

**REPORT
INTEGRATO**
POCKET-SIZE ABSTRACT

2014



Aspiag Service S.r.l.
Despar Nordest

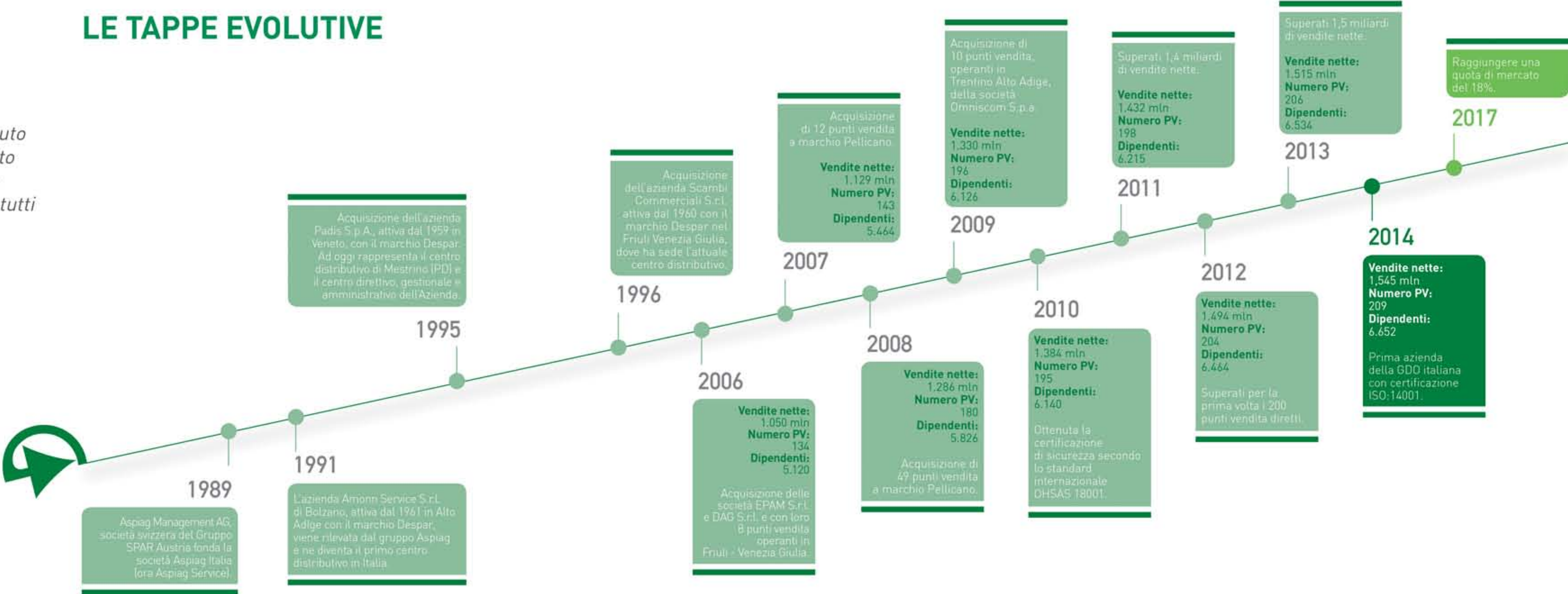
HIGHLIGHTS 2014



“Il 2014 è stato un anno decisamente dinamico: qualsiasi risultato ottenuto sul campo è stato il frutto di investimenti oculati e dell’impegno intenso di tutti i nostri collaboratori”

Rudolf Staudinger
PRESIDENTE

LE TAPPE EVOLUTIVE



LA NOSTRA MISSION

«In Despar Nordest, nel perseguire obiettivi di profitto, siamo orientati alla qualità del servizio, alla valorizzazione del cliente e del collaboratore come persone, alla tutela della loro salute e al rispetto dell'ambiente.»



I VALORI AZIENDALI

«Il Codice Etico esprime i valori aziendali e fornisce una guida alle nostre attività; tutti siamo chiamati a promuoverne la conoscenza e a vigilare sul suo rispetto.»

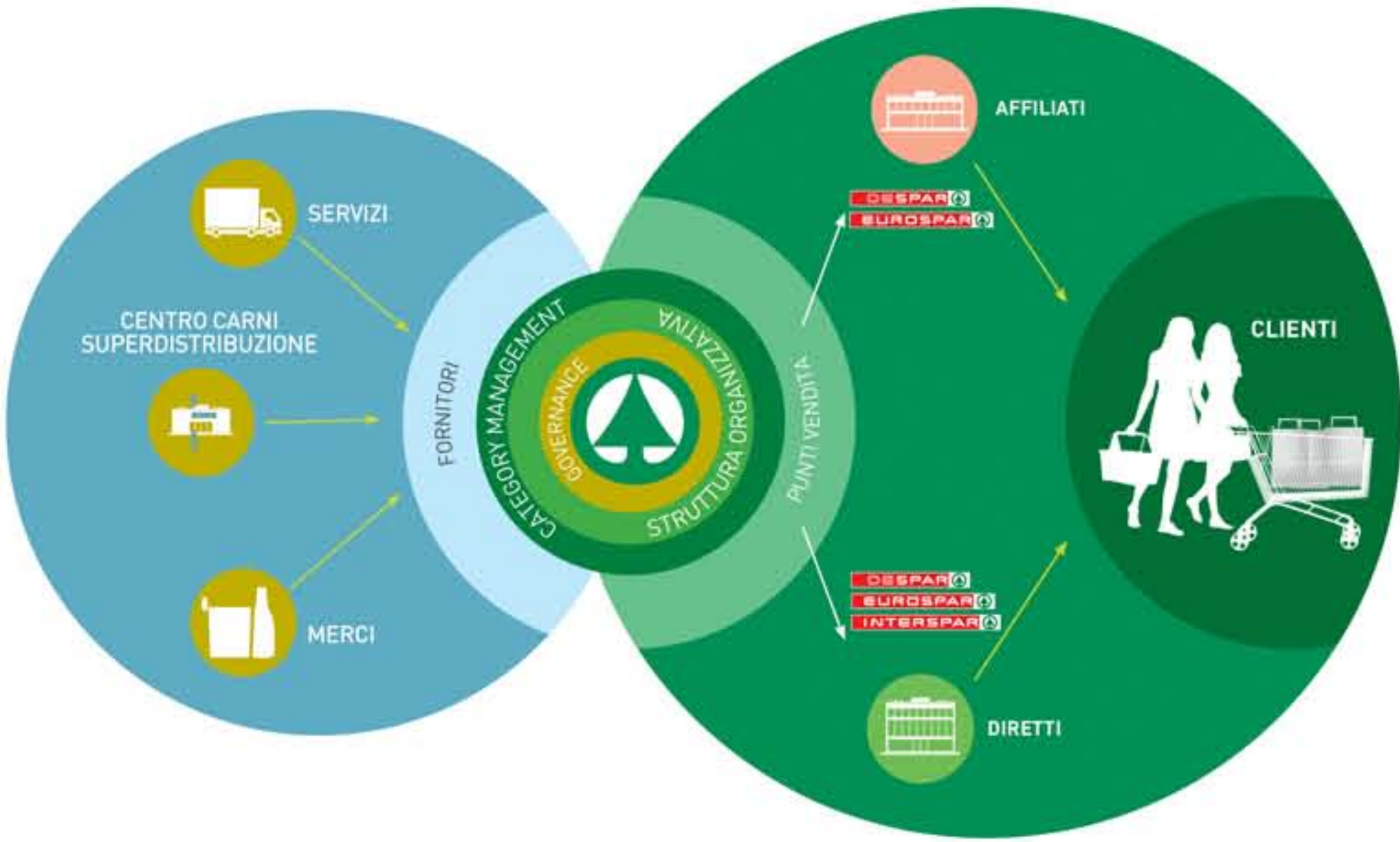
- Costituiscono filo conduttore del nostro agire quotidiano:
- Lealtà, onestà, responsabilità, integrità morale e rispetto reciproco;
 - Collaborazione, spirito di squadra, ascolto attivo e fiducia, professionalità e affidabilità;
 - Creatività e innovazione, passione e entusiasmo;
 - Attenzione al cliente, alla qualità dei prodotti, all'offerta di servizi e risposte alle nuove esigenze;
 - Impegno per ambiente, territorio e comunità locali;
 - Creazione di valore responsabile, condiviso e sostenibile nel lungo periodo per tutti gli Stakeholder.

Questo sistema culturale e valoriale, di cui è permeato l'intero Report Integrato, ispira i comportamenti e le decisioni aziendali e sviluppa un senso di appartenenza e di identità comune.

IL MODELLO DI BUSINESS

In Aspiag Service gestiamo supermercati a vocazione prettamente alimentare e organizziamo attività di acquisto di beni di largo consumo da fornitori di merce (industria di marca e non) da rivendere successivamente nei propri punti vendita e ai clienti affiliati.

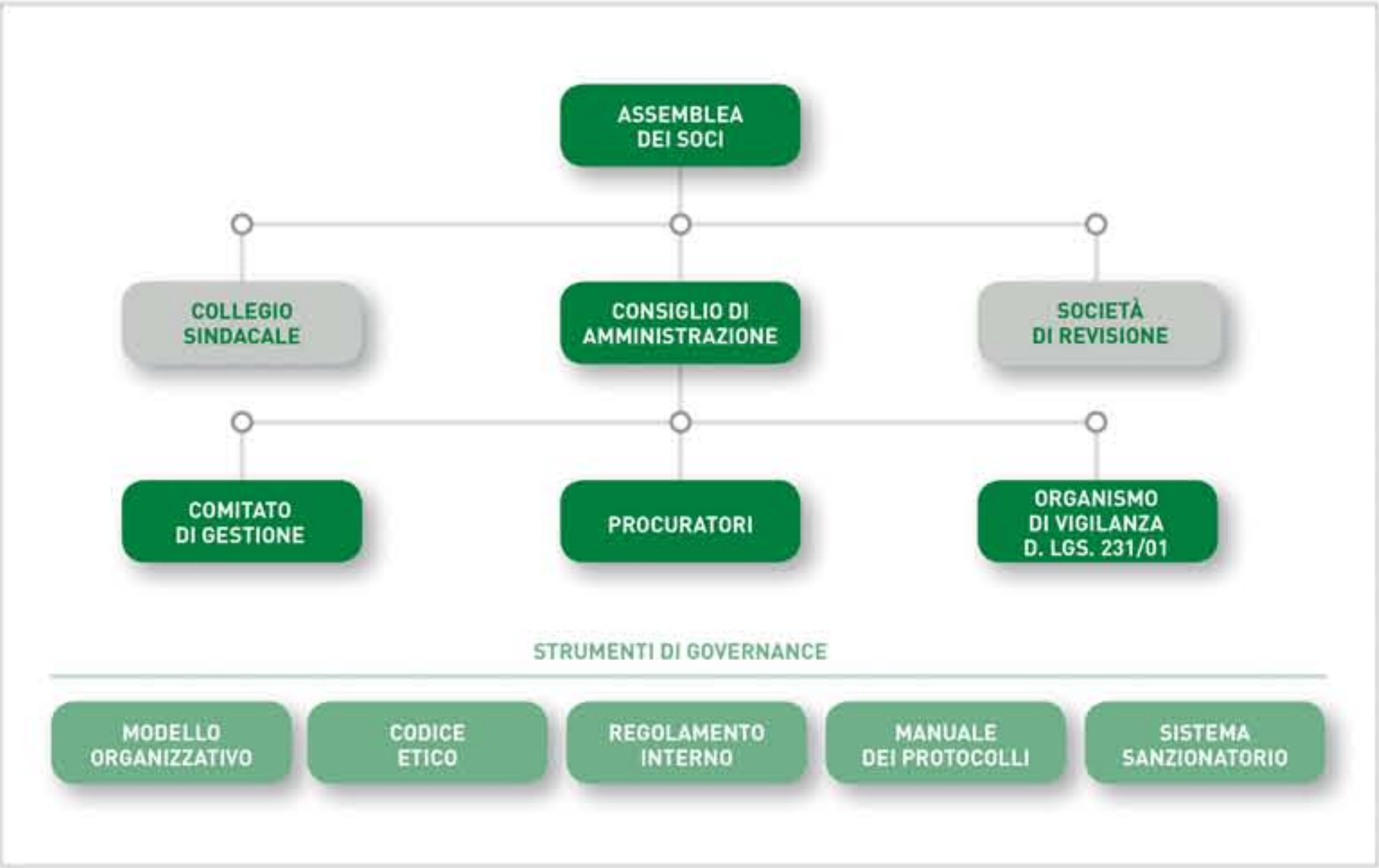
- Il nostro modello di business si articola su due canali:
- la gestione diretta di 209 punti vendita (filiali Despar, Eurospar, Interspar), per la quale abbiamo la responsabilità dell'intera filiera e di tutta la struttura necessaria alla vendita;
 - la gestione in affiliazione di 346 punti vendita (affiliati Despar e Eurospar) a cui, mediante contratto, rivendiamo all'ingrosso la merce e prestiamo servizi.



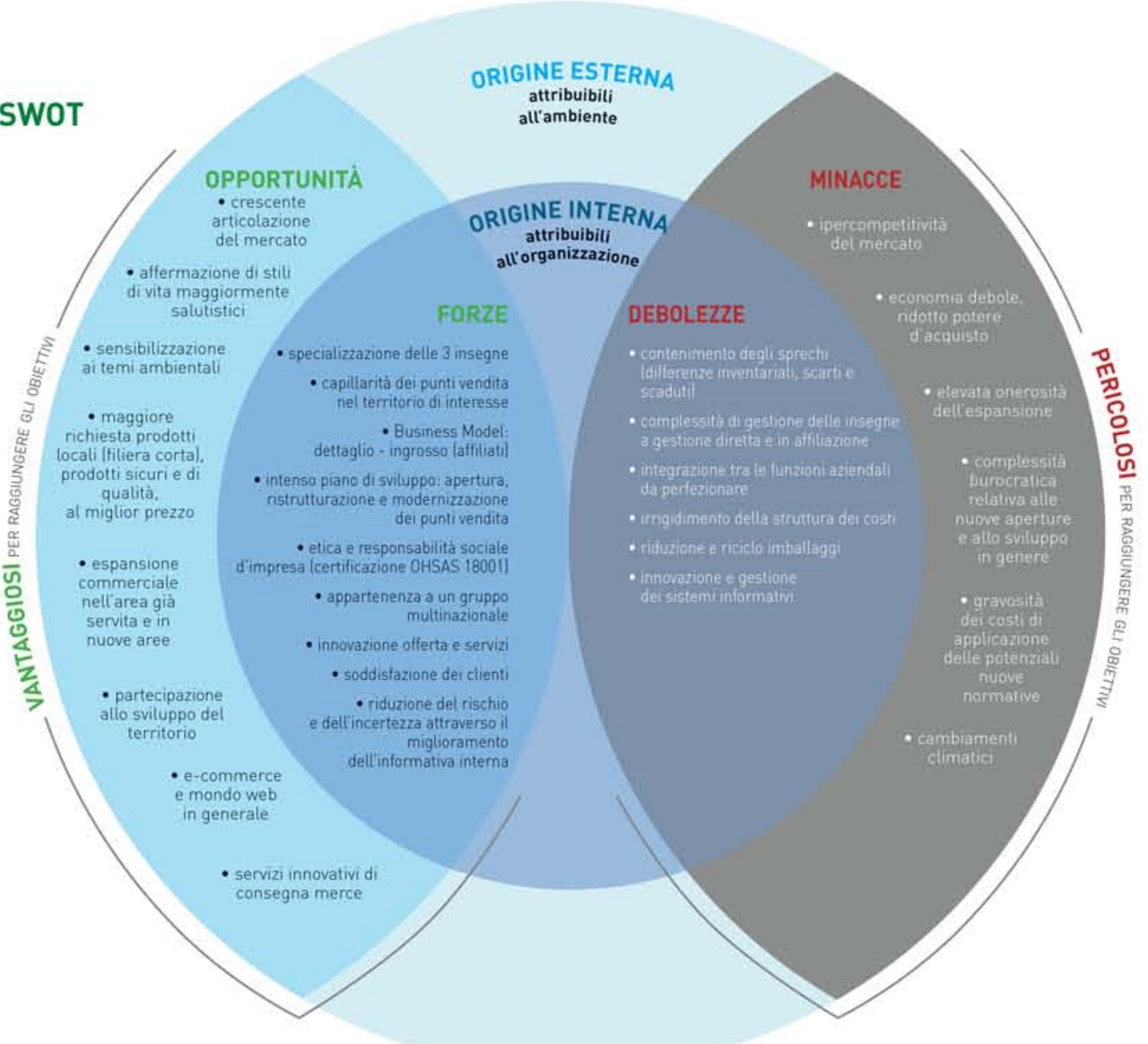
IL SISTEMA DI GOVERNANCE

Il funzionamento equilibrato ed efficiente degli organismi di governance costituisce il volano fondamentale per perseguire molteplici obiettivi fortemente connessi tra loro, quali:

- le 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.



L'ANALISI SWOT



MERCATO DI RIFERIMENTO E STRUTTURA DELL'OFFERTA



209
PUNTI
VENDITA

- DESPAR**
Negozio di quartiere / città
(100-800mq)
- EUROSPAR**
Negozio di quartiere / città
(801-2.499mq)
- INTERSPAR**
Superstore (2.500-3.999mq)
Iperstore (4.000-6.000mq)

STAKEHOLDER, CANALI DI COMUNICAZIONE E DIALOGO

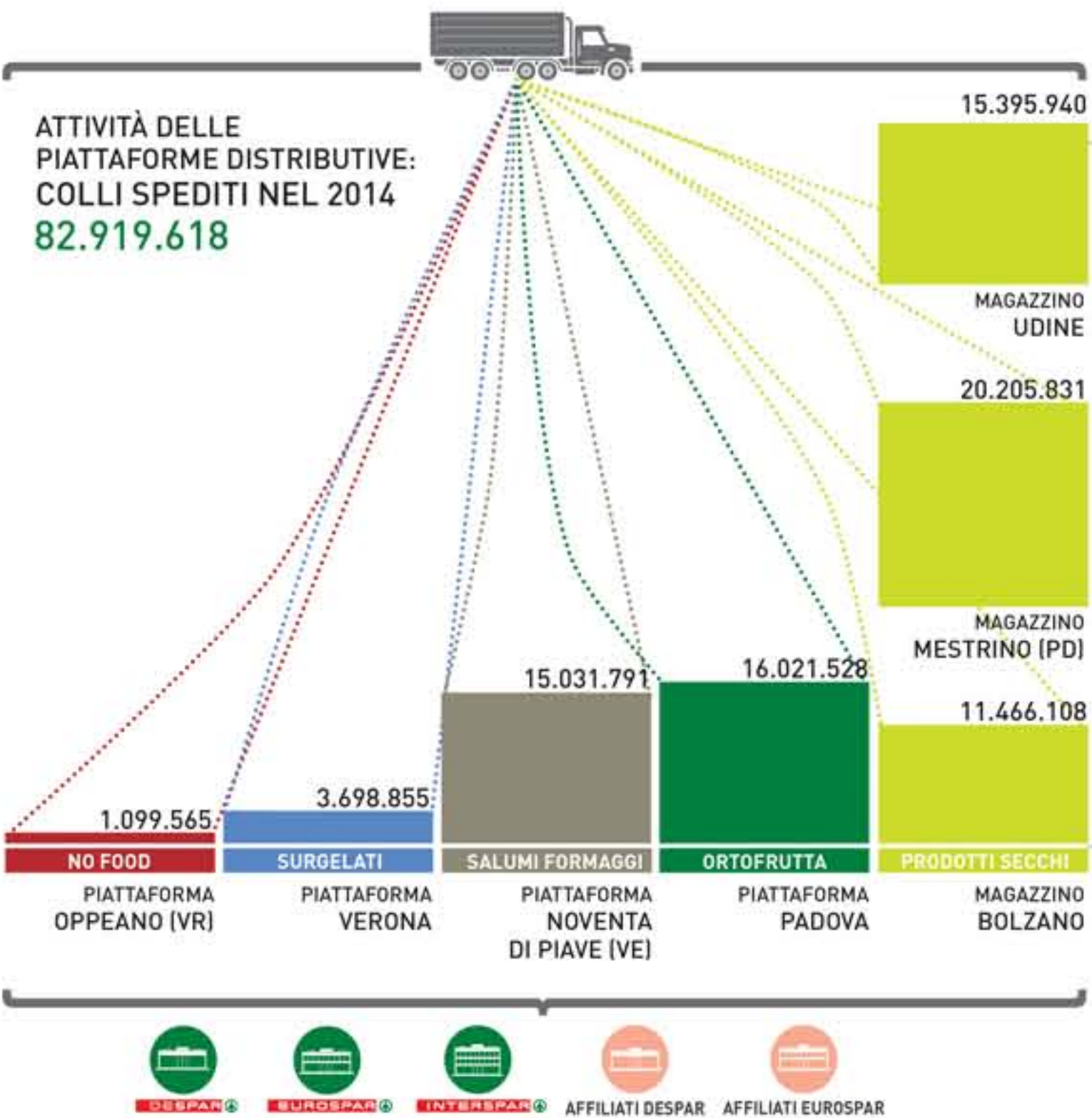
Nello svolgimento delle nostre attività, entriamo quotidianamente in contatto con molteplici Stakeholder, destinatari di numerose e sistematiche attività di engagement condotte secondo la logica del miglioramento continuo.

CLIENTI	Consumatori finali Affiliati
FORNITORI	Fornitori merce Fornitori prodotti a marchio Fornitori tecnici Cooperative esterne Centrale di acquisto
DIPENDENTI	Dipendenti Famiglie dei dipendenti
BANCHE	Banche Società di leasing
COLLETTIVITÀ	Comunità locali
ALTRI STAKEHOLDER	Pubblica amministrazione Associazioni di rappresentanza Competitors

INIZIATIVE DI STAKEHOLDER ENGAGEMENT

STAKEHOLDER	CANALI DI COMUNICAZIONE
Consumatori finali	indagini di mercato, indagini di customer satisfaction, indagini via web
Affiliati	riunioni periodiche, programmi di formazione, visite periodiche dei responsabili di canale
Fornitori	incontri con category manager, piani di marketing
Dipendenti	indagine sul clima, house organ "InDespar", riunioni aziendali
Banche	incontri periodici, questionari di valutazione, conferenza stampa
Collettività	radio, riviste, giornali, web, TV
Organizzazioni sindacali	riunioni periodiche (contratti collettivi aziendali) con organi di coordinamento
Associazioni di categoria	Federdistribuzione

LE PIATTAFORME

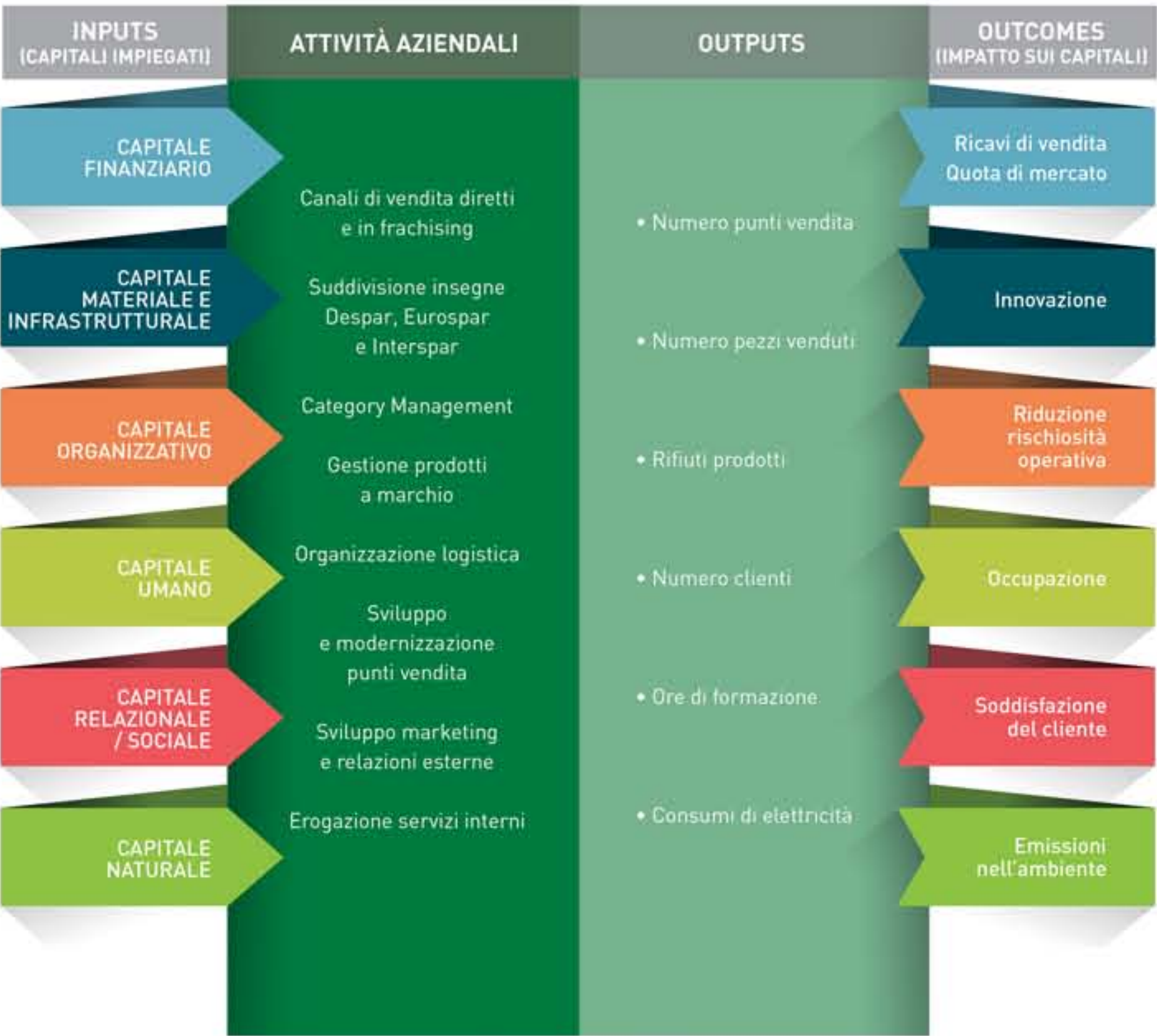


Il sistema distributivo di Aspiag Service ottimizza i flussi logistici delle merci e compie il controllo qualità e il monitoraggio di ogni fase del processo distributivo, in modo da garantire quotidianamente la freschezza e la sicurezza dei prodotti e la costanza dell'approvvigionamento ai punti vendita.

MATRICE DI MATERIALITÀ DEGLI OBIETTIVI



IL PROCESSO DI CREAZIONE DI VALORE



Nello svolgere la propria attività l'Azienda genera, assorbe e trasforma una serie articolata di capitali che "collaborano" in modo interconnesso grazie alla struttura organizzativa per dare sostanza ai processi di creazione di valore.

Il processo di creazione di valore è un ciclo in cui i capitali - incrementati, ridotti, trasferiti attraverso le attività e gli output aziendali - al termine del periodo diventano i capitali disponibili per il Business Model nel periodo successivo.

IL SISTEMA DINAMICO DEGLI OBIETTIVI STRATEGICI PER LA CREAZIONE DI VALORE

INCREMENTO DELLA QUOTA DI MERCATO

Incrementare la propria quota di mercato rappresenta un obiettivo strategico fondamentale e necessario, in quanto consente non solo di accrescere la propria presenza e la riconoscibilità del marchio (*brand awareness*) ma anche di abbattere i costi fissi, razionalizzare ed ottimizzare gli investimenti e più in generale di migliorare le prestazioni economico-finanziarie.

Per il conseguimento di questo obiettivo strategico principale, il nostro business ruota attorno ai seguenti cinque obiettivi funzionali ed ancillari:

- Generazione di risorse finanziarie
- Nuove aperture e ristrutturazioni
- Soddisfazione del cliente
- Valorizzazione dei collaboratori
- Attenzione all'ambiente e al territorio

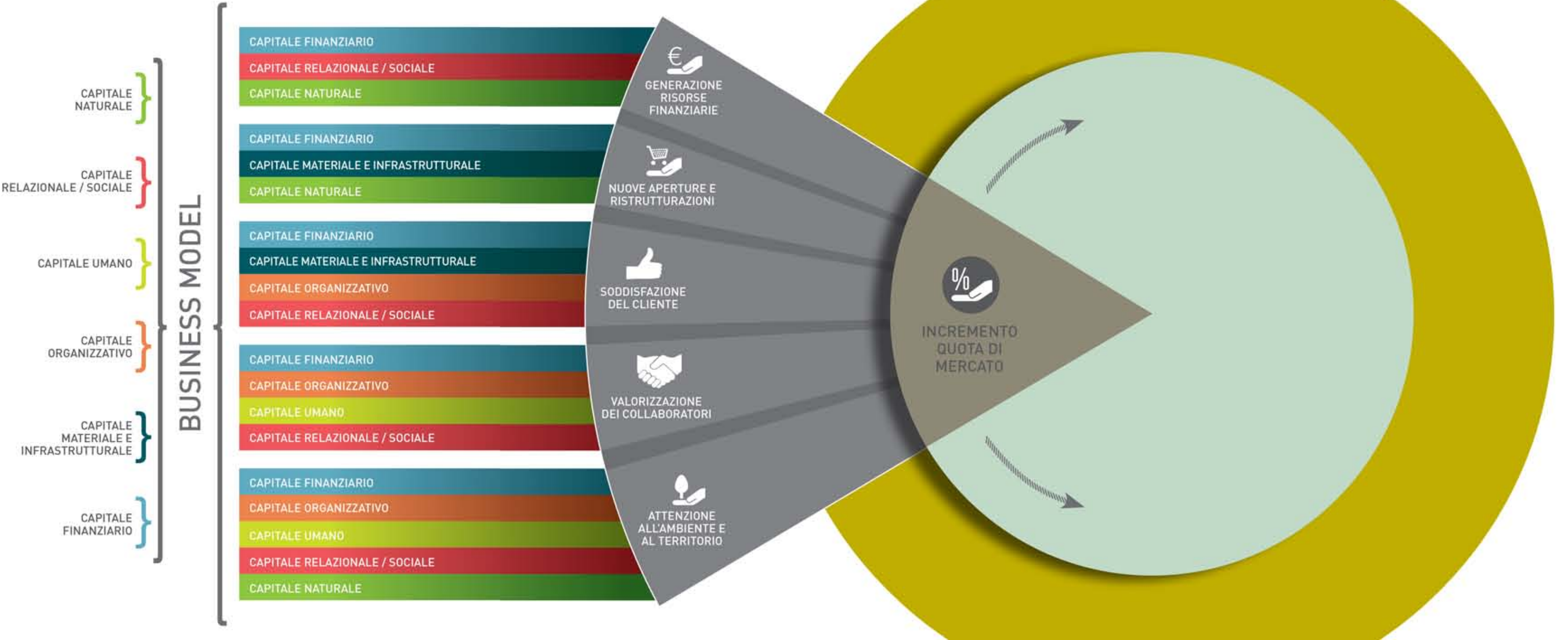
Ciascun obiettivo strategico è contraddistinto da una specifica icona grafica per facilitarne il riconoscimento e viene utilizzata per collegare indicatori di performance, capitali e obiettivi: tali icone assumono il colore del capitale che viene influenzato.

OBIETTIVI STRATEGICI E CAPITALI AZIENDALI

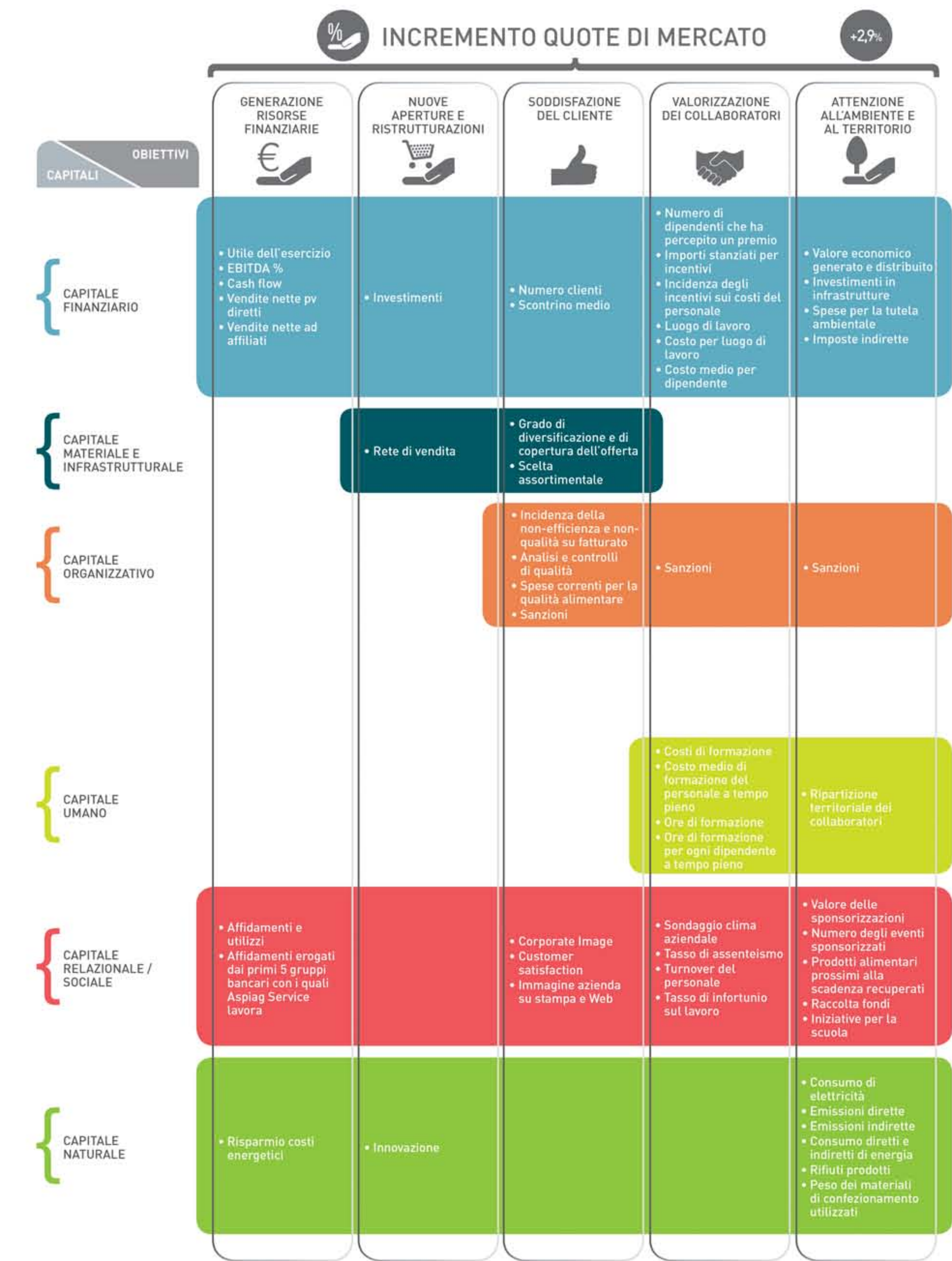
Visione multidimensionale della performance che consente di narrare la storia della creazione di valore dell'Azienda.

L'Azienda utilizza le proprie risorse e le modifica coerentemente alla propria strategia e al proprio Business Model, ottenendo risultati dinamici nel tempo e plasmando il proprio processo di creazione del valore: le suddette risorse, ossia i Capitali posseduti, sono diversi tra loro ma "collaborano" in modo interconnesso grazie alla struttura organizzativa adottata per dare sostanza al processo in questione.

Questa visione è sinteticamente rappresentata nello schema a lato che esprime il legame tra il Business Model, i contributi dei diversi capitali (ciascuno identificato da un proprio colore) e gli obiettivi fondamentali.

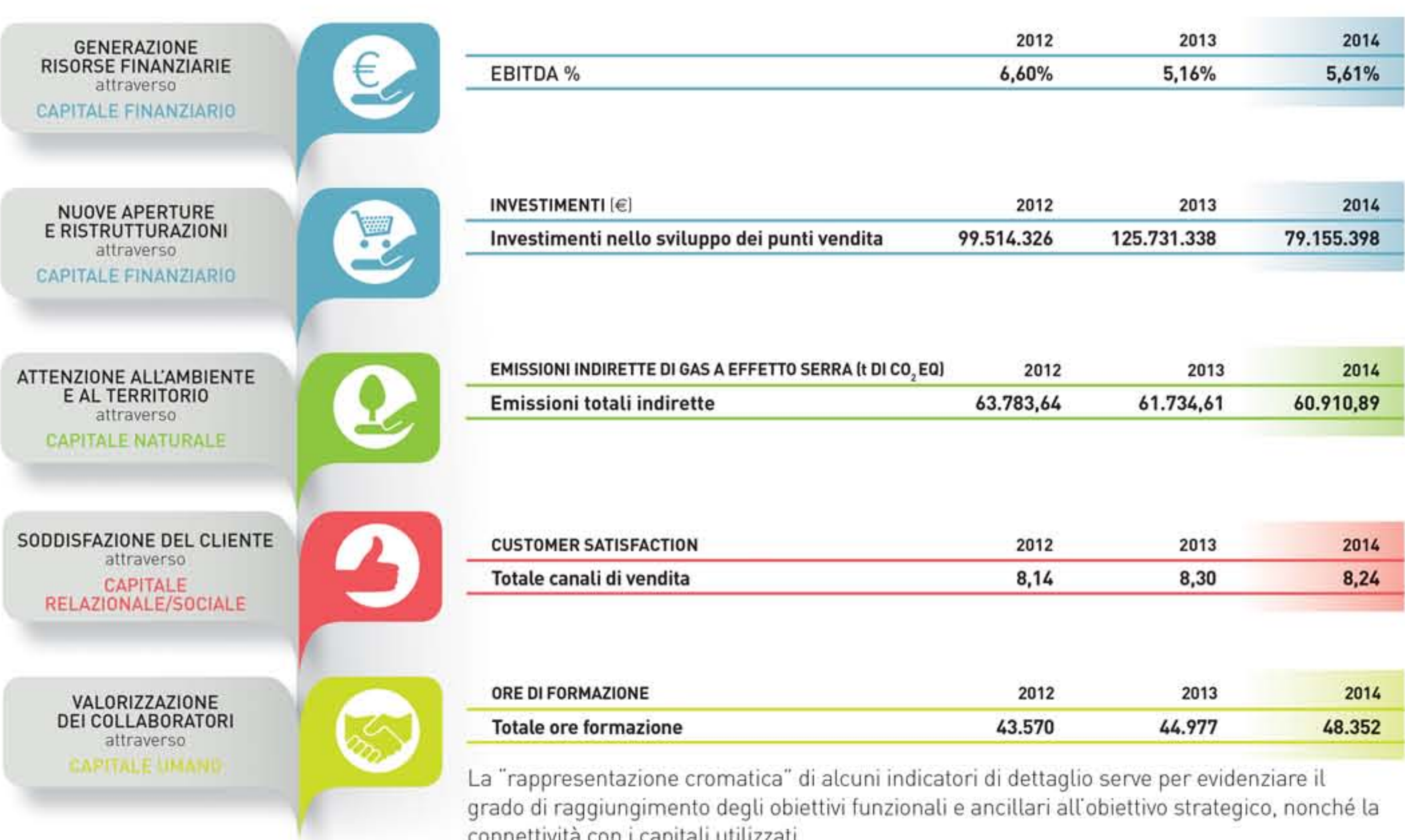


MATRICE DI CONNETTIVITÀ



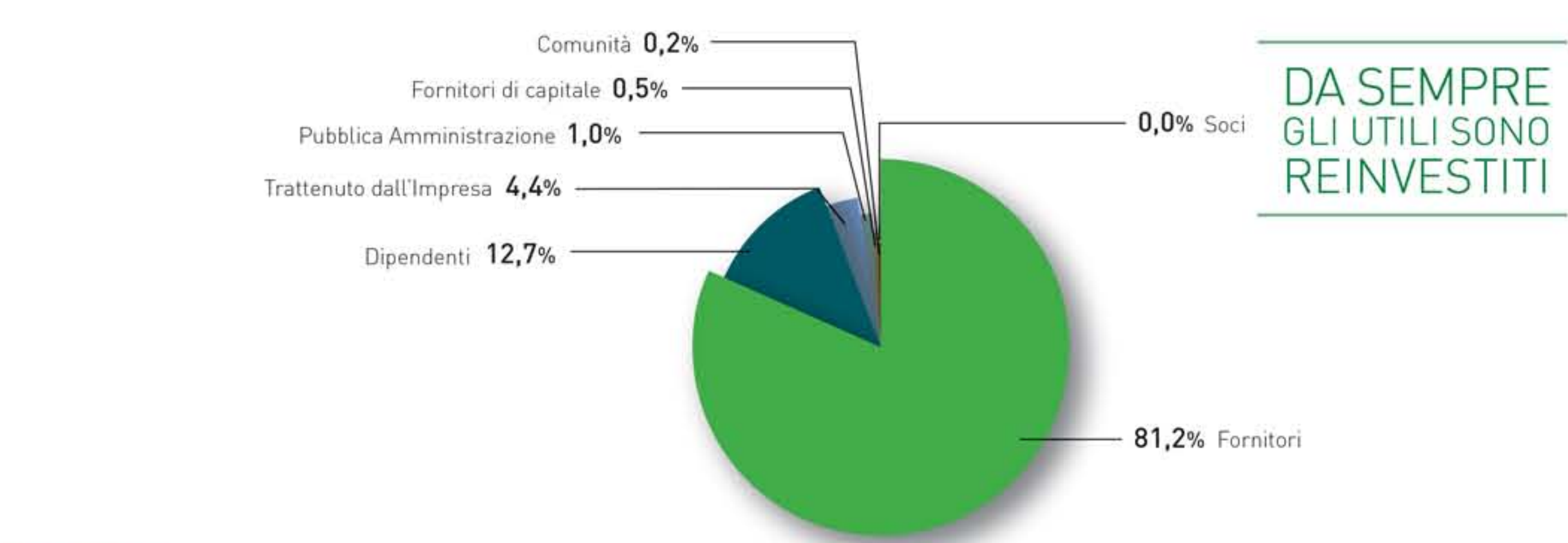
Gli indicatori di dettaglio vengono posizionati all'interno della matrice al fine di evidenziare la connettività sia con gli obiettivi richiamati sia con i capitali utilizzati. L'andamento globale di questi obiettivi evidenzia il raggiungimento dell'obiettivo principale dell'incremento della quota di mercato.

PERFORMANCE OVERVIEW



DISTRIBUZIONE DEL VALORE ECONOMICO NEL 2014

La possibilità di contribuire ad uno sviluppo sostenibile parte necessariamente dal raggiungimento del proprio successo commerciale.



NEL 2015...





“Il nostro Report Integrato è espressione di una nuova cultura aziendale e va nella direzione di superare lo squilibrio tra le informazioni a disposizione della direzione aziendale e quanto viene comunicato agli stakeholder, e ciò senza il timore di divulgare all'esterno informazioni che potrebbero avvantaggiare i concorrenti”.

Raffaele Trivellato
CFO

**LA TRASPARENZA DELLA QUALITÀ,
LA QUALITÀ DEL VALORE,
IL VALORE DELLA TRASPARENZA.**



Aspiag Service S.r.l.
Despar Nordest



2014
REPORT INTEGRATO