

LA ČHÌCARE

CDA magazine numero #01 2017



CDA
LA SOSTENIBILITÀ
RESPONSABILE

CONDIVIDERE I NOSTRI SUCCESSI
PER SPRONARE LE AZIENDE A RIDARE
AL TERRITORIO L'ENERGIA E LE RISORSE
CHE GLI SONO STATE DATE NEGLI ANNI.

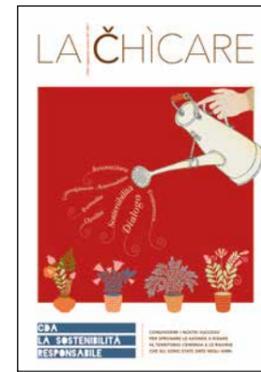


...buongiorno!

TUTTE LE IMPRESE DIPENDONO DALLA QUALITÀ DELLA VITA
DELLE COMUNITÀ IN CUI OPERANO.
PRODUZIONE SOSTENIBILE SIGNIFICA INNOVAZIONE,
CRESCITA E SVILUPPO.
CDA CREDE FERMAMENTE IN QUESTO PROFICUO
"SCAMBIO ENERGETICO".

SOLO FACENDO BUSINESS TENENDO A MENTE QUESTI VALORI
IL TUO BUONGIORNO È IL BUONGIORNO DI TUTTI.

Seguici su 



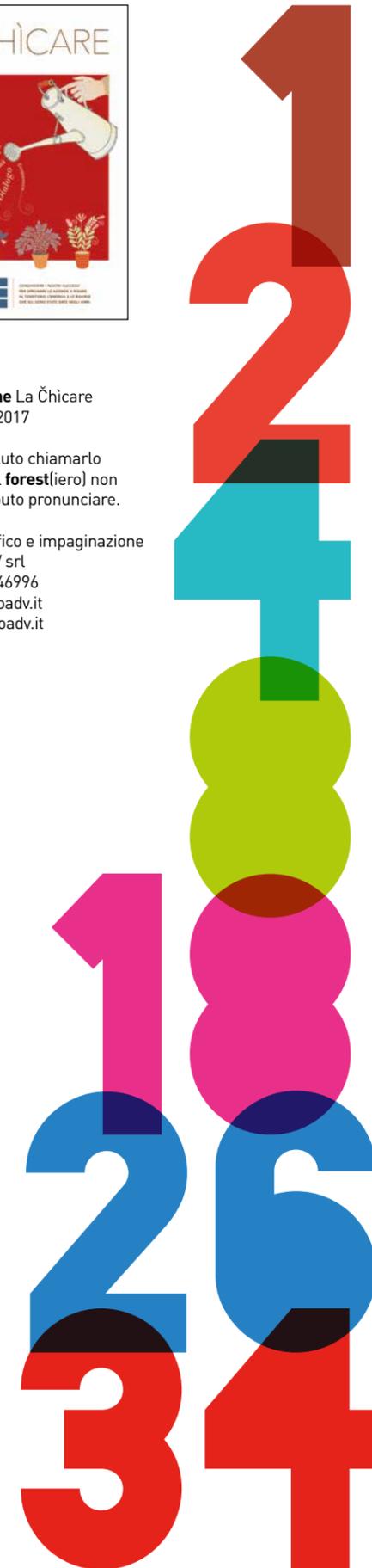
CDA Magazine La Čhicare
N° 01_anno 2017

Avremmo voluto chiamarlo
Cjicare, ma il **forest(iero)** non
l'avrebbe saputo pronunciare.

Progetto grafico e impaginazione
Emporio ADV srl
t. +39 0432 546996
info@emporioadv.it
www.emporioadv.it



CDA, per la realizzazione di questo strumento,
ha deciso di adottare una carta conforme
ai criteri PEFC, la più grande organizzazione
al mondo di certificazione forestale.



← EDITORIALE

p. 1 *PAROLA D'ORDINE:
COINVOLGIMENTO*

← ARTICOLO DI COPERTINA

p. 2 *PRENDERE E RENDERE:
UNO SCAMBIO DI ENERGIE*
p. 4 *UN CAFFÈ CON FABRIZIO*

← CDA ACADEMY

p. 6 *A LEZIONE DI CSR*
p. 8 *SCRIVONO DI NOI*

← CSR: DAL TERRITORIO AL TERRITORIO

p. 10 *LA FLOTTA SEMAFORO VERDE*
p. 12 *PROGETTO MICRODONO AUTISMO FVG*
p. 14 *MICOMONDO I FUNGHI DAI FONDI DI CAFFÈ*
p. 16 *RESPONSABILITÀ STRATEGICA: ANIMAIMPRESA*
p. 18 *CSR DAY*

← UNA SCELTA NATURALE

p. 20 *CDA UNA SCELTA NATURALE*
p. 22 *PREMIO ROTARY*
p. 24 *PRODOTTI EQUOSOLIDALI,
GLUTEN FREE E KM ZERO*
p. 26 *CDA PER LO SPORT*

← 40 ANNI DI CDA

p. 28 *SI SCRIVE ESPERIENZA,
SI LEGGE INNOVAZIONE*
p. 30 *TANTI AUGURI A NOI!*
p. 32 *CAFFÈ IN CIALDE MADE IN CDA*

← *CDA WELLNESS:
INTERVISTA A GIANLUCA BIRTIG IN CDA
DAL 2007*

Solo **uno** è il caffè della tua pausa.



Sono ormai diversi anni che in CDA ci impegniamo per un servizio sostenibile, adottando nuovi prodotti e nuove tecnologie. Siamo andati oltre il già conosciuto, raggiungendo una soddisfazione dei nostri clienti senza eguali. Questo lungo viaggio racchiude una promessa: mantenere la stessa strada e continuare a superarci.



EDITORIALE

PAROLA D'ORDINE: coinvolgimento.



Fabrizio Cattelan
CDA Ceo

“Il consumatore, a noi di CDA, piace chiamarlo **consum-autore**. Perché non è più quello di una volta, oggi infatti è diffidente, informato e attento. Non crede più ciecamente a quello che il brand gli comunica. Inoltre è molto più esigente: vuole che l'azienda a cui si rivolge agisca nei suoi confronti con la massima trasparenza nel servizio e nell'offerta che gli viene proposta quotidianamente.

È autore perché è lui stesso che, in un certo modo, porta avanti l'azienda, come ad esempio con i suoi feedback sui social. Sono questi gli aspetti che ci spronano costantemente ad offrire un servizio puntuale ed eccellente, sempre attento nella gestione del distributore. Perché il nostro business non è rivolto alle aziende che ospitano i nostri distributori, ma direttamente ai consumatori, i quali hanno sempre a loro disposizione prodotti nuovi, freschi, genuini e locali. Il chilometro zero è una filosofia che abbiamo sposato da anni, e la motivazione è il profondo desiderio di poter ritornare al territorio quello che ha immesso in azienda nel corso di questi 40 anni, e quindi l'energia e le risorse necessarie a sviluppare il nostro business. Se in passato abbiamo messo l'accento sulla sostenibilità, sposando diversi progetti per aiutare l'ambiente e la comunità che lo abita, in futuro vogliamo migliorarci e trasportare tutte queste attenzioni in comportamenti aziendali, da adottare ogni singolo giorno. **Il reale proposito di questo magazine è mettere a disposizione di altri imprenditori e altre realtà il know-how maturato nel campo della sostenibilità. Condividere i nostri successi per “contaminare” i comportamenti futuri di aziende interessate a ridare al territorio l'energia e le risorse che gli sono state fornite nel corso della sua storia. Perché la sostenibilità passa attraverso il coinvolgimento, e solo così azioni e iniziative di oggi possono diventare opportunità da sfruttare e non problemi da risolvere.**”

IL CHILOMETRO ZERO È UNA FILOSOFIA CHE ABBIAMO SPOSATO DA ANNI E LA MOTIVAZIONE È IL PROFONDO DESIDERIO DI POTER RITORNARE AL TERRITORIO QUELLO CHE HA IMMESSO IN AZIENDA NEL CORSO DI QUESTI 40 ANNI, E QUINDI L'ENERGIA E LE RISORSE NECESSARIE A SVILUPPARE IL NOSTRO BUSINESS.

PREN- DERE E UNO SCAMBIO DI ENERGIE REN- DERE:



Noi di CDA crediamo fermamente che le imprese, anche se di piccole dimensioni, abbiano un rapporto di stretta interdipendenza con la comunità locale.

Proprio perché, 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 visto le aziende nascere e prosperare, spesso proprio grazie al valore aggiunto del contesto territoriale e sociale.

Per questo si parla sempre più spesso di "cittadinanza d'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. ■

CON
"CITTADINANZA D'IMPRESA"
SI INTENDE L'INSIEME
DELLE RELAZIONI
E DELLE INIZIATIVE PROMOSSE
VOLONTARIAMENTE
DALL'IMPRESA
SUL TERRITORIO IN CUI OPERA.

UN CAFFÈ CON FABRIZIO

Comunicare = apparire o educare?

DAVANTI A UN CAFFÈ ACCADONO SEMPRE GLI INCONTRI PIÙ INTERESSANTI: SARÀ IL CLIMA DI RELAX CHE SI RESPIRA DAVANTI AL QUOTIDIANO RITO DELLA TAZZINA? È PROPRIO IN UNO DI QUESTI MOMENTI CHE FABRIZIO CATTELAN, AMMINISTRATORE DELEGATO DI CDA, RACCONTA IL PERCHÉ SIA COSÌ IMPEGNATO NON SOLO A FARE, MA ANCHE A COMUNICARE IN MANIERA CORRETTA ED EFFICACE LA CORPORATE SOCIAL RESPONSABILITY.



«Qualcuno trova che l'obiettivo di comunicare sia apparire, mentre invece la parola chiave a mio parere – dichiara Cattelan – è educare: la responsabilità sociale d'impresa non termina con l'assolvimento di una buona pratica, ma prosegue cercando di "contagiare" positivamente altre realtà, alimentando un meccanismo virtuoso. Puoi essere un primo ballerino e fare sostenibilità in autonomia, oppure puoi essere un atleta e compiere qualche buona azione ogni tanto. Però, per diventare un guru, devi saper contaminare anche gli altri».

Anche La Čicare fa parte di questo processo?

Certo, siamo presenti in tantissime aziende del territorio, quindi abbiamo scelto di far assaggiare a tutte queste realtà anche la CDA che c'è ma non si vede dentro il distributore: il magazine La Čicare, studiato sia dal punto di vista grafico che di contenuto, con l'agenzia di comunicazione Emporio ADV e distribuito a tutti i nostri clienti, ha l'obiettivo di renderli partecipi dei progetti che sviluppiamo. Assieme all'agenzia di Tavagnacco, che ormai mi segue da circa 10 anni, abbiamo inoltre scelto di stamparlo su carta ecologica FSC, selezionando una tipografia certificata: anche questo informa a prima vista sulle nostre scelte, no?

Che feedback ricevete dai clienti che fanno del vostro impegno in CSR?

Positivi e in continua crescita: oggi c'è interesse a conoscere meglio non solo il prodotto ma anche l'azienda e addirittura a replicare le buone pratiche.

Siamo riconosciuti per la responsabilità d'impresa grazie all'intero sistema di comunicazione che, da diversi anni e con costanza, coinvolge il pubblico. Ed è proprio qui che l'apporto di Emporio ADV è stato più rilevante, siamo infatti presenti sui mezzi d'informazione locale con una campagna pubblicitaria, stampa e web. Abbiamo inoltre attivato il servizio di ufficio stampa in occasione della Green Week che ci ha visti protagonisti a marzo (vedi pagina 14 ndr). Nei mesi precedenti ci hanno seguito nella realizzazione del packaging per le nuove cialde di caffè per casa, dei nuovi panini per i distributori automatici e in molte altre iniziative, davvero un approccio a 360°.

Cos'è successo dopo la Green Week?

Una grande attenzione mediatica sul progetto Micomondo, a cui abbiamo dato il nostro sostegno e... entusiasmo nel fare una pausa in compagnia del nostro caffè: a proposito, ne prendiamo un altro? ■

A lezione di CSR

Il 29 maggio 2014, CDA ha presentato alla classe 5^A Igea del Deganutti il suo Bilancio Sociale e il Bilancio di Genere. Abbiamo organizzato l'evento nella Sala Aiace del Comune di Udine, alla presenza dell'assessore Cinzia Del Torre e di numerosi ospiti tra cui il sindaco Furio Honsell.

L'occasione dell'incontro è stata la ciliegina sulla torta di un percorso portato avanti dagli studenti nell'ambito del progetto "Competenze chiave di cittadinanza", promosso dalle prof.sse Paola Micoli e Paola Antonutti e dall'associazione Animaimpresa con l'importante contributo di CDA e del Comune di Udine.

Le motivazioni che hanno portato alla realizzazione di questi incontri sono in primis la formazione di una coscienza sociale degli allievi e secondariamente la possibilità di apprendere le finalità e le tecniche di redazione di un Bilancio Sociale e di Sostenibilità.



I bilanci sono stati presentati dal Dottor Ivan Paravano e dal Dottor Diego Zonta di Animaimpresa. Gli studenti, alla fine della presentazione, hanno potuto visitare l'azienda CDA, accompagnati dal Presidente Fabrizio Cattelan e dal CSR manager Alessandro Deana. Questo per permettere loro di constatare come le pratiche di sostenibilità siano continuamente attuate e rendicontate nel rispetto di adeguati indicatori internazionali.

Queste lezioni frontali, unite alle esperienze sul campo, hanno consentito agli studenti di redigere un lavoro conclusivo dal titolo "Bilancio Sociale e Bilancio di Genere: Tradurre la Responsabilità in Benessere Sociale". Il libretto, la cui stampa è stata finanziata dal Comune di Udine, è stato presentato il 29 maggio, un'occasione per dare un giusto riconoscimento non solo agli organizzatori e ai partner dell'iniziativa ma anche agli allievi e al loro impegno. ■

"CDA È UN FORNITORE DI WELFARE AZIENDALE. OFFRE INFATTI UN SERVIZIO AGGIUNTIVO, COME I DISTRIBUTORI E LE AREE RISTORO, CHE L'AZIENDA DECIDE DI METTERE A DISPOSIZIONE DEL SUO PERSONALE."

Scrivono di

NOI



“IL PRINCIPALE OBIETTIVO DEL SERVIZIO HA SEMPRE RIGUARDATO LA CREAZIONE DI UN RAPPORTO CONTINUATO E DI FIDUCIA CON LA CLIENTELA, PUNTANDO SULLA CAPACITÀ DI COGLIERNE E SODDISFARNE LE ESIGENZE.”

Oggi è una prassi abbastanza consolidata, ma nel 2011, noi di CDA, siamo stati i primi in regione a ricevere una richiesta di questo tipo: “Posso scrivere una tesi sulla vostra azienda?”.

La Dottoressa Anna Marangone, come relazione di tirocinio post Laurea, aveva deciso di comporre un approfondimento sulla nostra azienda, una ricerca di mercato riguardante l’inserimento di prodotti nel settore vending.

Vedere riconosciuto il nostro lavoro e riuscire a trasmettere questa nostra passione anche all’esterno delle mura aziendali ci ha riempiti di orgoglio. Specialmente quando all’interno della tesi sono state sottolineate le linee guida della nostra attività.

Il focus centrale della tesi della Dottoressa era proprio la nostra ristrutturazione della struttura organizzativa, per favorire il passaggio da azienda artigianale a realtà industriale a tutti gli effetti.

Nella tesi vengono sottolineati tutti quei concetti per i quali, da oltre 40 anni, ci battiamo:

- Costante ricerca di prodotti di qualità e di marchi affidabili;
- Innovazione tecnologica continua;
- Attenzione all’ambiente;
- Attenzione alla salute e al benessere dei propri clienti;
- Attenzione alle risorse umane interne.

La tesi ha anche sottolineato come la nostra azienda si stia impegnando da anni a staccarsi dalla tendenza di inserire i cosiddetti “junk food”, che sarebbero i “cibi spazzatura”, a beneficio di prodotti equosolidali e attenti alle allergie e alle intolleranze alimentari delle persone. Nel 2015 due studentesse, Giada Montanino e Desirè Angeli, hanno voluto percorrere la stessa strada della Dottoressa Marangone, portando avanti il progetto Impronta Nutrizionale e la nascita del primo protocollo di intesa

con AIC (Associazione Italiana Celiachia). CDA è un’azienda che crede fermamente nei suoi valori e nel suo operato e che, consapevole dello stile di vita frenetico di molte persone, vuole comunque offrire loro degli “spuntini” che siano salutarie e gustosi, rispettosi delle intolleranze e delle allergie. Questo per fornire a tutti coloro che si riforniscono ad un distributore CDA un’ampia scelta, una scelta naturale. ■

Nel corso del 2012 in CDA abbiamo individuato, nell'impiego della nostra flotta dei mezzi aziendali, uno dei temi su cui attivare delle azioni di monitoraggio e riduzione degli impatti ambientali. Il nostro parco veicoli è impiegato principalmente per l'attività di servizio e manutenzione sui distributori automatici di alimenti e bevande ed è utilizzato su un vasto territorio.

Ed è per questo che, per il triennio 2012-2014, abbiamo deciso di intraprendere delle azioni specifiche per contenere l'impatto della mobilità dei mezzi, attivando dei percorsi nell'ambito di un progetto denominato "Semaforo Verde":

Formazione specifica del personale per ridurre consumi ed emissioni;

Incentivi economici in base al miglioramento delle performance L/km ottenute;

Ottimizzazione delle distanze sul giro clienti;

Manutenzione preventiva e costante dei mezzi.

Per poter effettuare con metodo un controllo preciso di chilometri e consumi di carburante è stata effettuata una rendicontazione mensile da parte di chi guida il mezzo e sulla base delle carte carburante. Questo ci ha aiutato a stimare anche le emissioni di CO₂ dovute all'attività lavorativa. Si è cercato quindi di sfruttare appieno l'opportunità per coinvolgere il personale, cercando di formare uno stile di guida sostenibile che possa essere utilizzato anche in ambito familiare.

Così, per incentivare l'osservanza delle specifiche, abbiamo introdotto un innovativo sistema a premi dedicato a tutti gli operatori in grado di ridurre i loro consumi di carburante grazie ad uno stile di guida più attento e responsabile.

Fino al 2016 è stato valutato l'andamento dei consumi e, a chi è riuscito a mantenere un comportamento "virtuoso" riducendo i consumi di carburante, è stato devoluto il risparmio. ■

LA FLOTTA SEMAFORO VERDE



PROGETTO

MICRODONO

AUTISMO

FVVG



L'IDEA È PROPRIO QUELLA DI DARE
AL CAFFÈ UN SIGNIFICATO
PERSONALE, FACENDO
UNA DONAZIONE PREZIOSA
PER UNA CAUSA IMPORTANTE.

Animaimpresa è un'associazione di promozione sociale che diffonde la responsabilità sociale d'impresa e si dedica alla proposta di progetti di solidarietà che abbiano una ricaduta a livello locale e ritorno di immagine per quanti si rendono disponibili a sostenerli.

La sostenibilità strategica d'impresa è, al giorno d'oggi, una delle più grosse opportunità di cambiamento, intesa come priorità di cambiamento, di crescita e di sviluppo. Oggi non è più possibile puntare ad una crescita che non sia qualificata, le nostre scelte di oggi causano conseguenze per il futuro a medio e lungo periodo.

Fabrizio Cattelan, CEO di CDA, è stato per quattro anni Presidente di Animaimpresa e da quando si è insediato ha deciso di promuovere e sviluppare con forza i propositi dell'associazione:

- creare occasioni di incontro tra imprese, associazioni, enti ed istituzioni che operano sul territorio al fine di integrare esperienze ed iniziative;
- promuovere nelle imprese le occasioni di impegno etico a favore della collettività;
- promuovere verso le imprese la cultura del bilancio sociale, ambientale o di sostenibilità;
- proporre percorsi formativi.

Per "dare il buon esempio" noi di CDA ci siamo impegnati in un'iniziativa di cui andiamo particolarmente fieri: "Il tuo nome sulla tazzina".

Si tratta di un'iniziativa benefica per raccogliere fondi da destinare alla Onlus Progettoautismo FVG, che punta a sfruttare il momento di convivialità e piacere rappresentato dalla pausa caffè coi colleghi durante le lunghe ore di lavoro. L'idea di abbinare il dono al caffè è antica, come testimonia la tradizione napoletana del caffè sospeso. Chi entrava in un bar

per prendere un caffè ne lasciava uno già pagato "in sospeso" per il prossimo che l'avesse chiesto. Facendo nostra questa ispirazione e riallacciandoci alla forte sensibilità verso la responsabilità sociale, abbiamo deciso di dare vita ad una raccolta fondi solidale, della durata di sei mesi, che servirà

ad aiutare il Progettoautismo FVG nelle sue attività.

Il meccanismo è semplice: molti dei distributori automatici CDA presenti in regione sono stati dotati di un pulsante aggiuntivo per selezionare un caffè a un prezzo maggiorato di 10 centesimi, lasciando così l'opzione di scelta. Alla donazione dell'utilizzatore, al termine dei sei mesi, si è aggiunta poi una donazione in egual misura, tale da raddoppiare la cifra originale. Alla fine la generosità degli utilizzatori ci ha portato a raccogliere 3.000 €, che sono quindi diventati 6.000. L'idea è proprio quella di dare al caffè un significato personale, facendo una donazione preziosa per una causa importante, perché crediamo che un piccolo gesto quotidiano possa trasformarsi in qualcosa di importante a favore di chi vive una situazione meno fortunata e ogni giorno affronta sfide sempre più difficili. ■



www.progettoautismofvg.org
www.facebook.com/progettoautismoFVG



Nel 2017 ci siamo candidati come azienda alla Green Week attraverso il progetto Micomondo, la start up formata da Carlo Marin, micologo, e Alberto Bellotto, chef, nata nel 2016 con lo scopo di utilizzare i fondi di caffè nella produzione di funghi commestibili, principalmente nelle varietà *Pleurotus ostreatus* e *Lentinula edodes* (Shiitake).

Il progetto non solo utilizza un materiale normalmente considerato di scarto, evitando a CDA ulteriori costi di smaltimento, ma lo impiega per creare un prodotto destinato all'alimentazione umana. Da un chilogrammo di fondi di caffè infatti si ricavano circa 500 grammi di funghi, nello specifico noi utilizziamo 60 tonnellate annue di caffè in grani che danno luogo a circa 100 tonnellate umide, dalle quali sarà possibile ricavare fino a 50 tonnellate di funghi.

**DA
UN CHILOGRAMMO
DI FONDI DI CAFFÈ
SI RICAVANO CIRCA
500 GRAMMI
DI FUNGHI**

Micomondo è un progetto orientato alla sostenibilità consapevole e intelligente che affianca le attività di Ricerca e Sviluppo dell'azienda, da sempre impegnata nel recupero dei fondi di caffè, che sono un substrato ancora valido e che per questo può trovare nuovo impiego.

Per noi si è trattato soprattutto di una scelta etica, avviare allo smaltimento di un rifiuto che rifiuto non è: i fondi di caffè possiedono ancora delle proprietà e possono essere utilizzati in altri settori.

Molte piccole e medie imprese svolgono attività di CSR (Corporate Social Responsibility) in maniera inconsapevole, spesso senza sapere che si tratta di azioni "responsabili e sostenibili".

Altrettanto spesso manca la volontà di valorizzare e comunicare quanto realizzato: in questo modo però non si ottengono alcuni dei benefici che la CSR può portare all'impresa.

Abbiamo partecipato ai seminari sulla sostenibilità organizzati da Confindustria e Animaimpresa, sviluppando relazioni personali che ci hanno arricchito.

Grazie a questi è stato possibile, in un certo senso, contrastare la pretesa di avere subito le soluzioni pronte da applicare in azienda. È ormai consolidato che il tema della sostenibilità strategica stia emergendo come la più grossa opportunità di cambiamento: intesa innanzitutto come priorità di innovazione, di crescita e di sviluppo. ■

| www.facebook.com/micomondo |



responsabilità strategica:

ANIMAIMPRESA



“LE IMPRESE CSR-ORIENTED SANNO CREARE E MANTENERE UN DIALOGO COSTANTE CON GLI STAKEHOLDER: NELLA PAROLA RESPONSIBILITY SI PUÒ LEGGERE IL CONCETTO DI RESPONSE-ABILITY, CIOÈ LA CAPACITÀ DI DARE RISPOSTE.”

ROSSELLA SOBRERO

La Corporate Social Responsibility costituisce un fattore indispensabile per lo sviluppo sostenibile dell'impresa attraverso nuove modalità di relazione e di mercato che ne rafforzano la competitività coniugando la produzione di valore economico con la responsabilità sociale e la tutela dell'ambiente naturale.

L'approccio CSR porta a ritenere il comportamento responsabile fondamentale per la crescita, rappresentando il valore aggiunto e la condizione necessaria affinché l'impresa possa consolidare le sue performance e continuare a svilupparsi nel tempo. È qui che entra in gioco Animaimpresa.

L'associazione di promozione sociale svolge attività finalizzate alla promozione e alla diffusione della CSR (o RSI - Responsabilità Sociale d'Impresa) e dello sviluppo sostenibile presso Aziende, Enti, Istituzioni ed Organizzazioni in genere, attraverso idee innovative e progetti mirati.

Fabrizio Cattelan, per quattro anni Presidente dell'associazione, crede molto nel progetto, tanto da trasformare CDA nell'esempio perfetto di azienda attenta alla cultura CSR. L'associazione si è da sempre posta degli obiettivi chiari:

» PROMUOVERE LA CULTURA DELLA CSR NELL'IMPRESA ATTRAVERSO LA SENSIBILIZZAZIONE E L'IMPEGNO DEI VERTICI AZIENDALI ED UN SUCCESSIVO ALLARGAMENTO E COINVOLGIMENTO DI TUTTA LA COMPAGINE ORGANIZZATIVA;

» DIFFONDERE L'UTILIZZO DEGLI STRUMENTI A DISPOSIZIONE DEL MANAGEMENT PER LA GESTIONE DELLE STRATEGIE AZIENDALI, TRA QUESTI: CERTIFICAZIONE ETICA, BILANCIO SOCIALE, AMBIENTALE E DI SOSTENIBILITÀ, CODICE ETICO, MODELLO ORGANIZZATIVO, GESTIONALE E DI CONTROLLO;

» FAVORIRE LO SVILUPPO DI ATTIVITÀ DI MARKETING SOCIALE E DI COMUNICAZIONE EFFICACE DELLE BUONE PRATICHE;

» CREARE OCCASIONI DI RELAZIONE TRA LE IMPRESE E LE ORGANIZZAZIONI NO-PROFIT AFFINCHÉ SI POSSANO INTEGRARE ESPERIENZE ED AVVIARE RAPPORTI DI RECIPROCO VANTAGGIO.

Animaimpresa si è impegnata in settori diversi tenendo conferenze, dibattiti e seminari in campo culturale, promuovendo corsi di formazione su legislazioni attive in materia di sostenibilità, instaurando delle partnership con l'Università degli Studi di Udine e promuovendo fundraising aziendali nei confronti di associazioni no-profit.

Animaimpresa crede che sia sempre più necessario focalizzare l'attenzione su quali sono i veri obiettivi di crescita: negli ultimi anni si è puntato a uno sviluppo non sempre qualificato, oggi però non è più possibile ignorare le conseguenze che le nostre scelte di oggi causano per il futuro a medio e lungo periodo.

Sostenibilità perciò vuol dire che le soluzioni che applichiamo oggi devono trasformarsi in opportunità di domani e non problemi. ■

| www.animaimpresa.it |

IL PROGETTO HA L'OBIETTIVO
DI CONIUGARE I MODELLI
TEORICI CON L'ESPERIENZA
CONCRETA DI PICCOLI
E MEDI IMPRENDITORI.

CSR
DAY

Il Welfare State è il complesso delle politiche pubbliche messe in atto da uno Stato che interviene in economia per garantire l'assistenza e il benessere dei cittadini. Negli ultimi anni queste politiche stanno conoscendo una fase di espansione. Oggi ente pubblico, mondo produttivo e Terzo settore sono sempre più complementari nel colmare le lacune di un sistema che, complici le ristrettezze di bilancio, non può reggersi solamente sull'intervento statale.

Anche le imprese possono, e devono, partecipare alla ricerca del benessere dei propri dipendenti, attraverso forme di sostegno indiretto al reddito e meccanismi di conciliazione dei tempi lavoro-famiglia. Queste misure prendono il nome di welfare aziendale.

Animaimpresa, con la collaborazione di The Business Game Srl, ha realizzato il CSR game, un'applicazione web che fornisce un modello degli effetti delle politiche e pratiche specifiche in ambito CSR sulla gestione strategica aziendale.



Le principali difficoltà nell'attuare un piano del genere risiedono nell'elevato numero di azioni possibili da parte di un'azienda, dovute soprattutto ai differenti ambiti di cui la Corporate Social Responsibility si occupa. Inoltre spesso è difficile quantificare gli impatti delle azioni sulle variabili operative di un'impresa, nonché sulle relazioni con gli stakeholder.

Per superare queste criticità si è scelto di analizzare innanzitutto la letteratura della materia, approfondendo dei casi aziendali. Il risultato ottenuto è un'applicazione intuitiva e di semplice utilizzo che, al contempo, assolve a due compiti: divulgativo-informativo attraverso le pagine teoriche e i link ai siti internet delle aziende virtuose, e formativo con la proposta di un gioco di simulazione di un contesto competitivo e di una realtà operativa aziendale.

Pur nelle limitazioni di un Business Game, ne è derivato uno strumento che fa comprendere la valenza strategica della CSR e come questa vada introdotta in azienda attraverso un'attenta progettazione. Il progetto ha l'obiettivo di saper coniugare i modelli teorici con l'esperienza concreta di piccoli e medi imprenditori, per riuscire a sfruttare appieno uno strumento importante come il CSR. ■

CDA

una scelta naturale

TRASPARENZA,
RICERCA ED
EFFICIENZA.

Alla base del nostro core business, ci sono i servizi e la consulenza che siamo in grado di offrire per risolvere problematiche legate al punto ristoro di uffici, associazioni sportive, scuole, strutture private e pubbliche. Macchine, allestimenti e soluzioni studiate apposta per gli spazi e le necessità delle persone.

In quarant'anni abbiamo portato avanti politiche aziendali basate su aspetti che noi riteniamo fondamentali come trasparenza delle scelte di mercato, ricerca e offerta dei prodotti migliori, massima efficienza dei servizi, rispetto per l'ambiente e tutela della sicurezza sul luogo di lavoro.

La nostra filosofia aziendale è un pensiero condiviso da tutto lo staff: creare un rapporto continuato e di fiducia con il cliente con reciproca soddisfazione. I clienti, le persone, i concorrenti ci identificano e qualificano come un'azienda in grado di esprimere e coniugare nel servizio offerto la tradizione e l'innovazione, la sicurezza e la flessibilità.

Questi valori commerciali si sommano alla nostra vocazione a tutela dell'ambiente. Alimentazione energetica con pannelli fotovoltaici, automezzi a gas metano, ricerca continua di alimenti prodotti nella zona, telemetria e progetti volti ad una maggior sostenibilità ambientale sono solo alcune delle nostre iniziative. ■





Giovani professionisti ed imprenditori 2015

Nel 2015 il Rotary Club di Lignano Sabbiadoro-Tagliamento ha consegnato a Fabrizio Cattelan, in qualità di amministratore delegato di CDA, la targa di riconoscimento "Giovani professionisti ed imprenditori 2015" come esempio virtuoso di imprenditore che si impegna concretamente sul territorio attraverso lo sviluppo di progetti innovativi.

Il premio, coronamento delle diverse iniziative aziendali intraprese da CDA, viene conferito annualmente a uno o più giovani professionisti imprenditori di età inferiore ai 40 anni, che esercitano la loro attività nel territorio di competenza del R.C. di Lignano Sabbiadoro e che si siano particolarmente distinti nel campo dell'innovazione.

Nel caso specifico di CDA il premio è stato assegnato principalmente per l'attenzione mostrata all'aspetto sostenibilità, attraverso la scelta di prodotti di altissima qualità, a filiera corta e in parte da agricoltura biologica. Tutto questo mettendo in campo iniziative per ridurre l'impatto ambientale dell'attività produttiva e offrire attraverso i propri distributori un servizio aggiuntivo nei luoghi più sensibili della comunità come ospedali, centri sportivi e scuole.

Alla premiazione, un orgoglioso Fabrizio Cattelan, ha dichiarato: «Un riconoscimento molto apprezzato e motivo di grande soddisfazione che mi sprona ancora di più a continuare su questa strada investendo nel mio territorio, nei giovani, nella ricerca e nell'innovazione, ad approfondire e condividere concretamente tutti i progetti dell'azienda e in particolare quei concetti di etica e responsabilità sociale a me tanto cari». ■

PREMIO ROTARY

Un esempio virtuoso
di imprenditore
che si impegna
CONCRETAMENTE
sul territorio
attraverso lo sviluppo
di progetti innovativi.



IL NOSTRO OBIETTIVO È QUELLO DI AMPLIARE QUANTO PRIMA IL SERVIZIO E CREARE UNA RETE DI AMBIENTI IN CUI LA PERSONA POSSA CONSUMARE UNO SPUNTINO SENZA GLUTINE IN COMPLETA SICUREZZA E, ALLO STESSO TEMPO, COLTIVARE COME TUTTI LA SOCIALITÀ DEL MANGIARE FUORI CASA.

L'AIC è l'Associazione Italiana Celiachia Onlus, costituita nel 1979 per assistere i celiaci e le loro famiglie dal punto di vista socio-sanitario, fornendo informazioni sul servizio sanitario, sulla dieta priva di glutine e attraverso un servizio di supporto psicologico per l'accettazione della patologia.

Inoltre l'Associazione prevede un servizio di aggiornamento di un prontuario di prodotti senza glutine idonei alla dieta delle persone celiache.

Il nostro obiettivo è quello di ampliare quanto prima il servizio e creare una rete di ambienti in cui la persona possa consumare uno spuntino senza glutine in completa sicurezza e, allo stesso tempo, coltivare come tutti la socialità del mangiare fuori casa.

Inoltre i nostri distributori offrono un'ampia scelta di alimenti prodotti e confezionati in Friuli Venezia Giulia, quindi a km 0.



BIOLOGICO



PRODOTTO IN FVG



EQUO SOLIDALE



SENZA GLUTINE



PERCORSO SALUTE

Per ridurre il disagio sociale dovuto alla dieta del celiaco l'Associazione 10 anni fa ha promosso il progetto Alimentazione Fuori Casa (AFC), per creare una catena di esercizi (ristoranti, pizzerie, hotel, gelaterie e bar) informati sulle problematiche della celiachia, per poter offrire un'alimentazione idonea e sicura.

In questo ambito ci siamo inseriti noi di CDA che, attraverso un protocollo d'intesa con l'AIC, ci impegniamo a rifornire i nostri distributori automatici di alimenti e bevande idonee al consumo da parte dei celiaci, una collaborazione inedita in Italia.

Il consumo di alimenti infatti, è parte fondamentale della quotidianità di ognuno di noi, ma i nuovi stili di lavoro purtroppo, riducono sempre di più il tempo impiegato per cucinare in casa a favore dei consumi alimentari "fuori".

I benefici derivanti dall'utilizzo di prodotti "locali" o a filiera corta sono molteplici: sono infatti di sostegno all'economia locale e supportano i prodotti alimentari di nicchia rispetto ad alimenti derivanti dalla produzione industriale. Infine, ultimo ma non meno importante, contribuiscono alla riduzione di emissioni di anidride carbonica, dovute al trasporto degli alimenti.

Da qualche anno abbiamo deciso di sposare la causa del commercio equo e solidale (o Fair Trade, in inglese). Si tratta di una forma di commercio che dovrebbe garantire al produttore e ai suoi dipendenti un prezzo giusto e predeterminato, assicurando anche la tutela del territorio. Si contrappone alla massimizzazione del profitto praticata dalle grandi catene di distribuzione organizzata e dai grandi produttori. Una caratteristica esemplare di questo commercio è vendere direttamente al cliente finale i prodotti, eliminando qualsiasi catena di intermediari. ■

CDA

per lo sport

Una delle espressioni più marcate del rapporto stretto tra la cittadinanza e il territorio è sicuramente l'ambito sportivo. Un settore non solo ricco di sani valori e sani principi, ma anche un momento di congregazione e di unione sociale.

La comunità locale, tutta unita a sostenere la squadra del paese, è un ottimo esempio di unione territoriale.

Uno degli scopi di CDA quando ha incominciato a sponsorizzare il Volley Talmassons era proprio un ringraziamento al territorio, a quello che la città di Talmassons ha saputo dare all'azienda.

Una scommessa vinta, puntando sulle atlete e sui tifosi, sempre presenti e partecipi delle vittorie e delle sempre più rare sconfitte. Una stagione meravigliosa, caratterizzata da un ottimo rapporto tra la squadra, la società e la tifoseria, non così scontato.

Un campionato straordinario che ha superato ogni più rosea previsione, sempre con la massima umiltà unita all'insaziabile voglia di vincere delle atlete. Il mondo del volley è un ambiente sano e ricco di principi validi, tutti valori e principi ampiamente sposati dalla politica di CDA.



L'A.S.D. Volley Talmassons è una società sana, che svolge dal 1993 un'attività con un'attenzione particolare rivolta al settore giovanile, con un'importante sinergia

tra l'Amministrazione Comunale e le scuole. Sono 150 i tesserati ogni anno, il 90% di loro sono minorenni. La squadra seniores femminile inoltre, dopo aver vinto nella stagione 2014-15 la Coppa Italia di Serie B2 e il Campionato di Serie B1, quest'anno ha partecipato al Campionato di Serie B1. Gli eccellenti

risultati conseguiti nel 2016-17 l'hanno portata all'accesso ai playoff da seconda classificata per giocare la promozione in A2, fermando la sua meravigliosa corsa solo in finale contro Cuneo.

UNA STAGIONE MERAVIGLIOSA, CARATTERIZZATA DA UN OTTIMO RAPPORTO TRA LA SQUADRA, LA SOCIETÀ E LA TIFOSERIA

Il Volley Talmassons è promotrice del progetto Volleyinsieme, fondato su un'importante collaborazione con le Società dei comuni limitrofi. L'esempio perfetto è la collaborazione con l'APC Chions, dalla stagione 2015-16, una squadra leader a livello giovanile in regione, nella quale verranno indirizzate le migliori atlete per essere formate tecnicamente ad un livello superiore.

Questa collaborazione è figlia di un progetto ancor più ambizioso: riuscire a fare la pallavolo di alto livello con atlete provenienti esclusivamente dalla nostra regione, come il Talmassons di quest'anno.

www.facebook.com/asdvolleytalmassons

Le attenzioni che CDA rivolge al mercato equo e solidale, ai prodotti biologici, gluten free e a chilometro zero, sono tutte dovute al tempo e al mondo che stiamo vivendo.

Le nostre abitudini, infatti stanno cambiando, a partire da gesti semplici, come quello di prendere uno snack in pausa.

Uno snack che CDA vorrebbe fosse sempre più sano. Con la wellness division infatti proviamo a diffondere un messaggio mirato, nella direzione di uno stile di vita sano e un consumo di alimenti di qualità.

La buona notizia, che ci rende particolarmente orgogliosi, è che ci stiamo riuscendo.

Infatti gli ultimi dati del nostro bilancio sociale vedono un aumento di consumo degli alimenti "green" e "bio", secondo il sistema di valutazione chiamato "impronta nutrizionale", coniato proprio da CDA e che ci è valso il Sodalitas Award.

Una maggiore diffusione degli snack sani e biologici e nuovi investimenti in innovazione, sono queste le sfide che CDA vede nel suo futuro. ■

CON LA WELLNESS
DIVISION CDA PROVA
A DIFFONDERE
UN MESSAGGIO MIRATO,
NELLA DIREZIONE
DI UNO STILE DI VITA
SANO E UN CONSUMO
DI ALIMENTI DI QUALITÀ.



**SI SCRIVE
ESPERIENZA,
SI LEGGE
INNOVAZIONE**

TANTI AUGURI A NOI!

Il 7 giugno 2016
IN CDA
abbiamo festeggiato
il nostro
40° COMPLEANNO
e abbiamo deciso
di fare le cose
IN GRANDE.



L'11 giugno 2016 infatti abbiamo riunito tutti i nostri 65 dipendenti, con le relative famiglie, i clienti e i fornitori per festeggiare adeguatamente l'ambito traguardo.

Alla giornata hanno preso parte diverse autorità, proprio per continuare a promuovere l'idea che caratterizza la filosofia della nostra azienda: CDA infatti negli anni ha sviluppato un grande attaccamento al territorio e una sempre maggiore attenzione ai dipendenti, tanto che la festa per i quarant'anni è stata quella di tutta Talmassons.

Cresciuti costantemente dal 1976, anno dopo anno, abbiamo sfruttato l'occasione del quarantesimo anniversario per inaugurare la nuova sede, vicina alla precedente, dopo un progetto di riqualificazione dell'area durato 5 anni. La palazzina sorge in un contesto moderno e funzionale con tanto di sala riunioni da 60 posti. Un upgrade non da poco che verrà utilizzato come base per i progetti futuri. Nella nuova area sono previsti spazi funzionali, come ad esempio l'appartamento per il custode e i servizi di ristorazione, nuovi magazzini, rimesse coperte e un impianto completo di autolavaggio, nell'ottica di migliorare l'igiene e l'immagine aziendale.



All'interno della struttura è stata allestita anche un'area con strumentazioni ad hoc per consentire all'assistenza tecnica di operare in maniera più funzionale sui 4.200 distributori di cui siamo proprietari.

A tutto questo si sono aggiunti altri tipi di investimenti, questa volta tecnologici e orientati al core business, con l'intento di sviluppare nuovi sistemi di gestione e utilizzo dei distributori automatici: dalle chiavette che diventano card per gli accessi, all'app per poter ordinare da cellulare, alle nuove macchine che distribuiscono il caffè americano come quello di Starbucks. ■

QUI IN CDA NON CI SI FERMA MAI.



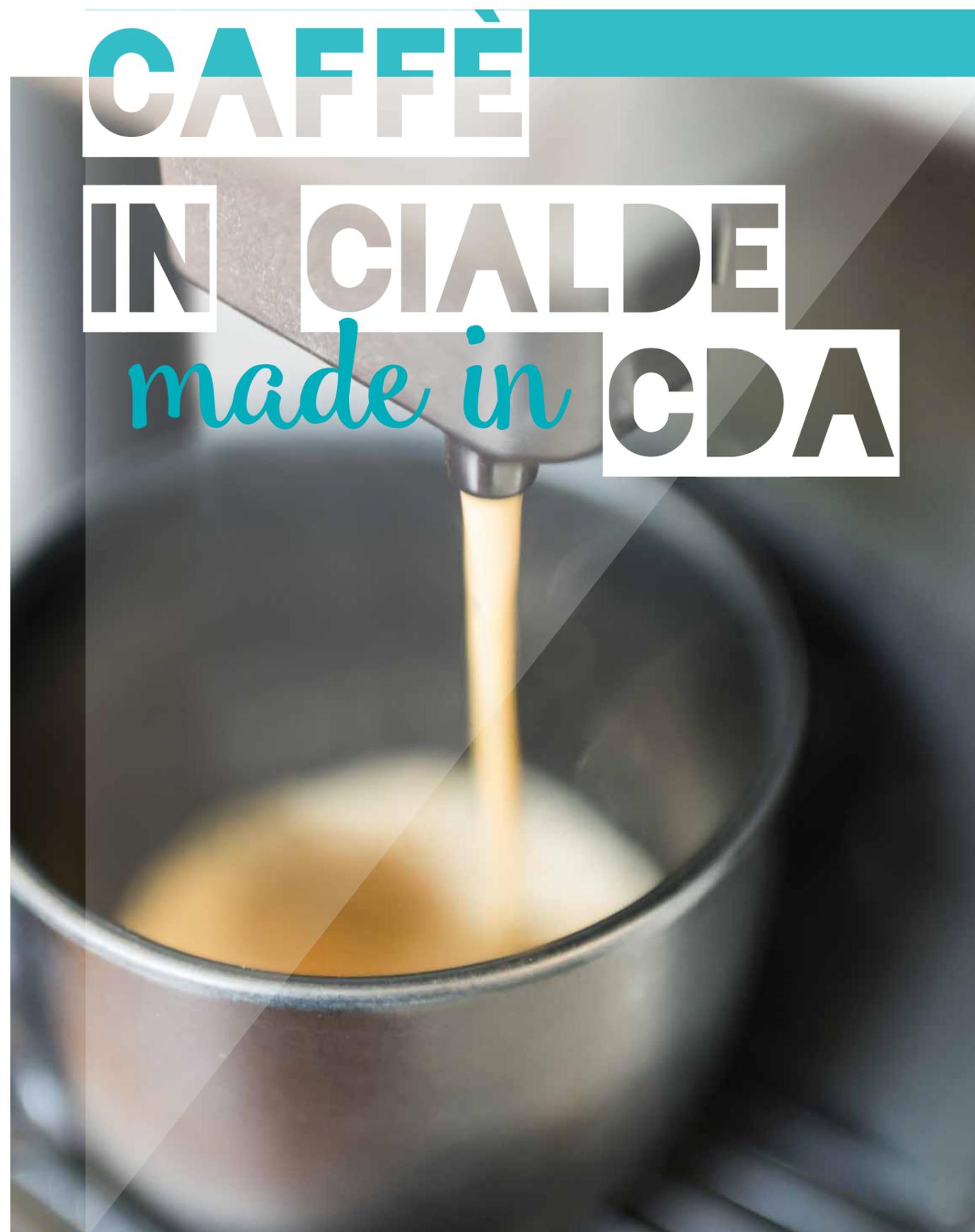
Il 2017 di CDA è iniziato con una novità, da quest'anno infatti abbiamo pensato di estendere la nostra offerta ed arrivare fino alle case dei nostri clienti. Dal produttore al consumatore, con le nuovissime macchinette per il caffè nate ad hoc per l'utilizzo e la gestione casalinga.

Il mercato chiama, CDA risponde. Vista la sempre maggiore domanda di macchine del caffè capaci di produrre e servire un buon prodotto, anche fra le mura domestiche, abbiamo deciso di offrire le macchinette del caffè da utilizzare a casa.

Senza la necessità di acquistare le macchinette, offerte in comodato gratuito, il cliente potrà avere a portata di mano un caffè di qualità superiore ogni mattina. CDA inoltre, per completare il servizio, fornirà la manutenzione e l'intervento per qualsiasi evenienza. L'unica clausola? Bere tre caffè al giorno. Un patto decisamente conveniente.

DAL PRODUTTORE
AL CONSUMATORE,
CON LE NUOVISSIME
MACCHINETTE
PER IL CAFFÈ
NATE AD HOC
PER L'UTILIZZO
E LA GESTIONE
CASALINGA.
IL MERCATO
CHIAMA,
CDA RISPONDE.

CAFFÈ
IN CIALDE
made in CDA





CDA WELLNESS:

*intervista a
Gianluca Birtig
in CDA dal 2007*

**Da quanti anni lavora in CDA?
Quale mansione svolge all'interno
dell'azienda?**

Sono in CDA dal 2007, quindi ormai da 10 anni. Mi potrei definire come un commerciale atipico. Mi spiego, io cerco fornitori, prodotti locali e di qualità, cercando in particolare quelli che si differenziano dalla solita offerta vending.

Quali sono le caratteristiche che deve possedere un'azienda per entrare a far parte del mondo CDA?

Sono sicuramente due: qualità e trasparenza. La qualità è ovviamente fondamentale e la trasparenza è un termine molto ampio. Infatti cerchiamo aziende con processi, produzione e comunicazione all'esterno trasparenti.

Ultimamente si parla molto di welfare aziendale, come viene applicato concretamente qui in CDA?

L'aspetto più interessante di lavorare in CDA è sicuramente l'atmosfera che si respira. Qui infatti i dipendenti possono portare le loro passioni e declinarle sul posto di lavoro, trasmettendo così una maggiore energia e questo si traduce nel piacere di venire a lavoro ogni giorno.

Mi può portare un esempio?

Io sono l'esempio perfetto. Ho giocato a calcio come professionista e per me il mio corpo è come un tempio, proprio perché è stato il mio principale strumento di lavoro per tanti anni. La mia passione sono i cibi sani e nutrienti, un aspetto che ho portato con me in CDA grazie anche a Fabrizio Cattelan. Solo così andare a lavoro diventa un piacere. Ma ci sono moltissimi altri esempi di vero e proprio welfare aziendale che potrei portare, come la flessibilità degli orari. Questi aspetti aiutano a responsabilizzare i dipendenti, ma anche a non farli sentire come dei numeri, a renderli partecipi del progetto.

Secondo lei perché il welfare aziendale non è un comportamento standard di tutte le aziende?

Spesso non è diffuso perché dipende dalla tipologia di imprenditore che guida l'azienda. Nel nostro caso Fabrizio è un imprenditore visionario. Applicare certe idee, certi aiuti per i dipendenti e le loro famiglie per arrivare dove lo Stato non arriva, non è certo un comportamento aziendale che tutti i dirigenti sono disposti ad adottare. Qui la porta della direzione è sempre aperta e in CDA lo sanno tutti.

Se lei fosse l'Ambasciatore del welfare aziendale, come convincerebbe le altre aziende ad adottarlo?

Secondo me la cosa fondamentale è l'incontro con i dipendenti, condividere con loro le posizioni aziendali, ascoltare le loro idee, renderli partecipi. Sono tutte ricchezze che possono fare del bene all'azienda prima che al dipendente, anche se mi rendo conto che, anche per dimensioni, non tutte le aziende possano applicare certi accorgimenti.

L'ASPETTO
PIÙ INTERESSANTE
DI LAVORARE IN CDA
È SICURAMENTE
L'ATMOSFERA CHE SI RESPIRA.
QUI I DIPENDENTI POSSONO
PORTARE LE LORO PASSIONI
E DECLINARLE SUL POSTO
DI LAVORO, TRASMETTENDO
COSÌ UNA MAGGIORE
ENERGIA.

Quali vantaggi può avere un'azienda che applica questo tipo di politiche?

Oltre al puro piacere di farlo? Sicuramente aiuta la brand reputation, anche se non si tratta solo di immagine. Infatti, visto che "chi si somiglia si piglia", le aziende che si comportano come noi desiderano sempre di più collaborare con CDA e "fare hub". Questo è un circolo vizioso positivo di trasparenza e qualità, una cosa magnifica.

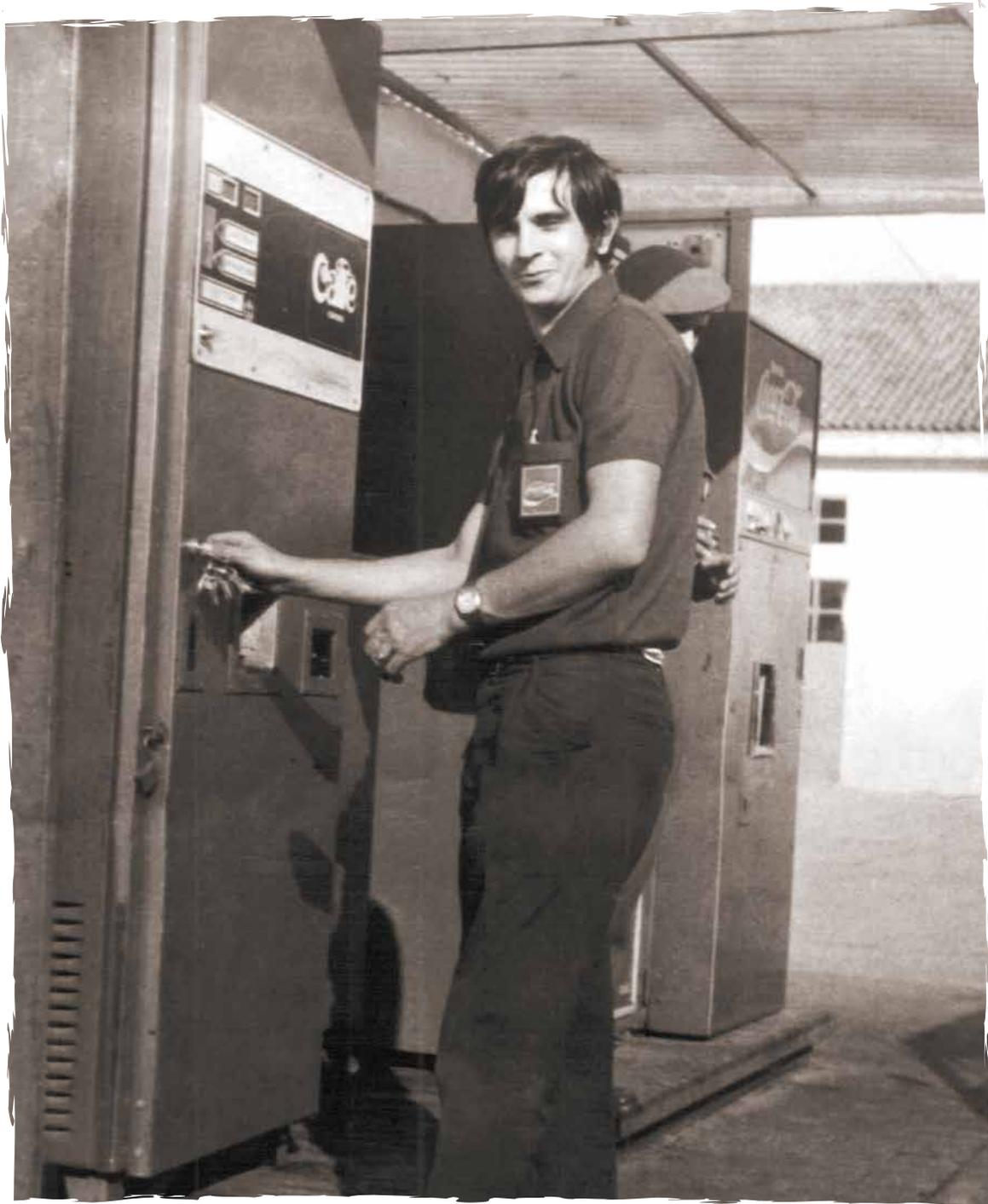
Uno degli aspetti fondamentali dell'operato di CDA è saper ridare al territorio quelle energie e quelle risorse che ha utilizzato negli anni.

Verissimo e lo dimostriamo con tutte quelle attività di stampo sociale, come il progetto Microdono per AutismoFVG, oppure nel mondo dello sport come il Volley CDA Talmassons. Saper ridare al territorio ciò che abbiamo preso in questi anni è fondamentale per potersi definire un'azienda virtuosa.

Facciamo finta che questa sia una chiacchierata in confidenza, che voto darebbe al trattamento dei dipendenti in CDA da uno a dieci?

Magari sarò di parte, ma il metodo di lavoro, la libertà d'azione e il clima che si respira in CDA mi porta verso una scelta obbligata: 10 e lode.

CDA. PER ENTRARE NELLA STORIA BISOGNA AVERNE UNA.



**DAL 1976 PENSIAMO ALLA TUA PAUSA.
SENZA PAUSE.**

Con oltre 40 anni di esperienza nel settore, dal 1976 puntiamo all'innovazione della distribuzione automatica nel rispetto dell'ambiente e della persona.

Attivi sette giorni su sette, disponiamo di personale specializzato, automezzi all'avanguardia e un rigoroso controllo sui prodotti dei nostri fornitori.


Una scelta naturale