

Dal 1976, una scelta naturale



*Report di
Sostenibilità*

**2021
2022
2023**



Report di Sostenibilità

2021-2022-2023



*Dichiarazione Consolidata di Carattere Non Finanziario
Redatta ai sensi del D.Lgs. 254/2016*

Progettazione e coordinamento editoriale
Divisione marketing e CSR di CDA

Designed by



Fotografie
Tassotto & Max

Stampa:
Litografia Ponte

CDA di Cattelan SB

Report assoggettato da Assurance da società di revisione che ha rilasciato relazione con esito positivo, senza rilievi.

*Rendere al territorio
parte del valore
che ci ha dato
in questi anni
e che ci ha permesso
di crescere e prosperare.*

Fabrizio Cattelan



Chi siamo

LA NOSTRA CARTA D'IDENTITÀ 2021-22-23



76

persone



1.600

clienti



110.00

kWh prodotti

dal nostro impianto fotovoltaico ogni anno



19.500.000

consumazioni

da distributori automatici erogate ogni anno



46

automezzi

per soddisfare la tua pausa



Coda
Una scelta naturale



Lettera agli stakeholder

DICHIARAZIONE DEL CEO

Cari tutti,
eccoci di nuovo a rendicontare la nostra impronta nel mondo.

Il 2022 è stato un altro anno complicato. Quando pensavamo che l'emergenza pandemia si stesse ormai esaurendo, ci siamo trovati ad affrontare le conseguenze di un conflitto alle porte dell'Europa che ci ha portato altra instabilità e incertezza.

Da quasi 50 anni, però, abbiamo imparato una cosa, ad avere fiducia nel futuro e soprattutto, a prenderci cura del presente per anticipare scenari possibili. Per questo motivo abbiamo continuato ad investire sulle persone e sul nostro servizio, spinti dai nostri obiettivi di beneficio comune e da quel punto fermo del nostro modello di business sostenibile: rendere al territorio parte del valore che lo stesso ci dà ogni giorno.

Tuttavia, abbiamo potuto constatare quanto il mercato sia cambiato e anche quanto sia cambiato il modo di lavorare per i nostri clienti. Abbiamo dovuto affrontare aumenti delle materie prime che hanno spostato notevolmente il nostro conto economico e che inevitabilmente si sono riversati sul nostro pubblico. È stato in quel momento che ci siamo resi conto di quanto, essere Società Benefit e aver sempre contribuito al sostegno del territorio e delle persone che lo vivono, fosse stato importante. Perché proprio nel momento più difficile, dove abbiamo dovuto "chiedere" ai nostri clienti, gli stessi ci hanno riconosciuto anni di servizio di qualità, giusto e di valore e per questo non possiamo dirvi altro che "GRAZIE".

"Abbiamo ancora una volta mantenuto la nostra promessa e nonostante le difficoltà, abbiamo mantenuto alto il livello del servizio e il valore che diamo ogni giorno alle nostre persone, vero ed unico capitale della nostra impresa".

Fabrizio Cattelan

CEO di CDA

INDICE

PREMESSA	11
CDA E GLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE	14
PRENDERE E RENDERE	18
LA VISION	21
OBIETTIVI	22
LA MATRICE DI MATERIALITÀ	24
PROFILO AZIENDALE E DEL REPORT	27
1.1 Impatti, rischi e opportunità	29
1.2 Tendenze	32
1.3 Profilo, note metodologiche e gruppo di lavoro	33
1.4 L'azienda	34
1.5 Il personale	36
1.6 L'organigramma	38
1.7 Il mercato di riferimento: l'offerta del settore e il focus su CDA SB	40
1.8 Principali marchi distribuiti	41
GOVERNANCE, IMPEGNI E STAKEHOLDER	43
2.1 Governance	45
2.2 Impegno in iniziative esterne	48
2.3 Soggetti portatori di interesse	53
ECONOMIA	55
3.1 Fatturato	57
3.2 La Regione Friuli Venezia Giulia	58



AMBIENTE	61
4.1 Mission e ambiente	63
4.2 Attività di servizio gestione distributori	67
4.3 Attività d'ufficio	68
4.4 CDA e F.S.C. (Forest Stewardship Council)	68
4.5 I mezzi di trasporto	70
4.6 Consumo energetico diretto ed indiretto	74
4.7 Intensità energetica e di emissioni	75
4.8 L'energia elettrica	76
4.9 L'acqua	78
4.10 I rifiuti	79
4.11 I prodotti in via di scadenza ritirati dai distributori	82
4.12 CDA e la lotta allo spreco alimentare	84
SOCIALE	87
5.1 Il personale e le modalità di lavoro	89
5.2 CDA per il sociale	91
5.3 Società	93
5.4 Gli obiettivi di beneficio comune	94
5.5 Welfare	96
5.6 Formazione	98
5.7 I diritti umani	100
5.8 CDA e la sana alimentazione	103
5.9 Bio	104
5.10 Approvvigionamento	107
5.11 Impronta Nutrizionale	108
PRODOTTO-SERVIZIO	111
6.1 A garanzia del servizio	113
6.2 Non solo alimenti	117
6.3 CDA e lo sport	118
6.4 Linee guida utilizzate e livello di applicazione dichiarato	121
INDICE ANALITICO DEL REPORT DI SOSTENIBILITÀ E ALLINEAMENTO CON LE LINEE GUIDA GRI STANDARD	123
GLOSSARIO	131



Una scelta naturale

C

na scelta

E DISTRIB



Partiamo da qui

PREMESSA

Come qualsiasi periodo difficile, il 2020 ha messo alla prova tutti noi e il settore della distribuzione automatica che, ancora per il 2021, ha visto aziende anche molto importanti, segnare un - 25%.

La pandemia infatti, ha costretto anche la nostra azienda a rallentare e questo ha inciso sul nostro lavoro anche se, a differenza di altre realtà del settore, abbiamo subito una diminuzione solo del 15%. Questo, ovviamente, non ci ha permesso di incidere come avremmo voluto e come avevamo previsto negli anni precedenti sul nostro territorio, ma non ci ha impedito comunque di farlo.

È grazie ad una buona vela costruita in quasi 50 anni di storia infatti, che la nostra barca ha continuato a navigare, nonostante il mare in tempesta.

Siamo convinti che questa crisi mondiale che ha ridisegnato economia, relazioni e pianeta, sarà seguita da un periodo in cui aziende Benefit come la nostra potranno dare il buon esempio alle altre aziende, per camminare insieme nel percorso della sostenibilità e della cittadinanza d'impresa. Nonostante il periodo non proprio dei migliori, abbiamo voluto mantenere la caratteristica che ci ha sempre contraddistinto, ossia la capacità di guardare avanti, ingrediente fondamentale per chi fa impresa e quindi crea crescita e innovazione.

Abbiamo comunque raggiunto diversi obiettivi nel 2021: abbiamo mantenuto il welfare aziendale intatto, abbiamo creato nuovi progetti e iniziato un percorso di crescita importante, per il capitale umano dell'azienda, vero cuore della nostra impresa.

Quando pensavamo di aver superato il periodo più buio, è arrivato il 2022 con un nuovo conflitto alle porte dell'Europa che ha di nuovo messo a dura prova la nostra azienda, il nostro mercato di riferimento e i nostri fornitori. Continui aumenti delle materie prime e di gas ed energia elettrica, ci hanno costretto ad intervenire sui prezzi al cliente finale lavorando però per mantenere elevato lo standard di servizio e dei prodotti.

Siamo riusciti a mantenere inalterato il welfare aziendale, anzi, lo abbiamo aumentato per andare incontro alle esigenze delle famiglie, intervenendo con bonus energia e bonus benzina. Non è stato facile, ma siamo convinti che avranno futuro solo le aziende in cui le persone stanno bene al loro interno.

Grazie a questo intervento, infatti, abbiamo registrato finalmente un 2023 oltre le aspettative, che ci ha portato a superare i dati del 2019 e quindi a riportare l'azienda in una situazione di stabilità finanziaria e di grande crescita.

È questo, infatti, l'anno dei grandi numeri, delle assunzioni e dell'inizio delle attività e dei progetti che ci porteranno al 2026, l'anno del nostro cinquantesimo anniversario di fondazione. Tra gli obiettivi raggiunti nel triennio, che evidenziano un percorso di continuo miglioramento e di approccio etico, si può citare anche l'assegnazione del nuovo livello del **rating di legalità**, passato da 2 stelle e 1+ (più) per il 2019 a 3 stelle per il 2023.

Inoltre, nel 2022, abbiamo ottenuto la certificazione FAMILY AUDIT relativa alle azioni di conciliazione vita privata - lavoro e abbiamo inserito in azienda una nuova figura professionale come quella del CHO - Chief Happiness Officer, confermando ancora la volontà reale dell'azienda di investire sulle persone che ne fanno parte e che da sempre contribuiscono al suo successo, sociale ed economico.

Il presente lavoro sarà reso disponibile a tutti gli stakeholder in formato cartaceo e in formato digitale.

Una scelta naturale

Una scelta



Verso il futuro sostenibile

CDA E GLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE

Il 25 settembre 2015 l'Assemblea Generale delle Nazioni Unite ha definito un Programma di Azione globale per lo Sviluppo Sostenibile focalizzato su 17 obiettivi. Tutte le imprese sono chiamate a dare un contributo attraverso modelli di business responsabile, investimenti, innovazione, sviluppo tecnologico e attivazione di collaborazione multi - stakeholder.

CDA ha individuato gli obiettivi correlati alla propria attività e illustra, in questo elenco, quanto già realizzato in un'ottica di miglioramento continuo.



FAME ZERO

Shelf life, scadenza. Per noi che ci occupiamo di vending, lo spreco alimentare è sempre dietro l'angolo. Capita che alcuni alimenti o bevande, soprattutto quando parliamo dell'inserimento di nuovi prodotti, siano meno venduti di altri. Però è comunque possibile limitare lo spreco e relegarlo a percentuali bassissime attraverso procedure precise e donazioni. Parliamo di oltre 15mila prodotti che non diventano spreco ma risorsa per la Croce Rossa locale che si occupa di distribuirli a persone indigenti.



SALUTE E BENESSERE

La nostra divisione ricerca e sviluppo quotidianamente testa e propone nuovi prodotti per combattere le intolleranze alimentari e il problema dell'obesità. C'è ancora tanta strada da fare ma abbiamo voluto dare un segnale forte, che mette al centro il consumatore, rendendolo consapevole e libero di scegliere.



ISTRUZIONE DI QUALITÀ

La contaminazione punta ad un solo risultato, un doppio risultato. Il primo viene raggiunto ogni anno con gli studenti degli istituti tecnici di Udine che vengono a farci visita, il secondo ci permette di rimanere fedeli anche al manifesto sottoscritto con le aziende associate di Confindustria. L'esigenza di creare simili ponti, nasce con lo scopo di dare forma all'alternanza scuola - lavoro, per una istruzione di qualità. Lo stesso avviene per partecipazioni o supporto a progetti universitari e tesi di laurea.



UGUAGLIANZA DI GENERE

Tutti allo stesso livello, ognuno con mansioni e competenze diverse ma senza distinzioni di genere. Collaboratori e collaboratrici per CDA sono risorse umane in cui crediamo, con pari diritti e che tuteliamo ogni giorno con lo smart working, offrendo a padri e madri la stessa flessibilità di lavoro. Cerchiamo di rispondere così alla richiesta di creare un mondo in cui ogni donna e ogni uomo possano godere di una totale uguaglianza di genere e in cui tutte le barriere all'emancipazione (legali, sociali ed economiche) vengano abbattute.



ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE

Il rispetto delle politiche ambientali è alla base della Corporate Social Responsibility ed è anche diventata parte integrante della mission CDA. Abbiamo iniziato anni fa con la costruzione di un impianto fotovoltaico, per arrivare allo scorso anno con il secondo impianto che ci porta a raddoppiare i Kw prodotti con un notevole risparmio. Automezzi a metano, ibridi ed elettrici, ottimizzazione del percorso stradale di ogni singolo mezzo attraverso la telemetria sono altri esempi di comportamenti virtuosi messi in campo in questo ambito.



LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA

Nessun ruolo è più importante dell'altro, tutti sono sullo stesso piano, come da organigramma aziendale, ognuno porta le sue esigenze e osservazioni, le condivide e da lì comincia il confronto costruttivo, che rimodella competenze e responsabilità. Salute e sicurezza dei dipendenti completano la strategia di sostenibilità con la certificazione volontaria BSOHSAS18001, senza dimenticare il piano welfare.



INDUSTRIA, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE

Tenendo fede alla politica aziendale continuiamo a puntare su benessere e salute con prodotti che sono una vera e propria innovazione nel nostro settore, frutto di una continua ricerca e sviluppo da parte di CDA, in grado di creare nuove opportunità di business per noi stessi e per le aziende partner.



RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE

Grazie ad una politica di welfare ben mirata nello scorso biennio, ci siamo messi a confronto con una delle sfide più grandi: ridurre le disuguaglianze. Formazione, salute, benessere, quotidianità, spesa e tanto altro a supporto del territorio e dei collaboratori.



CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI

Protagonista è il territorio, con le sue risorse umane, vero valore aggiunto di CDA. Come una squadra, nessuno rimane indietro, all'interno e all'esterno dell'azienda. Sosteniamo oltre 40 tra associazioni sportive e non del territorio e, attraverso l'iniziativa Microdono, coinvolgiamo anche i nostri clienti nel generare valore condiviso. Dalla sicurezza stradale per i nostri operatori, al corretto uso del telefonino alla guida, sempre nel rispetto delle regole ambientali per formare cittadini consapevoli e impattare il meno possibile sul territorio che ci ospita.



CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI

"R" come ricerca di nuove soluzioni, "S" come sviluppo sostenibile, due aspetti che non devono mai essere slegati, perchè una buona azione va sempre integrata con le politiche ambientali e la salvaguardia del territorio.



PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI

La collaborazione è la nostra parola d'ordine, per guardare avanti e fare squadra. Per questo abbiamo collaborazioni con aziende del territorio che ci permettono di avere prodotti e servizi adeguati e in linea con i nostri principi, dando la possibilità anche ad altre aziende di aprirsi nuove opportunità di business.

Un vero scambio energetico

PRENDERE E RENDERE

Noi di CDA crediamo fermamente che le imprese, anche se di piccole dimensioni, abbiano un rapporto di stretta interdipendenza con la comunità locale. Proprio perchè, se da un lato offrono posti di lavoro e forniscono contributi economici, dall'altro dipendono dalla qualità della vita, dalla stabilità e dal livello di sviluppo delle comunità in cui operano.

Per questo motivo crediamo da sempre che, nell'ambito di un proficuo scambio "energetico", si possa e si debba restituire al territorio parte di quel valore che ha consentito alle aziende di nascere e prosperare, spesso proprio grazie al valore aggiunto del contesto territoriale e sociale.

Per questo si parla sempre più spesso di "cittadinanza di impresa", intesa come l'insieme delle relazioni e delle iniziative promosse volontariamente dall'impresa sul territorio in cui opera.

Una sponsorizzazione sportiva per esempio deve far emergere, al di là della visibilità del brand, un valore più profondo e intangibile: all'interno di queste associazioni è possibile trovare il figlio di un nostro cliente o di un nostro collaboratore e così garantirgli una continuità e benessere psicofisico.

La Responsabilità Sociale di ogni impresa è un investimento per la collettività: parla al presente, guarda al futuro. Getta fondamenta di valore per la costruzione di un sistema che si rifletta dall'azienda a tutta la comunità, dall'interno all'esterno, dal piccolo al grande. Il rispetto per ogni individuo e per ogni ambiente si traduce con coerenza in benessere condiviso, in sviluppo sostenibile, in concorrenza sana, leale e trasparente, in protezione e inclusione sociale efficiente.

UN MODELLO DI BUSINESS SOSTENIBILE

In quanto Società Benefit abbiamo ridefinito le classiche "P" del modello di business tradizionale che si ispirano ai nostri scopi di beneficio comune.

PROSPERITY

Il profitto generato dall'azienda che rimane nell'azienda stessa e viene distribuito sul territorio per favorirne la prosperità.



PLANET

Implementiamo azioni e pratiche di sostenibilità all'interno dell'azienda, come la riduzione degli sprechi alimentari e dell'impatto della CO2, contribuendo così a un impatto più ampio a livello globale.



PEOPLE

Le persone sono al centro del nostro business, promuovendo il loro benessere e la soddisfazione sia a livello economico che sociale, con l'obiettivo di crescere insieme.



PURPOSE

Nel nostro statuto societario, con la transizione a Società Benefit, abbiamo definito cinque scopi di beneficio per il territorio, le persone e l'ambiente, impegnandoci formalmente e legalmente nel perseguire tali obiettivi.





GESTIONE
DISTRIBUTORI
AUTOMATICI

Una scelta naturale

Una scelta naturale

CHOCOLATE

Il nostro orizzonte

LA VISION

1. UN SOLO MODO DI FARE IMPRESA: CONDIVIDENDO ED ESSENDO RESPONSABILI PER CRESCERE SOSTENIBILI

- Soddisfare le esigenze del mercato mantenendo fermi i nostri principi di responsabilità e sostenibilità
- Essere ambasciatori di un modo di fare impresa che sia lungimirante, sostenibile e radicato sui valori dell'identità e la cultura friulana
- Essere un'azienda per la quale lavorare significa promuovere stili di vita equilibrati e sostenibili
- Essere leader positivi e promuovere la felicità in azienda come competenza

2. ESSERE SCELTI PERCHÉ FACCIAMO ANCHE ALTRO

- Continuare a perseguire obiettivi sostenibili pur mantenendo un elevato standard dei nostri servizi
- Continuare a privilegiare prodotti locali sia per qualità che per impatto ambientale ed economico sul nostro territorio
- Sostenere il territorio per rendergli parte del valore che ci ha dato in questi anni
- Essere riconosciuti dai clienti come partner e non solo come fornitori

3. AVERE UNA SQUADRA FORTE SUL MERCATO, FELICE IN AZIENDA E A CASA

4. PERSEGUIRE IL MIGLIORAMENTO CONTINUO IN TERMINI DI SERVIZIO E INNOVAZIONE

- Fare formazione costante a tutto il personale per garantire un servizio di alto livello ai nostri clienti e sui nostri distributori
- Mantenere un piano welfare di livello per sostenere le famiglie dei collaboratori
- Agevolare la conciliazione casa - lavoro a tutto il personale
- Essere una organizzazione positiva nella quale le persone si sentono realizzate, ascoltate e apprezzate per il lavoro svolto con impegno e responsabilità
- Promuovere sempre l'intelligenza collettiva, il lavoro di squadra, l'empatia e l'ascolto

Un percorso sostenibile

OBIETTIVI

I NUOVI STABILI

Per i prossimi due anni saremo impegnati nella costruzione dei nuovi stabili direzionali, che apriranno la nostra azienda sul fronte strada e ci permetteranno di ricavare ulteriori spazi dedicati all'incontro, alla condivisione e al benessere delle persone CDA. Un progetto ambizioso che si era fermato nel 2020 per effetto della pandemia ma che ricomincerà nel 2024.

ORGANIZZAZIONE POSITIVA

A partire dal 2023 è iniziato un percorso strutturato che, oltre all'inserimento in azienda della figura del CHO - Chief Happiness Officer, vede anche l'inizio di diversi progetti che ci porteranno alla realizzazione di un sogno, quello di diventare una organizzazione positiva, ossia una organizzazione che persegue in ogni sua procedura il benessere organizzativo dei suoi collaboratori e promuove la felicità come competenza e sostiene le persone nel perseguimento del proprio obiettivo personale.



Analisi qualitativa e quantitativa

LA MATRICE DI MATERIALITÀ

L'analisi di materialità è un processo dinamico di valutazione degli aspetti significativi dell'azienda, frutto di una ricerca qualitativa che ha analizzato, in primis, i risultati dell'indagine di clima aziendale condotta nel gennaio 2018 per realizzare un check up identitario della CDA e, in secundis, i risultati dei questionari di customer satisfaction sottoposti ai clienti, nonché ai fornitori. Il 2020 purtroppo, ha visto un rallentamento di questi strumenti a causa della pandemia, ma nonostante questo siamo riusciti ad avere un numero adeguato di risposte.

L'analisi di materialità è un processo dinamico di valutazione degli aspetti significativi dell'azienda, frutto di una ricerca qualitativa che ha analizzato in primis i risultati dell'indagine di clima aziendale condotta nel gennaio 2021 e ripetutasi anche a febbraio 2022 e 2023 per realizzare un check up identitario della CDA.

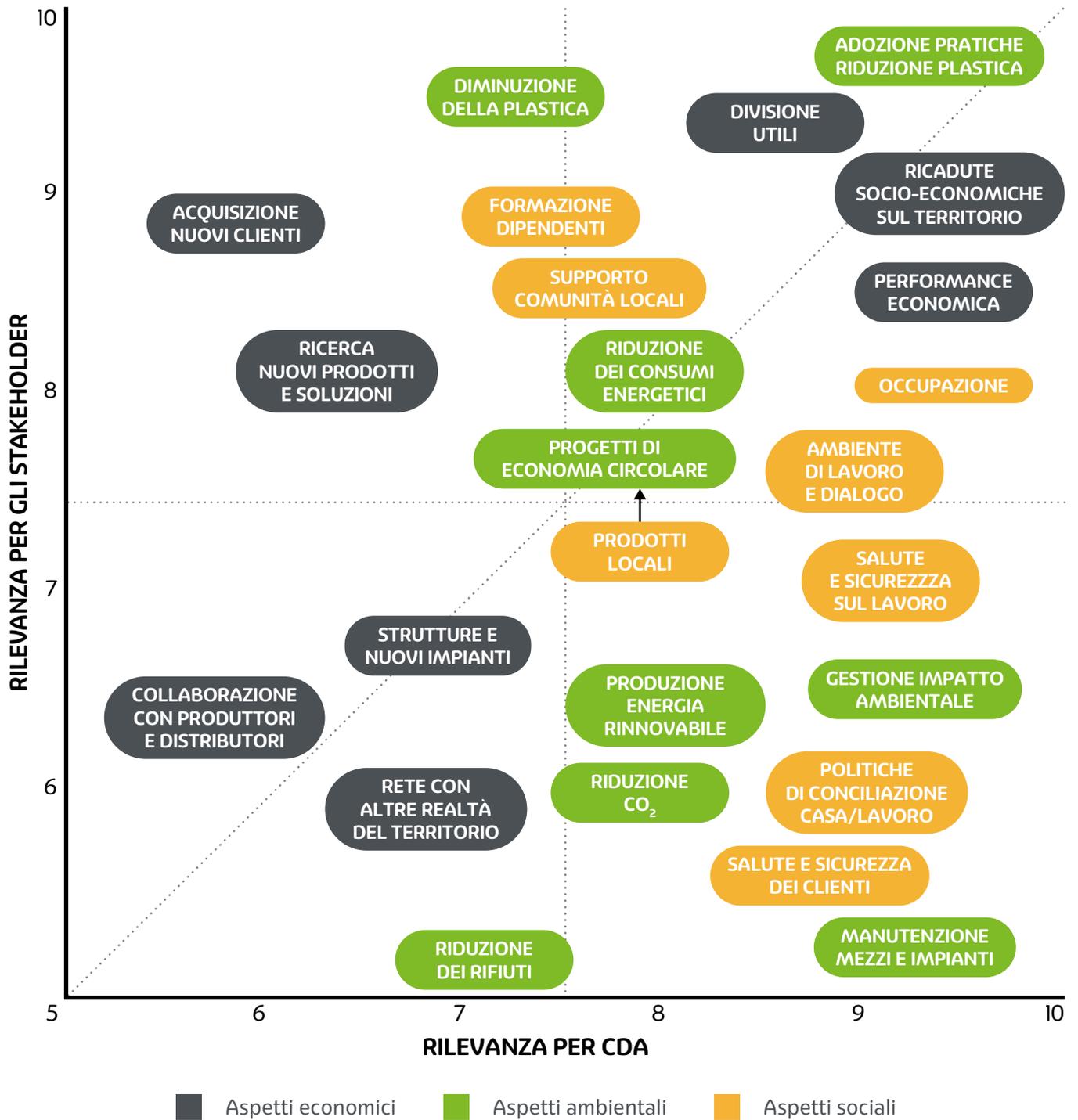
Questo lavoro, fortemente voluto dalla proprietà, è una testimonianza dell'attenzione alla crescita del "capitale umano", complessivamente coinvolto in un'ampia trasformazione organizzativa iniziata nel 2020, anno ovviamente difficile che ha reso necessario un cambiamento di rotta, soprattutto rispetto all'organizzazione interna aziendale, inserendo alcune figure fondamentali alla buona riuscita del business.

La seconda parte della ricerca qualitativa ha coinvolto i collaboratori nell'individuazione e valutazione degli aspetti di sostenibilità e degli ambiti di intervento delle azioni preposte a

migliorare impatti economici, sociali e ambientali di CDA. Oltre a questo, la ricerca ha previsto anche l'ascolto di alcuni stakeholder appartenenti al mondo dell'industria, dell'istruzione, della pubblica amministrazione e persone comuni.

Attraverso l'analisi di materialità è stato possibile raggiungere alcuni risultati:

- l'individuazione dell'importanza degli aspetti di sostenibilità aggiornati rispetto al precedente biennio di rendicontazione, utili a comprendere quali siano le aree di miglioramento, i punti di forza e debolezza;
- la valutazione degli aspetti a supporto della pianificazione nel miglioramento continuo, in un'ottica di individuazione delle priorità e di valutazione di opportunità e rischi;
- la redazione del report basata sul coinvolgimento di più collaboratori e stakeholder.



La matrice evidenzia i risultati materiali, ossia gli aspetti percepiti come rilevanti da CDA e dai suoi stakeholder che influenzano in maniera importante decisioni e azioni generando per questo impatti economici, sociali e ambientali.

-
-
-



1.0

PROFILO AZIENDALE E DEL REPORT

- 1.1 IMPATTI, RISCHI E OPPORTUNITÀ
- 1.2 TENDENZE
- 1.3 PROFILO, NOTE METODOLOGICHE E GRUPPO DI LAVORO
- 1.4 L'AZIENDA
- 1.5 IL PERSONALE
- 1.6 L'ORGANIGRAMMA
- 1.7 IL MERCATO DI RIFERIMENTO: L'OFFERTA DEL SETTORE E IL FOCUS SU CDA SB
- 1.8 PRINCIPALI MARCHI DISTRIBUITI

1.1 IMPATTI, RISCHI E OPPORTUNITÀ

Ormai sono passati 3 anni dalla trasformazione in Società Benefit e la consapevolezza che ogni azione che compiamo nello svolgimento del nostro business generi un impatto, positivo o negativo, è parte integrante del nostro modello di business.

A tal proposito monitoriamo costantemente la manutenzione dei nostri mezzi presenti sul territorio, la produzione a diversi livelli di rifiuti e nel servizio di distribuzione di alimenti e lo scarto alimentare che rappresenta ogni anno una percentuale sempre minore.

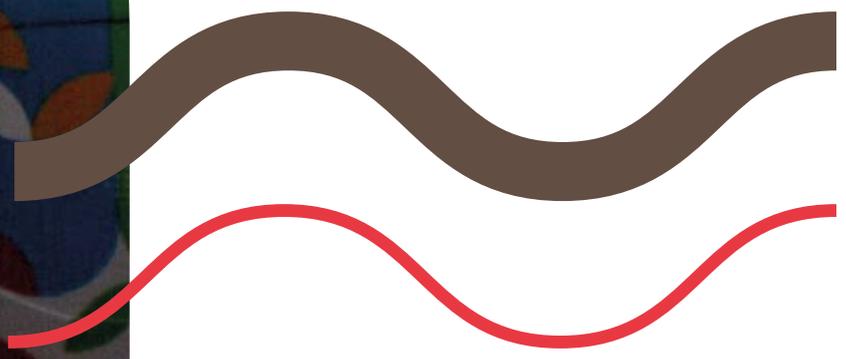
L'individuazione di queste aree di intervento come quelle più significative sulle quali concentrare le priorità di analisi, intervento e gestione, ci permette di monitorare il nostro impatto in termini ambientali, sociali ed economici.

A tal proposito abbiamo messo in atto diversi progetti volti non solo ad intervenire in maniera positiva sull'impatto generato, ma soprattutto a fornire cultura e divulgazione di pratiche etiche e positive sulla comunità aziendale e sul territorio.

Uno dei progetti, descritto ampiamente anche nelle precedenti edizioni, è "Impronta Nutrizionale" per la rendicontazione dei macro e micronutrienti apportati alla comunità e a tutti i clienti che ne fanno richiesta. Un altro progetto che genera un notevole impatto e crea grandi opportunità, è sicuramente il progetto **MICRODONO - Caffè Solidale**. Ogni anno infatti, da ormai 7 anni, attraverso la raccolta dedicata nei nostri distributori acquistando un caffè in vendita ad un prezzo maggiorato di 10 centesimi, raddoppiamo e devolviamo una cifra importante a Onlus del territorio.

Questo progetto, nato da una idea di **ANIMAIMPRESA**, associazione senza scopo di lucro che si occupa di promuovere la responsabilità sociale di impresa sul territorio regionale, ogni anno genera impatto positivo dal punto di vista **ECONOMICO E SOCIALE**, nonché rappresentando allo stesso tempo una leva competitiva importante sul mercato.





1.2 TENDENZE

In riferimento alle tendenze future sui temi precedentemente citati, queste rimangono le stesse delle precedenti edizioni, ovviamente tenendo conto del periodo storico estremamente mutevole che stiamo vivendo e che ci sta abituando a cambi di trend repentini e soprattutto ad allenare la nostra capacità di gestire un mercato in continua evoluzione.

Per quanto riguarda le richieste esterne sull'area alimentazione, si mette in evidenza come in passato, che sempre più spesso i clienti privati richiedano l'inserimento di prodotti afferibili all'area "sana alimentazione". Anche i capitolati di gara pubblici inerenti al servizio di gestione distributori automatici, impongono attraverso l'inserimento dei recenti CAM (Criteri ambientali minimi), l'inserimento di prodotti nutrizionalmente migliorati rispetto allo standard del settore, oltre che caratteristiche ambientali minime riferite al consumo energetico, all'uso di PET e al consumo di acqua.

Sempre di più il mercato ci richiede di attivare iniziative che siano orientate al mondo della digitalizzazione, anche nei distributori automatici.

La risposta principale di questi ultimi anni, anche come diretta conseguenza della pandemia, è sicuramente tutto il mondo dei pagamenti Cashless attraverso dispositivi mobili o attraverso app. Un mondo in continua espansione che ci permetterà di conoscere sempre di più i nostri clienti e di creare per loro dei servizi sempre più ad hoc.

1.3 PROFILO, NOTE METODOLOGICHE E GRUPPO DI LAVORO

Il presente Report di sostenibilità è stato redatto su base volontaria e in ossequio agli standard GRI (Global Reporting Initiative).

Questo Report di sostenibilità è il sesto a seguire le pubblicazioni del 2011, 2013, 2015 e del 2017-18-20. La frequenza di pubblicazione prefissata è biennale. Anche per questa edizione, abbiamo scelto di rendicontare un triennio comprendendo anche il 2021, anno che ancora risente degli effetti del 2020.

Il periodo di rendicontazione è il 2021-2022-2023 e, se non specificato altrimenti, i dati fanno riferimento al triennio complessivo. I dati stessi sono prevalentemente acquisiti da fonti ufficiali o misurati direttamente in modo tale da evitare per quanto possibile le stime che, se presenti, sono accompagnate dai criteri adottati. Eventuali refusi derivanti da precedenti rendicontazioni sono stati corretti nel presente report.

Per la stesura del documento, CDA si è avvalsa del contributo di un gruppo di lavoro costituito da:

- CSR Manager;
- Responsabile Sicurezza Alimentare e Ricerca e Sviluppo;
- CEO in carica;
- Responsabile Qualità, Sicurezza e Ambiente;
- Responsabile controllo di gestione;
- Referenti e addetti alle diverse aree funzionali dell'azienda;

Grazie all'esperienza maturata e all'ausilio dei responsabili di processo, per la stesura del presente report sono stati ritenuti importanti, alla luce della materialità richiesta dal GRI, i temi legati ai seguenti ambiti:

- mobilità aziendale;
- rispetto dell'ambiente (riduzione dei rifiuti e risparmio energetico);
- fornitura al consumatore di prodotti nutrizionalmente migliorati;
- impatto sociale sul territorio;
- gestione delle risorse umane.

Come nelle precedenti edizioni alcuni indicatori ritenuti non pertinenti non sono stati trattati, le linee guida sono state seguite per supportare il livello di rendicontazione "with reference" ai GRI Standard.

La tabella di riferimento è stata costruita con una veste grafica di Indice del presente documento e riportata in coda al Report a pagina 123. Nella stessa vengono riportati in modo dettagliato i singoli indicatori, nonché quelli specifici per il Supplemento della Produzione di beni alimentari assieme al livello di trattazione.

Il documento è stato redatto seguendo i principi di materialità, chiarezza, trasparenza, accuratezza, completezza, sostenibilità ambientale, comparabilità ed affidabilità e, una volta concluso, è stato esaminato dalla Direzione Aziendale.

Non ci sono modifiche sostanziali allo scopo e ai confini del report rispetto alle versioni precedenti e neppure effetti riguardanti la riaffermazione di alcune informazioni.

Questo Report è stato assoggettato da Assurance da società di revisione che ha rilasciato relazione con esito positivo, senza rilievi.

102-46, 102-47, 102-48, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-55, 102-56, 103-1

1.4 L'AZIENDA

La CDA è una società con sede a Talmassons in provincia di Udine che opera dal 1976 nel settore della distribuzione automatica di alimenti, un settore denominato con il termine "Vending" dagli addetti ai lavori. Installa e gestisce direttamente i propri distributori per offrire un servizio di ristoro (caffè, bibite, snack, gelati, panini, tramezzini) presso enti pubblici e aziende private (Cod. att. ATECORI 2007: 47.99.2). La CDA opera esclusivamente in Italia, concentrando la sua attività nell'area del Friuli Venezia Giulia e del Veneto Orientale (in modo particolare in provincia di Udine, Pordenone, Gorizia e Venezia). Il panorama della clientela risulta piuttosto variegato, spaziando tra aziende sia pubbliche che private, scuole, uffici, caserme, case di riposo ed ospedali.

- **Codice fiscale e Numero di iscrizione Registro Imprese di Udine:**
n. 00435470307 sezione ORDINARIA
- **Numero Repertorio Economico Amministrativo (REA):** n. 134897

La forma legale della CDA è una società a responsabilità limitata il cui assetto proprietario è ripartito tra 4 soci: Cattelan Ambrogio (presidente Società Benefit), Cattelan Fabrizio (vicepresidente), Vidal Filena e Cattelan Viviana.

Nel 2020 l'azienda ha assunto anche la forma giuridica di **Società Benefit**, aggiungendo nel proprio statuto alcuni obiettivi di beneficio comune rintracciabili nelle relazioni di impatto pubblicate sul sito www.cda.it.

SEDE LEGALE E OPERATIVA:

Via degli Artigiani, 3/2 _ 33030 Talmassons (UD) _
fraz. Flumignano

Tel. n° 0432 766853 - Fax n° 0432 765863

e-mail: info@cda.it _ pec: cda@pec.cda.it _ Sito

Internet: www.cda.it

La società dispone, inoltre, delle seguenti unità locali:

SEDI OPERATIVE

CDA Lounge Bar

Assistenza

Magazzino

Via degli Artigiani, 7 - 33030 Talmassons (UD) - fraz. Flumignano



1.5 IL PERSONALE

CDA è attenta al proprio personale e infatti da tempo abbiamo bandito al nostro interno la parola “dipendenti” poichè siamo fermamente convinti che ognuno dipenda da sé stesso e dall’impegno che ci mette nell’arco della propria giornata lavorativa.

Altro punto fermo della gestione del personale è la cura e il benessere di ogni singolo elemento del gruppo. A questo proposito, a partire da dicembre 2022, è stata inserita la figura professionale del CHO, Chief Happiness Officer o “Manager della Felicità” che ha il compito di implementare la felicità aziendale attivando un processo di cambiamento di tutta l’organizzazione.

Per farlo viene utilizzato un approccio integrato che stimola il dialogo tra processi organizzativi, comportamenti e cultura aziendale: in questo modo i dipendenti diventano il cuore e il motore della strategia di sostenibilità dell’impresa.

Il Chief Happiness Officer è di fatto un “complexity thinker”, un professionista che ha una profonda comprensione dei sistemi sociali e uno sguardo attento agli scenari futuri, un professionista che si è formato e certificato studiando i principi della Scienza della Felicità.

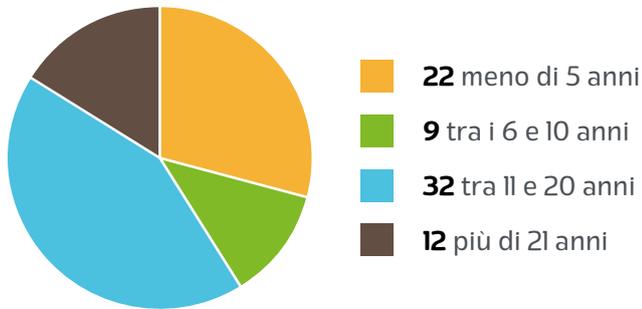
Il CHO, in azienda, tiene in considerazione 4 dimensioni:

1. Cultural transformation - promuove una cultura organizzativa guidata da un proposito ancorato a finalità collettive e capace di generare un impatto sociale, ecologico e di promozione del bene comune;
2. Corporate Happiness - fa della felicità una strategia organizzativa coerente;
3. Positive Leadership - sostiene e sviluppa leader consapevoli del proprio scopo, che vivono il ruolo come servizio agli altri e hanno una propria routine del benessere;
4. Positive Organization - sostiene e sviluppa leader consapevoli del proprio scopo, che vivono il ruolo come servizio agli altri e hanno una propria routine del benessere.

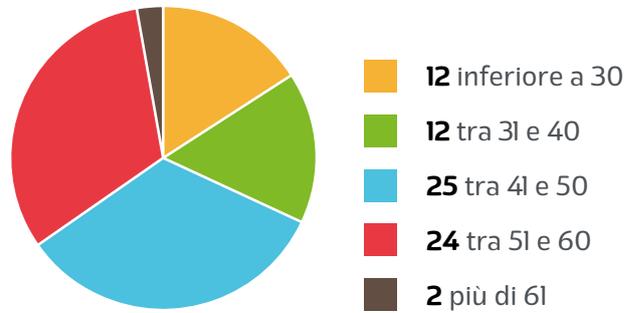
Nei grafici presenti nelle pagine successive, si possono vedere la distribuzione del personale inquadrato a tempo indeterminato, suddiviso per genere, età, tipologia di contratto.

Il personale al 31/12/23 comprendeva 78 persone.

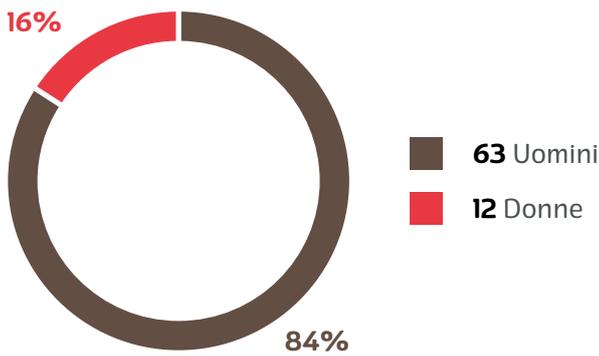
ANZIANITÀ DI SERVIZIO (IN ANNI)*



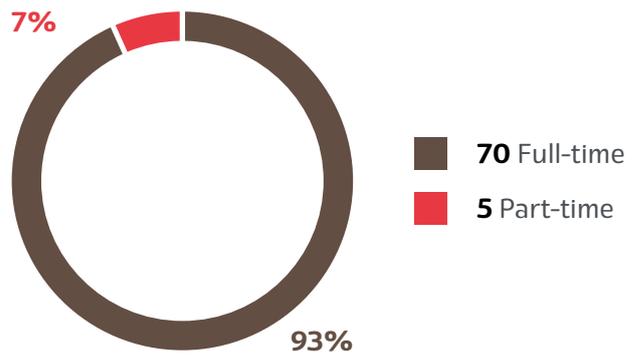
DISTRIBUZIONE PER ETÀ DEI DIPENDENTI*



DISTRIBUZIONE PER GENERE DEI DIPENDENTI*



TIPO DI CONTRATTO*

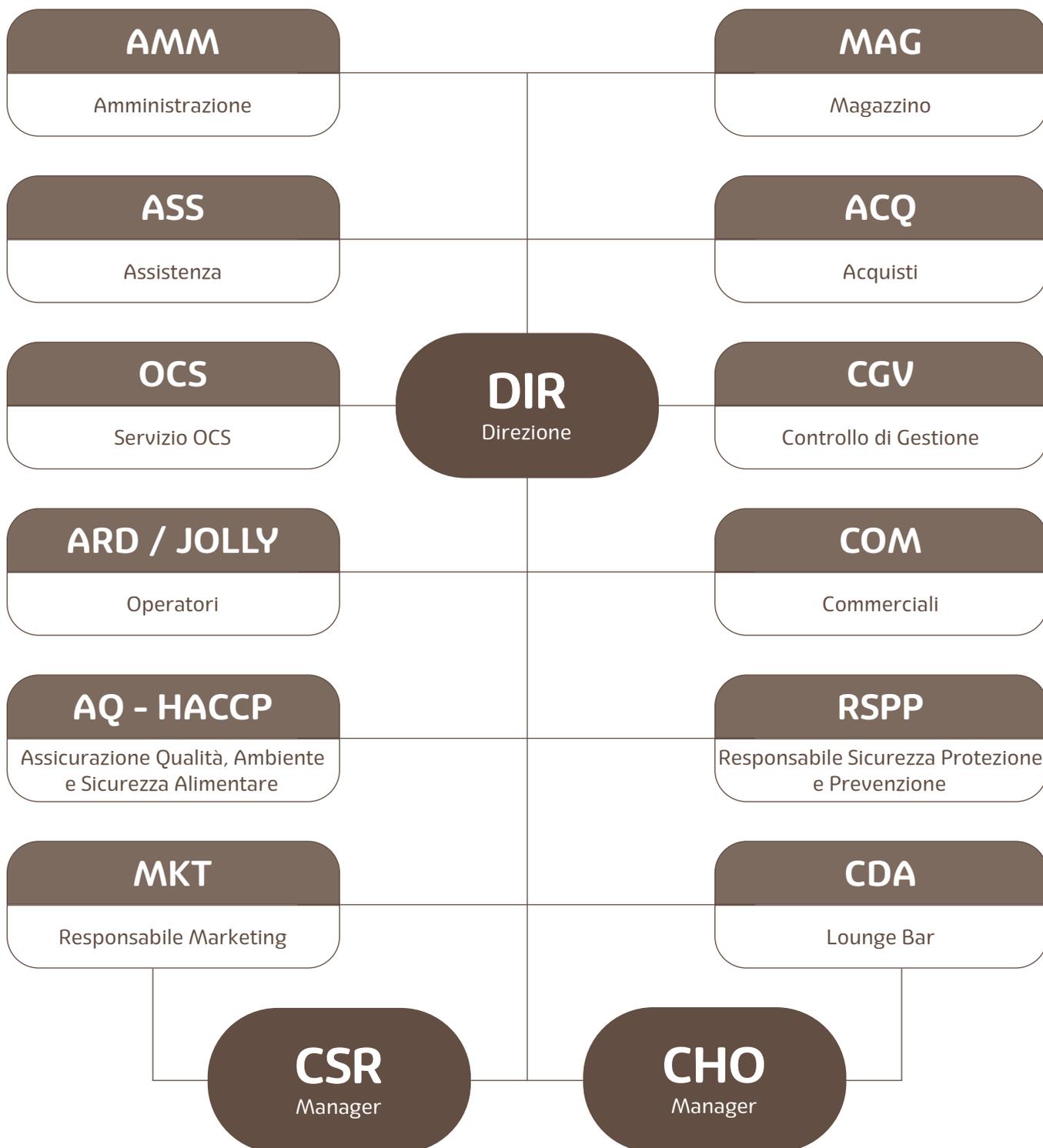


SUDDIVISIONE DEL PERSONALE PER MANSIONI*



(*) dati 2022

1.6 L'ORGANIGRAMMA





1.7 IL MERCATO DI RIFERIMENTO: L'OFFERTA DEL SETTORE E IL FOCUS SU CDA SB

Fonte: questa tabella è stata costruita sulla base di dati estrapolati dai singoli studi di settore del portale CONFIDA e dei dati acquisiti da CDA al 31 dicembre dell'anno preso in considerazione. Alcuni dati errati del precedente report sono stati corretti. Ove non presenti i dati non sono stati pubblicati, alcuni valori sono approssimativi.

Tabella I

	2021		2022		2023	
	nazionale	CDA srl	nazionale	CDA srl	nazionale	CDA srl
Parco macchine installate	827.485	5.228	853.360	5.195	831.155	5.301
Serie storica	+1,97%	-1,74%	+0,95%	-0,3%	-0,5%	+1,06%
Stima numero totale di consumazioni vending	3.754.453.112	17.918.104	3.944.831.374	18.518.098	3.974.040	19.138.900
Serie storica	+10,46%	+17%	+5,07%	+6%	+0,74%	+6,2%
Stima fatturato complessivo del settore in milioni di euro	1.435.777.561		1.579.370.215		1.620.665.458	
Serie storica	+12,11%		+10%		+2,61%	
Bevande calde	2.569.616.992	12.802.051	2.595.973.529	13.010.225	2.619.985.171	13.620.428
Serie storica	+9,12%	+12,3%	+1,03%	+20,8%	+0,92%	+6,1%
Bevande fredde	664.843.891	1.576.218	743.979.475	1.597.212	724.907.626	1.479.488
Serie storica	+13,46%	+1,6%	+11,9%	+0,2%	-2,56%	-1,1%
Snack	517.453.032	3.524.517	601.869.168	3.893.956	626.251.484	4.024.436
Serie storica	+13,5%	+3,3%	+16,31%	+3,6%	+4,05%	+13,4%
Gelati	2.539.197	15.318	3.009.202	16.705	28.959.966	14.548
Serie storica	+13,56%	+34,8%	+18,51%	+13,8	-3,76%	-21,5%
OCS*	1.120.023.732	1.938.883	1.099.213.981	2.053.788	1.103.610.836	2.045.563
Serie storica	+7,66%	+37,7%	-1,86%	+11%	+0,4%	-0,8%

* si tratta delle erogazioni da macchine per caffè da banco/casa

1.8 PRINCIPALI MARCHI DISTRIBUITI

Tabella 2

PRODOTTI TOP aggregati rappresentano almeno il 50% delle vendite della categoria	2021	2022	2023
Bevande	Energade Santal	Energade Santal	Energade San Benedetto
Acqua In Bottiglia	Dolomia	Dolomia	Dolomia
Bevande In Lattina	Coca Cola Fanta	Coca Cola Fanta	Coca Cola Fanta
Snacks Dolci	Kinder Bueno Fiesta Ferrero Barretta Novi Croissant Bauli Loacker FrescoFresco Croissant Barretta Nuts Kinder Cereali Baiocchi Snack Kinder Delice Twins Gullon Grisbi Vicenzi	Kinder Bueno Fiesta Ferrero FrescoFresco Croissant Barretta Novi Loacker Croissant Bauli Barretta Nuts Cookies Falcone Kinder Cereali Grisbi Vicenzi Kinder Delice Choco Barretta Milka Baiocchi Snack Twins Gullon	Kinder Bueno FrescoFresco Croissant Ferrero Fiesta Barretta Novi
Snacks Salati	Snatt's Bastoncini Pane Tarallini Paquita Crock Canyon	Snatt's Bastoncini Pane Tarallini Paquita Crock Canyon	Tarallini Fiore Paquita Crock Canyon Snatt's Bastoncini Pane Pata Rustica
Panini E Piatti Pronti	L'albero dei Sapori	L'albero dei Sapori	L'albero dei Sapori
Yogurt	Mila	Mila	Mila
Gelati	Freddolone Algida Ghiacciolone Motta Ghiacciolo Sammontana Cucciolone Algida Magnum Algida	Freddolone Algida Cucciolone Algida	Freddolone Algida Cucciolone Algida
Frutta	Semplicemente Frutta Mr. Corn	Semplicemente Frutta Mr. Corn	Il Bene Della Frutta Mr. Corn
Acqua In Boccioni	Dap	Dap	Dap
Capsule	Lavazza Crema Aroma Orocrema CDA	Lavazza Crema Aroma Orocrema CDA	Lavazza Crema Aroma Orocrema CDA
Caffè e preparati solubili	Oro B&C Tea	Oro Lavazza B&C Tea	Oro Latte France Lait





2.0

GOVERNANCE, IMPEGNI E STAKEHOLDER

2.1 GOVERNANCE

2.2 IMPEGNO IN INIZIATIVE ESTERNE

2.3 SOGGETTI PORTATORI DI INTERESSE

2.1 GOVERNANCE

Il modello di amministrazione e controllo della CDA prevede la presenza di un Consiglio di Amministrazione composto da tre membri: Cattelan Ambrogio, Cattelan Fabrizio, Cattelan Viviana (da statuto il consiglio può essere composto da un minimo di due ad un massimo di cinque membri).

Gli amministratori restano in carica a tempo indeterminato (ma, da statuto, l'assemblea dei soci può anche stabilire la durata dell'incarico e rieleggere i consiglieri di mandato in mandato) e possono essere scelti anche tra i non soci.

Gli amministratori sono revocabili dall'assemblea dei soci in qualunque momento, salvo il diritto al risarcimento dei danni, se la revoca avviene senza giusta causa durante i primi tre esercizi di mandato.

La società ha eletto un Sindaco Unico che svolge anche la funzione di Revisore Legale e che rimarrà in carica fino al 31 dicembre 2024 e un procuratore speciale.

CDA si avvale per attività specialistiche di professionisti esterni (es. impiantisti come elettricisti, idraulici e frigoristi) e collabora per la distribuzione dei prodotti alimentari e delle bevande con una persona che è a sua volta titolare di una piccola impresa artigiana e lavora secondo obiettivi concordati.

Dei tre componenti del Consiglio di amministrazione, due (presidente e vice presidente) hanno funzioni esecutive: Il Presidente è Ambrogio Cattelan dal 22 dicembre 2009 a tempo indeterminato ed al primo mandato con la delega per la firma sociale e della corrispondenza sociale, la rappresentanza della società davanti a terzi ed a qualsiasi autorità giudiziaria o amministrativa, nonché la trattazione e definizione di ogni pratica amministrativa presso le stesse autorità e l'effettuazione di operazioni finanziarie per conto della società.

Il Vice Presidente e amministratore delegato è Fabrizio Cattelan dal 22 dicembre 2009, a tempo indeterminato con delega per firma sociale e corrispondenza sociale; a presentare, modificare e sottoscrivere offerte, preventivi, incarichi e contratti; a partecipare, in rappresentanza della società, a gare d'appalto, provvedendo a tutte le formalità e procedure necessarie alla partecipazione alle gare stesse; ad effettuare operazioni finanziarie per conto della società; a rilasciare procure speciali a dipendenti e/o soci della società conferendo loro i poteri che riterrà più opportuni nell'interesse della

102-7, 102-18, 102-22,
102-23, 102-24, 102-25,
102-33, 102-34, 102-35,
102-45

società; a nominare ed incaricare eventuali professionisti o consulenti che si dovessero rendere necessari all'operato della società; a presentare istanze, reclami, ricorsi e firmare concordati; a fare domande per licenze, permessi, autorizzazioni e concessioni amministrative di ogni specie; ad assumere e licenziare personale dipendente ed effettuare ogni altra operazione connessa ed annessa ai rapporti di lavoro subordinato; a coordinare e sovrintendere alla tenuta della contabilità aziendale e al perfezionamento degli adempimenti di carattere civilistico, fiscale e amministrativo.

Non esistono rapporti con joint venture, controllate e attività in leasing che possano influenzare significativamente il perimetro o la comparabilità dei dati. CDA è invece collegata alla ditta D.A.P. che svolge la stessa attività prevalentemente in provincia di Pordenone.

Dal 2014 CDA collabora marginalmente con DAP e con Acquaviva (Brescia) per la gestione dei refrigeratori, della loro sanificazione e della consegna dei bocconi d'acqua. Le due aziende non vengono considerate all'interno del report.

In occasione di gare d'appalto che comportano servizi per aree territoriali normalmente non gestite da CDA possono essere attivate delle associazioni temporanee d'impresa con altri operatori del mercato.

La remunerazione di Consiglieri e amministratori è commisurata all'impegno richiesto a ciascuno, tenuto conto anche dei risultati economici conseguiti dalla Società.

Come per tutte le società, le decisioni dei soci relative all'azienda devono essere prese in forma assembleare. L'assemblea dei soci di CDA SB viene convocata almeno una volta l'anno per l'approvazione del bilancio civilistico, in genere entro centoventi giorni della chiusura dell'esercizio sociale. L'assemblea viene inoltre convocata per le deliberazioni di sua competenza quando l'Organo di Amministrazione lo ritiene opportuno.

Grazie alle numerose occasioni di incontro con la direzione e alla dimensione limitata dell'azienda, il personale e i collaboratori possono formulare direttamente proposte commentando notizie e discutendo argomenti di interesse comune. Nel triennio considerato non ci sono state segnalazioni critiche riportate all'alta direzione. I comportamenti nella conduzione di qualsiasi attività, in particolare quelle di proposta commerciale per la stipula di contratti di servizio sono oggetto di riunioni periodiche tra la direzione, il personale commerciale e operativo. L'evoluzione aziendale e la crescita in termini numerici della stessa, hanno contribuito alla

qualifica ed alla sensibilità dell'amministrazione, così come il percorso di rafforzamento delle competenze e conoscenze relazionali ha permesso di aumentare la visione a lungo termine degli obiettivi strategici.

Allo stesso scopo, ha contribuito anche la partecipazione di Fabrizio Cattelan ed Eleonora D'Alessandri in qualità di CHO e Marketing manager come relatori ad alcuni convegni, incontri ed eventi principalmente incentrati su tematiche di CSR come per esempio:

- **Salone CSR - Università Bocconi di Milano;**
- **Salone CSR - Tappa di Udine;**
- **Seminari Anima Impresa - Udine;**
- **Università di Udine - Corso di laurea in Gestione delle Risorse Umane, Facoltà di Economia;**
- **Ires FVG: CSR e Welfare Management;**
- **ENAIIP FVG;**
- **Confindustria Udine.**

2.2 IMPEGNO IN INIZIATIVE ESTERNE

CDA è associata a Confcommercio, CONFAPI FVG e CONFIDA (associazione di categoria del settore Vending).

In Confindustria sezione Udine, la CDA è componente del gruppo alimenti e bevande e Fabrizio Cattelan ne ricopre il ruolo di vice presidente dal 2017. In CONFIDA, svolge un ruolo attivo e di condivisione delle iniziative promosse a livello nazionale, declinandole nel territorio di propria competenza.

Nel triennio considerato CDA ha mantenuto il marchio TQS Vending (Top Quality Standard) relativo ad uno standard di servizio garantito, proseguendo anche le attività all'interno della commissione "Vending Sostenibile" promossa sempre da CONFIDA. Fabrizio Cattelan è stato presidente di Animaimpresa dal 2013 al 2017, momento in cui ha passato le redini a Fabio Pettarin. Animaimpresa è una associazione ONLUS il cui obiettivo è la sostenibilità diffusa per le aziende del territorio.

CDA nel triennio ha intrapreso delle iniziative volontarie di sostegno ad alcune manifestazioni ed enti del territorio fornendo in alcuni casi delle donazioni, per citarne solo alcuni:

- Telethon;
- Progetto Autismo;
- Animalimpresa;
- Ass. Endometriosi FVG;
- La Viarte;
- La casa di Joy;
- Fondazione Pontello;
- Lilt sez. Udine;
- Il sorriso di Giulia Onlus;
- Amici di Federico Onlus;
- Organ. Sindrome di Angelman.



CONFINDUSTRIA



Associazione Italiana Distribuzione Automatica

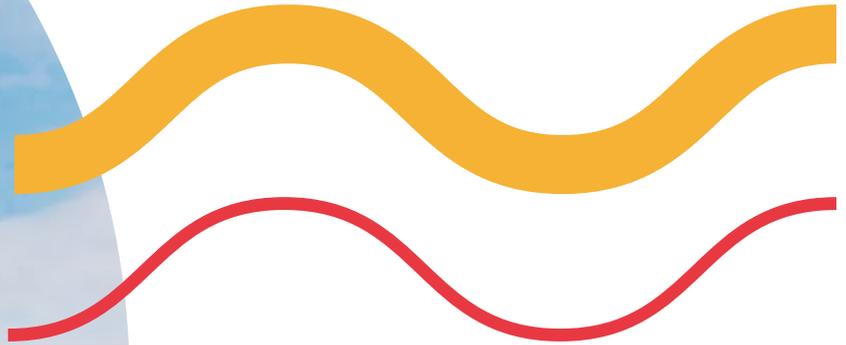


USCITA DI EMERGENZA



scelta naturale





“È Ora”, è la prima unione di piccole e medie imprese del settore della gestione distributori automatici per dar vita ad una rete d’impresa. È composta da un gruppo di imprenditori del settore della distribuzione automatica con sede su tutto il territorio nazionale che si sono uniti in una rete di impresa al fine di cooperare insieme verso un obiettivo comune: dare una valida alternativa alle aziende che hanno più sedi in Italia e vogliono affidarsi ad un fornitore che li serva in modo capillare e personalizzato in tutto il territorio nazionale. Per riuscirci hanno deciso di creare questa innovativa rete d’impresa e di mettere il piede sull’acceleratore creando un ulteriore differenziale qualitativo, cioè adottare un modello di business sostenibile basato sui 17 obiettivi sostenibili dell’Agenda 2030 delle Nazioni Unite, sviluppando progetti relativi alla sostenibilità in maniera innovativa e coordinata per tutta la rete, con importanti ricadute su tutto il territorio.

La sostenibilità e di conseguenza il valore della centralità della persona, rappresenta per CDA un fattore strategico chiave di competitività e sostenibilità del modello di business, che deve essere rafforzato e sostenuto in tutte le sue accezioni all'interno, ma anche all'esterno, dei processi aziendali.



2.3

SOGGETTI PORTATORI DI INTERESSE

La sostenibilità e di conseguenza il valore della centralità della persona, rappresenta per CDA un fattore strategico chiave di competitività e sostenibilità del modello di business, che deve essere rafforzato e sostenuto in tutte le sue accezioni all'interno, ma anche all'esterno, dei processi aziendali.

Tale approccio si sostanzia nell'adozione di misure volte a prevenire il più possibile il verificarsi di eventi che possano ledere i diritti degli stakeholder, siano essi dipendenti, clienti, fornitori, comunità o generazioni future (ambiente).

L'azienda intrattiene rapporti costanti e proficui con i suoi stakeholder e soprattutto con i clienti, al fine di monitorare la qualità del servizio offerto e di migliorarlo costantemente.

Per identificare e coinvolgere gli stakeholder si è tenuto conto delle persone e istituzioni che principalmente sono interessate dal ciclo di attività della CDA, come i fornitori dei prodotti che vengono distribuiti, il personale dipendente che ne garantisce la presenza e il rifornimento, i clienti che li consumano, le aziende che ospitano i distributori automatici, il contesto sociale in cui CDA opera.

Il dialogo con gli stakeholder si realizza attraverso una serie di occasioni di incontro e confronto con le varie categorie di soggetti portatori di interesse.

- **Personale dipendente:** oltre alle molteplici occasioni di incontro per formazione, informazione e dibattito, vanno in questa direzione anche le diverse iniziative intraprese in termini di welfare.
- **Consumatori:** sviluppo di diverse linee di comunicazione costanti (Visite periodiche da parte di Agenti; campagne di comunicazione su quotidiani e periodici locali; pagine web; numero verde; posta, telefono/fax, e-mail, social network, magazine).
- **Università:** nel triennio considerato non ci sono state collaborazioni con tirocinanti e stagisti ma le occasioni di incontro con l'Università sono state comunque numerose (Trento, Milano e naturalmente Udine).
- **Altri enti:** il progetto pilota avviato a fine 2013 assieme alla AIC (Associazione Italiana Celiachia), ha l'obiettivo di creare e pubblicizzare una rete di distributori, sia di snack che di bevande calde, garantiti come sicuri per le persone affette da questa patologia prosegue tuttora. Da segnalare che sono sempre più numerosi i clienti attenti e sensibili alla tematica.
- **Fornitori:** È stato messo a punto un questionario di prevalutazione fornitori in grado di fornire un punteggio tenendo in considerazione l'ambito sicurezza e ambiente.
- **Collettività:** partecipazione a convegni e seminari, incontri e partnership con associazioni e organizzazioni non profit.
- **Media:** incontri periodici per interviste, sito internet, comunicati stampa, social network, promozioni radiofoniche.

102-40, 102-42, 102-43, 102-44



TELEUNA GIORNATA - SELEZIONARE LA BEVANDA



Caffetteria "ILLY"



Prodotti Instant & Ginseng

3.0

ECONOMIA

3.1 FATTURATO

3.2 LA REGIONE FRIULI VENEZIA GIULIA



MISTOCCI
spa
monfalcone (ts) Italy
tel. (0431) 9961381

Una scelta naturale

70

40

80

50

D.A.P.

D.A.P.

60

3.1 FATTURATO

Tabella 3

DETERMINAZIONE E RIPARTO DEL VALORE	2021 Conto economico	2022 Conto economico	2023 Conto economico
VALORE DELLA PRODUZIONE	8.725.063	9.570.697	10.534.255
Ricavi di vendita	8.476.512	9.272.279	10.149.220
Altri ricavi e proventi	248.551	298.418	385.035
COSTI INTERMEDI DELLA PRODUZIONE	4.436.256	4.996.813	5.500.028
Per materie prime sussid.consumo e merci	2.891.198	3.397.962	3.720.635
Variazione delle rimanenze	-25.674	-87.016	-31.116
Per servizi	1.286.578	1.410.524	1.572.639
Per godimento beni di terzi	163.192	152.816	145.235
Oneri diversi di gestione	120.962	122.527	92.635
VALORE AGGIUNTO TIPICO LORDO	4.288.807	4.573.884	5.034.227
Proventi finanziari	6.125	85.730	108.940
VALORE AGGIUNTO GLOBALE DA DISTRIBUIRE	4.294.932	4.659.614	5.143.167
VALORE GLOBALE SU FATTURATO	49%	49%	49%

DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO	2021 Conto economico	2022 Conto economico	2023 Conto economico
REMUNERAZIONE DEL PERSONALE	2.835.528	3.077.352	3.231.367
Costi per il personale dipendente	2.835.528	3.077.352	3.231.367
REMUNERAZIONE DELLA PA	71.468	86.228	137.835
Imposte	71.468	86.228	137.835
REMUNERAZIONE DEL CAPITALE DI CREDITO	5.670	4.298	5.379
Oneri finanziari	5.670	4.298	5.379
REMUNERAZIONE DELL'AZIENDA	1.381.279	1.490.574	1.767.452
Ammortamenti	1.010.459	1.069.888	1.218.230
Utile	370.820	420.686	549.222
VALORE AGGIUNTO SOCIALE DISTRIBUITO	4.293.945	4.658.452	5.142.033

2011

3.2 LA REGIONE FRIULI VENEZIA GIULIA

Per il periodo 2021, 2022 e 2023 si è cercato di ricostruire il quadro dello stato di fatto nella tabella sottostante relativo alle percentuali dei prodotti distribuiti che provengono dalla regione e da quelle confinanti.

Tra gli articoli di magazzino che spostano maggiormente il volume di merce trasportata, dobbiamo sicuramente considerare l'acqua in bottiglia PET da 0,5 litri; scelte commerciali possono influenzare l'acquisto da un fornitore piuttosto che da un altro. Ad ogni modo anche il fornitore di acqua più lontano non dista più di 200 km.

Continua il trend positivo riguardo i panini e i tramezzini grazie alla sinergia con la ditta DAP, mentre resta stazionario il prospetto quando prendiamo in considerazione gli snack dolci e salati; infatti i produttori locali, pur presenti, non riescono ad intaccare i grandi player del mercato delle multinazionali.

Tabella 4

ANNO	2021		2022		2023	
	FVG	confine	FVG	confine	FVG	confine
Valore in percentuale (%)						
Snack salato	0	0,6	0	0,1	0	0,1
Snack dolce	3,5	10,5	2,4	9,8	1,0	3,5
Bevande / Succhi di Frutta	0,5	2,7	0,2	3,1	-	-
Acqua in bottiglia	62	38	86	14	75	19
Panini e tramezzini	100	0	100	0	100	0
Prodotti per bevande calde (caffè...)	53	0	50,7	0	42,1	0

Per definizione consideriamo "FVG" la merce prodotta in regione e "confine" quella proveniente dalle regioni limitrofe.





4.0

AMBIENTE

- 4.1 MISSION E AMBIENTE
- 4.2 ATTIVITÀ DI SERVIZIO GESTIONE DISTRIBUTORI
- 4.3 ATTIVITÀ D'UFFICIO
- 4.4 CDA E F.S.C. (FOREST STEWARDSHIP COUCIL)
- 4.5 I MEZZI DI TRASPORTO
- 4.6 CONSUMO ENERGETICO DIRETTO ED INDIRETTO
- 4.7 INTENSITÀ ENERGETICA E DI EMISSIONI
- 4.8 L'ENERGIA ELETTRICA
- 4.9 L'ACQUA
- 4.10 I RIFIUTI
- 4.11 I PRODOTTI IN VIA DI SCADENZA RITIRATI DAI DISTRIBUTORI
- 4.12 CDA E LA LOTTA ALLO SPRECO ALIMENTARE

4.1 MISSION E AMBIENTE

CDA è consapevole dell'impatto ambientale diretto ed indiretto causato dalla propria attività, come spiegato più in dettaglio nelle schede specifiche.

In ambito di sostenibilità socioambientale, l'avvio dei diversi progetti volti alla lotta all'obesità e al miglioramento nutrizionale dei prodotti offerti, gli investimenti in fonti rinnovabili e mezzi ad alimentazione a metano, hanno permesso di avviare un percorso di strutturazione e sinergia tra gli obiettivi economici e socioambientali che l'azienda, in particolare l'alta direzione, si pone. L'adozione della norma volontaria UNI EN ISO 14001 a dicembre 2014 regolarmente rinnovata e aggiornata alla versione 2015 nel luglio 2017, delinea perfettamente il perimetro delle azioni da svolgere e da rendicontare, così come il ruolo dell'alta direzione nella supervisione. Oltre ai principali indicatori ambientali (consumi di energia elettrica, gas naturale, acqua, emissioni di CO2 e rifiuti prodotti) vengono annualmente monitorati la dinamica infortunistica, il miglioramento dell'offerta nutrizionale e le performance economiche.

In tabella a pagina seguente, sono inserite le materie prime che presentano un quantitativo notevole di rifiuti che indirettamente producono; non va però dimenticato che il servizio che CDA offre comporta una presenza quotidiana sul territorio di numerosi automezzi e alcune auto impiegati per raggiungere le migliaia di installazioni dei distributori automatici.

Sotto il profilo ambientale si può pertanto far emergere l'impatto più significativo dovuto all'emissione di inquinanti dei veicoli aziendali ed al consumo di risorse naturali per l'alimentazione degli stessi, dei distributori automatici e per il conferimento dei rifiuti prodotti.

Le principali aree di impegno e miglioramento per l'ambiente sono e saranno:

- **investimento sulla flotta veicoli aziendali** per contenere l'impatto della stessa;
- **investimento sul parco distributori automatici** per contenere la richiesta di energia;
- **miglioramento di tutte le pratiche aziendali a rilevanza ambientale** come la gestione dei rifiuti;
- **maggiore attenzione alla gestione dei prodotti freschi nei distributori** al fine di ridurre gli scarti alimentari.



102-16, 102-29, 102-30, 102-31, 103-1, 301-2, 301-3

Tabella 5

MATERIE PRIME SIGNIFICATIVE impiegate nella preparazione delle bevande calde (in tonnellate)	2021	2022	2023
Zucchero	49,5	47,4	49,1
Caffè in grani	73,1	73,8	76,9
Preparati per altre bevande calde	39	40,3	50,5
Caffè e preparati per bevande calde in capsula	12,1	11,9	11,4
Caffè in cialde di carta compostabile	0,2	0,1	0,1
Caffè o surrogato solubile	4,3	4,3	6,4
Prodotti bio caffè e preparati	0,21	0,18	0,13
RIFIUTI PRODOTTI A SEGUITO DELLA SOMMINISTRAZIONE DI BEVANDE CALDE in tonnellate (per la maggior parte eliminati a cura del cliente)			
Plastica da bevande calde	50,4	43,9	45
Plastica da bicchieri Hybrid	0,3	0,5	2,9
Indifferenziata da capsule caffè e altre bevande	7	6,9	16,2
Bicchieri poliaccoppiati carta - PE	2,3	2,8	-
Carta da bevande calde	-	-	12,4
MATERIE PRIME SIGNIFICATIVE presenti in prodotti alimentari distribuiti già confezionati (in tonnellate)	2021	2022	2023
Acqua in bottiglia	954	1.028	993
Bevande in brik e PET	120	137	132
Bevande in lattina	170	192	175
Gelati	0,9	0,8	0,7
Snack salati	18,8	22,6	25
Snack dolci	56,7	60,8	66,9
Panini tramezzini pizze	49,4	57,2	55,1
Altra frutta	0,9	0,8	2,1
Yogurt	0,4	0,1	0,03

Elaborazione di dati di vendita delle materie prime significative espressa in kg

Tabella 6

RIFIUTI PRODOTTI A SEGUITO DELLA VENDITA DI BEVANDE E ALIMENTI CONFEZIONATI in tonnellate (eliminati a cura del cliente)			
Plastica da bottigliette (PET)	40,8	44,9	41,2
Alluminio da lattine (ALU)	7,7	8,7	7,9
Carta (PAP)	0,1	0,1	1,7
ND (Non dichiarato)	5,4	5,7	3,1
Compostabile (cialde/capsule)	-	-	2,6

Tabella 7

CODICE CER	DESCRIZIONE	QUANTITÀ 2021 (Kg)	QUANTITÀ 2022 (Kg)	QUANTITÀ 2023 (Kg)
150101	Imballaggi in carta e cartone	22.920	26.840	26.320
150102	Imballaggi in plastica	760	930	500
150106	Imballaggi in materiali misti	8.205	7.650	4.460
150110*	Imballaggi contenenti residui di sostanze pericolose o contaminati da tali sostanze	45	25	20
150111*	Imballaggi metallici contenenti matrici solide porose pericolose compresi i contenitori a pressione vuoti	8	-	30
150202*	Assorbenti, materiali filtranti, stracci e indumenti protettivi, contaminati da sostanze pericolose	18	-	160
160213*	Apparecchiature fuori uso, contenenti componenti pericolosi diversi da quelli di cui alle voci 160209 e 160212	23	-	5
160214	Apparecchiature fuori uso, diverse di quelle di cui alle voci da 160209 a 160213	30	-	-
160215*	Componenti pericolosi rimossi da apparecchiature fuori uso	270	-	250
160216	Componenti rimossi da apparecchiature fuori uso diversi di quelli di cui alla voce 160215	180	425	950
160303*	Rifiuti inorganici, contenenti sostanze pericolose	120	197	-
170401	Rame, bronzo, ottone	42	25	-
170405	Ferro e acciaio	360	80	180
190905	Resine a scambio ionico saturate o esaurite	1.804	2.055	1.578
200125	Oli e grassi commestibili	200	140	190
200301	Rifiuti urbani non differenziati	4.520	4.255	2020
020304	Fondi di caffè	-	-	78.380
130502	Fanghi autolavaggio	-	19.490	6.240
150105	Capsule caffè	-	-	3.500
160601	Batterie al piombo	-	-	30

Solamente il codice CER 160303 è destinato allo smaltimento, tutti gli altri al recupero. Non ci sono rifiuti trasportati all'estero.

306-2, 306-4



4.2 ATTIVITÀ DI SERVIZIO GESTIONE DISTRIBUTORI

La CDA distribuisce un'ampia gamma di alimenti già confezionati alla fonte dal produttore; la gamma dei prodotti distribuiti è molto ampia e comprende oltre 260 articoli tra snacks dolci, salati, panini, gelati ecc... CDA acquista inoltre i prodotti di base per l'erogazione delle bevande calde (zucchero, caffè, latte, cioccolato, thè, camomilla, orzo, bicchieri e palette, caffè in capsule e cialde); per queste ultime, sempre nelle tabelle a pagina seguente, sono evidenziati i rifiuti prodotti indirettamente dal cliente.

Attualmente non risultano materiali derivanti da riciclo.

A partire dal 2015 CDA ha cominciato ad utilizzare per la somministrazione delle bevande calde dei bicchieri a minor impatto ambientale:

- **Hybrid** - bicchieri di plastica ottenuti con un processo produttivo che presenta un impatto di CO2 immessa in atmosfera, inferiore del 25% rispetto al tradizionale;
- **Carta** - bicchiere in materiale perfettamente biodegradabile e rispettoso dell'ambiente;
- **Poliaccoppiati carta-PET**.

Come si può vedere nella precedente Tabella 5, i volumi in gioco sono ancora molto piccoli, soprattutto a causa del prezzo di acquisto non ancora concorrenziale rispetto ai bicchieri prodotti nella maniera e con le materie prime tradizionali.

301-I, 103-I, 103-2, 306-2



4.3 ATTIVITÀ D'UFFICIO

Il consumo principale nelle attività di ufficio è quello della carta per stampante usata presso la sede, dove si concentra il personale amministrativo e direzionale.

In CDA si usa solamente carta con una componente dell'85% di carta riciclata e disinchiostata postconsumer, prodotta con il 100% di cellulosa E.C.F. (Elemental Chlorine Free), certificata F.S.C. (©1996 Forest Stewardship Council A.C.) proveniente da foreste gestite secondo rigorosi standard ambientali, sociali ed economici.

La disinchiostatura e sbiancatura TCF è senza cloro.

Tabella 8

CONSUMO DI CARTA (in chilogrammi)	2021	2022	2023
(in chilogrammi)	590	387,5	525

4.4 CDA E F.S.C. (Forest Stewardship Council)

Forest Stewardship Council (FSC) è un'organizzazione internazionale non governativa e nonprofit, nata nel 1993 per promuovere la gestione responsabile di foreste e piantagioni.

L'ente si propone di:

- proteggere e mantenere le comunità naturali e le foreste ad alto valore di conservazione;
- rispettare i diritti dei lavoratori, delle comunità e delle popolazioni indigene;
- costruire mercati, aggiungere un miglior valore e creare un equo accesso ai benefici.

CDA, sensibile da sempre alle tematiche legate al rispetto dell'ambiente, dal 2017 sostiene, anche economicamente, FSC tramite la quota associativa di € 900,00.





4.5 I MEZZI DI TRASPORTO

Come evidenziato in precedenza, la presenza quotidiana sulla strada di numerosi mezzi, costituisce una delle aree di maggior impatto sulla comunità in termini di emissioni e di potenziale pericolo per la salute. Tuttavia la presenza dei mezzi è indispensabile per lo svolgimento del servizio e quindi non può essere ridotta; i sistemi adottati dall'azienda per contrastare nei limiti del possibile le problematiche dovute a questo aspetto risiedono principalmente nel costante ammodernamento della flotta circolante e in una attenta e continua programmazione dell'operatività quotidiana di ogni singolo addetto.

In Tabella 9 vengono riportate le classi ecologiche europee dei mezzi della CDA.

Tra gli interventi per il contenimento degli impatti generati dal trasporto, oltre all'ammodernamento della flotta circolante, vi sono la manutenzione programmata e il passaggio a combustibili alternativi al diesel. Dai calcoli è esclusa un'autovettura di rappresentanza aziendale. Inoltre, a partire da luglio 2020, abbiamo tenuto in considerazione anche un furgone per il rifornimento dei distributori automatici completamente elettrico.

A partire dal 2021 inoltre, sono stati inseriti nel parco automezzi anche un altro mezzo elettrico per l'assistenza tecnica e tre mezzi ibridi.



Tabella 9

PARCO AUTOMEZZI CDA	2021	2022	2023
EURO 6	29	33	39
EURO 5	5	4	5
EURO 4	6	4	2
SCR (Riduzione delle particelle per effetto dell'ottimizzazione della combustione, Riduzione di NOx con post-trattamento mediante convertitore catalitico e AdBlue)	1	1	1
Metano	-	-	-
Elettrico	-	2	1
Ibrida	3	3	4
TOTALE	41	41	46

Tabella 10

ANNO	2021			2022			2023		
	Diesel	Benzina	Totale	Diesel	Benzina	Totale	Diesel	Benzina	Totale
Tipologia carburante									
Carburante consumato	82.704	1.869	-	82.479	2.083	-	82.837	3.685	-
Chilometri percorsi	765.187	38.772	794.959	791.786	41.209	791.786	778.793	58.734	837.527
Tonnellate di CO2 prodotta	217,5	4,2	221,7	216,9	4,6	216,9	216,5	8,2	224,7
Media aziendale g/Km di CO2	284	108	279	274	112	274	278	141	268,3
Media aziendale efficienza chilometrica Km/l	9,3	20,7	-	9,6	19,8	-	9,5	15,8	-





4.6 CONSUMO ENERGETICO DIRETTO ED INDIRETTO

Il consumo diretto di energia è riferibile al carburante per i veicoli aziendali ed al metano per il riscaldamento dei locali della sede. In Tabella II vengono riportati i dati dei consumi diretti.

I consumi indiretti di energia sono dovuti all'impiego dell'elettricità per illuminazione e servizi presso la sede e i bar automatici, uniche locazioni dove il consumo elettrico può essere valutato correttamente. La misura dell'energia elettrica consumata presso i clienti non può essere misurata con precisione, dal momento che l'utilizzo è il più vario a seconda del Cliente stesso, come per esempio turni, modello di distributore e utilizzo prevalente.

In Tabella I2 sono riportati i dati dei consumi indiretti, mentre in Tabella I3 è riportata, in gigajoule, la produzione di energia elettrica dell'impianto fotovoltaico.

Tabella II

CONSUMO DIRETTO DI ENERGIA SUDDIVISO PER FONTE PRIMARIA (gigajoule)	2021	2022	2023
Gasolio per automezzi ⁽¹⁾	3.011,4	3.003,2	2.998
Benzina per automezzi ⁽¹⁾	61,7	68,7	121,5
Metano per riscaldamento ⁽¹⁾	236,6	182,0	175,1
Totale consumi diretti	3310	3.254	3.295

⁽¹⁾ secondo i parametri G3 del GRI http://www.engineeringtoolbox.com/co2-emission-fuels-d_1085.html

Tabella I2

CONSUMO INDIRETTO DI ENERGIA (gigajoule)	2021	2022	2023
Energia elettrica consumata da rete elettrica nazionale alimentazione sede	327,8	357,2	356,4

Tabella I3

PRODUZIONE DI ENERGIA ELETTRICA (gigajoule)	2021	2022	2023
Energia elettrica prodotta da impianto fotovoltaico CDA	443,7	452,8	322,7

302-I

4.7 INTENSITÀ ENERGETICA E DI EMISSIONI

Con l'edizione corrente del report, abbiamo voluto riportare in termini di impatto ambientale la somministrazione di alimenti al consumatore secondo le formule:

- **Intensità energetica=(KJoule)/(numero di consumazioni)**
- **Intensità emissioni=(grammi CO2)/(numero di consumazioni)**

Il valore al numeratore rappresenta rispettivamente il consumo diretto e indiretto di energia espresso in Joule (energia elettrica, carburanti, riscaldamento) e le emissioni dirette e indirette espresse in CO2 equivalente, ne sono naturalmente esclusi i consumi elettrici presenti presso cliente. Al denominatore ci sono tutte le consumazioni (bevande calde, snack e bevande fredde), ne è escluso il settore OCS e la somministrazione di acqua tramite boccioni.

Tabella 14

ANNO	2021	2022	2023
Intensità energetica (KJ/consumazione)	292,7	295,2	297,9
Intensità emissioni (g CO2/consumazione)	16,3	15,9	15,6

Tabella 15

ANNO	2021	2022	2023
Autoconsumo da impianto fotovoltaico (kW)	66.228,8	67.257,8	55.692
Totale consumo elettrico (kW)	157.278,8	166.490,5	154.699

4.8 L'ENERGIA ELETTRICA

I consumi dell'energia elettrica influiscono in modo sensibile sulle emissioni di CO2.

I sistemi di gestione che l'azienda sta mettendo in campo, dopo una valutazione interna complessiva e organica sono i seguenti.

- **Manutenzione programmata dell'impianto fotovoltaico**, in modo tale da mantenere in perfetto stato di efficienza lo stesso e garantirne la massima produttività.
- **Rinnovamento parco macchine distributori automatici**, come introdotto nelle edizioni precedenti, CDA ha creato un database per la classificazione energetica del parco macchine, la cui utilità purtroppo è relativa perché non esiste una classificazione energetica ufficiale e universale dei distributori di bevande calde; per limitare la problematica CDA ha deciso quindi di approvvigionarsi da aziende leader di mercato in grado di assicurare il rispetto della marchiatura IMQ (IMQ, acronimo di Istituto Italiano per il Marchio di Qualità). La conformità garantisce che il prodotto sia fabbricato in base ai migliori criteri. Questo marchio non è obbligatorio per il produttore, a differenza del marchio CE, ed è soggetto a controlli anche dopo che i prodotti certificati sono immessi sul mercato, al fine di verificare che il rispetto dei sopracitati standard sia costante. Il rinnovamento del parco macchine è un processo lento funzione di diversi fattori; ad ogni modo in Tabella 17 è riportata l'età media dei distributori automatici suddivisi per categoria. Inoltre fa parte del rinnovamento parco macchine anche la sostituzione dei dispositivi di illuminazione a neon con led: eventuali neon presenti nei distributori di snack e bevande fredde vengono progressivamente sostituiti con strisce a led.
- **Telemetria**. Tra le iniziative che contribuiscono alla riduzione dei consumi energetici è stato attivato, su alcune postazioni di distributori automatici, il controllo da remoto tramite sistema di telemetria. Questo consente agli operatori di monitorare a distanza l'effettivo stato di approvvigionamento e funzionamento dei distributori, evitando così lo spostamento con automezzo fino alla postazione quando non necessario. L'impostazione **"energy saving"** è impostabile su alcuni distributori automatici per ridurre i consumi in orari di non utilizzo. In passato si è rivelata controproducente dal momento che i continui sbalzi di temperatura aggravavano il deposito di calcare all'interno della caldaia con conseguenti interventi tecnici per il ripristino. Nonostante ciò, ove è possibile farne uso, questa impostazione viene utilizzata. Un esempio sono le scuole.

302-4, 305-5

Tabella 16

EMISSIONI in tonnellate CO2 dirette e indirette	2021	2022	2023
Benzina per automezzi ⁽¹⁾	4,2	4,6	8,2
Gasolio per automezzi ⁽¹⁾	217,5	216,9	216,5
Metano per riscaldamento ⁽¹⁾	11,9	9,1	8,8
Energia elettrica ⁽²⁾	59,2	64,5	64,4
Totale emissioni	292,8	232,4	297,9

⁽¹⁾ http://www.sunearthtools.com/it/tools/CO2-emissions-calculator.php#txtCO2_14

⁽²⁾ <http://www.liferaces.eu/>

Tabella 17

ANZIANITÀ MEDIA DISTRIBUTORI AUTOMATICI in anni	2021	2022	2023
Refrigeratori per bocconi	6,8	7,1	5,5
Bevande calde	9,7	10,1	9,5
Bevande calde liofilizzate	12,1	12,5	8,3
Bevande fredde	13,2	13,8	10,3
Gelati	7,1	7,8	8,3
Snack	12,8	13,4	12,1
Snack refrigerati	7,6	8,2	8,5
Refrigeratori a rete	1,4	2,2	2,8

4.9 L'ACQUA

L'acqua utilizzata proviene da acquedotto, non ci sono prelievi da corpi idrici superficiali o cicli di riutilizzo della stessa.

L'acqua prelevata in CDA, viene usata per:

- **riempimento delle taniche destinate ai distributori automatici di bevande calde sparsi;**
- **attività di assistenza compreso il lavaggio dei distributori automatici;**
- **utilizzi nel territorio non collegabili alla rete idrica;**
- **attività legate al Lounge Bar;**
- **lavaggio dei furgoni;**
- **welfare per quanto attiene all'uso dell'autolavaggio per le auto del personale.**

Annualmente vengono effettuate le analisi di potabilità dei due punti di prelievo presenti in sede sulla base del DL 18 del 2023.

I volumi consumati sono stati ricavati dalle bollette dei fornitori e riportati in Tabella 18.

Per quanto riguarda gli scarichi idrici, la sede aziendale è servita dalla rete fognaria ed il ciclo di lavoro comporta immissioni rientranti nei parametri stabiliti dai gestori delle stesse.

Tabella 18

CONSUMO D'ACQUA (in metri cubi)	2021	2022	2023
Prelievo da rete acquedotto per sede di Flumignano	1.311	1.801	1.500

4.10 I RIFIUTI

La gestione dei rifiuti può essere sommariamente suddivisa in:

- **Rifiuti prodotti in sede CDA;**
- **Rifiuti prodotti presso i Clienti.**

Nel primo caso, il responsabile dell'ufficio preposto in CDA ha il compito di identificare i rifiuti prodotti per analizzarne l'origine e le caratteristiche per poterli poi indirizzare allo smaltimento/recupero. L'identificazione si conclude con l'assegnazione di un numero a 6 cifre, il cosiddetto codice CER (Catalogo Europeo Rifiuti) all'interno del quale il simbolo * indica che il rifiuto è definito pericoloso.

I rifiuti direttamente prodotti presso la sede aziendale sono prevalentemente carta, cartone, imballi in plastica e misti, affidati per lo smaltimento/riciclaggio a soggetti autorizzati.

Saltuariamente vengono smaltiti anche rifiuti pericolosi (vedi Tabella 7, per una descrizione più dettagliata). Una parte dei distributori automatici che vengono sostituiti a seguito di rinnovo delle caratteristiche sono sottoposti a un processo di ricondizionamento e venduti a operatori specializzati per il loro reimpiego sul mercato italiano o estero, mentre la rimanente quota viene periodicamente smaltita come rifiuto.

I rifiuti che invece vengono prodotti dai clienti a seguito della consumazione dei prodotti distribuiti da CDA (vedi Tabella 6), vengono generalmente smaltiti a cura dei clienti stessi ai quali CDA mette disposizione, in funzione delle singole modalità di raccolta presenti in loco, specifici contenitori utili a differenziare le varie tipologie di rifiuto.

Tra le iniziative che contribuiscono alla riduzione dei consumi energetici è stato attivato, su alcune postazioni di distributori automatici, il controllo da remoto tramite sistema di telemetria.





4.11 I PRODOTTI IN VIA DI SCADENZA RITIRATI DAI DISTRIBUTORI

Nel corso degli anni CDA ha sempre cercato di ottimizzare la distribuzione dei prodotti alimentari in modo tale da limitare il più possibile il numero di alimenti che vengono ritirati dai distributori perché ormai prossimi alla scadenza. Tale pratica è necessaria sia per ridurre gli sprechi sia le perdite conseguenti di denaro.

Nonostante tali numeri in prima battuta risultino ampiamente antieconomici, sono in realtà destinati a scendere con il tempo e fornire un know-how anche in applicazioni non proprie del settore tradizionale.

È confermato che, come negli anni precedenti, gli scarti in valore assoluto maggiori si registrano per i prodotti considerati “deperibili” e quindi con una shelf life corta, quali i panini e i tramezzini (Tabella 19).

Il contributo maggiore alla riduzione di queste perdite può provenire esclusivamente dalla bravura e dall’esperienza degli operatori addetti al rifornimento, i quali conoscendo molto bene sia le esigenze che le aspettative del cliente, possono riuscire a limitare notevolmente gli scarti.

Naturalmente, essendo il servizio di distribuzione automatica una “tentata vendita”, è sostanzialmente impossibile arrivare al risultato di resi pari a zero.

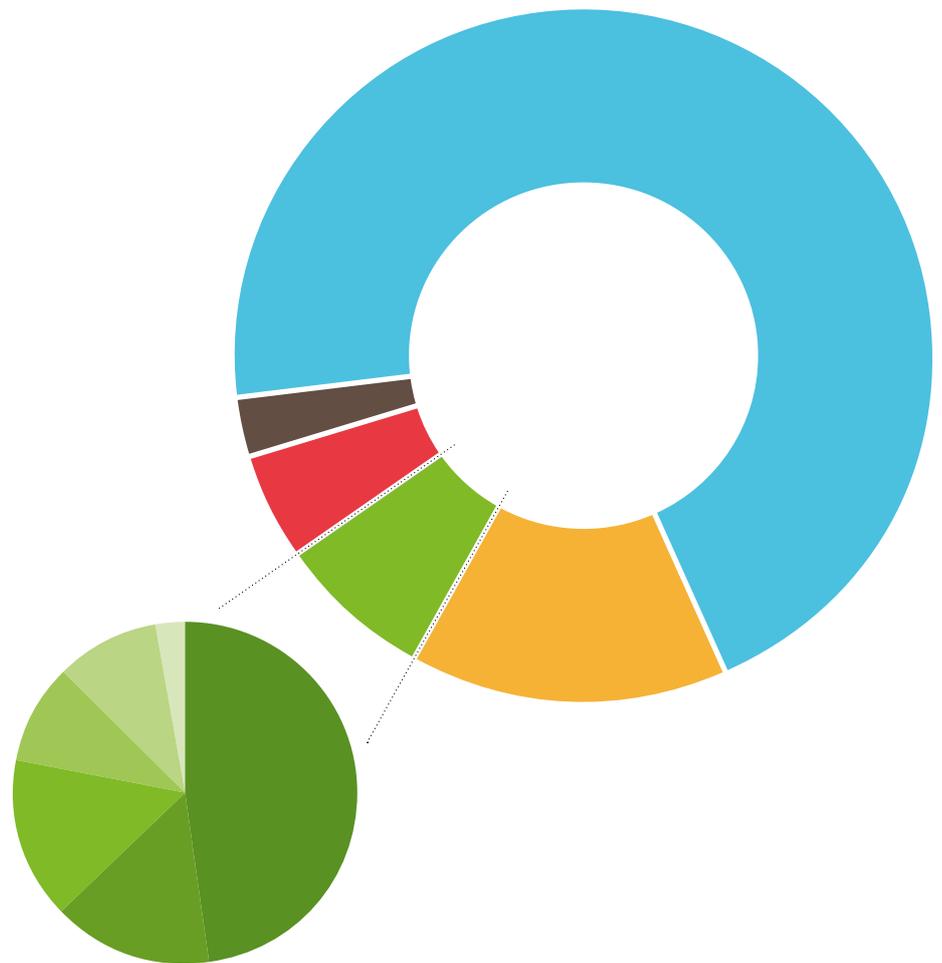
Nel corso del tempo, abbiamo svolto diversi corsi di formazione per dare tutti gli strumenti agli Addetti al Rifornimento dei Distributori per tenere sotto controllo la gestione delle scadenze.

Tabella 19

PERCENTUALE DI PRODOTTI RESI SUDDIVISI PER CATEGORIA SUL TOTALE DISTRIBUITO PER OGNI CATEGORIA Valore in percentuale (%)	2021	2022	2023
Bevanda	0,66	0,05	0,18
Bevanda lattina	0,18	0,10	0,19
Gelati	2,35	0,68	1,96
Panini tramezzini pizze	2,94	2,74	3,15
Snack dolce	0,22	0,21	0,27
Snack salato	0,24	0,17	0,19
Yogurt	4,90	3,87	21,65
Altro frutta	0,19	0,31	0,31
Succhi di frutta	0,21	0,28	0,15
TOTALE	0,43	0,39	0,48

2023
PERCENTUALE PRODOTTI RESI INVENDUTI SUL TOTALE

-  Panini tramezzini
-  Snack dolce
-  Snack salato
-  Acqua
-  Altro



4.12 CDA E LA LOTTA ALLO SPRECO ALIMENTARE

In quanto società benefit abbiamo assunto l'impegno formale a generare sempre impatto positivo sul territorio.

Con l'obiettivo di poter recuperare in qualche modo i resi dei nostri prodotti, ormai dal 2015, abbiamo avviato diverse collaborazioni con enti ed associazioni che, con noi, possano redistribuire i prodotti non ancora scaduti ma resi sul territorio regionale.

Grazie alla collaborazione dapprima con la Croce Rossa e, successivamente, con il Banco Alimentare, abbiamo potuto concretizzare visione anche su questo fronte: per noi l'importante non è generare rifiuti, ma impatti positivi.



Tabella 20

NUMERO PRODOTTI FORNITI ALLA CROCE ROSSA	2021	2022	2023
Altro frutta	150	50	-
Bevanda	230	230	-
Bevanda lattina	900	190	-
Panini tramezzini pizze piadine	16.000	7.200	14.588
Snack dolce	2.900	720	108
Snack salato	1.250	340	8
Yogurt	120	-	24
Succhi di frutta	250	130	-
TOTALE	21.800	8.860	14.728



5.0

SOCIALE

- 5.1 IL PERSONALE E LE MODALITÀ DI LAVORO
- 5.2 CDA PER IL SOCIALE
- 5.3 SOCIETÀ
- 5.4 GLI OBIETTIVI DI BENEFICIO COMUNE
- 5.5 WELFARE
- 5.6 FORMAZIONE
- 5.7 I DIRITTI UMANI
- 5.8 CDA E LA SANA ALIMENTAZIONE
- 5.9 BIO
- 5.10 APPROVVIGIONAMENTO
- 5.11 IMPRONTA NUTRIZIONALE

5.1 IL PERSONALE E LE MODALITÀ DI LAVORO

Il personale viene assunto tra i residenti in regione Friuli Venezia Giulia che pertanto possono essere generalmente definiti locali.

CDA non raccoglie informazioni relative al proprio personale che possano essere riconducibili a forme di discriminazione o manifestazione di diversità, quali ad esempio il credo religioso, l'origine etnica, la disabilità e l'appartenenza politica.

Tutto il personale dipendente è inquadrato contrattualmente con contratto collettivo nazionale del commercio, salvo gli addetti al CDA Lounge Bar assunti con contratto turismo e pubblici esercizi; non vi è differenza di remunerazione in funzione del genere. CDA inoltre ha in essere una collaborazione esterna con un lavoratore autonomo.

CDA possiede una struttura organizzativa che, per il tipo di servizio offerto, fa della flessibilità, della velocità nei tempi di risposta alle dinamiche esigenze del cliente e del mercato, uno dei propri punti di forza. Questo tipo di impostazione si riflette nell'operatività gestionale secondo dinamiche che, seppur consolidate, possono comunque lasciare spazio a necessità riorganizzative difficilmente programmabili. Può pertanto capitare, soprattutto in occasione di aggiudicazione o perdita di appalti/clienti, che i tempi di contratto da rispettare richiedano celerità nell'allestire o dismettere le postazioni di erogazione del servizio; questo comporta, in funzione dell'entità dell'installazione e della collocazione territoriale, un possibile cambio di operatività degli addetti. Eventuali cambi senza preavviso sono possibili, ma non sono la regola.

Ad ogni modo, si cerca comunque di garantire agli operatori uno scambio di informazioni che li metta al corrente delle principali gare di appalto a cui la CDA partecipa ed il periodo di possibile aggiudicazione o cessazione di servizi già in essere allo scopo di fornire i possibili scenari in cui l'organizzazione si troverà ad operare.

Saltuariamente vengono attuati degli spostamenti di operatori da una zona di competenza ad un'altra; questo avviene sia per evitare l'instaurazione di situazioni di comodo, sia per mantenere alto lo stimolo e l'attenzione.

CDA opera in armonia con gli standard internazionali riconosciuti in merito a salute e sicurezza sul lavoro, formazione e istruzione, diversità e pari opportunità. Gli addetti al rifornimento dei distributori automatici sono dotati di divisa riconoscibile, di tesserino di identificazione e dei dispositivi di protezione individuale necessari in funzione dei rischi valutati.

103-1, 103-2, 202-2,
402-1, 403-2, 405-2

Per la sede aziendale sono stati inoltre elaborati gli specifici piani di emergenza ed evacuazione.

La salute e la sicurezza sono un elemento di cui CDA tiene conto nella sua strategia di sostenibilità, non a caso nel 2015 è stata adottata e regolarmente rinnovata la norma di certificazione volontaria BSOHSAS 18001 (identificato come standard internazionale per un sistema di gestione della Sicurezza e della Salute dei Lavoratori) che a dicembre 2020 è diventata ISO 45001.

CDA fornisce un impegno costante per dare ai dipendenti un ambiente di lavoro sicuro e sostenere, tramite il coordinamento con i clienti, un flusso informativo che permetta di lavorare in sicurezza anche presso le migliaia di installazioni del territorio.

Non sono mai stati registrati infortuni mortali sul lavoro, né casi di incidenti gravi, anche in anni precedenti al 2013. Questo dato è da tenere in forte considerazione in relazione all'attività svolta sul territorio, che comporta una elevata percorrenza chilometrica degli operatori e che nel 2023 ha dato esito a 12 infrazioni al codice della strada, delle quali 8 per eccesso di velocità, 3 per divieto di sosta o zona vietata, una per urto verso un pedone. Si ritiene che i bassi tassi di infortunio e assenteismo riscontrati negli anni possano essere anche letti come il risultato di corrette pratiche di gestione della salute e sicurezza.

Si riportano in Tabella 23, per il periodo di riferimento, il tasso di frequenza degli infortuni e il tasso delle assenze. Negli anni non sono state registrate vertenze dei dipendenti o interruzioni del lavoro causate dal rifiuto di massa a svolgere l'attività.

Negli anni oggetto di questo report, la media degli impiegati in azienda è stata di 71 unità. Abbiamo registrato 6 nuove assunzioni a fronte di 12 fuoriuscite.

Nel 2020, a causa della situazione pandemica dovuta al Covid-19, sono state registrate 23.503 ore di cassa integrazione straordinaria che hanno riguardato tutto il personale.

Tabella 21

SPESE DOVUTE ALLA SICUREZZA (DPI, manutenzioni, corsi di formazione...)	2022	2022	2023
Spesa sostenuta	34.832	30.241	30.247

5.2 CDA PER IL SOCIALE

CDA devolve ogni anno parte degli utili a fini sociali (vedi tabella sottostante) ad associazioni ed enti quali: Associazione Autismo FVG, Telethon, Insieme per un Sorriso, Lega Italiana Fibrosi Cistica, FAI SPORT, Piccolo Cottolengo, Associazione Friulana Famiglie Diabetici, La Fenice ODV, Parrocchia di Flumignano, La Marculine.

Tabella 22

CDA PER IL SOCIALE	2021	2022	2023
Erogazioni liberali	10.388	7.974	7.250

201-I, 205-I, 206-I, 413-I, 415-I, 419-I



***Per noi di CDA
sostenere il territorio vuol dire
rendere al territorio stesso
parte del valore che ci ha dato
e che ci permette di crescere
e prosperare
da quasi 50 anni.***

Fabrizio Cattelan



5.3 SOCIETÀ

Come descritto finora, CDA in quanto Società Benefit, nello svolgimento delle proprie attività, ha intrapreso un percorso di identificazione, misurazione e valutazione degli impatti che produce sulla collettività in cui opera.

Nei rapporti con le istituzioni pubbliche (autorità regolatorie e ispettive), l'azienda uniforma il proprio operato al rispetto delle leggi vigenti in tema di anticorruzione, pratiche di mercato (es. concorrenza), condizioni di lavoro e rispetto dell'ambiente. Inoltre ribadisce, sia nel codice comportamentale che nell'ambito degli incontri con il personale, l'impegno al più rigoroso rispetto delle leggi e in particolare il divieto di compiere qualsiasi atto che possa coinvolgere la Società riguardo a reati previsti dalla legge.

Inoltre, nella propria relazione di impatto annuale pubblicata sul proprio sito web, CDA rendiconta tutte le azioni intraprese per raggiungere i propri scopi di beneficio comune e gli obiettivi che si pone a tal proposito per l'anno successivo.

Nel periodo considerato non ci sono stati casi di reati in ambito di corruzione e nemmeno legati all'antitrust o alla libera concorrenza e pertanto nessuna sanzione per mancato adeguamento alla normativa cogente. CDA affronta con attenzione gli impatti che le proprie attività hanno nella comunità in cui opera, cercando di orientare le proprie politiche oltre il conseguimento di risultati economici positivi, verso lo sviluppo sociale.

Questo impegno si concretizza nell'attenzione alle proprie risorse umane che appartengono alla comunità locale, nelle iniziative realizzate a favore della comunità attraverso donazioni e sponsorizzazioni e nella salvaguardia dei posti di lavoro creati. CDA non finanzia partiti politici.

5.4 GLI OBIETTIVI DI BENEFICIO COMUNE

In qualità di società benefit, CDA persegue 5 obiettivi di beneficio comune che sono stati integrati nell'oggetto sociale dell'azienda e nel suo statuto il 23 dicembre 2020.

1. **La diffusione e promozione attiva di sensibilità etica ed estetica in materia ambientale, incentivando i comportamenti virtuosi di attenzione all'equilibrio della biosfera mediante:**
 - riciclo e riutilizzo di scarti derivanti dal business;
 - raccolta differenziata dei rifiuti in azienda;
 - produzione di energia da fonte rinnovabile;
 - utilizzo e promozione di mezzi di trasporto alimentati da fonti rinnovabili;
 - digitalizzazione dei documenti;
 - riduzione dello spreco alimentare.
2. **La sostenibilità sociale**, attraverso l'adozione di misure di welfare aziendale, l'elaborazione di progetti di conciliazione famiglia-lavoro, il sostegno a progetti di cooperazione internazionale e di rete con il territorio.
3. **La collaborazione e la sinergia**, al fine di contribuire al loro sviluppo, con organizzazioni no profit, fondazioni, istituzioni culturali, associazioni e società il cui scopo sia allineato e sinergico con quello della società.
4. **La crescita professionale dei collaboratori**, attraverso programmi di formazione costante e attraverso meritocrazia e possibilità di crescita personale.
5. **Incentivazione e promozione di prodotti locali** o a km zero, nonché di sani stili di vita e di una corretta alimentazione.

Le finalità di beneficio comune saranno perseguite tanto mediante la produzione di effetti positivi, quanto mediante riduzione di effetti negativi nei confronti delle categorie sopra indicate.



5.5 WELFARE

Il merito del successo di un'azienda, non è solamente di chi lo guida, ma anche di chi, ogni giorno, partecipa con impegno al raggiungimento di tale risultato. Per questo motivo in CDA abbiamo sempre ritenuto importante condividere il risultato economico con tutto il personale attraverso azioni mirate e un piano welfare articolato.

A partire dal 2017 è stata svolta una indagine interna per identificare le necessità del personale e ogni anno vengono messe in campo alcune iniziative, quali:

- acquisto di libri di testo scolastici per i figli a carico dell'azienda;
- assicurazione sanitaria integrativa;
- Buoni spesa per chi non usufruisce del buono libri;
- autolavaggio aziendale a disposizione per le auto private;
- reception di pacchi durante l'orario lavorativo;
- gruppi di spesa collettivi;
- convenzioni con diverse realtà del territorio per sconti specifici.



Tabella 23

DESCRIZIONE	QUANTITÀ 2021	QUANTITÀ 2022	QUANTITÀ 2023
Numero infortuni	-	1	-
Giorni complessivi di assenza per infortunio	-	18	-
Giorni di assenza per infortuni mani e arti superiori in attività connesse alla gestione dei distributori automatici	-	18	-
Giorni di assenza per infortuni altre sedi corporee a causa di sinistri stradali	-	-	-
Giorni di assenza per infortuni altre sedi corporee e altre cause	-	-	-
Incidenti mortali	-	-	-
Malattie professionali	-	-	-
TOTALE ORE LAVORATE NELL'ANNO	113.959	122.414	129.151,5
Ore di malattia nell'anno	3.951	5.135	3.544
Ore di malattia professionale nell'anno	-	-	-
Ore di infortunio nell'anno	-	89	-
Giorni di malattia nell'anno	677	871	580
Giorni lavorati nell'anno	14.369	15.005	15.081
Tasso di frequenza infortuni (Injury Rate)	-	1,63	-
Tasso di gravità infortuni (Lost Day Rate)	-	29,41	-
Tasso di malattia professionale (Occupational Diseases Rate)	-	-	-
Tasso di assenteismo (Absentee Rate)	9.423,1	11.849,4	7691,8

- Le definizioni adottate sono, come richiesto dai protocolli GRI, quelle previste dall'International Labour Organization (ILO).
 - Tasso di frequenza infortuni (Injury Rate).** È il numero di infortuni con astensione dal lavoro di almeno un giorno diviso per le ore lavorate nell'anno, moltiplicato per 200.000 (corrispondenti a 50 settimane lavorative * 40 ore * 100 dipendenti).
 - Tasso di gravità infortuni (Lost Day Rate).** È il rapporto tra le giornate non lavorate per infortunio e le ore lavorate nell'anno, moltiplicato per 200.000. Le giornate non lavorate sono giorni di calendario e si contano a partire da quando si è verificato l'infortunio.
 - Tasso di assenteismo (Absentee Rate).** È il numero dei giorni di assenza per malattia, sciopero, infortunio sul numero di giorni lavorati nello stesso periodo, moltiplicato per 200.000. Per agevolare il confronto con altre fonti, questo indicatore è stato calcolato anche come incidenza percentuale sui giorni lavorati.
 - Tasso di malattia professionale (Occupational Diseases Rate).** È il numero totale di casi di malattia professionale diviso per le ore lavorate nell'anno, moltiplicato per 200.000.
- I dati riportati in tabella si riferiscono a tutte le sedi di CDA (Flumignano e Moimacco).
- Le causali d'assenteismo considerate non comprendono la maternità, i congedi matrimoniali, i permessi per motivo di studio, i permessi per attività sindacale.

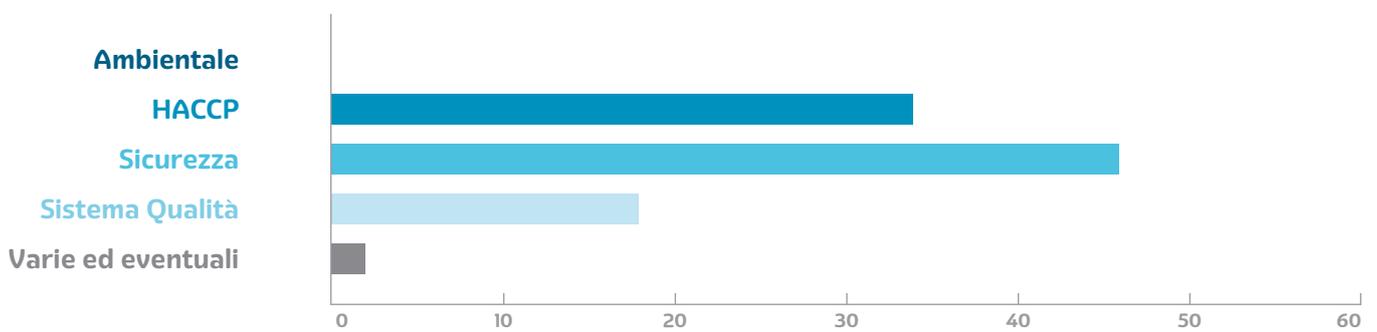
5.6 FORMAZIONE

La formazione nei vari ambiti viene fornita a tutto il personale interessato; non ci sono discriminazioni e disparità di trattamento di alcun genere.

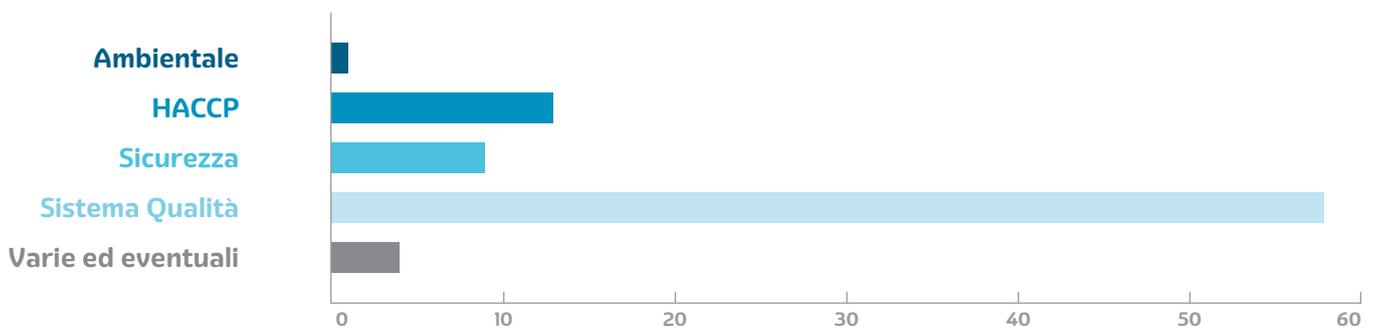
Tabella 24

PERSONALE SUDDIVISO IN MACROCATEGORIE	2021		2022		2023	
	Ore totali	Ore a persona	Ore totali	Ore a persona	Ore totali	Ore a persona
OPERATORI + collaboratori	386	13,3	218	6,6	140	4,89
BAR	51	12,8	20	3,3	9	1,80
JOLLY	106	15,1	40	5,7	40	4,89
ASSISTENZA	141	10,1	552	36,8	90	5,7
MAGAZZINO	51	17	49	16,3	62	15,5
COMMERCIALI	54	13,5	65	16,3	62	12,4
ASSICURAZIONE QUALITÀ	82	41	61	30,5	42	42
AMMINISTRAZIONE + CONTROLLO DI GESTIONE + altri	134	22,3	89	14,8	155	19,4
TOTALE	1.005	-	1.094	-	564	-

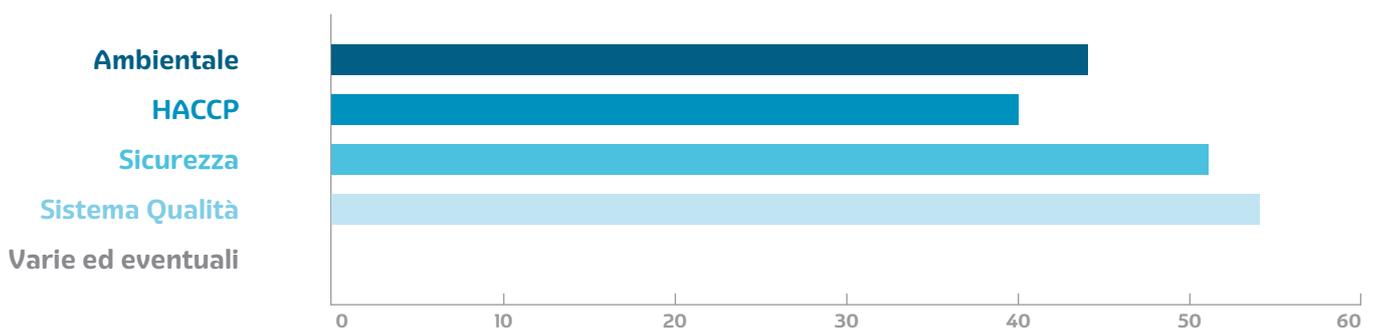
ORE DI FORMAZIONE 2021



ORE DI FORMAZIONE 2022



ORE DI FORMAZIONE 2023



5.7 I DIRITTI UMANI

In accordo con la Dichiarazione Universale dei Diritti Umani dell'ONU, in CDA viene sancito che:

- è vietato favorire e penalizzare professionalmente un lavoratore per razza, sesso, orientamento sessuale, ceto sociale, nazionalità, fede religiosa, invalidità, appartenenza sindacale e politica,
- inoltre:**
- è vietato l'impegno di lavoratori in età scolare (scuola dell'obbligo) o inferiore;
 - è vietato ottenere una prestazione lavorativa sotto minaccia di qualsiasi natura, con ricatti fisici o psicologici, con requisizione dei documenti di identità, con la richiesta di denaro in cambio di lavoro;
 - è vietata qualsiasi forma di punizione corporale, coercizione mentale o fisica, violenza verbale;
 - è garantito il rispetto degli orari di lavoro ordinario e straordinario e dei turni di riposo secondo gli accordi contenuti nei CCNL;
 - è garantito il rispetto degli accordi salariali previsti dai CCNL con pagamento degli straordinari in busta paga e versamento dei contributi previdenziali.

La CDA, fortunatamente, opera in un settore di mercato e in un contesto locale in cui il rispetto dei diritti umani non desta particolare preoccupazione. L'integrazione di fattori riconducibili ai diritti umani nei requisiti delle performance della CDA non sembra pertanto essere una strategia necessaria alla riduzione dei rischi di investimento della stessa.

Non si attendono, nelle pratiche aziendali che CDA svolge e promuove, casi di violazioni dei diritti umani che possano comportare danni reputazionali.

Nel corso del 2016-2017, durante gli audit di qualifica dei fornitori, non sono state individuate criticità legate al non rispetto dei diritti umani e non si sono verificati episodi legati a pratiche discriminatorie. Nell'ambito della "discriminazione", vengono prese in considerazione, non solo le situazioni in cui un dipendente viene trattato in modo disuguale (imponendo oneri o negando benefici invece di valutare la persona in modo equo sulla base dei meriti personali), ma anche la molestia intesa come commenti o azioni che sono sgradite alla persona alla quale sono state rivolte.

Alla CDA Srl non sono mai state inoltrate denunce per episodi legati a pratiche discriminatorie né presso l'azienda, né presso le autorità competenti.

L'azienda, nel pieno rispetto delle principali dichiarazioni e legislazioni sui diritti umani e delle Convenzioni 138 e 182 dell'OIL, ha sempre vietato l'impiego di persone di età inferiore a 16 anni in qualunque fase del suo processo produttivo. Al momento non sono mai stati riscontrati casi di lavoro minorile o in contrasto con le normative in merito all'istruzione obbligatoria, così come non sono noti casi di ricorso a lavoro forzato, né all'interno dell'azienda, né per quanto a conoscenza presso fornitori diretti. Di conseguenza nel periodo di rendicontazione, come negli anni precedenti, non si sono registrate sanzioni legate al mancato rispetto di leggi o regolamenti sulla discriminazione sul posto di lavoro, frode contabile o corruzione.



L'azienda ha affrontato negli anni diversi temi che riguardano l'ampliamento dell'offerta tesa a soddisfare i bisogni nutrizionali di gruppi di specifici consumatori in termini di disponibilità e accessibilità di nuove tipologie di prodotti senza compromettere la salute.



5.8 CDA E LA SANA ALIMENTAZIONE

CDA si interfaccia quotidianamente con popolazioni di consumatori estremamente varie, che rappresentano istanze, carenze o eccessi nutrizionali di tipologia e ampiezza diversi. È per questo che l'azienda ha affrontato negli anni diversi temi che riguardano l'ampliamento dell'offerta tesa a soddisfare i bisogni nutrizionali di gruppi di specifici consumatori in termini di disponibilità e accessibilità di nuove tipologie di prodotti senza compromettere la salute.

Ormai molti dei distributori automatici di snack presentano l'etichetta esplicativa delle caratteristiche specifiche dei prodotti in vendita, etichetta che viene costantemente aggiornata.

Dal 2013 si è ormai consolidata la collaborazione con l'Associazione Italiana Celiachia (AIC) all'interno del progetto Alimentazione Fuori Casa (AFC).

5.9 BIO

I prodotti biologici, il cui trend di consumi è in costante aumento, si pongono l'obiettivo di salvaguardare maggiormente l'ambiente evitando l'utilizzo di sostanze estranee quali OGM, pesticidi e antibiotici in agricoltura e allevamento e rispettando delle indicazioni normative ben precise.

Pur non essendo tra i prodotti più venduti attraverso i distributori automatici, CDA dispone comunque di numerose referenze tra snack dolci, salati e bevande fredde da poter offrire ai clienti interessati e sensibili, così come è in grado di allestire completamente il distributore automatico di bevande calde con caffè e prodotti solubili certificati BIO.





L'azienda ha adottato politiche di approvvigionamento che gradualmente privilegiano gli elementi connessi alla sostenibilità nella scelta dei fornitori (es. fornitori locali).

In tale ambito è comunque necessario confrontarsi con i fornitori leader di mercato e multinazionali che di certo non sono a km 0 o sostenibili.



5.10 APPROVVIGIONAMENTO

CDA distribuisce alimenti e bevande preconfezionate nell'ambito di un mercato dei fornitori molto articolato per numero, collocazione e volume di prodotti messi a disposizione ed acquisiti.

L'azienda ha adottato politiche di approvvigionamento che gradualmente privilegiano gli elementi connessi alla sostenibilità nella scelta dei fornitori (es. fornitori locali). In tale ambito è comunque necessario confrontarsi con i fornitori leader di mercato e multinazionali che di certo non sono a km zero o sostenibili.

La scelta di un fornitore o di un prodotto alternativo ad un altro infatti è comunque funzione di numerose variabili, come per esempio la flessibilità nei tempi e nelle quantità in consegna (CDA è una media impresa e i volumi in gioco dei prodotti non sono tali da garantire sempre un minimo di ordine accettabile per alcuni fornitori).

Il core business in CDA è naturalmente il caffè, i cui fornitori hanno già dimostrato sensibilità ai temi legati alla sostenibilità proponendo nel loro assortimento anche prodotti fair trade. Tali varietà di caffè non sono ancora state valutate dal momento che una qualsiasi variazione del core business, necessita di elaborazioni molto complesse da diversi punti di vista (prezzo, gusto, cremosità, durata nel tempo, affidabilità del produttore per citarne solo alcuni).

La modalità di approvvigionamento che CDA ha strutturato negli anni è orientata a garantire un flusso in ingresso e uscita dei prodotti alimentari dal proprio magazzino compatibile con un rinnovo regolare e veloce degli stessi in funzione di obiettivi di sicurezza alimentare e di qualità definiti nell'ambito dell'ormai consolidato sistema di gestione.

Nell'ambito del proprio settore è stato possibile osservare che il panorama del sistema di approvvigionamento è in continua evoluzione: il numero dei produttori che effettuano direttamente il trasporto verso il magazzino CDA si riduce progressivamente a favore di soggetti che operano su un mercato della logistica e consegna.

Questa evoluzione richiede pertanto una sempre maggiore attenzione in fase di accettazione dei prodotti alimentari in ingresso, evitando o mantenendo in attesa di verifica definitiva quelli che non rispettano i parametri tecnicoqualitativi e di sicurezza alimentare richiesti.

Un rapporto consolidato con i produttori e fornitori principali ha comunque permesso negli anni di confermare una politica di garanzia reciproca in termini di accettazione/rifuto dei prodotti che anteponga sempre la tutela del consumatore finale. Anche in questi ultimi anni, come nel passato, lo standard principale di riferimento in CDA per quanto riguarda la selezione di fornitori è quello della qualità/prezzo, intendendo per qualità una dimensione variabile che sempre più si è cercato di declinare in sostenibilità complessiva.

5.11 IMPRONTA NUTRIZIONALE

CDA distribuisce alimenti e bevande preconfezionate nell'ambito di un mercato dei fornitori molto articolato per numero, collocazione e volume di prodotti messi a disposizione ed acquisiti.

In Tabella 26 sono riportati i due indicatori di performance di prodotto FP6 e FP7, ai quali vengono anche affiancati quattro indicatori creati internamente in CDA maggiormente rappresentativi dell'andamento aziendale.

Ricordiamo che questi indicatori sono stati il frutto del progetto "Impronta nutrizionale" e sono così distinti:

1. **IN A (ambientale)** - considera la provenienza (prodotti regionali o confinanti) e il tipo di produzione (biologica o equosolidale);
2. **IN + (plus)** - considera gli aspetti positivi presenti negli articoli distribuiti (assenza grassi trans, addizione di vitamine, fibre, compatibilità per categorie particolari come i celiaci);
3. **IN - (minus)** - considera gli aspetti negativi (presenza di edulcoranti, conservanti, alcool, grassi tropicali (come palma e cocco));
4. **IN percorso salute** - considera l'andamento della distribuzione dei prodotti rispettosi delle linee guida regionali.

Il foglio di calcolo utilizzato per determinare i valori in Tab. 26 permette inoltre di confrontare non solamente l'evoluzione di anno in anno della CDA nel suo complesso, ma anche di fare raffronti tra i consumi di due clienti diversi tra di loro o dello stesso cliente in periodi di tempo diversi.

Con quest'ottica sono state preparate nel triennio relazioni per i clienti: Arpa, Promoturismo FVG, Came, Biofarma e SBE.

Ad ogni modo nel triennio, gli indicatori IN A e IN - presentano dei valori altalenanti dovuti, nel primo caso alla scelta commerciale di preferire l'approvvigionamento dell'acqua fuori regione, nel secondo ad una riduzione effettiva (rapportata al totale) di articoli che presentano caratteristiche, quali la presenza di grassi tropicali o alcool, in grado di incidere positivamente sugli indicatori IN + e IN percorso salute.

Tabella 26

Valore in percentuale (%)	2021	2022	2023
IN A	0,62	0,64	0,58
IN +	0,24	0,22	0,20
IN -	0,14	0,14	0,12
Articoli percorso salute	331.220	339.400	395.882





ACHILLEA
TABORELLI

1

frullinossidabili
SCCIAI NOSSIDABILI

REFRION
COOL GENERATION

IO SONO
FRIULI
VENEZIA
GIULIA

GRUPPO
Unipol

Unipol

zonin

Carifriuli

AGDA

AGDA

AGDA

AGDA

ITALIA

6.0

PRODOTTO-SERVIZIO

- 6.1 A GARANZIA DEL SERVIZIO
- 6.2 NON SOLO ALIMENTI
- 6.3 CDA E LO SPORT
- 6.4 LINEE GUIDA UTILIZZATE E LIVELLO DI APPLICAZIONE DICHIARATO

6.1 A GARANZIA DEL SERVIZIO

Il percorso intrapreso nel 2000 nell’ambito delle norme di gestione della qualità, con l’ottenimento della UNI EN ISO 9001, è proseguito negli anni.

La direzione aziendale, sensibile a quanto le norme di certificazione volontarie possano contribuire alla crescita interna di una azienda, ha posto come obiettivi aziendali anche l’adeguamento ad ulteriori norme.

A tal proposito possiamo riassumere il triennio in questo modo:

- nel 2021 nessun ritiro;
- nel 2022 un ritiro (frutta secca con possibile presenza di tignola);
- nel 2023 un ritiro (snack dolce per presenza muffa).

Non ci sono state conseguenze per i consumatori; la non conformità è stata chiusa con responsabilità sempre attribuibile al fornitore.

Tabella 27

ANNO	NORME	DESCRIZIONE
2000	UNI EN ISO 9001	Norma di gestione generale
2011	TQS VENDING (top quality standard)	Norma specifica del settore vending
2012	UNI EN ISO 22000	Certificazione specifica del settore alimentare a garanzia della sicurezza del consumatore
2014	UNI EN ISO 14001	Norme di gestione ambientale
2018	BIO	Operatore biologico controllato
2019	MODELLO GESTIONE 231	-
2020	EN ISO 45001	Standard di gestione della sicurezza sui luoghi di lavoro



Sanzioni

Non essendoci stati reati, non sono state irrogate a CDA sanzioni amministrative o giudiziarie inerenti la responsabilità di prodotto e neppure relative a violazioni della privacy.

Customer satisfaction

Continua come nelle edizioni precedenti, la rilevazione della customer satisfaction effettuata dal reparto commerciale e controllo e qualità. La metodologia di realizzazione dell'indagine prevede la compilazione da parte del Cliente di un questionario con 9 domande relative al servizio offerto con 7 risposte possibili (insufficiente, scarso, sufficiente, discreto, buono, ottimo, eccellente) più uno spazio per i suggerimenti.

Le aree indagate riguardano:

- l'assistenza commerciale;
- l'assistenza tecnica;
- l'assistenza telefonica;
- il rifornimento dei distributori automatici;
- la cortesia degli operatori;
- la qualità dei prodotti;
- la varietà tipologica degli stessi;
- l'efficienza dei distributori;
- la qualità del servizio di fornitura di acqua in boccioni;
- il rispetto delle disposizioni in materia di sicurezza ed ambiente;
- la sostenibilità.

Dal 2017 è stata modificata la modalità di raccolta dei questionari di customer satisfaction che viene registrata tramite il tablet in dotazione ai reparti commerciali e qualità con 7 livelli di apprezzamento (insufficiente, scarso, sufficiente, discreto, buono, ottimo, eccellente). Proprio a causa di questa modifica al metro di giudizio, il raffronto con gli anni precedenti risulta difficoltoso e pertanto si rimanda alla prossima edizione per una valutazione più approfondita; ad ogni modo tutti i questionari analizzati hanno comportato un risultato assoluto soddisfacente. A partire dal 2021, anche a causa delle conseguenze della pandemia, abbiamo cominciato a inviare, anche attraverso moduli di Google, il questionario di customer satisfaction.

Marketing, servizio e prodotti offerti

Il settore nel suo complesso, ma anche la CDA, si sta impegnando in modo significativo da alcuni anni a favorire una cultura della promozione della salute e di corretti stili di vita.

In tale percorso va letta sotto forma di marketing sociale l'adesione alle iniziative di CONFIDA (associazione di categoria del Vending) quali:

- 2005 Carta dei Servizi;
- 2010 Progetto sani e in forma;
- Linee guida sui capitolati d'appalto.

L'attività di marketing tramite stampa, social network, promozioni e concorsi è curata da una figura interna. Per quanto riguarda il marketing relativo ai prodotti offerti, questo, a livello globale, fa parte delle politiche pubblicitarie delle aziende produttrici.



*La società sportiva
della Volley Talmassons
ha festeggiato 30 anni
dalla sua fondazione,
periodo che coincide
con gli anni in cui
l'azienda sostiene questa
fondamentale realtà
sportiva per il territorio
comunale di Talmassons.*



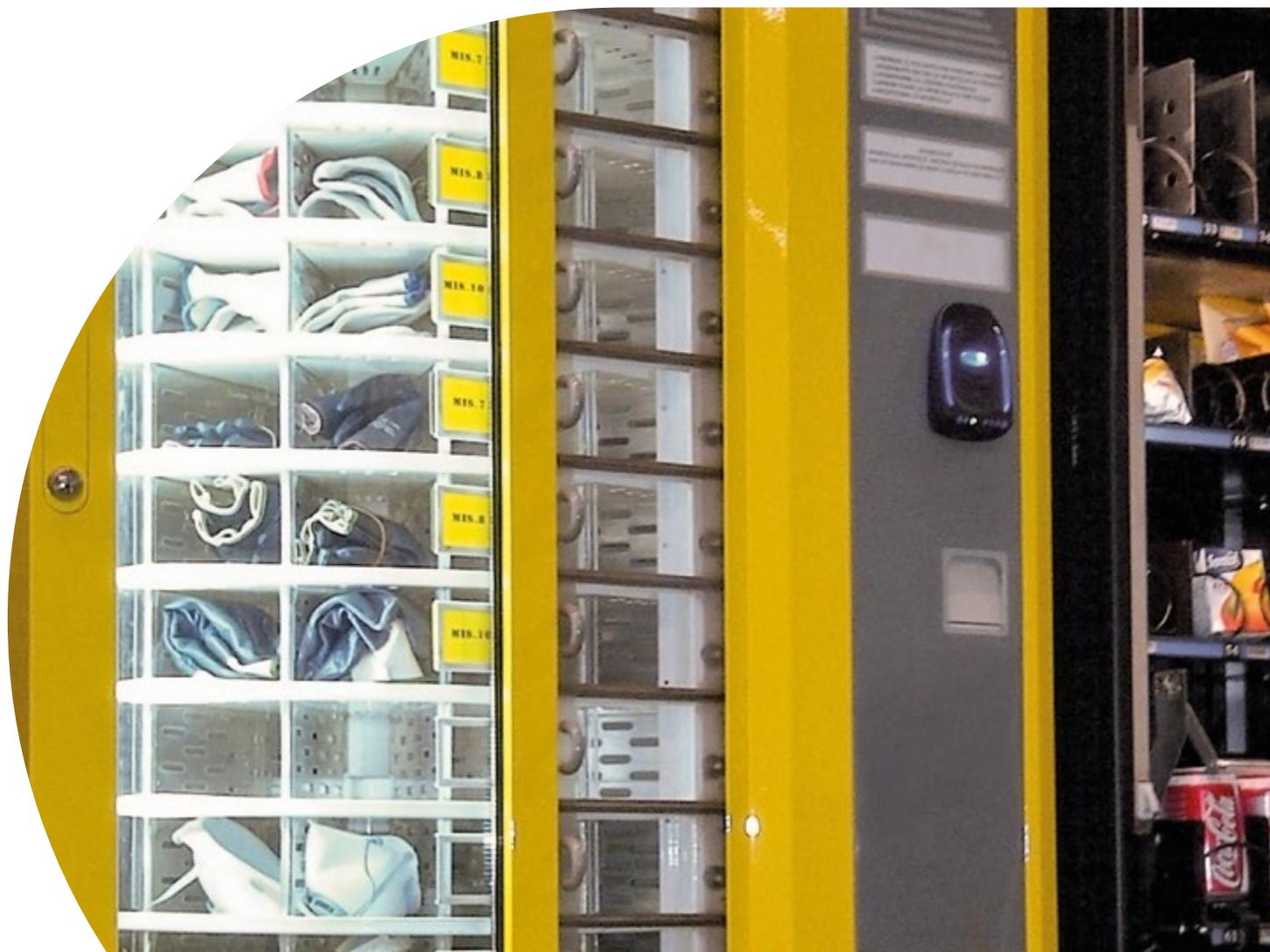
6.2 NON SOLO ALIMENTI

Il distributore automatico è un mezzo di vendita assolutamente versatile, per questo motivo CDA ha cercato di inserirsi nell'ambito della distribuzione di:

- Dispositivi di Protezione Individuale (DPI) per la sicurezza sui luoghi di lavoro;
- Articoli elettronici e accessori come chiavette USB;
- Accessori per le piscine quali occhiali, cuffie, ecc... ;
- Articoli da toeletta.

Ad oggi risultano attivi 15 distributori di DPI.

2011

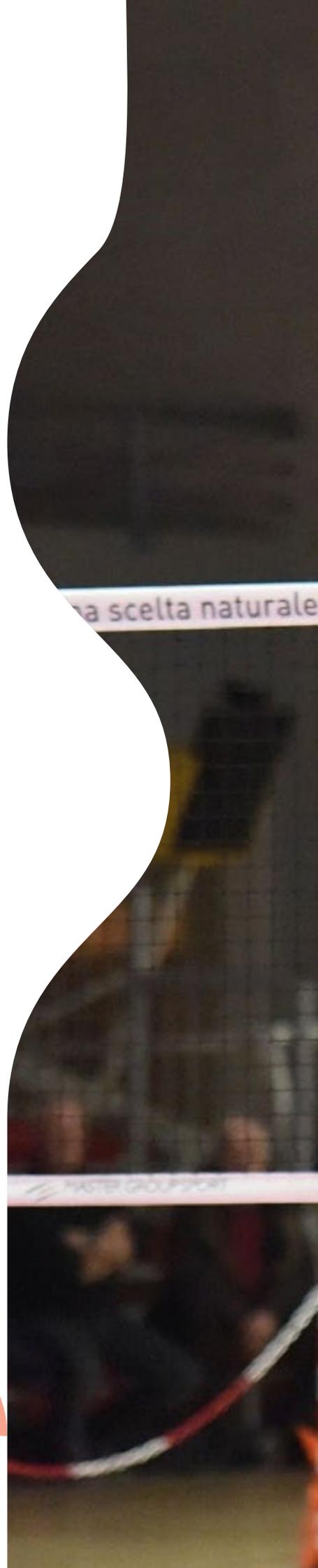


6.3 CDA E LO SPORT

A seguito della meritata promozione in B1 del 2015, la squadra di pallavolo femminile sostenuta da CDA, la Volley Talmassons, è riuscita a raggiungere la promozione in A2 nel 2019, diventando la squadra proveniente dal comune più piccolo di quelli che militano nella massima serie.

Nel 2023, la società sportiva della Volley Talmassons ha festeggiato 30 anni dalla sua fondazione, periodo che coincide con gli anni in cui l'azienda sostiene questa fondamentale realtà sportiva per il territorio comunale di Talmassons.

Inoltre CDA sostiene 40 tra ASD e Società Sportive del territorio, che vanno dal calcio, al basket, tennis, danza, mountain bike, bmx, bocce, nuoto, ciclismo e corsa.





MILANA

7

zanin

REFION
COOL GERATION

CANEVA

17

zanin

REFION
COOL GERATION

10

coms

na scelta natural

Un

MASTER GP



Carraro Concessionaria

CDA
Una scelta naturale

CDA
Una scelta naturale

CDA
Una scelta naturale

CDA
Una scelta naturale



Carraro Concessionaria

CDA.IT

Via degli Artigiani, 3/2
33030 Tolmezzo (UD)
info@cda.it
tel. 0432 76653

120

CDA
Una scelta naturale



6.4

LINEE GUIDA UTILIZZATE E LIVELLO DI APPLICAZIONE DICHIARATO

Il Report di Sostenibilità di CDA di Cattelan srl è stato redatto in via volontaria e in coerenza con le linee guida definite dalla GRI versione standard (Global Reporting Initiative).

Per quanto concerne l'applicazione delle linee guida GRI si autodichiara, in relazione alla verifica effettuata, che per questo Report il livello di applicazione delle linee guida (disclosure) è "with reference".

L'allineamento dei contenuti del Report con gli elementi di reporting previsti dalle linee guida è riportato nell'INDICE DEL REPORT di SOSTENIBILITÀ e ALLINEAMENTO CON LE LINEE GUIDA GRI STANDARD a pagina 123.

7.0

**INDICE ANALITICO DEL
REPORT DI SOSTENIBILITÀ
E ALLINEAMENTO
CON LE LINEE GUIDA
GRI STANDARD**

Codice	Aspetto / Indicatore	Capitolo / Paragrafo	Pag.
STANDARD UNIVERSALI			
102 - INFORMATIVA GENERALE			
GRI 102-1	Nome dell'organizzazione	Copertina / Colophon / L'azienda	1, 34
GRI 102-2	Principali marchi, prodotti e servizi	Il mercato di riferimento / Principali marchi distribuiti / CDA e la sana alimentazione	41, 103
GRI 102-3	Sede dell'organizzazione	L'azienda / Colophon	34
GRI 102-4	Paesi in cui opera l'organizzazione	L'azienda	34
GRI 102-5	Assetto proprietario e forma legale	L'azienda	34
GRI 102-6	Mercati serviti	L'azienda	34
GRI 102-7	Dimensione dell'organizzazione	Azienda / Governance	34, 45
GRI 102-8	Caratteristiche della forza lavoro	Il personale	36
GRI 102-9	Catena di fornitura dell'organizzazione	Approvvigionamento	107
GRI 102-10	Cambiamenti significativi	L'azienda	34
GRI 102-12	Iniziative esterne	Impegno in iniziative esterne	48
GRI 102-13	Adesione ad associazioni	Impegno in iniziative esterne	48
GRI 102-14	Introduzione del presidente	Dichiarazione del CEO	7
GRI 102-15	Impatti chiave, rischi e opportunità	Impatti rischi e opportunità	29, 32
GRI 102-16	Valori, principi standard e regole di comportamento dell'organizzazione	Prendere e rendere / Vision / Mission	18, 21, 63
GRI 102-18	Struttura di governo	Governance	45
GRI 102-22	Composizione del più alto organo di governo	Governance	45
GRI 102-23	Presidente del massimo organo di governo	Governance	45
GRI 102-24	Nomina e selezione del massimo organo di governo	Governance	45
GRI 102-29	Identificazione e gestione degli impatti economici ambientali e sociali	Mission e ambiente	63
GRI 102-30	Efficacia dei processi di gestione del rischio	Mission e ambiente	63
GRI 102-31	Riesame dei temi economici, ambientali e sociali	Mission e ambiente	63
GRI 102-33	Comunicazione delle criticità	Governance	45
GRI 102-34	Natura e numero totale delle criticità	Governance	45
GRI 102-35	Politiche retributive	Governance	45
GRI 102-40	Gruppi di stakeholder coinvolti dall'organizzazione	Soggetti portatori di interesse	53
GRI 102-42	Individuazione e selezione degli stakeholder	Soggetti portatori di interesse	53
GRI 102-43	Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	Impegni e iniziative esterne / Soggetti portatori di interesse / Customer satisfaction	48, 53, 114
GRI 102-44	Temi e criticità chiave sollevati	Soggetti portatori di interesse / Customer satisfaction	53, 114
GRI 102-45	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	Governance	45
GRI 102-46	Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	Profilo / Note metodologiche	33
GRI 102-47	Elenco dei temi materiali	Matrice di materialità / Note metodologiche	25, 33
GRI 102-48	Revisione delle informazioni	Matrice di materialità / Note metodologiche / Gruppo di lavoro	33

Codice	Aspetto / Indicatore	Capitolo / Paragrafo	Pag.
STANDARD UNIVERSALI			
102 - INFORMATIVA GENERALE			
GRI 102-49	Modifiche nella rendicontazione	Matrice di materialità / Note metodologiche / Gruppo di lavoro	33
GRI 102-50	Periodo di rendicontazione	Matrice di materialità / Note metodologiche / Gruppo di lavoro	33
GRI 102-51	Data del report più recente	Matrice di materialità / Note metodologiche / Gruppo di lavoro	33
GRI 102-52	Periodicità della rendicontazione	Profilo / Note metodologiche / Gruppo di lavoro	33
GRI 102-53	Contatti per informazioni sul report di sostenibilità	Profilo / Note metodologiche / Gruppo di lavoro	34
GRI 102-55	Indice dei contenuti GRI	Profilo / Note metodologiche / Gruppo di lavoro	33
GRI 102-56	Assurance esterna	Profilo / Note metodologiche / Gruppo di lavoro	33
103 - MODALITÀ DI GESTIONE			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Profilo / Note metodologiche / Gruppo di lavoro / L'azienda / Mission e ambiente / Attività di gestione distributori automatici / Il personale / Modalità di lavoro / A garanzia del servizio	33, 34, 63, 67, 89, 113
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	Gestione distributori automatici / Modalità di lavoro	67, 89
STANDARD PER L'AMBITO ECONOMICO			
201 - PERFORMANCE ECONOMICHE			
GRI 201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	Fatturato / CDA per il sociale / CDA e lo sport / Linee guida	57, 91, 118, 121
202 - PRESENZA SUL MERCATO			
GRI 202-2	Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità dovuti al cambiamento climatico	Il personale / Modalità di lavoro	89
204 - PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO			
GRI 204-1	Proporzioni di spesa verso i fornitori locali	La Regione Friuli Venezia Giulia	58
205 - ANTICORRUZIONE			
GRI 205-1	Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	CDA per il sociale	91
206 - COMPORTAMENTO ANTICONCORRENZIALE			
GRI 206-1	Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, anti trust e pratiche monopolistiche	CDA per il sociale	91
STANDARD PER L'AMBITO AMBIENTALE			
301 - MATERIALI			
GRI 301-1	Materiali utilizzati	Tabella 5 / Attività di gestione distributori automatici	64, 67
GRI 301-2	Materiali utilizzati che provengono da riciclo	Mission e ambiente	63
GRI 301-3	Prodotti recuperati o rigenerati	Mission e ambiente	63
302 - ENERGIA			
GRI 302-1	Consumo di energia all'interno dell'organizzazione	Mezzi di trasporto / Consumo energetico diretto e indiretto	70, 74
GRI 302-3	Intensità energetica	Intensità energetica delle emissioni	75
GRI 302-4	Riduzione del consumo di energia	L'energia elettrica	76

Codice	Aspetto / Indicatore	Capitolo / Paragrafo	Pag.
STANDARD PER L'AMBITO AMBIENTALE			
303 - ACQUA E SCARICHI IDRICI			
GRI 303-1	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	L'acqua	78
GRI 303-2	Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	L'acqua	78
GRI 303-3	Prelievo idrico	L'acqua	78
305 - EMISSIONI			
GRI 305-1	Impatti ambientali relativi ai trasporti	Mezzi di trasporto / Tabella 16 / Tabella 17	70, 77
GRI 305-2	Emissioni indirette	Tabella 16 / Tabella 17	77
GRI 305-4	Intensità delle emissioni GHG	Intensità energetica delle emissioni	75
GRI 305-5	Riduzione delle emissioni GHG	L'energia elettrica	76
306 - SCARICHI IDRICI E RIFIUTI			
GRI 306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi	Tabella 5 / L'acqua / I prodotti in via di scadenza	64, 78, 82
GRI 306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	Tabella 5 / Tabella 6 / Tabella 7 / Attività di gestione distributori automatici / L'acqua / I prodotti in via di scadenza ritirati dai distributori automatici / CDA e la lotta allo spreco alimentare	64, 65, 67, 78, 82, 84
GRI 306-3	Sversamenti significativi	Tabella 5	64
GRI 306-4	Rifiuti non destinati allo smaltimento	Tabella 6 / Tabella 7	65
STANDARD PER L'AMBITO SOCIALE			
401 - OCCUPAZIONE			
GRI 401-1	Numero e tasso di nuove assunzioni e turnover del personale	Il personale	36
GRI 401-2	Benefit per i dipendenti a tempo pieno	Il personale / Welfare	36, 96
402 - RELAZIONI TRA LAVORATORI E MANAGEMENT			
GRI 402-1	Periodo minimo di preavviso per cambiamenti operativi	Il personale e le modalità di lavoro	89
403 - SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO			
GRI 403-2	Tipologia e tasso di infortuni, malattie professionali, giorni persi, assenteismo e numero di morti sul lavoro	Il personale e le modalità di lavoro / Tabella 23	89, 97
404 - FORMAZIONE E ISTRUZIONE			
GRI 404-1	Ore medie di formazione annue per impiegato	Formazione	98
405 - DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ			
GRI 405-1	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione del personale per indicatori di diversità	L'azienda / Il personale	34, 36
GRI 405-2	Rapporto remunerazioni totali lorde tra uomini e donne	Il personale e le modalità di lavoro	89
406 - NON DISCRIMINAZIONE			
GRI 406-1	Numero totale di episodi legati a pratiche discriminatorie e azioni intraprese	I diritti umani	100
408 - LAVORO MINORILE			
GRI 408-1	Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro minorile	I diritti umani	100

Codice	Aspetto / Indicatore	Capitolo / Paragrafo	Pag.
STANDARD PER L'AMBITO SOCIALE			
409 - LAVORO FORZATO O OBBLIGATORIO			
GRI 409-1	Attività e fornitori a rischio significativo di lavoro forzato od obbligatorio	I diritti umani	100
413 - COMUNITÀ LOCALI			
GRI 413-1	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	CDA per il sociale	91
415 - POLITICA PUBBLICA			
GRI 415-1	Valore totale dei contributi politici per paese e beneficiario	CDA per il sociale	91
416 - SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI			
GRI 416-1	Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotto e servizi	A garanzia del servizio	113
GRI 416-2	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza dei prodotti e servizi	A garanzia del servizio	113
417 - MARKETING ED ETICHETTATURA			
GRI 417-1	Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	CDA e la sana alimentazione	103
GRI 417-2	Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	A garanzia del servizio	113
418 - PRIVACY DEI CLIENTI			
GRI 418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	A garanzia del servizio	113
419 - COMPLIANCE SOCIOECONOMICA			
GRI 419-1	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	CDA per il sociale	91



Cda
Una scelta naturale

GESTIONE

TRAMASSONS 20000 (L)
Via degli Artigiani, 3
info@cda.it
www.cda.it

Cda
scelta naturale
DISTRIBUTORI AI



COONS 23030 (Ud)



8.0

GLOSSARIO



Una scelta natura



...ZIONE

Assurance

È un'attestazione esterna di conformità redatta da parte della società di revisione incaricata per la certificazione del report di Sostenibilità.

Beni intangibili

I beni intangibili sono le risorse strategiche immateriali di un'organizzazione, costituite dal capitale umano, dal capitale organizzativo e dal capitale relazionale.

Bilancio sociale

Uno dei principali output del processo di rendicontazione sociale. Documento volontario con il quale le organizzazioni si dotano di uno strumento per rendere conto in maniera chiara delle scelte, delle attività e dei risultati raggiunti, consentendo ai portatori d'interesse di comparare le proprie attese con gli esiti dell'azione amministrativa.

Bilancio di sostenibilità

Bilancio frutto di una rendicontazione ispirata all'approccio Triple bottom line e che rende quindi conto della sostenibilità economica, sociale e ambientale di un'organizzazione.

Capitale intellettuale

Patrimonio di conoscenza di un'organizzazione. Comprende il capitale relazionale (insieme dei rapporti che legano interno ed esterno dell'organizzazione), il capitale umano (competenze e motivazioni possedute e messe in pratica dal personale), il capitale organizzativo (la cultura aziendale e il suo know-how).

CEO

Al vertice dell'organizzazione, rappresenta legalmente la società di cui è amministratore delegato. Ha il compito di guidare la direzione strategica dell'azienda nello sviluppo delle attività di business ed è responsabile delle azioni intraprese.

Codice etico

Insieme di principi, valori fondamentali e regole generali di condotta, attraverso i quali un'organizzazione esplicita le proprie responsabilità etiche e sociali verso i vari stakeholder, impegnandosi pubblicamente a rispettarli.

CSR

Corporate Social Responsibility, o RSI. Integrazione su base volontaria da parte delle imprese delle preoccupazioni sociali ed ecologiche nelle loro operazioni commerciali e nei rapporti con le parti interessate (stakeholder).

HACCP

Hazard Analysis and Critical Control Points. Analisi dei rischi e dei punti critici di controllo, regolato dal pacchetto igiene (Reg 852-853-854/2004).

ILO Global compact

Iniziativa internazionale, promossa dall'ONU, che mira a coinvolgere imprese e altri soggetti su una piattaforma di 10 principi condivisi riguardanti i diritti umani, il lavoro e l'ambiente. L'adesione al Global compact impegna le imprese, insieme con altri attori dello sviluppo socio-economico, a perseguire un modello d'impresa inclusivo e socialmente responsabile.

Indicatori

Indici o valori derivati da parametri che puntano a descrivere o forniscono informazioni per rappresentare lo stato di un fenomeno, un ambiente, un'area.

ISO 14001

La sigla ISO 14001 identifica uno standard di gestione ambientale (SGA) che fissa i requisiti applicabili in tale ambito ad una qualsiasi organizzazione. Lo standard può essere utilizzato per la certificazione, per una auto-dichiarazione oppure semplicemente come linea guida per stabilire, attuare e migliorare un sistema di gestione ambientale.

ISO 22000

Lo Standard ISO 22000 è uno standard applicato su base volontaria dagli operatori del settore alimentare. Sebbene non sia obbligatorio, si pone come punto di riferimento per gli operatori per l'applicazione dei regolamenti comunitari in materia di igiene e sicurezza alimentare.

ISO 9001

Con la sigla ISO 9000 si identifica una serie di normative e linee guida sviluppate dall'Organizzazione internazionale per la normazione (ISO), le quali definiscono i requisiti per la realizzazione, in una organizzazione, di un sistema di gestione della qualità, al fine di condurre i processi aziendali, migliorare l'efficacia e l'efficienza nella realizzazione del prodotto e nell'erogazione del servizio, ottenere ed incrementare la soddisfazione del cliente.

Life long learning

L'apprendimento permanente è un processo individuale intenzionale che mira all'acquisizione di ruoli e competenze e che comporta un cambiamento relativamente stabile nel tempo. Tale processo ha come scopo quello di modificare o sostituire un apprendimento non più adeguato rispetto ai nuovi bisogni sociali o lavorativi, in campo professionale o personale. Con il termine Life-long learning, si intende l'educazione durante tutto l'arco della vita, dalla vita alla morte, quell'educazione che inizia ancor prima della scuola e si prolunga fin dopo il pensionamento.

Missione

Ragion d'essere di un'organizzazione. Individua gli obiettivi di fondo, gli scopi preminenti che attraverso la propria attività tenta di perseguire. Il valore della missione consiste nell'essere l'elemento centrale del

sistema valoriale e culturale di un ente, strumento di aggregazione di risorse, fattore di legittimazione sociale.

ISO 45001

Identifica uno standard internazionale per un sistema di gestione della Sicurezza e della Salute dei Lavoratori.

Rendicontazione sociale

Processo grazie al quale un'organizzazione pubblica o privata rende conto in modo trasparente e comprensibile ai propri portatori d'interesse dei programmi, delle attività, dei risultati raggiunti e delle ricadute sociali delle azioni poste in essere. È una scelta volontaria di "rendere conto", che richiede anche il coinvolgimento degli stessi portatori di interesse in un percorso di dialogo, interazione e partecipazione.

Responsabilità sociale

Consapevolezza di un ente e del suo management delle ricadute sociali che i comportamenti e le decisioni interne hanno sulla società e il contesto di riferimento nel breve e nel lungo periodo. Si colloca nella sfera dei comportamenti etici volontari di una organizzazione di contribuire al progresso della società e alla tutela dell'ambiente, integrando aspetti sociali e ambientali nella gestione aziendale e nelle interazioni con gli stakeholder.

Stakeholder

Sono i portatori di interesse, tutte le categorie di soggetti che possono influenzare, essere influenzati o avere un interesse per le attività di un'organizzazione. Con questi soggetti l'organizzazione stabilisce rapporti di informazione, rappresentanza, servizio o scambio. Gli stakeholder di un ente possono

differenziarsi in interni (personale, componenti organi collegiali, ecc.) ed esterni (comunità, PA, ambiente, fornitori, ecc.); in primari (in grado di esercitare una pressione immediata e diretta sulla gestione dell'organizzazione) e secondari (in grado di influenzare i comportamenti dell'organizzazione in un orizzonte di medio-lungo termine, potendo incidere sul clima sociale e sul contesto generale).

Stakeholder engagement

Insieme di attività finalizzate al coinvolgimento degli stakeholder nel processo di rendicontazione sociale e, in generale, nella gestione dell'ente. Prevede azioni di informazione, dialogo, consultazione e inclusione vera e propria.

Stakeholder management

Modalità di gestione del rapporto con gli stakeholder improntata a un approccio unidirezionale, che non prevede un coinvolgimento organico e un ascolto continuo delle loro esigenze.

Sviluppo sostenibile

Esistono molte definizioni di sviluppo sostenibile, la più nota e la prima in ordine cronologico è quella contenuta nel Rapporto Brundtland: "sviluppo che soddisfa le necessità delle attuali generazioni senza compromettere la capacità delle future generazioni di soddisfare le proprie".

Triple bottom line

Espressione con cui ci si riferisce al passaggio dalla (singola) linea di chiusura del Bilancio d'esercizio a una triplice linea di chiusura che deve comprendere, oltre ai risultati economico-finanziari, anche la considerazione degli aspetti sociali e ambientali.

Valori

Identificano i tratti culturali che caratterizzano un ente e sono indissolubilmente legati al concetto di missione, poiché denotano il modus operandi dell'organizzazione. I valori ne riflettono pertanto la cultura e la tradizione e guidano il comportamento anche di quanti operano al suo interno.

Visione

La visione è un punto di arrivo a cui tendere, la proiezione di uno scenario futuro nel quale l'ente avrà adempiuto con successo alla propria missione.



Cda

Una scelta natural

GESTIONE DISTRIBUTORI AUTOMATICI

Mercedes-Benz logo

250

TALMASSONS 33030 (Ud)
Via degli Artigiani, 3
info@cda.it

tel. 0432.766853

seguiaci anche su 

www.cda.it

EL 781ZA



Una scelta naturale

C.D.A. di Cattelan srl
società benefit

Via degli artigiani 3/2, 33030 Talmassons (UD) – fraz. Flumignano

Il report è scaricabile in versione digitale sul nostro sito www.cda.it

Seguici su   **CDA Una Scelta Naturale**

GRI 102-1, GRI 102-3, GRI 102-53