

2019

**Report
Integrato
*in sintesi***



Aspiag Service S.r.l.
Despar Nordest

Report Integrato *in sintesi*

Rappresentiamo ancora una volta il racconto del valore - non solo economico e finanziario - ma anche sociale e ambientale che abbiamo generato per noi e per i nostri stakeholder nel 2019 nell'ottica di uno sviluppo sostenibile.

“Il nostro filo conduttore è 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 sono la dimostrazione.”

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**

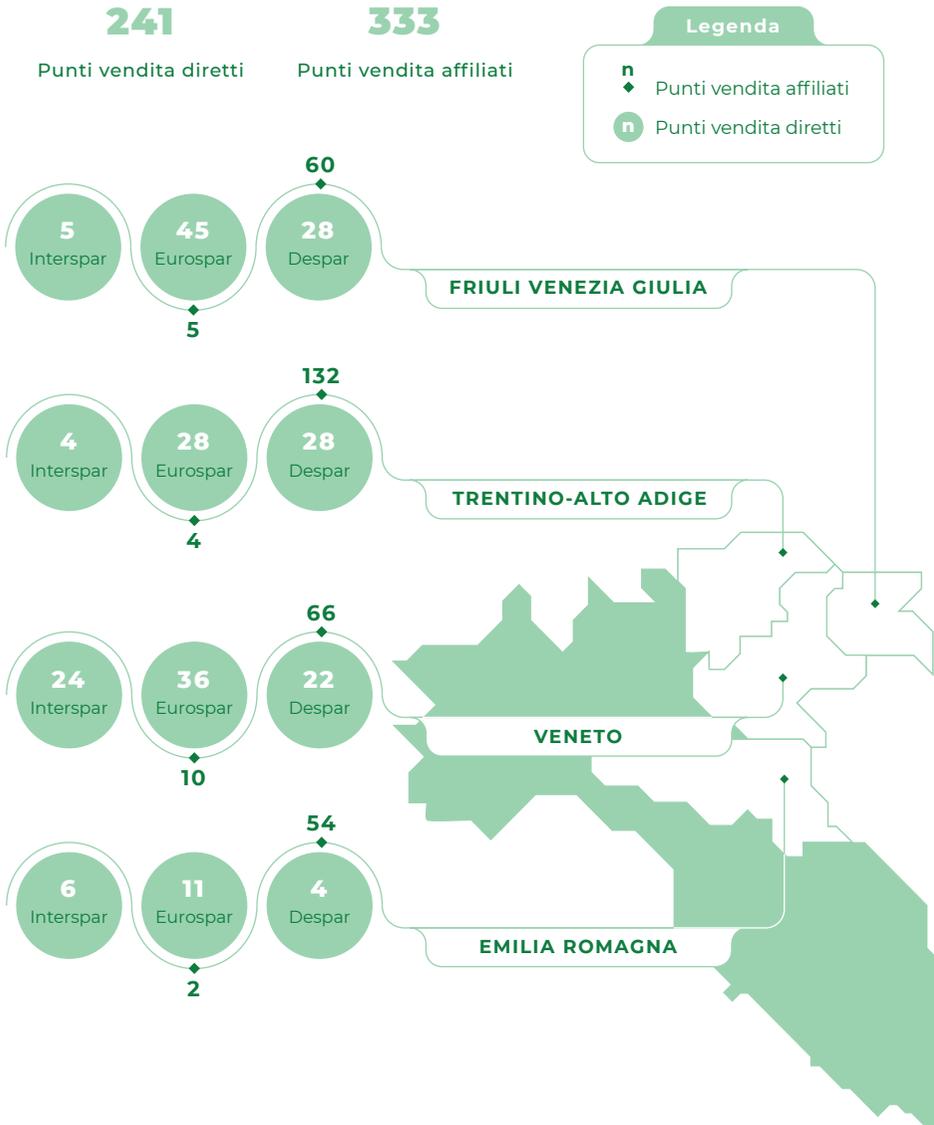
Chi siamo e cosa facciamo



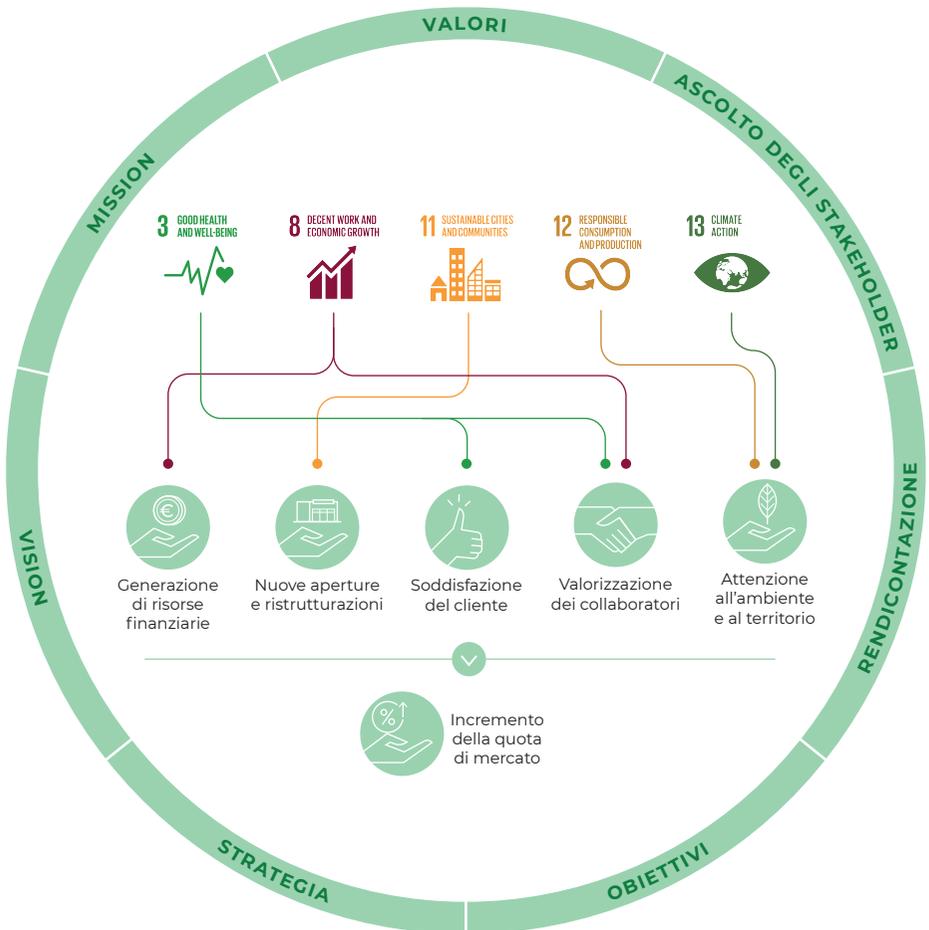
Operiamo nel settore della distribuzione moderna organizzata, vendendo all'ingrosso e al dettaglio prodotti alimentari e non.

Nel proseguire obiettivi di profitto siamo orientati all'attenzione al cliente, all'innovazione, alla valorizzazione dei collaboratori e alla sostenibilità.

I punti vendita di Aspiag Service, diretti e affiliati, 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.

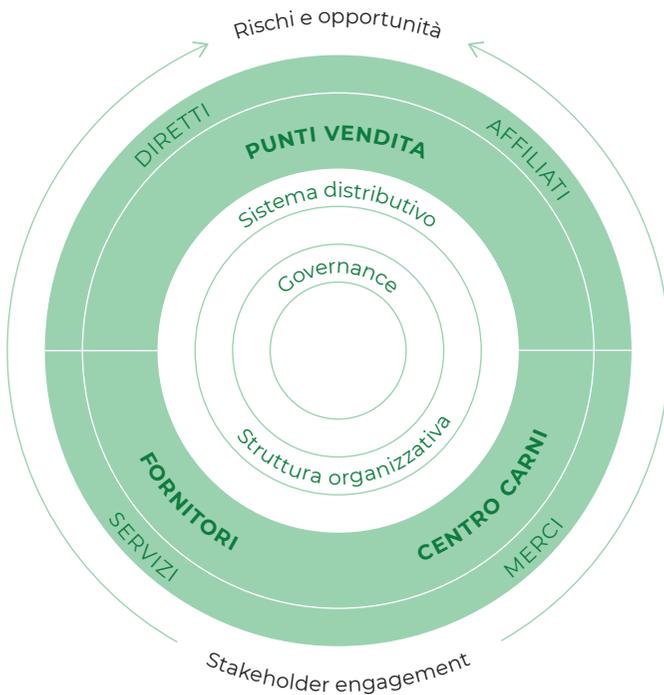


L'obiettivo strategico primario per Aspiag Service è l'incremento della quota di mercato, intorno a cui ruotano altri 5 obiettivi funzionali alla crescita dell'azienda: generazione di risorse finanziarie, nuove aperture e ristrutturazioni, soddisfazione del cliente, valorizzazione dei collaboratori, attenzione all'ambiente e al territorio. Gli obiettivi aziendali sono allineati ai 5 SDGs (Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda ONU 2030) più inerenti al nostro business. Questa strategia sostenibile si riflette nei valori aziendali e nelle performance che realizziamo:



La realizzazione degli obiettivi avviene grazie alla sinergia tra tutte le fasi del nostro Business Model e le relazioni con gli stakeholder. Le diverse fasi del nostro sistema distributivo convogliano le merci nei punti vendita, anche grazie al supporto dei quattro centri distributivi (Ce.Di.) a cui fanno capo tutti i punti vendita e che avvicinano ulteriormente l'Azienda al territorio.

La complessità operativa della Società e le sfide da affrontare per una strategia di sviluppo chiara e sostenibile sono gestite da un sistema di Governance allineato con le best practice nazionali e internazionali.



Guardiamo ai nostri obiettivi fiduciosi e consapevoli dell'importanza di appartenere a un Gruppo internazionale solido.

SPAR Austria

Aspiag Service è parte del gruppo SPAR Holding AG (Gruppo SPAR Austria), la cui sede si trova a Salisburgo e che è l'organizzazione SPAR più grande nel mondo. 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.

€ 15,72 mld

Fatturato

85.006

Collaboratori

3.207

Punti vendita

m² 2.566.627

Superficie di vendita

m² 790.000

Superficie centri commerciali

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.

Dati 2018

€ 35,8 mld

Fatturato

13.112

Punti vendita

48 Paesi

SPAR nel mondo

m² 7.441.838

Superficie di vendita

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.

€ 3,6 mld

Fatturato

1240

Punti vendita

m² 757.774

Superficie di vendita

Cosa abbiamo fatto



Le performance, raccontate per obiettivo col supporto di dati correlati al bilancio, mostrano il loro allineamento ai valori, alla mission e alla vision aziendali e agli SDGs.



Incremento della quota di mercato

Aspiag Service mantiene la leadership nel Triveneto con una quota di mercato del 18,54%. Coerentemente allo sviluppo nei nuovi territori si considera la trading area ampliata, ricomprendente l'Emilia Romagna, la cui quota risulta in crescita rispetto agli anni precedenti. I dati effettivi indicano una quota di mercato del 11,43%.

Quota di mercato

Fonte: "Trade Miss Nielsen Grocery Iper + Super".





Generazione di risorse finanziarie

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



+4,2%

Vendite nette
punti vendita diretti

+4,7%

Vendite nette
punti vendita affiliati

55,11 %

Di utilizzo degli affidamenti

5,42%

EBITDA

La capacità di generare risorse finanziarie permette la presenza nel mercato e rappresenta il driver per la sostenibilità economica.

Le risorse finanziarie aziendali sono costituite dai risultati dell'attività operativa, da quanto si riceve dal Gruppo, 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 produzione e investimento.

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.

Valore generato e distribuito

Le performance interessano l'intero nostro territorio. La capacità di generare risorse finanziarie permette infatti sia la presenza nel mercato e la sostenibilità economica sia la distribuzione nella nostra trading area del valore generato, promuovendo lo sviluppo di tutto il nostro territorio affinché ne benefici.

Il valore economico distribuito nel 2019 cresce del 4,6% e interessa per lo più i fornitori e i collaboratori.

2.095.602.284 €

Valore economico generato

Collaboratori
13,21 %
(276.870.450 €)

Trattenuto
dall'azienda
4,63 %
(97.016.631 €)

Pubblica
amministrazione
0,76 %
(16.005.456 €)

Comunità
0,41 %
(8.650.683 €)

Soci
0,24 %
(5.000.000 €)

Fornitori
80,66 %
(1.690.340.631 €)

Istituti di credito
0,08 %
(1.718.433 €)



Nuove aperture e ristrutturazioni

11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES



8

Aperture punti vendita diretti

13

Aperture punti vendita affiliati

134,6 mln €

Investimenti netti

Per una strategia efficace è fondamentale mantenere alto il livello di innovazione e sviluppo. Un grande sforzo di miglioramento viene svolto ovviamente nei punti vendita, che sono il luogo di incontro tra l'Azienda e i clienti e costituiscono l'esempio maggiore del nostro capitale infrastrutturale. L'attività di sviluppo attua questo obiettivo con l'espansione o l'acquisizione di altre catene di supermercati o singoli negozi. Anche le periodiche ristrutturazioni degli spazi mirano a offrire al cliente un luogo sempre funzionale e confortevole e prevedono le migliori soluzioni in termini di sostenibilità e tecnologia. L'attività di investimento nei punti vendita sostenibili, inclusivi e dal patrimonio culturale salvaguardato va nella direzione dell'SDG 11.

Ristrutturazioni e ammodernamenti

6

Punti vendita diretti

8

Punti vendita affiliati



Soddisfazione del cliente

3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING



8,40

Customer satisfaction

4.120

Analisi sui prodotti

La soddisfazione del cliente viene misurata in una scala da 1 a 10 attraverso apposite analisi di customer satisfaction che evidenziano la qualità dei prodotti e dei servizi offerti, controllati costantemente anche nella loro sicurezza.

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 e le scelte dei clienti orientate sempre di più alla sostenibilità dei prodotti e dei suoi impatti. Questo approccio all'offerta segue l'SDG 3 garantendo prodotti orientati al benessere e alle esigenze di tutti i consumatori.

Despar tribù

Il rapporto con i clienti viene curato non solo con un'offerta di qualità ma anche con una comunicazione costante sia attraverso i canali più tradizionali, sia con iniziative e strumenti sempre coinvolgenti e nuovi. L'App Despar Tribù ad esempio è divenuta ormai vero e proprio strumento di edutainment, intrattenendo i clienti attraverso i giochi e al contempo informandoli su prodotti locali, iniziative, eventi, informazioni di sostenibilità e rispetto del territorio.

299.806

Utenti attivi in cassa

+ di 2,6 mln

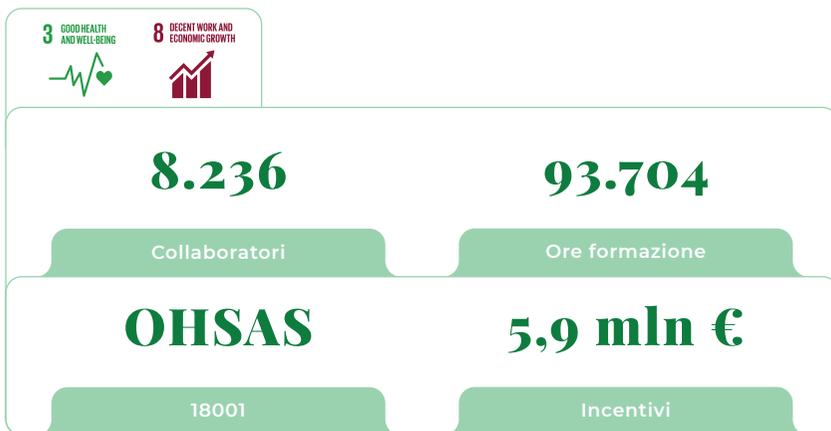
Coupon scaricati

20%

Penetrazione app



Valorizzazione dei collaboratori



Quando un nuovo collaboratore entra in Azienda, viene coinvolto fin da subito in un percorso che prevede la formazione sul contesto lavorativo, sui valori/obiettivi aziendali e sulle attività. L'attenzione a ciascun collaboratore avviene per tutta la durata del rapporto di lavoro attraverso il quotidiano impegno aziendale rivolto a conciliare le esigenze personali dei collaboratori con l'organizzazione aziendale, nell'ottica di un ambiente di lavoro positivo e funzionale. L'elevato standard di sicurezza per collaboratori, clienti e terzi in generale (per cui l'Azienda è certificata OHSAS 18001), previene il verificarsi di incidenti, mitigandone gli eventuali danni e andando incontro all'SDG 3. Questo impegno garantisce un'occupazione piena e produttiva e ci trova allineati anche all'SDG 8.

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.

Miglior Azienda per



**Numero
di offerte di lavoro**

Azienda con



**Miglior
attività di tutoraggio**

Il progetto Caregiving

Nel 2019 è stato 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.



Attenzione all'ambiente e al territorio



76,3%

Rifiuti riciclati

6 mln €

Spese per tutela ambientale

1,5 mln €

Sponsorizzazioni

1,8 mln €

Investimenti in infrastrutture

In linea con l'SDG 13, la politica ambientale, sottoscritta dagli Amministratori, regola il rapporto tra l'Azienda e il contesto naturale in cui si trova e persegue linee strategiche in tema di risparmio energetico, riduzione delle emissioni, corretto smaltimento dei rifiuti, controllo della filiera e sostegno continuo al Sistema di Gestione Ambientale.

Ad oggi ben 43 punti vendita e 2 sedi sono certificate ISO 14001. Attraverso raccolte fondi, sponsorizzazioni, supporto alla ricerca e ad associazioni, concretizziamo l'importanza che la Corporate Social Responsibility (CSR) ha per l'Azienda. Le donazioni di alimenti, gli investimenti in infrastrutture e gli aiuti al territorio ci avvicinano alla nostra comunità realizzando l'SDG 12.

790

**tonnellate
di alimenti donati**

Nell'ottica della riduzione delle emissioni, acquistiamo energia verde certificata che permette di annullare quasi tutte le emissioni indirette prodotte di CO₂. La figura mostra le emissioni indirette realmente prodotte (market based) contro a quelle che avremmo emesso senza acquisto di energia certificata (location based).

Emissioni indirette di gas effetto serra (t CO₂ eq.)

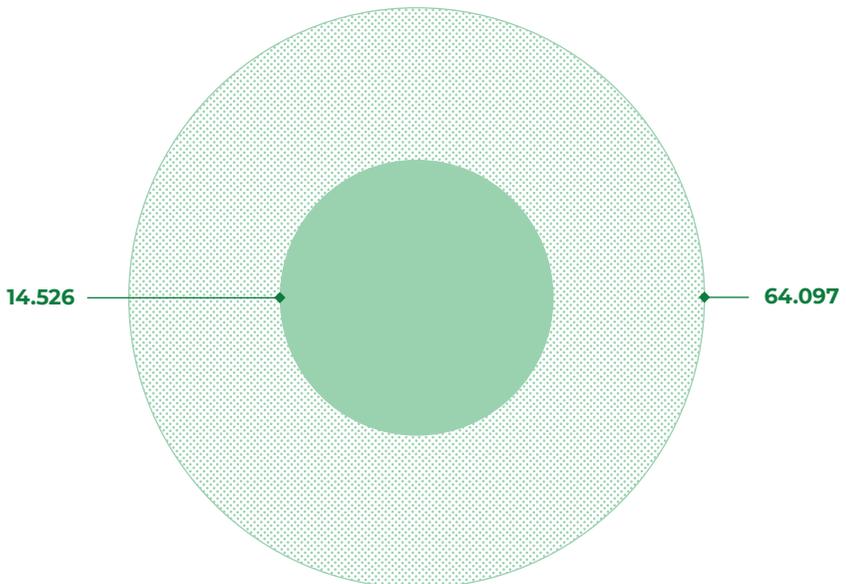


Location based

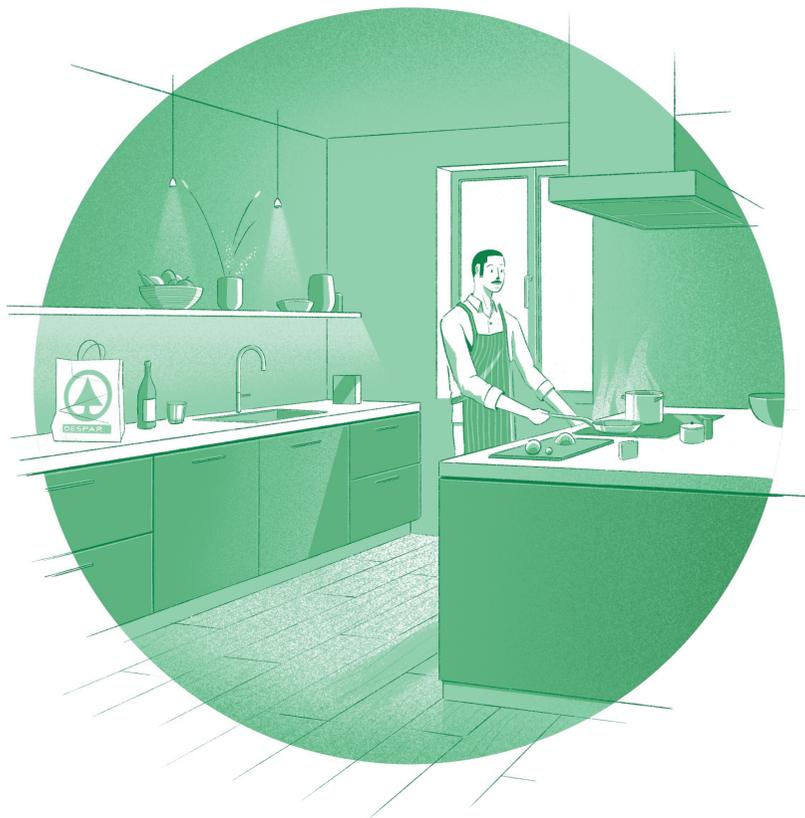


Market based

2019



Cosa faremo



Ogni obiettivo strategico vedrà nel prossimo futuro innovazioni dettate dallo sviluppo e dall'attenzione sempre maggiore al cliente, fedelmente all'approccio sostenibile che ci caratterizza.

3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING



8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES



12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



13 CLIMATE ACTION



Primo finanziamento basato su elementi di sostenibilità (Green loan)

7 nuove aperture dirette

Passaggio alla **ISO 45001**

Rilancio linee **Verde Vera** e **Gemma Verde**

Aspiag Service guarda al futuro investendo in sviluppo e tenendo in considerazione trend di riferimento. Crescerà la presenza sul territorio e la sua valorizzazione attraverso riqualifiche, ristrutturazioni e iniziative in suo sostegno.

In questo modo si garantirà continuità per il raggiungimento degli obiettivi e la generazione di nuovo valore per tutti i nostri stakeholder.

La strategia di crescita dei prossimi anni è comprovata dagli obiettivi che l'Azienda ha prefissato in merito a vendite, risultati economici e investimenti:

Dati 2020

4,62%

Vendite netto IVA

2,45%

EBTDA

129,90 mln €

Investimenti

Aspiag Service S.r.l.

Sede Legale

Via Bruno Buozzi, 30 - 39100 Bolzano

Capitale sociale: Euro 79.320.000,00 interamente versato.

www.despar.it

Concept design

Realizzazione grafica

a cura di:

The Visual Agency

Milano (MI)

Stampato da:

Grafiche Nuova Jolly s.a.s.

Rubano (PD)

Coordinamento del Working Group a cura di:

Raffaele Trivellato, CFO di Aspiag Service

raffaele_trivellato@despar.it

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