

IMPACT REPORT 2020

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

"Che cosa mi ha spinto ad intraprendere il percorso per diventare Società Benefit? Inizio con parlarvi di CSR inconscia, perché proprio da lì tutto ha inizio e anche per me è stato così".

Ci sono molte realtà che fanno azioni che rientrano nel grande contenitore della responsabilità sociale d'impresa o sostenibilità ma, da umili imprenditori, non lo comunicano, **intenti al fare più che al far sapere** e rimanendo fedeli al motto: "il bene si fa, ma non si dice".

In alcuni casi, questa filosofia mi trova concorde, ma non in questo. **Vediamo perché:**

fare una prima analisi delle ricadute positive e negative di un'azienda ha diversi vantaggi, si inizia con guardare degli **indicatori** prima inesplorati mettendoli nero su bianco attraverso strumenti come il **bilancio sociale** o il **report di sostenibilità**, al fine di ottenere una prima mappatura dei **valori intangibili**.

Poi ci si accorge che le azioni sostenibili generano **valore** non solo per l'azienda stessa, ma anche per gli **stakeholder**.

Le azioni di **welfare** intraprese aumentano la **produttività**, il senso di **appartenenza** e rendono l'azienda attraente agli occhi di **nuovi talenti**.

Si inizia passo dopo passo a essere più felici perché **lavorando, senza accorgersene abbiamo iniziato a fare qualcosa di buono per il pianeta, per le persone e per il territorio**.

Infine, si acquisisce la **consapevolezza** che le best practice delle aziende "CSR oriented", influenzano positivamente altri imprenditori del territorio.

Per la nostra azienda trasformarsi in Società Benefit ha significato dunque **coronare un percorso lungo ormai più di 10 anni** e confermare ulteriormente l'impegno nei confronti di tutti i portatori di interesse.

La buona notizia è che sempre più imprese accettano la sfida di guardare **oltre al profitto** e, nella nostra regione, ormai siamo un numero considerevole e variegato.

Diventare **Società Benefit vuol dire impegnarsi a rispettare degli standard elevati di responsabilità sociale, ambientale e di trasparenza**, con la consapevolezza che il business non sia solo profitto ma una forza capace di contribuire alla rigenerazione del nostro territorio e del nostro pianeta.

Fabrizio Cattelan
CEO





PREMESSA

In quasi 44 anni di storia, la CDA ha messo al centro della propria missione l'obiettivo di essere vicino alle persone e di promuovere la loro soddisfazione e la loro realizzazione economica e sociale per contribuire alla crescita del territorio. Una storia forte, radicata, che ha resistito nel tempo e che ha saputo adattarsi alle nuove sfide che la società, la cultura, i consumi e la tecnologia hanno introdotto, resistendo anche a varie situazioni difficili che si sono succedute in questi anni.

L'anima della CDA è rappresentata da un'attività imprenditoriale ed economica vissuta con competenza, responsabilità, reciprocità e determinazione, nell'ottica di creare prosperità e opportunità per tutti i collaboratori e le loro famiglie, nonché per la comunità locale.

"Abbiamo bisogno di persone che raccolgano le carte a terra perché qualcuno le ha gettate e perché qualcun altro così non debba raccoglierle".

È con questa missione, profondamente etica, che la CDA è diventata e continua ad essere, un esempio per tutti.

Sono stati molti gli sforzi in questi anni per attuare processi costanti di innovazione del servizio e di performance aziendali, operando prima di tutto con un'azione di formazione culturale, di gestione del cambiamento e di preparazione tecnica dei collaboratori e delle risorse umane, vero e proprio "capitale" di questa azienda.

Ma la vera sfida da affrontare ogni giorno è quella della sostenibilità, che ci vede coinvolti in un'unica dimensione sia noi della CDA, che i nostri clienti, in un rapporto interdipendente e di reciproco interesse, che vede la nostra azienda in prima linea su questi argomenti.

Questa presa di coscienza è frutto di un impegno condiviso e responsabile che punta a far rimanere la CDA, non solo una realtà imprenditoriale importante, ma anche realtà economico - sociale creatrice di valore condiviso per il mercato in cui opera e per il territorio in cui risiede. Missione dimostrata dalle nostre certificazioni (Certificazione biologica, modello organizzativo 231, Rating di legalità) e soprattutto dall'assunzione dello status di Società Benefit dal 2020.

Questo traguardo ha permesso di costruire un percorso di eccellenza e di qualità vincente per i nostri servizi e per l'ambiente.



In quanto Società benefit siamo tenuti a redigere ogni anno una relazione di impatto che delinei il percorso di sostenibilità che l'azienda segue, i progressi rispetto agli obiettivi specifici raggiunti e quelli che vogliamo raggiungere per l'anno che verrà, incoraggiando condivisione e partecipazione.

VALORI FONDANTI

01

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.

02

L'AMBIENTE

La salvaguardia dell'ambiente è una reale necessità per la sopravvivenza della nostra azienda e di tutta la comunità

03

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.





OBIETTIVI DI BENEFICIO

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:**
 - a. riciclo e riutilizzo di scarti derivanti dal business;
 - b. raccolta differenziata dei rifiuti in azienda;
 - c. produzione di energia da fonte rinnovabile;
 - d. utilizzo e promozione di mezzi di trasporto alimentati da fonti rinnovabili;
 - e. digitalizzazione dei documenti;
 - f. riduzione dello spreco alimentare
2. **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;
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.



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

Principio guida

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.

A. Riciclo e riutilizzo di scarti derivanti dal business.



KPI RAGGIUNTI	OBIETTIVI 2021
Tavolo di discussione con le autorità per la definizione del fondo di caffè "sottoprodotto"	Chiusura degli accordi per il riutilizzo o la cessione del fondo di caffè. Avvio progetto Rivending Confida

L'attenzione nei confronti del riuso dei fondi di caffè è da sempre centrale per la nostra azienda. Nel 2020, un anno difficile da diversi punti di vista, abbiamo aderito a diversi progetti volti a risolvere il problema della definizione di "sottoprodotto" del nostro principale scarto. Nel 2021 l'obiettivo è di portare a termine gli accordi con Regione ed autorità per procedere così alla cessione o alla vendita del sottoprodotto.

Inoltre, per il 2021, è previsto l'avvio presso i nostri clienti del progetto RIVENDING di Confida, che consiste nella raccolta differenziata e specifica dei bicchieri in plastica per lo smaltimento diretto dal riciclatore con lo scopo di riprodurre nuovi bicchieri (cup -to - cup).

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



B. Raccolta differenziata dei rifiuti in azienda.



KPI RAGGIUNTI	OBIETTIVI 2021
Diminuzione della produzione di rifiuti.	Implementare la raccolta differenziata dell'umido per il CDA Lounge Bar .
	Implementazione di un sistema di spillatura dell'acqua per il CDA Lounge Bar.
	Implementazione progetto Rivending Confida.

L'attenzione al riciclo è di fondamentale importanza. Nel 2020 i numeri relativi alla raccolta differenziata sono ovviamente migliorati a causa della drastica riduzione del lavoro a causa della pandemia. In linea di massima, i codici CER più importanti (carta e cartone, plastica, materiali misti e rifiuti urbani non differenziati) sono diminuiti ma in linea con gli anni precedenti. Nel 2021 l'obiettivo è monitorare questo processo già a regime e migliorare la raccolta differenziata dell'umido per il CDA Lounge Bar e svolgere attività di sensibilizzazione volta a migliorare la raccolta dei rifiuti umidi. Sempre per il bar, prevediamo l'adozione di un sistema di spillatura dell'acqua in modo tale da ridurre i rifiuti di plastica e vetro.



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

C. Produzione di energia da fonte rinnovabile



KPI RAGGIUNTI	OBIETTIVI 2021
Raddoppio impianto fotovoltaico da 55.000 a 110.000 kw	Acquisto di energia elettrica da fonti rinnovabili per il contratto relativo ai consumi aziendali.
Installazione 2 colonnine elettriche per la ricarica di mezzi elettrici.	

Nel 2020 è entrato in funzione il secondo impianto fotovoltaico aziendale posizionato sul nuovo capannone aziendale. Questa struttura ha portato la nostra azienda a raddoppiare i Kilowatt prodotti portandoli da 55.000 a 110.000 kw. Inoltre, grazie all'acquisto del primo furgone elettrico, abbiamo portato le nostre colonnine di ricarica da 1 a 2 internamente all'azienda e ne abbiamo aggiunta una terza esterna, di fronte al nostro bar a disposizione degli abitanti della zona . Per il 2021, prevediamo di aumentare di almeno una unità i mezzi elettrici e di stipulare un accordo con il nostro gestore di energia elettrica passando all'acquisto di energia da fonti rinnovabili.



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

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



KPI RAGGIUNTI

Acquisto del primo automezzo elettrico



OBIETTIVI 2021

Aumento di un'unità di un mezzo elettrico per l'assistenza tecnica.

Aumento di un'unità di un mezzo elettrico o ibrido per uffici e commerciali.

Nel 2020 è stato acquistato il primo mezzo completamente elettrico della nostra flotta aziendale. Parliamo del primo furgone elettrico a livello nazionale di quel genere, l'unico nel nostro settore, che è stato destinato ad un giro locale, che copre un raggio di pochi chilometri dall'azienda, volutamente per mitigare l'impatto ambientale.

Per il 2021 l'obiettivo è quello di aumentare di 1 o 2 unità tali mezzi, destinando quindi un automezzo elettrico o ibrido ad ogni settore aziendale.



Una scelta naturale

Coo.it

TALMADON
Via degli
Tel. 0432 7
info@coo.it
www.coo.it

STA
PER

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



E. Digitalizzazione dei documenti.



KPI RAGGIUNTI	OBIETTIVI 2021
Avvio della app aziendale MyNet	Messa a regime della App aziendale MyNet con riduzione della produzione di documenti cartacei. Avvio della digitalizzazione del "modulo di installo".

La digitalizzazione dei documenti nel 2020 è passata dall'avvento della nostra app aziendale, CDAPP - Mynet. Grazie all'inserimento di questo nuovo strumento di comunicazione interna, abbiamo digitalizzato una serie di procedure che risultavano ancora cartacee, come per esempio la richiesta delle ferie/permessi oppure lo scambio di documenti tra reparti. Obiettivo 2021 è quello di promuovere il più possibile l'uso della app anche per i corsi di formazione. Inoltre, per il 2021 inizieremo un percorso di ottimizzazione di utilizzo del sistema gestionale che prevede l'uso di documenti digitali ora cartacei per le commesse, come i moduli di installo.



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

F. riduzione dello spreco alimentare.



KPI RAGGIUNTI

21.250 prodotti ancora edibili donati alla Croce Rossa di Palmanova.



OBIETTIVI 2021

Installazione di 250 impianti di Telemetria

Campagna di formazione e sensibilizzazione con gli operatori

Mantenimento delle donazioni alla Croce Rossa di Palmanova.

La riduzione dello spreco alimentare, per un'azienda come la CDA, è uno dei pilastri del modello di business sostenibile. In virtù della nostra natura, da sempre adottiamo una policy aziendale volta alla riduzione di questi parametri, con l'obiettivo di poter parzialmente recuperare per qualche fine sociale anche i resi. Nel 2020, anche a causa della chiusura improvvisa dovuta alla pandemia, il volume di prodotti alimentari ritirati prima della naturale scadenza è in linea con l'anno precedente. Di questi prodotti, circa 15.000 pezzi tra panini e tramezzini, ancora edibili, sono stati consegnati alla Croce Rossa di Palmanova, grazie ad una collaborazione che va avanti dal 2015, secondo la quale i nostri prodotti vengono ridistribuiti a persone indigenti. Per il 2021, l'obiettivo è quello di mantenere l'accordo e la raccolta e ridistribuzione dei prodotti, ma anche quello di diminuire il più possibile questo numero attraverso l'installo di sistemi di controllo da remoto dei nostri distributori (Telemetria). Un sistema all'avanguardia che ci permette di controllare le scorte nei distributori evitando così di caricarli troppo e finendo poi con ritirare prodotti non più vendibili. Anche per il prossimo anno verranno avviate campagne di formazione e sensibilizzazione per gli operatori rispetto a tale argomento.



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;

Principio guida

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.



KPI RAGGIUNTI	OBIETTIVI 2021
Attivazione Home working	Ottenimento certificazione Family Audit
Congedi familiari per DAD o per positività di un familiare	Mantenimento della quota welfare di 200€ a persona oltre l'assicurazione sanitaria integrativa.
200 € a dipendente per l'acquisto di libri e materiale scolastico.	Convenzioni con enti e associazioni per ulteriori attività a sostegno delle famiglie.
Assicurazione sanitaria integrativa.	Avvio del "progetto AGAPE"

Nel 2020 è stato fatto un grande lavoro per riuscire ad equilibrare il periodo di ovvia difficoltà dell'azienda dovuto alle conseguenze dell'epidemia da Covid 19.

Per questo motivo, le azioni intraprese hanno riguardato principalmente la conciliazione vita privata - lavoro attraverso una serie di iniziative, come da tabella.



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;

Oltre a questo, è stato attivato un percorso di "home working" per un collega che ha avuto la possibilità di insegnare alle scuole superiori di Udine, permettendogli così di conciliare entrambe le mansioni, dedicando il giusto tempo ad entrambe.

Gli obiettivi per il 2021, considerando di riuscire a confermare un budget pre - pandemia, saranno sicuramente il mantenimento delle iniziative già in essere, ma soprattutto quello di avviare una piattaforma welfare più articolata, che contenga tutta una serie di benefit per i collaboratori e le famiglie. Nello specifico, le iniziative riguarderanno rimborsi per rette scolastiche o universitarie, sostegno ai nuovi nati, bonus per acquisto di automezzi ibridi o elettrici.

Inoltre, uno degli obiettivi è ampliare la proposta di convenzioni con realtà commerciali limitrofe all'azienda in modo tale da proporre benefici economici vantaggiosi a tutti i collaboratori della CDA (gommista, macellaio, mulino, fioraio, ecc)

Verrà avviata anche una collaborazione con la LILT (Lega Italiana Lotta ai Tumori), nella sua sezione di Udine, per attivare i servizi di prevenzione oncologici gratuiti per tutto il personale.

L'ampliamento d'uso della app aziendale anche per la richiesta ferie/permessi e per la ricezione della busta paga è un progetto che si porta avanti anche nel 2021, con l'obiettivo di migliorare l'uso e rendere più smart una procedura che ottimizza risorse e tempo e soprattutto la comunicazione aziendale.

Come ogni anno, l'azienda si augura di poter organizzare due eventi dedicati alle persone, compatibilmente con le normative anti Covid - 19, entrambi comprendono anche le famiglie.

Non ultimo, per il 2021, abbiamo definito come obiettivo anche l'ottenimento della certificazione Family Audit, promossa dalla Provincia Autonoma di Trento, che va a definire e certificare tutte le iniziative di conciliazione vita privata - lavoro. Un percorso che durerà 6 mesi e che dovrebbe concludersi a dicembre 2022.

PIENI DI RISORSE.

"Sono in CDA da 24 anni
e ogni giorno trasportiamo
dai nostri clienti l'armonia
che respiriamo in azienda".

Marcello Galassi,
Installatore CDA.



In CDA, il rapporto con le persone è fondamentale, sia internamente che esternamente. Ci piace dire che siamo 'pieni di risorse' proprio perché il capitale umano è ampiamente valorizzato e l'armonia che si respira in azienda viene trasportata ai nostri clienti. Certo, siamo facilitati da un territorio come quello friulano, ricco di persone di cuore, ma certe scene, anche dopo tanti anni, ci stupiscono ancora. Pensate che in certi uffici, la mattina, ci aspettano per bere il caffè tutti assieme. CDA da sempre è mossa da questo spirito: più che un posto di lavoro è una grande famiglia.

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.

Principio guida

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.



KPI RAGGIUNTI

Sostegno economico alla comunità locale di Talmassons per il recupero del campanile parrocchiale.

Microdono 2020

Sostegno come Main Sponsor alla CDA Volley Talmassons

OBIETTIVI 2021



Microdono 2021

Mantenimento della sponsorizzazione della CDA Volley Talmassons

Sostegno al territorio attraverso sponsorizzazioni ed erogazioni liberali.

Negli anni abbiamo fornito il nostro sostegno in modo continuativo ad oltre 40 tra Enti ed associazioni locali, come la Croce Rossa, diverse associazioni sportive (dal calcio, al basket, alle bocce, la pallavolo, la BMX), alcune scuole, la Parrocchia di Flumignano e alcune associazioni internazionali come FSC e Fondazione ACRA. Il più importante dei progetti, resta il MICRODONO. Ossia il progetto nato da un'idea di Animaimpresa, ispirato al concetto del "caffè sospeso" più famoso di Napoli. In molti dei nostri distributori infatti, è possibile trovare un caffè ad un prezzo maggiorato di 10centesimi, che verranno raccolti e raddoppiati a fine anno e devoluti ad una o più associazioni senza scopo di lucro locali.



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

Negli anni (siamo oramai alla 5 edizione), sono numerose le associazioni che hanno beneficiato di questa iniziativa. Nel 2020, a causa dell'impatto economico della pandemia sulla nostra azienda, il nostro impegno è stato in parte ridotto, ma pur sempre presente. Il progetto Microdono infatti, è stato portato comunque avanti e ci ha permesso di donare 1.000€ alla fondazione LILT nella sezione di Udine. Abbiamo poi sostenuto la mostra del Comitato di San Floriano sponsorizzando la famosa mostra di Illegio diventandone "ambasciatori", abbiamo contribuito alle spese di ristrutturazione del campanile della chiesa del nostro comune di Flumignano. Inoltre non è mancato il nostro sostegno come main sponsor alla nostra squadra di pallavolo femminile CDA VOLLEY TALMASSONS, che milita in serie A2, oltre che alla squadra del Martignacco Volley, il Torviscosa Calcio, il Codroipo Calcio, il Cjarlins Muzane Calcio e altre piccole associazioni del territorio.

Alla C.D.A. di CATTELAN srl

CON RICONOSCENZA

*PER IL CONTRIBUTO
ALL'ILLUMINAZIONE
DEL NOSTRO CAMPANILE*



La Parrocchia S.s. Pietro e Paolo

Flumignano 27 settembre 2020



LA CRESCITA PROFESSIONALE DEI COLLABORATORI ATTRAVERSO PROGRAMMI DI FORMAZIONE COSTANTE E ATTRAVERSO MERITOCRAZIA E POSSIBILITÀ DI CRESCITA PERSONALE.

Principio guida

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 2020, anno caratterizzato dalla pandemia da Covid 19, l'azienda ha dovuto focalizzarsi non solo sulle competenze professionali, ma anche su quelle trasversali, cioè su quelle che permettono di trasformare la competenza anche in comportamento quotidiano.

Il focus è stato soprattutto in ambito sicurezza, che ha rappresentato un priorità vista la situazione pandemica. Settimanalmente, nel periodo marzo/maggio è stata organizzata una riunione con il responsabile della sicurezza relativamente al protocollo di sanificazione dei distributori e ai comportamenti da mantenere sia presso i clienti, che in azienda, che nella vita quotidiana, in modo da tutelare la salute di tutti.

Inoltre, siamo riusciti ad ottenere un finanziamento da parte di Fondimpresa, con un piano formativo dal titolo "VELA - Valorizzare l'Efficienza Lavorativa con l'Apprendimento 2" tramite IRES FVG. Il piano, che continuerà anche nel 2021, conta 56 ore di formazione interna gestite da docenti interni all'azienda.

Per il 2021, l'obiettivo è riprendere la formazione in presenza, per tutti i reparti, continuando nell'ambito sicurezza, anche alimentare e nell'ambito marketing e nuove tecnologie. Non ultimo, rimane il grande e ambizioso progetto di riuscire ad avviare una "Accademy" destinata anche a persone esterne alla CDA.



KPI RAGGIUNTI

Formazione sulla sicurezza generica

Formazione sulla sicurezza anti Covid 19

OBIETTIVI 2021

Formazione in presenza

Avvio di un progetto di formazione aperto anche verso l'esterno.







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

Principio guida

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.



KPI RAGGIUNTI

Mantenimento di prodotti locali all'interno dei distributori automatici.

Formazione sulla sicurezza anti Covid 19

OBIETTIVI 2021



Promozione e mantenimento progetto "impronta nutrizionale".

Formazione interna e alle famiglie attraverso progetti specifici.

Nel 2020, non è stato molto facile percorrere nuove strade, quindi il nostro lavoro si è concentrato principalmente a fornire ai nostri clienti prodotti validi in un momento così difficile e, ovviamente, sostenere l'economia locale, preferendo fornitori del territorio a quelli nazionali.

Uno degli obiettivi per il 2021 è sicuramente continuare a sostenere e promuovere il progetto "impronta nutrizionale" per garantire ai nostri clienti la fotografia esatta di quello che consumano ai nostri distributori in termini di micro e macro nutrienti.

Porteremo avanti le collaborazioni con le aziende locali in modo tale da perseguire il nostro sogno di un distributore con prodotti 100% made in FVG.



33

0140

34

0150

35

0170



0140

44

0140

45

0150

PRODUITS RÉFRIGÉRÉS - LEBENSMITTEL ↓

CONCLUSIONI

Essere Società Benefit, vuol dire confermare la scelta di continuare a seguire la strada della sostenibilità avviata oramai nel lontano 2011 con la pubblicazione del primo bilancio sociale, operando in modo responsabile, trasparente e sostenibile per le comunità con le quali interagiamo e dando a tutte le persone collegate alla nostra azienda, una visione di insieme molto ampia, capace di generare un modello di business sostenibile

Questa visione di lungo termine, nata principalmente pensando alla famiglia e alle famiglie che compongono questa azienda, costituisce lo strumento principale nel fare business ed indica le linee guida da seguire per generare profitto in modo responsabile e sostenibile.

Siamo fermamente convinti che avranno futuro solo le aziende in cui le persone stanno bene e che sia un dovere di ogni impresa, restituire al territorio parte del valore che lo stesso ha dato all'organizzazione, permettendogli di crescere e prosperare. È proprio in questo scambio energetico che nasce il valore condiviso, la cittadinanza di impresa e la responsabilità sociale di territorio, valori cardini per la CDA.

Tutti questi valori, sono condivisi con le persone dell'azienda e con la filiera produttiva esterna per lo sviluppo del territorio stesso. Noi tutti abbiamo la responsabilità di diffondere modelli sani d'impresa, per il nostro futuro e per quello delle future generazioni.

Eleonora D'Alessandri
Responsabile di impatto



Contatti

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.

www.cda.it

Facebook/LinkedIn: CDA UnaSceltaNaturale



Fabrizio Cattelan
CEO
fabrizio.cattelan@cda.it



Eleonora D'Alessandri
Responsabile Marketing
CSR Manager
Responsabile di impatto
t. 342 1209151
eleonora.dalessandri@cda.it



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