



# IMPACT REPORT 2023





# LETTERA AGLI STAKEHOLDER

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

Il 2023 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.



“

“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”.

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”.

*Fabrizio Cattelan*  
CEO

**ZANUSSI**

ESPRESSO  
MILK  
DE CALDE



ESPRESSO	CAPPUCCINO	CALDA	ESPRESSO
500	500	500	500
1	2	3	4

**Calda**

ELECTRONIC LINE



**Café**  
ESPRESSO

CAFFÈ ESPRESSO  
CAFFÈ...LATTE MACIATO




**Coca-Cola**



**Glasc**



# LA NOSTRA STORIA

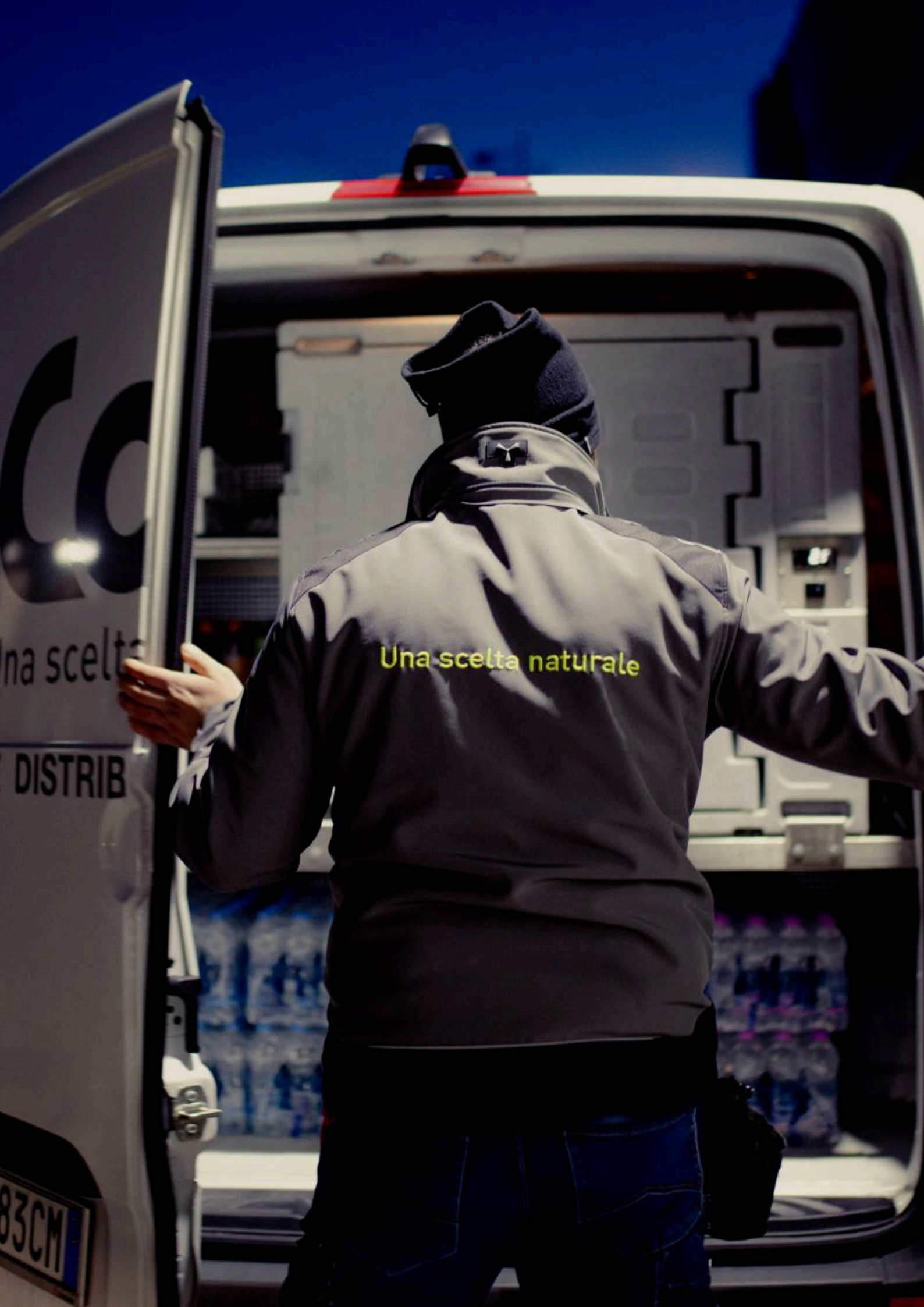
52 sono gli anni di Ambrogio Cattelan, 31 quelli di suo figlio Fabrizio; non si tratta di un dato anagrafico, ma di esperienza messa al servizio del vending in Friuli Venezia Giulia, la stessa che oggi porta il nome di CDA. 1976, 1994, 2007, 2020 le date che hanno fatto da crocevia per la società: nata agli albori come Tomasin&Cattelan, dopo essere ribattezzata CDA, consolida la sua presenza sul mercato con l'acquisizione del brand PBM di Moimacco.

Dai primi distributori automatici a oggi, di cambiamenti ce ne sono stati tanti, possiamo raccontarvi in prima persona quelli che abbiamo vissuto dalla fine degli anni Settanta. Snack, caffè, bevande e distributori automatici, tutto è cambiato, tranne il nostro modo di lavorare.

80 dipendenti, 6.000 distributori, 3.000 clienti attivi localizzati nel Nordest fra cui 650 riforniti quotidianamente e 6000 chilogrammi di caffè al mese: sono questi i nostri numeri.

Da quasi 50 anni l'Azienda opera nel vending ed è conosciuta come portabandiera della Responsabilità Sociale d'Impresa nel suo settore. La filosofia aziendale di CDA trova slancio a partire da un pensiero condiviso da tutto lo staff: creare un rapporto continuativo e di fiducia con il cliente e con il territorio. CDA nel 2020 ha adottato lo status di Società Benefit. Questa integrazione, va a rafforzare di fatto l'impegno nello sviluppo del proprio modello di business sostenibile, integrando il proprio statuto con obiettivi di beneficio riguardanti le persone, l'ambiente e il territorio .





Una scelta naturale

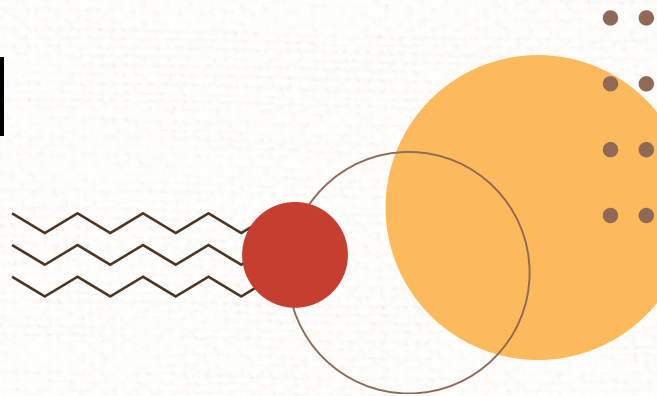
C

na scelta

DISTRIB

83CM

# I VALORI FONDANTI



## L'AMBIENTE

LA SALVAGUARDIA DELL'AMBIENTE È UNA REALE NECESSITÀ PER LA SOPRAVVIVENZA DELLA NOSTRA AZIENDA E DI TUTTA LA COMUNITÀ

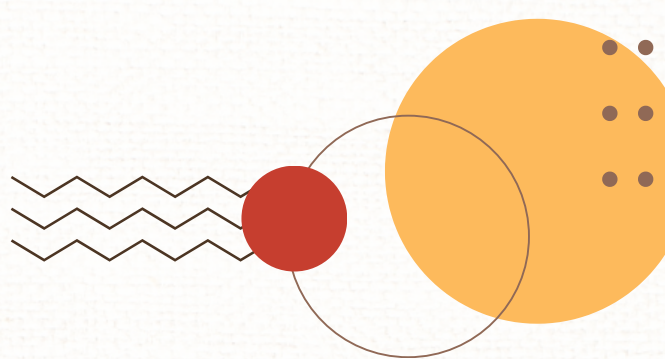
## LE PERSONE

PARTE FONDAMENTALE DELLA NOSTRA MISSION È CONTRIBUIRE ALLA CRESCITA PROFESSIONALE E PERSONALE DEL NOSTRO CAPITALE UMANO, ACCOMPAGNANDOLO NEL MIGLIORAMENTO DELLE COMPETENZE E ALLA SODDISFAZIONE PROFESSIONALE E PERSONALE.

## IL TERRITORIO

LA NOSTRA AZIENDA È UN TUTT'UNO CON IL TERRITORIO CHE DA OLTRE 40 ANNI CI OSPITA E CHE CI HA DATO QUEL VALORE CHE CI HA PERMESSO DI PROSPERARE E CHE ABBIAMO L'OBIETTIVO DI RENDERE.





# 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:

- **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
- **la sostenibilità sociale:** 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;
- **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;
- **la crescita professionale dei collaboratori** attraverso programmi di formazione costante e attraverso meritocrazia e possibilità di crescita personale;
- **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.







# 1. AMBIENTE



**LA DIFFUSIONE E PROMOZIONE ATTIVA DI SENSIBILITÀ ETICA ED ESTETICA IN MATERIA AMBIENTALE, INCENTIVANDO I COMPORTAMENTI VIRTUOSI DI ATTENZIONE ALL'EQUILIBRIO DELLA BIOSFERA.**

L'ambiente è uno dei principali argomenti di interesse di CDA, che da sempre si impegna in azioni di salvaguardia e rispetto. Come azienda sappiamo che abbiamo una responsabilità nei confronti delle future generazioni e che non c'è più tempo da perdere nell'intraprendere azioni volte a mitigare il nostro impatto ambientale. Adottare degli standard di vita più sostenibili nel lungo periodo non è più una scelta, è ormai una necessità, con l'obiettivo di consegnare ai nostri giovani un pianeta nelle stesse condizioni in cui lo abbiamo ricevuto. Tutelare l'ambiente è importante perchè risorse come l'aria, l'acqua, le specie vegetali e gli animali sono limitate e l'uomo, che le consuma, spesso crea delle conseguenze distruttive. Il nostro obiettivo è fare la nostra parte riducendo il nostro impatto ambientale e condividendo buone pratiche con la nostra rete di fornitori e partner.



# 1. AMBIENTE

## A. Riciclo e riutilizzo di scarti derivanti dal business.



### KPI RAGGIUNTI

Sistemazione area smaltimento rifiuti per ottimizzazione dello stoccaggio e gestione rifiuti



Valutazione inserimento nuovi codici CER per smaltimento di smartphone e monitor.



Valutazione cessione fondo di caffè ad impianti a Biogas o produttori di oggetti derivanti dal riciclo.



### OBIETTIVI 2024

Contenimento dell'utilizzo di prodotti /materiali pericolosi attraverso la ricerca di soluzioni alternative.



Inserimento nuovi codici CER per smaltimento di smartphone e monitor.



Corretta gestione da parte del resp. acquisti in merito all'approvvigionamento di prodotti con imballo minimo.



Monitoraggio dei rifiuti in uscita attraverso una corretta gestione da parte del resp. acquisti e dal resp. dell'ass. tecnica dell'approvvigionamento di prodotti con confezionamento eccessivo.

## B. Raccolta differenziata dei rifiuti in azienda.



### KPI RAGGIUNTI

Sistemazione area smaltimento rifiuti per ottimizzazione dello stoccaggio e gestione rifiuti



Mantenimento del progetto Rivending Confida in mensa e presso nuovi clienti.



### OBIETTIVI 2024

Continua formazione agli impiegati e ai responsabili sul riutilizzo della carta da riciclare.



Mantenimento del progetto Rivending Confida in mensa e presso nuovi clienti.



# 1. AMBIENTE

## C. Produzione di energia da fonte rinnovabile



### KPI RAGGIUNTI

Avvio di accumulo energia elettrica prodotta dal nostro impianto fotovoltaico in batterie per uso notturno.

Valutazione ampliamento impianto fotovoltaico.



### OBIETTIVI 2024

Acquisto di attrezzatura esclusivamente verificando preventivamente la classe di efficienza energetica

Sensibilizzare il personale attraverso corsi di approfondimento sui corretti comportamenti da avere in azienda rispetto all'uso di energia elettrica e sui nuovi sistemi di produzione di energie rinnovabili.

## D. Utilizzo e promozione di mezzi di trasporto alimentati da fonti rinnovabili.



### KPI RAGGIUNTI

Riduzione consumo di combustibili fossili attraverso attività di controllo, gestione e manutenzione del parco automezzi.

Progressiva sostituzione degli automezzi più datati e meno efficienti.



### OBIETTIVI 2024

Ottimizzazione dei percorsi per il rifornimento dei clienti e per l'assistenza tecnica per ridurre il consumo di carburante.

Completamento dell'aggiornamento della flotta con mezzi ibridi e/o elettrici.

# 1. AMBIENTE

## E. Digitalizzazione dei documenti.



### KPI RAGGIUNTI

Progressiva Implementazione del software "Arxivar" per digitalizzazione procedure e documenti.

Formazione del personale all'uso di piattaforme digitali come Google Meet e Classroom per lo scambio di informazioni e documenti.



### OBIETTIVI 2024

continua formazione agli impiegati per il corretto utilizzo del fronte /retro e di carta riciclata.

Promuovere l'uso delle piattaforme digitali in uso per lo scambio di documenti tra i reparti e l'identificazione di nuove procedure.

## F. riduzione dello spreco alimentare.



### KPI RAGGIUNTI

Collaborazione con il banco Alimentare e l'Associazione Friulana Famiglie Numerose.

Campagna di formazione e sensibilizzazione con gli operatori sul corretto carico dei furgoni.

Attività di monitoraggio degli inventari dei furgoni con l'obiettivo di migliorare l'approvvigionamento.

Rivalutazione periodica dei clienti bassovententi per ridurre lo scarto di prodotti freschi.



### OBIETTIVI 2024

Collaborazione con il banco Alimentare e l'Associazione Friulana Famiglie Numerose.

Fefinizione di un processo specifico di gestione del reintegro degli ordini con il magazzino.

Rivalutazione periodica dei clienti bassovententi per ridurre lo scarto di prodotti freschi.

Definizione del processo di lavoro specifico del carico dei furgoni per ottimizzare le scorte ed evitare lo spreco alimentare.

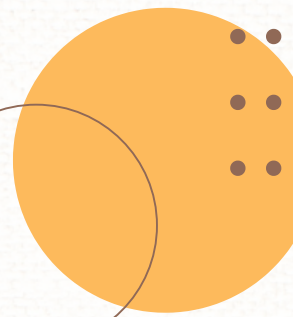
**Cda**

Una scelta naturale

GESTIONE  
DISTRIBUTORI  
AUTOMATICI

EK 698YX





## 2. LAVORATORI



**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;**

Il nostro intento è da sempre quello di promuovere un cambiamento organizzativo e culturale all'interno della nostra azienda adottando delle politiche di gestione del personale orientate al benessere delle persone e delle famiglie.

L'azienda, negli ultimi anni, si è focalizzata su piani welfare che partono dalle esigenze dei collaboratori e delle loro famiglie per una migliore conciliazione dei tempi di vita e di lavoro. La conciliazione e le iniziative a sostegno dell'economia delle famiglie rappresenta una questione etica e di responsabilità nei confronti del nostro capitale umano. Per questo è nato il **PROGETTO AGAPE** e abbiamo ottenuto la seconda annualità della certificazione **FAMILY AUDIT** promossa dalla Provincia di Trento e volta a promuovere politiche di conciliazione vita privata - lavoro. Inoltre, durante tutto il 2023, sono stati portati avanti diversi **progetti specifici** dedicati al personale, sia in ambito **formazione** che relativo alla **qualità delle relazioni** e al **benessere organizzativo**.





# 2. LAVORATORI



## KPI RAGGIUNTI

Seconda annualità certificazione Family Audit

Mantenimento della quota welfare di 200€ a persona oltre l'assicurazione sanitaria integrativa.

Inserimento in azienda della figura del CHO (Chief Happiness Officer).

Aumentare i Family Day e creare nuove occasioni conviviali con il personale e le famiglie.

Assunzione di nuove risorse a supporto di quelle esistenti e di colleghi "stagionali" per aiutare nel periodo estivo.

.....

.....



## OBIETTIVI 2024

Terza annualità certificazione Family Audit

Rivedere il piano welfare attraverso una survey specifica per migliorare e adeguare la proposta.

Progetto "CRESCERE INSIEME" dedicato ai responsabili di reparto e guidato dal CHO.

Proseguire con i "VINARS PIZZA" e aumentare le occasioni di incontro tra colleghi.

Migliorare l'offerta formativa anche in ambito soft skills creando un "CATALOGO FORMATIVO".

Creare un gruppo sportivo per attività collettive e per promuovere uno stile di vita attivo.

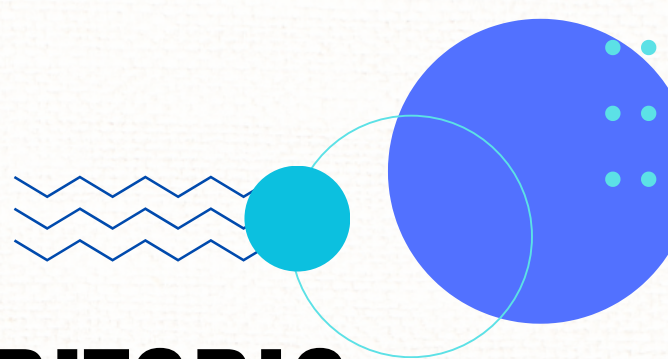
.....

L'atteggiamento di CDA verso i temi del welfare rivolto al personale ne hanno accresciuto la reputazione associata a una identità specifica: **l'azienda è di fatto riconosciuta dai propri interlocutori come attivatore di buone prassi**. È da questo punto di partenza che dal 2022 c'è in azienda la figura professionale specifica del **CHO - Chief Happiness Officer**, ossia il "manager della felicità" con il compito di implementare la felicità aziendale attivando un processo di cambiamento dell'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.

Da questa figura e da un processo di **intelligenza collettiva**, sono nate e continuano a nascere diverse iniziative dedicate al personale che trovano un riscontro molto positivo in tutta l'organizzazione.







## 3. IL TERRITORIO



**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.**

Il rapporto tra azienda e territorio è un tema molto radicato nella storia della CDA. Esiste infatti un legame indissolubile tra Talmassons e la storia della nostra azienda, poiché questo è il territorio in cui siamo nati e in cui continuiamo a crescere e prosperare. Per questo motivo, siamo fermamente convinti che, in un continuo scambio energetico, l'azienda sia chiamata a rendere parte del valore che ci è stato dato dal luogo che ci ospita e che ci ha permesso di essere dove siamo. Vogliamo contribuire allo sviluppo dello stesso creando valore che si traduca in posti di lavoro di qualità, ma soprattutto in valore condiviso e benessere diffuso.



# 3. TERRITORIO



## KPI RAGGIUNTI

Microdono 2023 e ampliamento del progetto ai clienti con la possibilità di personalizzazione.

Mantenimento della sponsorizzazione della CDA Volley Talmassons in serie A2.

Sostegno al territorio attraverso progetti di collaborazione con realtà ad alto impatto sociale per favorire l'inclusione e la valorizzazione delle risorse .

Collaborazione con le scuole sia primarie che secondarie per la divulgazione dei temi della sostenibilità.

Diffusione di contenuti culturali relativi al territorio in occasioni aziendali rivolti ai collaboratori e alle famiglie.

Collaborazione con realtà sportive e culturali del territorio per la diffusione di buone pratiche, wellness e qualità della vita lavorativa.



## OBIETTIVI 2024

Microdono 2024 e ampliamento del progetto ai clienti con la possibilità di personalizzazione.

Mantenimento della sponsorizzazione della CDA Volley Talmassons in serie A2 e ampliamento del progetto sportivo ad altre realtà del territorio

Collaborazione con realtà sociali come HATTIVALAB ONLUS inserita come CHARITY sponsor della Volley talmassons.

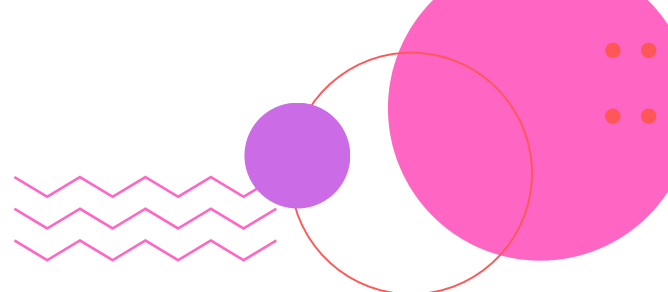
Collaborazione con le scuole sia primarie che secondarie per la divulgazione dei temi della sostenibilità.

Diffusione di contenuti culturali e sociali legati anche al progetto Microdono per tutto il personale.

Creazione e promozione di un gruppo sportivo attivo per tutto il personale per la partecipazione ad iniziative sportive, ludiche e sociali.

Capita spesso in azienda, di trovarsi di fronte ad un problema e molto spesso questo problema porta con sé anche un costo. In questa situazione, un modello di business sostenibile, che comprende anche obiettivi di beneficio comune in quanto Società Benefit, ci impone di farci una domanda: "come possiamo generare valore? Cosa possiamo fare per impattare di meno sia in termini economici, che ambientali, che sociali?" La risposta a queste domande è, ad esempio, la nostra collaborazione con le realtà locali senza scopo di lucro che ci permettono di venire a conoscenza di realtà essenziali per il nostro tessuto sociale. Siamo sempre convinti che sia necessario restituire parte del valore generato e per questo siamo sempre pronti a sostenere e accogliere le richieste ove possibile.





## 4. CRESCITA E FORMAZIONE



**la crescita professionale dei collaboratori attraverso programmi di formazione costante e attraverso meritocrazia e possibilità di crescita personale.**

La formazione assume da sempre un'importanza fondamentale nel mercato del lavoro e nella nostra azienda. Il nostro mondo, infatti, è in continua evoluzione e la formazione rappresenta una sfida costante per stare al passo con il settore.

Nel 2022, l'azienda ha ripreso con entusiasmo la formazione in presenza, concentrandosi molto sulle novità del nostro settore, sfruttando ogni occasione che ci è stata data, sia per gruppi di persone, che per singoli collaboratori che hanno potuto approfondire e migliorare le loro competenze.

Il focus è stato soprattutto sulla parte "tecnica" del nostro lavoro, principalmente per dare la possibilità anche ai nuovi colleghi di approfondire alcuni aspetti.

Inoltre, siamo riusciti ad ottenere un finanziamento da parte di Fondimpresa, dedicando 32 ore di formazione dedicata alle competenze digitali.

Per il 2023 l'obiettivo è quello di continuare ad approfondire alcuni aspetti relativi alla Business Intelligence e all'uso del terminale palmare e del computer. Inoltre, vorremmo provare a proporre formazione dedicata alle soft skills, in modo tale da valorizzare attitudini e interessi del personale.



# 4. CRESCITA E FORMAZIONE



## KPI RAGGIUNTI

Realizzazione corsi specifici di formazione interna su prodotti e competenze tecniche.

Formazione specifica dedicata ai servizi welfare, polizze sanitarie e rimborsi fondo sanitario.

Formazione specifica dedicata a nuovi software gestionali da implementare in azienda.

Progetti stage universitari

Formazione specifica su processi, organizzazione e metodo di lavoro.

Attivazione di progetti dedicati alle "soft skills".



## OBIETTIVI 2024

Creazione di un catalogo di formazione sia specifica che relativa alle soft skills

Formazione specifica dedicata ai servizi welfare, e rimborsi fondo sanitario.

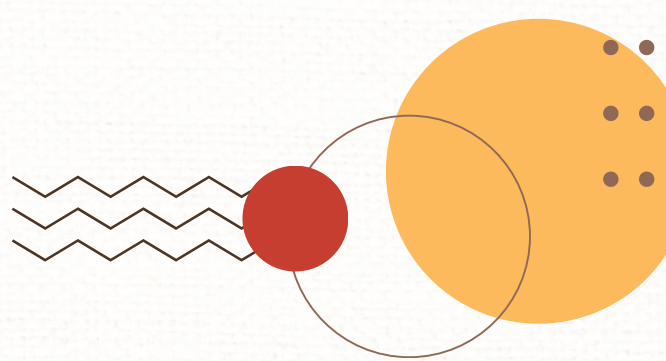
Formazione specifica in ambito dei software digitalizzazione dei documenti.

Progetti stage universitari

Creazione di momenti di incontro e crescita relativi al miglioramento di processi e ruoli.







## 5. SALUTE



### **INCENTIVAZIONE E PROMOZIONE DI PRODOTTI LOCALI O A KM ZERO, NONCHÉ DI SANI STILI DI VITA E DI UNA CORRETTA ALIMENTAZIONE.**

Il rapporto di stretta interdipendenza tra azienda e territorio ci ha sempre spinto a promuovere i prodotti locali e soprattutto sani stili di vita grazie ad una corretta alimentazione, anche al distributore automatico. Per troppi anni siamo stati infatti identificati come “quelli delle macchinette” e come distributori di “junk food”, mentre nel tempo abbiamo confermato che i distributori sono semplici strumenti di vendita e che il contenuto dipende dalle nostre scelte. Grazie alla collaborazione con aziende del territorio infatti, siamo riusciti a creare alternative valide ai prodotti della grande distribuzione, creando anche nuove opportunità di business per le aziende partner stesse.





# 5.SALUTE



## KPI RAGGIUNTI

Progetto di prevenzione patologie tipiche del nostro settore con partner locali.

.....  
Inserimento di nuovi prodotti locali nel paniere  
100% FVG

.....  
Formazione interna sull'utilizzo della polizza  
sanitaria integrativa.

.....  
Promozione di uno stile di vita attivo attraverso la  
proposta aziendale di attività sportiva.

## OBIETTIVI 2024



Progetto di prevenzione patologie fisiche tipiche del nostro settore con partner locali.

.....  
Valutazione dell'adesione al progetto WHP (Workplace  
Health Promotion) per l'adozione in azienda di sani stili  
di vita, alimentari e di salute generale (fumo, alcol ecc).

.....  
Creazione di un gruppo sportivo - attivo  
aziendale per promuovere sani stili di vita.

.....  
Partecipazione a manifestazioni ludico sportive  
come azienda con lo scopo di essere testimonial  
attivi sul territorio



# CONCLUSIONI

È arrivato il tempo dei bilanci. Com'è stato questo 2023? Di sicuro è stato un anno pieno di emozioni e di nuovi progetti che ci hanno visti crescere e maturare, sia come persone che come organizzazione.

Abbiamo concentrato i nostri sforzi sul cuore dell'azienda, ossia sulle persone che ogni giorno la abitano, la vivono e contribuiscono alla sua crescita e al suo futuro.

Per questo motivo e con l'obiettivo di avvicinarci sempre di più ad essere una organizzazione positiva, abbiamo investito tempo e risorse a rivedere ruoli, modelli e processi, per generare un impatto positivo sulla vita del nostro capitale umano.

Siamo fermamente convinti che avranno futuro solo le organizzazioni in cui le persone stanno bene al loro interno e solo così siamo certi di generare un impatto positivo sul nostro amato territorio.

Ci siamo guardati allo specchio con onestà e trasparenza e, partendo dal nostro scopo nobile, abbiamo cercato di generare valore in ogni parte del nostro business partendo dalle persone che lo generano, creando consapevolezza, accompagnando nella crescita personale e professionale, generando nuove opportunità e migliorando ruoli per permettere alle persone di sentirsi soddisfatti e appagati del tempo dedicato all'azienda.

È un percorso complesso, a volte in salita e tortuoso, ma sappiamo che solo mettendosi in gioco possiamo davvero contribuire a lasciare un'impronta positiva.

Il 2024 ci vedrà impegnati sul fronte della formazione, dell'innovazione e della riorganizzazione e non vedo l'ora di raccontarvi, tra un anno, com'è andata.

*Eleonora D'Alessandri*

Responsabile di impatto  
e Chief Happiness Officer





Il sottoscritto Cattelan Ambrogio, nato a Montagnana (PD) il 16/09/1947 dichiara, consapevole delle responsabilità penali previste ex art. 76 del DPR 445/200 in caso di falsa o mendace dichiarazione resa ai sensi dell'art. 47 del medesimo decreto, che il presente documento è stato prodotto mediante scansione ottica dell'originale e che ha effettuato con esito positivo il raffronto tra lo stesso e il documento originale ai sensi dell'art. 4 del DPCM 13 novembre 2014.

Talmassons, 10 maggio 2024

---

Per qualsiasi esigenza e chiarimento, sono a disposizione diverse figure professionali della nostra azienda, i canali social e il nostro sito internet, dove potrete trovare tutte le informazioni su progetti, prodotti e servizi.

Fabrizio Cattelan - CEO - [fabrizio.cattelan@cda.it](mailto:fabrizio.cattelan@cda.it)

Eleonora D'Alessandri - Responsabile di impatto - t. 342 1209151 [eleonora.dalessandri@cda.it](mailto:eleonora.dalessandri@cda.it)

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

Facebook/LinkedIn/Instagram: CDA UnaSceltaNaturale Società Benefit



**C.D.A. di Cattelan Srl Società Benefit**  
**Via degli Artigiani 3/2 - 33030 Flumignano - Talmassons (Udine)**  
**Tel. 0432 766853 - C.F. e P.IVA 00435470307**

C.D.A. è membro di:

