di fornitori e consulenti di hardware e sistemi Diffusa installazione del sistema ERP Misure di back up - disaster recovery 	<ul style="list-style-type: none"> Costi per l'innovazione / mantenimento dei sistemi informatici
14 Strategico / Commerciale	Azienda Fornitori	<ul style="list-style-type: none"> Analisi sull'allineamento dell'offerta rispetto alle richieste del mercato Monitoraggio dei costi sostenuti per la politica commerciale rispetto ai risultati ottenuti 	<ul style="list-style-type: none"> Andamento della quota di mercato Debiti/crediti commerciali*
15 Risorse umane efficienti	Azienda	<ul style="list-style-type: none"> Erogazione formazione ad hoc Suddivisione delle mansioni Adozione di un Codice Etico Attenzione in fase di recruiting Attivazione stage e incontri accademici 	<ul style="list-style-type: none"> N° ore formazione erogate Rapporto stipendio donna-uomo Tasso di assenteismo Turnover del personale
Classe di rischio: Mercato			
16 Prezzo	Clienti Competitor Fornitori	<ul style="list-style-type: none"> Partecipazione alla Centrale di acquisto Selezione accurata dei fornitori con rapporto qualità / prezzo migliore Attività di marketing e sviluppo per far fronte alla concorrenza 	<ul style="list-style-type: none"> Customer satisfaction Andamento quota di mercato Grado di diversificazione e copertura dell'offerta
17 Valutazione assets	Azienda	<ul style="list-style-type: none"> Periodiche analisi di impairment 	<ul style="list-style-type: none"> Svalutazione delle immobilizzazioni*
18 Furti	Azienda	<ul style="list-style-type: none"> Investimenti in impianti di antitaccheggio, servizio di ispettorato interno / esterno 	<ul style="list-style-type: none"> Perdite su incassi e furti*
19 Frodi	Azienda	<ul style="list-style-type: none"> Adozione del Modello Organizzativo 231/01 Istituzione dell'Organismo di Vigilanza 	<ul style="list-style-type: none"> Relazione annuale del C.O.*
20 Reputazionale	Azienda Collettività Competitor	<ul style="list-style-type: none"> Azioni di monitoraggio della qualità delle forniture e delle merci e del servizio prestato ai clienti Innovazione tecnologica e di processo continua per aumentare l'efficienza dell'offerta 	<ul style="list-style-type: none"> Valore economico distribuito Valore e n° delle sponsorizzazioni Andamento quota di mercato

*Gli indicatori con l'asterisco sono approfonditi nel Bilancio d'esercizio.

Strategia

L'obiettivo strategico primario per Aspiag Service è l'incremento della quota di mercato, obiettivo che garantisce crescita, riconoscibilità del marchio, qualità dell'Azienda e della sua offerta.

Per attuare l'obiettivo strategico (incremento della quota di mercato) il nostro business mira a cinque obiettivi funzionali: generazione di risorse finanziarie, nuove aperture e ristrutturazioni, soddisfazione del cliente, valorizzazione dei collaboratori, attenzione all'ambiente e al territorio. Questi obiettivi orientano le decisioni aziendali in uno scenario economico mutevole, stimolando a trovare le soluzioni più innovative e a valorizzare ogni tipologia di risorsa (ambientale, umana, tecnologica). Dal territorio in cui operiamo traiamo le risorse e assumiamo i collaboratori,

che vengono seguiti e valorizzati per il loro talento e la loro crescita professionale e per dare un miglior servizio al cliente.

La soddisfazione della clientela comporta il perseguimento di un elevato livello qualitativo delle proposte e delle iniziative, nonché la generazione di nuove risorse finanziarie necessarie ad aprire nuovi punti vendita o l'ammodernamento di quelli già esistenti, ripercuotendo questo sviluppo in un incremento della quota di mercato e in un maggiore valore aggiunto per la comunità di riferimento.



Incremento della quota di mercato

Pur avendo privilegiato lo sviluppo in Emilia Romagna, Aspiag Service mantiene la leadership nel Triveneto con una quota di mercato del 18,54% secondo i dati di fonte "Trade Miss Nielsen Grocery Iper + Super". Coerentemente allo sviluppo nei nuovi territori si con-

sidera la trading area ampliata, ricomprensente l'Emilia Romagna, la cui quota risulta in crescita rispetto agli anni precedenti.

I dati effettivi di fonte "Trade Miss Nielsen Grocery Iper + Super" indicano una quota di mercato del 11,43%.

Nota: i dati in tabella si riferiscono alla quota di mercato secondo fonte "Trade Miss Nielsen Grocery Iper + Super" al 31/12 di ciascun anno per il Triveneto e l'Emilia Romagna.

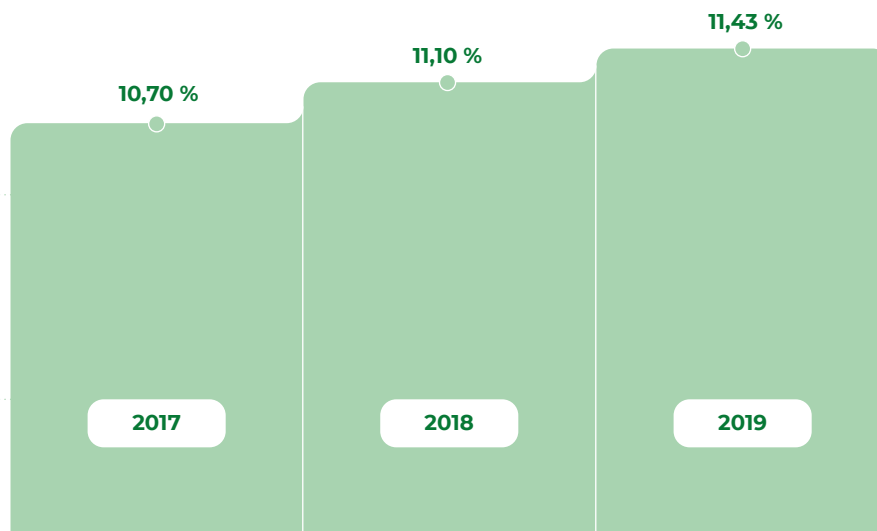


◆ QUOTA DI MERCATO

12

10

8



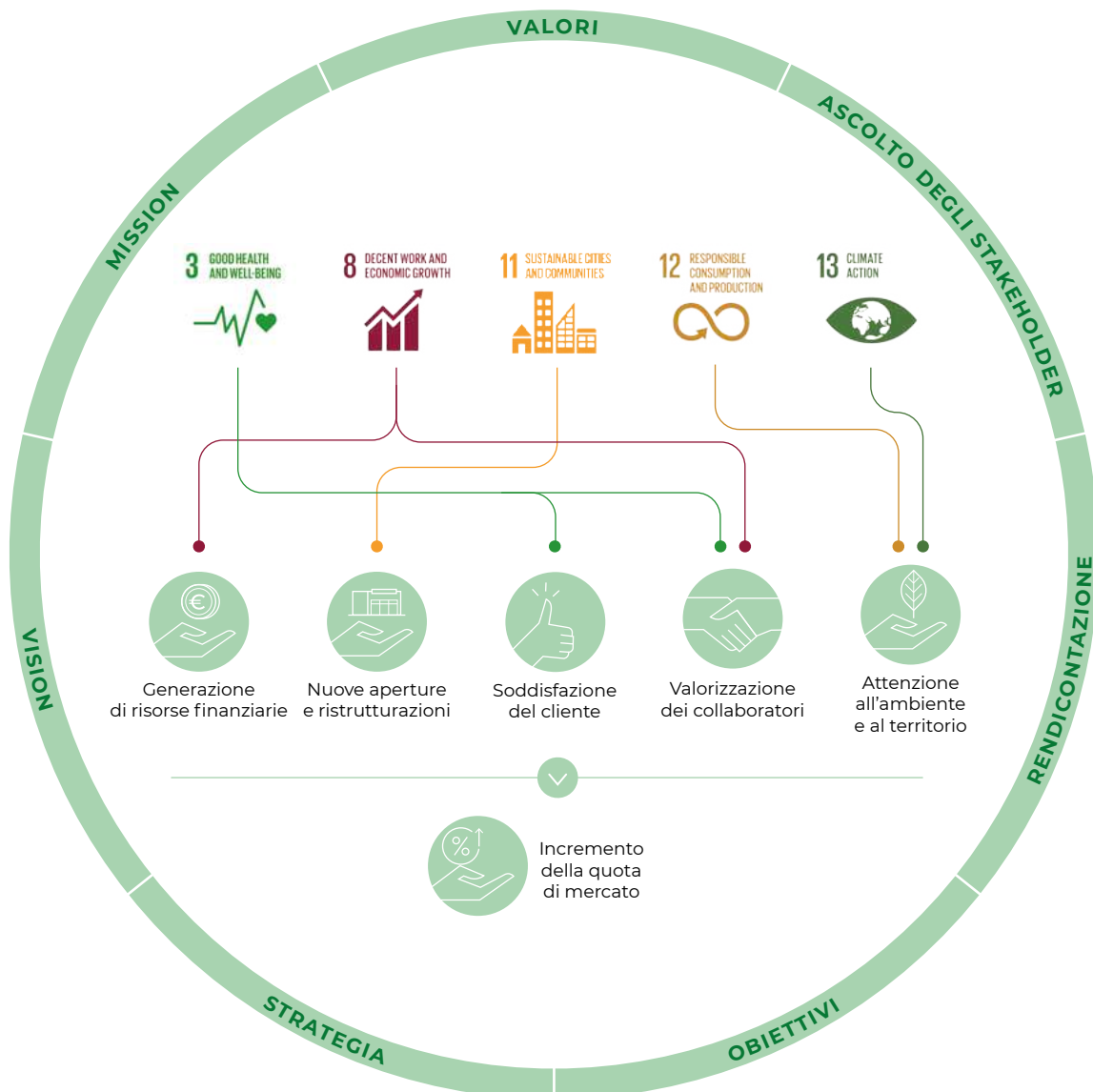
L'impegno per lo sviluppo sostenibile

Da anni l'Azienda si impegna concretamente nella sostenibilità. Aspiag Service è in linea con il programma per lo sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 dell'ONU, che prescrive i 17 obiettivi – suddivisi in 169 target – per uno sviluppo globale equo e duraturo.

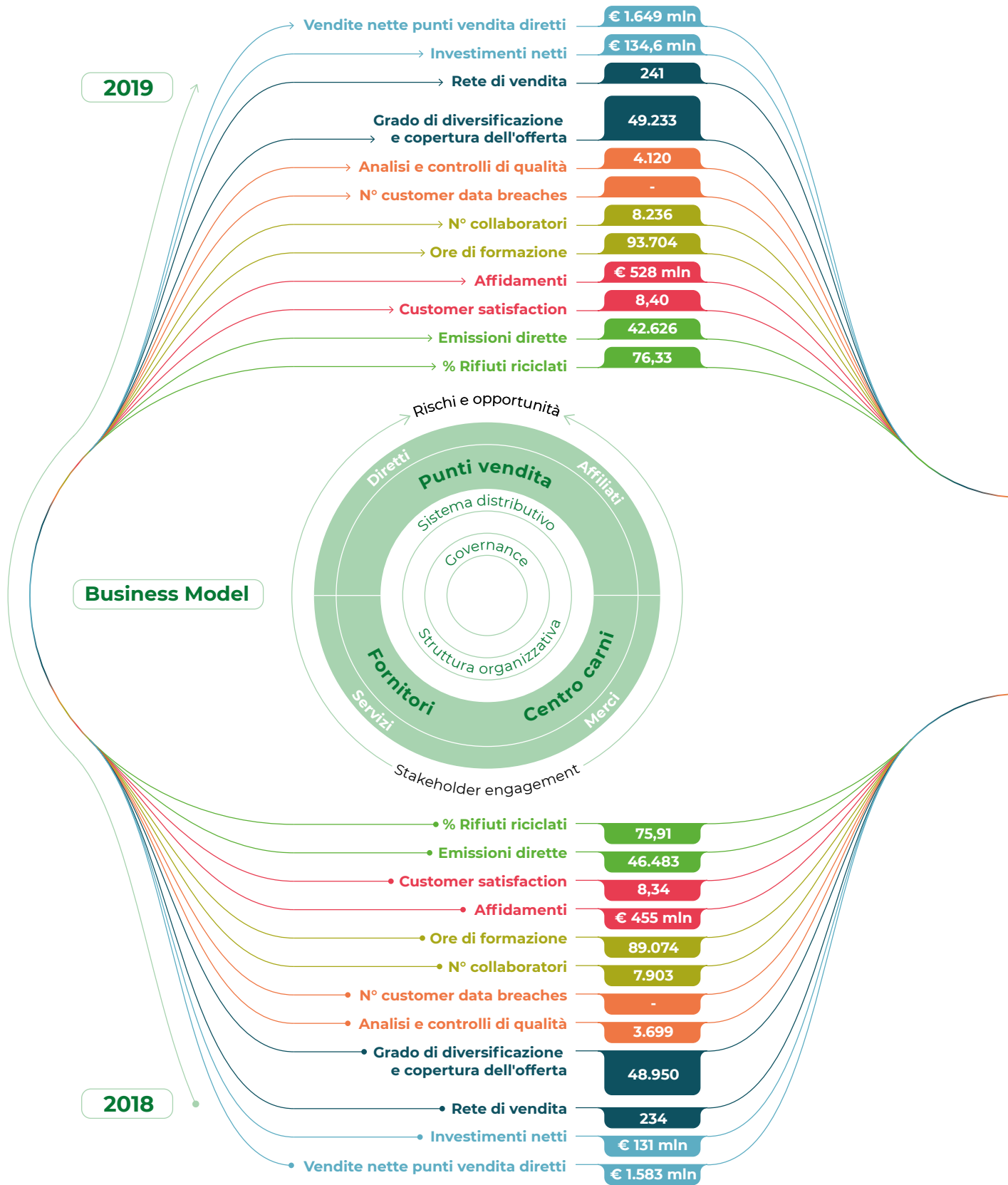
La nostra strategia, le nostre performance economico-finanziarie e socio-ambientali rendicontate in questo documento mostrano a tutti gli stakeholder quanto i temi veicolati dagli SDGs siano radicati e abbiano una connotazione valoriale che li incrocia con la mission, la vision e i valori aziendali.

La scelta consapevole di Aspiag Service di perseguire

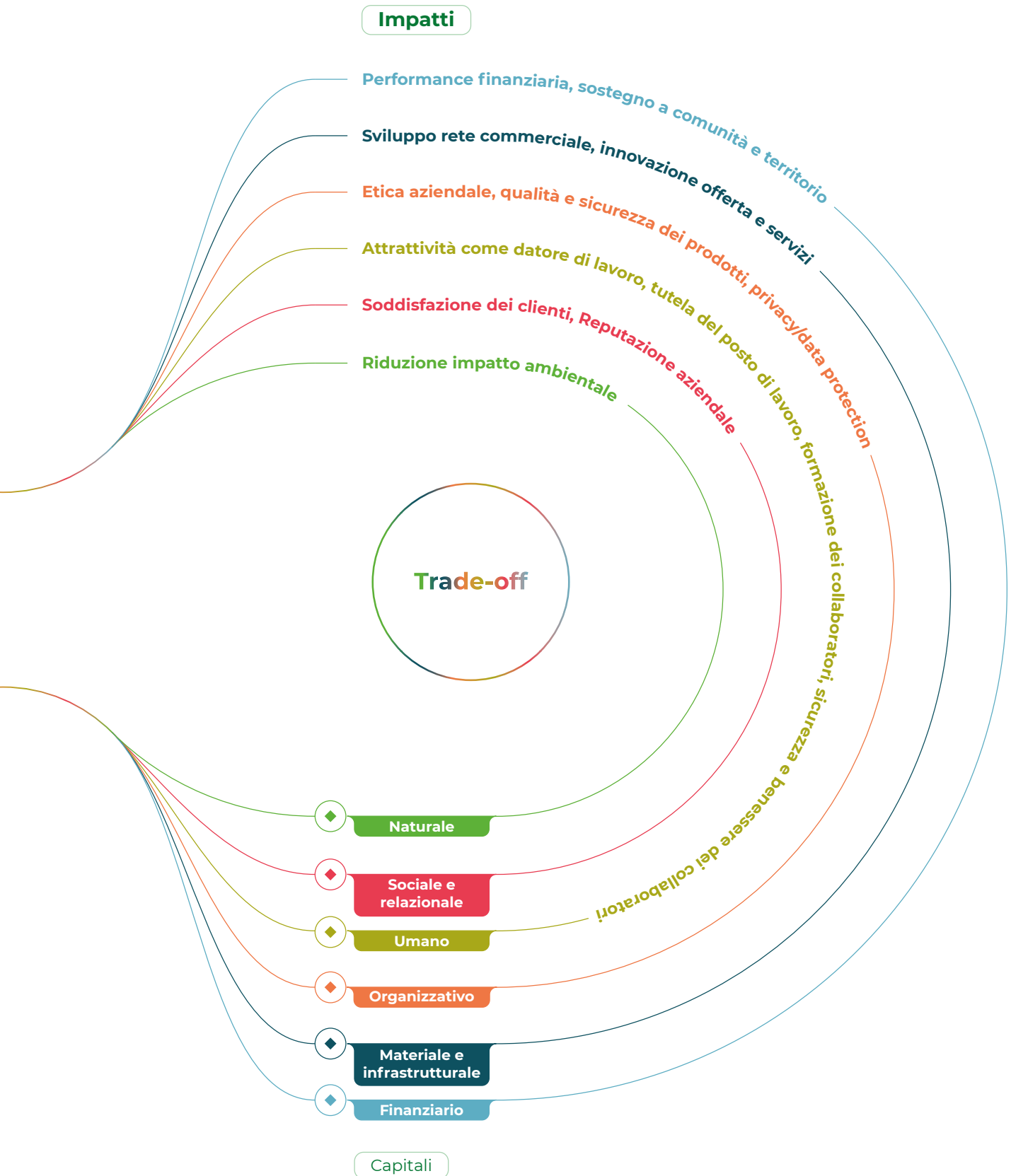
gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile più inerenti al suo business ha portato a dare priorità a 5 SDGs e ai rispettivi target di riferimento, che fanno da guida alla sostenibilità aziendale: Salute e benessere, Lavoro dignitoso e crescita economica, Città e comunità sostenibili, Consumo e produzione responsabili e Lotta contro il cambiamento climatico. L'attività aziendale impatta indirettamente anche sui restanti SDGs. Per un'informazione completa nella sezione degli Allegati si trova una tabella di raccordo che riassume tutti e 17 gli SDGs e i rispettivi riferimenti nel Report (p. 86).



Creazione del valore nel tempo



Il fulcro dell'organizzazione è costituito dal suo modello di business, che facendo leva sui capitali (input) li converte in output attraverso le attività aziendali. Le attività di business e i conseguenti impatti producono degli impatti sui capitali stessi. Gli output del 2018 costituiscono gli input del 2019. In figura non sono rappresentati tutti gli indicatori ma solamente alcuni di quelli che ritroveremo nelle "Performance".





DESPAR

Cosa abbiamo fatto

PERFORMANCE

39

Le performance di Aspiag Service raccontano cosa è stato fatto nell'anno trascorso in termini non solo economici ma anche sociali e ambientali attraverso dati qualitativi e quantitativi certificati e coerenti con il bilancio d'esercizio.

Nella prima parte si trova infatti un'elaborazione grafica degli schemi di bilancio (conto economico, stato patrimoniale e rendiconto finanziario) rappresentativi del risultato d'esercizio. Nella parte successiva si trovano le performance, presentate per obiettivo strategico attraverso testi, dati triennali, highlights e box di approfondimento.

Vendite Nette

1.909.292.087 €
(1.826.228.256 €)

Margine lordo

649.550.598 € (599.767.566 €)

EBITDA

103.469.569 € (100.677.511 €)

Despar

226.856.388 € (223.179.197 €)

Eurospar

757.815.783 € (712.726.065 €)

Altri ricavi

30.391.421 € (30.036.795 €)

Costi generali

- 546.081.029 € (- 499.090.055 €)

Interspar

664.927.227 € (647.138.337 €)

Costo del venduto

- 1.290.132.910 € (- 1.256.497.485 €)

Affiliati

244.251.878 € (233.293.306 €)

Altre vendite

15.440.811 € (9.891.351 €)

*I numeri tra parentesi sono relativi al 2018.

EBIT
41.618.991 € (39.051.385 €)

Gestione finanziaria,
 svalutazione/rivalutazione
 partecipazioni
484.924 € (2.027.863 €)

EBT
42.103.915 € (41.079.248 €)

Utile
 dell'esercizio
31.838.407 €
 (30.942.487 €)

Ammortamenti e svalutazioni
- 61.850.578 € (- 61.626.126 €)

Imposte correnti e differite
- 10.265.508 € (- 10.136.761 €)

Performance

Commento del CFO sui risultati

CONTO ECONOMICO (RICLASSIFICATO GESTIONALE)

Con un utile netto di 31,8 mln € e un incremento di fatturato del 4,6% la nostra azienda continua ad evidenziare un trend positivo in controtendenza rispetto al mercato di riferimento caratterizzato dalla stagnazione di consumi.

I risultati reddituali del 2019 evidenziano una crescita sia in termini di fatturato che di margine lordo favorita dalle nuove aperture dei punti vendita che rafforzano la presenza nei territori della trading area e influenzata positivamente dall'operazione di fusione per incorporazione di Superdistribuzione S.r.l., società dedita alla lavorazione carni e produzione salumi. I costi a supporto dell'attività di business registrano un generale aumento. L'incremento dei costi del personale è colle-

gato all'aumento della rete di vendita e all'acquisizione del Centro Carni nonché all'entrata in vigore del nuovo CCNL. Le spese di distribuzione riflettono l'ampliamento della rete di vendita e il conseguente maggior numero di colli movimentati. Mentre gli altri costi operativi evidenziano una variazione dei costi energetici legata all'aumento delle tariffe, alla nuova attività del Centro Carni ed un aumento dei costi di manutenzione derivati dalla sostituzione dei gas refrigeranti a maggiore impatto ambientale.

Infine, il risultato ante imposte (EBT) beneficia di una gestione finanziaria positiva per effetto delle migliori condizioni ottenute su finanziamenti nuovi e pregressi, ponendo solide base per affrontare il 2020.

Immobilizzazioni materiali **836.778.670 €** (753.309.322 €)

Immobilizzazioni finanziarie **76.322.001 €** (89.008.525 €)

Immobilizzazioni immateriali **76.201.677 €** (80.708.150 €)

Rimanenze **136.715.057 €** (126.496.833 €)

Crediti **184.086.663 €** (175.610.366 €)

Disponibilità liquide **38.251.442 €** (42.081.951 €)

Ratei e risconti **6.937.259 €** (7.341.474 €)

Attivo 1.355.292.769 € (1.274.556.621 €)

*I numeri tra parentesi sono relativi al 2018.

STATO PATRIMONIALE

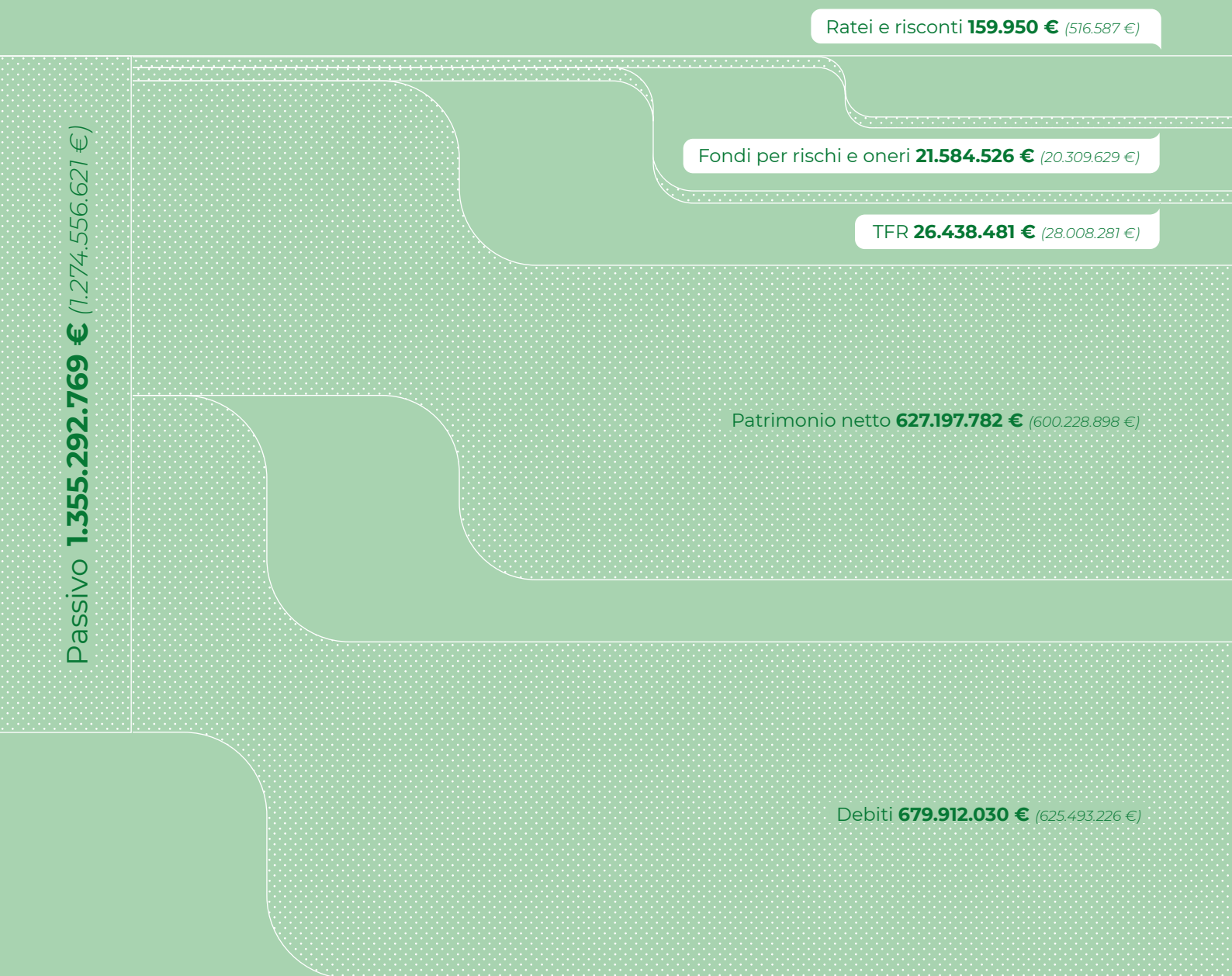
Per rimanere competitivi e assicurare la continuità del business nel lungo periodo siamo impegnati ad aumentare la presenza sul mercato e rivolgere l'attenzione alle opportunità di investimento in modo sostenibile.

Coerentemente lo stato patrimoniale dà una visione di questo impegno.

Guardando all'attivo le immobilizzazioni materiali riflettono da un lato la politica espansiva degli ultimi anni, dall'altro gli investimenti sostenuti per il nuovo polo agroalimentare in corso di ultimazione mentre l'attivo circolante rileva un incremento delle scorte di magaz-

zino per effetto del maggior numero di punti vendita e della liquidità differita a seguito dell'aumento del credito IVA. Analogamente il passivo indica una crescita, anche se non proporzionale, dei debiti finanziari a supporto degli investimenti nella rete commerciale e distributiva, mentre i debiti commerciali risentono dell'apporto della società incorporata.

Infine, la crescita del patrimonio netto a seguito del costante reinvestimento degli utili (il dividend payout ratio è irrisorio), evidenzia la volontà dell'azienda di espandersi in nuovi mercati e potenziare la crescita futura del business.



RENDICONTO FINANZIARIO

La gestione corrente registra una variazione di liquidità di -21,1 mln €. consegnando una disponibilità di cassa a fine periodo pari a 38,3 mln €.

Nel corso dell'esercizio la gestione del core business ha generato un cash flow operativo di 92,8 mln € e ha drenato liquidità attraverso l'attività di investimento per 148,2 mln €, rappresentata dagli 8 nuovi punti vendita diretti, dalla modernizzazione della rete vendita già esistente, dal proseguimento dei lavori della nuova infrastruttura logistica e dall'acquisto del 50% della partecipazione di Superdistribuzione per 12,6 mln €.

L'attività di finanziamento, infine, rileva un valore netto di 34,3 mln €, generato dal rimborso di quote capitale per finanziamenti in essere e nuove accensioni stipulate nell'anno, oltre al pagamento di un dividendo all'unico socio di 5 mln €. Complessivamente l'azienda dimostra di finanziare gli investimenti in parte attraverso le risorse generate dalla gestione caratteristica e in parte attingendo al sistema bancario.

La lettura delle pagine a seguire fornisce ulteriori informazioni per la comprensione dei risultati conseguiti permettendo la formulazione di valutazioni e previsioni sul rendimento della nostra Azienda e mostrando il nostro modo di lavorare ed affrontare le sfide.

Raffaele Trivellato, CFO

Variazioni non monetarie
+ 84.890.669 € (+ 79.014.798 €)

Imposte, interessi e plusvalenze
 da attività operativa
+ 12.997.420 € (+ 14.011.222 €)

Utile dell'esercizio
+ 31.838.407 € (+ 30.942.487 €)

Disponibilità liquide da
 fusione con Superdistribuzione S.r.l.
+ 17.274.532 €

Disponibilità liquide
 a inizio esercizio
42.081.951 €
 (49.892.005 €)



Attività di finanziamento
+ 34.337.904 € (+ 64.705.971 €)



Disponibilità liquide
a fine esercizio
38.251.442 €
(42.081.951 €)

Attività di investimento
- 148.229.155 € (- 133.027.306 €)

Variazioni del CCN
- 36.940.285 € (- 63.457.226 €)

*I numeri tra parentesi sono relativi al 2018.



Generazione di risorse finanziarie



TEMI MATERIALI



Performance finanziaria



Reputazione aziendale



Etica aziendale



SDGs

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



5,42%

EBITDA

55,11%

UTILIZZO AFFIDAMENTI

2.095 mln €

VALORE ECONOMICO DIRETTAMENTE GENERATO

La capacità di generare risorse finanziarie permette la presenza nel mercato e rappresenta il driver per la solidità finanziaria, intesa come sostenibilità economica. Di conseguenza seguono la sostenibilità sociale, con la soddisfazione delle aspettative degli stakeholder e la sostenibilità ambientale, con la riduzione al minimo dell'impatto ambientale delle attività dell'impresa.

Le risorse finanziarie aziendali sono costituite dai risultati dell'attività operativa, da quanto riceviamo dalla Capogruppo, che dispone di leve finanziarie proprie, e dal surplus di affidamenti concessi dagli istituti bancari, a conferma della fiducia riposta nella nostra Azienda. Tutto ciò permette di raggiungere gli obiettivi prefissati e innescare un circolo virtuoso tra redditività delle vendite e investimenti. In collaborazione con gli istituti di credito sviluppiamo le modalità di pagamento e incasso sfruttando le opportunità offerte dalla digitalizzazione.

Periodicamente l'Azienda e gli istituti di credito si confrontano e aggiornano sull'andamento economico,

finanziario e patrimoniale della società e annualmente vengono loro illustrati i dati di bilancio, il business plan, il budget e il Report Integrato. ◆

Anche in ambito finanziario Aspiag Service resta coerente con le scelte in ambito sostenibile e predilige la collaborazione con istituti di credito che abbiano avviato politiche e scelte in tal senso.

Migliora anche nel 2019 il risultato d'esercizio. Le vendite nette aumentano sia per i punti vendita diretti che affiliati, registrando rispettivamente un +4,2% e un +4,7%. La spesa media risulta in linea con il 2018, privilegiando l'insegna Eurospar.

Il valore economico distribuito da Aspiag Service nel 2019 cresce del 4,6% e interessa per lo più i fornitori e i collaboratori. Anche quest'anno parte del valore economico generato è stato erogato ai Soci sotto forma di dividendi. Il valore generato e distribuito nella nostra trading area ha promosso lo sviluppo delle attività produttive e delle piccole e medie imprese del nostro territorio, in linea con i target dell'SDG 8.

	2019	2018	2017
◆ EAT (Utile dell'esercizio)(€)	31.838.406	30.942.487	30.719.908
EBITDA %	5,42%	5,51%	6,01%
CASH FLOW (€)	129.022.031	123.968.507	127.789.793
◆ Affidamenti e utilizzi (€)	2019	2018	2017
Affidamenti	527.982.418	455.371.155	509.140.021
Utilizzi	290.982.407	256.821.716	192.115.315
Percentuale di utilizzo affidamenti	55,11%	56,40%	37,73%

◆ Vendite nette punti vendita diretti (€)	2019	2018	2017
Despar	226.856.388	223.179.197	218.621.021
Eurospar	757.815.783	712.726.065	671.775.032
Interspar	664.927.227	647.138.337	623.598.293
Totale	1.649.599.398	1.583.043.599	1.513.994.346

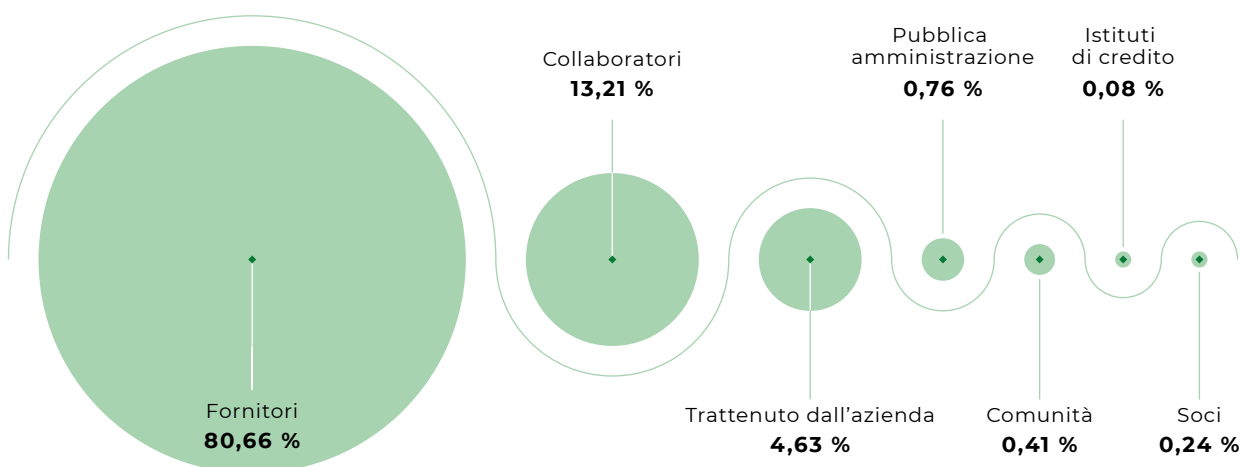
◆ Vendite nette ad affiliati (€)	2019	2018	2017
Vendite nette ad affiliati	244.251.878	233.293.306	228.430.341
Vendite nette medie per affiliato	733.489	688.181	665.978

◆ Scontrino medio (€)	2019	2018	2017
Despar	11,12	11,23	11,59
Eurospar	19,33	19,11	18,97
Interspar	27,56	27,65	27,70

Valore economico direttamente generato e distribuito (€)	2019	2018	2017
◆ Valore economico direttamente generato	2.095.602.284	2.003.755.820	1.923.567.035
a) Ricavi	2.095.602.284	2.003.755.820	1.923.567.035
◆ Valore economico distribuito			
b) Costi operativi	1.690.340.631	1.618.101.959	1.546.723.584
c) Retribuzioni e benefit*	276.870.450	264.855.078	251.599.395
d) Pagamenti agli istituti di credito	1.718.433	1.756.202	4.055.542
e) Pagamenti alla Pubblica Amministrazione	16.005.456	16.095.039	17.203.986
f) Investimenti nella comunità	8.650.683	8.317.543	7.305.492
f) Dividendi ai Soci	5.000.000	1.000.000	0
Valore economico distribuito	1.998.585.653	1.910.125.821	1.826.887.999
Valore economico trattenuto	97.016.631	93.629.999	96.679.036
di cui utile dell'esercizio	31.838.407	30.942.487	30.719.908

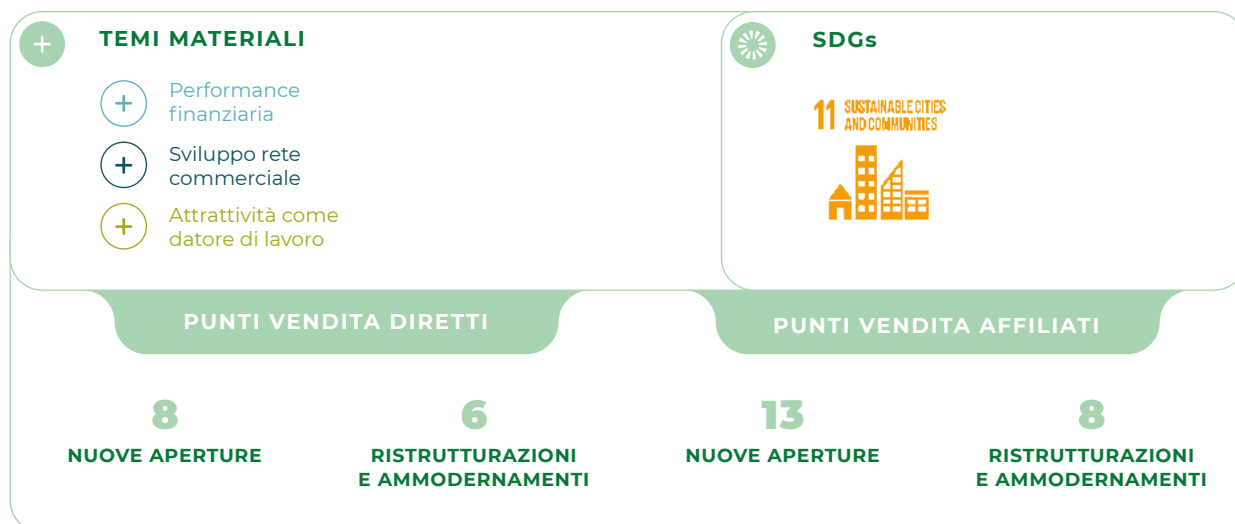
GRI
201-1

* La voce "Retribuzioni e benefit" differisce dal costo del personale del Conto Economico perché tiene conto anche delle liberalità erogate ai collaboratori.





Nuove aperture e ristrutturazioni



Per una strategia efficace è fondamentale mantenere alto il livello di innovazione e sviluppo. Un grande sforzo di miglioramento viene svolto nei punti vendita, che sono il luogo di incontro tra l'Azienda e i clienti e l'esempio maggiore del nostro capitale infrastrutturale. L'innovazione è ritenuta per l'Azienda un vantaggio competitivo: per questo vengono valorizzate le proposte innovative da parte dei collaboratori, oltre che dall'esterno, ritenendole importanti sia per la crescita professionale di tutti che per lo sviluppo aziendale. L'attività di Sviluppo, programmata attraverso un Piano Sviluppo Triennale, attua questo obiettivo con l'espansione o l'acquisizione di altre catene di supermercati o singoli negozi. L'attività comprende l'analisi e la misurazione dei principali parametri del territorio e di ogni singolo comune, studiando la popolazione residente, le presenze turistiche, il potere d'acquisto della zona e l'eventuale potenziale residuo della stessa e tenendo in considerazione la rete di vendita esistente (sia Despar che concorrenza), così come la previsione di nuove future aperture. I contatti con imprenditori, pubblica amministrazione, enti locali, mediatori e altri, favoriscono l'attività di espansione, di acquisto o locazione con il conferimento di acquisto o locazione e il conferimento di eventuali contratti di appalto per la costruzione degli immobili.

Un'altra forma di sviluppo prevede un'analisi dei punti vendita esistenti, al fine di verificarne il possibile miglioramento delle performance con interventi di ristrutturazione, ampliamento o trasferimento presso posizioni migliori. Spesso l'innovazione comprende il recupero architettonico di locali storici nei centri città e in luoghi di particolare interesse storico-culturale, sempre

nel rispetto del contesto circostante. Allo stesso modo, riqualifichiamo aree urbane o ex zone industriali per rivalutarle grazie ai nuovi punti vendita aperti.

Gli spazi interni ai punti vendita sono periodicamente rivisti e mirano a offrire un luogo sempre funzionale e confortevole oltre che privo di scomodità per la viabilità, barriere architettoniche e architetture sgradevoli. La rete di vendita è cresciuta anche nel 2019, proseguendo da anni una strategia sostenibile, prevedendo già nel progetto di approvazione dell'investimento, le migliori soluzioni in termini di sostenibilità ed escludendo a priori soluzioni tecnologiche non sostenibili e non in linea con i valori aziendali.

È continuato il consolidamento della nostra presenza in Emilia Romagna, attuato attraverso un'intensa attività di comunicazione, sponsorizzazione, engagement ed alcune nuove aperture in Romagna. Il rafforzamento non ha lasciato indietro le altre regioni, che hanno visto tutte sia nuove aperture che ristrutturazioni o acquisizioni garantendo un proporzionale aumento dell'occupazione nella trading area e uno sviluppo allineato alle pratiche di sostenibilità che l'Azienda adotta.

Oltre al consueto sviluppo di punti vendita Aspiag Service continua a investire considerevolmente anche per il consolidamento del futuro polo agroalimentare. Ingenti sono stati anche gli investimenti tecnologici volti all'innovazione dei punti vendita.

L'attività di investimento, che nel 2019 ammonta a 134,6 mln € va nella direzione dei target 11.3 e 11.4 dell'SDG relativo, per via dei punti vendita orientati sempre alla presenza nei centri urbani in modo sostenibile, inclusivo e salvaguardando il patrimonio culturale preesistente.



Nel 2019 sono stati aperti **8 nuovi punti vendita diretti**, per un totale di **10.650 m²** di nuova superficie di vendita:

DESPAR 	EUROSPAR 	INTERSPAR 
<ul style="list-style-type: none"> • Trieste Piazza Unità d'Italia • Misano (RN) • Padova Prato della Valle 	<ul style="list-style-type: none"> • Padova via Cernaia • Mignagola di Carbonera (TV) • Verona via Angelo Emo 	<ul style="list-style-type: none"> • Rovereto (TN) • Carpi (MO)

◆ Investimenti netti (€)	2019	2018	2017
Nuove aperture	20.744.128	26.226.142	45.165.778
Ristrutturazioni	8.390.329	6.931.192	16.207.977
Investimenti su punti vendita di prossima apertura	31.078.864	24.483.114	32.763.854
Altre tipologie di investimenti*	74.352.881	73.249.451	48.771.529
Totale investimenti netti	134.566.203	130.889.899	142.909.139
*di cui costi per l'innovazione ed il mantenimento dei sistemi informativi	3.919.704	4.722.901	9.255.854

Nota: il totale degli investimenti netti deriva dal flusso finanziario dell'attività di investimento (€ 148.229.155), al netto delle immobilizzazioni finanziarie (€ 12.649.475) e della plusvalenza derivante dalla cessione di attività (€ 1.013.479).

◆ Rete di vendita	2019	2018	2017
Despar	82	80	79
Eurospar	120	117	112
Interspar	39	37	37
Totale diretti	241	234	228
Affiliati	333	339	343
Totale	574	573	571

◆	2019	2018	2017
Assunti nei nuovi punti vendita (teste)	307	247	336

Salvaguardia del patrimonio architettonico

Tra le nuove aperture più caratteristiche del 2019 sono da annoverare il Despar di Piazza dell'Unità d'Italia a Trieste e il Despar in Prato della Valle a Padova. Questi due punti vendita, che si posizionano in due dei luoghi più suggestivi a livello internazionale si distinguono anche per la qualità del patrimonio architettonico recuperato.

Despar di Piazza dell'Unità d'Italia a Trieste

Questo Despar pur nelle dimensioni molto contenute riesce non solo a offrire una grande quantità di prodotti ma a mantenere l'eleganza del punto vendita, appositamente pensato per essere accogliente e gradevole ma non caotico. Il nuovo punto vendita si affaccia proprio sulla piazza ed è stato recuperato senza interventi invasivi per non alterare l'aspetto e l'afflusso del luogo.

Despar di Prato della Valle a Padova

Il nuovo Despar in Prato della Valle a Padova si inserisce all'interno dell'edificio dell'ex Foro Boario di Padova, recuperato e riqualificato grazie a una serie di interventi e nuove aperture. Il nostro punto vendita si fa notare per la struttura particolarissima e un layout adatto alla storicità del contesto. Due ampie vetrate permettono un'illuminazione naturale costante e una vista sullo spettacolo della piazza. Gli interni sono moderni ed eleganti e in una superficie di circa 500 m² ospitano 7.000 articoli e 25 collaboratori, quasi tutti neoassunti.



Soddisfazione del cliente



OFFERTA

L'offerta di prodotti e servizi viene diversificata al fine di migliorarne la riconoscibilità e andare incontro alla domanda dei clienti. La qualificazione dell'assortimento avviene in base all'insegna, alla tipologia di territorio, all'attenzione per chi cerca prodotti funzionali-salutistici, vegani o per intolleranti e garantendo fasce di prezzo diverse per tutelare il potere d'acquisto. Oltre al risparmio, sempre più clienti basano la propria scelta anche sulla sostenibilità dei prodotti considerando fattori come il basso impatto ambientale, il riciclo, il riutilizzo e la chiarezza su metodi di produ-

zione o la provenienza. Queste categorie di prodotto sono in crescita e si avviano a un allineamento dei prezzi e del posizionamento a scaffale con altre categorie. Aumentano anche quest'anno le referenze, che vedono maggior attenzione ai prodotti a marchio, bio e free from e che mantengono stabile il giudizio sulla scelta assortimentale negli anni.

Con le referenze cresce anche il numero degli scontrini su tutte le insegne. Necessitando di sempre più attenzione e cura, anche i prodotti biologici e Free From sono seguiti da figure ad hoc.

◆ Grado di diversificazione e di copertura dell'offerta	2019	2018	2017
Despar	14.578	14.552	14.053
Eurospar	25.321	25.358	24.293
Interspar	49.233	48.950	44.875

Nota: numero medio di prodotti offerti presenti nei punti vendita per insegna.

◆	2019	2018	2017
Scelta assortimentale	8,82	8,42	8,64

◆ Numero di scontrini	2019	2018	2017
Despar	20.407.892	19.875.772	18.865.959
Eurospar	39.210.213	37.302.069	35.406.094
Interspar	24.126.951	23.400.590	22.510.412
Totale	83.745.056	80.578.431	76.782.465

SICUREZZA ALIMENTARE

La sicurezza e la qualità alimentare sono garantite da un'attenta selezione dei fornitori e dalla preventiva definizione dei loro prerequisiti strutturali e gestionali. Tali prerequisiti devono assicurare il massimo rispetto delle norme igieniche nella produzione, manipolazione e conservazione degli alimenti lungo tutta la filiera distributiva.

I freschi e l'intera produzione interna del reparto macelleria (macinati e preparazioni pronto a cuocere) vengono controllati con analisi microbiologiche e tamponi superficiali su attrezzature come affettatrici, pinze, taglieri, coltelli e tagliacarne.

Il risultato della lotta agli infestanti, nonché del servizio di telegestione delle attrezzature frigorifere dei punti vendita, che consiste nella verifica da remoto delle temperature di conservazione degli impianti frigoriferi di tutte le unità di vendita, è disponibile online.

I prodotti commercializzati sono tracciabili per tutta la fase della distribuzione, come richiesto dall'art. 18 del Regolamento Europeo 178/02. Un approvvigionamento e una distribuzione rapidi salvaguardano la freschezza dei prodotti, conservati con le attrezzature più avanzate. Il 2019 ha visto l'allargamento del perimetro delle filiali in cui sono commercializzati prodotti BIO sfusi. Le numerose verifiche interne vengono suppor-

tate da ulteriori verifiche da parte di enti esterni certificati, e sono comprensive anche delle medesime svolte presso il Centro Carni. Nel 2019 si riportano 363 casi di non conformità, in diminuzione rispetto all'anno precedente ma che hanno comportato alcune sanzioni amministrative, il cui valore complessivo è di 37.172€. Nell'anno non si sono verificate sanzioni non monetarie e casi risolti tramite conciliazioni stragiudiziali. Le spese sono ulteriormente aumentate per effetto del nuovo ufficio Qualità, operativo già da inizio anno, e del maggior numero di analisi effettuate. I controlli volontari per la salute e la sicurezza dei nostri clienti sono in linea con il target 3.d dell'SDG 3.

È stato creato, in sede Despar Italia, un gruppo di lavoro su Sicurezza Alimentare - Controllo Qualità che coinvolge tutti i concessionari del marchio Despar in Italia, con lo scopo di coordinare le attività e creare benefici trasversali sul prodotto a marchio. Proprio dal portale del Consorzio è possibile gestire tutte le informazioni e le eventuali non conformità di quest'ultimi.

La funzione Sicurezza Alimentare ha inoltre collaborato con Federdistribuzione per il manuale di corretta prassi igienica per le imprese dalla DMO, chiuso quest'anno, che prevede un aggiornamento nei controlli e nella prassi di conservazioni degli alimenti.

◆ Analisi e controlli di qualità volontari	Campioni analizzati	Non conformi	% Non conformi	
2019	Analisi sui prodotti	1.605	179	11%
	Tamponi superficiali	2.515	184	7%
	Totale	4.120	363	
2018	Analisi sui prodotti	905	161	18%
	Tamponi superficiali	2.794	267	10%
	Totale	3.699	428	
2017	Analisi sui prodotti	819	89	11%
	Tamponi superficiali	2.468	237	10%
	Totale	3.287	326	

◆ Spese correnti per la qualità alimentare (€)	2019	2018	2017
Esterne	351.342	212.525	230.128
Interne	415.854	352.602	252.757
Totale	767.196	565.126	482.885

◆ Sanzioni riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi	2019	2018	2017
Valore monetario delle sanzioni (€)	37.172	36.918	20.940
N° sanzioni	16	16	13
N° ispezioni	463	573	509
% Non conformità (sanzioni/ispezioni)	3,46%	2,79%	2,55%

Nota: le sanzioni si riferiscono a mancata o errata informativa ed etichettatura dei prodotti in vendita (relativamente a ingredienti, prezzi, unità di misura, provenienza, ecc.), merce scaduta, temperatura non corretta dei frigoriferi.

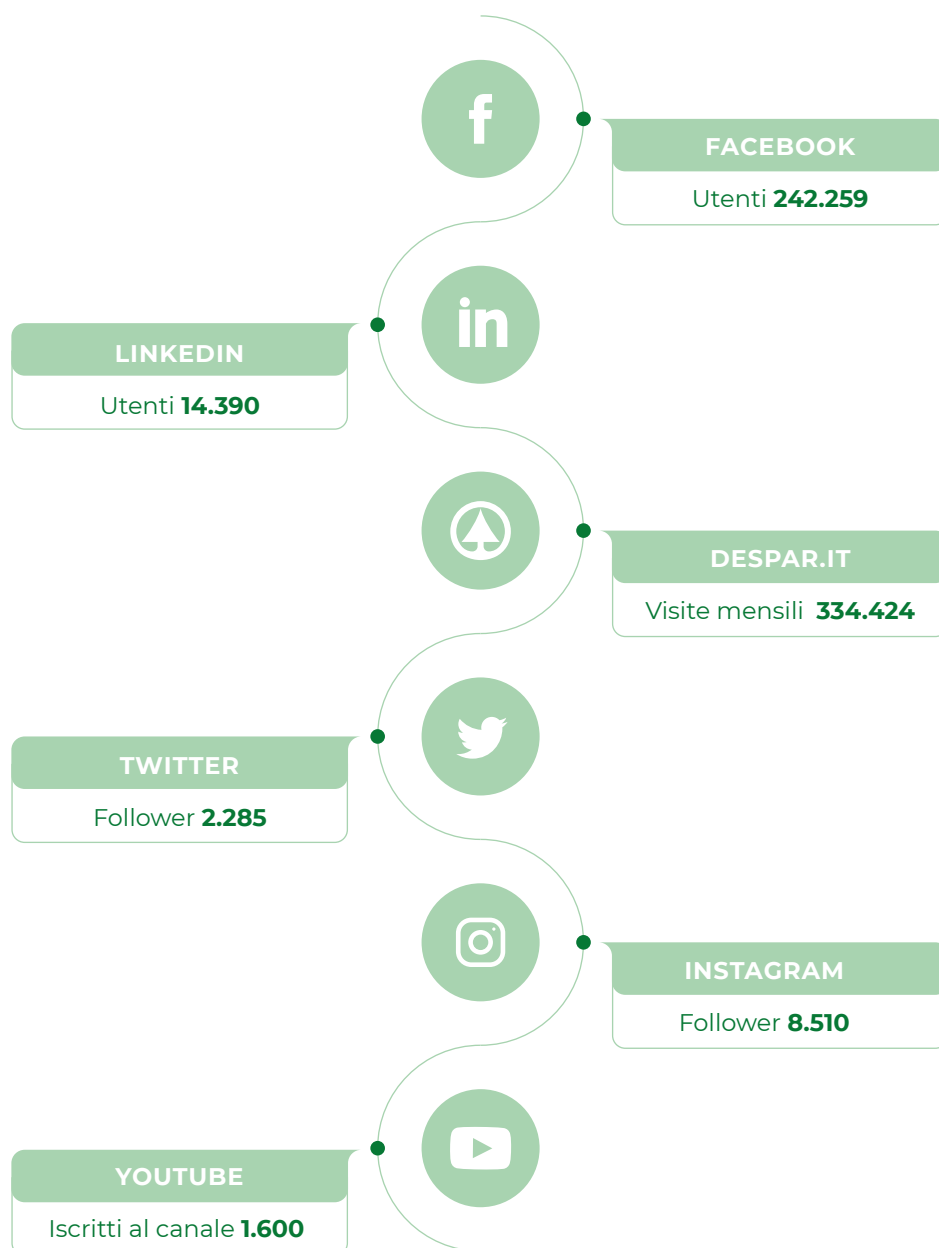


COINVOLGIMENTO DEL CLIENTE

L'Azienda intrattiene un dialogo concreto e continuo con i propri clienti per andare incontro alle loro esigenze. Questo avviene con una comunicazione costante sia attraverso i canali più tradizionali come radio e tv, sia con iniziative e strumenti sempre coinvolgenti e nuovi. Grazie ai differenti canali di comunicazione Aspiag Service può sia offrire informazioni su

prodotti, offerte, iniziative e buone abitudini di consumo, sia essere da supporto ai clienti o offrire contenuti corporate, informazioni di settore, di sostenibilità e dati finanziari. I canali di comunicazione sono utili all'Azienda anche per ricevere i feedback da parte dei vari stakeholder. Nei principali canali online dell'Azienda nel 2019 abbiamo totalizzato:

CANALI ONLINE



	2019	2018	2017
◆ Customer satisfaction	8,40	8,34	8,58
◆ Immagine aziendale su stampa e web	2019	2018	2017
N° citazioni di Aspiag Service	1.454	1.675	1.521
Media giornaliera	3,98	4,59	4,17
Tono positivo	57%	35%	44%
Tono neutro	38%	59%	43%
Tono negativo	5%	6%	13%

I clienti dei nostri punti vendita restano soddisfatti del servizio e dei prodotti offerti, apprezzando in particolare la pulizia del punto vendita, la disponibilità del collaboratore, la facilità di accesso a punto vendita e la qualità dei prodotti freschi. L'immagine aziendale è consolidata e denota una crescita delle citazioni con tono positivo.

Il consumatore finale può contare su una serie di rigidi protocolli di sicurezza implementati da Aspiag Service in tema di privacy, che hanno permesso, nel 2019 come nel biennio precedente, di non registrare casi di customer data breaches.



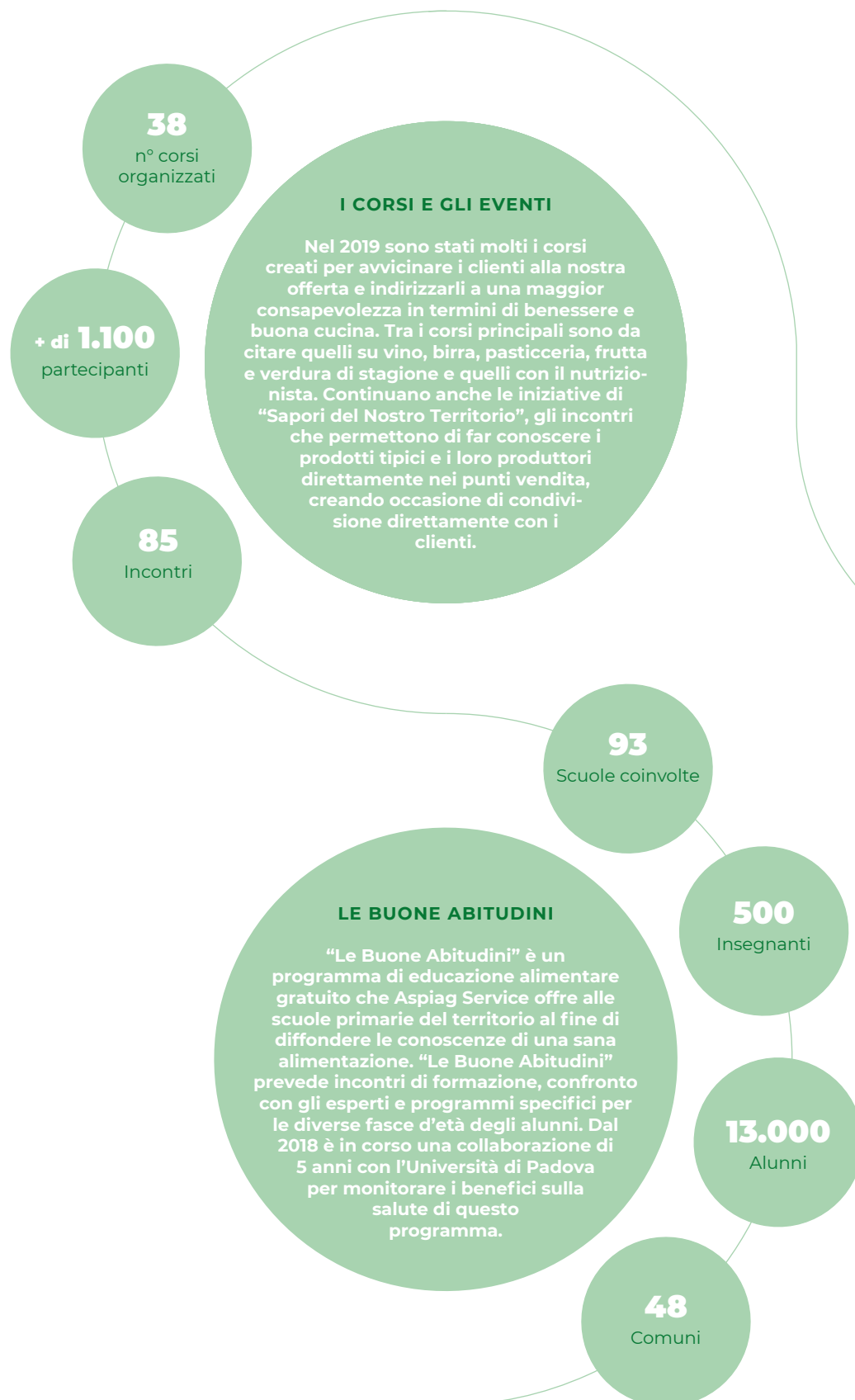
La comunicazione digitale in punto vendita

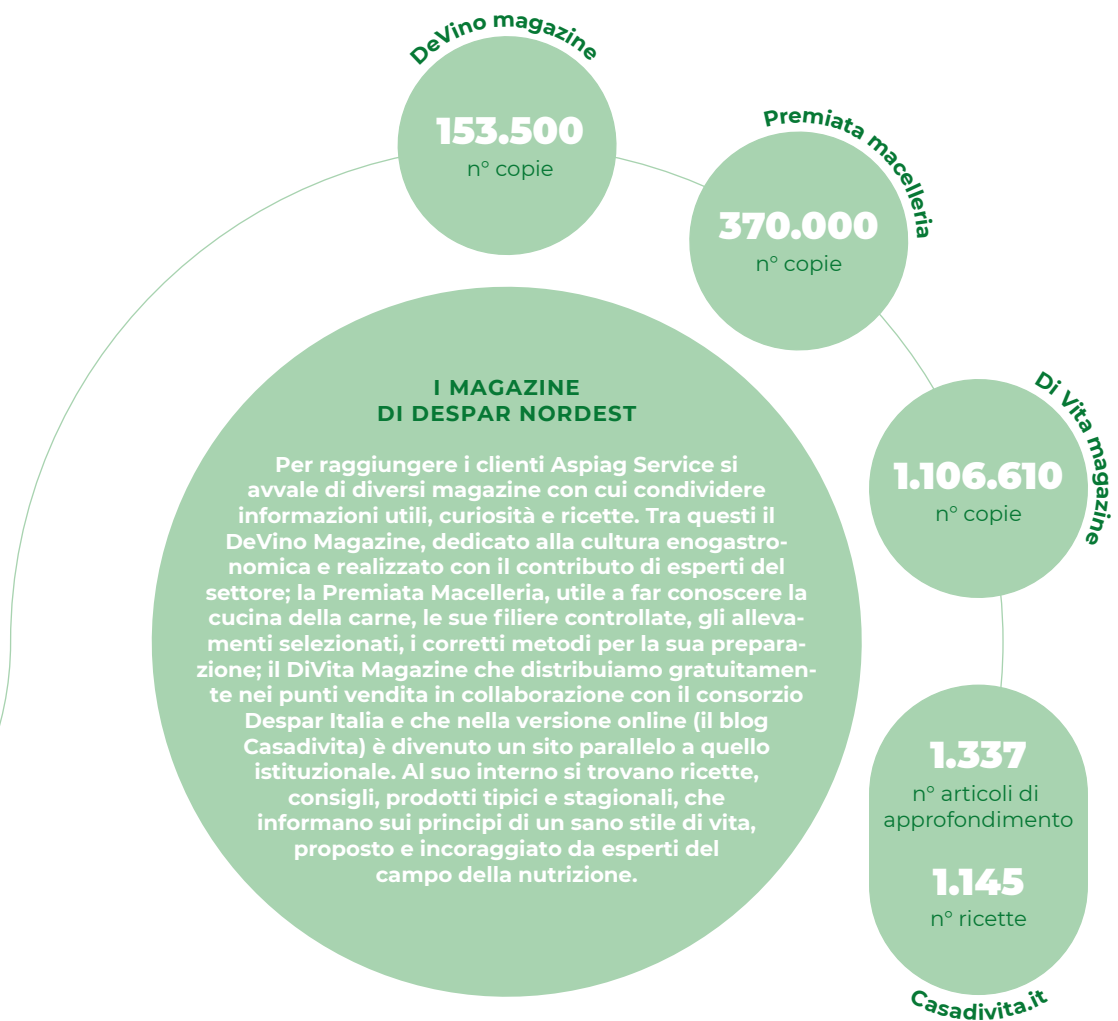
Il 2019 ha visto un cambiamento anche per la comunicazione ai clienti in punto vendita, supportata sempre di più da monitor e ledwall. I monitor, sia orizzontali che verticali e di diversa dimensione, sono installati nelle corsie e nei reparti e veicolano in modo dinamico messaggi sulle promozioni, sui magazine, sull'ambiente, sui prodotti a marchio, sull'App Despar Tribù e molto altro ancora. In questo modo i clienti, i collaboratori e addirittura chi passa all'esterno del punto vendita possono essere coinvolti e informati in tempo reale.

435

NUMERO SPOT DIGITAL SIGNAGE PRODOTTI ALL'ANNO

Nel 2019 sono stati numerosi i corsi di degustazione e gli eventi, organizzati anche all'interno del nostro truck, che hanno visto un'ampia partecipazione. Gli eventi, i corsi, i magazine e le iniziative nelle scuole permettono di venire a contatto con i nostri stakeholder per far conoscere il volto dell'Azienda, le sane abitudini da adottare e i prodotti da valorizzare.





App Despar Tribù

Anche l'App Despar Tribù è andata incontro a notevoli sviluppi quest'anno. L'app, divenuta ormai vero e proprio strumento di edutainment, intrattiene i clienti attraverso i giochi e al contempo li informa su prodotti locali, iniziative, eventi, informazioni di sostenibilità e rispetto del territorio. L'aggiornamento dell'app ha permesso anche l'automatizzazione dei coupon e ne ha semplificato l'uso per i clienti, tra cui si contano nel 2019 384.953 utenti registrati. I clienti sono raggiungibili direttamente e in breve tempo dalle notifiche dell'app, che informano sui giochi disponibili, sulle novità e sugli eventuali richiami dei prodotti, aumentando la fidelizzazione del cliente e la loro vicinanza con l'Azienda.

299.806
UTENTI ATTIVI IN CASSA

+ di 2,6 mln
COUPON SCARICATI

20%
PENETRAZIONE APP



Valorizzazione dei collaboratori



SELEZIONE DEL PERSONALE

La Funzione Risorse Umane svolge l'attività di recruiting per quanto riguarda le ricerche di personale per la sede e per la logistica. Per quanto concerne le selezioni del personale di vendita, è stato portato a termine un progetto di centralizzazione delle attività, prevedendo la presenza di recruiter su tutti i territori di competenza, che operano insieme all'area vendite.

Le tecniche di selezione per valutare i candidati includono interviste telefoniche, colloqui individuali, colloqui di gruppo e speed interview (colloqui brevissimi che consentono di raccogliere informazioni essenziali su molti candidati in eventi come job day o career day). L'esperienza in sede o nei punti vendita può avvenire tramite assunzione o stage formativi. Questi ultimi, favorendo l'inserimento anche di giovani studenti e neolaureati, contribuiscono al raggiungimento dell'obiettivo di ricerca dei talenti con caratteristiche in linea con i valori aziendali, allo scopo di ottenere anche una

fonte di contenuti e conoscenze. Per questo Aspiag Service collabora con università, scuole superiori, enti di formazione professionale, e partecipa a job day, eventi di recruiting o employer branding, che consentono di creare sinergie tra l'Azienda e i giovani attraverso tirocini, alternanza scuola-lavoro, formazione e professionalizzazione facendo emergere le potenzialità dei candidati nell'area più idonea alle proprie attitudini e capacità.

Oltre agli eventi di employer branding presso le università per l'inserimento di stagisti nelle sedi, Aspiag Service organizza presentazioni aziendali e speed interview nelle scuole per accogliere in punto vendita tirocinanti che seguono corsi professionalizzanti e che abbiano passione per tutto ciò che riguarda alimentazione, ristorazione, enogastronomia. Il numero di candidature nel 2019 è aumentato anche grazie alla relativa comunicazione direttamente in punto vendita.

◆ Recruiting per stage	2019	2018	2017
Interviste telefoniche	382	391	783
Colloqui	209	227	236
Candidati incontrati	142	166	203
Stage svolti	58	97	47
Di cui con tesi	3	6	9
Stageur assunti	14	20	1 su 3

◆ Recruiting per assunzioni		Candidature online	Interviste telefoniche	Colloqui totali	Candidati incontrati
2019	Sedi	n.d.	1.336	695	1.007
	Vendite Trentino-Alto Adige	n.d.	915	800	800
	Vendite Veneto	n.d.	2.900	1.638	2.124
	Vendite Emilia Romagna	n.d.	2.197	1.421	1.908
	Vendite Friuli Venezia Giulia	n.d.	2.189	1.619	1.916
	Totale	106.393	9.537	6.173	7.755
2018	Sedi	n.d.	604	315	247
	Vendite Trentino-Alto Adige	n.d.	924	579	579
	Vendite Veneto	n.d.	3.328	1.362	1.142
	Vendite Emilia Romagna	n.d.	387	1.399	1.103
	Vendite Friuli Venezia Giulia	n.d.	837	746	746
	Totale	51.000	6.080	4.401	3.817
2017	Sedi	n.d.	332	232	164
	Vendite Trentino-Alto Adige	n.d.	556	1.000	805
	Vendite Veneto	n.d.	1.964	1.200	1.003
	Vendite Emilia Romagna	n.d.	2.685	1.350	1.045
	Vendite Friuli Venezia Giulia	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	Totale	45.000	5.537	3.782	3.017

BEST TALENT HUNTER

La manifestazione "Best Talent Hunter", organizzata dall'Università degli Studi di Padova, premia le aziende particolarmente attive nella promozione delle politiche di inserimento lavorativo per studenti e neolaureati dell'ateneo. Aspiag Service è stata premiata anche nel 2019, ricevendo due riconoscimenti.



GESTIONE DEL PERSONALE

Quando un nuovo collaboratore entra a far parte dell'Azienda viene coinvolto fin da subito in un percorso di inserimento che prevede la formazione sul contesto lavorativo, sui valori/obiettivi aziendali e sull'organizzazione e attività di reparto.

Il monitoraggio e l'attenta gestione di ciascun collaboratore prosegue per tutta la durata del rapporto di lavoro attraverso il quotidiano impegno aziendale rivolto a conciliare le varie esigenze personali dei collaboratori con l'organizzazione aziendale, con l'unico obiettivo finale di garantire un ambiente di lavoro positivo ed orientato all'ottimale servizio al cliente. La Direzione Risorse Umane infatti garantisce quotidianamente la propria assistenza alle filiali attraverso il costante supporto e confronto tecnico e normativo per la definizione delle più opportune soluzioni organizzative, tramite:

- attività di prevenzione: valutazioni preventive con l'Area Vendite sulle scelte organizzative, anche in caso di operazioni societarie, consulenza interna sulla corretta applicazione della normativa sul lavoro, confronto e dialogo gestionale sia a livello individuale che collettivo (filiale, territorio);
- attività contrattuale: confronto con l'Area Vendite per la definizione contrattuale nonché sulla gestione delle vicende individuali e la predisposizione della corretta documentazione contrattuale;
- attività di formazione: rivolta ai ruoli di responsabilità per una corretta gestione del personale.

L'attenzione rivolta alla gestione del personale, anche attraverso il dialogo con le parti sociali, consente di coltivare in modo sano i rapporti di lavoro con i collaboratori e di mantenere, conseguentemente, un basso tasso di conflittualità. Infatti, nel corso del 2019 si è registrato un contenuto numero di vertenze giudiziarie (7 cause nuove sorte nell'anno), se rapportato al numero di collaboratori. Il dato si posiziona ben al di sotto della media nazionale. In aumento invece il numero di accordi volontari volti a gestire positivamente le varie vicende lavorative (41 conciliazioni stragiudiziali effettuate). Anche nel 2019 l'Azienda non ha registrato alcuna pronuncia

in sede giudiziaria per episodi discriminatori e il canale aziendale di whistleblowing non ha segnalato alcun caso di corruzione, mancato rispetto dei diritti umani o di discriminazione. Per quanto riguarda i cambiamenti organizzativi significativi, la normativa prevede espressamente specifici obblighi in capo all'Azienda di consultazione sindacale. Per tutte queste ragioni l'Azienda predilige l'instaurazione di rapporti di lavoro sani e duraturi, basati sulla fiducia e collaborazione, e per questo privilegia i contratti a tempo indeterminato. Nel corso del 2019, infatti, i rapporti di lavoro a tempo determinato hanno rappresentato solamente il 10% circa della forza lavoro totale in azienda. Un dato del tutto fisiologico se si tengono in considerazione le numerose nuove aperture del 2019 e del conseguente incremento di personale.

Dal 1 gennaio 2019 Aspiag Service applica il nuovo CCNL DMO (Distribuzione Moderna Organizzata), sottoscritto da Federdistribuzione e dalle Organizzazioni Sindacali, che stabilisce i diritti contrattuali collettivi, anche retributivi, e sancisce la piena parità tra uomo e donna anche nel mondo del lavoro. Tutti valori che l'Azienda condivide e tutela fermamente anche attraverso il proprio Codice Etico. Resta, inoltre, in vigore la contrattazione integrativa aziendale (CIA), che riconosce trattamenti di miglior favore rispetto alla contrattazione collettiva (CCNL DMO), articolata in quattro tipologie contrattuali, molto simili fra loro, riferite alle filiali presenti nelle regioni del Veneto ed Emilia Romagna, del Friuli Venezia Giulia, della provincia autonoma di Trento e di quella di Bolzano. Al fine di valorizzare l'impegno dei collaboratori operanti nei punti vendita, i suddetti quattro CIA prevedono altresì un particolare sistema incentivante che riconosce a tutti i lavoratori l'erogazione di premi collettivi annuali al raggiungimento di determinati risultati di produttività oraria, contenimento delle differenze inventariali e di risultato economico della filiale di appartenenza.

Infine è previsto un sistema di M.B.O. (Management By Objectives) – dedicato al personale direttivo e ai responsabili in ambito commerciale – che mira ad incentivare la performance d'impresa attraverso un allineamento tra gli obiettivi individuali e quelli aziendali.



406-1



402-1



102-8

◆ N° dipendenti		Teste medie	Teste	FTE
2019	Femmine	5.177	5.288	4.105
	Maschi	2.922	2.948	2.767
	Totale	8.100	8.236	6.872
2018	Femmine	5.024	5.087	3.927
	Maschi	2.764	2.816	2.633
	Totale	7.788	7.903	6.560
2017	Femmine	4.857	4.977	3.807
	Maschi	2.675	2.737	2.562
	Totale	7.532	7.714	6.370

◆ N° dipendenti per tipologia contrattuale (teste medie)	2019	2018	2017
Tempo indeterminato	7.276	6.526	6.293
• di cui donne	4.705	4.295	4.161
Tempo determinato	824	1.262	1.239
• di cui donne	472	729	696
Totale	8.100	7.788	7.532
• di cui donne	5.177	5.024	4.857

GRI
102-8

◆ N° dipendenti part time (teste medie)	2019	2018	2017
Dipendenti con contratto part-time	3.087	3.035	2.999
• di cui donne	2.718	2.677	2.654
% Dipendenti con contratto part-time	38,11%	38,97%	39,82%
• di cui donne	33,56%	34,37%	35,24%

GRI
102-8

◆	2019	2018	2017
Importi stanziati per incentivi (€)	5.949.528	5.300.650	5.125.672
Incidenza degli incentivi sui costi del personale %	2,16%	2,01%	2,04%
Numero di dipendenti che ha percepito una gratifica	5.406	5.694	5.705

Nota: gli incentivi stanziati includono gli integrativi aziendali e gli M.B.O. Il numero dei collaboratori che ha ricevuto una gratifica include chi ha ottenuto un premio o aumento salariale.

◆ Costo per luogo di lavoro (€)	2019	2018	2017
Sede	47.885.477	42.480.141	39.304.569
Punti vendita diretti	227.646.309	221.604.204	211.788.842
Costo complessivo del personale	275.531.786	264.084.345	251.093.412

Nota: i dipendenti indicati alla voce sede comprendono le sedi ed i magazzini.

◆ Sanzioni per non conformità a leggi e regolamenti	2019	2018	2017
Valore monetario delle sanzioni (€)	24.086	31.901	14.602

Nota: le sanzioni si riferiscono a violazioni di carattere amministrativo gestionale relative ai punti vendita. In materia sociale ed economica sono pari a zero le sanzioni non monetarie e i casi risolti con conciliazioni stragiudiziali per non conformità a leggi e normative.

GRI
419-1

Turnover del personale (%)	2019	2018	2017
Turnover entrata	15,48%	15,01%	16,28%
• di cui donne	8,94%	8,14%	8,95%
• di cui tempo determinato	3,63%	4,49%	12,79%
• di cui tempo indeterminato	11,85%	10,52%	3,49%
Turnover uscita	12,58%	12,58%	11,76%
• di cui donne	6,64%	6,72%	6,21%
• di cui tempo determinato	8,36%	9,84%	9,33%
• di cui tempo indeterminato	4,22%	2,75%	2,43%
Turnover totale	28,06%	27,59%	28,04%
• di cui donne	15,58%	14,86%	15,16%
• di cui tempo determinato	11,99%	14,33%	22,12%
• di cui tempo indeterminato	16,07%	13,26%	5,92%

Nota: il turnover in entrata è stato calcolato come il numero di persone assunte e il numero di persone passate ad un'altra tipologia di contratto durante l'anno diviso il numero di teste medie nell'anno. Il turnover in uscita è calcolato come il numero di persone cessate durante l'anno diviso il numero di teste medie nell'anno. Il turnover totale è calcolato come la somma delle persone assunte, passate ad un'altra tipologia di contratto e cessate durante l'anno diviso il numero di teste medie nell'anno. Il turnover in uscita 2018 è stato calcolato non considerando i collaboratori cessati al 31/12/2019, poiché considerati nell'organico (teste), ma tenendo conto dei collaboratori cessati al 31/12/2018.

GRI
401-1

WELFARE E DIVERSITY AZIENDALE

Aspiag Service si impegna per garantire condizioni ottimali nel lavoro, mettendosi in prima linea per i target 8.8 e 8.5 degli SDGs, assicurando pari opportunità per tutte le categorie di collaboratori e un'occupazione piena e produttiva. Questo avviene sia garantendo l'uguaglianza degli stipendi base tra uomini e donne, sia conciliando tempi di lavoro e vita offrendo regimi di orario parziale. Il Work-Life Balance agevola i collaboratori a tornare alla propria occupazione anche al termine del congedo parentale, che vede ritornare più del 90% dei collaboratori una volta usufruito del diritto. Percentuale in lieve diminuzione 12 mesi più tardi.

Aspiag Service sostiene e si fa carico del benessere di tutti i collaboratori attraverso il Progetto Salute, che mira a far conoscere i benefici della polizza contrattuale sanitaria incentivando i controlli, le visite specialistiche, le cure e le maternità. Il numero di convenzioni con le strutture sanitarie è in crescita e nel 2019 il progetto è stato esteso al canale affiliati.

Nel 2019 è stato inoltre completato per tutti i punti vendita delle province di Padova e Vicenza il progetto

“Caregiving”, che mira da un lato a diffondere la consapevolezza sugli strumenti esistenti per la gestione dei figli e di familiari con disabilità, dall'altro a sviluppare approcci organizzativi per il corretto supporto ai collaboratori interessati.

Proprio ai collaboratori sono stati distribuiti opuscoli informativi e sono stati organizzati alcuni incontri con esperti sul tema dell'assistenza ai figli, agli anziani e ai disabili. Per gli store manager è stato predisposto un corso manageriale sulla gestione dei collaboratori che presentano necessità di assistenza per queste persone a casa. Il progetto è stato mappato a dodici mesi di distanza attraverso la somministrazione di questionari per monitorare i risultati conseguiti nel tempo.

Il personale dell'Azienda si caratterizza anche per la sua eterogeneità. Il 21% dei collaboratori è sotto i 30 anni, il 54% si trova tra i 30 ed i 50 e il restante 25% al di sopra dei 50 anni. Per l'inserimento tra i nostri collaboratori facilitiamo l'integrazione nel lavoro di persone con disabilità o in situazione di svantaggio grazie alla collaborazione con i Servizi Integrazione Lavorativa.

◆ Diversità e Welfare

GRI 405-1		N° dipendenti per qualifica professionale e genere (teste medie)	2019	2018	2017
	Dirigenti		19	18	18
	• di cui donne		0	-	-
	Quadri		96	87	84
	• di cui donne		13	12	11
	Impiegati		7.918	7.683	7.430
	• di cui donne		5.157	5.012	4.846
	Operai		66	n.d.	n.d.
	• di cui donne		7	n.d.	n.d.
	Totale		8.100	7.788	7.532
	• di cui donne		5.177	5.024	4.857

GRI 405-1		N° dipendenti appartenenti a categorie protette e disabili (teste medie)	2019	2018	2017
	Dirigenti		-	-	-
	• di cui donne		-	-	-
	Quadri		1	1	1
	• di cui donne		-	-	-
	Impiegati		389	361	354
	• di cui donne		237	224	222
	Operai		4	n.d.	n.d.
	• di cui donne		-	n.d.	n.d.
	Totale		394	362	355
	• di cui donne		237	224	222

Congedo parentale (teste)	2019		2018		2017	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Dipendenti aventi diritto al congedo parentale	447	903	418	886	438	941
Dipendenti che ricorrono al congedo parentale	31	264	33	290	29	291
Dipendenti che hanno terminato il congedo parentale nell'anno in corso	20	195	25	210	19	206
Dipendenti che ritornano al lavoro al termine del congedo parentale	19	186	20	206	19	204
% di ritorno al lavoro dopo il congedo parentale	95%	95%	80%	98%	100%	99%
Dipendenti ancora in forza dopo 12 mesi dal rientro	14	165	14	194	18	187
% retention dopo 12 mesi	74%	89%	70%	94%	95%	92%

Nota: il diritto è stato desunto dalla conoscenza della data di nascita dei figli e senza tener conto dell'eventuale usufruzione del coniuge. I dipendenti ancora in forza dopo 12 mesi dal congedo sono stati stimati come la differenza tra i dipendenti rientrati dal congedo e i dipendenti cessati nell'anno di rendicontazione che hanno usufruito del congedo nei precedenti 12 mesi.

GRI
401-3

Rapporto stipendio/remunerazione donna-uomo		Stipendio	Remunerazione
2019	Nei punti vendita		
	• Impiegati	90,75%	94,98%
	In sede e magazzino		
	• Quadri	113,29%	102,39%
	• Impiegati	100,99%	84,98%
	• Operai	91,97%	94,06%
2018	Nei punti vendita		
	• Impiegati	92,78%	94,74%
	In sede e magazzino		
	• Quadri	108,08%	103,80%
	• Impiegati	94,14%	84,47%
	• Operai	n.d.	n.d.
2017	Nei punti vendita		
	• Impiegati	89,95%	94,69%
	In sede e magazzino		
	• Quadri	109,95%	107,39%
	• Impiegati	96,19%	84,03%
	• Operai	n.d.	n.d.

Nota: I rapporti salario base donna/uomo e remunerazione donna/uomo risultano in parte influenzati dalla maggior presenza in azienda di dipendenti donna part-time rispetto ai dipendenti uomini part-time di pari livello. La remunerazione per singolo dipendente è stata calcolata aggiungendo alla retribuzione base gli importi relativi a scatti d'anzianità e premio aziendale.

GRI
405-2

Progetto salute	2019	2018	2017
N° prestazioni	7.992	6.467	6.345
Risparmio dei collaboratori (stima)	965.828	689.100	720.000

GRI
403-6

FORMAZIONE E SVILUPPO

Aspiag Service propone diverse attività di formazione, specializzazione e aggiornamento, per creare una cultura organizzativa condivisa, far crescere professionalmente i collaboratori, costruire un solido know-how interno e soprattutto allinearsi alle esigenze dei clienti. Gli uffici Formazione e Sviluppo del personale lavorano sinergicamente in vista di questi obiettivi. Il primo segue la formazione per la sicurezza sul lavoro, i corsi a catalogo per i colleghi delle sedi e la formazione per il servizio al cliente, erogata anche tramite piattaforme e-learning*. L'e-learning è utile nel velocizzare tempi e metodi di apprendimento e minimizzare l'impatto sull'operatività. Sia per i collaboratori che per i neoassunti è previsto un consistente numero di ore di formazione d'aula, per tutte le attività inerenti al business.

Nel 2019, per migliorare la relazione col cliente è stata erogata formazione per i reparti di macelleria a banco servito, volta a formare maggiormente il collaboratore sulle caratteristiche dei prodotti, le prassi da adottare e altro ancora.

15.672
ore di e-learning

In ambito manageriale sono stati coinvolti direttamente store manager, vice store manager e altri ruoli tecnici.

Più della metà della formazione è formazione facoltativa. Quasi un terzo della formazione erogata riguarda la sicurezza sul lavoro, a cui si aggiungono quella su sicurezza alimentare e ambientale. Nel 2019 a fronte di un aumento dei costi aziendali adibiti alla formazione, è stato possibile beneficiare di maggiori contributi esterni ed abbassare il costo medio di formazione per collaboratore. L'Ufficio Sviluppo segue i progetti di sviluppo del personale, come quelli di condivisione dei valori aziendali, la strutturazione di Job Description* per i ruoli di responsabilità e il progetto Allievi Store Manager.

Nel 2019 è stato riproposto il periodico sondaggio del clima aziendale che ha visto una partecipazione del +10% rispetto all'edizione precedente. I risultati sono stati condivisi dai collaboratori insieme ai responsabili individuando azioni di miglioramento per il futuro.

Progetto Allievi Store Manager

Il progetto Allievi Store Manager è un percorso formativo di 960 ore sia d'aula che in punto vendita, che ha come fine la formazione dei responsabili di negozio del futuro. Il percorso dopo il conseguimento del titolo di Allievo Store Manager prevede l'affiancamento operativo e il lavoro nei ruoli intermedi. Dopo di che sarà possibile per i selezionati divenire Store Manager.

◆ Costi di formazione (€)	2019	2018	2017
Esterni	635.633	614.593	635.633
Interni all'Azienda	1.940.610	1.855.419	1.798.042
Finanziamenti ricevuti	-432.414	-271.261	-432.414
Costi di formazione annui	2.143.829	2.198.751	2.001.261
Costo medio di formazione del personale a tempo pieno (FTE)	311,95	335,18	314,17



E-learning: sistema di apprendimento fruito attraverso un sito apposito.

Job description: strumento di descrizione di una posizione lavorativa, anche di alto livello, atto a mostrarne i compiti, la posizione nella gerarchia aziendale, le relazioni con le altre funzioni, le prospettive di carriera, fornendo al collaboratore una piena formazione sul suo ruolo, le capacità e le conoscenze richieste, le responsabilità sulla sua figura.

◆ Ore di formazione dipendenti	2019	2018	2017
Dirigenti	337	299	440
• di cui donne	-	-	-
Quadri	2.943	2.001	1.639
• di cui donne	820	657	392
Impiegati	90.424	86.775	84.741
• di cui donne	48.772	40.628	43.693
Totale ore formazione	93.704	89.074	86.820
• di cui donne	49.592	41.285	44.085
• di cui obbligatoria	40.954	n.d	n.d
• per la sicurezza sul lavoro	34.143	n.d	n.d
• per la sicurezza alimentare	5.992	n.d	n.d
• per la sicurezza ambientale	806	n.d	n.d

Nota: la formazione erogata comprende le ore di training on the job.

◆ Ore di formazione medie per dipendente (teste)	2019	2018	2017
Dirigenti	17,73	16,60	25,87
• di cui donne	-	-	-
Quadri	30,00	22,00	19,28
• di cui donne	58,60	50,50	35,60
Impiegati	11,30	11,00	11,00
• di cui donne	9,30	8,00	8,80
Totale ore medie formazione	11,40	11,30	11,25
• di cui donne	9,40	8,10	8,86



◆ Sondaggio clima aziendale	2019	2016	2014
Percentuale di partecipazione al sondaggio	83%	73%	73%
Raccomandazione dell'azienda ad altri come datore di lavoro	80%	81%	85%
Andamento gestionale dal punto di vista dei collaboratori	69%	64%	65%
Formazione del personale dal punto di vista dei collaboratori	68%	65%	64%

SICUREZZA SUL LAVORO

Aspiag Service mantiene un elevato standard di sicurezza per i propri collaboratori, per i clienti e per terzi in generale, prevenendo il verificarsi di incidenti e mitigandone gli eventuali danni.

La sicurezza di punti vendita, uffici, magazzini e del Centro Carni, nonché di macchine e attrezzature è

oggetto di costante valutazione e miglioramento, grazie anche alle sinergie tra diverse funzioni aziendali. A favore di tali obiettivi opera costantemente il Servizio di Prevenzione e Protezione aziendale interno che si interfaccia con i Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS)



1 Responsabile (RSPP)



6 Addetti (ASPP)

Che si interfacciano con



40 Rappresentanti dei lavoratori (RLS)



403-1/5


Il Servizio di Prevenzione e Protezione aziendale garantisce una costante analisi dei pericoli per la salute e la sicurezza, definendo per ognuno di essi le misure di prevenzione e protezione più idonee da attuare (es. procedure operative, aggiornamenti formativi, nuovi o differenti Dispositivi di Protezione Individuale). Di tale analisi viene fornita evidenza formale all'interno dei Documenti di Valutazione dei Rischi redatti per ogni singola unità operativa.

All'inizio di ogni anno vengono analizzati i risultati conseguiti nell'anno precedente, partendo dall'analisi degli eventi infortunistici e dei mancati infortuni (analisi estesa anche alle attività in outsourcing), e passando attraverso quella delle non conformità, degli audit periodici ed di ogni ulteriore dato ritenuto significativo in materia di salute e sicurezza su lavoro. In tale occasione vengono inoltre definiti gli obiettivi di miglioramento, stabilendo per ognuno le risorse economiche ed organizzative a disposizione ed i tempi di attuazione. Le statistiche infortuni del 2019 hanno evidenziato un miglioramento correlato sia al tasso d'infortuni che al numero di giornate d'infortunio, allineando Aspiag Service all'SDG 3. Si registra un solo caso di infortunio

superiore ai 180 giorni, così come nel 2018, mentre non si sono verificati decessi. Il tasso di malattia occupazionale rimane stabile rispetto all'anno precedente così come il numero di sospette malattie professionali denunciate.

Ogni tre mesi tutti i punti vendita vengono informati sull'andamento degli infortuni grazie a statistiche che riportano la causalità, la territorialità, la frequenza e le attrezzature maggiormente coinvolte degli eventi.

Nel corso dell'anno sono stati eseguiti degli audit specifici all'interno dei punti vendita che hanno evidenziato delle criticità con affiancamento diretto degli store manager e dei capi reparto. La formazione del personale in materia di salute e sicurezza sul lavoro è costantemente monitorata attraverso il gestionale aziendale ed erogata in base alle mansioni del collaboratore a cui sono stati assegnati dei ruoli specifici (es. addetto squadra gestione emergenze) e comunque secondo quanto previsto dalla normativa cogente applicabile.

Tutte le unità organizzative di competenza di Aspiag Service sono certificate OHSAS 18001 . La certificazione è stata rinnovata durante il 2019 senza registrare alcuna non conformità.



403-8



◆ Tasso di infortunio e malattia	2019	2018	2017
N° infortuni inferiori a 180 giorni	287	282	293
di cui donne	167	167	182
N° infortuni superiori a 180 giorni	1	1	-
di cui donne	1	1	-
N° giornate di infortunio	4.940	5.419	6.211
Tasso di infortuni	4,97	4,99	5,40
N° ore lavorate	11.538.074	11.313.147	10.843.632
N° sospette malattie professionali denunciate	25	23	22
di cui riconosciute	7	8	4
Tasso di malattia occupazionale	0,12	0,16	0,07

Tasso d'infortuni = (N° infortuni/ore lavorate)x200.000

Ore lavorate = N° ore lavorate da cartellino

Tasso di malattia occupazionale = (N° malattie occupazionali riconosciute/ore lavorate)x200.000

Nota: i dati relativi agli infortuni si riferiscono sia ai punti vendita che alle sedi e ai magazzini. Si segnala che l'indicatore GRI 403-9 è stato ricalcolato anche per gli esercizi precedenti per allineare i dati alla nuova metodologia di calcolo GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018.



403-9



403-10

◆ Tasso di assenteismo	2019	2018	2017
% ore malattia/ore ordinarie lavorabili lorde	3,36%	3,30%	3,13%
% ore infortunio/ore ordinarie lavorabili lorde	0,33%	0,34%	0,37%
Totale incidenza %	3,69%	3,64%	3,50%

Tasso di assenteismo = ((ore di infortunio + ore di malattia)/ore lavorabili)x100

Ore lavorabili = ore lavorabili lorde - ore di ferie godute

◆ Tasso di infortunio società in outsourcing	2019	2018	2017
N° infortuni inferiori a 180 giorni	33	64	N.D.
N° infortuni superiori a 180 giorni	-	N.D.	N.D.
Tasso di infortuni	5,39	4,41	N.D.

Nota: il tasso d'infortuni delle società in outsourcing non comprende i centri di distribuzione di Mestrino, Camin, Castel San Pietro Terme.

Nota: il tasso di infortunio delle società in outsourcing, è stato oggetto di restatement per il 2017 ed il 2018 sulla base dei dati disponibili al 31/12/2019.



403-9

◆ Consumo diretto/indiretto di energia (GJ)	2019	2018	2017
Consumo diretto di energia da acquisto di gas naturale	98.142	91.548	97.945
Consumo diretto di energia da acquisto di GPL	704	726	714
Consumo diretto di energia da acquisto di gasolio per riscaldamento	4.805	5.085	4.744
Consumo diretto di energia da acquisto di gasolio e benzina per autotrazione	17.740	15.996	10.734
Consumo diretto annuale	121.392	113.356	114.137
Consumo indiretto di energia elettrica	635.061	602.156	574.364
Consumo indiretto di energia da acquisto di energia termica – teleriscaldamento	21.323	21.913	21.862
Consumo indiretto annuale	656.384	624.069	596.226



◆ Consumo di elettricità (kWh)	2019	2018	2017
Consumo totale	175.637.096	166.721.169	159.107.207
Consumo LFL nei punti vendita	149.939.279	151.950.027	150.606.254
Consumo medio giornaliero LFL	423.792	430.039	426.690
Variazione consumo medio giornaliero	-1,45%	0,78%	-5,85%



Nota: i consumi indicati sono stati calcolati su una base dati omogenea (LFL, like for like) nei 3 anni oggetto di rendicontazione. Essendo la base non omogenea da un esercizio all'altro, i dati relativi agli anni precedenti differiscono da quelli pubblicati nei precedenti Report.

Emissioni

I nostri punti vendita sono realizzati in classe A3 o A4. La riduzione delle emissioni passa attraverso diverse innovazioni che riguardano l'intero punto vendita. Il riscaldamento e il condizionamento dei punti vendita sono regolati sempre in base alle temperature esterne. Il recupero dei vapori di cottura permette di scaldare l'aria immessa dall'esterno e usare minor energia per il riscaldamento. Anche il calore generato dagli impianti frigo viene reimpiegato per riscaldare l'acqua a uso sanitario e per il riscaldamento. Per gli impianti frigo vengono utilizzati fluidi refrigeranti a basso impatto ambientale e gli impianti più vecchi vengono sostituiti con nuovi a CO₂. I dati sulle emissioni indirette (Scopo 2) sono rendicontati secondo due distinte metodologie.

La metodologia Location Based riflette il quantitativo di emissioni specifico del luogo in cui l'energia viene consumata. Quest'ultima viene moltiplicata per un fattore di conversione (Terna, aggiornato al 2017) che considera il mix energetico totale di un Paese, tenendo conto sia dei volumi derivanti da fonte fossile che di rinnovabile immessi nella rete nazionale in un determinato anno.

La metodologia Market Based indica quanto la politica energetica aziendale risulti virtuosa attraverso l'acquisto di Certificato d'Origine. In questo caso, le emissioni vengono calcolate moltiplicando i consumi di energia, scorrendo il quantitativo dei Certificati d'Origine, per il fattore Residual Mix, fornito dall'AIB (Association of Issuing Bodies). Avendo per il 2019 una copertura pari all'84% di energia verde certificata, le emissioni hanno segnato una reale diminuzione del 77% (dato dal rapporto tra le 64.097 tonnellate di CO₂eq e le 14.526 rimanenti a seguito dell'acquisto di energia verde).

◆ Emissioni dirette di gas effetto serra - scopo 1 (t di CO ₂ eq.)	2019	2018	2017
Fonte			
Gas Naturale per riscaldamento	5.567	5.198	5.531
GPL per riscaldamento	45	46	46
Gasolio per riscaldamento	347	372	347
Gasolio e benzina per flotta aziendale	1.282	1.171	776
Rilascio di gas refrigeranti	35.384	39.696	41.027
Totale	42.626	46.483	47.726



◆ Emissioni indirette di gas effetto serra - scopo 2 (t di CO ₂ eq.) - location base		2019	2018	2017
GRI 305-2	Fonte			
	Elettricità - location based	63.054	60.020	59.665
	Calore da teleriscaldamento	1.043	1.141	1.199
	Totale	64.097	61.161	60.864

◆ Emissioni indirette di gas effetto serra - scopo 2 (t di CO ₂ eq.) - market base		2019	2018	2017
GRI 305-2	Fonte			
	Elettricità - market based	13.483	6.356	-
	Calore da teleriscaldamento	1.043	1.141	1.199
	Totale	14.526	7.497	1.199

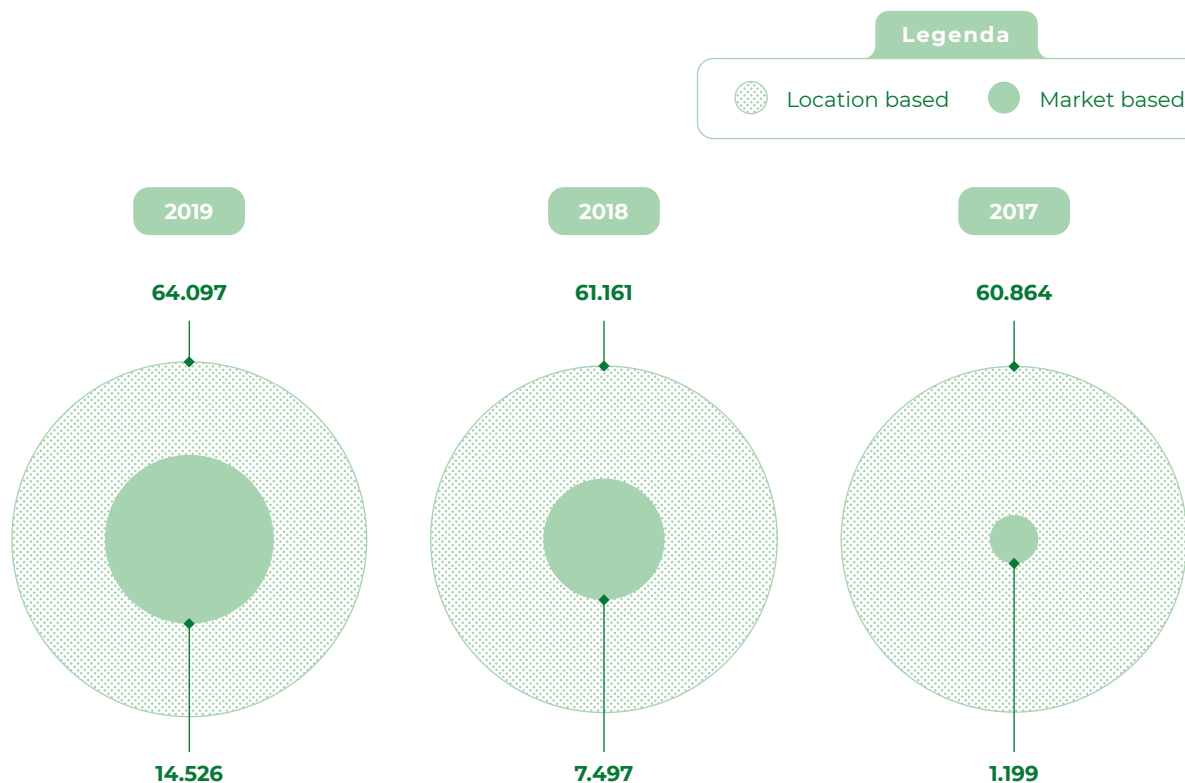
Nota: tutti i valori indicati nelle tabelle sono espressi in tonnellate di CO₂ equivalente ad eccezione delle emissioni derivanti dal prelievo di energia elettrica che sono espresse in tonnellate di CO₂.

I fattori utilizzati per il calcolo delle emissioni sono tratti dalla tabelle: "UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting" pubblicate dal DEFRA (Department for Environment, Food & Rural Affairs). Per quanto riguarda le emissioni indirette 2019 legate all'energia elettrica acquistata dalla rete elettrica nazionale è stato utilizzato il fattore di emissione tratto da Terna (aggiornato al 2017).

◆ Altre emissioni indirette di gas effetto serra - scopo 3 (t di CO ₂ eq.)		2019	2018	2017
GRI 305-3	Emissioni indirette (Scopo 3) legate ai trasporti della logistica	14.678	14.896	14.203

Nota: le emissioni di CO₂ equivalenti Scopo 3 derivanti dalla logistica outbound (trasporto merci dai Ce.Di. ai punti vendita) sono state calcolate utilizzando come dato primario il numero di km percorsi da ogni singolo mezzo ed utilizzando i fattori di emissione espressi in kg di CO₂ equivalente per km tratti dalla tabelle: "UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting" pubblicate dal DEFRA (Department for Environment, Food & Rural Affairs). La scelta del fattore di conversione è stata fatta in base alla tipologia di mezzo - autoarticolato, rigido -, il peso - (>3.5 - 7.5 tonnes), (>7.5 tonnes-17 tonnes), (>17 tonnes) - e considerando un carico medio per ogni veicolo.

EMISSIONI DI GAS EFFETTO SERRA MARKET BASED E LOCATION BASED (t di CO₂ eq.)



Rifiuti

Perseguiamo la riduzione, il recupero e il riciclo dei rifiuti e degli imballaggi, nonché lo smaltimento degli eventuali rifiuti pericolosi. A tali attività corrispondono anche le spese sostenute per la tutela ambientale, comprensive dei costi per lo smaltimento dei rifiuti, le tasse di asporto rifiuti e i costi di bonifica su terreni acquisiti, che prevedono la riqualifica ambientale di aree inquinate da terzi e che vanno di pari passo con lo sviluppo di nuovi punti vendita.

◆ Rifiuti prodotti (t)	2019	2018	2017
Rifiuti non pericolosi			
1) F.O.R.S.U. (Frazione Organica del Rifiuto Solido Urbano)	15.170	14.394	13.992
2) R.S.U. (Frazione Indifferenziata del Rifiuto Solido Urbano)	10.428	10.306	9.892
3) Cartone	13.012	12.644	11.934
4) Imballaggi Misti	5.451	5.427	4.954
Rifiuti pericolosi	2	3	2
Totale	44.063	42.774	40.774
Percentuale di rifiuti riciclati	76,33%	75,91%	75,74%
Produzione/superficie di vendita (t/m ²)	0,16	0,15	0,14

Nota: Aspiag Service gestisce la raccolta differenziata dei propri rifiuti in tutti i punti vendita. Ciò avviene prevalentemente per imballaggi in carta, cartone, plastica, legno, vetro, imballaggi misti, per rifiuti pericolosi, FORSU (Frazione Organica del Rifiuto Solido Urbano) e RSU (Frazione Indifferenziata del Rifiuto Solido Urbano). Poiché la raccolta differenziata utilizza i canali di smaltimento delle aziende municipalizzate che non rilevano la produzione di ciascuna utenza ma solo il quantitativo complessivo prelevato, i dati relativi alla frazione secca e umida sono calcolati in modo empirico utilizzando:

- il numero delle prese settimanali;
- il numero dei cassonetti/bidoni in uso;
- un coefficiente di riempimento dei cassonetti/bidoni.

Nei casi in cui i comuni di riferimento non raccogliessero certi tipi di rifiuti, la società si affida a smaltitori privati. Per i cassonetti per la raccolta dei RSU (volume medio di 1100 l) è stato assunto un peso medio di riempimento pari a 88 kg; per i bidoni per la raccolta della FORSU (volume medio di 240 l) è stato assunto un peso medio di riempimento pari a 120 kg.

Metodo di smaltimento:

Voci di cui ai punti 1) e 2) servizio pubblico di asporto rifiuti – compostaggio; discarica/termovalorizzatore.

Voce di cui al punto 3), 4) smaltitori privati autorizzati – compostaggio - riciclaggio.

La voce 4 comprende Polietilene, Legno, Vetro, Ferro e Acciaio, Olio alimentare vegetale esausto, scarti inutilizzabili per il consumo o la trasformazione e sottoprodotti di origine animale.

◆ Spese per la tutela ambientale	2019	2018	2017
Costi di bonifica	234.516	-	536.526
Spese per il trattamento e lo smaltimento dei rifiuti e spese per la gestione ambientale	6.018.648	5.348.330	5.185.087
Totale	6.253.164	5.348.330	5.721.612

Nota: la voce "Costi di bonifica" è stata ricalcolata per gli anni precedenti sulla base dei dati disponibili al 31/12/2019.

Filiera

Promuoviamo il rispetto e la tutela ambientale lungo tutta la filiera e incorporiamo le linee guida in materia ambientale nelle procedure per la selezione dei fornitori. Nel 2019 sono stati svolti alcuni audit sui fornitori di prodotti a marchio gestiti da Aspiag Service per verificare la conformità rispetto alle leggi ambientali e per iniziare un percorso di influenza per le best practice sulla catena di fornitura.

◆ Peso dei materiali di confezionamento utilizzati	2019	2018	2017
Peso dei materiali (shopper, materiale di confezionamento) (kg)	2.508.086	2.649.583	2.019.996
Costo dei materiali (shopper, materiale di confezionamento) (€)	11.235.209	12.200.339	9.098.381
Incidenza del costo sul fatturato (%)	0,68%	0,77%	0,60%



306-2



301-1

Sistema di Gestione Ambientale

Favoriamo comportamenti responsabili attraverso la formazione, l'informazione e la sensibilizzazione del personale sugli aspetti dell'attività connessi all'ambiente. Garantiamo il rispetto delle prescrizioni normative e dai regolamenti in materia ambientale - al fine di mantenere al minimo le relative sanzioni, fisiologiche rispetto al numero dei nostri punti vendita - e prevediamo adeguate risorse per il funzionamento continuo del Sistema di Gestione Ambientale (SGA) e per le azioni che da esso derivano. Nella gestione responsabile delle risorse ambientali Aspiag Service è attenta anche alla gestione delle risorse idriche, prelevate principalmente attraverso rete idrica nazionale.



◆ Sanzioni per il mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale	2019	2018	2017
Valore monetario delle sanzioni (€)	1.168	370	817

TERRITORIO

Attraverso raccolte fondi, sponsorizzazioni, supporto alla ricerca e ad associazioni, Aspiag Service concretizza l'importanza che la Corporate Social Responsibility (CSR) ha per l'Azienda.

Nel 2019 sono state molte le iniziative, sia consolidate che nuove, che hanno aiutato il nostro territorio:

- le raccolte fondi effettuate attraverso la vendita delle uova di Pasqua e delle strenne natalizie ci hanno messo a fianco di Onlus e associazioni che perseguono obiettivi di diverso genere a favore delle comunità (istituti di ricerca e di cura, case famiglia, associazioni a supporto di bambini e famiglie con disabilità). Parallelamente a iniziative di questo tipo, l'Azienda aiuta attivamente il territorio in caso di emergenze. Quest'anno con la raccolta fondi "La bellezza non affonda" sono stati donati 70.000€ a sostegno di Venezia colpita dall'acqua alta.
- le sponsorizzazioni per eventi come la Barcolana di Trieste, i TedX di Padova, Vicenza, Bolzano e Rovigo e il Salone dei Sapori di Padova hanno permesso di sostenere il territorio potendone prendere parte da protagonisti.
- le donazioni, con cui sosteniamo progetti utili al bene comune. Quest'anno sono stati particolarmente significativi i progetti del parco inclusivo realizzato dalla Fondazione Robert Hollman a Padova, che prevede giostre costruite senza barriere architettoniche e la riqualificazione dell'Orto Botanico dell'Università di Bologna ottenuto anche attraverso una prima liberalità erogata quest'anno.

Con attività di questo tipo, Aspiag Service non dà solo un beneficio economico alle iniziative e alle associazioni, ma contribuisce a diffondere la conoscenza di queste realtà.

Aspiag Service dona a diverse Onlus la merce commestibile ma non più commercializzabile. Questi temi e queste attività coinvolgono e formano anche i nostri collaboratori, creando una sensibilità e una coscienza diffusa in Azienda. Sia le sponsorizzazioni che le liberalità e le raccolte fondi, crescono a numero e a valore nel 2019. Questa strategia di attenzione alla comunità - e in particolare le donazioni alimentari - risulta in linea con l'SDG 12, in cui si cita il contenimento degli sprechi alimentari a livello di vendite al dettaglio. Le positive ricadute sul territorio si misurano anche attraverso le infrastrutture che costruiamo a supporto non solo del punto vendita ma di chiunque sia parte della comunità e con il contributo delle imposte indirette.



790

**tonnellate
di alimenti donati**

	2019	2018	2017
Valore delle sponsorizzazioni (€)	1.451.456	1.199.317	984.001
Liberalità e raccolte fondi (€)	429.337	454.263	163.214
Alimenti donati (€)	6.687.499	6.714.766	5.904.507

	2019	2018	2017
Numero degli eventi sponsorizzati	176	188	153

◆ Ripartizione territoriale dei collaboratori (FTE)	2019	2018	2017
Emilia Romagna	723	660	544
Friuli Venezia Giulia	1.652	1.722	1.668
Trentino-Alto Adige	1.572	1.368	1.388
Veneto	2.924	2.810	2.770
Totale	6.872	6.560	6.370

GRI
102-8

	2019	2018	2017
Imposte indirette (€)	81.170.259	85.439.656	80.610.531

	2019	2018	2017
Investimenti in infrastrutture	1.794.680	2.247.270	4.560.183

GRI
203-1

“HILLARY, The Hillary Clinton Emails”

Il Despar Teatro Italia a Venezia, inaugurato a fine 2016, continua a dare molto al di là della propria funzione commerciale. Contemporaneamente alla 58a edizione della Biennale di Arti Visive di Venezia, il punto vendita ha ospitato, da maggio a novembre 2019, un'esposizione dell'artista americano Kenneth Goldsmith, “HILLARY, The Hillary Clinton Emails”, a cura di Francesco Urbano Ragazzi. In un ambiente a metà tra biblioteca, palco teatrale e ambasciata, Goldsmith trasforma il linguaggio della burocrazia in un vero e proprio genere letterario, pubblicando tutte le email spedite dall'allora Segretario di Stato USA, Hillary Clinton, dal suo server privato. A disposizione dei visitatori, al piano superiore del punto vendita, le mail spedite dall'allora candidata alla Presidenza degli USA, raccolte in volumi consultabili posti su dei desk, anch'essi parte dell'opera. Contemporaneamente, le medesime mail stampate e impilate una sull'altra, restituiscono un'immagine monumentale dell'idea dell'artista.

Il 10 settembre, Hillary Clinton in persona ha potuto visitare e apprezzare, in forma strettamente privata, l'installazione e il punto vendita.

Connettività delle informazioni

La Matrice di Connettività sottostante riassume gli indicatori esposti nel corso del capitolo incrociandoli in base all'obiettivo che perseguono, al tipo di capitale di cui fanno parte e all'SDG prioritario cui contribuiscono.

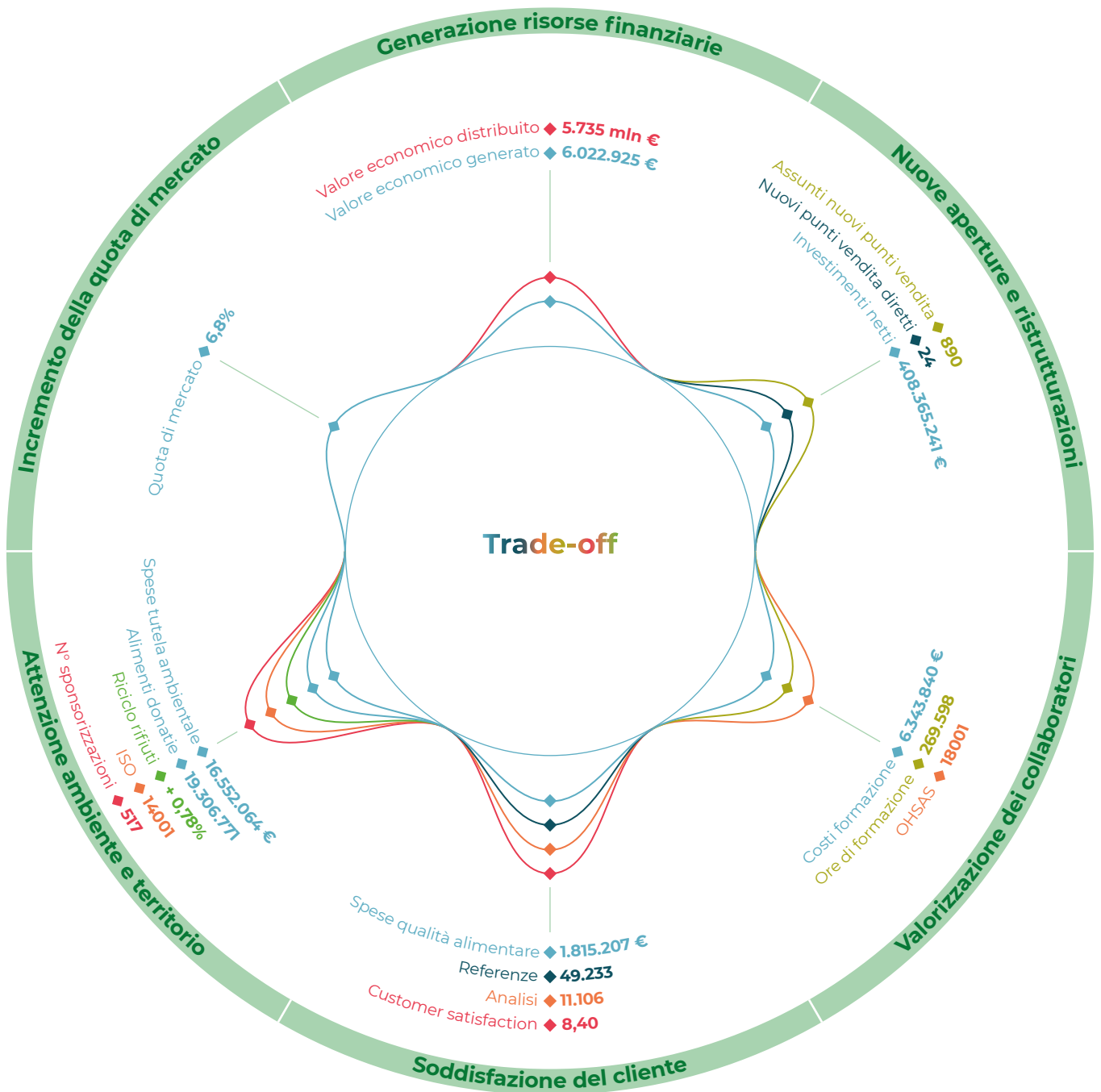


Incremento della quota di mercato **+ 3%**

OBIETTIVI		Generazione di risorse finanziarie	Nuove aperture e ristrutturazioni	Soddisfazione del cliente	Valorizzazione dei collaboratori	Attenzione all'ambiente e al territorio
CAPITALI	Finanziario	+ EAT + EBITDA % + Cash flow + Vendite nette punti vendita diretti + Vendite nette ad affiliati + Scontrino medio + Valore economico direttamente generato	+ Investimenti netti	+ Spese correnti per la qualità alimentare + Sanzioni su prodotti e servizi	+ Importi stanziati per incentivi + Costo per luogo di lavoro + Costi di formazione + Sanzioni per non conformità	+ Variazione dei costi energetici in infrastrutture + Investimenti in infrastrutture + Spese per la tutela ambientale + Sanzioni in materia ambientale + Valore delle sponsorizzazioni + Liberalità e raccolte fondi + Alimenti donati + Imposte indirette
	Materiale e infrastrutturale		+ Rete di vendita	+ Grado di diversificazione e copertura dell'offerta		
	Organizzativo	+ Report Integrato		+ Analisi e controlli di qualità volontari + N° di customer data breaches	+ OHSAS 18001	+ ISO 14001
	Umano		+ Assunti nei nuovi punti vendita		+ N° dipendenti + Diversità e welfare + Turnover del personale + Ore di formazione dipendenti + Ore di formazione medie per dipendente + Sondaggio clima aziendale + Tasso di infortuni e malattia + Tasso di assenteismo + Tasso di infortunio società in outsourcing	+ Ripartizione territoriale dei collaboratori
	Sociale e relazionale	+ Affidamenti e utilizzi + Valore economico distribuito		+ Scelta assortimentale + Numero scontrini + Customer satisfaction + Immagine aziendale su stampa e web	+ Recruiting per stage + Recruiting per assunzioni	+ N. degli eventi sponsorizzati
	Naturale					+ Innovazione ambientale + Consumo diretto e indiretto di energia + Emissioni dirette e indirette + Consumo di elettricità + Rifiuti prodotti + Peso dei materiali di confezionamento utilizzati
	SDGs					

Trade-off

La rappresentazione dei principali trade-off dei capitali mostra la loro interazione e il loro cambiamento di valore nel tempo. Di seguito descriviamo le interdipendenze tra capitali evidenziandone i principali impatti nel processo di creazione del valore nel triennio 2017-2019. L'analisi quali-quantitativa delle azioni intraprese su ciascun capitale è stata effettuata riclassificando i dati medi del triennio considerato, espressi nelle tabelle di "Performance".





Cosa faremo

PROSPETTIVE FUTURE

74

Aspiag Service guarda al futuro investendo in sviluppo e innovazione e prendendo in considerazione i trend di riferimento. In questo modo garantisce continuità per il raggiungimento degli obiettivi e per la crescita dei capitali negli anni a venire.

Prospettive future

Il commercio globale si è attenuato nell'anno e si prevede una lenta espansione nel medio termine.

L'attuale debolezza del commercio internazionale, soprattutto nel comparto manifatturiero, e la crescente incertezza tra le ricorrenti tensioni commerciali e politiche, continua a pesare sullo sviluppo economico globale, frenando gli investimenti (fonte: BCE). Le difficoltà vengono ulteriormente alimentate dai rischi generati dal Coronavirus a livello mondiale sia per la sanità che l'economia e dal crescente conflitto tra USA e Iran, i cui effetti sui prezzi del petrolio e sul commercio internazionale sono ancora da decifrare. Gli elementi distensivi arrivano invece da una maggior chiarezza sul fronte della Brexit ed ad un allentamento delle dispute commerciali tra Stati Uniti e Cina (fonte: Istat).

I dati recenti denotano una lenta espansione dell'attività globale che continuerà ad essere sostenuta da condizioni finanziarie favorevoli, da un aumento dell'occupazione e da una posizione fiscale leggermente espansiva nell'area-euro (fonte: Banca d'Italia) con l'obiettivo di contrastare l'indebolimento ciclico ed affrontare con determinazione nodi strutturali quali la carenza di investimenti pubblici, i cambiamenti climatici e le tensioni sociali. In Italia, le azioni politiche sono allineate a quelle europee ed orientate a dare stimolo alla domanda interna tramite investimenti pubblici, senza però tralasciare l'attenzione ad una riduzione del

rapporto debito/PIL: la crescita economica stimata è del +0,4% per il 2020 (fonte: DEF 2019).

In questo contesto il trend del commercio al dettaglio presenta una crescita positiva (+0,8% sul 2018) grazie alla dinamicità del Sud (+0,9% rispetto al -0,6% del 2018) e alla crescita del canale discount e dei gruppi strutturati a scapito dei piccoli esercizi, in difficoltà davanti alla competizione sui prezzi. I margini in calo e le difficoltà di alcuni player si sono rivelate per altri delle opportunità. Nel 2020 le previsioni di crescita (fonte: Nielsen su ricerche dati Iri) della grande distribuzione sono stimate al +1,4% sul 2019, senza tenere conto della spinta del canale e-commerce: gli acquisti alimentari online nel 2019 sono cresciuti del +26% rispetto al 2018, con una quota sul totale grocery prossima al 2,5%, e continueranno presumibilmente a rafforzarsi nel 2020 con una ulteriore crescita del +30%. Nelle dinamiche evolutive si segnala anche un possibile rialzo dei prezzi (+1%) a fronte di circa mezzo punto registrato nel 2019 e una canalizzazione degli acquisti verso la DMO rispetto il piccolo dettaglio tradizionale. Nel 2020 lo sviluppo della rete di vendita in metri quadri sarà realizzato in prevalenza dai discount e dai supermercati mentre continuerà il calo per gli iper (già dello -0,9% a fine 2019).

Le prospettive future di Aspiag Service sono espresse di seguito per obiettivo strategico.

Incremento della quota di mercato e generazione di risorse finanziarie



La nostra strategia è favorita dal costante incremento del fatturato, della superficie di vendita e dal miglioramento dell'efficienza dei costi. La solidità della rete europea di cui facciamo parte è un'ulteriore garanzia per il futuro e ci aiuterà ad affrontare gli impegni dei prossimi anni. Continueranno gli investimenti volti ad accrescere la nostra presenza sul mercato, con parti-

colare attenzione alla crescita nel medio e lungo termine e sulla ristrutturazione dei punti vendita esistenti nelle zone già coperte. In merito a ciò grazie alla nostra consolidata strategia di sostenibilità, avremo dal 2020 la possibilità di sottoscrivere un contratto di finanziamento a tasso ridotto basato su logiche di sostenibilità ambientale (Green loan).

Previsioni di crescita nei prossimi 3 anni	2020	2021	2022
Vendite netto IVA	4,62%	4,74%	8,77%
Vendite netto IVA LFL	1,85%	1,43%	1,58%
EBTDA	2,45%	10,97%	10,77%
Investimenti (in milioni di euro)	129,90	140,20	141,10

Nota: le prospettive di vendita sono considerate attendibili sulla base dell'arco temporale necessario affinché gli investimenti realizzati in un anno siano in grado di generare vendite nette, e ciò in ragione dei lunghi tempi amministrativi richiesti per arrivare all'operatività dei nuovi punti vendita. I risultati dell'EBTDA e degli investimenti qui esposti sono legati al raggiungimento dei target di fatturato aziendale.

Nuove aperture e ristrutturazioni



Aspiag Service continuerà a cogliere le opportunità di espansione sul territorio nonostante la già ampia diffusione nel Triveneto e la presenza crescente in Emilia Romagna, sia attraverso nuove aperture che con miglioramenti, ristrutturazioni e acquisizioni. Tra i principali progetti di sviluppo è prevista l'estensione del nuovo format Interspar, il cui sviluppo è iniziato con il punto vendita di Carpi e proseguirà con

quello di Casier (TV). Nel 2020 si prevedono anche 7 aperture sia nelle regioni del Triveneto sia in Emilia Romagna, e si prediligeranno i punti vendita nei centri abitati più piccoli e la riqualifica di zone degradate. Tra queste riqualifiche, particolarmente degna di nota sarà quella della zona dell'Ex Maddalena a Trieste, che vedrà sorgere un Eurospar al posto del dismesso ospedale psichiatrico.

Soddisfazione del cliente



Dal 2020 una nuova strategia di marca comunicherà un nuovo posizionamento del brand, in linea con l'avvento dei 60 anni di Despar Italia. Questo anniversario vedrà una campagna comunicativa estesa su canali televisivi, digitali, cartacei. Le celebrazioni vedranno valorizzati i prodotti a marchio e il brand attraverso iniziative itineranti nel truck e insieme ai collaboratori e agli affiliati, in modo da rafforzare l'identità e i valori del marchio Despar. Anche l'App Despar Tribù continuerà a innovarsi, attraverso aggiornamenti smart, estendendosi verso il canale affiliati e offrendo punti cuore in relazione a categorie di prodotti selezionate

anche tra i fornitori dell'industria. Per andare sempre più incontro alle esigenze dei clienti, il personale vedrà nuovi progetti formativi, come quelli sul reparto gastronomia e su ricette e preparazione dei prodotti insieme a dei cuochi. Per i prodotti a marchio Despar il 2020 sarà l'anno del rilancio delle linee Verde Vera e Gemma Verde e l'ingresso di Enjoy, inquadrato nella strategia di consolidamento della quota dei prodotti a marchio sul fatturato. In questo senso sono previsti un maggior numero di prodotti per linee di mercato in crescita o in aree merceologiche ancora in deficit e il miglioramento della spinta promozionale.

Valorizzazione dei collaboratori



L'ascolto delle esigenze dei collaboratori darà il via ad alcune innovazioni per il 2020. Per il recruiting inizierà ad essere utilizzato il truck, che diverrà ulteriore sede di colloqui in tutte le regioni. Per i collaboratori dei punti vendita saranno velocizzate le procedure di inventario grazie alle nuove funzionalità delle bilance e saranno semplificate le procedure di lettura dei contatori e di monitoraggio degli scarti, attraverso estensioni delle funzioni dei PDA. In ambito Sicurezza sul Lavoro è stato attivato un progetto finalizzato a sensibilizzare i collaboratori sulle corrette procedure di movimentazione manuale dei carichi. In occasione di ogni visita medica verrà consegnato al collaboratore, a cura del Medico Competente, un opuscolo informativo che riassume ed illustra le procedure in questione.

Si è recentemente conclusa la consegna di ulteriori 23 Defibrillatori Semiautomatici consentendo in tal modo la copertura del canale Interspar. Obiettivo principale del 2020 è la transizione del Sistema di Gestione della Sicurezza sul Lavoro applicato a tutte unità operative aziendali, dallo schema OHSAS 18001 al nuovo standard UNI EN ISO 45001. Tale passaggio potrà favorire una futura integrazione con lo schema di certificazione ambientale UNI EN ISO 14001. La funzione della gestione del personale individuerà le migliori scelte organizzative in grado di rispondere alle esigenze dei collaboratori e delle filiali, per agevolare la conciliazione casa-lavoro e garantire un ambiente di lavoro positivo ed orientato all'ottimale servizio al cliente.

Attenzione all'ambiente e al territorio



Nel 2020 continuerà l'impegno sui fronti dell'ambiente e del territorio. La certificazione ISO 14001, che al 31/12/19 riguarda 43 punti vendita e due sedi, vedrà ampliato il perimetro di ulteriori 3 punti vendita, così come verrà estesa la politica ambientale lungo la catena di fornitura.

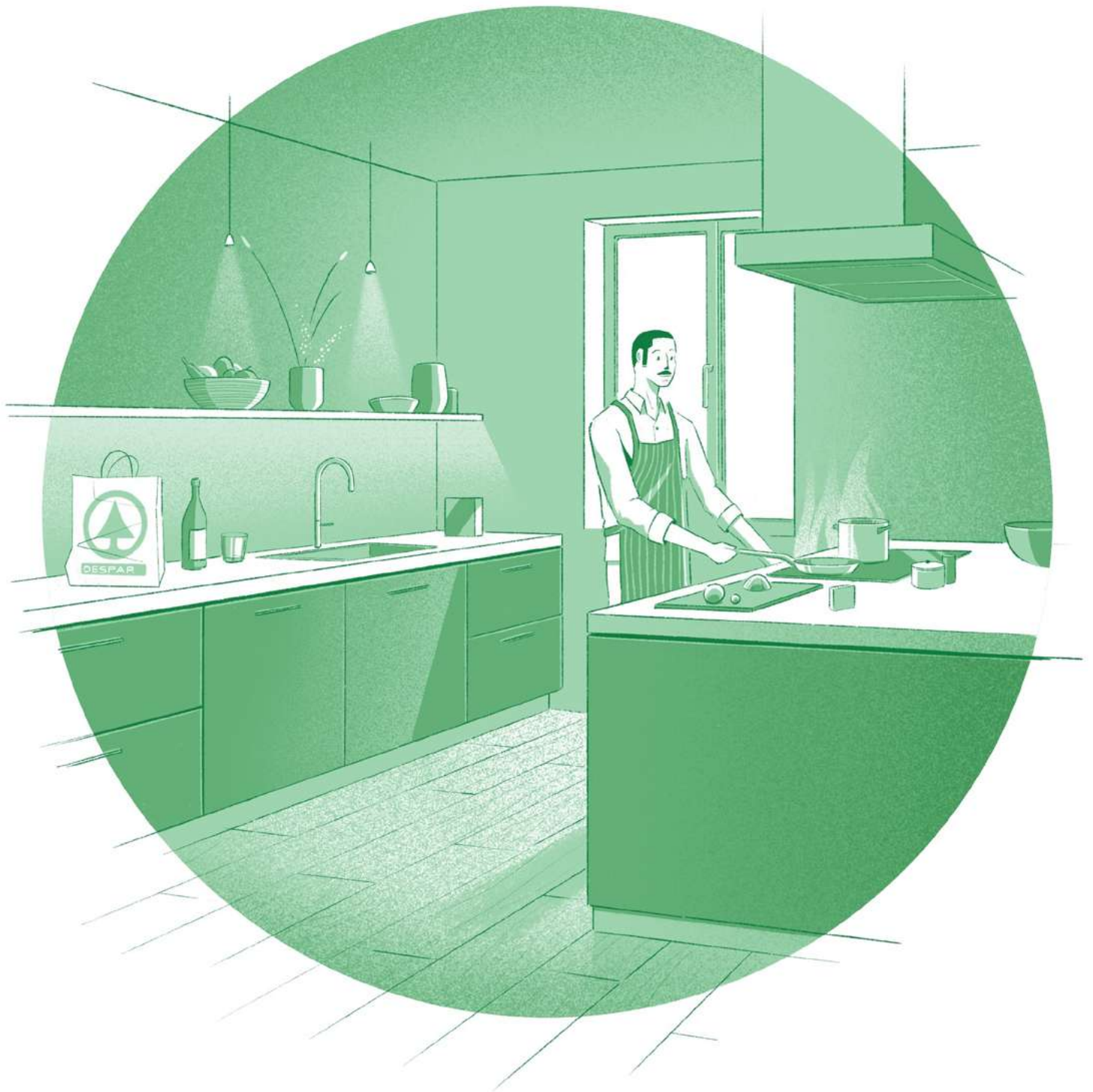
Altri progressi verranno fatti sul fronte packaging, che a partire dai prodotti a marchio andrà più incontro alle esigenze sostenibili.

Nel 2020 Aspiag Service concentrerà risorse nella ricerca di materiali di confezionamento, packaging, shopper e contenitori, per trovare soluzioni sempre più in linea con la diminuzione nell'uso della plastica. Sempre su questo tema, nel 2020 inizierà la sostituzione dei prodotti in plastica monouso con prodotti da materiali riciclati.

Continueranno anche le iniziative a sostegno delle comunità in parallelo alle attività di sviluppo.

Una Supply Chain che crea valore

Nel 2019 è proseguito il progetto SCOR (Supply Chain Operation Reference) sull'efficienza della catena di fornitura atto ad allinearne metriche, processi e KPI. La progressiva applicazione di questo standard internazionale avviene grazie a un gruppo di lavoro trasversale tra le direzioni Acquisti, Logistica, BPM. Nel 2019 è stato implementato un primo progetto di analisi per monitorare con una metrica standard e condivisa la qualità e la quantità delle consegne nel magazzino secchi di Mestrino (PD).



Allegati

NOTA METODOLOGICA

80

GRI CONTEXT INDEX

83

GLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE

86

**RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE
SULLA REVISIONE LIMITATA DELL'INFORMATIVA GRI**

88

**RELAZIONE SULLA REVISIONE CONTABILE
DEL BILANCIO D'ESERCIZIO**

91

Nota metodologica

Per spiegare in modo chiaro ed esauriente la connessione delle informazioni contenute nel Report Integrato, ci affidiamo a linee guida e standard quali:

- l'International <IR> Framework come pubblicato dall'International Integrated Reporting Council (IIRC);
- i GRI Sustainability Reporting Standards pubblicati nel 2016 dal Global Reporting Initiative (GRI). Il presente report è stato redatto in conformità ai GRI Standards: opzione Core;
- gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030 dell'ONU;
- la normativa civilistica;
- i principi contabili emanati dall'Organismo Italiano di Contabilità (OIC).

Il Report segue il Framework <IR> per i concetti di creazione di valore e connettività, il GRI per gli indicatori economici, sociali e ambientali e l'Agenda 2030 dell'ONU (SDGs) per i temi di sostenibilità.

Il Report Integrato di Aspiag Service include i diversi elementi di contenuto dell'IIRC: presentazione dell'organizzazione e dell'ambiente esterno, governance ("Chi siamo"); modello di business, rischi e opportunità, strategia e allocazione delle risorse ("Cosa facciamo"); performance ("Cosa abbiamo fatto"); prospettive future ("Cosa faremo"); base di preparazione e presentazione ("Allegati").

Questa impostazione della reportistica mira a raccontare come l'Azienda crei valore nel tempo. La creazione di valore aziendale (p. 34) inizia da alcuni indicatori significativi del 2018, che inseriti ed utilizzati dal modello di business aziendale, permettono il raggiungimento degli stessi nel 2019 e dei relativi impatti.

Gli impatti rappresentano i temi significativi (o materiali) per l'Azienda e gli stakeholder, come effetti delle attività aziendali nel contesto in cui opera.

Gli indicatori di inizio e fine esercizio e i temi materiali sono contraddistinti da colori, che rimandano ai capitali di riferimento, e sono strettamente legati alla strategia aziendale come si evince dal capitolo "Performance". Ad esempio, l'indicatore degli investimenti netti (p. 47) nel 2018 ammontava a 130 mln e segna 134,6 mln nel 2019. L'indicatore porta il colore azzurro in relazione al capitale finanziario e impatta il

tema materiale "Performance finanziaria", anch'esso in azzurro.

Le interazioni che scaturiscono da questo flusso spiegano da un lato il concetto di trade-off, ossia la variazione (incremento, riduzione, trasformazione) delle risorse a disposizione che divengono nuovi input per l'esercizio successivo, dall'altro il concetto di connettività, rappresentato anche tramite la matrice di pag. 70. I nostri obiettivi strategici sono allineati sia alla mission, alla vision e ai valori aziendali, sia agli SDGs e all'ascolto degli stakeholder (p. 33). La rendicontazione riunifica questi aspetti per dare agli stakeholder il quadro aziendale complessivo.

Per quanto riguarda il processo di rendicontazione, il periodico working group predisposto per il Report Integrato raccoglie i dati quantitativi e qualitativi che favoriscono una maggior condivisione delle informazioni. Ulteriori informazioni non sviluppate internamente, come quelle relative al contesto economico, vengono sempre indicate con la fonte di riferimento, così come alcune metodologie di calcolo dei dati in tabella.

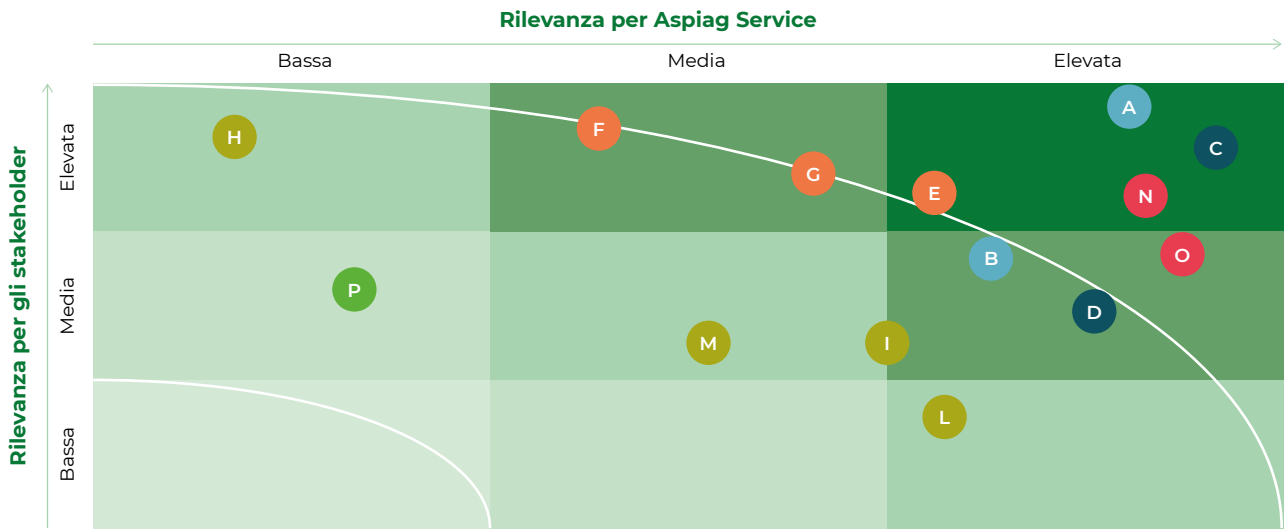
I dati riportati nel Report Integrato 2019 sono comparati con quelli dei periodi 2018 e 2017 per offrire al lettore un quadro completo dell'andamento aziendale. I dati del 2019 comprendono anche i dati relativi alla società incorporata Superdistribuzione S.r.l., a differenza dei dati 2018 e 2017 che sono riferiti alla sola Aspiag Service in linea con il Bilancio d'esercizio. Altri cambiamenti nella rendicontazione dei dati possono darsi in caso di aggiornamento dei GRI o in base alla differente disponibilità interna dei dati.

La Società di Revisione EY S.p.A. verifica e certifica l'informativa richiesta dai GRI Standards.

Nel presente Report sono stati inseriti gli Schemi di Bilancio sotto forma di infografica (pp. 38-43), elaborati dai dati del Bilancio disponibile in forma completa all'indirizzo:

<https://www.despar.it/it/bilancio-esercizio-2019/>

Quest'anno è stata aggiornata la matrice di materialità, che insieme al perimetro di rendicontazione del Report, è rappresentata di seguito.



- A** Performance finanziaria
- B** Sostegno a comunità e territorio
- C** Sviluppo rete commerciale
- D** Innovazione offerta e servizi
- E** Qualità e sicurezza dei prodotti
- F** Etica aziendale
- G** Privacy / data protection
- H** Attrattività come datore di lavoro
- I** Tutela del posto di lavoro
- L** Formazione dei collaboratori
- M** Sicurezza e benessere dei collaboratori
- N** Soddisfazione dei clienti
- O** Reputazione aziendale
- P** Riduzione impatto ambientale

Temi materiali	Temi GRI	Perimetro e limitazione dei temi
Performance finanziaria	Performance economiche	Aspiag Service
	Impatti economici indiretti	Aspiag Service
Sostegno a comunità e territorio	Compliance ambientale	Aspiag Service
	Compliance socioeconomica	Aspiag Service
Sviluppo rete commerciale	-	Aspiag Service
Innovazione offerta e servizi	-	Aspiag Service
Qualità e sicurezza dei prodotti	Salute e sicurezza dei clienti	Aspiag Service
	Anticorruzione	Aspiag Service
Etica aziendale	Comportamento anticoncorrenziale	Aspiag Service
	Politica pubblica	Aspiag Service
Privacy/data protection	Privacy dei clienti	Aspiag Service
Attrattività come datore di lavoro	-	Aspiag Service
	Relazioni tra lavoratori e management	Aspiag Service
Tutela del posto di lavoro	Non discriminazione	Aspiag Service
	Occupazione	Aspiag Service
Sicurezza e benessere dei collaboratori	Diversità e pari opportunità	Aspiag Service
	Salute e sicurezza sul lavoro	Aspiag Service, cooperative esterne
Formazione dei collaboratori	Formazione e istruzione	Aspiag Service
Soddisfazione dei clienti	-	Aspiag Service
Reputazione aziendale	Performance economica	Aspiag Service
Riduzione impatto ambientale	Materiali	Aspiag Service, supply chain. La rendicontazione non è estesa alla supply chain.
	Energia	Aspiag Service
	Emissioni	Aspiag Service, supply chain. La rendicontazione non è estesa alla supply chain.
	Scarichi idrici e rifiuti	Aspiag Service

GRI context index

GRI	Disclosure	Pagina	Note / omissioni
Standard Universali			
Profilo dell'organizzazione			
102-1	Nome dell'organizzazione	9	
102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi	11, 22	
102-3	Luogo della sede principale	24, 25	
102-4	Luogo delle attività	11, 14-15, 21-22	
102-5	Proprietà e forma giuridica	12, 13	
102-6	Mercati serviti	11, 22	
102-7	Dimensione dell'organizzazione	3, 11, 32, 38-43	
102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	56, 57, 69	
102-9	Catena di fornitura	22-27	
102-10	Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	80-81	
102-11	Principio di precauzione	30-31	
102-12	Iniziative esterne	19	
102-13	Adesioni ad associazioni	28-29	
Strategia			
102-14	Dichiarazione di un alto dirigente	3	
Etica e integrità			
102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento	9, 19	
Governance			
102-18	Struttura della governance	16-19	
Coinvolgimento degli stakeholder			
102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder	28-29	
102-41	Accordi di contrattazione collettiva	56	
102-42	Identificazione e selezione degli stakeholder	28-29	
102-43	Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	28-29	
102-44	Temi e criticità chiave sollevati	28-29	
Pratiche di rendicontazione			
102-45	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	13	
102-46	Definizione del contenuto del report e del perimetro dei temi	80-81	
102-47	Elenco dei temi materiali	80-81	
102-48	Revisione delle informazioni	80-81	
102-49	Modifiche nella rendicontazione	80-81	
102-50	Periodo di rendicontazione	80-81	
102-51	Data del report più recente	80-81	
102-52	Periodicità della rendicontazione	80-81	
102-53	Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report	4	
102-54	Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards	4, 80-81	
102-55	Indice dei contenuti GRI	82	
102-56	Assurance esterna		
Standard Specifici			
GRI 200: Economico			
Performance economiche			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	44-45	
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	45	

GRI	Disclosure	Pagina	Note / omissioni
Impatti economici indiretti			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	64-69	
203-1	Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	69	Alcune informazioni di dettaglio relative all'indicatore non sono attualmente disponibili. Aspiag si impegna, nei prossimi anni, a raccogliere i dati necessari alla copertura dell'indicatore.
Anticorruzione			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	19	
205-2	Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	19	Alcune informazioni di dettaglio relative all'indicatore non sono attualmente disponibili.
Comportamento anticoncorrenziale			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	19	
206-1	Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopoliste	19	
GRI 300: Ambiente			
Materiali			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	64-69	
301-1	Materiali utilizzati per peso o volume	67	Le informazioni relative all'indicatore non sono disponibili ad eccezione del consumo dei materiali di confezionamento dei prodotti alimentari e degli shopper. Aspiag si impegna, nei prossimi anni, a raccogliere i dati necessari alla copertura dell'indicatore.
Energia			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	64-69	
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	65	
302-3	Intensità energetica	65	
302-4	Riduzione del consumo di energia	64	
Emissioni			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	64-69	
305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	65	
305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	66	
305-3	Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	66	
Scarichi idrici e rifiuti			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	64-69	
306-2	Rifiuti per tipo e metodo di smaltimento	67	









GRI	Disclosure	Pagina	Note / omissioni
Compliance ambientale			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	64-69	
307-1	Non conformità con leggi e normative in materia ambientale	68	
GRI 400: Sociale			
Occupazione			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	54-63	
401-1	Nuove assunzioni e turnover	57	
401-3	Congedo parentale	59	
Relazioni tra lavoratori e management			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	54-63	
402-1	Periodo minimo di preavviso per cambiamenti operativi	56	
Salute e sicurezza sul lavoro			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione dei temi materiali e del loro perimetro, approccio di gestione e relativa valutazione	54-63	
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	62	
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	62	
403-3	Servizi di medicina del lavoro	62	
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	62	
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	62	
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	59	
403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	62	
403-9	Infortuni sul lavoro	63	
403-10	Malattie professionali	63	Alcune informazioni di dettaglio relative all'indicatore non sono presenti per motivi di riservatezza.
Formazione e istruzione			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	54-63	
404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	61	

GRI	Disclosure	Pagina	Note / omissioni
Diversità e pari opportunità			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	18, 54-63	
405-1	Diversità negli organi di governo dell'impresa e tra i dipendenti	18, 58	
405-2	Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	59	
Non discriminazione			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	54-63	
406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	56	
Politica pubblica			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	19	
415-1	Contributi politici	19	
Sicurezza e salute dei clienti			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	49	
416-1	Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotto e servizi	49	
Privacy dei clienti			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	50-51	
418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	51	
Compliance socioeconomica			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	49, 54-63	
419-1	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	49, 57	

Gli obiettivi di sviluppo sostenibile

Obiettivi	Descrizione	Pag.	Rif. GRI
 1. Sconfiggere la povertà	Porre fine ad ogni forma di povertà nel mondo		
 2. Sconfiggere la fame	Porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile.		
 3. Salute e benessere	Assicurare la salute e il benessere di tutti e per tutte le età.	49, 59, 63, 76	403-8, 403-9, 403-10, 416-1
 4. Istruzione di qualità	Fornire un'educazione di qualità, equa e inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti.	52, 55, 61, 76	404-1
 5. Parità di genere	Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze.	18, 58-59	401-3, 405-1, 405-2
 6. Acqua pulita e servizi igienico-sanitari	Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico sanitarie.		
 7. Energia pulita e accessibile	Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni.	64	
 8. Lavoro dignitoso e crescita economica	Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti.	45, 56, 57, 76	102-8, 102-41, 201-1, 401-1, 402-1, 405-1, 406-1
 9. Imprese, innovazione e infrastrutture	Costruire un'infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una nuova industrializzazione equa, responsabile e sostenibile.	46, 69	203-1

L'impegno di Aspiag Service in materia di Obiettivi di Sviluppo Sostenibile si concentra su 5 SDGs. Allo stesso tempo è vero che l'Azienda si impegna anche su più fronti, che impattano in misura indiretta anche sui restanti Obiettivi. Di seguito è possibile trovare i riferimenti di pagina e agli indicatori GRI, degli SDGs impattati.

Obiettivi	Descrizione	Pag.	Rif. GRI
 10. Ridurre le disuguaglianze	Ridurre l'ineguaglianza all'interno di e fra le nazioni.	59	405-2
 11. Città e comunità sostenibili	Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili.	46, 75	
 12. Consumo e produzione responsabili	Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo.	64-67, 69, 76	306-2
 13. Lotta contro il cambiamento climatico	Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico.	64-67, 76	305-1, 305-2, 305-3
 14. Vita sott'acqua	Conservare e utilizzare in modo durevole gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile.	48, 67	
 15. Vita sulla terra	Proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre.	48, 52, 64	
 16. Pace, giustizia e istituzioni	Promuovere società pacifiche e più inclusive per uno sviluppo sostenibile.	19, 51, 56	418-1
 17. Partnership per gli obiettivi	Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile.	69	

Relazione della società di revisione indipendente sui dati e le informazioni contenute nel Report Integrato 2019 richiamate nel “GRI content index”

Al Consiglio di Amministrazione della Aspiag Service S.r.l.

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato (“limited assurance engagement”) dei dati e delle informazioni contenute nel Report Integrato 2019 della Aspiag Service S.r.l. (di seguito “la Società”) richiamate nel “GRI content index” relativo all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2019 (di seguito anche “Informativa GRI del Report Integrato”).

Responsabilità degli Amministratori per l’Informativa GRI del Report Integrato

Gli Amministratori della Aspiag Service S.r.l. sono responsabili per la redazione dell’Informativa GRI del Report Integrato in conformità ai “Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards” definiti dal GRI - Global Reporting Initiative (“GRI Standards”), come descritto nella sezione “Nota metodologica” del Report Integrato 2019.

Gli Amministratori sono altresì responsabili per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di una Informativa GRI del Report Integrato che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono inoltre responsabili per la definizione degli obiettivi della Aspiag Service S.r.l. in relazione alla performance di sostenibilità, nonché per l’identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare.

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza del *Code of Ethics for Professional Accountants* emesso dall’*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

La nostra società di revisione applica l’*International Standard on Quality Control 1* (ISQC Italia 1) e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità dell'Informativa GRI del Report Integrato rispetto a quanto richiesto dai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel principio "*International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*" (di seguito anche "*ISAE 3000 Revised*"), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board* (IAASB) per gli incarichi di limited assurance. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che l'Informativa GRI del Report Integrato non contenga errori significativi.

Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'*ISAE 3000 Revised* ("*reasonable assurance engagement*") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sull'Informativa GRI del Report Integrato si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della Società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nell'Informativa GRI del Report Integrato, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili. In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

- analisi del processo di definizione dei temi rilevanti rendicontati nell'Informativa GRI del Report Integrato, con riferimento alle modalità di identificazione in termini di loro priorità per le diverse categorie di stakeholder e alla validazione interna delle risultanze del processo;
- comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nell'Informativa GRI del Report Integrato e i dati e le informazioni incluse nel bilancio d'esercizio della Società;
- comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nell'Informativa GRI del Report Integrato.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di Aspiag Service S.r.l. e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione dell'Informativa GRI del Report Integrato.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche della Società:

- a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nell'Informativa GRI del Report Integrato abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;

- b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che l'Informativa GRI del Report Integrato della Aspiag Service S.r.l. relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" del Report Integrato 2019.

Verona, 8 aprile 2020

EY S.p.A.

Maria Faedo
(Revisore Legale)

Relazione della società di revisione indipendente ai sensi dell' art.14 del D. Lgs. 27 gennaio 2010, n. 39

Al Socio Unico della
Aspiag Service S.r.l.

Relazione sulla revisione contabile del bilancio d'esercizio

Giudizio

Abbiamo svolto la revisione contabile del bilancio d'esercizio della Aspiag Service S.r.l. (la Società), costituito dallo stato patrimoniale al 31 dicembre 2019, dal conto economico e dal rendiconto finanziario per l'esercizio chiuso a tale data e dalla nota integrativa.

A nostro giudizio, il bilancio d'esercizio fornisce una rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale e finanziaria della Società al 31 dicembre 2019, del risultato economico e dei flussi di cassa per l'esercizio chiuso a tale data, in conformità alle norme italiane che ne disciplinano i criteri di redazione.

Elementi alla base del giudizio

Abbiamo svolto la revisione contabile in conformità ai principi di revisione internazionali (ISA Italia). Le nostre responsabilità ai sensi di tali principi sono ulteriormente descritte nella sezione *Responsabilità della società di revisione per la revisione contabile del bilancio d'esercizio* della presente relazione. Siamo indipendenti rispetto alla Società in conformità alle norme e ai principi in materia di etica e di indipendenza applicabili nell'ordinamento italiano alla revisione contabile del bilancio. Riteniamo di aver acquisito elementi probativi sufficienti ed appropriati su cui basare il nostro giudizio.

Responsabilità degli amministratori e del collegio sindacale per il bilancio d'esercizio

Gli amministratori sono responsabili per la redazione del bilancio d'esercizio che fornisca una rappresentazione veritiera e corretta in conformità alle norme italiane che ne disciplinano i criteri di redazione e, nei termini previsti dalla legge, per quella parte del controllo interno dagli stessi ritenuta necessaria per consentire la redazione di un bilancio che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli amministratori sono responsabili per la valutazione della capacità della Società di continuare ad operare come un'entità in funzionamento e, nella redazione del bilancio d'esercizio, per l'appropriatezza dell'utilizzo del presupposto della continuità aziendale, nonché per una adeguata informativa in materia. Gli amministratori utilizzano il presupposto della continuità aziendale nella redazione del bilancio d'esercizio a meno che abbiano valutato che sussistono le condizioni per la liquidazione della Società o per l'interruzione dell'attività o non abbiano alternative realistiche a tali scelte.

Il collegio sindacale ha la responsabilità della vigilanza, nei termini previsti dalla legge, sul processo di predisposizione dell'informativa finanziaria della Società.

Responsabilità della società di revisione per la revisione contabile del bilancio d'esercizio

I nostri obiettivi sono l'acquisizione di una ragionevole sicurezza che il bilancio d'esercizio nel suo complesso non contenga errori significativi, dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali, e l'emissione di una relazione di revisione che includa il nostro giudizio. Per ragionevole sicurezza si intende un livello elevato di sicurezza che tuttavia non fornisce la garanzia che una revisione contabile svolta in conformità ai principi di revisione internazionali (ISA Italia) individui sempre un errore significativo, qualora esistente. Gli errori possono derivare da frodi o da comportamenti o eventi non intenzionali e sono considerati significativi qualora ci si possa ragionevolmente attendere che essi, singolarmente o nel loro insieme, siano in grado di influenzare le decisioni economiche degli utilizzatori prese sulla base del bilancio d'esercizio.

Nell'ambito della revisione contabile svolta in conformità ai principi di revisione internazionali (ISA Italia), abbiamo esercitato il giudizio professionale e abbiamo mantenuto lo scetticismo professionale per tutta la durata della revisione contabile. Inoltre:

- abbiamo identificato e valutato i rischi di errori significativi nel bilancio d'esercizio, dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali; abbiamo definito e svolto procedure di revisione in risposta a tali rischi; abbiamo acquisito elementi probativi sufficienti ed appropriati su cui basare il nostro giudizio. Il rischio di non individuare un errore significativo dovuto a frodi è più elevato rispetto al rischio di non individuare un errore significativo derivante da comportamenti o eventi non intenzionali, poiché la frode può implicare l'esistenza di collusioni, falsificazioni, omissioni intenzionali, rappresentazioni fuorvianti o forzature del controllo interno;
- abbiamo acquisito una comprensione del controllo interno rilevante ai fini della revisione contabile allo scopo di definire procedure di revisione appropriate nelle circostanze, e non per esprimere un giudizio sull'efficacia del controllo interno della Società;
- abbiamo valutato l'appropriatezza dei principi contabili utilizzati nonché la ragionevolezza delle stime contabili effettuate dagli amministratori e della relativa informativa;
- siamo giunti ad una conclusione sull'appropriatezza dell'utilizzo da parte degli amministratori del presupposto della continuità aziendale e, in base agli elementi probativi acquisiti, sull'eventuale esistenza di una incertezza significativa riguardo a eventi o circostanze che possono far sorgere dubbi significativi sulla capacità della Società di continuare ad operare come un'entità in funzionamento. In presenza di un'incertezza significativa, siamo tenuti a richiamare l'attenzione nella relazione di revisione sulla relativa informativa di bilancio ovvero, qualora tale informativa sia inadeguata, a riflettere tale circostanza nella formulazione del nostro giudizio. Le nostre conclusioni sono basate sugli elementi probativi acquisiti fino alla data della presente relazione. Tuttavia, eventi o circostanze successivi possono comportare che la Società cessi di operare come un'entità in funzionamento;
- abbiamo valutato la presentazione, la struttura e il contenuto del bilancio d'esercizio nel suo complesso, inclusa l'informativa, e se il bilancio d'esercizio rappresenti le operazioni e gli eventi sottostanti in modo da fornire una corretta rappresentazione.

Abbiamo comunicato ai responsabili delle attività di governance, identificati ad un livello appropriato come richiesto dai principi di revisione internazionali (ISA Italia), tra gli altri aspetti, la portata e la tempistica pianificate per la revisione contabile e i risultati significativi emersi, incluse le eventuali carenze significative nel controllo interno identificate nel corso della revisione contabile.

Relazione su altre disposizioni di legge e regolamentari

Giudizio ai sensi dell'art. 14, comma 2, lettera e), del D. Lgs. 27 gennaio 2010, n. 39

Gli amministratori della Aspiag Service S.r.l. sono responsabili per la predisposizione della relazione sulla gestione della Aspiag Service S.r.l. al 31 dicembre 2019, inclusa la sua coerenza con il relativo bilancio d'esercizio e la sua conformità alle norme di legge.

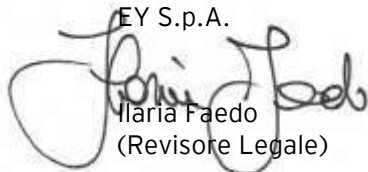
Abbiamo svolto le procedure indicate nel principio di revisione (SA Italia) n. 720B al fine di esprimere un giudizio sulla coerenza della relazione sulla gestione con il bilancio d'esercizio della Aspiag Service S.r.l. al 31 dicembre 2019 e sulla conformità della stessa alle norme di legge, nonché di rilasciare una dichiarazione su eventuali errori significativi.

A nostro giudizio, la relazione sulla gestione è coerente con il bilancio d'esercizio della Aspiag Service S.r.l. al 31 dicembre 2019 ed è redatta in conformità alle norme di legge.

Con riferimento alla dichiarazione di cui all'art. 14, c.2, lettera e), del D. Lgs. 27 gennaio 2010, n. 39, rilasciata sulla base delle conoscenze e della comprensione dell'impresa e del relativo contesto acquisite nel corso dell'attività di revisione, non abbiamo nulla da riportare.

Verona, 8 aprile 2020

EY S.p.A.



Maria Faedo
(Revisore Legale)

Aspiag Service S.r.l.

Sede Legale

Via Bruno Buozzi, 30 - 39100 Bolzano

www.despar.it

Aspiag Service S.r.l. fa parte del gruppo internazionale Spar Austria con sede a Salisburgo ed è la concessionaria del marchio Despar per il Nordest italiano e l'Emilia Romagna.

Sede legale: Bolzano.

Capitale sociale: Euro 79.320.000,00 interamente versato.

Concept design

Realizzazione grafica

a cura di:

The Visual Agency

Milano (MI)

Stampato da:

Grafiche Nuova Jolly s.a.s.

Rubano (PD)

Aspiag Service S.r.l. nel rispetto dell'ambiente, ha scelto di far stampare questo report su carta proveniente da foreste gestite in maniera responsabile secondo i criteri FSC® (Forest Stewardship Council®). Per la stampa sono stati usati inchiostri con solventi a base vegetale.



Aspiag Service S.r.l.
Despar Nordest