

# REPORT INTEGRATO 2015

POCKET SIZE ABSTRACT



Aspiag Service S.r.l.  
Despar Nordest



“Siamo impegnati quotidianamente a fare la differenza”

RUDOLF STAUDINGER  
PRESIDENTE

“La crescita del fatturato nasce dall'impegno speso nel farsi carico delle esigenze dei consumatori”

HARALD ANTLEY  
AMMINISTRATORE DELEGATO

“I 330 collaboratori in più rispetto al 2014 sono un valore aggiunto nel panorama contemporaneo”

MARINO FINESCHI  
AMMINISTRATORE DELEGATO

“Siamo riconosciuti come promotori di cambiamenti autentici”

PAUL KLOTZ  
AMMINISTRATORE DELEGATO



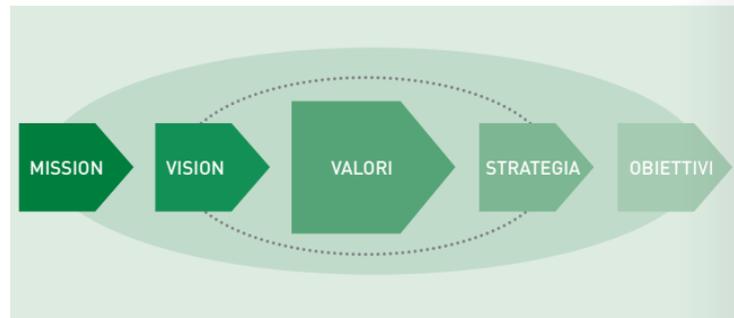
## MISSION, VISION E VALORI

Operiamo nel settore della vendita all'ingrosso e al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari, nonché della promozione, realizzazione e gestione dei centri commerciali e punti vendita per la raccolta, il deposito, lo smistamento e la vendita dei suddetti prodotti.

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.

Il nostro sistema valoriale promuove atteggiamenti e comportamenti tesi a realizzare la mission aziendale sulla base della direzione indicata dalla vision e tali da agevolare l'allineamento degli obiettivi strategici.

L'obiettivo strategico fondamentale è quello di ricoprire il ruolo di leader di mercato nel settore della Grande Distribuzione Organizzata (GDO) nella trading area di riferimento.



ATTENZIONE AL CLIENTE	INNOVAZIONE	SVILUPPO DELLE PERSONE	SOSTENIBILITÀ
 <p>Ricerca costantemente il punto di vista del cliente, i suoi bisogni e le sue necessità, al fine di orientare il proprio operato ad un servizio di qualità che crei valore per il cliente.</p>	 <p>Raccogliere e condividere informazioni chiave, considerando la complessità e la volubilità del contesto operativo, per individuare soluzioni evolutive a sostegno del vantaggio competitivo.</p>	 <p>Mettere al centro la persona e il suo sviluppo, ispirando comportamenti tesi ad un continuo apprendimento con l'obiettivo di facilitare la responsabilità e l'autonomia lavorativa, motivare al raggiungimento degli obiettivi e creare senso di appartenenza.</p>	 <p>Creare un rapporto equilibrato e duraturo di tutte le attività rispetto ai loro effetti economici, sociali ed ambientali.</p>

I quattro valori, individuati grazie al coinvolgimento di tutto il management aziendale, caratterizzano l'identità della nostra azienda e sono coerenti con la nostra storia, la nostra cultura organizzativa e il nostro business. Costituiscono le linee guida del nostro agire quotidiano, ispirano i comportamenti e le decisioni e sviluppano un senso di appartenenza e di identità comune al fine di condividere i successi.

Il management è impegnato a diffondere i valori aziendali in modo tale che i collaboratori acquisiscano un vero e proprio bagaglio culturale e di competenze che costituisce una ricchezza per l'azienda, migliora le nostre performance economiche e alimenta la nostra reputazione.

IDENTITÀ AZIENDALE

GOVERNANCE E RISCHI

MODELLO DI BUSINESS

STRATEGIA E CREAZIONE DI VALORE

LE PROSPETTIVE PER IL 2016

## LE TAPPE EVOLUTIVE

Acquisizione di Padis S.p.A., la cui sede è oggi il centro direttivo, gestionale e amministrativo.

+61 punti vendita a marchio Pellicano.

Oltre 200 punti vendita diretti.

+7 punti vendita [Cooperative Operaie] salvaguardando 100 posti di lavoro.

**Vendite nette:** 1,622 mld

**Numero punti vendita:** 217

**Dipendenti:** 7.067

Acquisizione di Scambi Commerciali S.r.l. sede dell'attuale centro distributivo.

+8 punti vendita in Friuli (EPAM S.r.l. e DAG S.r.l.).

Oltre 1,4 miliardi di vendite nette.



Fondazione di Aspiag Italia (ora Aspiag Service).

Fusione tra Aspiag Service e Aspiag Italia.

Certificazione di sicurezza OHSAS 18001.

1ª azienda della GDO italiana con certificazione ISO:14001.

Aspiag rileva Amonn Service S.r.l., facendone il 1° centro distributivo in Italia.

Costituzione Società Superdistribuzione S.r.l.

+10 punti vendita in Trentino, acquisiti da Omniscom S.p.a.

Superata la quota di 1,5 miliardi di vendite nette.

## IL GRUPPO SPAR AUSTRIA

### RIPARTIZIONE GEOGRAFICA DEL FATTURATO 2015

	QUOTA
• Austria	43,7%
• SES Spar European Shopping Centers (Austria, Croazia, Italia, Rep. Ceca, Romania, Slovenia, Ungheria)	19,3%
• Italia	14,4%
• Ungheria	11,3%
• Slovenia	5,2%
• Croazia	2,7%
• Hervis (Austria, Croazia, Germania, Rep. Ceca, Romania, Slovenia, Ungheria)	3,4%
	<b>100%</b>



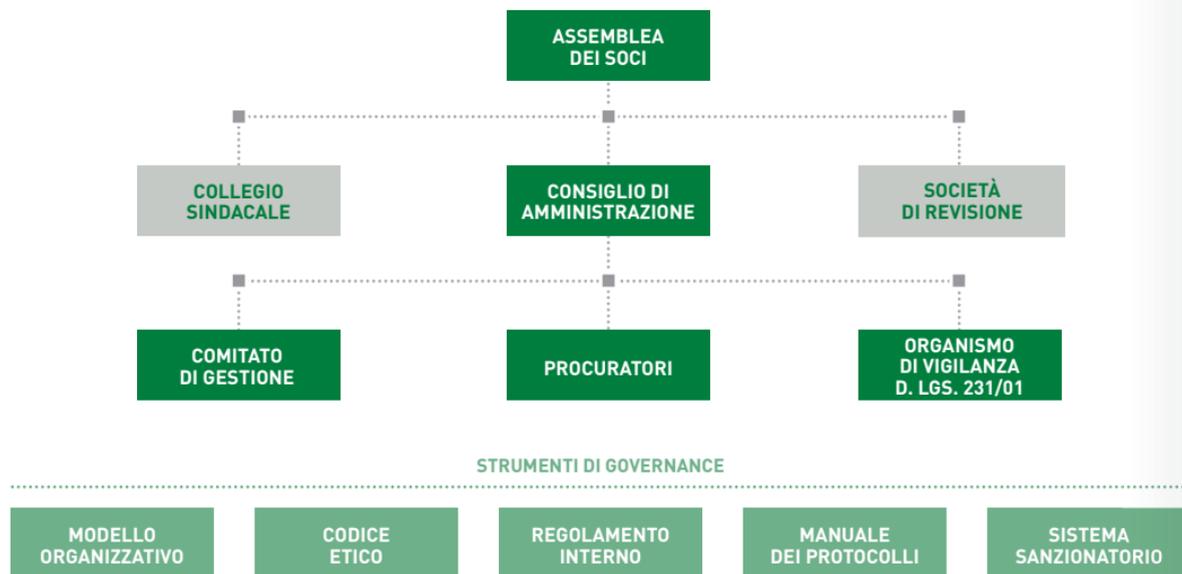
### LE SOCIETÀ DEL GRUPPO NEL PERIMETRO OPERATIVO



## IL SISTEMA DI CORPORATE GOVERNANCE

La struttura gerarchica coinvolge diversi attori, al cui vertice è posta l'Assemblea dei Soci.

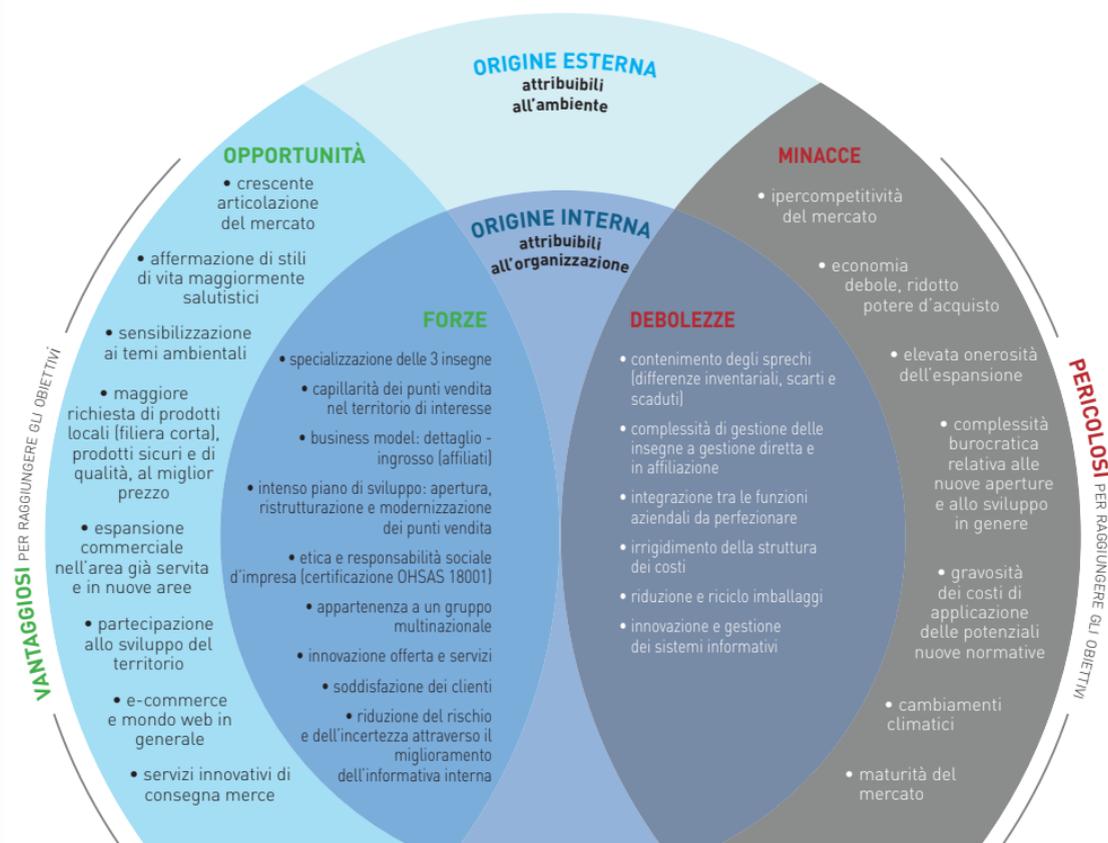
La Società è amministrata da un Consiglio di Amministrazione, a cui è affiancato un Collegio Sindacale. Il controllo contabile è demandato ad una primaria Società di Revisione esterna.



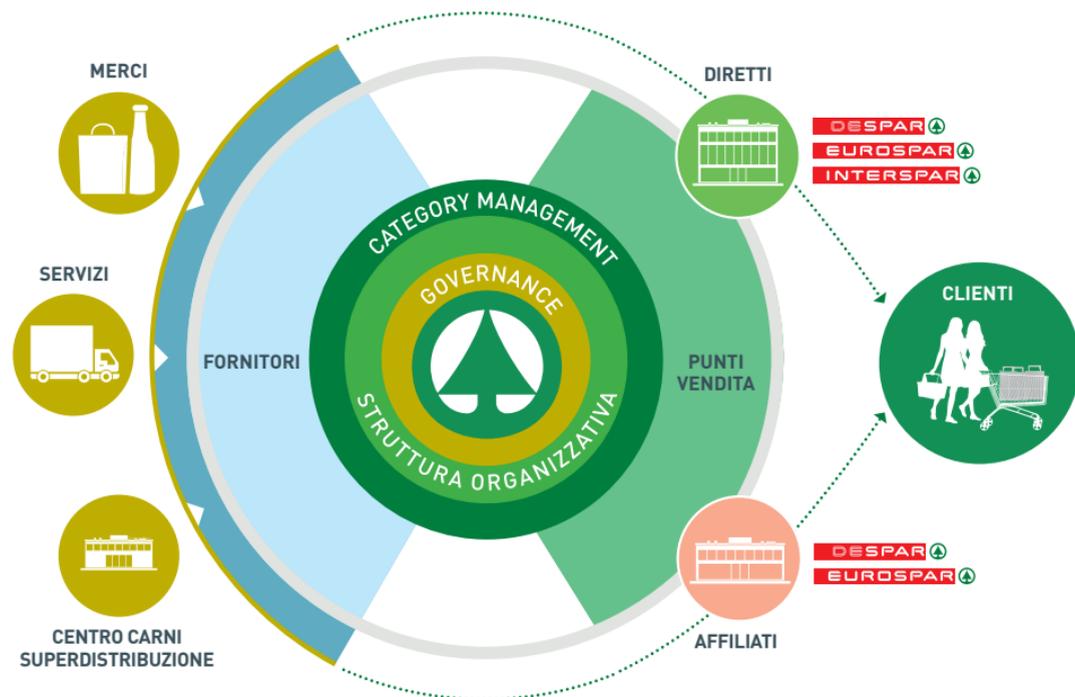
La responsabilità, la correttezza e la trasparenza guidano il nostro lavoro, a tutti i livelli aziendali.

## RISCHI E OPPORTUNITÀ

L'analisi S.W.O.T. (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) consente di identificare i fattori interni ed esterni che influiscono sul raggiungimento degli obiettivi aziendali.



## IL NOSTRO MODELLO DI BUSINESS



All'interno di un modello di business così complesso e articolato, il nostro Report Integrato supera la propria funzione di strumento di rendicontazione per divenire esso stesso 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.

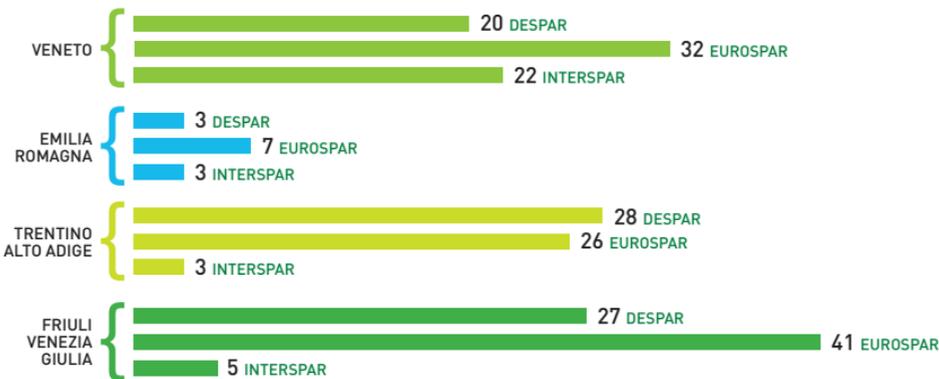
## I PUNTI VENDITA

I PUNTI VENDITA  
ASPIAG SERVICE  
PER TIPOLOGIA  
E REGIONE

217  
PUNTI  
VENDITA  
DIRETTI

345

AFFILIATI



DESPAR



Negozi  
di quartiere / città  
(100-800mq)

EUROSPAR



Negozi  
di quartiere / città  
(801-2.499mq)

INTERSPAR



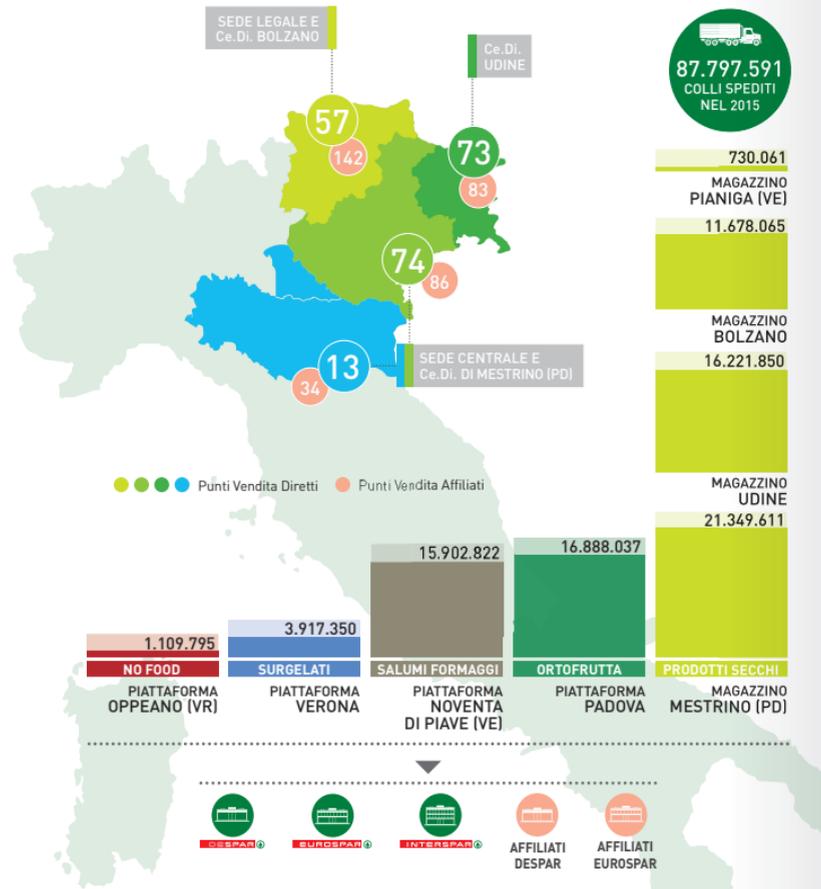
Superstore  
(2.500-3.999mq)  
Iperstore  
(4.000-6.000mq)

## IL MODELLO DISTRIBUTIVO

### I CENTRI DISTRIBUTIVI

Ai tre Centri Distributivi (Ce.Di.) di Bolzano, Mestrino (PD) e Udine, fanno capo tutti i punti vendita diretti e affiliati di Aspiag Service.

- **Ce.Di. di Mestrino** svolge la funzione di centro direttivo, gestionale e amministrativo per tutte le attività del gruppo e base operativa per il Veneto e l'Emilia Romagna.
- **Ce.Di. di Bolzano**, primo centro di distribuzione della Società, 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.



### LE PIATTAFORME DISTRIBUTIVE

Il sistema distributivo di Aspiag Service è costituito da 8 piattaforme distributive, dislocate strategicamente sul territorio e gestite con attrezzature e tecnologie avanzate, e da 2 fornitori specializzati (carne e pesce). 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.

## I VALORI AGGIUNTI DELLA SUPPLY CHAIN PER IL CLIENTE

### ATTENZIONE ALL'AMBIENTE

Casse in plastica riutilizzabili e riciclabili al 100%. Ottimizzazione del carico e dei percorsi dei mezzi di trasporto.



### SICUREZZA ALIMENTARE

Garantita dall'adozione di procedure conformi a sistemi HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point). Continui controlli con tamponi superficiali e analisi sui prodotti lavorati in punto vendita.

### QUALITÀ

Selezione dei fornitori. Procedure informatizzate acquisti e consegne. Formazione continua del personale di vendita.



### FRESCHEZZA

Acquisti con consegne just in time. Distribuzione "ventilata" (fabbisogno predeterminato). Gestione efficiente dei processi di magazzino con prelievi a tecnologia "Voice Picking". Produzione propria carni e derivati.



### VARIETÀ

Ricerca sulla tendenza delle preferenze dei consumatori. Indagini di Customer Satisfaction.

### ECONOMICITÀ

Convenienza. Diversificazione. Prezzo.



### SERVIZIO

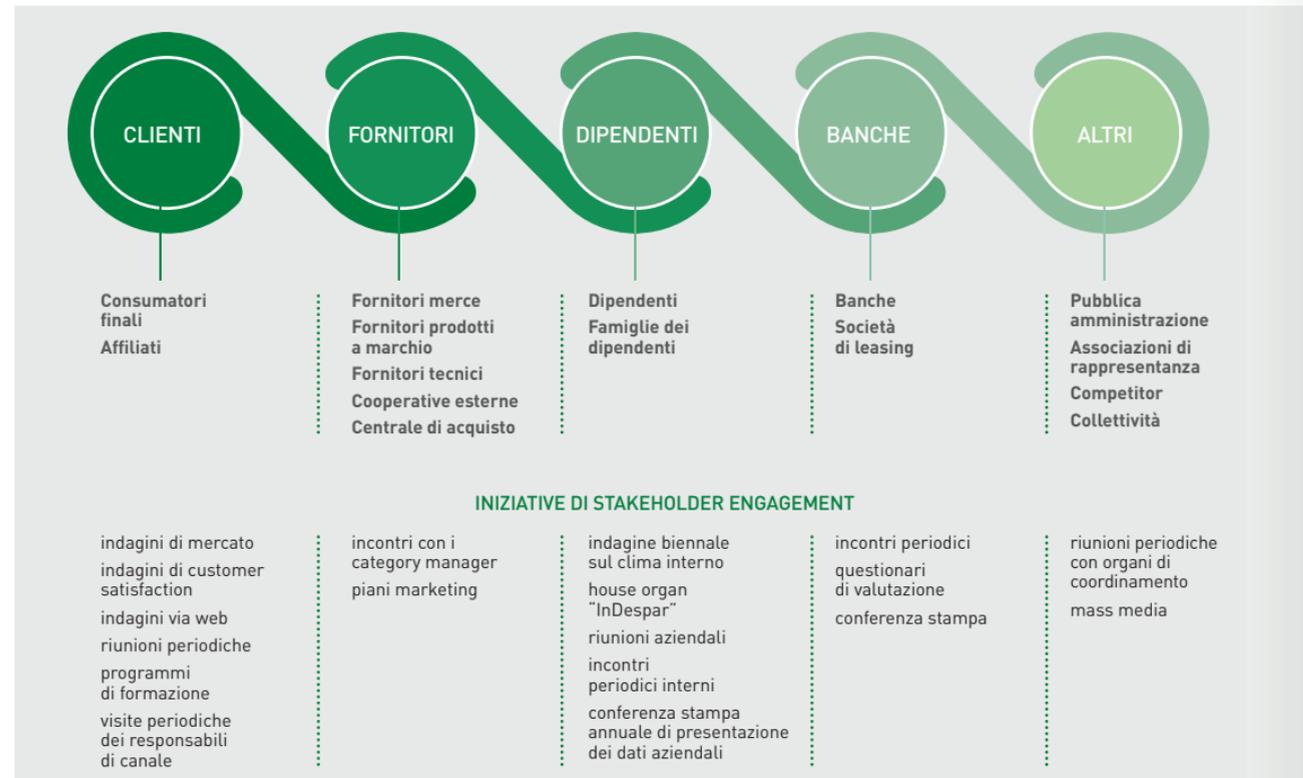
Attenzione al cliente. Vasto assortimento. Pulizia del punto vendita.

### DISPONIBILITÀ

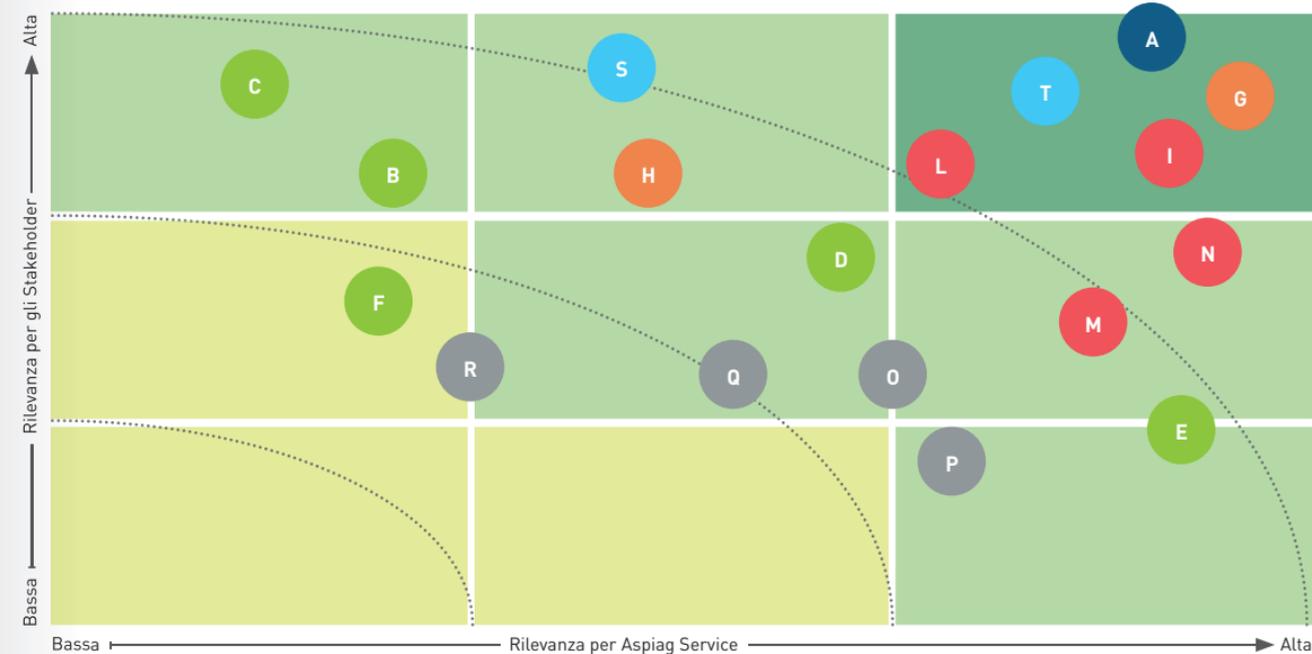
ABSTRACT REPORT INTEGRATO 2015

## I NOSTRI STAKEHOLDER

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



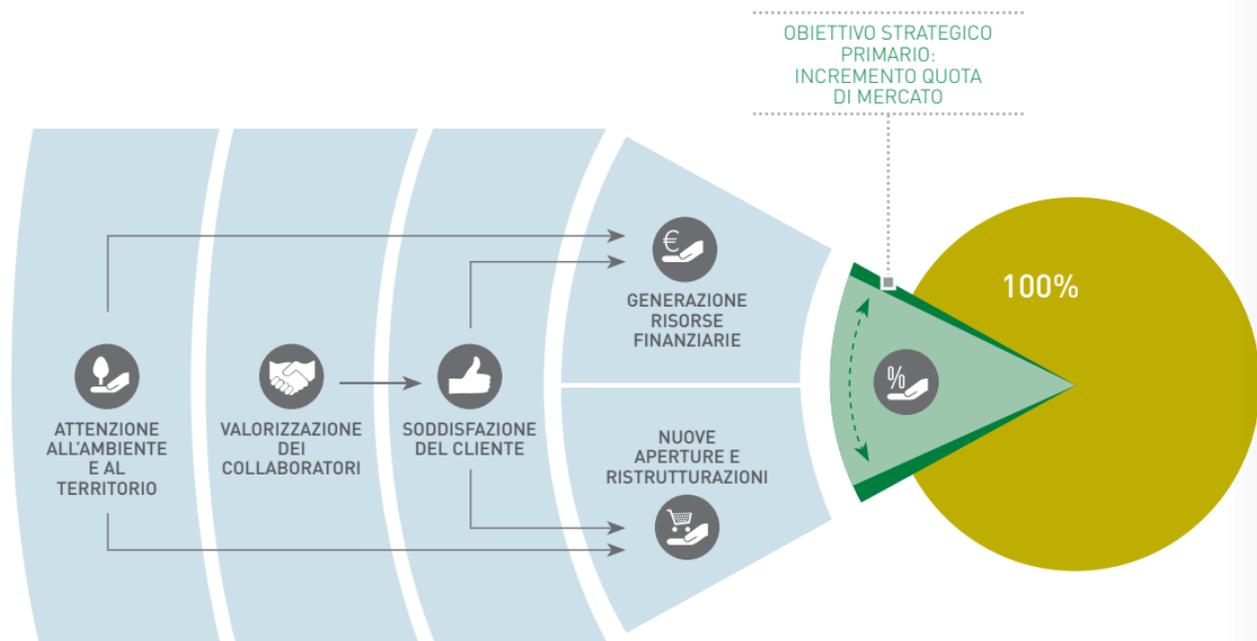
## MATRICE DI MATERIALITÀ DEGLI OBIETTIVI



- A** Solidità finanziaria
- B** Impegno sostenibile verso la comunità e il territorio
- C** Creazione posti di lavoro
- D** Impatti socio ambientali punti vendita
- E** Riduzione scarti alimentari
- F** Riduzione impatto ambientale nella catena di fornitura
- G** Sviluppo rete commerciale
- H** Multicanalità punti vendita
- I** Soddisfazione dei clienti
- L** Qualità dei prodotti
- M** Innovazione offerta e servizi
- N** Reputazione aziendale
- O** Soddisfazione collaboratori
- P** Formazione collaboratori
- Q** Salute e sicurezza collaboratori
- R** Diversità e pari opportunità collaboratori
- S** Conformità a standard volontari
- T** Efficiente governance aziendale

## IL SISTEMA DINAMICO DEGLI OBIETTIVI STRATEGICI PER LA CREAZIONE DI VALORE

«Incrementare la nostra quota di mercato rappresenta un obiettivo strategico fondamentale e necessario: consente di accrescere la presenza e la riconoscibilità del marchio e, inoltre, di razionalizzare e ottimizzare gli investimenti e migliorare le prestazioni economico-finanziarie.»



La politica adottata per il conseguimento dei cinque obiettivi funzionali si basa principalmente sull'insieme dei comportamenti aziendali che derivano dai nostri valori, che hanno come denominatore comune lo sviluppo economico e sociale sostenibile e che si esplicano attraverso i seguenti due gruppi di azioni:

### AZIONI INTERNE

-  INNOVAZIONE
-  GESTIONE DELLE RISORSE UMANE
-  SICUREZZA DEI CONSUMATORI
-  SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO
-  GESTIONE DELLE RISORSE NATURALI
-  GESTIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI

### AZIONI ESTERNE

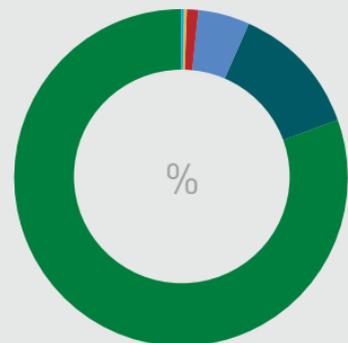
-  ATTENZIONE AL MERCATO
-  ATTENZIONE AI CONSUMATORI
-  SUPPLY CHAIN
-  ATTENZIONE ALLA COMUNITÀ LOCALE
-  SCELTA DI PARTNER ECONOMICI IDONEI
-  SENSIBILITÀ VERSO L'AMBIENTE

La sostenibilità è per noi un valore e una caratteristica fondamentale in tema di obiettivi, operazioni e decisioni.

## GENERAZIONE DI RISORSE FINANZIARIE

La solidità finanziaria è alla base del percorso intrapreso verso uno sviluppo sostenibile, nelle sue dimensioni: economica, per dare soddisfazione ai fornitori di capitale e assicurare la permanenza nel mercato; sociale, per rispondere alle aspettative degli Stakeholder interni ed esterni in tema di condizioni e stili di vita; ambientale, per gestire in efficienza le risorse naturali e ridurre al minimo l'impatto delle attività d'impresa.

DISTRIBUZIONE DEL VALORE ECONOMICO



- Soci **0,00%**
- Comunità **0,28%**
- Fornitori di Capitale **0,41%**
- Pubblica Amministrazione **1,13%**
- Trattenuto dall'Impresa **5,09%**
- Dipendenti **12,79%**
- Fornitori **80,30%**

DA SEMPRE  
GLI UTILI SONO  
REINVESTITI



## NUOVE APERTURE E RISTRUTTURAZIONI

«Siamo impegnati ad accogliere e condividere informazioni chiave, considerando la complessità e la volubilità del contesto operativo, per individuare soluzioni evolutive a sostegno del vantaggio competitivo.»



PUNTI VENDITA DIRETTI

**12** NUOVE APERTURE

**14** RISTRUTTURAZIONI E AMMODERNAMENTI

PUNTI VENDITA AFFILIATI

**13** NUOVE APERTURE

**4** RISTRUTTURAZIONI E AMMODERNAMENTI



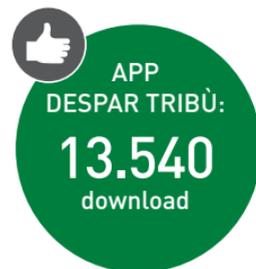
## SODDISFAZIONE DEL CLIENTE

«Ricerchiamo costantemente il punto di vista del cliente, i suoi bisogni e le sue necessità, al fine di orientare il nostro operato ad un servizio di qualità che crei valore per il consumatore.»

La qualificazione dell'offerta è uno stimolo costante che nasce dalla consapevolezza che tale miglioramento debba essere continuo e in linea con i bisogni dei clienti e dell'ambiente circostante: pensiamo che offrire valore al cliente crei un circolo virtuoso di cui può beneficiare l'Azienda stessa.



LA SOSTENIBILITÀ  
È SEMPRE PIÙ  
UN DRIVER  
PER L'ACQUISTO



## VALORIZZAZIONE DEI COLLABORATORI

«Mettiamo al centro la persona e il suo sviluppo, ispirando comportamenti tesi ad un continuo apprendimento, con l'obiettivo di facilitare la responsabilità e l'autonomia lavorativa, motivare al raggiungimento degli obiettivi e creare senso di appartenenza.»

### Progetto Salute

Il rapporto con i collaboratori è decisivo per offrire il miglior servizio al cliente. Nel 2015, in aggiunta agli istituti di welfare già previsti dalla contrattazione collettiva, abbiamo lanciato il "Progetto Salute": oltre ad aumentare il numero di case di cura convenzionate in collaborazione con la cassa sanitaria del settore della GDO, abbiamo investito in una campagna informativa capillare destinata ai collaboratori presso i punti vendita sul territorio, avviando azioni di sostegno a favore dei collaboratori in difficoltà.

1.800  
PARTECIPANTI AI  
MEETING INFORMATIVI

>450.000€  
RISPARMIATI  
DAI COLLABORATORI

>40  
STRUTTURE SANITARIE  
CONVENZIONATE

RINNOVO  
CERTIFICAZIONE  
OHSAS 18001



«Lavoriamo costantemente per creare un rapporto equilibrato e duraturo di tutte le attività rispetto ai loro effetti economici, sociali ed ambientali.»

### Le Buone Abitudini

È un percorso di prevenzione primaria sostenuto da Despar per il Sociale, giunto alla 10<sup>a</sup> edizione e rivolto a insegnanti e alunni delle scuole primarie.

Si fonda sul desiderio di rompere quella barriera che impedisce alle conoscenze di farsi pratica quotidiana, accogliendo dentro di noi una "buona abitudine".

ISTITUTI A.S. 2015/2016



▶ 60

CLASSI



▶ 290

ALUNNI



▶ 7.000

PRIMA AZIENDA DELLA GDO ITALIANA CON CERTIFICAZIONE ISO 14001:2004



*“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 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.** fa parte del gruppo internazionale **Spar Austria** con sede a Salisburgo, ed è la concessionaria del marchio **Despar** per il Nordest italiano.

CAPITALE SOCIALE: Euro 79.320.000,00 interamente versato.



2015  
REPORT INTEGRATO

**Sede Legale**  
Via Bruno Buozzi, 3  
39100 Bolzano

[www.despar.it](http://www.despar.it)



Aspiag Service S.r.l.  
Despar Nordest