

# Report Integrato

2020

Il valore della scelta

DESPAR  
EUROSPAR  
INTERSPAR





# Report Integrato 2020



Il valore della scelta

+ 4,9%

**2 mld €**

Vendite nette.

+ 0,2%

**11,45%**

Quota di mercato.

-18,1%

**68,6 mln**

Scontrini.

# Lettera del Presidente



entili Stakeholder, il 2020 ci ha cambiati: non siamo le stesse persone, non siamo la stessa Azienda che eravamo un anno fa.

Senza accorgercene, all'improvviso, ci siamo ritrovati in un contesto – sociale, economico, politico – inaspettato e mutevole.

Eppure, non ci siamo fatti travolgere. I numeri, i fatti, i dati che leggerete nelle prossime pagine parlano di un'Azienda fatta di persone che non si arrendono; di collaboratrici e collaboratori che, ogni giorno dell'anno trascorso hanno affrontato sul proprio posto di lavoro le sfide di una situazione imprevedibile.

Quelli che leggerete sono risultati che non hanno solo un valore economico: hanno il valore del coraggio.

In questo anno, che tutti ricorderemo, abbiamo messo in campo forze ed energie che forse nemmeno sapevamo di avere. Lo abbiamo fatto quando abbiamo messo in sicurezza – in modi e tempi impensabili – i nostri colleghi, i nostri clienti, i nostri punti vendita.

Lo abbiamo fatto quando non ci è bastato rimanere in piedi, ed abbiamo voluto aiutare anche gli altri a rialzarsi: pensiamo al nostro camion che entra in una Vo' deserta e incredula, pensiamo ai nostri punti vendita che hanno messo a disposizione cibo per il pranzo di Pasqua alle cucine popolari di Padova, pensiamo alle raccolte fondi per le nostre iniziative che non si sono mai fermate, anche i tempi tanto incerti.

Anche in questo 2020, che ha messo tutti noi a dura prova, non abbiamo mai perso di vista i nostri obiettivi. Abbiamo continuato, nonostante tutto, a perseguire i nostri percorsi e i nostri progetti, e a raggiungere rinnovati traguardi: come quello della certificazione ISO 45001, che ha premiato il nostro impegno a garantire sempre più elevati standard di sicurezza, aspetto che, quest'anno più che mai, ha giocato un ruolo fondamentale per tutti noi; o quello della certificazione

ISO 14001, ulteriore conferma del nostro impegno per la sostenibilità. Siamo riusciti, nonostante le difficoltà e i rallentamenti, a rendere ancora più efficiente la logistica dei nostri prodotti freschi e freschissimi avviando il nostro nuovo polo logistico Agrolagic a Monselice e il nuovo centro produttivo dedicato alla lavorazione della carne e dei salumi.

In tempi tanto difficili, anche il lavoro ha assunto un nuovo significato e sappiamo che le 19 aperture di nostri punti vendita diretti e affiliati hanno avuto un valore inestimabile per tutti noi, che nel 2020 siamo diventati ancora più numerosi: ora possiamo contare sul valore e sull'impegno di 8.517 donne e uomini coraggiosi.

Scriviamo queste righe in un momento molto significativo per la nostra Aspiag Service: il passaggio di testimone tra Presidenti. Le emozioni sono molte, ma fra tutte prevalgono il senso di responsabilità e l'orgoglio. La responsabilità di un nuovo Presidente, che inizia a scrivere un altro pezzo di storia del nostro abete, alla guida di un'Azienda di valore, fatta di persone che non hanno paura di pensare con ambizione. E l'orgoglio di un Presidente uscente: l'orgoglio di aver guidato questa grande Azienda per vent'anni e di avere visto di che cose grandi siamo capaci quando, insieme, scegliamo di rendere possibile anche ciò che non lo sembra.

Voglio ringraziare ognuno di voi per l'impegno e la passione che in questo difficile anno avete dimostrato e per concludere non posso che esprimere la mia sincera riconoscenza al Presidente Rudolf Staudinger, che nei suoi vent'anni di presidenza ha portato la nostra Aspiag Service a triplicare il suo fatturato e raddoppiare il numero dei suoi dipendenti, facendola brillare ogni giorno di più.

A tutti voi,  
grazie di cuore

**Harald Antley**  
Presidente

+ 2,5%

**247**

Punti vendita diretti.

+ 3,4%

**8.517**

Collaboratori.

+ 0,25%

**441.369 kWh**

Consumo LFL 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 e interconnesso le risorse che l'Azienda utilizza e reinveste per raggiungere i propri risultati.

Il Report Integrato supera la funzione di strumento di rendicontazione per divenire uno strumento utile al coordinamento delle unità interne e alla raccolta delle informazioni in vista del processo decisionale.

## 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 e sono segnalati lungo il testo da un'icona. Sono presenti link interattivi per pagine esterne. Ulteriori dettagli sui riferimenti utilizzati e sulla redazione del Report si trovano nella Nota Metodologica (p. 90).

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

## Buona lettura.

## Capitali

Le linee guida dell'IIRC permettono di mostrare come Aspiag Service crei valore nel tempo utilizzando le proprie risorse, ovvero i sei capitali. Nel Report Integrato ogni capitale ha un colore assegnato, che lo rende riconoscibile nel corso della lettura. I capitali si distinguono in:

- 
**Finanziario**  
 Insieme della liquidità a disposizione dell'Azienda per la propria attività.
- 
**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 dei prodotti venduti.
- 
**Umano**  
 Patrimonio immateriale di competenze, capacità e conoscenze di chi lavora in Azienda.
- 
**Sociale e relazionale**  
 Relazioni dell'Azienda con soggetti chiave esterni necessarie per valorizzare l'immagine aziendale, la sua reputazione e la soddisfazione dei clienti.
- 
**Naturale**  
 Insieme di risorse naturali utilizzate per le attività aziendali.

## Pillar aziendali

I pillar costituiscono i principi su cui si basa la strategia dell'Azienda e sono approfonditi per capitoli nella sezione "Performance".



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

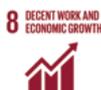


## Obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs)

La strategia di Aspiag Service è allineata agli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda ONU 2030. Gli obiettivi più inerenti al business sono proposti all'inizio di ogni capitolo relativo ai pillar e sono allineati agli indicatori, alle iniziative e alle prospettive dell'Azienda.



Salute e benessere



Lavoro dignitoso e crescita economica



Città e comunità sostenibili



Consumo e produzione responsabili



Lotta contro il cambiamento climatico



## GRI

Le informazioni di sostenibilità sono rendicontate secondo i GRI Standards. Un'icona di riconoscimento segnalerà quale indicatore è conforme allo standard.



## 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 (p. 33). Nel corso del Report sono indicati con il colore del capitale a loro inerente.

# Report Integrato e sostenibilità



	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
--	------	------	------	------	------	------	------

- **Riqualifica ex aree industriali** a Verona con un Eurospar e a Padova con un Interspar
- **Nasce l'iniziativa Le Buone Abitudini**
- **Primo report integrato**, creato secondo il principio "integrated reporting is about good business" (rif. IIRC)

- **Restauro** del palazzo storico per l'Eurospar di Trento via Manci
- **Sottoscrizione politica ambientale** e certificazione ambientale **ISO 14001**
- **Accordo con Last Minute Market** per recupero merce nei punti vendita diretti

- **Redazione del Report Integrato** secondo l'<IR> **Framework dell'IIRC**

- **Rappresentazione** in chiave finanziaria **del capitale intangibile.**

- **Primo percorso "Allievi Store Manager"**
- **Nasce linea Gemma Verde**
- **App Despar Tribù**
- **Creazione di una versione sintetica "Abstract" del Report Integrato** per una maggiore diffusione tra gli stakeholder

- **Clusterizzazione energetica** per il monitoraggio dei consumi

- **Allineamento con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda ONU 2030**

- **Inclusione di attività e indicatori per il Report del Gruppo SPAR Austria (CSR Board)**

- Legenda**
- Finanziario
  - Materiale e infrastrutturale
  - Organizzativo
  - Umano
  - Sociale e relazionale
  - Naturale
  - No capitale



**P**er l'Azienda "sostenibilità" è sinonimo di "strategia", tanto che essa supera la pura dimensione ambientale per assumere un significato olistico e trasversale all'interno di tutti i livelli aziendali. Aspiag Service persegue numerosi progetti di sostenibilità, incentrati sull'innovazione dei prodotti, sul sociale e su tematiche ambientali; in questo senso ci poniamo non solo come intermediari tra l'industria e il consumatore, ma anche come fonte di formazione ed educazione per quest'ultimo. Le iniziative, le innovazioni e i riconoscimenti qui rappresentati lungo un asse temporale, testimoniano 10 anni di impegno verso la sostenibilità e di rendicontazione trasparente. La nostra strategia e le nostre performance, in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs), mostrano quanto la sostenibilità alimenti, come ieri, più di ieri, la mission, la vision e i nostri valori. Grazie alla cultura d'impresa creata nel tempo, le iniziative di sostenibilità ambientale, sociale ed economica sono considerate sostanziali e sono divenute una fonte di valore per l'Azienda anziché un costo e hanno permesso di generare efficienza lungo tutta la catena del valore originando reddito, lavoro e risparmio di risorse.

Negli anni il legame tra sostenibilità e performance economica è diventato evidente e tale da giustificare una rendicontazione finanziaria e non finanziaria che si è sviluppata tracciando vantaggi e benefici e ricercando una connessione tra gestione, contabilità e reporting. Il valore generato è stato possibile mostrarlo grazie alla struttura multicapitale e interconnessa del Report Integrato (IIRC) e all'utilizzo delle metriche GRI. Il percorso decennale del Report Integrato ha messo in luce lo sviluppo dell'Azienda rispondendo alle aspettative degli stakeholder e garantendo fiducia nei loro confronti. I dati e le informazioni rendicontate sono state infatti fin da subito certificate ed evitano le possibilità di greenwashing, favorendo l'uso del Report per le relazioni con i nostri stakeholder ed escludendone un uso "retorico".

Questo percorso è stato possibile grazie alla collaborazione di un team di persone con un pensiero orientato in avanti, innovativo e aperto al futuro formatosi in questi anni e all'acquisita generale consapevolezza che l'attenzione ai temi dell'ambiente e del sociale favoriscono una buona governance finanziaria.

I riconoscimenti ricevuti in questi anni hanno confermato, con nostra soddisfazione, il livello di benchmark raggiunto nella rendicontazione, la quale ha superato nel tempo la funzione di strumento informativo per divenire anche processo per le decisioni di domani. Nelle pagine interne di approfondimento viene presentata una selezione di performance aziendali del periodo che va dal 2011 al 2020, evidenziando come una strategia improntata sulla soddisfazione del cliente, valorizzazione dei collaboratori, realizzazione di investimenti innovativi e sostenibili e sull'attenzione all'ambiente e al territorio ha permesso il raggiungimento del nostro successo commerciale.

# Indice.

## Chi siamo.

- 2 Lettera del Presidente
- 4 Guida alla lettura
- 6 Report Integrato e sostenibilità

### 12 Identità e contesto operativo

- 12 Il mercato
- 13 Aspiag Service e il territorio
- 14 La storia
- 15 Assetto proprietario
- 16 Spar Austria, Spar International, Despar Italia

### 18 Governance

- 18 Assemblea dei Soci e Consiglio di Amministrazione
- 18 Collegio Sindacale e Società di Revisione
- 19 La compliance volontaria
- 20 Il Comitato di Gestione e i Procuratori
- 20 La privacy
- 21 Il Modello Organizzativo 231/01

## Cosa facciamo.

### 24 Business Model

- 24 Supply Chain
- 24 Acquisti
- 25 Prodotti a marchio
- 26 Logistica
- 26 Il Centro Carni
- 28 Vendita
- 32 Il coinvolgimento degli Stakeholder
- 34 Rischi e opportunità

### 36 Strategia

- 36 Incremento della quota di mercato
- 37 L'impegno per lo sviluppo sostenibile
- 38 Creazione di valore

# Cosa abbiamo fatto.

- 42** **Performance**
- 43** Conto economico
- 44** Stato patrimoniale
- 46** Rendiconto finanziario
- 48** Generazione di risorse finanziarie
- 52** Nuove aperture e ristrutturazioni
- 56** Soddisfazione del cliente
- 62** Valorizzazione dei collaboratori
- 74** Attenzione all'ambiente e al territorio
- 81** Connettività delle informazioni

# Allegati.

# Cosa faremo.

## **86** Prospettive future

- 90** Nota metodologica
- 92** GRI Content Index
- 96** Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile
- 98** Relazione della Società di Revisione sulla revisione Limitata dell'informativa GRI
- 101** Relazione della Società di Revisione sulla revisione contabile del Bilancio d'Esercizio





# Chi siamo.

**12 — 17**

Identità e contesto operativo.

**18 — 21**

Governance.

**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 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, sviluppo delle persone, sostenibilità.

# Identità e contesto operativo.

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

## Il mercato.

**+4,3%**

Vendite nella DMO italiana.  
fonte: Nielsen

**-8,3%**

Crescita del PIL italiano.  
fonte: Eurostat

**50**

I potenziali competitors.

**N**el 2020 l'emergenza sanitaria da Covid-19 ha impattato sull'attività economica globale, che a fine anno si presenta ancora in rallentamento per il perdurare dei contagi. Nell'area dell'euro la pandemia influenza prezzi e attività economiche, con tempi di ripresa stimati sul medio-lungo periodo. A sostegno di ciò la BCE fornisce adeguati strumenti finanziari mentre l'occupazione, dopo un rialzo nei mesi estivi, non recupera entro fine anno, in particolare per giovani e donne. Il contesto italiano registra per il 2020 un PIL del -8,3% (fonte Eurostat), determinato dalla flessione di domanda interna, domanda estera e variazione delle scorte. In risposta all'emergenza sanitaria il Governo continua a sostenere imprese e famiglie con ulteriori interventi. Le vendite al dettaglio nel suo complesso risentono degli effetti dell'emergenza sanitaria, flettendone i risultati del 5,4% (fonte Istat). Il comparto più penalizzato è stato quello non alimentare, per via delle chiusure imposte per il contenimento del contagio. In forte crescita invece il commercio elettronico che segna un +33,8% (fonte Istat).

In merito al settore del retail, il Largo Consumo Italiano nel 2020 è cresciuto, con vendite che a valore sono aumentate del +4,3% (fonte Nielsen).

Con la pandemia sono sorti nuovi trend per i consumatori, che hanno influenzato positivamente i dati di settore. I limiti agli spostamenti imposti dalle misure di contingentamento del Covid-19 hanno favorito i punti vendita con una buona posizione e un buon assortimento. L'attenzione ai prezzi, accresciuta nel 2020 a fronte dell'emergenza sanitaria, ha privilegiato il canale dei discount. Si segnala inoltre che a marzo 2020 l'Antitrust ha autorizzato l'acquisizione della rete vendita di Auchan Italia da parte di Conad, a condizione che quest'ultima ceda a un soggetto terzo e indipendente, attivo nella distribuzione al dettaglio di prodotti alimentari e non, 33 mercati locali (4 superette, 19 supermercati e 10 ipermercati), per salvaguardare la concorrenza. Ciò si riflette anche sulla centrale d'acquisto Conad-Auchan-Finiper, dove l'Agcm non rileva eccesso di concentrazione data la quota del 18,2%. Altro punto di attenzione è l'e-commerce, preferito dai consumatori per la comodità e ora anche per motivi di sicurezza. Trasversale ai diversi settori merceologici segna un +117% (fonte Nielsen) rispetto all'anno precedente, in primis per la cura di casa e persona, a seguire per l'alimentare. La partenza a fine 2020 della campagna vaccinale porta con sé prospettive favorevoli, anche se di medio-lungo termine.

## Aspiag Service e il territorio.

I punti vendita di Aspiag Service sono dislocati tra Veneto, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia e Trentino-Alto Adige, insieme alle Direzioni Regionali, alle sedi e alle piattaforme logistiche. I punti vendita – a gestione diretta o in affiliazione – 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 (pag. 28).

# 247

Punti vendita diretti.

- 83
- 124
- 40

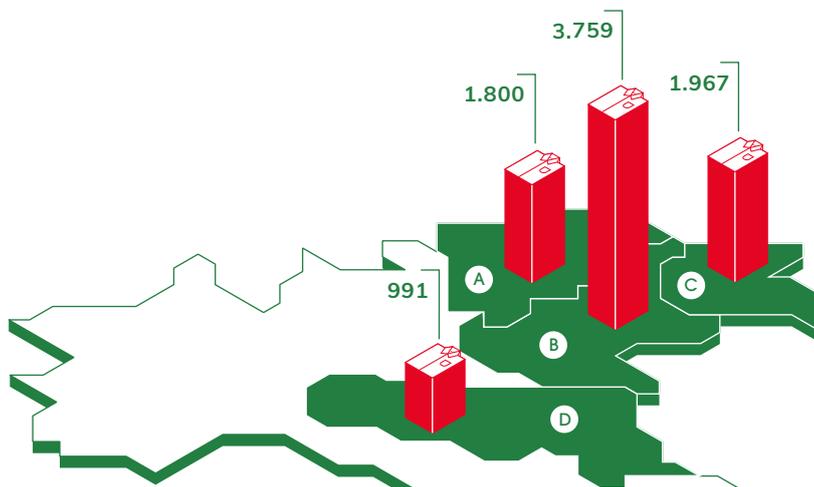
# 323

Punti vendita affiliati.

- 304
- 19

### Legenda

- Collaboratori
- Direzioni Regionali
- Sedi
- Piattaforme



Trentino-Alto Adige	Veneto	Friuli-Venezia Giulia	Emilia Romagna
<b>Punti vendita Diretti</b>	<b>Punti vendita Diretti</b>	<b>Punti vendita Diretti</b>	<b>Punti vendita Diretti</b>
28 Despar	22 Despar	29 Despar	4 Despar
28 Eurospar	38 Eurospar	45 Eurospar	13 Eurospar
4 Interspar	25 Interspar	5 Interspar	6 Interspar
<b>Punti vendita Affiliati</b>	<b>Punti vendita Affiliati</b>	<b>Punti vendita Affiliati</b>	<b>Punti vendita Affiliati</b>
123 Despar	68 Despar	56 Despar	57 Despar
4 Eurospar	9 Eurospar	5 Eurospar	1 Eurospar

## La storia.

Nel 1932 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". Il marchio "Despar" viene abbreviato in "Spar" – "abete" in olandese – e si diffonde nel mondo.

Negli anni '60 Spar International cerca partner in Italia: tra il 1959 e il 1967 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.

Dal 2010 Aspiag Service 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.

Anni '30

Anni '50

Anni '60

Anni '90

2000 - 2019

2020

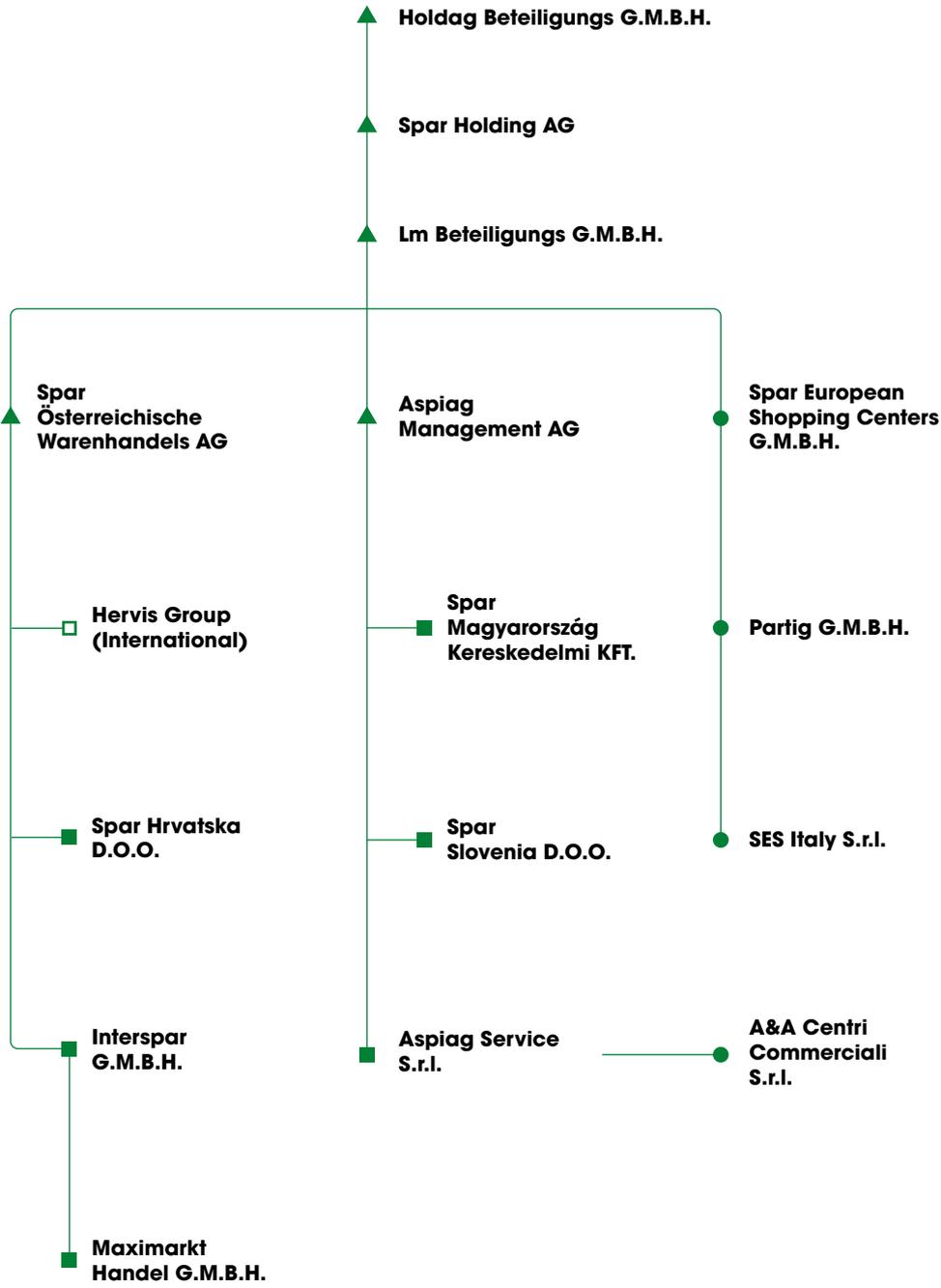
Nel 1954 nasce in Austria per opera di Hans F. Reisch la prima organizzazione SPAR (la Handelsvereinigung SPAR Tirol/Pinzgau) che nel 1970 diverrà l'odierna SPAR Austria (SPAR Österreichische Warenhandels AG).

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 Direzioni Regionali (di Bolzano, Mestrino e Udine). Dagli anni '90 Aspiag Service si espande con acquisizioni ed espansioni, unendo le energie di aziende internazionali e del territorio.

Il 2020, segnato dalla pandemia di Covid-19, ha impedito la celebrazione del sessantesimo anniversario del marchio Despar in Italia, ma non ha fermato sviluppo e innovazione. Aspiag Service ha ottenuto la certificazione ISO 45001, ha consolidato lo sviluppo in Emilia Romagna grazie alla nuova Direzione Regionale e ha raggiunto vendite pari a 2 mld € con 8.517 collaboratori in 247 punti vendita.

**Assetto proprietario.**

Aspiag Service è diretta e coordinata dal socio unico Aspiag Management AG (che nel 2020 ha incorporato la società Aspiag Finance Services AG), che ha sede a Widnau (Svizzera) ed è parte del gruppo Holdag Beteiligungs GMBH (Gruppo SPAR Austria), la cui sede si trova a Salisburgo. L'assetto proprietario della capogruppo è lo stesso dal 1970. Il seguente grafico mostra le società più significative del Gruppo, coi relativi core business.



**Legenda**

- ▲ Holding
- Grande distribuzione
- Gestione centri commerciali
- Abbigliamento e attrezzatura sportiva

### SPAR Austria.

Il Gruppo SPAR Austria 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. SPAR Austria 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, Repubblica Ceca e Romania.

La strategia di sostenibilità di SPAR Austria si muove su più fronti: quello dei prodotti, dell'energia, della logistica e del sostegno alla comunità. Nel 2020 è continuata la revisione delle ricette che dal 2017 ha comportato una riduzione di 1.616 tonnellate di zucchero nei prodotti. Anche i packaging sono stati ripensati, in modo da risparmiare sulla quantità di plastica utilizzata o di utilizzarne di riciclabile, parallelamente alla sua sostituzione, quando possibile, con packaging in altro materiale. Sul fronte energetico, il 2020 ha visto l'installazione del 100esimo pannello fotovoltaico, che aumentano di circa 10-15 unità l'anno. Sono in aumento le donazioni di alimenti insieme alle campagne di formazione e sensibilizzazione di collaboratori e clienti in merito alla sostenibilità.

+ 5,6%

**16,60** mld €

Fatturato

+ 5,8%

**89.926**

Collaboratori

+1,1%

**3.243**

Punti vendita

+1,4%

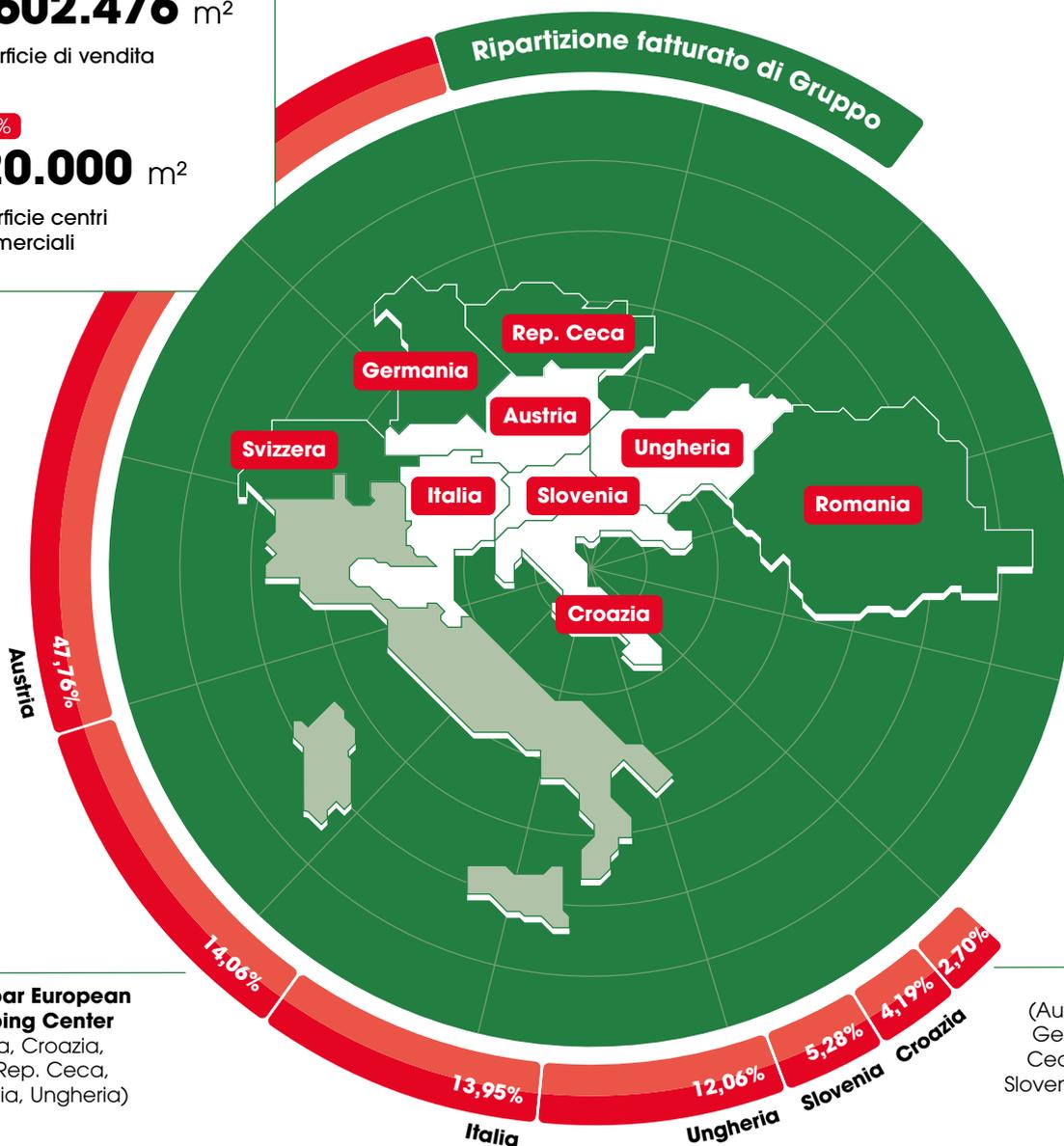
**2.602.476** m<sup>2</sup>

Superficie di vendita

+3,8%

**820.000** m<sup>2</sup>

Superficie centri commerciali



**SES Spar European Shopping Center**  
(Austria, Croazia, Italia, Rep. Ceca, Slovenia, Ungheria)

**Hervis**  
(Austria, Croazia, Germania, Rep. Ceca, Romania, Slovenia, Ungheria)

## 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.

La consolidata strategia sostenibile di SPAR International ha mantenuto gli impegni intrapresi in tal senso, continuando il lavoro sui fronti dell'educazione alimentare, dei programmi per le comunità, delle campagne su nutrizione e sostenibilità nel retail. Allo stesso tempo, si è anche estesa verso nuovi progetti. Il 2020 è stato l'anno dell'accordo tra SPAR e Too Good To Go, che ha permesso l'impegno in prima linea contro lo spreco alimentare, attraverso la possibilità di acquistare "Magic bags" di prodotti freschi che andrebbero altrimenti gettati. L'accordo commerciale è stato sottoscritto da 13 Paesi SPAR in cui operano 9.000 punti vendita SPAR.

Dati al 2019

**+ 4,35%**  
**37,1** mld €  
Fatturato

**+ 1,6%**  
**13.320**  
Punti vendita

**=**  
**48 paesi**  
SPAR nel mondo

**+0,1%**  
**7,45** mln m<sup>2</sup>  
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, avendo in licenza d'uso il marchio Despar e gestendo le proprie piattaforme logistiche 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 sulla cura per i prodotti, l'innovazione, le tematiche sociali e ambientali. Il 2020, tra i molti progetti, è stato l'anno di "Obiettivo Benessere", il programma di revisione delle ricette di alcune linee di prodotto, nell'ottica della diminuzione degli zuccheri. La revisione delle ricette, avvenuta secondo le linee guida ministeriali, è andata incontro alla prevenzione dell'obesità e dei rischi cardiocircolatori. A settembre 2020 sono stati proposti i succhi di frutta a marchio che hanno comportato un taglio di ben 105 tonnellate di zucchero.

**+ 4,4%**  
**3,9** mld €  
Fatturato

**+ 12,8%**  
**1.399**  
Punti vendita

**+7%**  
**811.054** m<sup>2</sup>  
Superficie di vendita

**Insegna Despar** — **Nel 2020 l'insegna Despar è stata premiata come insegna preferita dagli italiani nella categoria dei supermercati. Il sondaggio ha visto la partecipazione di oltre 200 mila italiani, chiamati a scegliere il loro marchio preferito.**

# 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.

## Gli incontri nel 2020

- 5 Retroplanning
- 11 Comitato commerciale
- 24 Coordinamento dirigenti
- 16 Comitato di Gestione
- 5 Management Meeting
- 1 Riesame del Sistema di Gestione per la Sicurezza e l'Ambiente
- 5 Riunioni itineranti del C.d.A. nel 2020

## Il C.d.A. è composto da:

- 9 membri, di cui:
- 4 esecutivi incluso il Presidente



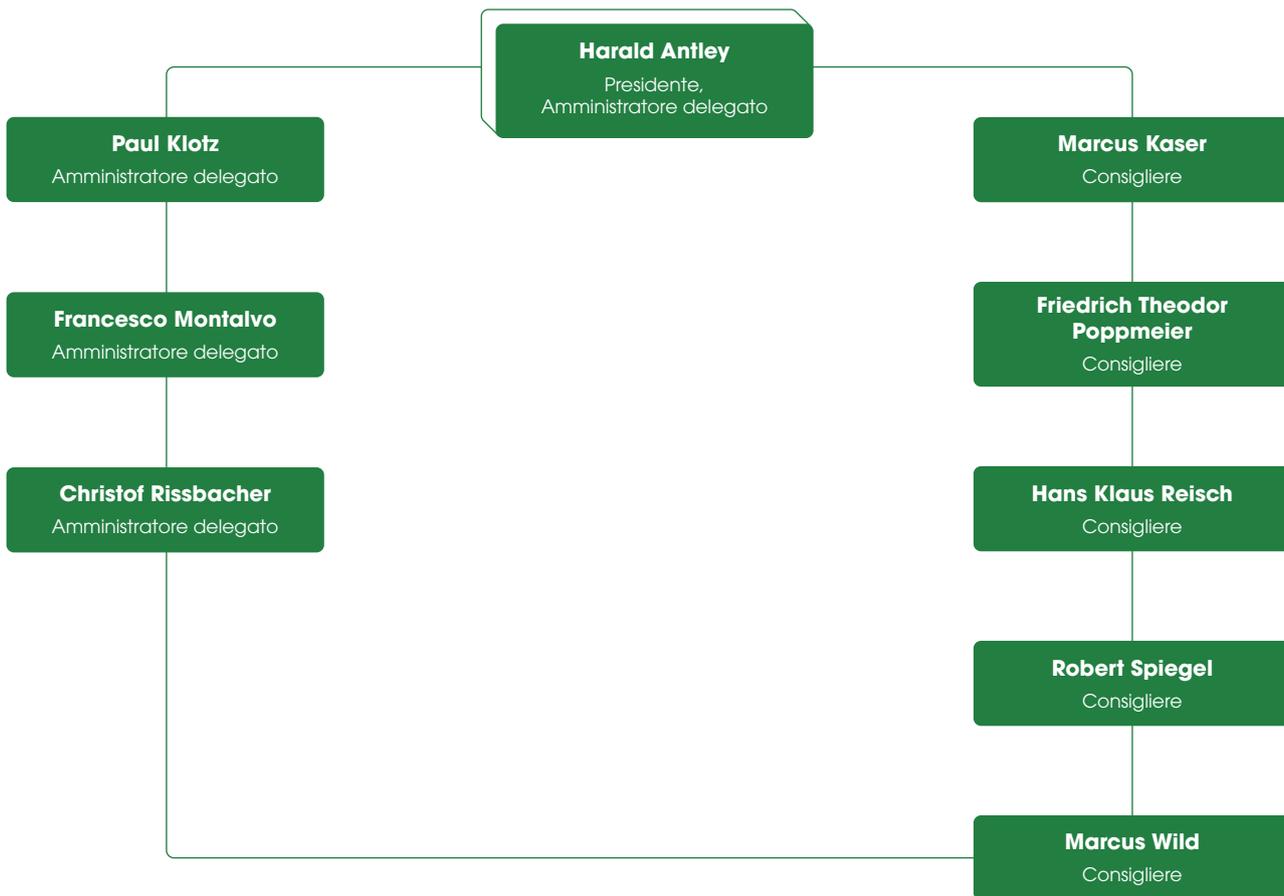
Il sistema di Governance di Aspiag Service comprende vari organi e strumenti di governance. Il sistema intero è orientato alla stabilità dei ruoli nel tempo, che permette così pianificazioni di lungo termine e maggior solidità all'Azienda. Inoltre, oltre alla compliance normativa, la Governance incoraggia l'adozione di pratiche volontarie che ne migliorano ulteriormente il sistema, garantendo un funzionamento aziendale sempre più trasparente e responsabile.

## 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. 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 a una primaria società di revisione, anch'essa con mandato di tre esercizi con scadenza all'approvazione del Bilancio 2021.



▲  
 Per il raggiungimento del limite d'età previsto dalla policy del Gruppo, i ruoli, a partire dall'1/1/2021, del Presidente e degli Amministratori hanno visto i cambiamenti di cui sopra. Grazie all'accurato percorso di sviluppo dei collaboratori è stato possibile valorizzare risorse interne all'Azienda per ricoprire i nuovi ruoli di responsabilità.

**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. Aspiag Service ha inserito all'interno della direzione Safety le aree relative alla sicurezza

alimentare, alla sicurezza sul lavoro e alla sicurezza ambientale. Il coordinamento di queste aree garantisce standard massimi e ulteriori rispetto a quanto previsto dalla legge, oltre a un miglior controllo dei rischi. L'allineamento degli standard volontari ha portato alla certificazione in materia di sicurezza sul lavoro con la nuova ISO 45001.

## Il Comitato di Gestione e i Procuratori.

Il Comitato di Gestione svolge compiti propositivi, preparatori e di supporto tecnico e gestionale al C.d.A. e ne fanno parte di diritto il Presidente e tutti gli Amministratori delegati. Attraverso il Comitato di Gestione il C.d.A. approva e supervisiona la pianificazione economica e finanziaria delle attività aziendali. Il Comitato:

- 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 2020 Aspiag Service ha contato su 66 Procuratori a cui sono conferiti i poteri di amministrazione ordinaria e straordinaria nel rispetto delle deleghe loro conferite. Alcuni Procuratori possono nominarne altri ad acta o ad negotia con mandato limitato.

## La privacy.

Per adeguarsi al nuovo Regolamento sulla protezione dei dati (Reg. UE 2016/679 per brevità GDPR), dal 2018 l'Azienda ha designato un Data Protection Officer esterno e un Comitato Privacy, di cui fanno parte i responsabili degli Affari Legali, Sistemi Informativi e Marketing e un membro

del C.d.A. Anche in materia di privacy - come per il Modello Organizzativo 231 - è prevista una formazione periodica, volta a sensibilizzare e aggiornare i collaboratori. Nel 2020 sulla privacy sono stati formati 8 collaboratori.

GRI  
405-1

	Uomini	Donne	Totale	Tra 30 e 50 anni	Oltre 50 anni
Consiglio di Amministrazione	8	-	8	-	8
Comitato di Gestione	4	-	4	-	4
Consiglio di Amministrazione*	9	-	9	2	7
Comitato di Gestione*	4	-	4	1	3
Collegio sindacale	5	-	5	2	3
Procuratori	58	8	66	30	36
Organo di Vigilanza	2	-	2	-	2
Comitato Privacy	4	-	4	-	4

**Nota:** i dati degli organi contrassegnati da \* si riferiscono all'01/01/2021, a fronte dei cambiamenti organizzativi intervenuti.

## 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 le ultime novità normative. 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 da tempo e va incontro agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) emanati dall'ONU a cui Aspiag Service fa riferimento (si veda p. 37). Al 31 dicembre 2020, come per il biennio precedente, non sono presenti azioni legali né di altro tipo riguardanti comportamenti anticompetitivi, violazioni antitrust o violazioni di monopolio. In materia di antitrust e di prevenzione ai principali rischi, quest'anno sono stati formati 10 collaboratori, così come sono state valutate 557 attività in tema di rischio corruzione con conseguente formazione e aggiornamento. Dal 2021 il Modello verrà nuovamente rivisto a seguito dell'introduzione di nuovi reati ai sensi della 231.



### 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 a tematiche di anticorruzione, che nel 2020 ha visto 47 collaboratori formati. Dal totale collaboratori interessati, ogni anno vengono individuati uno o più gruppi omogenei da formare, andando a coprire l'intero totale nel corso degli anni. In particolare nel 2020 è stata formata la categoria dei dirigenti aziendali. 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 per la richiesta di informazioni, è possibile utilizzare l'indirizzo e-mail dell'Organismo di Vigilanza: [co\\_aspiagservice@despar.it](mailto:co_aspiagservice@despar.it).



### Il Codice Etico [www.despar.it/it/node/17/codice-etico/](http://www.despar.it/it/node/17/codice-etico/)

Individua i diritti, i doveri e le responsabilità di qualsiasi interlocutore ed è posto 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.



### 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.





# Cosa facciamo.

**24 — 35**

Business model.

**36 — 39**

Strategia.



funzionamento efficiente degli organismi di Governance e del Business Model costituisce il volano per la realizzazione della mission aziendale, garantendo l'equilibrio tra le aspettative dei Soci e degli altri stakeholder, la pianificazione e il raggiungimento degli obiettivi strategici, la massimizzazione delle opportunità e la mitigazione dei rischi.

# Business model.

Aspiag Service gestisce supermercati a vocazione prettamente alimentare, acquistando beni di largo consumo da fornitori dell'industria di marca e non, da rivendere nei propri punti vendita e ai clienti in affiliazione.

**P**er 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 delle quattro Direzioni Regionali 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.

## Supply chain

Aspiag Service mantiene la propria posizione nel mercato anche grazie ad una buona gestione della supply chain, che comprende le fasi della selezione dei fornitori, degli acquisti, della distribuzione e della vendita al cliente e permette all'Azienda di garantire efficacia nel raggiungimento degli obiettivi, per sé e per gli stakeholder. Lungo tutta la supply chain vengono sviluppate sinergie tra personale aziendale e fornitori in modo da mantenere un rapporto professionale saldo, contenere i costi, ridurre gli impatti e garantire ai clienti prezzi adeguati e qualità nella lavorazione e nel trasporto dei prodotti. Aspiag Service mantiene verso i fornitori un approccio strategico orientato

alla collaborazione e all'innovazione per un approvvigionamento sempre costante e ottimizzato. Nell'ottica di un impegno sempre maggiore nel monitoraggio e nel contenimento degli impatti della catena di fornitura, è stata sviluppata una check-list per i fornitori di prodotti a marchio, volta a promuovere le strategie dei fornitori in ambito di sostenibilità ambientale. Tale check-list è divenuta una modalità consolidata per la gestione dei nuovi fornitori, nonché un allegato contrattuale. In futuro sono previste integrazioni della check-list con informazioni più specifiche utili a rapporti commerciali sempre più sinergici.

## Acquisti

I fornitori vengono selezionati in base a una logica customer-oriented che persegue qualità dei prodotti, prezzi concorrenziali e trasparenza nei rapporti commerciali. 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 definite in categorie merceologiche di prodotti percepiti dal

consumatore come correlati o sostituibili diventano un ecosistema di prodotti che rispondono alle diverse esigenze del cliente, diventato sempre più un acquirente libero di valutare e scegliere.

Attraverso la conoscenza dei comportamenti e dei criteri di scelta dei prodotti si sta sviluppando un nuovo concetto di category management che si focalizza sulle categorie di clienti e di bisogni da soddisfare.

### Prodotti a marchio

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

I prodotti a marchio, gestiti insieme a Despar Italia, comprendono tutte le principali categorie di merce, sono creati da una selezione dei migliori produttori per essere venduti con il marchio Despar e vengono proposti in diverse linee o brand. Le principali novità del 2020 riguardano il settore delle carni e del convenience food per cui sono stati introdotti nuovi marchi anche a sostituzione di marchi meno efficaci. L'obiettivo di queste novità persegue la strategia di un'offerta a scaffale più chiara, visibile e completa rispetto ai nuovi trend di mercato. Sui fornitori di prodotti a marchio vengono svolti da parte dell'ufficio Qualità Alimentare audit volti al controllo delle referenze, delle etichette e della qualità dei prodotti.

I prodotti a marchio permettono di trasmettere ai clienti valori come la qualità, la convenienza, l'innovazione, l'attenzione per l'ambiente e la salute. Un'importante attività in materia di sostenibilità per i prodotti a marchio è stata nel 2020 quella della revisione dei packaging, che riportano ora chiare indicazioni di smaltimento in sempre più linee di prodotto e per cui, in alcuni casi, è prevista la riprogettazione del packaging con plastica riciclata. Nel 2020 tre prodotti del marchio Teatro Italia sono

stati premiati come prodotti più innovativi dell'anno in tre diverse categorie con il Salute to Excellence Award, il premio assegnato dalla PLMA (Private Label Manufacturers Association) da una selezione di oltre 550 prodotti presentati da 70 retailers in rappresentanza di 23 Paesi alla fiera di settore tenutasi ad Amsterdam.



\*Il dato è da fonte gestionale interna, il fatturato è il complessivo aziendale e le vendite dei prodotti a marchio sono i totali per categoria sia del canale punti vendita diretti che delle vendite ad affiliati.

**Il progetto Verde Vera — Nel 2020 è stato portato avanti un innovativo progetto per 22 prodotti a marchio. Il progetto è consistito nella revisione della linea di cosmetici Verde Vera, offrendole un design più commerciale e al contempo sostenibile dal punto di vista ambientale. Il packaging della linea è stato ripensato a partire dall'uso di plastica 100% riciclata e dall'uso di etichette in canna da zucchero. Sui nuovi flaconi è stato inoltre effettuato uno studio relativo all'emissione di CO<sub>2</sub>: non solo il nuovo packaging ha ridotto del 25% le emissioni di anidride carbonica, ma la restante quota è stata compensata attraverso l'adesione a progetti di riforestazione certificati.**

Per maggiori informazioni sul progetto e sul packaging: [verdevera.it](http://verdevera.it).

## Logistica

+5%

# 242.946

Consegne.

+5,8%

# 88.464

Viaggi di distribuzione.

+10,5%

# 15.374.739

Casse riutilizzabili.

I flussi logistici 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. Per il trasporto dei prodotti ci serviamo di un parco automezzi in classe 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 Direzioni Regionali – dislocate strategicamente sul territorio e che aiutano la razionalizzazione dei trasporti. La Direzione Regionale 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. La Direzione Regionale di Bolzano rappresenta la sede legale e gestisce le attività commerciali del Trentino Alto Adige. Alla Direzione Regionale di Udine competono le attività commerciali del Friuli Venezia Giulia; la Direzione Regionale di Castel San Pietro Terme (BO),

### Il centro carni

Aspiag Service include le funzioni del Centro Carni, che produce e gestisce la carne fresca per tutti i punti vendita diretti, per molti affiliati e per i Paesi in cui siamo presenti con il marchio SPAR. La centralizzazione della lavorazione delle carni rosse e dei salumi cotti assicura un'alta qualità e sicurezza degli alimenti.

Tutti i prodotti commercializzati riportano sull'etichetta un codice di tracciabilità, attraverso cui è possibile ripercorrerne la storia produttiva, fino alla nascita dell'animale e alla sua

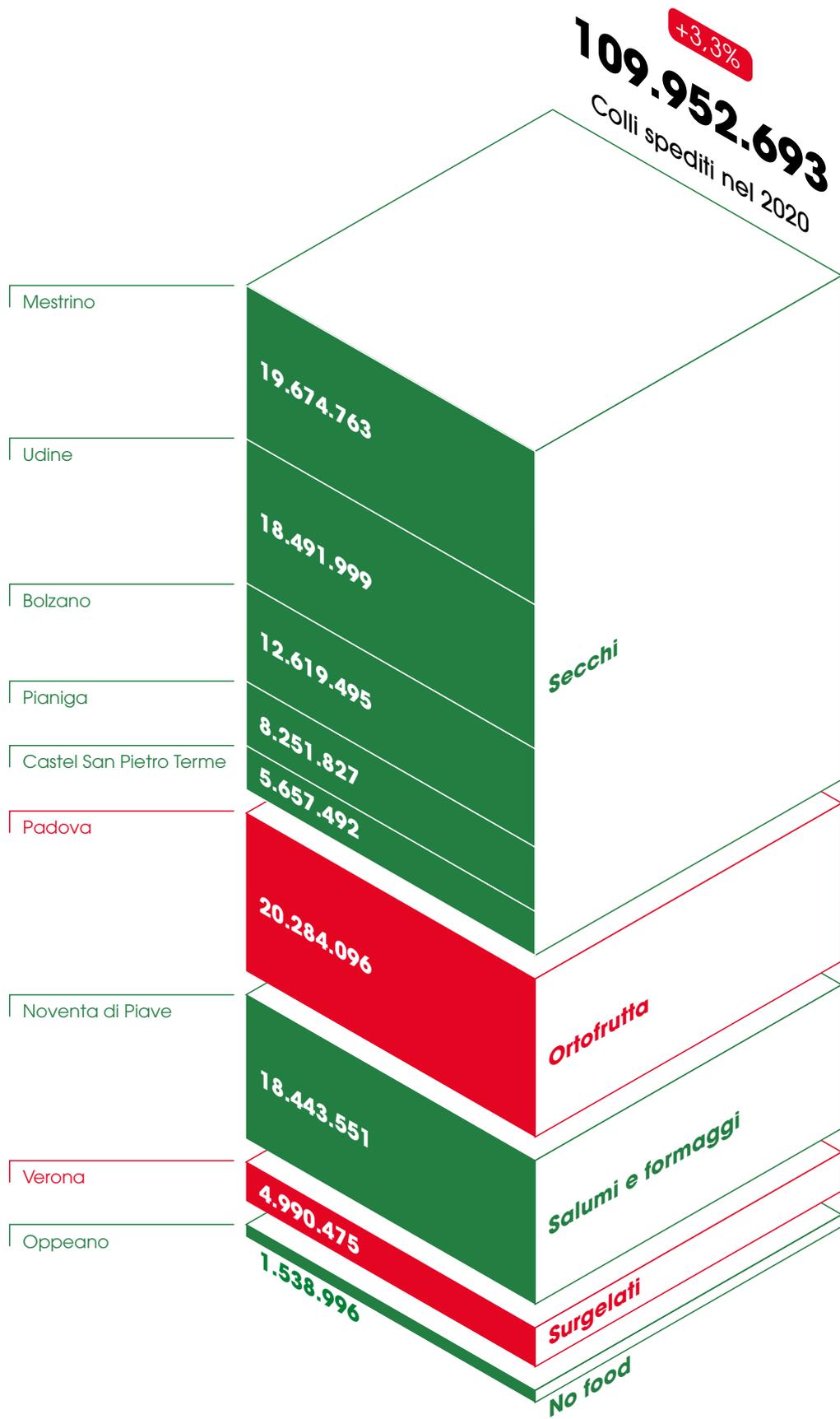
attiva dal 2019, serve l'Emilia Romagna. All'interno di ciascuna Direzione Regionale si trova anche una piattaforma logistica per i secchi.

Per varie categorie di prodotto utilizziamo casse in plastica riutilizzabile al 100% in parziale sostituzione dei tradizionali contenitori in cartone, legno e plastica a perdere e per questo abbiamo ricevuto nel 2020 il certificato di sostenibilità di IFCO Systems. Le casse riutilizzabili garantiscono miglior qualità, freschezza ed igiene del prodotto e il loro uso viene ampliato a sempre maggiori categorie merceologiche per limitare gli scarti. 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 dei 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.

alimentazione. 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.

Le fasi della produzione di carne e il Centro produttivo sono certificate rispettivamente ISO 22000 e ISO 45001.

**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.**



## Vendita

La vendita avviene attraverso diversi format di punto vendita, 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 247 punti vendita diretti, rifornisce 323 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 m<sup>2</sup>), 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 m<sup>2</sup>) 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 m<sup>2</sup>), 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.

La pandemia di Covid-19 ha portato l'Azienda a riorganizzare i processi di vendita, adeguandoli alle restrizioni pur mantenendone la continuità e la sicurezza per il cliente. In questo senso la pandemia ha accelerato la multicanalità delle vendite, garantendo al consumatore i prodotti e i servizi dei punti vendita anche tramite la spesa a casa (e-commerce).

Nel 2020 il canale e-commerce, sviluppato attraverso delle partnership, ha portato **2,7 mln €** di vendite nel periodo aprile-dicembre per **34 punti vendita** coinvolti.

**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 affinché i clienti affiliati siano sempre più vicini al canale diretto in termini di riconoscibilità e qualità.**

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 clienti e collaboratori. Il 2020 ha visto nuovi miglioramenti in questo senso. È stato infatti ulteriormente sviluppato lo strumento del PDA, che permette ora la lettura anche dei codici su imballi, materiali di consumo, casse delle celle carni, garantendo un risparmio considerevole dei tempi di lavoro. Sempre quest'anno è stata completamente informatizzata la comunicazione ai punti vendita, garantendo un risparmio nei tempi di lavoro e di ricezione delle comunicazioni e una loro maggior precisione.

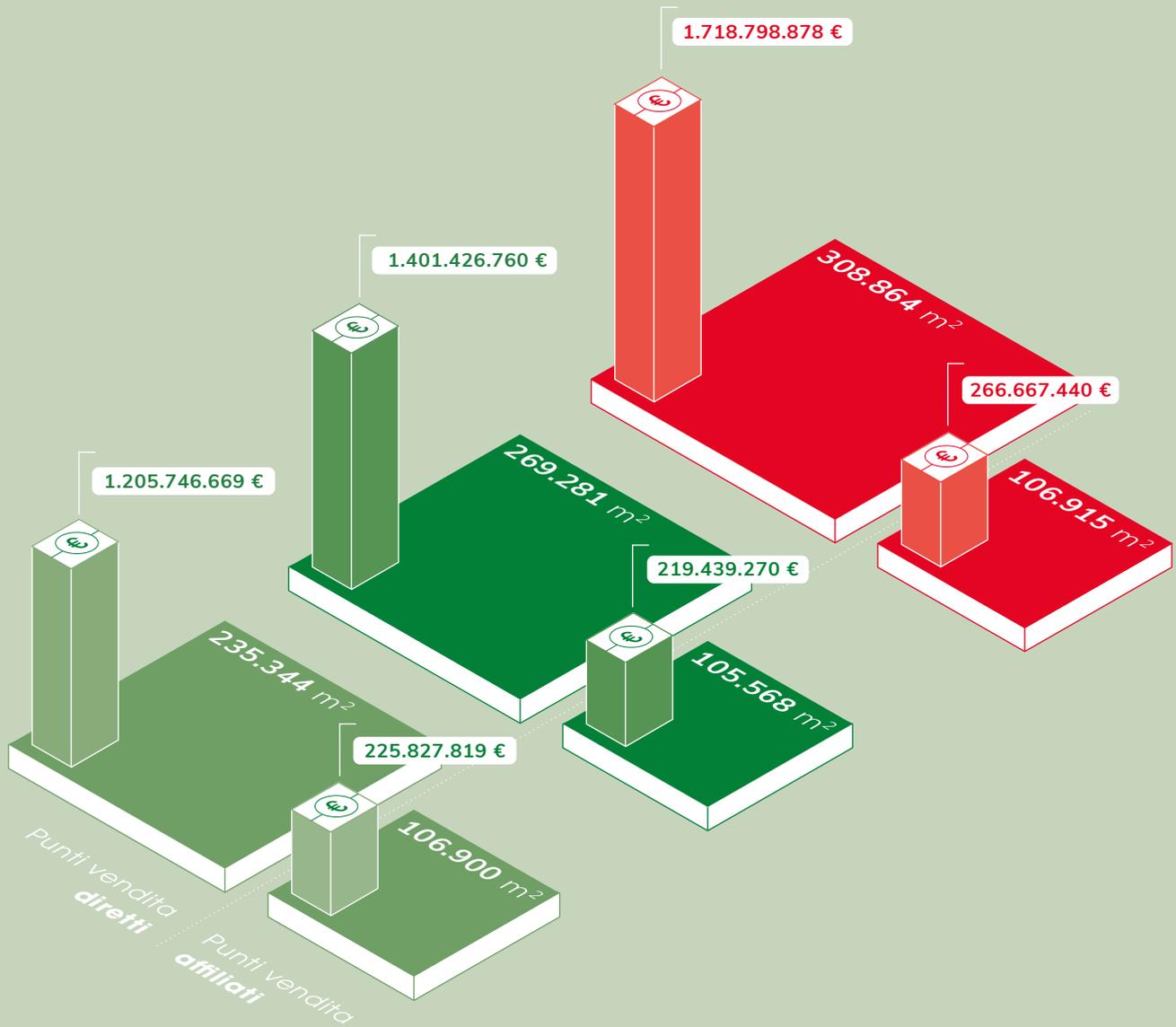
Un nuovo sviluppo si è avuto anche per quanto riguarda le bilance di reparto e il loro utilizzo. Le bilance si interfacciano ora con due applicazioni, una relativa alle rilevazioni inventariali e una utile alle movimentazioni di magazzino. Entrambe le funzionalità hanno migliorato il lavoro in punto vendita consentendo un aggiornamento del database in tempo reale grazie all'integrazione delle app nei sistemi, un risparmio sull'uso della carta per le etichette delle bilance e una significativa riduzione dei tempi operativi.

Anche nel 2020 lo sviluppo intrapreso di nuovi punti vendita ha prediletto le insegne Despar ed Eurospar. Quest'ultima segna le superfici maggiori confermando il successo anche del format a media dimensione.

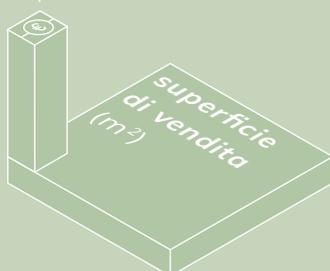
<b>Superficie di vendita (m<sup>2</sup>)</b>	<b>Emilia Romagna</b>	<b>Friuli-Venezia Giulia</b>	<b>Trentino-Alto Adige</b>	<b>Veneto</b>	<b>Totale</b>
<b>Despar</b>					
Diretti	2.377	13.915	13.125	10.946	40.363
Affiliati	16.776	13.861	33.584	21.032	85.253
<b>Eurospar</b>					
Diretti	15.633	56.548	31.611	47.061	150.853
Affiliati	950	6.741	4.238	8.911	20.840
<b>Interspar</b>	13.159	15.780	13.639	75.070	117.648
<b>Indipendenti</b>		622		200	822
<b>Totale</b>	<b>48.895</b>	<b>107.467</b>	<b>96.197</b>	<b>163.220</b>	<b>415.779</b>
<b>Diretti</b>	<b>31.169</b>	<b>86.243</b>	<b>58.375</b>	<b>133.077</b>	<b>308.864</b>
<b>Affiliati</b>	<b>17.726</b>	<b>21.224</b>	<b>37.822</b>	<b>30.143</b>	<b>106.915</b>

**L'evoluzione del format Interspar — L'evoluzione del format Interspar è proseguita a partire dalle analisi e dai miglioramenti dell'Interspar di Carpi, inaugurato nel giugno 2019. Sull'onda di questa revisione del format, nel novembre 2020 è stato aperto l'Interspar di Casier (TV). Il nuovo punto vendita mira ad agevolare ulteriormente l'esperienza di acquisto per il cliente, semplificando la disposizione dei reparti e la comunicazione all'interno del negozio. La parte alimentare è riservata nella parte alta del punto vendita, lasciando la non alimentare vicino alle casse. Il cliente può trovare anche dei nuovi banchi per il reparto vino. La comunicazione di offerte e prodotti è stata ripensata per non essere invasiva ma per aiutare l'acquisto. Una revisione è occorsa anche per il canale ipermercati, in particolare sul punto vendita di Cassacco (UD), in cui sono stati rivisitati i settori no food e secchi, un'area stagionale non alimentare con focus su tessile, casalingo, pulizia, cura persona e cancelleria. Anche in questo caso sono state ripensate la comunicazione in punto vendita e la cartellonistica.**

## Superficie di vendita e vendite nette

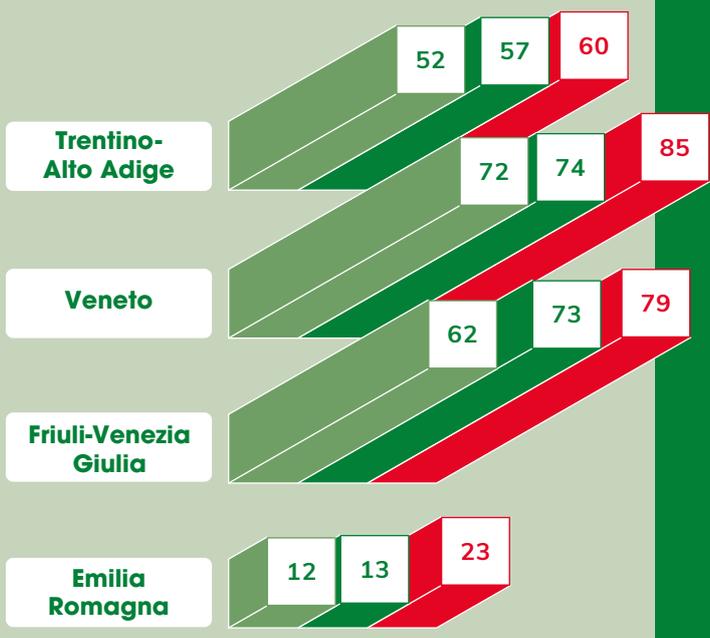


Vendite nette  
punti vendita  
(€)



- 2020
- 2015
- 2011

**Punti vendita diretti**



I dati dimostrano che in dieci anni c'è stato un incremento costante del numero di punti vendita diretti in tutte le regioni in cui operiamo, e in particolare in Emilia Romagna; proporzionalmente a questo sviluppo sono cresciute le superfici di vendita, mentre le relative vendite nette sono aumentate di circa 40 punti percentuali, a conferma del gradimento dei clienti. Inoltre, al di là delle difficoltà dei passaggi generazionali tra le famiglie di imprenditori, anche il canale affiliati rimane un forte sostegno per Aspiag Service, in quanto favorisce lo sviluppo e la conoscenza del marchio sul territorio.

**92**

nuovi punti vendita diretti in 10 anni, di cui:

**11**

in Trentino-Alto Adige

**34**

in Veneto

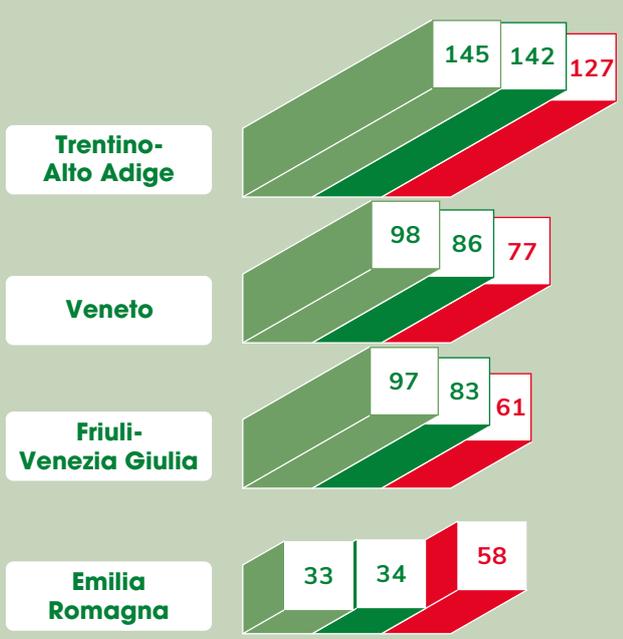
**33**

in Friuli Venezia Giulia

**14**

in Emilia Romagna

**Punti vendita affiliati**



## Il coinvolgimento degli Stakeholder

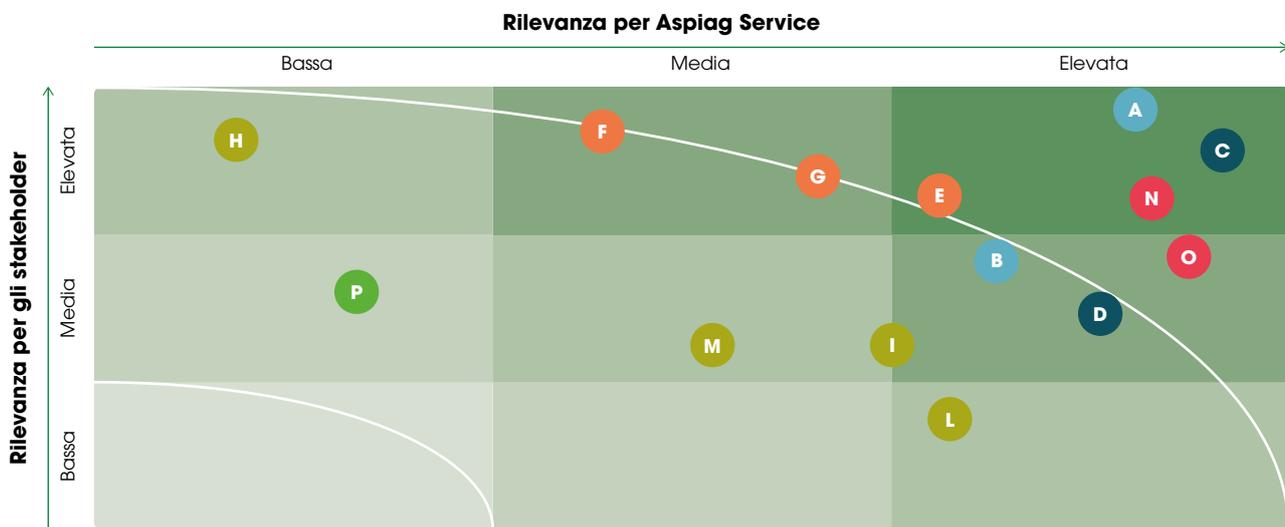
Aspiag Service ritiene fondamentale la relazione con i propri stakeholder al fine di poterne soddisfare le aspettative. Dal dialogo con gli stakeholder emergono i temi materiali che più impattano su noi e loro. Di seguito sono riepilogati insieme alle modalità di questo coinvolgimento, che includono iniziative e pratiche sia consolidate che nuove, gli indicatori che misurano i temi emersi per ogni stakeholder.

Chi sono i nostri stakeholder	Come li coinvolgiamo	Temi materiali emersi	Come misuriamo
<b>Management</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incontri periodici con i referenti delle funzioni aziendali.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Quota di mercato, vendite nette</li> <li>Rete di vendita</li> <li>ISO 14001 e 45001</li> <li>Ore di formazione dipendenti</li> <li>Customer satisfaction</li> <li>Valore economico distribuito</li> </ul>
<b>Clienti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Direttamente nel punto vendita, con l'App Despar Tribù, monitor e LED wall pubblicitari, radio interne, beacon.</li> <li>Tramite siti internet, blog, social media, posta elettronica (<a href="mailto:info@despar.it">info@despar.it</a>) e radio.</li> <li>Con indagini di mercato periodiche e a cura di società esterne, ricerche qualitative telefoniche e online.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Rete di vendita</li> <li>N° medio di prodotti offerti</li> <li>Analisi e controlli volontari</li> <li>N° customer data breaches</li> <li>Ore di formazione dipendenti</li> <li>Customer satisfaction</li> <li>Immagine aziendale su stampa e web</li> </ul>
<b>Affiliati</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Periodiche riunioni fra i rappresentanti degli affiliati e i referenti aziendali</li> <li>Frequenti visite da parte dei responsabili del canale affiliati presso i punti vendita di riferimento</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Vendite nette</li> <li>Rete di vendita</li> </ul>
<b>Fornitori</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Confronto fra il category manager e il singolo fornitore</li> <li>Analisi delle indagini condotte su un campione rappresentativo delle principali aziende</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Vendite nette</li> <li>Analisi e controlli volontari</li> <li>ISO 14001 e 45001</li> <li>Valore distribuito</li> <li>Consumi ed emissioni</li> </ul>
<b>Collaboratori</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Indagini sul clima interno</li> <li>House organ online "InDespar" interno all'App Despar Tribù</li> <li>Progetto Salute, Caregiving</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>EBITDA %</li> <li>Sanzioni per non conformità</li> <li>Turnover</li> <li>Ore di formazione dipendenti</li> <li>Tasso di infortunio e malattia</li> <li>Valore distribuito</li> </ul>
<b>Banche</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incontri periodici presso l'Azienda e presso le loro sedi</li> <li>Conferenza stampa annuale per la presentazione dei dati aziendali</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Cash flow</li> <li>Rete vendita</li> <li>Affidamenti e utilizzi</li> </ul>
<b>Associazioni di rappresentanza</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Scambio e condivisione obbligatoria e periodica di informazioni</li> <li>Rapporti con Federdistribuzione</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Quota di mercato</li> <li>Tasso di infortunio e malattia</li> <li>Assunti nei nuovi punti vendita</li> <li>Turnover</li> <li>Valore economico distribuito</li> </ul>

Chi sono i nostri stakeholder	Come li coinvolgiamo	Temi materiali emersi	Come misuriamo
<b>Competitor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contatti attraverso Federdistribuzione</li> </ul>	A O	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quota di mercato</li> <li>• Immagine aziendale su stampa e web</li> </ul>
<b>Pubblica Amministrazione e Collettività</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incontri periodici in sede di conferenza di servizi</li> <li>• Monitoraggio stampa e web</li> <li>• Attività con le scuole</li> </ul>	A B C F H O P	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investimenti</li> <li>• Sanzioni per non conformità</li> <li>• Rete vendita</li> <li>• ISO 14001 e 45001</li> <li>• Ripartizione territoriale collaboratori</li> <li>• N° eventi sponsorizzati</li> <li>• Consumi, emissioni, rifiuti</li> </ul>
<b>Università</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stage curriculari ed extra-curriculari</li> <li>• Incontri accademici</li> <li>• Gruppi di lavoro e di ricerca</li> </ul>	H O	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Assunti nei nuovi punti vendita</li> <li>• Recruiting per stage e assunzioni</li> </ul>

**La matrice di materialità**

La matrice rappresentata di seguito identifica i temi più significativi che emergono dal confronto continuo con gli stakeholder. Sulla base della rilevanza per loro e l'Azienda a ciascun tema viene assegnata una priorità, rappresentata dalla posizione di ciascuno in figura.



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

## 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. Secondo il Global Risks Report 2021 del World Economic Forum, il Covid-19 ha portato con sé conseguenze immediate per l'economia e la società. La pandemia ha reso le economie più fragili, minando la stabilità politica e acuendo le divisioni sociali, ha permesso di cogliere le opportunità della digitalizzazione ma al contempo allargare

il divario digitale. Le nuove generazioni si trovano ad affrontare rispetto alle precedenti un gap di formazione, possibilità di lavoro e prospettive economiche per il futuro, mentre anche in questo contesto le tematiche ambientali non possono più essere rimandate, rendendo necessario un cambio verso economie più green.

I principali rischi globali individuati si concentrano, sia per impatti che per probabilità, sulle categorie ambientali e sociali. Aspiag Service effettua una mappatura e una linea d'azione verso i principali

Rischio	Stakeholder	Misure per mitigare il rischio	Indicatore
<b>Classe di rischio: Compliance</b>			
1 Ambientale	Collettività Azienda	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sistema di Gestione Ambientale</li> <li>Certificazione ISO 14001</li> <li>Modello Organizzativo 231/01</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consumi ed emissioni</li> <li>Rifiuti prodotti</li> <li>Spese per la tutela ambientale</li> <li>Sanzioni in materia ambientale</li> </ul>
2 Privacy	Clienti Collaboratori Fornitori	<ul style="list-style-type: none"> <li>Responsabile del trattamento dei dati</li> <li>Comitato privacy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>N° customer data breaches</li> </ul>
3 Sicurezza Alimentare	Clienti	<ul style="list-style-type: none"> <li>Selezione e gestione attenta dei fornitori</li> <li>Monitoraggio della qualità delle forniture, delle merci e del servizio prestato ai clienti</li> <li>Presenza di un ufficio Sicurezza Alimentare interno</li> <li>Mappatura della supply chain aziendale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisi e controlli di qualità</li> <li>Sanzioni riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi</li> </ul>
4 Compliance negli appalti	Fornitori	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ottenimento documentazione attestante la regolarità contributiva, previdenziale ed assicurativa degli appaltatori</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sanzioni per non conformità a leggi e regolamenti</li> <li>Sanzioni in materia ambientale</li> </ul>
5 Di reporting	Pubblica Amministrazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vigilanza da parte del Collegio Sindacale e della Società di Revisione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Relazioni della Società di Revisione e del Collegio Sindacale*</li> </ul>
6 Compliance normativa	Pubblica Amministrazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aggiornamento e formazione</li> <li>Presenza di un ufficio legale interno</li> <li>Relazioni frequenti con legali e consulenti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sanzioni per non conformità a leggi e regolamenti</li> <li>Relazione annuale del C.O.*</li> </ul>
7 Sicurezza sul lavoro	Collaboratori	<ul style="list-style-type: none"> <li>Certificazione di sistema aziendale per la gestione della sicurezza ISO 45001</li> <li>Formazione ad hoc del personale sulla sicurezza nei luoghi di lavoro</li> <li>Ispezioni da parte dei responsabili</li> <li>Stipula di contratti di assicurazione ad hoc</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>N° infortuni sul luogo di lavoro</li> <li>Tasso di infortunio e malattia</li> <li>Tasso di assenteismo</li> </ul>
8 Corruzione/concorrenza/anti-trust	Azienda Competitor	<ul style="list-style-type: none"> <li>Modello Organizzativo 231/01</li> <li>Istituzione dell'Organismo di Vigilanza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>N° collaboratori formati sul Modello 231/01</li> <li>N° azioni legali per comportamenti anticoncorrenziali, anti-trust e pratiche monopoliste</li> </ul>
<b>Classe di rischio: Finanziario</b>			
9 Credito verso affiliati	Affiliati	<ul style="list-style-type: none"> <li>Valutazione del cliente in fase di stipula di nuovo contratto e richiesta fidejussione a garanzia della fornitura</li> <li>Monitoraggio costante dei crediti, stima mensile del fondo svalutazione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vendite nette medie per affiliato</li> <li>Andamento fondo svalutazione crediti*</li> </ul>

rischi inerenti al proprio business, affrontandoli in modo trasversale e attraverso azioni mirate. 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, il suo possibile impatto in termini di creazione di

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

\*Gli indicatori con l'asterisco possono essere approfonditi anche nel Bilancio d'esercizio.

# Strategia.

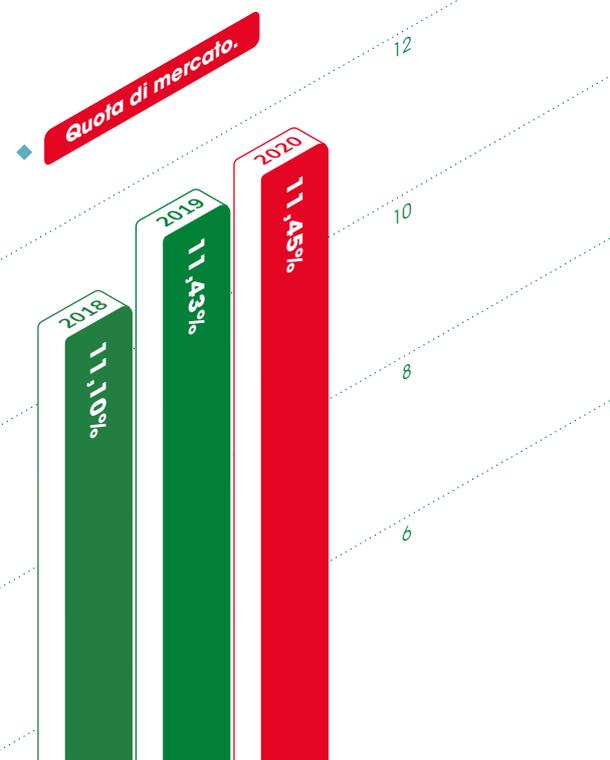
L'obiettivo strategico primario per Aspiag Service è l'incremento della quota di mercato, la cui stabilità nel tempo garantisce crescita, riconoscibilità del marchio, qualità dell'Azienda e della sua offerta.

**P**er attuare l'obiettivo strategico di incremento della quota di mercato il nostro business si fonda su 5 pillar: generazione di risorse finanziarie, nuove aperture e ristrutturazioni, soddisfazione del cliente, valorizzazione dei collaboratori, attenzione all'ambiente e al territorio. Questi pillar orientano le decisioni aziendali in uno scenario economico mutevole, stimolando a trovare le soluzioni più innovative e a valorizzare ogni tipologia di risorsa (umana, ambientale, tecnologica). Questi pillar

sono tra loro interconnessi e rappresentano le principali fasi del funzionamento aziendale: dall'assunzione dei collaboratori dalla comunità in cui siamo inseriti e dalla valorizzazione della loro professionalità, alla soddisfazione di una clientela che col crescente supporto ci permette di generare nuove risorse e favorire lo sviluppo delle nostre insegne, nonché un incremento della quota di mercato. L'attenzione che Aspiag Service pone in ognuna di queste fasi è la misura del valore aggiunto che offre alla comunità di riferimento.

## Incremento della quota di mercato

Aspiag Service continua a mantenere la leadership nel Triveneto. Nella trading area ampliata, che ricomprende anche l'Emilia Romagna, la quota di mercato si assesta intorno a 11,45%, dato che si mantiene stabile nei punti vendita diretti nonostante le conseguenze del Covid-19: chiusure domenicali, chiusure parziali dei reparti no food e scarse presenze nelle zone turistiche e nei centri storici. Dall'altra parte è stato registrato un buon andamento nei punti vendita in affiliazione (quota



di mercato stimata) grazie alla capacità della gestione e alla distribuzione capillare. In effetti i negozi di vicinato sono stati favoriti, mentre le grandi superfici sono state penalizzate per le limitazioni di orari e di movimento dei clienti. Per l'intero territorio nazionale viene confermata la

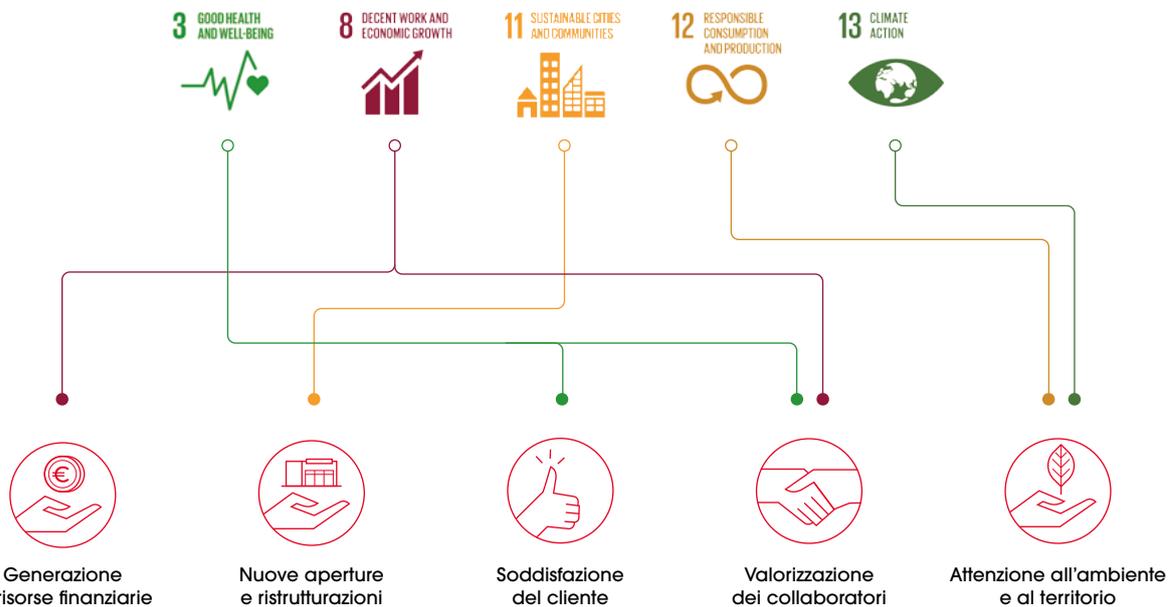
quota di mercato divulgata da AC Nielsen al 2,35% come per il 2019. Nel 2020 le vendite di Aspiag Service hanno segnato un +4,9% rispetto a un andamento del mercato nazionale del +4,0% e del 5,0% nell'Area Nielsen 2.

### L'impegno per lo sviluppo sostenibile

L'Agenda ONU 2030 prescrive i 17 obiettivi (SDGs) – suddivisi in 169 target – per uno sviluppo globale equo e duraturo ed è stata sottoscritta da 193 Paesi, fra cui anche l'Italia, che si impegnano a garantire modelli di produzione e consumo sostenibili. In questo senso le iniziative messe in campo dalle aziende negli anni hanno dimostrato che ciò è possibile purché si adottino modelli di business improntati alla sostenibilità, con prospettive reddituali di lungo periodo e un'ottica di innovazione che dia soluzioni a problematiche non solo economiche, ma anche sociali e ambientali. Da anni Aspiag Service si impegna concretamente nella sostenibilità. La nostra strategia, le nostre performance economico-finanziarie e socio-ambientali rendicontate nel Report Integrato 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 e per questo si offre un'informativa completa nella sezione degli Allegati, in cui si trova una tabella di raccordo che riassume tutti e 17 gli SDGs e i rispettivi riferimenti all'interno del Report (p. 96).

### SDGs

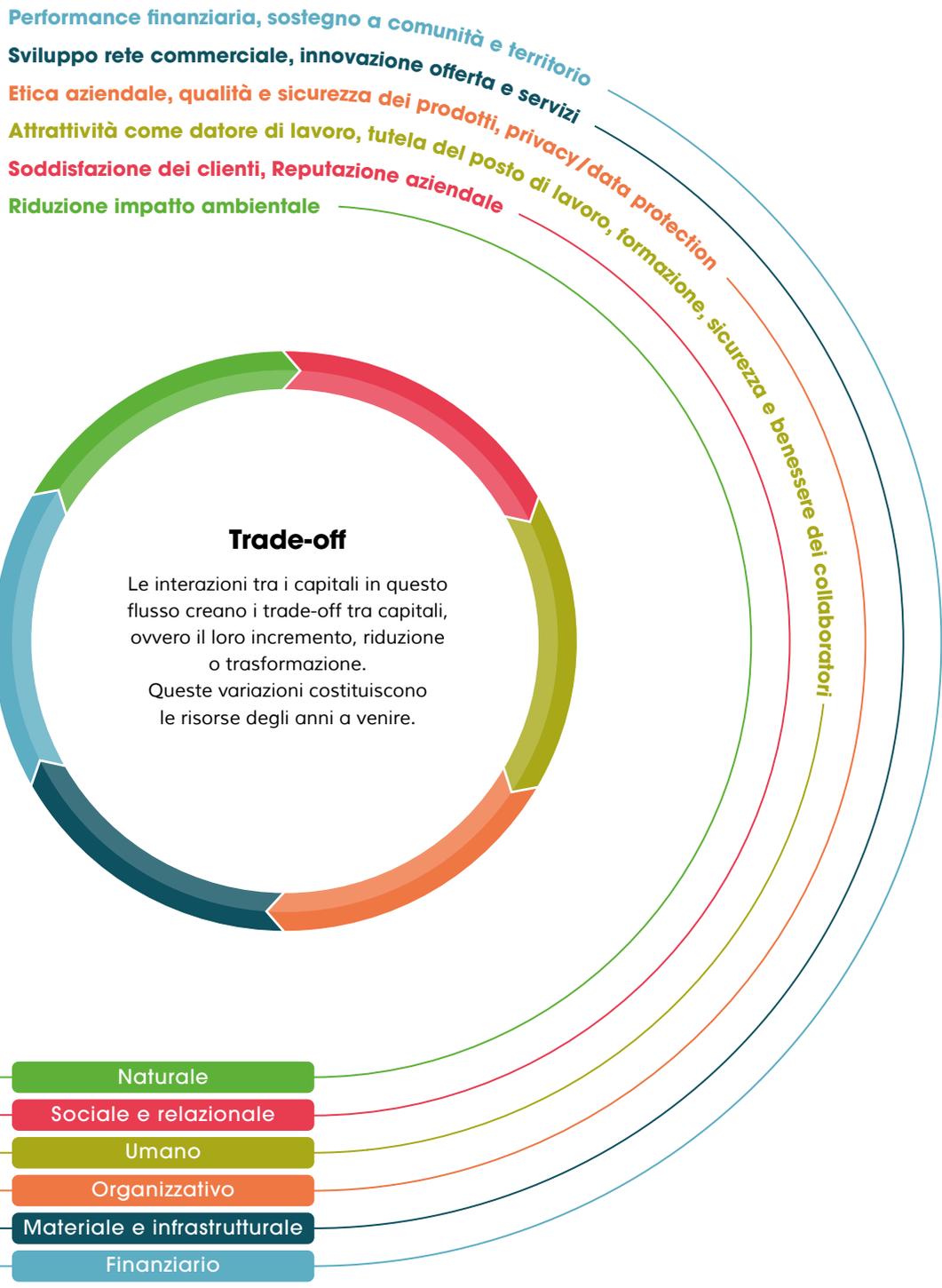


### Pillar

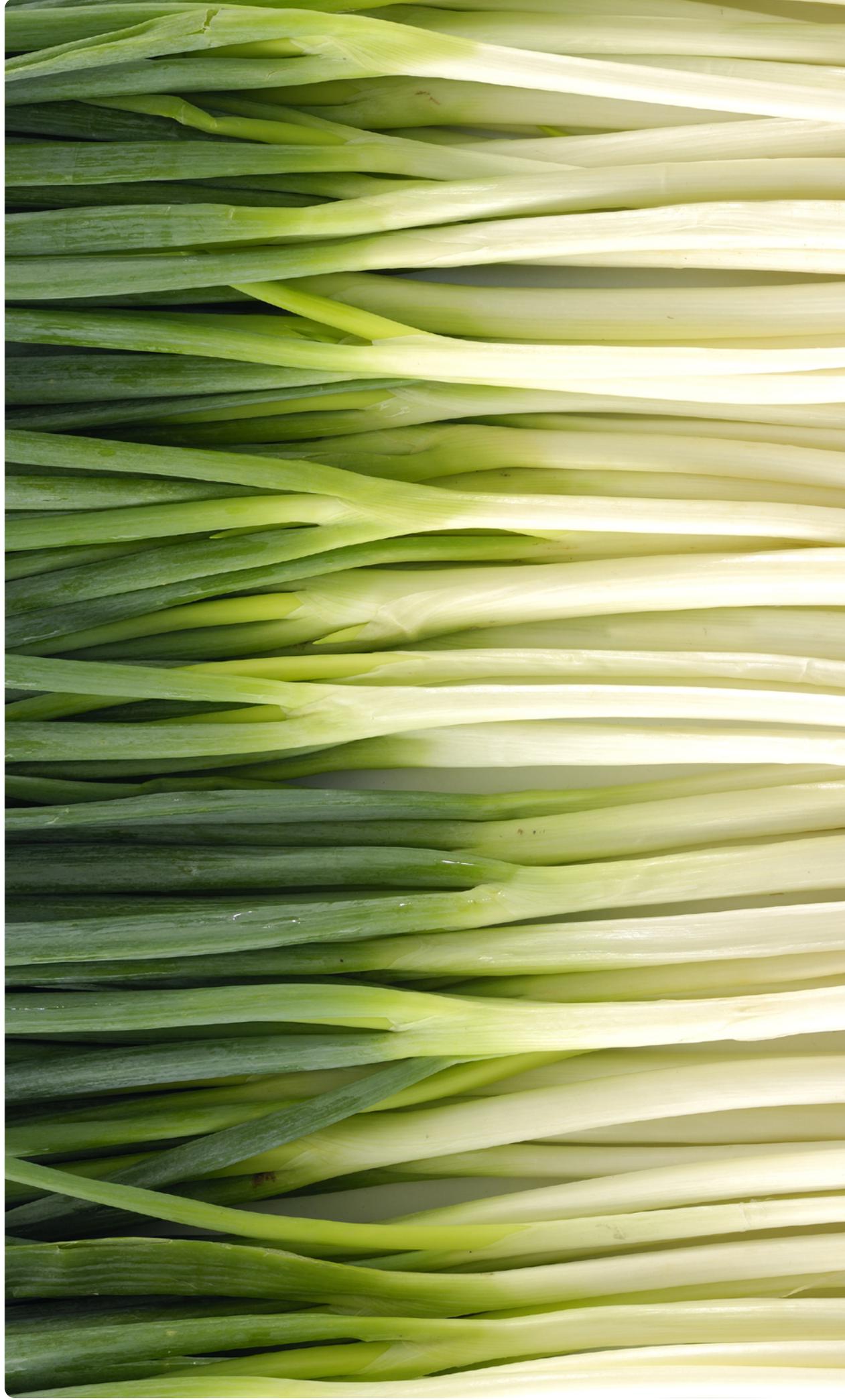




## Impatti



Capitali





# Cosa abbiamo fatto.

**42** — **83**

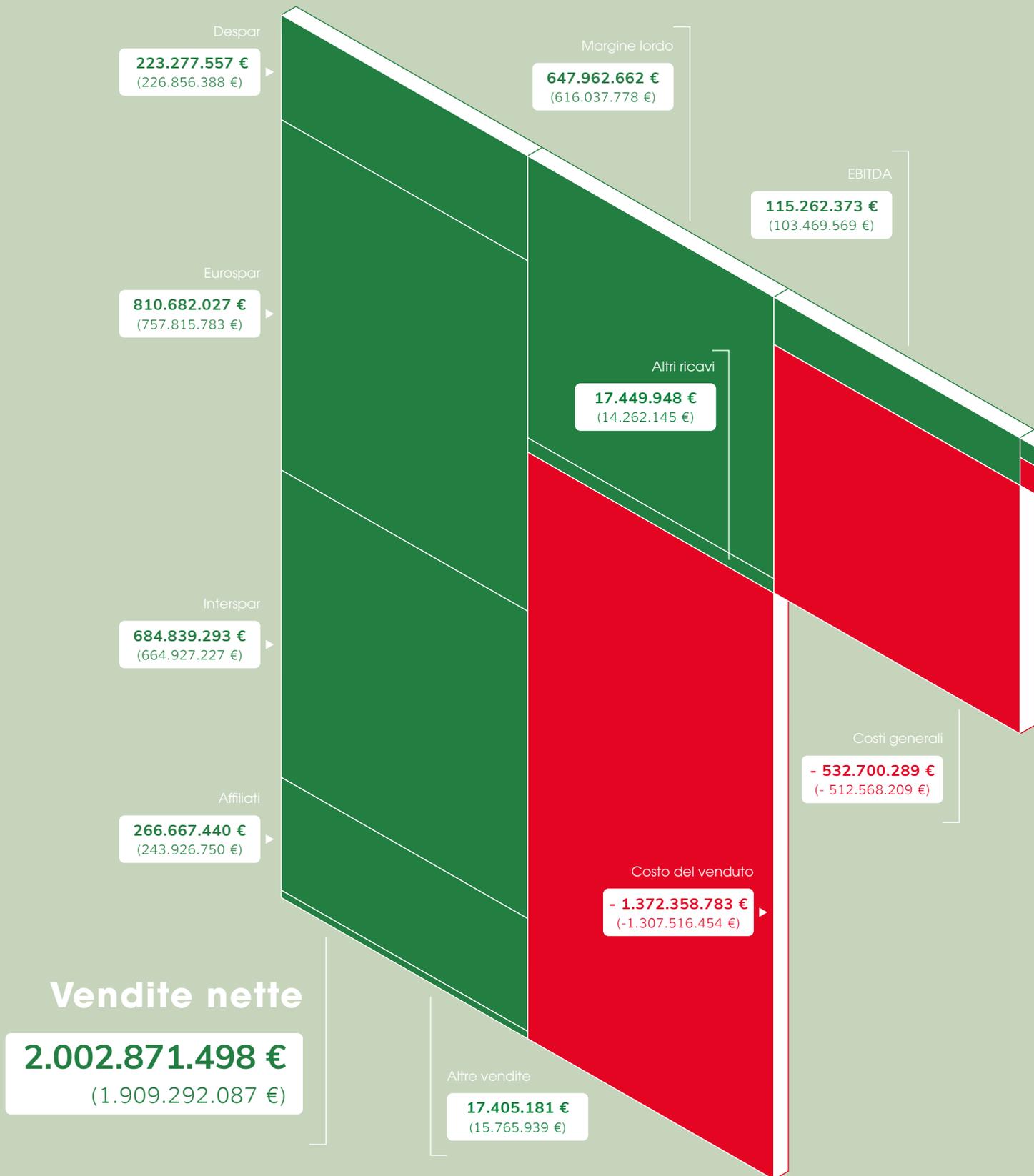
Performance.



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 pillar attraverso testi, dati triennali, highlights e box di approfondimento.

# Performance.



## Il commento del CFO sui risultati

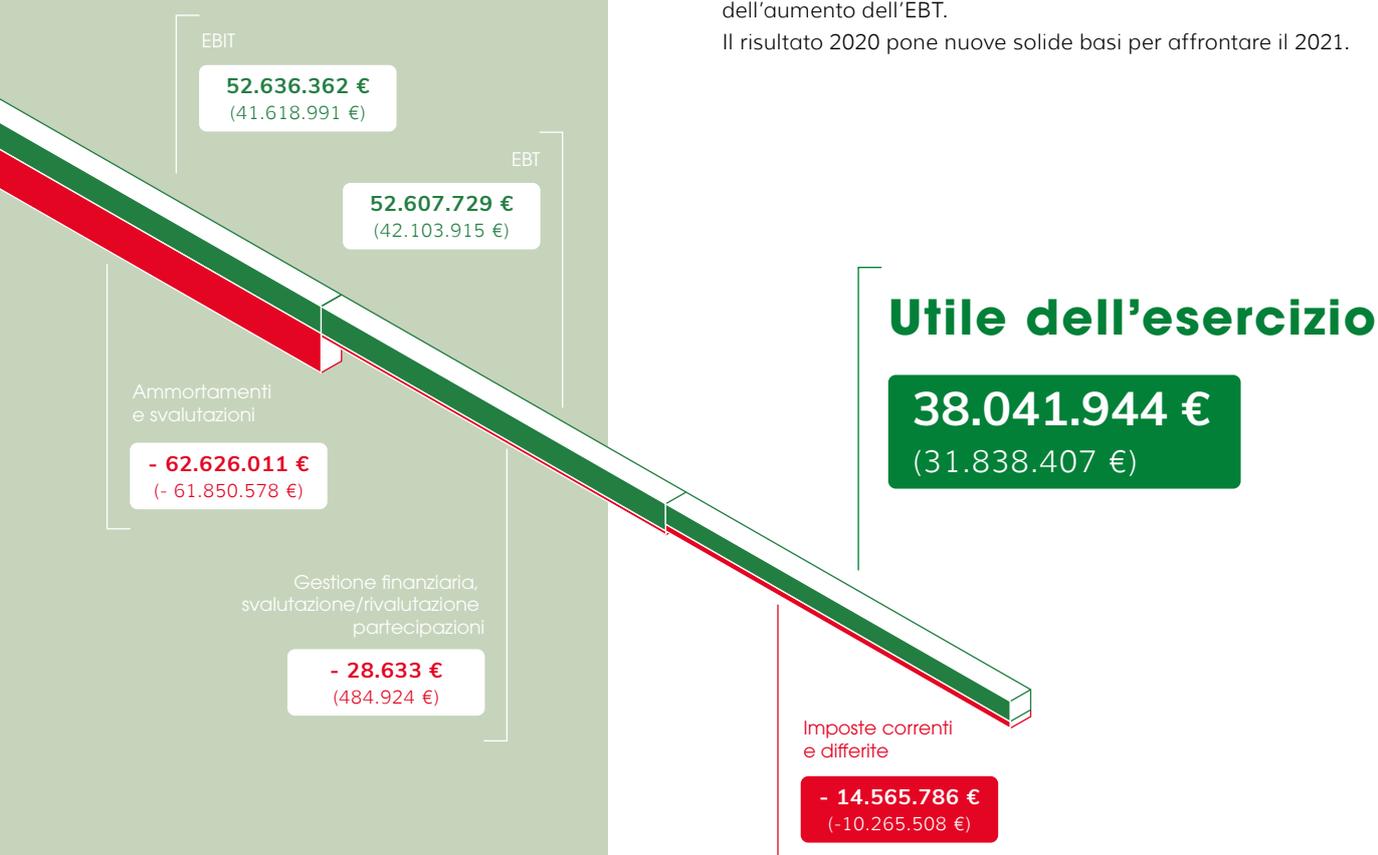
### Conto economico

Il 2020 è stato un anno importante per Aspiag Service con vendite nette che hanno superato i 2 miliardi di € ma anche impegnativo per l'emergenza Covid-19. Un anno durante il quale abbiamo dovuto affrontare un'emergenza sanitaria senza precedenti che è diventata via via una crisi economica e sociale che ancora oggi preoccupa. Nonostante un contesto fortemente critico l'obiettivo pianificato è stato raggiunto e superato sia in valore assoluto sia in termini percentuali e il programma di sviluppo è stato rispettato. Con un utile netto di 38,04 mln € la nostra Azienda continua ad evidenziare un trend positivo.

I risultati reddituali del 2020 evidenziano una crescita sia in termini di fatturato (+4,9% pari a 93,6 mln €) che di margine lordo (+5,2% pari a 31,9 mln €) favorita da uno sviluppo che rafforza la nostra presenza nei territori della trading area con 9 nuovi punti vendita e con in media 254 nuovi posti di lavoro. Inoltre è stato mantenuto il livello di convenienza dei nostri negozi contenendo i prezzi di vendita per creare fiducia e senso di sicurezza nei clienti.

I costi a supporto dell'attività di business registrano un generale incremento collegato all'aumento della rete di vendita e risentono dello sforzo organizzativo per garantire la tutela della salute di collaboratori e clienti. Anche le imposte incrementano per effetto dell'aumento dell'EBT.

Il risultato 2020 pone nuove solide basi per affrontare il 2021.



\*I numeri tra parentesi sono relativi al 2019.

**Stato patrimoniale**

Guardando lo Stato Patrimoniale, l'incremento dell'attivo immobilizzato è conseguenza degli investimenti per l'apertura dei 9 nuovi punti vendita diretti, per la modernizzazione della rete di vendita esistente per il proseguimento dei lavori delle nuove infrastrutture logistiche.

Tali investimenti sono stati realizzati con l'impiego di soluzioni tecnologiche innovative a conferma di una strategia aziendale sostenibile che si riflette anche nella scelta di finanziamento.

Nel corso dell'esercizio, infatti, è stato sottoscritto un "positive loan" con tasso regolato da indicatori di performance ambientale. L'indebitamento bancario segna un miglioramento mentre cresce il debito verso fornitori correlato all'aumento delle forniture di merce conseguenti all'aumento dei punti di vendita. La crescita dei mezzi propri a seguito del costante reinvestimento degli utili evidenzia la volontà dell'Azienda di espandersi in nuovi mercati e potenziare la crescita futura del business. Aspiag Service si dimostra ancora una volta solida patrimonialmente anche a fronte degli ingenti investimenti effettuati negli ultimi anni.

**Attivo****1.400.901.895 €**

(1.355.292.769 €)

Immobilizzazioni materiali

**894.501.801 €**  
(836.778.670 €)

Immobilizzazioni immateriali

**68.624.479 €**  
(76.201.677 €)

Immobilizzazioni finanziarie

**75.547.681 €**  
(76.322.001 €)

Crediti

**176.351.605 €**  
(184.086.663 €)

Disponibilità liquide

**35.972.785 €**  
(38.251.442 €)

Ratei e risconti

**6.444.977 €**  
(6.937.259 €)

Rimanenze

**143.458.566 €**  
(136.715.057 €)

\*I numeri tra parentesi sono relativi al 2019.



TFR  
**24.879.959 €**  
(26.438.481 €)

Ratei e risconti  
**306.009 €**  
(159.950 €)

Fondi per rischi e oneri  
**24.766.456 €**  
(21.584.526 €)

Debiti  
**669.230.146 €**  
(679.912.030 €)

Patrimonio netto  
**681.719.325 €**  
(627.197.782)

## Disponibilità liquide a inizio esercizio

**38.251.442 €**  
(59.356.483 €)

Utile dell'esercizio

**38.041.944 €**  
(31.838.407 €)

Variazioni non monetarie

**87.742.859 €**  
(84.890.669 €)

Imposte, interessi  
e plusvalenze  
da attività operativa

**16.026.669 €**  
(13.097.420 €)

### Rendiconto finanziario

La gestione corrente registra una variazione di liquidità di -2,3 mln € consegnando una disponibilità di cassa a fine periodo pari a 36 mln €. Nel corso dell'esercizio la gestione del core business ha generato un cash flow operativo di 125,7 mln € e ha drenato liquidità attraverso l'attività di investimento per 95,8 mln €. L'attività di finanziamento, infine, rileva un valore netto di -32,1 mln € generato dal rimborso di quote capitale e nuove accensioni stipulate nell'anno.

Complessivamente l'Azienda è in grado di fare fronte alle uscite monetarie connesse agli impegni finanziari assunti e alla realizzazione del programma di investimento con le entrate monetarie generate dalla gestione caratteristica e di rispondere alle proprie necessità di sviluppo.

La lettura delle pagine a seguire fornisce ulteriori informazioni per la comprensione dei risultati conseguiti integrate dalla correlazione tra sostenibilità e performance economica.

**Raffaele Trivellato**

CFO

## Disponibilità liquide a fine esercizio

**35.972.785 €**  
(38.251.442 €)

Attività di finanziamento

**- 32.128.720 €**  
(34.337.904 €)

Attività di investimento

**- 95.804.296 €**  
(- 148.229.155 €)

Variazioni del CCN

**- 16.157.114 €**  
(- 36.940.285 €)

# Generazione di risorse finanziarie.



## Temi materiali



Performance finanziaria



Reputazione aziendale



Etica aziendale



## SDGs

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



### 5,75%

EBITDA %

### 38,59%

Utilizzo degli affidamenti (%)

### 2,2 mld €

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. La sostenibilità economica consente, attraverso le attività aziendali, la soddisfazione degli stakeholder, la diminuzione degli impatti ambientali, l'impegno nella sostenibilità sociale.

Le risorse finanziarie aziendali provengono 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. Nel corso del 2020 i pagamenti elettronici sono aumentati di circa il 25%.

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. Nel 2020 è stato sottoscritto un Positive Loan, un contratto di finanziamento a tasso ridotto sulla base del raggiungimento di risultati in materia di sostenibilità ambientale, misurabili da specifici indicatori.

Il 2020 ha visto un risultato d'esercizio positivo, nonostante le difficoltà dovute alla pandemia di Covid-19. Le vendite nette aumentano sia per i punti vendita diretti che affiliati, registrando rispettivamente un +4,2% e un +9,3%. A seguito della pandemia e dei DPCM per il contenimento del contagio, sono cambiate le abitudini di acquisto, che hanno segnato una spesa media in forte crescita. Il numero degli scontrini (p. 56) ha visto una flessione, compensato dall'aumento a valore dello scontrino stesso. L'insegna Despar, format dei supermercati di vicinato, ha registrato l'incremento maggiore. Il valore economico distribuito da Aspiag Service nel 2020 cresce del 4,7% e interessa per lo più i fornitori e i collaboratori. 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. ☹️

	2020	2019	2018
EAT (Utile dell'esercizio)(€)	38.041.943	31.838.406	30.942.487
EBITDA %	5,75%	5,42%	5,51%
Cash flow (€)	141.811.473	129.726.496	123.968.507

♦ Affidamenti e utilizzi (€)	2020	2019	2018
Affidamenti	598.144.407	527.982.418	455.371.155
Utilizzi	230.811.346	290.982.407	256.821.716
Utilizzo degli affidamenti (%)	38,59%	55,11%	56,40%

◆ Vendite nette punti vendita diretti (€)	2020	2019	2018
Despar	223.277.557	226.856.388	223.179.197
Eurospar	810.682.027	757.815.783	712.726.065
Interspar	684.839.293	664.927.227	647.138.337
<b>Totale</b>	<b>1.718.798.878</b>	<b>1.649.599.398</b>	<b>1.583.043.599</b>

◆ Vendite nette ad affiliati (€)	2020	2019	2018
Vendite nette ad affiliati	266.667.440	243.926.750	233.293.306
Vendite nette medie per affiliato	825.596	732.513	688.181

◆ Scontrino medio (€)	2020	2019	2018
Despar	16,13	11,12	11,23
Eurospar	26,88	19,33	19,11
Interspar	38,45	27,56	27,65

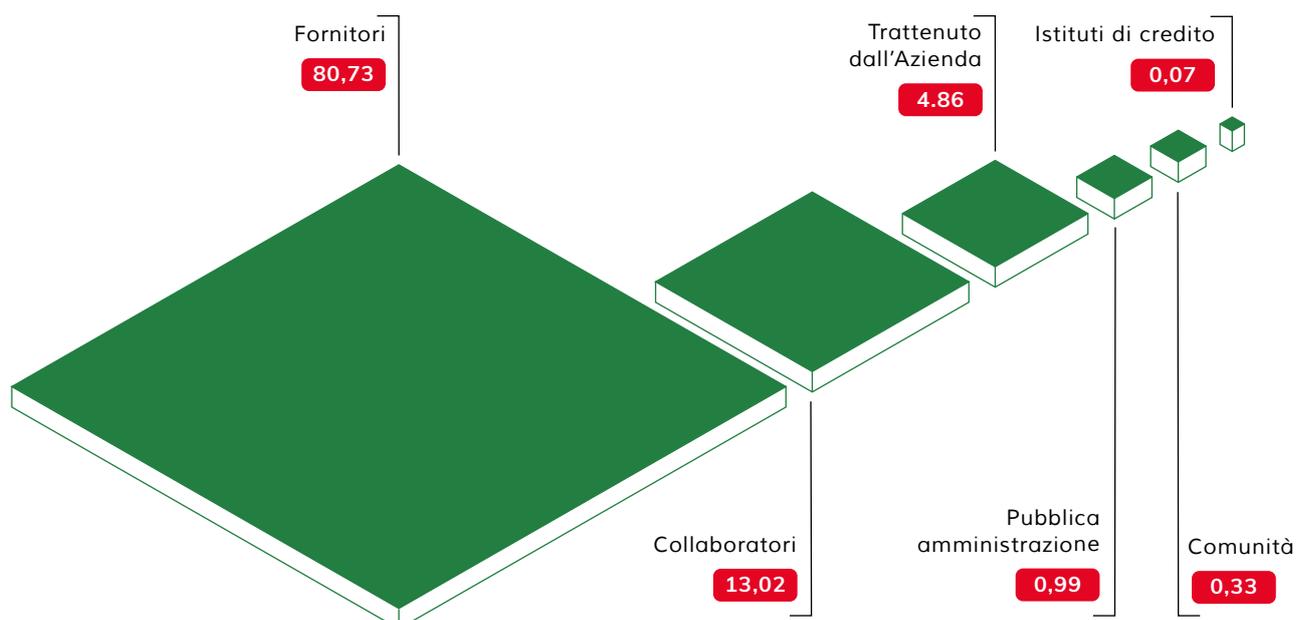
### Valore economico

direttamente generato e distribuito (€)	2020	2019	2018
◆ Valore economico direttamente generato	<b>2.199.645.073</b>	<b>2.095.602.284</b>	<b>2.003.755.820</b>
a) Ricavi	2.199.645.073	2.095.602.284	2.003.755.820
◆ Valore economico distribuito			
b) Costi operativi	1.775.671.990	1.690.340.631	1.618.101.959
c) Retribuzioni e benefit*	286.431.738	276.870.450	264.855.078
d) Pagamenti ai fornitori di capitale	1.483.483	1.718.433	1.756.202
e) Pagamenti alla Pubblica Amministrazione	21.863.115	16.005.456	16.095.039
f) Investimenti nella comunità	7.289.437	8.650.683	8.317.543
f) Dividendi ai soci	-	5.000.000	1.000.000
<b>Valore economico distribuito</b>	<b>2.092.739.763</b>	<b>1.998.585.653</b>	<b>1.910.125.821</b>
<b>Valore economico trattenuto</b>	<b>106.905.310</b>	<b>97.016.631</b>	<b>93.629.999</b>
di cui utile dell'esercizio	38.041.944	31.838.407	30.942.487

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.

### Valore economico direttamente generato e distribuito. (%)



**P**er Aspiag Service, la possibilità di contribuire ad uno sviluppo sostenibile parte necessariamente dal raggiungimento del proprio successo commerciale, senza il quale essa non potrebbe generare valore per il territorio in cui opera, effettuare investimenti per la protezione dell'ambiente, garantire ai propri collaboratori un percorso di crescita professionale sicuro, né adottare soluzioni innovative e sostenibili.

La performance qui illustrata è da intendersi come risultato economico finanziario, condiviso in un'ottica di sviluppo compatibile alla prospettiva socio-ambientale. In conformità a tale approccio, l'Azienda continua il suo trend di crescita del valore economico generato, così da far crescere anche il valore economico distribuito, che interessa maggiormente fornitori e collaboratori.

Il 2020 per la nostra Azienda si è chiuso con un valore economico complessivo di oltre 2 miliardi di euro, prova ultima della crescita di anno in anno: nello specifico sono caratterizzati da un incremento di fatto costante sia il valore direttamente generato (più 37 punti percentuali in una decade) che quello distribuito tra l'Azienda e i suoi stakeholder. Si noti, in ultima battuta, che il valore trattenuto dall'Azienda è reinvestito, scelta che determina una maggior solidità a lungo termine e permette l'attuazione di programmi di sviluppo per l'Azienda.

**18,6** mld €

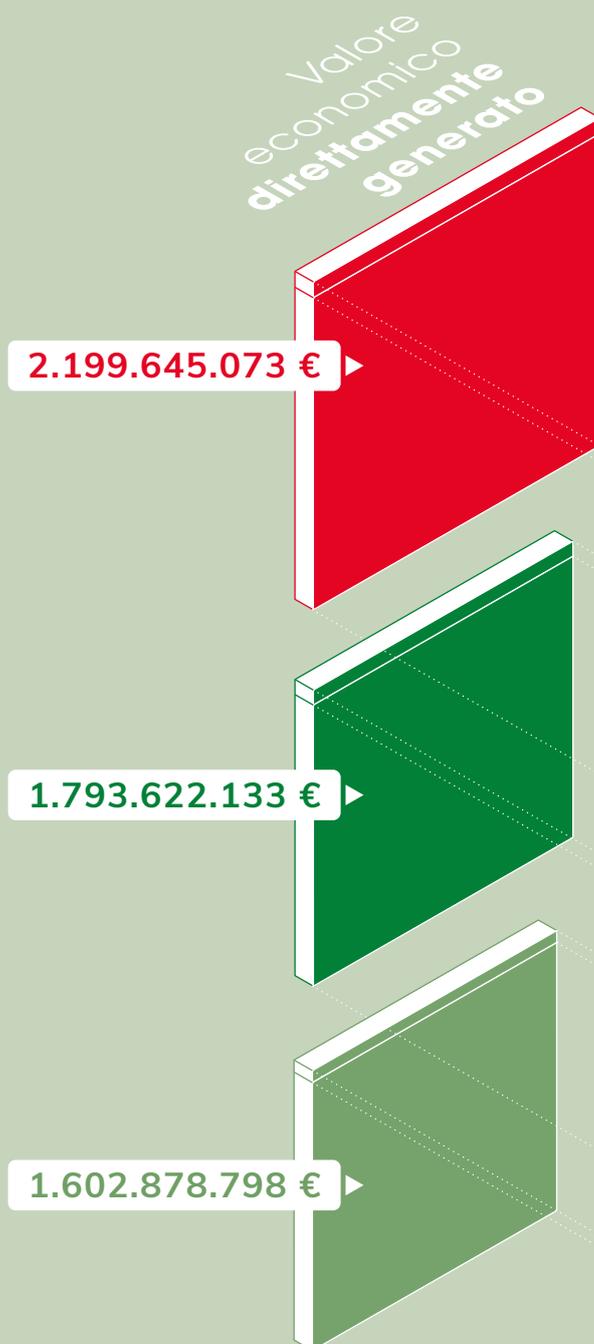
di valore generato in 10 anni

**17,6** mld €

di valore distribuito in 10 anni

di cui **15** mld € a fornitori

di cui **2,4** mld € ai collaboratori



Valore  
economico  
distribuito

2.092.739.763 €

Valore  
economico  
trattenuto

106.905.310 €

di cui Utile  
dell'esercizio

38.041.944 €

1.702.310.071 €

91.312.061 €

1.534.066.651 €

68.812.147 €

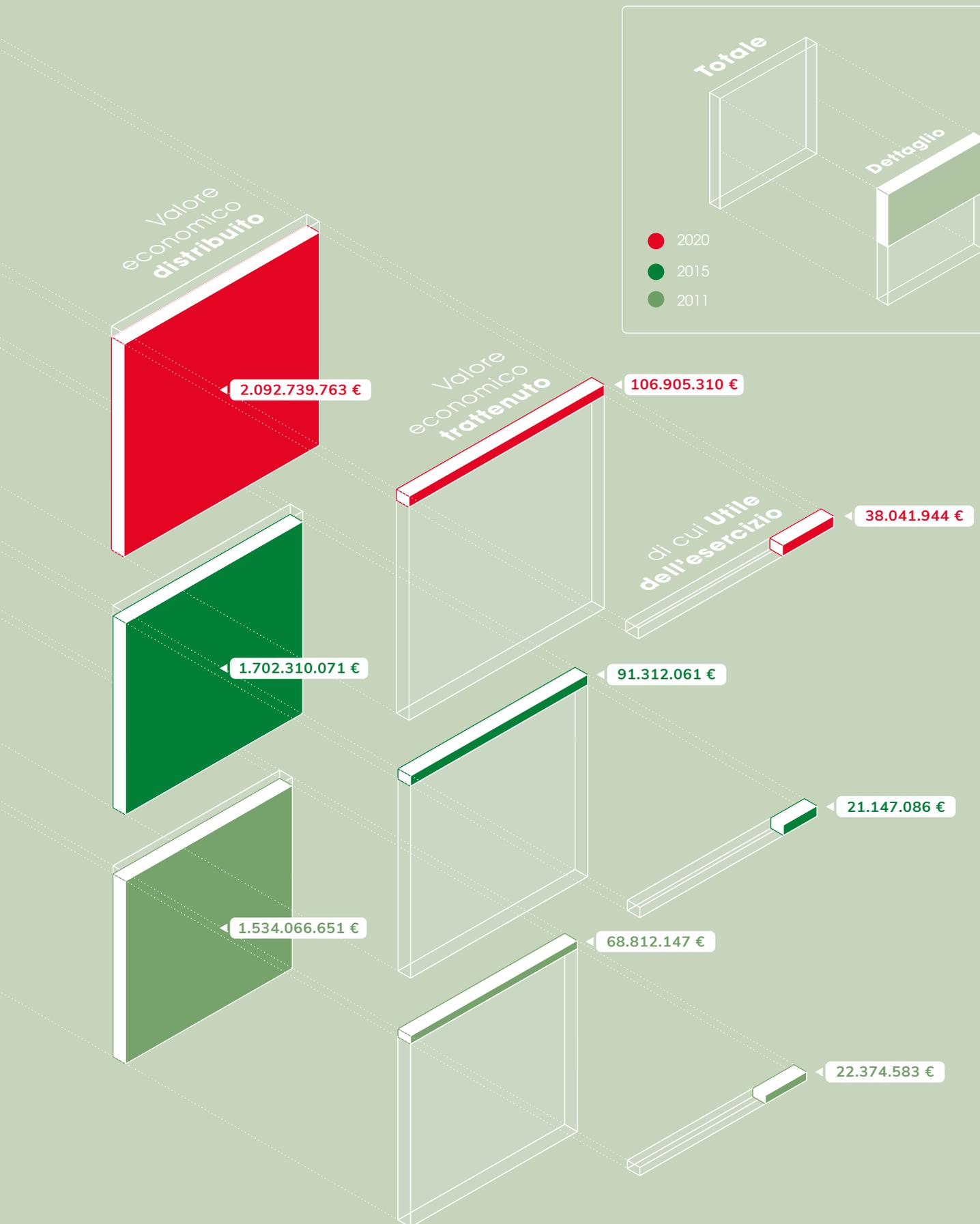
21.147.086 €

22.374.583 €

Totale

Dettaglio

- 2020
- 2015
- 2011



# Nuove aperture e ristrutturazioni.



## Temi materiali



Performance finanziaria



Sviluppo rete commerciale



Attrattività come datore di lavoro



## SDGs

11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES



Punti vendita diretti

9

Nuove aperture

1

Ristrutturazioni e ammodernamenti

Punti vendita affiliati

10

Nuove aperture

3

Ristrutturazioni e ammodernamenti

**P**er 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 importante 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 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 2020, in conformità alla strategia sostenibile che prevede 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.

Nel 2020 sono stati aperti **9 punti vendita** diretti per un totale di **11.566 m<sup>2</sup>** di nuova superficie di vendita:

### DESPAR

- Crespellano (BO)
- Fogliano Redipuglia (GO)
- Anguillara (PD)

### EUROSPAR

- Funo di Argelato (BO)
- Lonigo (VI)
- Mestre (VE)
- Bologna
- Limena (PD)

### INTERSPAR

- Casier (TV)

È continuato il nostro consolidamento soprattutto in Veneto ed Emilia Romagna, attuato attraverso un'intensa attività di comunicazione, sponsorizzazione, engagement ed alcune nuove aperture. Il rafforzamento di queste zone 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.

Di particolare importanza è stata nel 2020 la concessione ottenuta dal Consorzio Despar Italia allo sviluppo in Lombardia. La presenza di Aspiag Service si potrà estendere su gran parte delle province lombarde, che costituiscono un importante approdo in termini di potenzialità

commerciali, opportunità di investimento, coinvolgimento di un ampio bacino di abitanti.

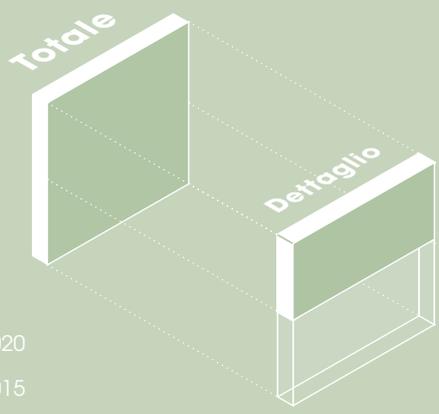
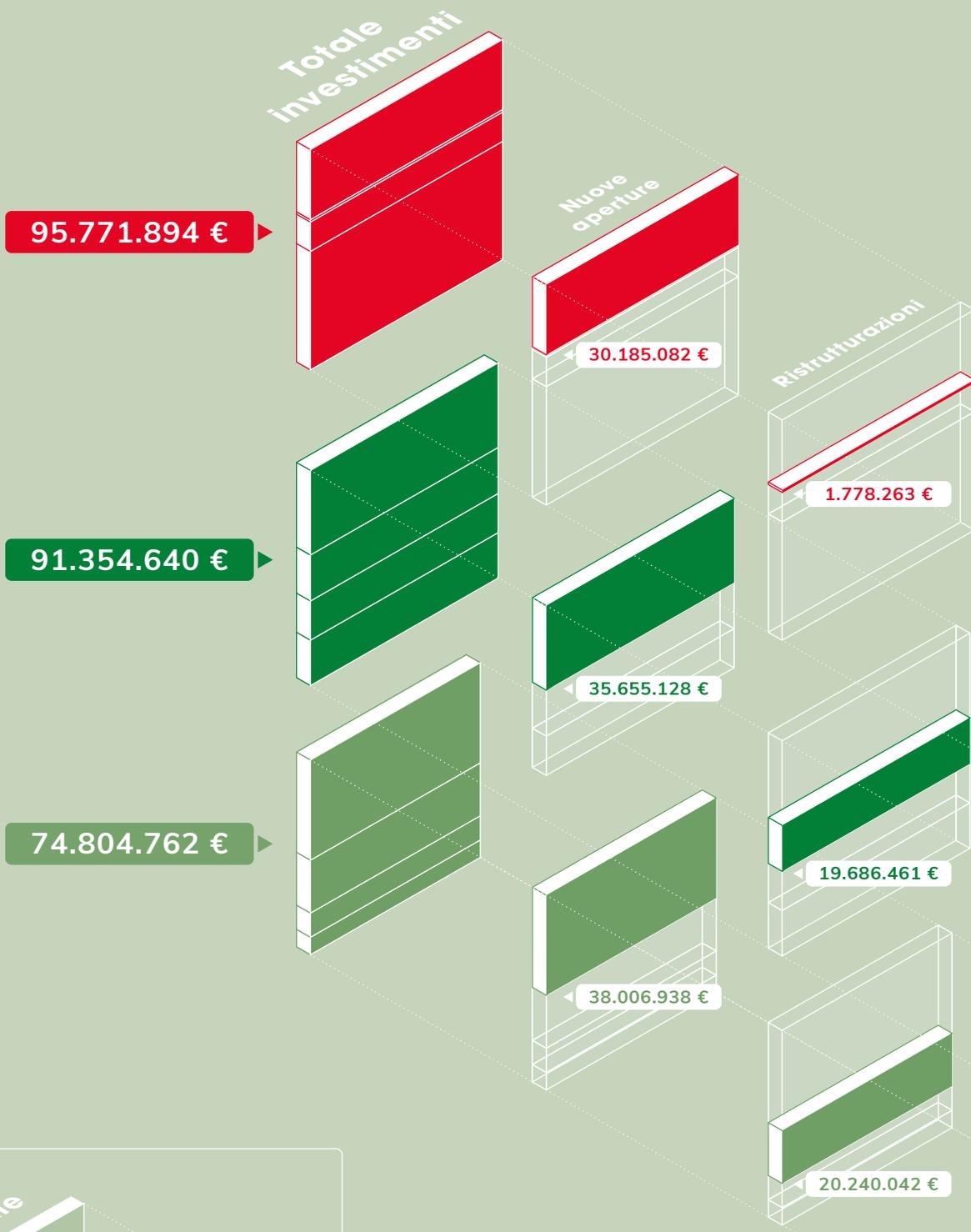
L'ampliamento della rete mira, in un arco quinquennale, a coordinare logistica, vendite, recruiting e sviluppo tecnico per far conoscere il marchio Despar in questi nuovi territori. Oltre al consueto sviluppo di punti vendita Aspiag Service continua a investire considerevolmente anche per il consolidamento del futuro polo agroalimentare. Ingenti sono stati anche gli investimenti tecnologici volti all'innovazione dei punti vendita.

L'attività di investimento, che nel 2020 ammonta a 95,8 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.

◆ Investimenti (€)	2020	2019	2018
Nuove aperture	30.185.082	20.744.128	26.226.142
Ristrutturazioni	1.778.263	8.390.329	6.931.192
Investimenti su punti vendita di prossima apertura	12.879.291	31.078.864	24.483.114
Altre tipologie di investimenti*	50.929.258	74.352.881	73.249.451
<b>Totale investimenti</b>	<b>95.771.894</b>	<b>134.566.203</b>	<b>130.889.899</b>
*di cui costi per l'innovazione ed il mantenimento dei sistemi informativi	4.055.162	3.919.704	4.722.901

◆ Rete di vendita	2020	2019	2018
Despar	83	82	80
Eurospar	124	120	117
Interspar	40	39	37
<b>Totale diretti</b>	<b>247</b>	<b>241</b>	<b>234</b>
Affiliati	323	333	339
<b>Totale</b>	<b>570</b>	<b>574</b>	<b>573</b>

◆	2020	2019	2018
Assunti nei nuovi punti vendita (teste)	334	307	247



Legenda

- 2020
- 2015
- 2011

**A** spiag Service ha perseguito negli anni un'espansione facendo attenzione a preservare la memoria storica, artistica e industriale dei siti e facendo ricorso a tecnologie innovative.

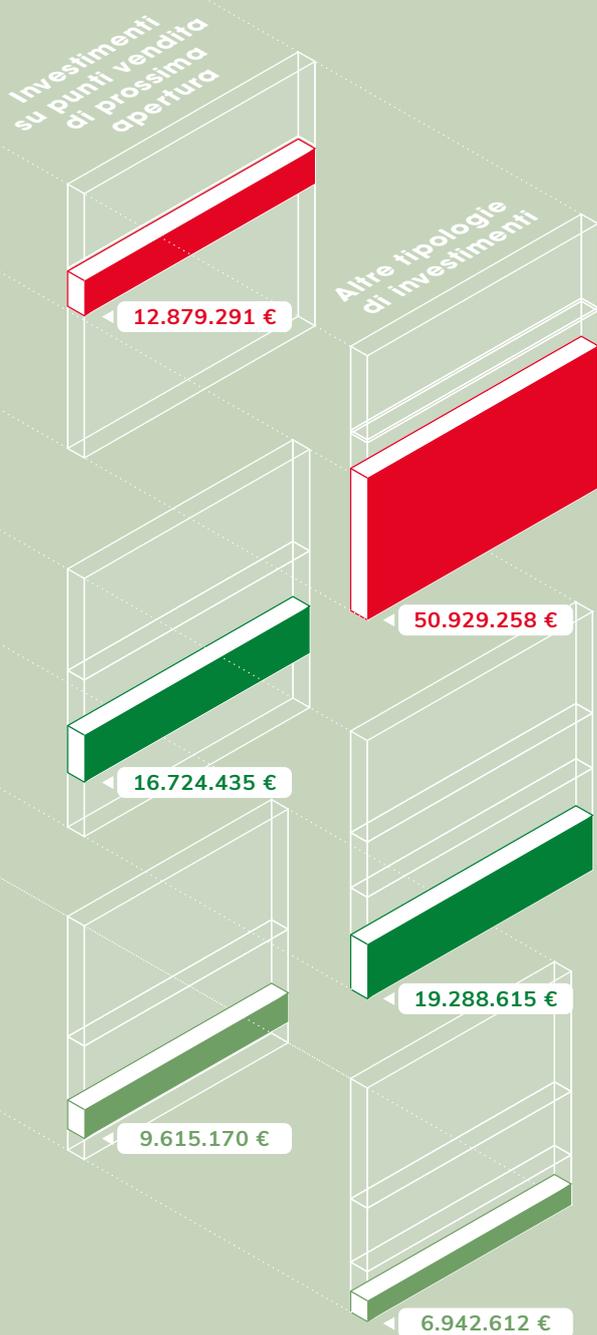
Tra il 2011 e il 2020 gli investimenti sono aumentati di anno in anno, per un totale dal 2011 al 2020 di 1.081.475.572 €, grazie a una crescita costante che ha incluso, tra gli altri, i nuovi punti vendita e quelli di prossima apertura, così come la ristrutturazione di quelli esistenti e delle loro aree circostanti – attraverso riqualificazioni, interventi periodici e recuperi architettonici. Un percorso, questo, che nel 2011 ha permesso il recupero della memoria industriale dell'edificio di Verona con un Eurospar e dell'area di Padova con un Interspar.

Nel 2013 è avvenuto il restauro di un palazzo storico di Trento che oggi ospita l'Eurospar di via Mancini, salvaguardandone e recuperandone il patrimonio artistico ricco di elementi architettonici di pregio.

Nel 2014 ha fatto seguito il primo punto vendita certificato in classe A da CasaClima con l'Eurospar di Vipiteno. Due anni più tardi abbiamo dato corso al recupero architettonico dell'edificio in stile liberty del Teatro Italia (VE), che grazie all'apertura al suo interno di un supermercato Despar, ha potuto permettere il restauro dei suoi affreschi e la sua uscita dal degrado totale in cui versava. Mentre dal 2019 a Prato della Valle (PD) all'interno dell'edificio dell'ex Foro Boario recuperato e riqualificato è presente un nostro punto vendita, per merito – di nuovo – di un recupero architettonico mirato. In ultima battuta, la strategia di investimenti punterà a promuovere uno sviluppo a basso impatto ambientale e ad alta efficienza energetica, salvaguardando i punti vendita entro i centri storici.

## 1.081.475.572 €

di investimenti netti totali



# Soddisfazione del cliente.



## Temi materiali

- B** Sostegno a comunità e territorio
- D** Innovazione offerta e servizi
- E** Qualità e sicurezza dei prodotti
- N** Soddisfazione del cliente
- O** Reputazione aziendale



## SDGs



# 47.839

Prodotti offerti

# 4.470

Analisi e controlli

# 8,22

Customer satisfaction

## Offerta



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 produzione o sulla provenienza. Queste categorie 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 negli anni il giudizio sulla scelta assortimentale. Necessitando di sempre più attenzione e cura, anche i prodotti biologici e Free From sono seguiti da figure ad hoc.

◆ N° medio di prodotti offerti	2020	2019	2018
Despar	16.231	14.578	14.552
Eurospar	27.155	25.321	25.358
Interspar	47.839	45.483	45.176

**Nota:** i dati dell'insegna Interspar sono stati aggiornati anche per gli anni precedenti per un adeguamento della metodologia di calcolo.

◆	2020	2019	2018
Scelta assortimentale	9,20	8,82	8,42

◆ N° scontrini	2020	2019	2018
Despar	15.252.402	20.407.892	19.875.772
Eurospar	33.424.187	39.210.213	37.302.069
Interspar	19.928.688	24.126.951	23.400.590
<b>Totale</b>	<b>68.605.277</b>	<b>83.745.056</b>	<b>80.578.431</b>

**Land of Venice** — Sempre attenta alla tutela dei prodotti tipici e dei settori alimentari più di nicchia, Aspiag Service ha creato insieme alla Regione Veneto e i produttori agricoli il protocollo "Land of Venice", a tutela di prodotti veneti di eccellenza, offrendo campagne promozionali per ampliarne la visibilità e promuoverne la qualità. Alcuni dei prodotti che riportano il marchio regionale "Land of Venice" sono il radicchio di Treviso e Castelfranco, il radicchio veronese e di Chioggia, l'asparago bianco di Bassano DOP, l'asiago fresco e mezzano DOP e altri ancora.

## Qualità e sicurezza alimentare

A supporto della funzione Acquisti e in vista di un'offerta di prodotti sempre migliore, l'Ufficio Qualità Alimentare effettua controlli presso fornitori e piattaforme, verificando i requisiti

per la produzione la consegna e la qualità finale del prodotto. I controlli nei punti vendita vengono poi svolti dalla Sicurezza alimentare.

◆ Analisi e controlli volontari - qualità alimentare	2020	2019	2018
Audit su fornitori	24	38	n.d.
Carichi respinti	348	628	n.d.
Prodotti controllati	393	530	n.d.
Non conformità	2	19	n.d.

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. I prodotti commercializzati sono tracciabili per tutta la fase di 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.

Alle già numerose verifiche interne, svolte anche presso il Centro Carni, vengono aggiunti ulteriori controlli da parte di enti esterni certificatori.

Nel 2020 a seguito della pandemia si sono intensificate le verifiche da parte degli organi di controllo, sul corretto adempimento dei DPCM.

I verbali sono stati nel 2020 1.050 presso i punti vendita e 12 presso le sedi/piattaforme per un totale di sanzioni pari a 16.132 €, in flessione rispetto allo scorso anno. Nell'anno non si sono verificate sanzioni non monetarie e casi risolti tramite conciliazioni stragiudiziali. I controlli effettuati nel corso della pandemia hanno innalzato la sensibilità sull'aspetto sanitario, migliorandone la consapevolezza nei punti vendita e nell'Azienda in generale.

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 che prevede un aggiornamento nei controlli e nella prassi di conservazioni degli alimenti.

## ◆ Analisi e controlli volontari - Sicurezza alimentare

	Campioni analizzati	Non conformi	% Non conformi
<b>2018</b>			
Analisi sui prodotti	905	161	18%
Tamponi superficiali	2.794	267	10%
<b>Totale</b>	<b>3.699</b>	<b>428</b>	
<b>2019</b>			
Analisi sui prodotti	1.605	179	11%
Tamponi superficiali	2.515	184	7%
<b>Totale</b>	<b>4.120</b>	<b>363</b>	
<b>2020</b>			
Analisi sui prodotti	1.687	94	6%
Tamponi superficiali	2.783	138	5%
<b>Totale</b>	<b>4.470</b>	<b>232</b>	

◆ Spese correnti per la qualità e sicurezza alimentare (€)	2020	2019	2018
Esterne	289.700	351.342	212.525
Interne	407.896	415.854	352.602
<b>Totale</b>	<b>697.596</b>	<b>767.196</b>	<b>565.126</b>

GRI  
419-1

◆ Sanzioni riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi	2020	2019	2018
Valore monetario delle sanzioni (€)	16.132	37.172	36.918
N° sanzioni	10	16	16
N° ispezioni	616	463	573
% Non conformità (sanzioni/ispezioni)	1,62%	3,46%	2,79%

**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

Aspiag Service ha creato nel tempo un ampio ecosistema omnicanale per coinvolgere nel brand il cliente. Attraverso i canali più consolidati come radio, tv ed eventi e attraverso le potenzialità del digitale è possibile usufruire delle nuove leve dell'edutainment e della gamification mescolate alla convenienza e alla promozione di prodotti.

Ogni canale, dai social, alla comunicazione in punto vendita, ai volantini cartacei e digitali, ai magazine e molto altro, punta ad avvicinare il cliente per offrirgli i migliori prodotti, indirizzarlo sulle scelte più sostenibili e sulle buone abitudini di consumo, raccontargli il valore dell'Azienda, informarlo su contenuti corporate e altro ancora.

### Social media

I canali social di Aspiag Service generano traffico grazie alla pubblicazione di contenuti relativi a prodotti, offerte, iniziative e temi di sostenibilità. Nel 2020 sui social abbiamo raggiunto:



In Aspiag Service curiamo il rapporto col cliente non solo con mezzi di comunicazione e prodotti di qualità, ma anche con numerosi eventi e corsi sia online che in presenza, volti a valorizzare in primis i fornitori e i prodotti che proponiamo. I corsi permettono di creare cultura sul mondo enogastronomico, dare spazio ai produttori locali e valorizzarne le eccellenze anche attraverso le degustazioni (con l'iniziativa Sapori del Nostro Territorio). I corsi nel 2020 sono stati svolti nel truck per i primi mesi dell'anno e online durante i mesi di pandemia, coinvolgendo 397 partecipanti attraverso 8 corsi di degustazione e 1 corso di cucina. I temi affrontati nei corsi vanno dal vino, ai formaggi, alla birra, al cioccolato e al caffè, fino al tema del riuso in cucina.

Il 2020 ha visto anche l'organizzazione di **corsi di degustazione interamente online**. I 18 incontri hanno coinvolto **più di 1.000 persone** in materia di whisky, rum e cioccolato, vini e birre.

◆	2020	2019	2018
Customer satisfaction	8,22	8,40	8,34
<b>◆ Immagine aziendale su stampa e web</b>	<b>2020</b>	<b>2019</b>	<b>2018</b>
N° citazioni di Aspiag Service	1.647	1.454	1.675
Media giornaliera	4,50	3,98	4,59
Tono positivo	53%	57%	35%
Tono neutro	45%	38%	59%
Tono negativo	2%	5%	6%

In merito alla percezione di Aspiag Service da parte del cliente, le analisi sottolineano una distinzione dell'Azienda sotto il profilo della qualità dei prodotti e l'esteso assortimento che include prodotti italiani DOC e biologici. La percezione positiva si conferma anche per la competenza del personale, la pulizia dell'ambiente, la cura dei banchi serviti e i tempi di attesa alle casse, aspetti positivi sottolineati anche da chi visita abitualmente il punto vendita. L'immagine aziendale attraverso i

media è consolidata e mantiene un 98% di citazioni positive e neutre. I principali temi emersi dai media sono stati le nostre iniziative sociali, le attività di sponsorizzazione, l'apertura di nuovi punti vendita, il contesto del retail in generale.

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 2020 come nel biennio precedente, di non registrare casi di customer data breaches. ◆

▶   
418-1

**App Despar Tribù — Il canale più efficace per il coinvolgimento del cliente attraverso l'edutainment e la gamification è l'App Despar Tribù. L'App intrattiene i clienti attraverso i giochi e al contempo permette l'utilizzo di sconti, informa su prodotti locali, iniziative, eventi, sostenibilità. Tra i vari aggiornamenti del 2020, l'App ha visto l'integrazione dell'house organ InDespar, che aggiorna tutti i collaboratori sulle novità dell'Azienda e l'estensione dell'App anche ai clienti affiliati. Già 108 affiliati hanno potuto usare l'App nel 2020 creando un primo traffico di 9.461 utenti.**

**327.680**

Utenti attivi in cassa

**2.749.719**

Coupon redenti.

**24%**

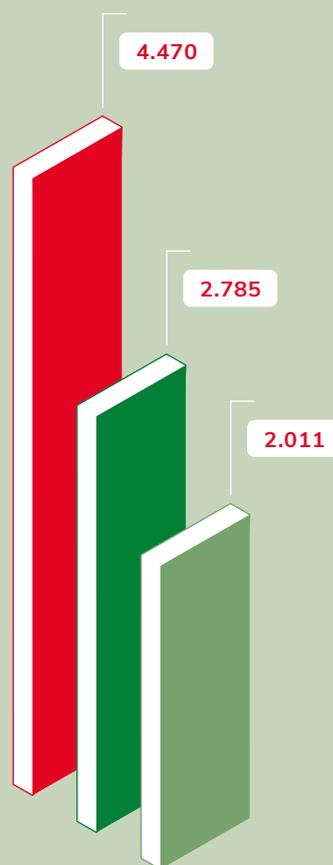
Penetrazione Tribù

**T**ra Despar, Eurospar e Interspar aumenta il numero di prodotti proposti, segno di un assortimento vasto e profondo, e crescono le rispettive analisi e i controlli di sicurezza – raddoppiati in una decade; nel 2019 è stato creato un apposito ufficio sulla qualità alimentare, al fine di raggiungere ulteriori garanzie sui prodotti per i clienti. Inoltre, è stata incrementata la selezione dei prodotti a marchio, con il rilancio delle linee Verde Vera e Gemma Verde. Il tutto per uniformare la nostra offerta ai nuovi trend del mercato e alla sostenibilità dei prodotti: si inseriscono in questo filone la sempre maggiore attenzione ai packaging e la comunicazione di ricette in chiave green, così come l'adozione dell'app Despar Tribù – creata per favorire il risparmio e l'aggiornamento sulle iniziative aziendali, di sostenibilità o sulla conoscenza dei prodotti, tra le altre cose. Lo scopo ultimo di tale approccio? Continuare a soddisfare il cliente di oggi e di domani.

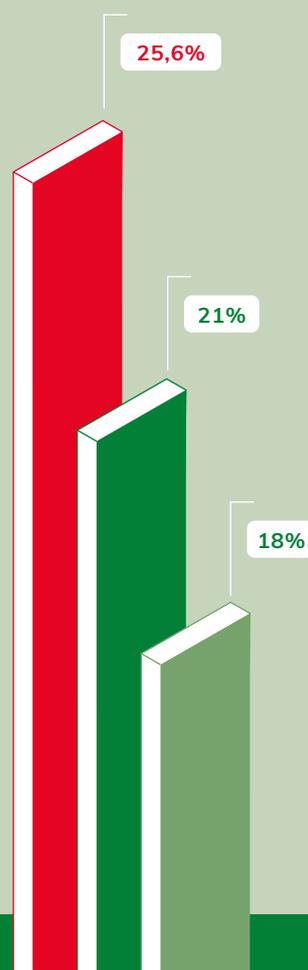
+ di **30.000**

Analisi e controlli svolti in 10 anni

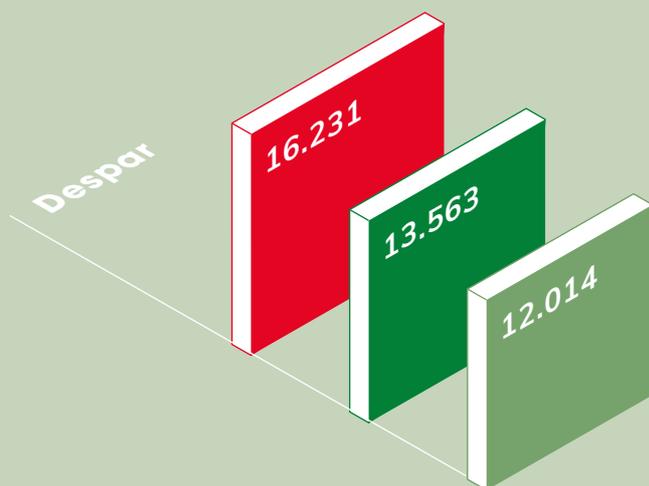
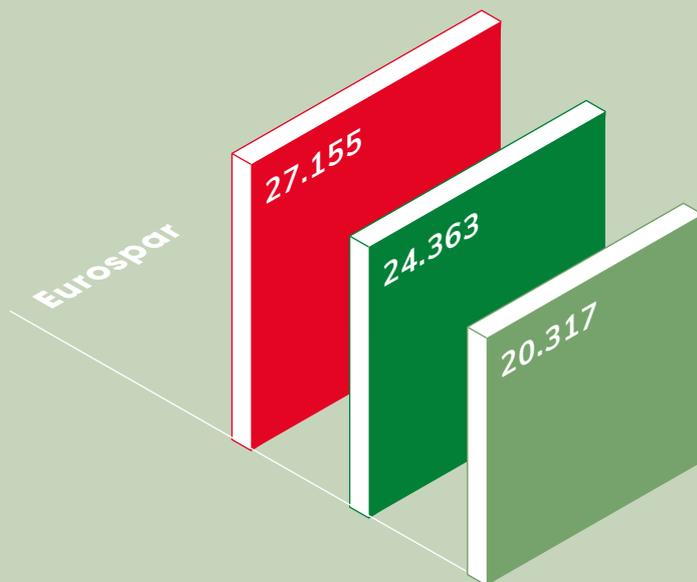
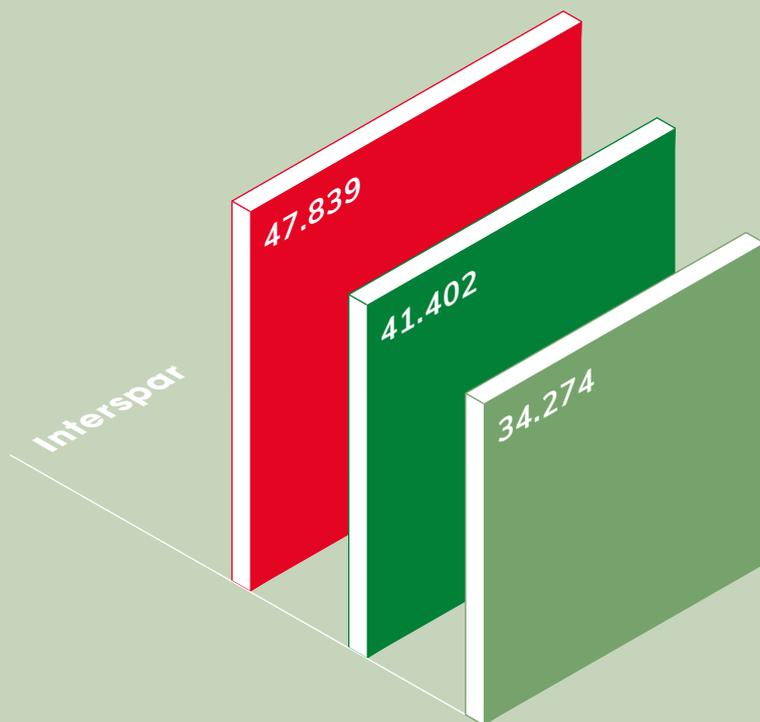
#### Analisi e controlli sicurezza alimentare



#### Fatturato Private Label (sul totale)



N° medio di prodotti offerti



2020 ●  
2015 ●  
2011 ●

**Legenda**

# Valorizzazione dei collaboratori.



## Temi materiali

- B** Sostegno a comunità e territorio
- F** Etica aziendale
- O** Reputazione aziendale
- I** Tutela del posto di lavoro
- L** Formazione dei collaboratori
- M** Sicurezza e benessere dei collaboratori



## SDGs



# 8.517

Collaboratori.

# 10,7

Incentivi.

# 46.409

Ore di formazione.

# ISO 45001



Area Risorse Umane e Sviluppo del Personale nel 2020 ha devoluto un'importante attenzione nei confronti di un progressivo adeguamento delle sue attività a quelli che sono gli Obiettivi stabiliti dall'ONU nell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile. Le attività dell'Area e di seguito illustrate sono esemplificative di uno sforzo teso ad una costante maggiore adesione delle procedure svolte all'interno della Funzione Risorse Umane, nel rispetto dei criteri di sostenibilità proposti dall'ONU.

## Selezione, Formazione e Sviluppo

L'area che si occupa della selezione del personale, a fronte della pandemia di Covid-19 e delle limitazioni legate alla necessità di ridurre gli assembramenti e di garantire il distanziamento sociale, ha potenziato lo strumento del colloquio online, che è stato utilizzato per il recruiting di personale destinato alle sedi, ai punti vendita, ai centri di produzione e alla logistica.

Un dato importante è stato l'aumento di candidature pervenute mediante il portale Lavora con Noi da parte di persone con disabilità e beneficiarie di L.68/99, 83 delle quali sono state effettivamente incontrate per svolgere i colloqui di selezione. Oltre a questi, sono stati valutati candidati pervenuti tramite servizio SIL, in conformità ai target 8.5 e 8.8 del relativo SDG. 🌟

◆ Recruiting per assunzioni	Candidature online	Interviste telefoniche e colloqui	Candidati incontrati
<b>2020</b>			
Sedi/logistica	n.d.	3.443	1.560
Vendite Trentino Alto Adige	n.d.	1.360	850
Vendite Veneto	n.d.	5.336	1.710
Vendite Emilia Romagna	n.d.	5.321	1.049
Vendite Friuli Venezia Giulia	n.d.	2.622	1.388
<b>Totale portale Despar Lavora con noi</b>	<b>148.298</b>	<b>18.082</b>	<b>6.557</b>
<b>Totale altri canali</b>	<b>6.500</b>	<b>n.d.</b>	<b>n.d.</b>
<b>Totale complessivo</b>	<b>154.798</b>	<b>18.082</b>	<b>6.557</b>
<b>2019</b>			
Sedi	n.d.	2.031	1.007
Vendite Trentino Alto Adige	n.d.	1.715	800
Vendite Veneto	n.d.	4.538	2.124
Vendite Emilia Romagna	n.d.	3.618	1.908
Vendite Friuli Venezia Giulia	n.d.	3.808	1.916
<b>Totale</b>	<b>106.393</b>	<b>15.710</b>	<b>7.755</b>
<b>2018</b>			
Sedi	n.d.	919	247
Vendite Trentino Alto Adige	n.d.	1.503	579
Vendite Veneto	n.d.	4.690	1.142
Vendite Emilia Romagna	n.d.	1.786	1.103
Vendite Friuli Venezia Giulia	n.d.	1.583	746
<b>Totale</b>	<b>51.000</b>	<b>10.481</b>	<b>3.817</b>

Nel 2020 l'intera procedura di recruiting – dalla traccia di colloquio alla scheda di valutazione dei candidati – è stata formalizzata in un manuale. Il manuale, costantemente aggiornato e perfezionato, ha consentito da una parte la standardizzazione delle modalità di selezione, finalizzata a ridurre la componente soggettiva legata ai recruiter, ai quali è stato parallelamente erogato un corso sulla riduzione degli stereotipi, e dall'altra l'omogeneizzazione del processo di selezione anche tra le diverse sedi in cui è presente l'Azienda, aspetto non trascurabile data l'estensione territoriale. È importante inoltre aggiungere che l'iter di selezione e il relativo manuale pongono particolare attenzione alla normativa legata all'informativa sulla privacy (artt. 9 e 13 del Regolamento UE 2016/679 sulla protezione dei dati, GDPR).

Nei mesi precedenti alla pandemia l'Area Risorse Umane ha potuto utilizzare il truck come mezzo innovativo non solo per presenziare alle nuove aperture dei punti vendita, ma per permettere a chi volesse di portare la propria candidatura per un impiego. Questo strumento ha permesso all'Azienda di offrire opportunità anche alle persone più disagiate ed escluse dall'uso dei mass-media, tra cui anche alcuni ragazzi profughi. Ulteriore esempio di inclusione è dato dal progetto di selezione dei giovani potenziali da inserire nei reparti di macelleria, gastronomia, ortofrutta e pescheria. Questo processo ha coinvolto un totale di 228 ragazzi, di età inferiore ai 25 anni, scelti tra i moltissimi che si erano candidati sul portale Lavora con Noi e a seguito dei colloqui di selezione. La fase successiva alla selezione ha previsto i corsi di formazione specifici sia d'aula che pratica. Dopo di che 31 collaboratori sono stati assunti nei reparti di macelleria, gastronomia e Centro Carni. Altri 14 collaboratori sono stati inseriti nei reparti di pescheria e ortofrutta.

L'attenzione ai giovani è rappresentata anche dalle giornate di Career Day a cui l'Area Risorse Umane ha partecipato presso le università, raggiungendo in tal modo giovani laureandi e laureati interessati a un'esperienza di tesi, stage o lavoro presso l'Azienda. ♦ I Career Day universitari nel 2020 hanno incluso un evento organizzato dall'Università Ca' Foscari di Venezia, tre presso l'Università di Padova e infine l'edizione Becoming Manager di Jest (Junior Enterprise dell'Università degli Studi di Padova – sede di Vicenza). A causa delle disposizioni per il contenimento del Covid-19 e al fine di evitare assembramenti, i Career Day universitari nel 2020 si sono tenuti online.

La nuova organizzazione ha consentito di incontrare e colloquiare, mediante il ricorso a piattaforme online che hanno riprodotto

le dinamiche del classico Career Day in presenza, un totale di 111 tra laureandi e laureati.

A causa dell'emergenza sanitaria per Covid-19, nel corso del 2020 Aspiag non ha potuto proseguire con le consuete attività formative svolte in presenza dai tirocinanti universitari presso l'Azienda.

Nel rispetto dei provvedimenti di sicurezza stabiliti dallo Stato e dalla Regione, previa adozione di un proprio protocollo di sicurezza nel rispetto delle linee nazionali e regionali (DPCM e ordinanze regionali), e in accordo con gli Atenei di riferimento, Aspiag ha garantito comunque il completamento delle esperienze già in essere nel 2020 chiedendo agli stagisti la redazione di un paper riepilogativo delle attività svolte e delle competenze acquisite. L'Azienda ha inoltre potuto offrire delle opportunità lavorative ai propri tirocinanti, consentendo a ben 6 dei 12 stagisti ospitati nel corso dell'anno di firmare un contratto con l'Azienda.

Anche il Centro Carni, con i suoi 72 collaboratori, ha compiuto un'importante operazione di assunzione di nuovi candidati, contribuendo ad un processo che ha apportato ricchezza al territorio di Monselice secondo un raggio stimato di circa 20 km dalla sede del suddetto centro.

Un importante obiettivo per la formazione riguarda il miglioramento del servizio al cliente. In linea con l'importanza assegnata da Aspiag Service alla valorizzazione del collaboratore, si è dato vita ad iniziative volte a favorire tale valore. La formazione ha riguardato anche i ruoli di responsabilità, nello specifico capi area, capi zona e store manager dell'Area Vendita operanti nelle aree geografiche di Veneto ed Emilia Romagna. In particolare, il progetto ha visto un focus sulla diffusione dei valori di ascolto attivo e colloquio con il collaboratore. Questo si è svolto in due mezze giornate di formazione d'aula con l'obiettivo di favorire un dialogo tra responsabile e collaboratore, migliorandone il benessere e ottimizzandone l'efficienza, oltre che sostenere l'immagine di tutta l'Azienda nel territorio e nella comunità. L'attenzione alle persone, oltre a essere rivolta ai dipendenti, si focalizza in Aspiag anche nei confronti della clientela, così come esplicitato anche da uno dei 4 valori aziendali, appunto quello dell'attenzione alla clientela. In tal senso, è possibile citare il corso "Eccellenza Casse", che si è posto come obiettivo l'ulteriore focalizzazione su procedure mirate a migliorare il servizio alla clientela. A causa della pandemia, nel 2020 il numero di ore di formazione totali e medie per collaboratore risultano in calo rispetto agli anni precedenti in quanto per le limitazioni non è stato possibile svolgere le consuete attività.

La formazione svolta è stata erogata in presenza

nei mesi in cui è stato possibile, in tutti gli altri casi su piattaforme online.

Periodicamente viene svolto un sondaggio sul clima aziendale, volto ad ascoltare i collaboratori e a far emergere eventuali azioni di miglioramento nei loro confronti. L'ultimo sondaggio è stato svolto nel

2019 e ha visto un incremento della partecipazione del 10% sull'edizione precedente. Le principali voci valutate riguardano la raccomandazione dell'Azienda come datore di lavoro, l'andamento gestionale e la formazione del personale.

◆ Costi di formazione (€)	2020	2019	2018
Esterni	688.725	635.633	614.593
Interni all'Azienda	479.530	1.940.610	1.855.419
Finanziamenti ricevuti	-231.036	-432.414	-271.261
<b>Costi di formazione annui</b>	<b>937.219</b>	<b>2.143.829</b>	<b>2.198.751</b>
Costo medio di formazione del personale a tempo pieno (FTE)	132,65	311,95	335,18

◆ Ore di formazione	2020	2019	2018
Dirigenti	451	337	299
• di cui donne	46	-	-
Quadri	1.593	2.943	2.001
• di cui donne	368	820	657
Impiegati e operai	44.365	90.424	86.775
• di cui donne	23.643	48.772	40.628
<b>Totale ore formazione</b>	<b>46.409</b>	<b>93.704</b>	<b>89.074</b>
• di cui donne	24.057	49.592	41.285
• di cui obbligatoria	35.782	40.954	n.d
• di cui elearning	20.786	15.672	13.889
• per la sicurezza sul lavoro	30.295	34.143	n.d
• per la sicurezza alimentare	5.020	5.992	n.d
• per la sicurezza ambientale	467	806	n.d

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

GRI  
404-1

◆ Ore di formazione medie per dipendente (feste)	2020	2019	2018
Dirigenti	18,04	17,73	16,60
• di cui donne	15,44	-	-
Quadri	15,62	30,00	22,00
• di cui donne	26,27	58,60	50,50
Impiegati e operai	5,29	11,30	11,00
• di cui donne	4,39	9,30	8,00
<b>Totale ore medie formazione</b>	<b>5,45</b>	<b>11,40</b>	<b>11,30</b>
• di cui donne	<b>4,46</b>	<b>9,40</b>	<b>8,10</b>

### Gestione del personale

Le persone rappresentano l'anima ed il motore dell'Azienda. "Gestire il Personale" significa ascoltare le esigenze dei lavoratori e dell'Azienda al fine di individuare quel giusto punto d'incontro che permetta di conciliare le esigenze personali dei collaboratori e le esigenze organizzative, nel rispetto delle disposizioni normative, collettive ed aziendali, con l'unico obiettivo finale di garantire un ambiente di lavoro positivo ed orientato all'ottimale servizio al cliente.

Tutte le attività della Gestione del Personale mirano ad instaurare e coltivare, giorno dopo giorno, rapporti di lavoro sani e positivi con tutti i lavoratori, intesi nella loro dimensione individuale e collettiva. La Direzione Gestione del Personale, inoltre, garantisce quotidianamente la propria assistenza alle filiali e ai lavoratori 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 e i lavoratori per le definizioni contrattuali nonché per la gestione delle vicende, delle richieste o delle esigenze individuali e la predisposizione della corretta documentazione contrattuale;
- attività di formazione: rivolta ai ruoli di responsabilità per una corretta gestione del personale.

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 2020, infatti, i rapporti di lavoro a tempo determinato hanno rappresentato circa il 10% circa della forza lavoro totale in Azienda. Un dato del tutto fisiologico se si tengono in considerazione le numerose nuove aperture del 2020 e del conseguente incremento di personale.

L'attenzione rivolta al personale ha rivestito un ruolo ancora più importante nel corso del 2020 dove l'emergenza sanitaria ha stravolto le abitudini sociali, le esigenze e gli equilibri personali e familiari dei lavoratori, oltre a quelle dei clienti, nonché le condizioni di mercato e i conseguenti fabbisogni dei punti vendita.

Una sfida che ha visto una pronta risposta da parte dell'Azienda sia per la messa in sicurezza dei lavoratori nei luoghi di lavoro sia per consentire la conciliazione tra i sopraggiunti impegni di vita privata dei lavoratori (tra cui ad esempio l'accudimento dei figli a casa da scuola, l'assistenza ai genitori anziani, la maggior tutela dei parenti con disabilità) e le stringenti necessità di presidio dei reparti volte a garantire l'idoneo approvvigionamento dei generi alimentari, anche alla luce delle restrizioni sociali e di spostamento sul territorio dei clienti.

In quest'ottica, nel corso del 2020, sono stati messi a disposizione dei lavoratori molteplici strumenti tra cui il prevalente ricorso allo smart working, l'agevolazione dell'utilizzo delle ferie e dei permessi individuali, l'assistenza – consulenza e gestione dei nuovi congedi parentali retribuiti e non per l'accudimento dei figli, assistenza – consulenza e gestione dei permessi retribuiti aggiuntivi previsti dalla legge n. 104/92, concessione di periodi di aspettativa per i dipendenti che risultavano bloccati all'estero ai fini della conservazione del posto di lavoro, attivazione di contratti di somministrazione

per consentire la copertura straordinaria dei reparti a fronte delle improvvise assenze a vario titolo. Il tutto per garantire la continuità occupazionale e la conciliazione tra lavoro e vita privata.

Inoltre, a fronte del prezioso e fondamentale impegno profuso dal personale del punto vendita, l'Azienda ha deciso di riconoscere a ciascun lavoratore un premio extra del valore di euro 150,00 oltre ad una gift card del valore di euro 150,00, erogati già nel mese di aprile 2020 come ringraziamento per la presenza e l'attività prestata in prima linea. Oltre a ciò, l'Azienda ha deciso di erogare già con il cedolino paga del mese di aprile 2020 l'importo netto di 100 € previsto dal Decreto Cura Italia.

Importante è risultato, inoltre, il costante dialogo con le parti sociali che ha permesso di riaffermare il rapporto di stretta vicinanza con lavoratori durante i mesi difficili di emergenza sanitaria, anche grazie alla costituzione di un Comitato di sicurezza in accordo con le Segreterie nazionali delle Organizzazioni sindacali maggiormente rappresentative che ha favorito il dialogo tra l'Azienda, i lavoratori e le parti sociali sulle misure per il contrasto e il contenimento della diffusione del virus Covid-19.

Conseguentemente, questo costante confronto con i lavoratori e le parti sociali ha permesso di mantenere un basso tasso di conflittualità. Infatti, nel corso del 2020 si è registrato un contenuto numero di vertenze giudiziarie (4 cause nuove sorte nell'anno), se rapportato al numero di collaboratori. Il dato si posiziona ben al di sotto della media nazionale. Superiore invece il numero di accordi volontari volti a gestire positivamente le varie vicende lavorative (18 conciliazioni stragiudiziali effettuate). Anche nel 2020 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.

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 garantisce le pari opportunità, in linea con il 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 contratti integrativi prevedono



402-1



406-1



102-41



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.

**L'iniziativa "Idem" — Nel 2020 è stato ideato il progetto "Idem", pensato dalla Cooperativa Vite Vere Down Dadi e portato avanti col supporto di Aspiag Service. Il progetto ha un'alta valenza sociale e si traduce in un'opportunità di lavoro per due ragazzi diversamente abili, che potranno realizzare mille shopper in cotone per i clienti Interspar di Sarmeola e Albignasego.**

	◀ <b>◆ N° dipendenti</b>	<b>Teste medie</b>	<b>Teste</b>	<b>FTE</b>
	<b>2020</b>			
	Femmine	5.323	5.397	4.162
	Maschi	3.031	3.120	2.904
	<b>Totale</b>	<b>8.354</b>	<b>8.517</b>	<b>7.065</b>
	<b>2019</b>			
	Femmine	5.177	5.288	4.105
	Maschi	2.922	2.948	2.767
	<b>Totale</b>	<b>8.100</b>	<b>8.236</b>	<b>6.872</b>
	<b>2018</b>			
Femmine	5.024	5.087	3.927	
Maschi	2.764	2.816	2.633	
<b>Totale</b>	<b>7.788</b>	<b>7.903</b>	<b>6.560</b>	
	◀ <b>◆ N° dipendenti per tipologia contrattuale (teste medie)</b>	<b>2020</b>	<b>2019</b>	<b>2018</b>
	Tempo indeterminato	7.588	7.276	6.526
	• di cui donne	4.887	4.705	4.295
	Tempo determinato	766	824	1.262
	• di cui donne	436	472	729
	<b>Totale</b>	<b>8.354</b>	<b>8.100</b>	<b>7.788</b>
	• di cui donne	<b>5.323</b>	<b>5.177</b>	<b>5.024</b>
	◀ <b>◆ N° dipendenti part-time (teste medie)</b>	<b>2020</b>	<b>2019</b>	<b>2018</b>
	Dipendenti con contratto part-time	3.233	3.087	3.035
	• di cui donne	2.824	2.718	2.677
	% Dipendenti con contratto part-time	38,69%	38,11%	38,97%
	• di cui donne	33,80%	33,56%	34,37%

	2020	2019	2018
<b>Importi stanziati per incentivi (€)</b>	<b>8.262.313</b>	<b>5.949.528</b>	<b>5.300.650</b>
Incidenza degli incentivi sui costi del personale %	2,89%	2,16%	2,01%
Numero di dipendenti che ha percepito una gratifica	5.078	5.406	5.694
Importi stanziati per premio Covid-19 (€)	2.423.172	n.d	n.d
Numero di dipendenti che ha percepito il premio Covid-19	7.033	n.d	n.d

**Nota:** gli incentivi stanziati includono gli integrativi aziendali, gli una tantum e gli M.B.O. Il numero dei collaboratori che ha ricevuto una gratifica segue lo stesso criterio.

<b>◆ Costo del personale per luogo di lavoro (€)</b>	2020	2019	2018
Sedi e magazzini	54.446.392	48.918.258	42.480.141
Punti vendita diretti	231.715.543	227.646.309	221.604.204
<b>Costo complessivo del personale</b>	<b>286.161.935</b>	<b>276.564.567</b>	<b>264.084.345</b>

**Nota:** il dato del 2019 è stato allineato con il Bilancio d'esercizio.

<b>◆ Sanzioni per non conformità a leggi e regolamenti</b>	2020	2019	2018
Valore monetario delle sanzioni (€)	13.759	24.086	31.901

GRI  
419-1

**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.

<b>◆ Turnover del personale (%)</b>	2020	2019	2018
<b>Turnover entrata</b>	<b>14,23%</b>	<b>15,48%</b>	<b>15,01%</b>
• di cui donne	7,47%	8,94%	8,14%
• di cui tempo determinato	6,72%	3,63%	4,49%
• di cui tempo indeterminato	7,52%	11,85%	10,52%
<b>Turnover uscita</b>	<b>10,87%</b>	<b>12,58%</b>	<b>12,58%</b>
• di cui donne	6,15%	6,64%	6,72%
• di cui tempo determinato	7,91%	8,36%	9,84%
• di cui tempo indeterminato	2,96%	4,22%	2,75%
<b>Turnover totale</b>	<b>25,10%</b>	<b>28,06%</b>	<b>27,59%</b>
• di cui donne	13,62%	15,58%	14,86%
• di cui tempo determinato	14,63%	11,99%	14,33%
• di cui tempo indeterminato	10,47%	16,07%	13,26%

GRI  
401-1

**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.

## 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 privata offrendo regimi di orario parziale. A seguito della pandemia, l'Azienda ha adottato laddove possibile lo smart-working per i propri collaboratori delle sedi. Il Work-Life Balance agevola i collaboratori a tornare alla propria occupazione anche a 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, progetto esteso anche al canale affiliati, in linea al target 3.8 del relativo SDG. (☼) Con l'applicazione del CCNL della Distribuzione Moderna Organizzata (DMO), i collaboratori (ad esclusione dei dirigenti e dei quadri) hanno diritto alle prestazioni di assistenza sanitaria garantite da Fondo Est, il fondo sanitario integrativo più grande d'Italia, che garantisce ai collaboratori iscritti molteplici prestazioni, in forma diretta o in forma assicurata.

GRI  
403-6

GRI  
403-6

In risposta all'emergenza sanitaria, il Fondo è intervenuto tempestivamente adottando una serie di misure straordinarie a sostegno di aziende ed iscritti. I collaboratori di Aspiag Service iscritti nel corso del 2020 sono stati 8.626, il 64% dei quali donna. Le prestazioni per le quali sono stati richiesti la maggior parte dei rimborsi sono afferenti l'indennità Covid-19, l'implantologia/odontoiatria e i pacchetti di prevenzione.

Tra i progetti di welfare aziendale più recenti, il Caregiving mira a diffondere la consapevolezza sugli strumenti per la gestione di figli e familiari con disabilità, supportando con approcci organizzativi mirati i collaboratori interessati. Ai collaboratori sono stati distribuiti opuscoli informativi, proposti incontri con esperti o, nel caso di ruoli di responsabilità, corsi sulla gestione dei collaboratori che presentano necessità di assistenza.

Il personale dell'Azienda si caratterizza anche per la sua eterogeneità. Il 21% dei collaboratori è sotto i 30 anni, il 53% si trova tra i 30 ed i 50 e il restante 26% 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.

Durante l'epidemia Covid-19, Aspiag Service, in linea con la sua cultura di attenzione nei confronti dei propri collaboratori, ha fornito a questi ultimi un servizio informativo riguardante la normativa legata al congedo parentale straordinario per quanto concerne: durata, potenziali destinatari, tempistiche e procedure operative per fruire dei benefici previsti da tale provvedimento.

Mediante posta elettronica aziendale e affissione su bacheche dedicate alle comunicazioni interne, l'Azienda ha infatti illustrato a tutti i dipendenti quanto introdotto dall'art. 72 del D.L. 34/2020, a integrazione del precedente D.L. 18/2020.

Grazie alla suddetta politica di comunicazione sostenuta da Aspiag Service, è stato possibile in Azienda consentire l'accesso a 337 misure di sostegno a vantaggio dei dipendenti i cui figli erano a casa, per motivi legati alle misure di didattica a distanza e di quarantena scolastica.

GRI  
405-1

#### ◆ N° dipendenti per qualifica professionale e genere (teste medie)

	2020	2019	2018
Dirigenti	24	19	18
• di cui donne	3	-	-
Quadri	99	96	87
• di cui donne	12	13	12
Impiegati	8.169	7.918	7.683
• di cui donne	5.301	5.157	5.012
Operai	62	66	n.d.
• di cui donne	6	7	n.d.
<b>Totale</b>	<b>8.354</b>	<b>8.100</b>	<b>7.788</b>
• di cui donne	<b>5.323</b>	<b>5.177</b>	<b>5.024</b>

GRI  
405-1

#### ◆ N° dipendenti appartenenti a categorie protette e disabili (teste medie)

	2020	2019	2018
Dirigenti	-	-	-
• di cui donne	-	-	-
Quadri	1	1	1
• di cui donne	-	-	-
Impiegati	389	389	361
• di cui donne	236	237	224
Operai	4	4	n.d.
• di cui donne	-	-	n.d.
<b>Totale</b>	<b>394</b>	<b>394</b>	<b>362</b>
• di cui donne	<b>236</b>	<b>237</b>	<b>224</b>

◆ <b>Congedo parentale (teste)</b>	<b>2020</b>		<b>2019</b>		<b>2018</b>	
	<b>uomini</b>	<b>donne</b>	<b>uomini</b>	<b>donne</b>	<b>uomini</b>	<b>donne</b>
Dipendenti aventi diritto al congedo parentale	452	895	447	903	418	886
Dipendenti che ricorrono al congedo parentale	17	251	31	264	33	290
Dipendenti che hanno terminato il congedo parentale nell'anno in corso	12	177	20	195	25	210
Dipendenti che ritornano al lavoro al termine del congedo parentale	11	169	19	186	20	206
% di ritorno al lavoro dopo il congedo parentale	92%	95%	95%	95%	80%	98%
Dipendenti ancora in forza dopo 12 mesi dal rientro	8	150	14	165	14	194
% retention dopo 12 mesi	73%	89%	74%	89%	70%	94%

GRI  
401-3

**Nota:** il diritto è stato desunto dalla conoscenza della data di nascita dei figli e senza tenere 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.

◆ <b>Rapporto stipendio/remunerazione donna-uomo</b>		<b>Stipendio</b>	<b>Remunerazione</b>
<b>2020</b>	<b>Nei punti vendita</b>		
	Quadri	88,78%	98,77%
	Impiegati	94,14%	93,54%
	<b>In sede e magazzino</b>		
	Dirigenti	59,64%	57,54%
	Quadri	91,19%	87,92%
	Impiegati	88,24%	86,34%
	Operai	91,40%	89,89%
<b>2019</b>	<b>Nei punti vendita</b>		
	Quadri	85,09%	97,53%
	Impiegati	93,88%	93,20%
	<b>In sede e magazzino</b>		
	Dirigenti	n.d.	n.d.
	Quadri	102,80%	102,84%
	Impiegati	86,29%	83,80%
	Operai	91,88%	91,32%
<b>2018</b>	<b>Nei punti vendita</b>		
	Quadri	88,11%	88,69%
	Impiegati	93,92%	93,31%
	<b>In sede e magazzino</b>		
	Dirigenti	n.d.	n.d.
	Quadri	102,39%	103,54%
	Impiegati	88,06%	86,16%
	Operai	n.d.	n.d.

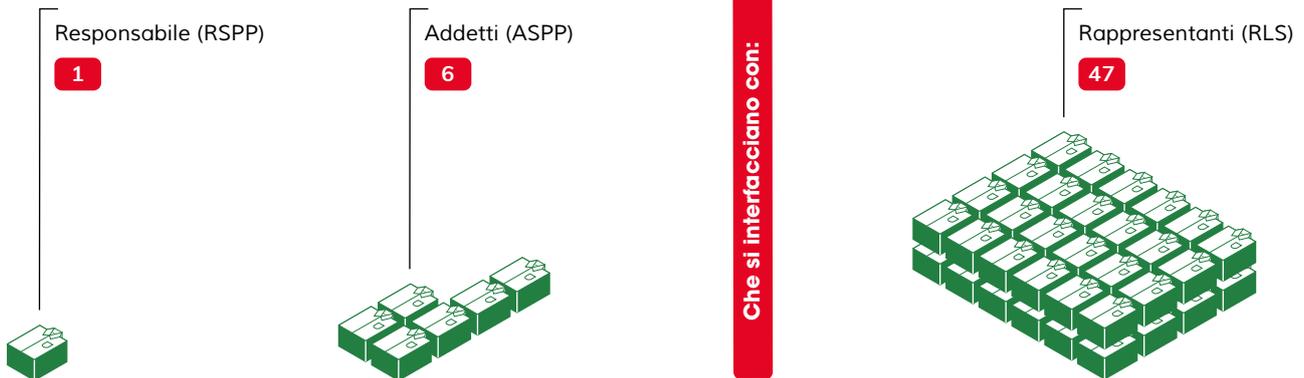
GRI  
405-2

**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. I dati relativi al 2019 e al 2018 sono stati riesposti rispetto al Report Integrato 2019 in quanto è stata aggiornata la metodologia di calcolo dell'indicatore.

### Sicurezza sul lavoro

Aspiag Service mantiene un elevato standard di sicurezza per i propri dipendenti, per i clienti e per collaboratori terzi, 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):



GRI  
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 e 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 2020 hanno evidenziato un miglioramento correlato al tasso d'infortuni, tre casi di infortunio superiore ai 180 giorni, mentre non si sono verificati decessi, allineando Aspiag Service al target 3.d dell'SDG relativo. ☼

Il tasso di malattia occupazionale diminuisce

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 l'applicativo 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.

Dal 2020 tutte le unità organizzative di Aspiag Service sono certificate ISO 45001 ♦. Questa certificazione dà seguito all'evoluzione della Politica aziendale per il miglioramento continuo in ambito di sicurezza sul lavoro in sinergia con il sistema ISO, già adottato per la ISO 14001. La verifica per la certificazione è stata conclusa positivamente a giugno 2020, dopo la campionatura di 19 punti vendita, 2 unità logistiche, 1 sede e il Centro Carni, senza alcuna non conformità.

GRI  
403-8

**Sicurezza sul lavoro e Covid-19** — Per la tempestiva gestione delle problematiche legate alla pandemia da Covid-19, la funzione Sicurezza sul Lavoro si è da subito attivata per garantire nelle sedi e nei punti vendita gli elevati standard da rispettare per il contrasto al contagio. Un Gruppo di emergenza aziendale di prevenzione è stato creato il 24/2/2020, coinvolgendo l'Alta Direzione, alcuni ruoli di responsabilità e un medico competente coordinatore. Il Gruppo ha informato i collaboratori in merito alle direttive e ha permesso l'adozione delle relative misure: garanzia dei distanziamenti, dotazione di mascherine, guanti, visiere e disinfettanti per i collaboratori, diffusione di messaggi ripetuti sulle misure di sicurezza tramite radio, bacheche e mail, installazione di barriere in plexiglas, incremento della sanificazione degli ambienti, gestione degli accessi nei punti vendita e molto altro.

◆ Tasso di infortunio e malattia	2020	2019	2018	▶	GRI 403-9
N° infortuni non gravi	251	287	282		
di cui donne	149	167	167		
N° infortuni gravi	3	1	1		
di cui donne	3	1	1		
<b>Tasso di infortuni</b>	<b>4,36</b>	<b>4,99</b>	<b>5,00</b>		
<b>Tasso di infortuni gravi</b>	<b>0,05</b>	<b>0,02</b>	<b>0,02</b>		
N° ore lavorate	11.660.740	11.538.074	11.313.147		
N° sospette malattie professionali denunciate	8	25	23	▶	GRI 403-10
di cui riconosciute	1	7	8		
<b>Tasso di malattia occupazionale</b>	<b>0,02</b>	<b>0,12</b>	<b>0,16</b>		

**Nota:** Tasso d'infortuni = (N° infortuni gravi e non gravi/ore lavorate)x200.000

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

Ore lavorate = N° ore lavorate da cartellino

I dati relativi agli infortuni si riferiscono sia ai punti vendita che alle sedi e ai magazzini.

L'infortunio grave del 2019 e due dei tre infortuni gravi del 2020 sono stati indicati tali sulla base di informazioni disponibili rispettivamente nei primi mesi del 2020 e del 2021. Nelle sospette malattie professionali denunciate se ne contano 3 di cui si resta in attesa di esito. Si segnala che nel conteggio degli infortuni non sono stati inclusi i contagi da Covid-19 riconosciuti dall'INAIL (3 casi nel corso del 2020).

◆ Tasso di assenteismo	2020	2019	2018
% ore malattia/ore ordinarie lavorabili lorde	3,98%	3,36%	3,30%
% ore infortunio/ore ordinarie lavorabili lorde	0,33%	0,33%	0,34%
<b>Totale incidenza %</b>	<b>4,31%</b>	<b>3,69%</b>	<b>3,64%</b>

**Nota:** 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	2020	2019	2018	▶	GRI 403-9
N° infortuni non gravi	32	33	61		
N° infortuni gravi	0	n.d.	n.d.		
Ore lavorate	1.568.841	n.d.	n.d.		
<b>Tasso di infortuni</b>	<b>4,08</b>	<b>5,25</b>	<b>8,05</b>		

**Nota:** il tasso d'infortuni delle società in outsourcing non comprende le piattaforme di Verona (surgelati) e Camin (PD) (ortofrutta). Il tasso di infortunio delle società in outsourcing, è stato oggetto di restatement per il 2018 ed il 2019 sulla base dei dati disponibili al 31/12/2020.

dieci anni il numero complessivo dei nostri collaboratori è cresciuto di oltre 30 punti percentuali, che equivalgono a 2.099 collaboratori (1.053 donne e 1.046 uomini). Sono poi aumentate di molto anche le ore medie di formazione erogate ogni anno al personale, quasi triplicate tra il 2011 e il 2019, a conferma di quanto l'Azienda consideri importante l'apprendimento costante (con una battuta d'arresto nel 2020 per le limitazioni dovute alla pandemia da COVID-19). Un pilastro, questo, fondamentale quanto la sicurezza dei lavoratori: a tal proposito il 2020 ha visto la transizione del Sistema di Gestione della Sicurezza sul Lavoro applicato a tutte unità operative aziendali, passato dallo schema OHSAS 18001 al nuovo standard ISO 45001. Anche la valorizzazione dei collaboratori – dalle fasi di assunzione al lavoro di tutti i giorni – è sempre centrale, così come il loro benessere, favorito grazie a iniziative di welfare pensate ad hoc.

## OHSAS 18001

## ISO 45001

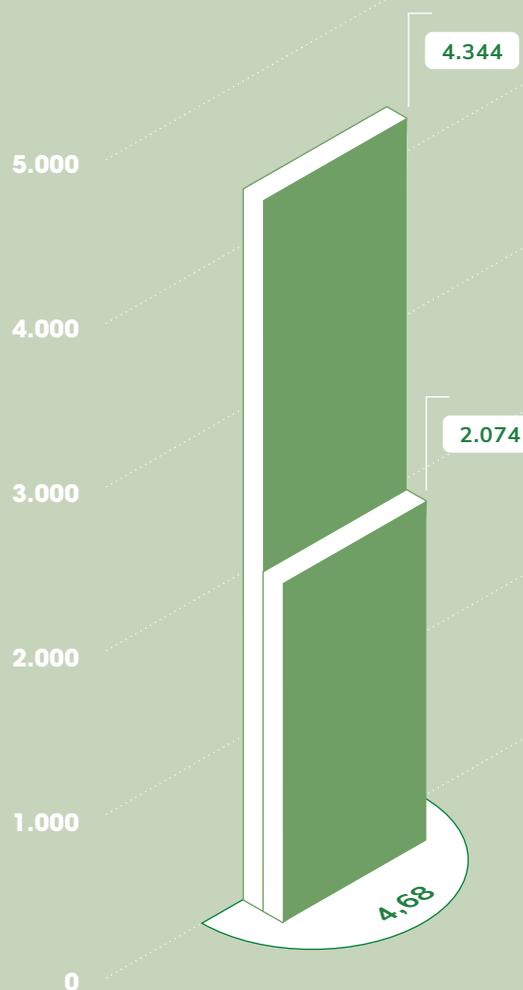
### Numero collaboratori e ore medie di formazione

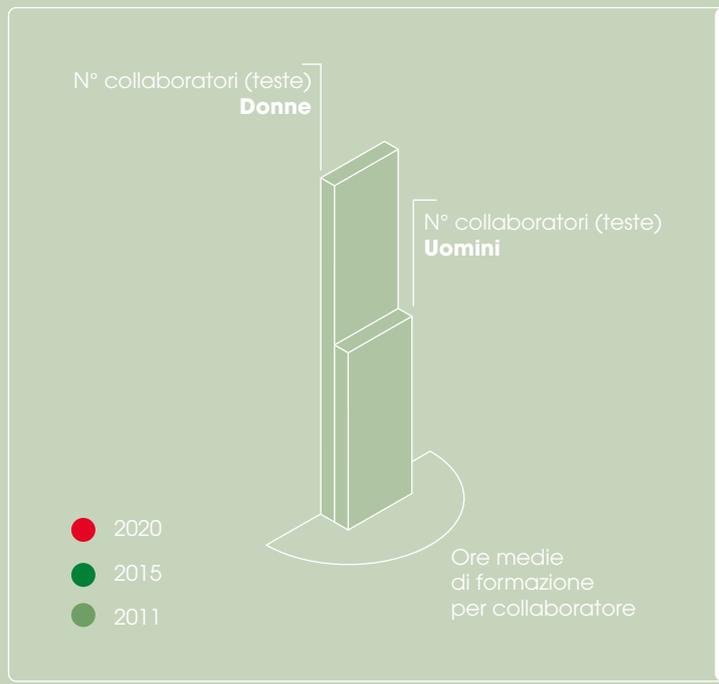
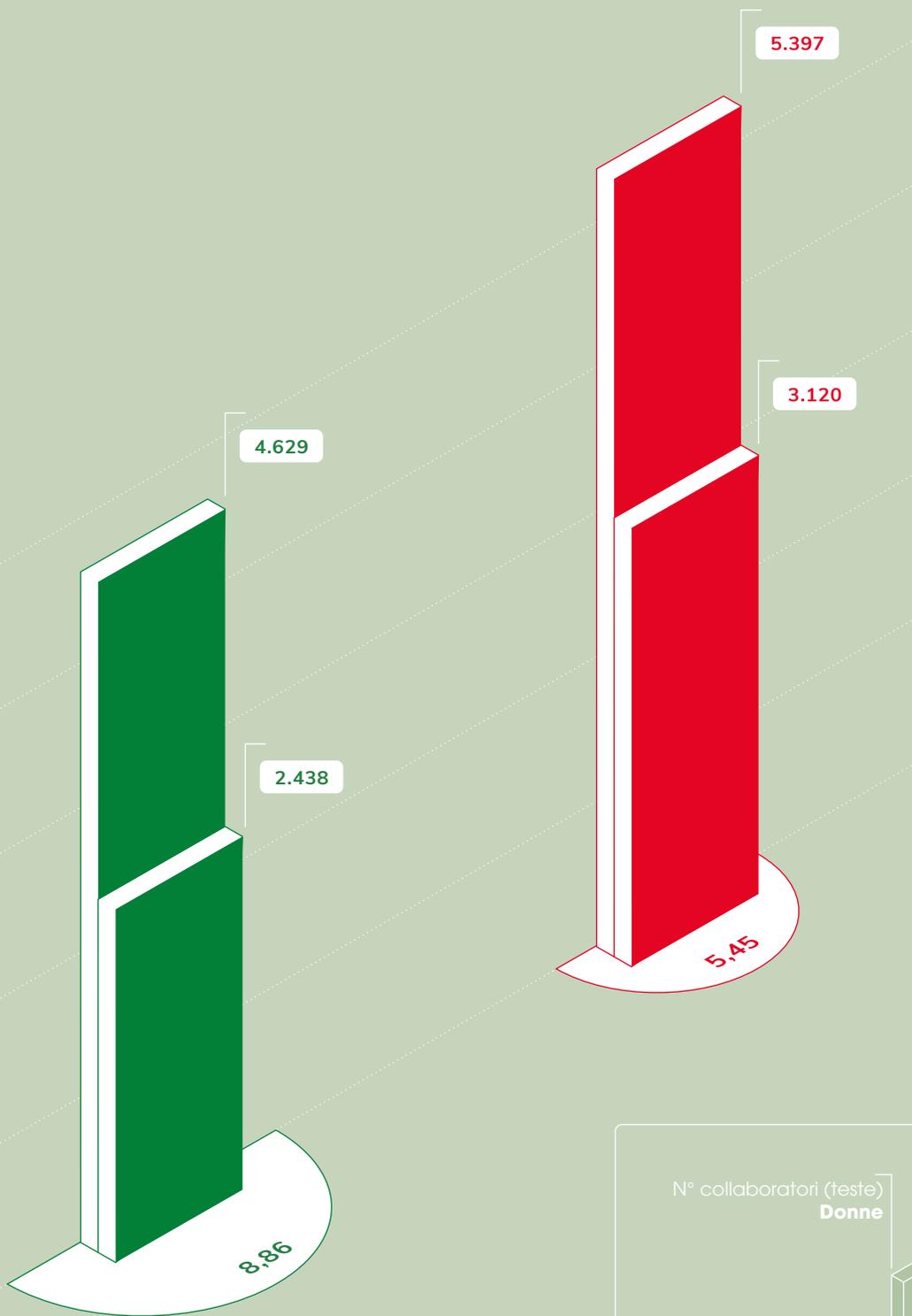
**+318** collaboratori in  
Trentino-Alto Adige

**+809**  
Veneto

**+356**  
Friuli Venezia Giulia

**+616**  
Emilia Romagna





# Attenzione all'ambiente e al territorio.



## Temi materiali

- B** Sostegno a comunità e territorio
- F** Etica aziendale
- O** Reputazione aziendale
- H** Attrattività come datore di lavoro
- P** Riduzione impatto ambientale



## SDGs



# 76,8%

Rifiuti riciclati.

# 810.910 €

Sponsorizzazioni.

# 90%

di energia verde certificata.

## Ambiente

[www.despar.it/it/node/30/politica-ambientale](http://www.despar.it/it/node/30/politica-ambientale)



“Politica per l’ambiente e la sicurezza sul lavoro” di Aspiag Service, sottoscritta dagli Amministratori, garantisce la salvaguardia dell’ambiente e la salute delle persone, in un sistema integrato e conforme alle norme ISO 14001 ♦ e ISO 45001. Grazie all’impegno su questo fronte siamo stati la prima impresa della DMO italiana a ottenere la certificazione ISO 14001 che stiamo estendendo progressivamente a tutta la rete aziendale. La certificazione è stata rinnovata anche per il 2020 e riguarda ora 46 punti vendita e 2 sedi.

L’ente di Certificazione TÜV ha sottolineato la buona tenuta degli esercizi e le ottime competenze del personale coinvolto nell’applicazione e nel presidio del Sistema di Gestione Ambientale, nonché l’impronta di sostenibilità data sia ai negozi di nuova apertura che alle ristrutturazioni.

	2020	2019	2018
Nuovi punti vendita certificati ISO 14001	3	3	17

## Sistema di Gestione Ambientale

Il Sistema di Gestione Ambientale di Aspiag Service, predisposto secondo la norma internazionale ISO 14001, garantisce il rispetto delle norme e dei regolamenti in materia ambientale al fine di mantenere al minimo i relativi rischi e al contempo di formare e sensibilizzare i collaboratori sugli aspetti connessi all’ambiente quali la gestione dei rifiuti, il risparmio energetico, l’emissione di CO<sub>2</sub> e molto altro, in linea con l’SDG 13.2 ☼ che mira ad integrare le misure di cambiamento climatico nelle politiche e strategie. Favoriamo comportamenti responsabili attraverso la formazione, l’informazione e la sensibilizzazione del personale sugli aspetti dell’attività connessi all’ambiente, aspetti supportati nel 2020 da un maggior utilizzo dei canali di comunicazione aziendali in merito alla strategia ambientale. Garantiamo il rispetto delle prescrizioni normative e dei 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

## Energia

Al fine di controllare e gestire i consumi energetici, anche nel 2020 è stata condotta l'attività di monitoraggio dei consumi per i punti vendita ISO 14001, per rilevare eventuali aumenti di consumi e poter intervenire tempestivamente sull'anomalia. Nel 2020 sono state introdotte anche delle procedure per incrementare l'apporto di aria di rinnovo per rispondere in modo efficace ai protocolli anti Covid-19. Questo ha comportato un leggero incremento dei consumi LFL (stimato in 147.815 € ♦), bilanciato però da temperature stagionali non eccessive che hanno garantito consumi in linea con gli anni precedenti. In merito ai consumi dei punti vendita non ISO 14001, sono

stati tracciati i consumi mensili comparandoli al 2017, 2018 e 2019 per valutare eventuali anomalie non giustificate da miglie del punto vendita. Sotto l'aspetto tecnologico, considerando il peso dei consumi della refrigerazione alimentare, viene dato rilievo alla riduzione dell'impatto energetico dotando tutte le centrali frigorifere del sistema di condensazione flottante. Si tratta di un insieme di apparati (hardware, software, valvole elettroniche, ecc.) che consentono di modulare l'attività della centrale frigo in funzione delle condizioni climatico-ambientali, riducendo i consumi e anche i costi manutentivi.

GRI  
302-4

◆	2020	2019	2018
N° Punti vendita con LED	134	123	117

GRI  
302-1

◆ Consumo diretto/indiretto di energia (GJ)	2020	2019	2018
Consumo diretto di energia da acquisto di gas naturale	98.943	98.142	91.548
Consumo diretto di energia da acquisto di GPL	702	704	726
Consumo diretto di energia da acquisto di gasolio per riscaldamento	2.952	4.805	5.085
Consumo diretto di energia da acquisto di gasolio e benzina per autotrazione	17.376	19.018	17.648
<b>Consumo diretto annuale</b>	<b>119.973</b>	<b>122.669</b>	<b>115.008</b>
Consumo indiretto di energia elettrica	665.566	632.294	600.196
Consumo indiretto di energia da acquisto di energia termica – teleriscaldamento	23.555	21.323	21.913
Consumo indiretto di energia da fotovoltaico	3.535	2.767	1.960
<b>Consumo indiretto annuale</b>	<b>692.656</b>	<b>656.384</b>	<b>624.069</b>

**Nota:** in ottica di una migliore aderenza con il GHG Protocol si è deciso di inserire la logistica con mezzi di proprietà all'interno dei consumi energetici diretti dell'Azienda, per coerenza sono stati riesposti anche i dati del 2018 e 2019.

GRI  
302-3

◆ Consumo di elettricità (kWh)	2020	2019	2018
Consumo totale	185.861.463	176.405.762	167.265.678
Consumo LFL nei punti vendita	152.244.069	156.023.525	158.174.810
Consumo medio giornaliero LFL	441.369	440.260	446.891
Variazione consumo medio giornaliero	0,25%	-1,48%	4,73%

**Nota:** i consumi indicati sono stati calcolati su una base dati omogenea LFL 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. Il consumo totale è stato aggiornato per gli anni precedenti perchè è stata considerata anche l'energia prodotta da fotovoltaico.

**Emissioni**

La riduzione delle emissioni passa attraverso diverse innovazioni che riguardano l'intero punto vendita, per la maggior parte già predisposti in classe A3 o A4. 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 CO<sub>2</sub>, laddove possibile.

GRI  
305-1

◀ **◆ Emissioni dirette di gas effetto serra - scopo 1**  
**(t di CO<sub>2</sub> eq.)**

	2020	2019	2018
<b>Fonte</b>			
Gas Naturale per riscaldamento	5.596	5.567	5.198
GPL per riscaldamento	45	45	46
Gasolio per riscaldamento	213	347	372
Gasolio e benzina per flotta aziendale	1.234	1.375	1.292
Rilascio di gas refrigeranti	32.527	35.384	39.696
<b>Totale</b>	<b>39.615</b>	<b>42.718</b>	<b>46.604</b>

GRI  
305-2

◀ **◆ Emissioni indirette di gas effetto serra - scopo 2**  
**(t di CO<sub>2</sub> eq.) - Location based**

	2020	2019	2018
<b>Fonte</b>			
Elettricità - location based	62.119	63.054	60.020
Calore da teleriscaldamento	1.129	1.043	1.141
<b>Totale</b>	<b>63.249</b>	<b>64.097</b>	<b>61.161</b>

◀ **◆ Emissioni indirette di gas effetto serra - scopo 2**  
**(t di CO<sub>2</sub> eq.) - Market based**

	2020	2019	2018
<b>Fonte</b>			
Elettricità - market based	8.416	13.483	6.356
Calore da teleriscaldamento	1.129	1.043	1.141
<b>Totale</b>	<b>9.545</b>	<b>14.526</b>	<b>7.497</b>

**Nota:** tutti i valori indicati nelle tabelle sono espressi in tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente ad eccezione delle emissioni derivanti dal prelievo di energia elettrica che sono espresse in tonnellate di CO<sub>2</sub>. I fattori utilizzati per il calcolo delle emissioni sono tratti dalle tabelle: "UK Government GHG Conversion Factors 2020 for Company Reporting" pubblicate dal DEFRA (Department for Environment, Food & Rural Affairs). Per quanto riguarda le emissioni indirette legate all'energia elettrica acquistata dalla rete elettrica nazionale è stato utilizzato il fattore di emissione tratto da Terna (aggiornato al 2018). Per quanto riguarda le emissioni indirette legate all'energia elettrica acquistata calcolate con il metodo Market-based è stato utilizzato il fattore di emissione dell'AIB (aggiornato al 2019).

GRI  
305-3

◀ **◆ Altre emissioni indirette di gas effetto serra - scopo 3**  
**(t di CO<sub>2</sub> eq.)**

	2020	2019	2018
Emissioni indirette (Scopo 3) legate ai trasporti della logistica	14.963	14.586	14.775

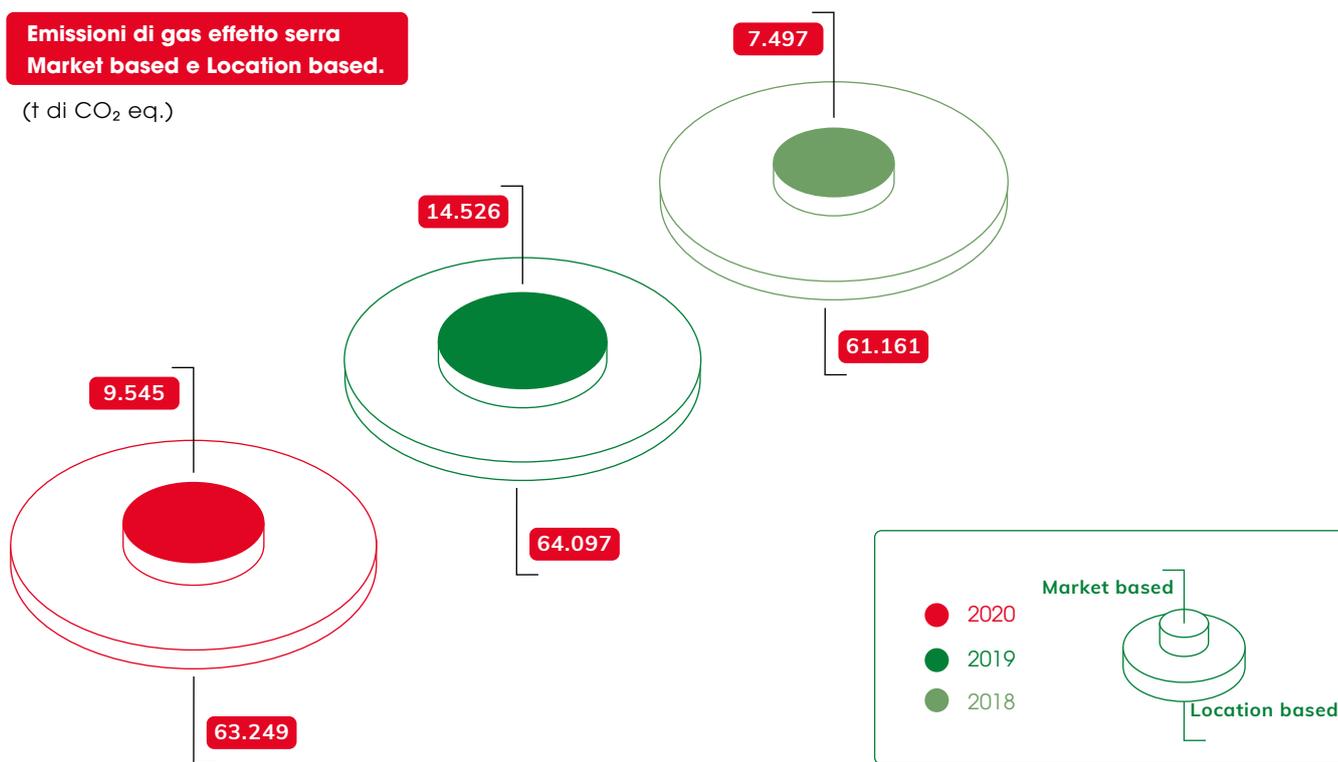
**Nota:** le emissioni di CO<sub>2</sub> equivalenti Scopo 3 derivanti dalla logistica outbound (trasporto merci dalle piattaforme logistiche ai punti vendita) sono state calcolate utilizzando come dato primario il numero di km percorsi da ogni (al netto dei litri di carburante utilizzati dai mezzi di proprietà, ricompresi nello Scopo 1) ed utilizzando i fattori di emissione espressi in kg di CO<sub>2</sub> equivalente per km tratti dalle tabelle: "UK Government GHG Conversion Factors 2020 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 o rigido), il peso - (>3.5 - 7.5 tonnes), (>7.5 tonnes-17 tonnes), (>17 tonnes) - e considerando un carico medio per ogni veicolo. In ottica di una migliore aderenza con il GHG Protocol si è deciso di inserire la logistica con mezzi di proprietà nello Scopo 1 (scorporandola dallo Scopo 3) in quanto sotto il diretto controllo dell'Azienda, sono stati riesposti anche i dati del 2018 e 2019.

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 2018) 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 certificati d'origine.

In questo caso, le emissioni vengono calcolate moltiplicando i consumi di energia, scorporando il quantitativo dei certificati d'origine, per il fattore Residual Mix, fornito dall'AIB (Association of Issuing Bodies). Avendo per il 2020 una copertura pari al 90% di energia verde certificata, le emissioni hanno segnato una reale diminuzione dell'85% (dato dal rapporto tra le 63.249 tonnellate di CO<sub>2</sub>eq e le 9.545 rimanenti a seguito dell'acquisto di energia verde. La differenza del 5% è dovuta al calcolo dei totali, che tengono conto anche del teleriscaldamento non coperto da certificati d'origine e di differenti fattori di emissione).

**Emissioni di gas effetto serra  
Market based e Location based.**

(t di CO<sub>2</sub> eq.)



**Legenda**

● 2020  
● 2019  
● 2018

○ Market based  
○ Location based

**Rifiuti**

Nelle nostre attività di business perseguiamo la riduzione, il recupero e il riciclo dei rifiuti nonché lo smaltimento degli eventuali rifiuti pericolosi. Le fasi di gestione, raccolta, movimentazione, deposito e conferimento a terzi dei rifiuti prodotti dalle sedi e dai punti vendita, avvengono nel rispetto della legislazione vigente, delle norme di buona pratica e rientrano nel perimetro della certificazione secondo la norma ISO 14001. Le tipologie di rifiuti prodotti derivano dalla lavorazione e dalla gestione dei prodotti nei punti vendita e nei magazzini, in parte minore dalle sedi e sono costituiti essenzialmente da rifiuti speciali assimilabili agli urbani, imballaggi e, residualmente,

da rifiuti speciali pericolosi e RAEE. Tutti i collaboratori hanno la responsabilità della corretta differenziazione e gestione dei rifiuti generati durante le proprie attività. Anche i fornitori e i clienti vengono direttamente coinvolti per la mitigazione di eventuali impatti negativi derivanti dalla gestione dei rifiuti. I primi attraverso la check-list sui temi ambientali, gli appositi audit e i progetti di revisione dei packaging e i clienti con le informazioni sul corretto smaltimento degli imballaggi e con numerose attività di sensibilizzazione condotte attraverso i principali canali aziendali.



Per il trasporto e conferimento dei rifiuti ci appoggiamo a ditte esterne specializzate, pubbliche o private, preventivamente sottoposte a qualifica e autorizzazione. Gli smaltitori privati condividono con periodicità i riepiloghi dei rifiuti loro conferiti e le copie della documentazione

inerente. Per il servizio di pubblico asporto dei rifiuti tali informazioni sono desumibili dal MUD. I dati vengono validati annualmente in occasione della predisposizione del Report Integrato e, per la quota parte coperta da certificazione ISO 14001, anche dal certificatore terzo.

GRI  
306-3

◆ Rifiuti prodotti (t)	2020	2019	2018
<b>Rifiuti non pericolosi</b>			
1) F.O.R.S.U. (Frazione Organica del Rifiuto Solido Urbano)	16.529	15.170	14.394
2) R.S.U. (Frazione Indifferenziata del Rifiuto Solido Urbano)	10.538	10.428	10.306
3) Cartone	13.150	13.012	12.644
4) Imballaggi Misti	5.274	5.451	5.427
<b>Rifiuti pericolosi</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>Totale</b>	<b>45.496</b>	<b>44.063</b>	<b>42.774</b>
Percentuale di rifiuti riciclati	76,84%	76,33%	75,91%
Produzione/superficie di vendita (t/m <sup>2</sup> )	0,15	0,16	0,15

**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 stimati 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, acciaio, olio alimentare vegetale esausto, scarti inutilizzabili per il consumo o la trasformazione e sottoprodotti di origine animale.

Il 2020 ha visto un notevole incremento del peso dei materiali di consumo, dovuto ai materiali di protezione individuale forniti ai clienti e ai

collaboratori nei punti vendita per contrastare il contagio della pandemia, in ottemperanza alle norme dei DPCM.

GRI  
301-1

◆ Peso dei materiali di confezionamento utilizzati	2020	2019	2018
<b>Peso dei materiali rinnovabili</b>	<b>1.530.320</b>	<b>1.495.440</b>	<b>1.555.907</b>
• di cui carta	720.667	654.945	687.198
• di cui Mater-Bi	742.854	772.488	795.177
<b>Peso dei materiali non rinnovabili</b>	<b>3.846.825</b>	<b>950.809</b>	<b>1.006.012</b>
• di cui plastica	3.764.726	860.613	912.822
<b>Costo dei materiali (€)</b>	<b>11.162.368</b>	<b>10.795.717</b>	<b>11.628.025</b>
Incidenza del costo sul fatturato (%)	0,65%	0,65%	0,73%

**Nota:** i materiali rinnovabili si intendono tali perchè derivano da risorse abbondanti che si ricostituiscono rapidamente tramite cicli ecologici o processi agricoli cosicchè i servizi forniti da queste e da altre risorse correlate non vengano compromessi e restino disponibili per le generazioni future. Per una quota parte di materiali (inferiore al 3%) non è stato possibile determinare il materiale e il corrispondente valore è stato tolto dal costo dei materiali.

◆ Spese per la tutela ambientale (€)	2020	2019	2018
Costi di bonifica	129.584	234.516	-
Spese per il trattamento e lo smaltimento dei rifiuti e spese per la gestione ambientale	6.297.189	6.018.648	5.348.330
<b>Totale</b>	<b>6.426.772</b>	<b>6.253.164</b>	<b>5.348.330</b>

◆ Sanzioni per il mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale	2020	2019	2018
Valore monetario delle sanzioni (€)	3.185	1.168	370



## Comunità e territorio

Aspiag Service è sempre stata attiva anche sul fronte del sostegno al territorio e alla comunità, attenzione che va di pari passo con lo sviluppo e la crescita aziendale. Questa strategia di Corporate Social Responsibility (CSR) si realizza attraverso numerose attività tra cui:

- le raccolte fondi, effettuate quest'anno con la vendita delle uova di Pasqua, la collection Sambonet e le iniziative come "Il mondo ha bisogno delle donne", che hanno permesso di sostenere numerose realtà a sostegno di persone in difficoltà o associazioni. Di particolare rilievo l'iniziativa "Vini di Vo'", con cui abbiamo collaborato insieme ai produttori di vino di Vo', inserendo alcuni loro vini in 70 dei nostri punti vendita. Per ogni bottiglia venduta, 1 € è stato donato all'Università di Padova per la ricerca contro il Covid-19;
- le donazioni, con cui supportiamo progetti utili al bene comune e che nel 2020 si sono concretizzate nelle donazioni a operatori socio sanitari e infermieri, alla Fondazione Robert Hollman per il parco inclusivo e agli abitanti di Vo' colpiti duramente dalla pandemia;
- le sponsorizzazioni, che consentono il supporto di realtà sportive e culturali come il carnevale di

Venezia, la Pink Run (corsa dedicate alle donne), la mostra dei Macchiaioli e sull'Egitto di Belzoni a Padova, i TedX di Padova e Modena e molto altro ancora.

Con attività di questo tipo, Aspiag Service non dà solo un contributo economico alle iniziative e alle associazioni del territorio, ma contribuisce a diffondere la conoscenza di queste realtà. Questi temi e queste attività coinvolgono e formano anche i nostri collaboratori, creando una sensibilità e una coscienza diffusa in Azienda. Le limitazioni legate al contrasto della pandemia hanno comportato un numero inferiore di sponsorizzazioni e di eventi. Sono invece aumentate le attività di raccolta fondi e donazioni. Le ricadute positive sul territorio si misurano in diversi modi: grazie al valore distribuito agli stakeholder - che comprende quanto investito in infrastrutture, elargito in donazioni e corrisposto in termini di imposte indirette - l'Azienda è di supporto non solo al punto vendita, ma all'intero territorio che ne usufruisce. La nostra vicinanza alla comunità si manifesta anche attraverso le possibilità occupazionali che offriamo ai nuovi collaboratori delle zone in cui ci insediamo e che incoraggiano ulteriormente la crescita della comunità.

**Le Buone Abitudini** — Si tratta di un programma di educazione alimentare gratuito che Aspiag Service offre alle scuole primarie del territorio al fine di diffondere le conoscenze di una sana alimentazione. "Le Buone Abitudini" prevede incontri di formazione, confronto con gli esperti e programmi specifici per le diverse fasce d'età degli alunni.

**84**

Istituti scolastici coinvolti.

**12.000**

Alunni.

**464**

Percorsi didattici.

	2020	2019	2018
◆			
Valore delle sponsorizzazioni (€)	810.910	1.451.456	1.199.317
Liberalità e raccolte fondi (€)	766.251	429.337	454.263
Alimenti donati (€)	5.620.463	6.687.499	6.714.766

	2020	2019	2018
◆			
N° degli eventi sponsorizzati	110	176	188

GRI		2020	2019	2018
102-8	◆ <b>Ripartizione territoriale dei collaboratori (teste)</b>			
	Emilia Romagna	991	867	791
	Friuli Venezia Giulia	1.967	1.921	1.992
	Trentino Alto Adige	1.800	1.871	1.645
	Veneto	3.759	3.577	3.475
	<b>Totale</b>	<b>8.517</b>	<b>8.236</b>	<b>7.903</b>

	2020	2019	2018
◆			
Imposte indirette (€)	90.511.368	81.170.259	85.439.656

GRI		2020	2019	2018
203-1	◆			
	Investimenti in infrastrutture	1.525.962	1.794.680	2.247.270

**Le donazioni alimentari a sostegno del territorio — Aspiag Service dona prodotti alimentari a diverse Onlus. Ogni punto vendita si riferisce a una o più di queste organizzazioni del territorio per aiutare le persone in difficoltà e abbattere lo spreco alimentare. Nel 2020 in collaborazione con Last Minute Market e Banco Alimentare abbiamo donato a più di 200 organizzazioni benefiche merce per 5,6 mln € corrispondenti a:**

**1,1** mln kg

Prodotti alimentari.

**2,4** mln

Pasti.

**L'attenzione alla comunità - e in particolare l'attività delle donazioni alimentari - risulta in linea con l'SDG 12 , riferito al contenimento degli sprechi alimentari a livello di vendite al dettaglio.**

# Connettività delle informazioni



**+0,2%** Incremento della quota di mercato

## Pillar

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

## Capitali

<b>Finanziario</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>EAT</li> <li>EBITDA %</li> <li>Cash flow</li> <li>Vendite nette punti vendita diretti</li> <li>Vendite nette ad affiliati</li> <li>Scontrino medio</li> <li>Valore economico direttamente generato</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Investimenti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Spese correnti per la qualità e la sicurezza alimentare</li> <li>Sanzioni su prodotti e servizi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Importi stanziati per incentivi</li> <li>Costo del personale per luogo di lavoro</li> <li>Sanzioni per non conformità</li> <li>Costi di formazione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Variazione dei costi energetici</li> <li>Spese per la tutela ambientale</li> <li>Sanzioni in materia ambientale</li> <li>Valore delle sponsorizzazioni</li> <li>Liberalità e raccolte fondi</li> <li>Alimenti donati</li> <li>Imposte indirette</li> <li>Investimenti in infrastrutture</li> </ul>
<b>Materiale e infrastrutturale</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Rete di vendita</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>N° medio di prodotti offerti</li> </ul>		
<b>Organizzativo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Report Integrato</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisi e controlli volontari</li> <li>N° di customer data breaches</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ISO 45001</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ISO 14001</li> </ul>
<b>Umano</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Assunti nei nuovi punti vendita</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>N° dipendenti</li> <li>Turnover del personale</li> <li>Congedo parentale</li> <li>Rapporto stipendio/remunerazione donna-uomo</li> <li>Ore di formazione</li> <li>Ore di formazione medie per dipendente</li> <li>Tasso di infortunio e malattia</li> <li>Tasso di assenteismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ripartizione territoriale dei collaboratori</li> </ul>
<b>Sociale e relazionale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Affidamenti e utilizzi</li> <li>Valore economico distribuito</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Scelta assortimentale</li> <li>N° scontrini</li> <li>Customer satisfaction</li> <li>Immagine aziendale su stampa e web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recruiting per stage e assunzioni</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>N° degli eventi sponsorizzati</li> </ul>
<b>Naturale</b>					<ul style="list-style-type: none"> <li>Nuovi punti vendita certificati ISO 14001</li> <li>N° punti vendita con LED</li> <li>Consumo diretto e indiretto di energia</li> <li>Consumo di elettricità</li> <li>Emissioni dirette e indirette</li> <li>Rifiuti prodotti</li> <li>Peso dei materiali di confezionamento utilizzati</li> </ul>

## SDGs



La nostra Azienda ha promosso una riduzione delle emissioni e dei consumi, agevolati dalla ristrutturazione dei punti vendita, dall'aggiornamento tecnologico e dal crescente uso di impianti a luci LED, presenti ora in oltre 100 punti vendita; l'utilizzo di energia verde certificata consente un ulteriore abbattimento delle emissioni, stimato in un risparmio del 85% di CO<sub>2</sub> nel 2020 a fronte invece di un risparmio nullo nel 2011. La gestione dei rifiuti, poi, rimane costante e a livelli considerati ottimali, nonostante la crescita perseguita dall'Azienda negli ultimi dieci anni (+92 nuovi punti vendita nel decennio). La nostra attenzione all'ambiente e al territorio è dimostrata anche da importanti certificazioni, come la ISO 14001 (siamo stati i primi nella DMO italiana a ottenerla), che con il Sistema di Gestione Ambientale aiuta a tenere sotto controllo l'impatto delle attività, perseguendone il miglioramento in ottica sostenibile. Aspiag Service si è impegnata negli anni anche nelle comunità in cui opera attraverso sponsorizzazioni, sostegno ad associazioni e iniziative dei vari territori, donazioni e investimenti utili all'intero territorio e alle persone che lo vivono.

## 48

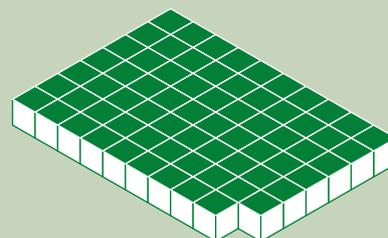
siti certificati ISO 14001

### Punti vendita con LED

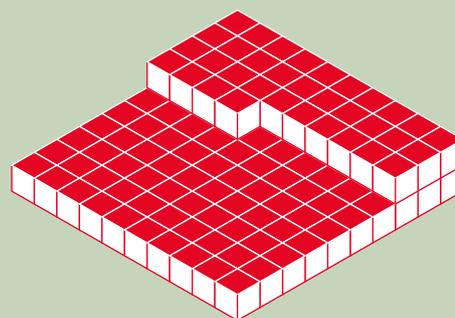
0



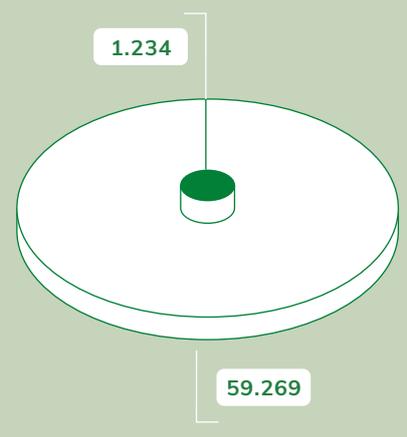
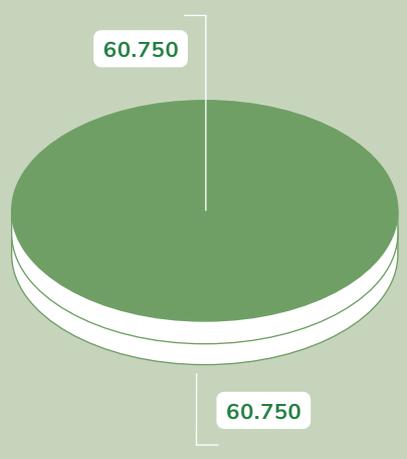
69



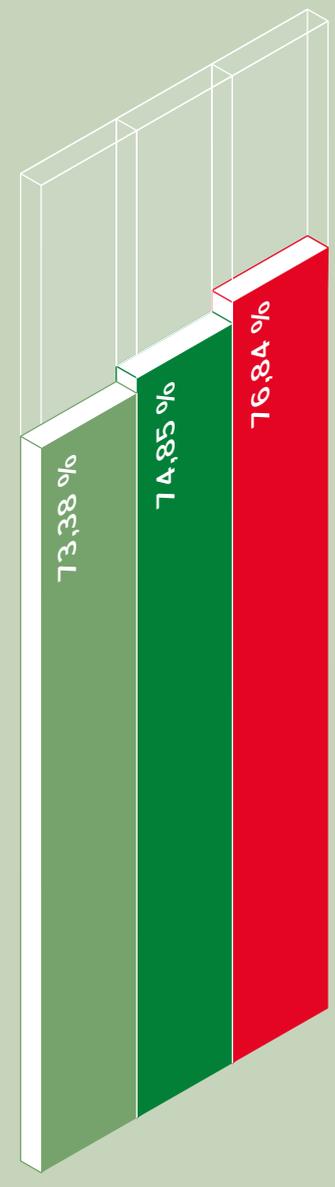
134



**Emissioni di gas effetto serra  
Market based e Location based.**



**Rifiuti riciclati (in %).**



(t di CO<sub>2</sub> eq.)

Market based

Location based

2020 ●

2015 ●

2011 ●





# Cosa faremo.

**86 — 87**

Prospettive future.



spiag 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.

**L'**attuale quadro previsionale risulta fortemente condizionato dall'evoluzione dell'emergenza sanitaria e dalla disponibilità e dalla tempistica di somministrazione del vaccino. Allo stesso tempo la definizione delle misure europee legate al Recovery and Resilience Facility Program potrebbero rappresentare un ulteriore e robusto stimolo agli investimenti. La pandemia ha portato con sé una serie di nuove abitudini di vita, molte delle quali continueranno a persistere anche nel 2021. Casa, famiglia, vita domestica e una maggiore attenzione verso il proprio benessere fisico e mentale sono il fulcro della nuova quotidianità improntata sempre più alla sostenibilità. Allo stesso tempo, terminata l'emergenza sanitaria, in molti dichiarano di voler tornare a una vita fatta di contatti dal vivo e attività outdoor, anche se alcuni luoghi, tradizionalmente deputati allo svago, non saranno frequentati con la

stessa intensità del periodo pre-Covid (elaborazioni Nomisma).

Secondo i dati Nomisma, nel 2021 il 43% delle persone prenderà decisioni d'acquisto sulla base dell'impatto che esse avranno sull'ambiente, in linea con la tendenza riscontrata dalla consumer survey di Nomisma, ossia un maggiore orientamento alla sobrietà e alla sostenibilità. Nel 2021 – con il graduale ritorno alla normalità e l'allentamento delle restrizioni – si attende una flessione del fatturato della GDO (compreso l'e-commerce) di -1,6%. Andamento in controtendenza solo per Discount (+1,8%), Specialisti Drug (+2,9%) e e-commerce (+61,6%) che continueranno a crescere seppure con ritmi meno sostenuti rispetto al 2020.

Alla luce di queste previsioni Aspiag Service intende sviluppare la propria strategia a supporto dei nuovi trend e delle abitudini consolidate.

Previsioni di crescita nei prossimi 3 anni	2021	2022	2023
Vendite netto IVA	3,72%	4,93%	6,59%
Vendite netto IVA LFL	1,38%	1,50%	1,43%
EBTDA	7,78%	8,53%	7,27%
Investimenti (in milioni di euro)	116,80	131,90	142,30

**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.

- **Aumento pagamenti elettronici** e nuovi strumenti di incasso quali Bancomat pay e Poste pay
- Sviluppo verso la **Lombardia**
- **20 nuove aperture e 14 ristrutturazioni** per i punti vendita diretti e affiliati
- **Progetto di miglioramento ulteriore del format Interspar**, sulla prossima apertura del punto vendita di Imola (BO)
- **Inaugurazione del polo agroalimentare Agrologic**, esempio di logistica unico in Italia, e del nuovo magazzino a Castel San Pietro Terme (BO)
- **Miglioramento della comunicazione al cliente** in merito a prodotti a marchio e loro a specifiche caratteristiche
- Personalizzazione della comunicazione e dell'**App Despar Tribù**
- **+6 città** coperte dal servizio di **spesa a casa** tramite piattaforme e-commerce.
- **Estensione dei canali social** e creazione di canali in **lingua tedesca**
- **Certificazione ISO 14001 in fase di apertura** dei nuovi punti vendita
- **Consolidamento della comunicazione** per la Responsabilità Sociale d'Impresa





# Allegati.

**90 — 91**

Nota metodologica.

**92 — 95**

GRI content index.

**96 — 97**

Gli obiettivi di sviluppo sostenibile.

**98 — 100**

Relazione della Società  
di Revisione sull'informativa GRI

**101 — 103**

Relazione della Società  
di Revisione sulla revisione  
contabile del Bilancio d'Esercizio.

# Nota metodologica.

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

- l'International <IR> Framework pubblicato dall'International Integrated Reporting Council (IIRC) e aggiornato a dicembre 2020;
- 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).



Questi riferimenti permettono il racconto della creazione di valore dell'Azienda (<IR> Framework), la rendicontazione di indicatori economici, sociali e ambientali rilevanti (GRI), il perseguimento dei temi di sostenibilità emanati dall'Agenda 2030 dell'ONU.

Il Report racconta la creazione di valore aziendale mediante la trasformazione dei capitali (p. 38) partendo dai risultati del 2019, che attraverso il business model e le attività aziendali permettono il raggiungimento degli obiettivi del 2020 e i relativi impatti. Questi ultimi non sono che i temi più significativi (materiali) per l'Azienda e gli stakeholder. Gli indicatori che misurano questi impatti e i risultati dell'anno si trovano nel capitolo "Performance" e sono contraddistinti dal colore del relativo capitale. Ad esempio, l'indicatore degli investimenti netti (p. 53) nel 2019 ammontava a 134,6 mln e segna 95,8 mln nel 2020.

L'indicatore porta il colore azzurro in relazione al capitale finanziario e impatta il tema materiale "Performance finanziaria", anch'esso in azzurro. La matrice di materialità è rappresentata a pag. 33, mentre il perimetro di rendicontazione dei temi

stessi è raffigurato nella pagina seguente.

Le interazioni tra i capitali che scaturiscono da questo flusso, ossia l'incremento, la riduzione o la trasformazione delle risorse a disposizione, divengono i nuovi input per l'esercizio successivo (concetto di trade-off, p. 39).

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 2020 sono comparati con quelli dei periodi 2019 e 2018 per offrire al lettore un quadro completo dell'andamento aziendale nel tempo e sono in linea con il Bilancio d'esercizio.

A tal proposito, nel presente Report sono stati inseriti gli Schemi di Bilancio sotto forma di infografica (pp. 42-47) elaborati dai dati del Bilancio disponibile in forma completa all'indirizzo: <https://www.despar.it/it/bilancio-esercizio-2020>

Nel Report Integrato 2020 sono stati inoltre rappresentati alcuni dati nell'arco temporale 2011-2020, per mostrare lo sviluppo aziendale nel corso del tempo per alcuni indicatori chiave e in occasione del decennale della reportistica. Nell'eventualità di un aggiornamento di uno o più

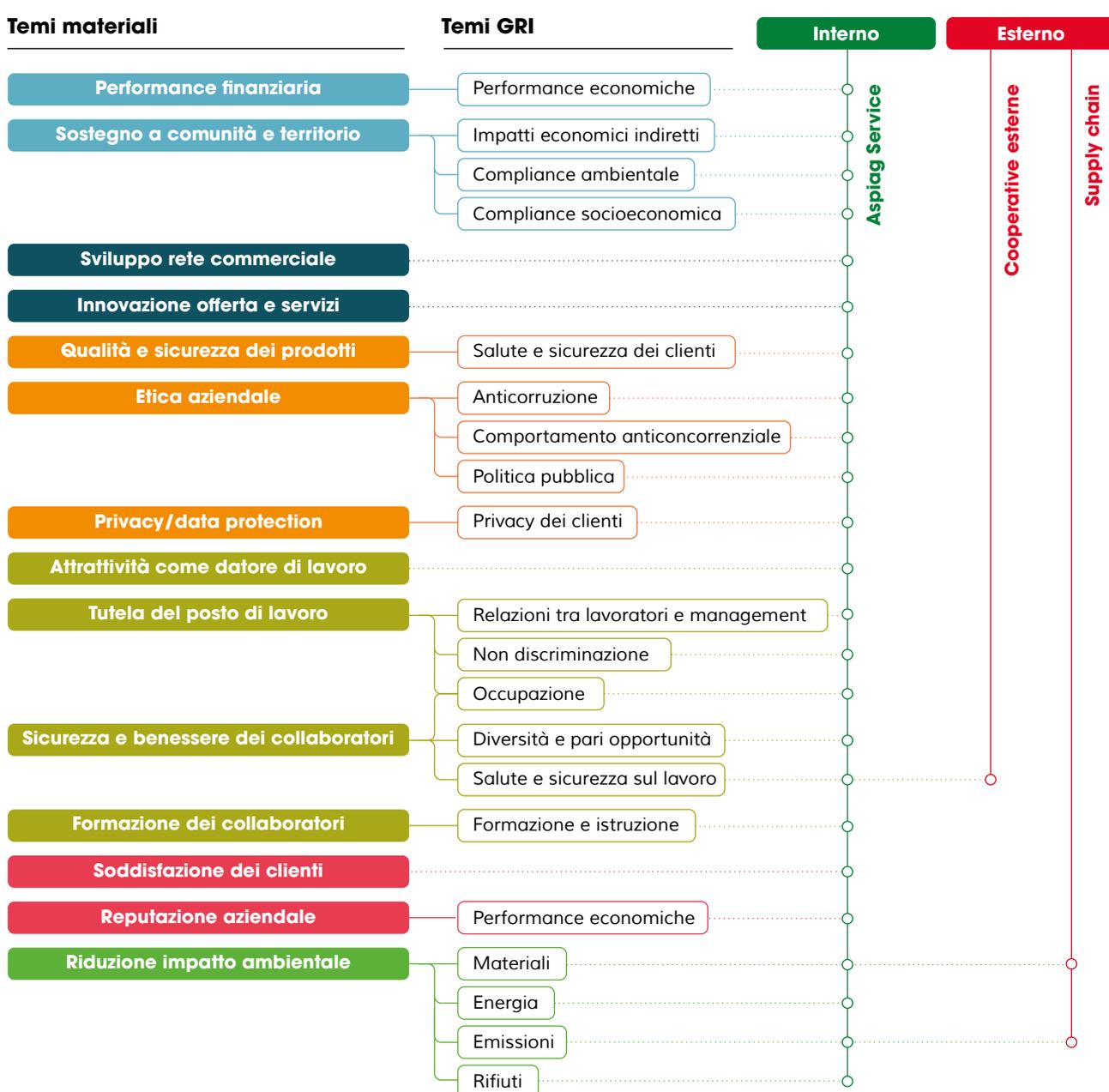
standard di rendicontazione o di una differente disponibilità dei dati interni, alcune informazioni possono variare rispetto ai report precedenti (cambiamenti sempre segnalati con apposite note). La Società di Revisione EY S.p.A. verifica e certifica l'informativa richiesta dai GRI Standards.

## Il perimetro di rendicontazione

Il perimetro di rendicontazione del Report Integrato si riferisce alla sola Aspiag Service. Tuttavia, ad oggi abbiamo esteso il perimetro ad alcuni stakeholder esterni, come cooperative (di

cui disponiamo i relativi dati) e supply chain. Di quest'ultima riconosciamo la rilevanza dei temi pur non disponendone i relativi dati.

### Perimetro e limitazione dei temi



# GRI content index

Gri standard	Disclosure	Pagina	Note / omissioni
<b>Standard universali</b>			
<b>Profilo dell'organizzazione</b>			
102-1	Nome dell'organizzazione	12	
102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi	13,24	
102-3	Luogo della sede principale	26-27	
102-4	Luogo delle attività	13, 16-17, 23-24	
102-5	Proprietà e forma giuridica	14-15	
102-6	Mercati serviti	13,24	
102-7	Dimensione dell'organizzazione	2-3, 13, 36, 42-47	
102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	66, 80	
102-9	Catena di fornitura	24-27	
102-10	Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	90-91	
102-11	Principio di precauzione	34-35	
102-12	Iniziative esterne	21	
102-13	Adesioni ad associazioni	32-33	
<b>Strategia</b>			
102-14	Dichiarazione di un alto dirigente	2-3	
<b>Etica e integrità</b>			
102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento	11,21	
<b>Governance</b>			
102-18	Struttura della governance	18-21	
<b>Coinvolgimento degli stakeholder</b>			
102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder	32-33	
102-41	Accordi di contrattazione collettiva	65	
102-42	Identificazione e selezione degli stakeholder	32-33	
102-43	Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	32-33	
102-44	Temi e criticità chiave sollevati	32-33	
<b>Pratiche di rendicontazione</b>			
102-45	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	15	
102-46	Definizione del contenuto del report e del perimetro dei temi	90-91	
102-47	Elenco dei temi materiali	33	
102-48	Revisione delle informazioni	90-91	
102-49	Modifiche nella rendicontazione	90-91	
102-50	Periodo di rendicontazione	90-91	
102-51	Data del report più recente	90-91	
102-52	Periodicità della rendicontazione	90-91	
102-53	Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report	5	
102-54	Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards	5, 90-91	
102-55	Indice dei contenuti GRI	97	
102-56	Assurance esterna		

Gri standard	Disclosure	Pagina	Note/omissioni
<b>Standard specific</b>			
<b>GRI 200: Economico</b>			
<b>Performance economiche</b>			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	48-49	
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	49	
<b>Impatti economici indiretti</b>			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	74-80	
203-1	Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	80	Alcune informazioni di dettaglio relative all'indicatore non sono attualmente disponibili. Aspiag Service si impegna, nei prossimi anni, a raccogliere i dati necessari alla copertura dell'indicatore.
<b>Anticorruzione</b>			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	21	
205-2	Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	21	Alcune informazioni di dettaglio relative all'indicatore non sono attualmente disponibili.
<b>Comportamento anticoncorrenziale</b>			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	21	
206-1	Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopoliste	21	
<b>GRI 300: Ambiente</b>			
<b>Materiali</b>			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	74-80	
301-1	Materiali utilizzati per peso o volume	78	
<b>Energia</b>			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	74-80	
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	75	
302-3	Intensità energetica	75	
302-4	Riduzione del consumo di energia	75	
<b>Emissioni</b>			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	74-80	
305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	76	
305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	76	
305-3	Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	76	

Gri standard	Disclosure	Pagina	Note/omissioni
<b>Rifiuti</b>			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	74-80	
306-1	Produzione dei rifiuti e impatti significativi relativi	77-78	
306-2	Gestione degli impatti dovuti ai rifiuti	77-78	
306-3	Rifiuti prodotti	78	
<b>Compliance ambientale</b>			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	74-80	
307-1	Non conformità con leggi e normative in materia ambientale	79	
<b>GRI 400: Sociale</b>			
<b>Occupazione</b>			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	62-71	
401-1	Nuove assunzioni e turnover	67	
401-3	Congedo parentale	69	
<b>Relazioni tra lavoratori e management</b>			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	62-71	
402-1	Periodo minimo di preavviso per cambiamenti operativi	65	
<b>Salute e sicurezza sul lavoro</b>			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione dei temi materiali e del loro perimetro, approccio di gestione e relativa valutazione	62-71	
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	70	
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	70	
403-3	Servizi di medicina del lavoro	70	
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	70	
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	70	
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	67	
403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	70	
403-9	Infortuni sul lavoro	71	
403-10	Malattie professionali	71	Alcune informazioni di dettaglio relative all'indicatore non sono presenti per motivi di riservatezza.
<b>Formazione e istruzione</b>			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	62-71	
404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	64	
<b>Diversità e pari opportunità</b>			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	50, 62-71	
405-1	Diversità negli organi di governo dell'impresa e tra i dipendenti	20, 68	
405-2	Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	69	

<b>Gri standard</b>	<b>Disclosure</b>	<b>Pagina</b>	<b>Note/omissioni</b>
<b>Non discriminazione</b>			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	62-71	
406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	65	
<b>Politica pubblica</b>			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	21	
415-1	Contributi politici	21	
<b>Sicurezza e salute dei clienti</b>			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	56-59	
416-1	Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotto e servizi	57	
<b>Privacy dei clienti</b>			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	56-59	
418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	59	
<b>Compliance socioeconomica</b>			
103-1 103-2 103-3	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione, delle sue componenti e relativa valutazione	58, 62-71	
419-1	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	58, 67	

# Gli obiettivi di sviluppo sostenibile

Obiettivi	Descrizione	Pag.	Rif. GRI
 <b>1. Sconfiggere la povertà</b>	Porre fine ad ogni forma di povertà nel mondo		
 <b>2. Sconfiggere la fame</b>	Porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile.		
 <b>3. Salute e benessere</b>	Assicurare la salute e il benessere di tutti e per tutte le età.	57, 67,70	403-6, 403-8, 403-9, 403-10, 416-1
 <b>4. Istruzione di qualità</b>	Fornire un'educazione di qualità, equa e inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti.	62, 64, 79	404-1
 <b>5. Parità di genere</b>	Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze.	20, 67-69	401-3, 405-1, 405-2
 <b>6. Acqua pulita e servizi igienico- sanitari</b>	Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico sanitarie.		
 <b>7. Energia pulita e accessibile</b>	Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni.	75, 77	
 <b>8. Lavoro dignitoso e crescita economica</b>	Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti.	48, 62-67	102-8, 102-41, 201-1, 401-1, 402-1, 405-1, 406-1
 <b>9. Imprese, innovazione e infrastrutture</b>	Costruire un'infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una nuova industrializzazione equa, responsabile e sostenibile.	53, 80	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 gli SDGs impattati dalle attività aziendali, segnalate col numero di pagina, in riferimento anche ai GRI.

Obiettivi	Descrizione	Pag.	Rif. GRI
 <b>10. Ridurre le disuguaglianze</b>	Ridurre l'ineguaglianza all'interno di e fra le nazioni.	69	405-2
 <b>11. Città e comunità sostenibili</b>	Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili.	53	
 <b>12. Consumo e produzione responsabili</b>	Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo.	80	
 <b>13. Lotta contro il cambiamento climatico</b>	Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico.	74	305-1, 305-2, 305-3
 <b>14. Vita sott'acqua</b>	Conservare e utilizzare in modo durevole gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile.	56, 77	
 <b>15. Vita sulla terra</b>	Proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre.	56, 58-59, 74	
 <b>16. Pace, giustizia e istituzioni</b>	Promuovere società pacifiche e più inclusive per uno sviluppo sostenibile.	21, 59	418-1
 <b>17. Partnership per gli obiettivi</b>	Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile.	80	

## Relazione della società di revisione indipendente sui dati e le informazioni contenute nel Report Integrato 2020 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 2020 della Aspiag Service S.r.l. (di seguito "la Società") richiamate nel "GRI content index" relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2020 (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 2020. 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:

1. 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;
2. 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;
3. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nell'Informativa GRI del Report Integrato.
4. 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.

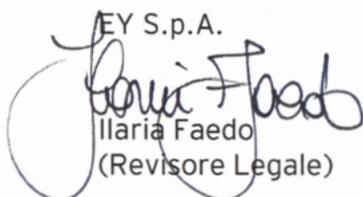
Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche della Società:

- 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 2020 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 2020.

Verona, 9 aprile 2021

EY S.p.A.  
  
Ilaria 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 2020, 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 2020, 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 od 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

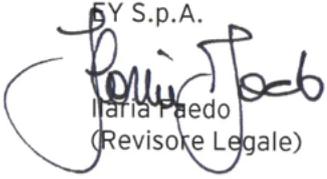
Gli amministratori della Aspiag Service S.r.l. sono responsabili per la predisposizione della relazione sulla gestione della Aspiag Service S.r.l. al 31 dicembre 2020, inclusa la sua coerenza con il relativo bilancio d'esercizio e la sua conformità alle norme di legge.

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 2020 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 2020 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, 1 aprile 2021

EY S.p.A.  
  
Maria Paedo  
(Revisore Legale)

## **Aspiag Service S.r.l.**

### **Sede Legale**

Via Bruno Buozzi, 30 - 39100 Bolzano

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



