

Continuiamo a crescere.

Il nostro percorso di innovazione.



In memoria di

Nel corso degli ultimi mesi ci hanno lasciato tre persone che hanno segnato profondamente la storia della nostra cooperativa. Vogliamo ricordarle con affetto e riconoscenza. I valori e la passione che li hanno guidati continueranno a vivere nelle nostre scelte e nel futuro della nostra Cooperativa.

Claudio Bricca, uno dei nove soci fondatori di Perugia Acquisti Cooperativi nel 1972, nonché primo direttore generale di PAC 2000A, era un visionario e appassionato. Aveva intuito con largo anticipo le trasformazioni del mercato, immaginando un futuro in cui la cooperativa sarebbe cresciuta ben oltre i confini cittadini, aprendosi prima alla provincia e poi ad altre regioni. Fu lui a tessere i primi rapporti con Conad, avviando quel percorso che avrebbe portato PAC 2000A a diventare una realtà di riferimento a livello nazionale. Carismatico e generoso, Claudio era un trascinatore, capace di far sognare i propri colleghi e amici.

Leonardo Antonini, entrato in Cooperativa nel 1973 e presidente per tre mandati a partire dal 1999. Con la sua guida propositiva e lungimirante, ha accompagnato PAC 2000A in una fase di grande espansione, consolidando la presenza in Umbria e nel Lazio e aprendo nuovi territori in Campania e Calabria. Credeva profondamente nei valori cooperativi: nella condivisione, come nel caso della creazione di Gespac Srl, società partecipata direttamente dai Soci, nel passaggio generazionale, nell'energia dei giovani, nella forza del gruppo. Ha sempre cercato di costruire un ambiente in cui ciascuno potesse dare il proprio contributo e sentirsi parte di qualcosa di più grande.

Infine, il nostro pensiero va a **Emma Montano**, vicepresidente del Consiglio di Amministrazione, donna di grande spessore e sensibilità. Con competenza e spirito di servizio, ha dato un contributo prezioso alla cooperativa, rappresentando un punto di equilibrio e una voce autorevole sempre orientata al bene comune.

A ciascuno di loro va il nostro grazie.

Tutta la comunità di PAC 2000A si stringe con affetto e riconoscenza alle loro famiglie, ricordando con gratitudine chi ha dato tanto, con il cuore e con la mente.

Giovanni Mastrantoni



Danilo Toppetti



Francesco Cicognola





Sommario

Lettera del Presidente	7
Lettera dell'Amministratore Delegato	8
Lettera del Direttore Generale	9
01 IDENTITÀ E VALORI DI PAC 2000A	10
1.1 I valori Cooperativi e l'identità di PAC 2000A	12
1.2 La struttura di PAC 2000A	16
02 I RISULTATI 2024	22
2.1 Il 2024 di PAC 2000A	25
IL PERCORSO DI SOSTENIBILITÀ INTRAPRESO	30
03 TEMI AMBIENTALI	34
3.1 Le emissioni complessive del sistema	37
3.2 La logistica e le sue best practice	39
3.3 I dati sulle emissioni e i consumi di magazzini e sedi	43
3.4 La sostenibilità nei punti vendita	46
3.5 Altre iniziative	48
04 TEMI SOCIALI	50
4.1 Il cliente al centro	52
4.2 La valorizzazione delle imprese locali	65
4.3 Qualità e Sicurezza: Impegno per l'Eccellenza e l'Affidabilità	69
4.4 Le nostre persone	70
4.5 Formazione, sviluppo e valorizzazione dei dipendenti	72
4.6 L'impegno per la Comunità	76



LETTERA

Presidente

Carissime Socie e carissimi Soci, mi rivolgo a voi con spirito di condivisione, come Socio e oggi anche come Presidente, un ruolo che assumo con orgoglio e profondo senso di responsabilità. Dopo oltre trent'anni come Socio della Cooperativa, è per me un onore essere stato chiamato a ricoprire questa carica. Desidero ringraziare il Consiglio di Amministrazione per avermi accordato la sua fiducia e Claudio Alibrandi, mio predecessore, per lo straordinario lavoro svolto negli anni in cui ha guidato PAC 2000A con visione, dedizione e spirito cooperativo. Il contesto economico continua a presentare sfide importanti: l'aumento dei costi di gestione, un'inflazione ancora presente e i cambiamenti nelle abitudini di consumo hanno inciso sulle dinamiche del mercato e sull'attività quotidiana di ciascuno di noi. Per questo, siamo stati chiamati a un impegno crescente nel contenere i costi, razionalizzare i processi e reinventare la nostra offerta per rispondere con efficacia a un consumatore sempre più attento e consapevole. Il ruolo di noi soci sarà sempre più un fattore critico di successo nell'ideare ed implementare risposte innovative ad uno scenario in forte mutamento, con l'energia, la dedizione e la competenza che ci ha sempre caratterizzati e che è stata e sarà una delle chiavi del nostro successo.

Noi dobbiamo confermare e rafforzare il nostro impegno verso il consumatore, ma non possiamo dimenticare che il vero motore del nostro successo è la passione quotidiana, di noi soci e delle nostre famiglie.

È, quindi, nostro dovere valorizzare questo impegno, lavorando con determinazione per ottenere miglioramenti concreti nella marginalità delle nostre imprese. PAC 2000A ha continuato a lavorare con l'obiettivo di rafforzare il sostegno alla base sociale, puntando sull'ottimizzazione degli acquisti, sull'efficienza dei punti vendita, sull'innovazione nei servizi e su un presidio più efficace delle leve commerciali.

Il Consiglio di Amministrazione ha proseguito – e proseguirà – il proprio lavoro con spirito unitario,



Giovanni Mastrantoni
Presidente PAC 2000A

guidato dalla volontà di affrontare con lucidità le sfide del presente e del futuro.

Noi Soci siamo – e dobbiamo continuare a essere – il motore della Cooperativa. È fondamentale sentirci parte attiva di un progetto comune, ispirato ai principi della mutualità, della responsabilità, della partecipazione e della solidarietà.

Oltre agli aspetti economici, PAC 2000A ha consolidato il proprio impegno nella creazione di valore per i territori. Sono tanti i progetti che abbiamo promosso, fornendo sostegno agli ospedali pediatrici dei territori, promuovendo eventi culturali, progetti sportivi e culturali, come Umbria Jazz e Cous Cous Fest, e molte altre attività al fianco di Fondazione Conad ETS, che esprimono la nostra volontà di essere un punto di riferimento non solo economico, ma anche valoriale per i territori, l'unica strada per interpretare il nostro ruolo di azienda solida, responsabile, al fianco dei nostri clienti.

Amministratore Delegato

Cari Soci, Dipendenti e Collaboratori, il valore di una cooperativa si misura nella capacità di crescere restando fedele ai propri principi, affrontando le sfide con concretezza e costruendo ogni giorno relazioni di fiducia. È con questo spirito che PAC 2000A ha proseguito il proprio percorso anche nel 2024, un anno particolarmente complesso e sfidante. Abbiamo affrontato un contesto economico, sociale e politico in continua trasformazione, segnato da eventi imprevedibili quali guerre, crisi energetiche, pandemie, inflazione e tensioni geopolitiche. Tutti fattori che rendono sempre più difficile pianificare con linearità le attività, mettendo sotto pressione i margini e le strutture aziendali.

Abbiamo registrato una **continua espansione della rete** e un **incremento del numero dei Soci**, a conferma della vitalità di un modello che guarda al futuro senza perdere le proprie radici.

Tuttavia, **non possiamo dirci soddisfatti dei risultati conseguiti quest'anno**. In un mercato caratterizzato da un incremento dei costi oltre ogni previsione, non siamo riusciti a contenerne l'incidenza come avremmo voluto. La marginalità ha registrato una flessione rispetto a quanto previsto dal budget, e l'innovazione, che da sempre rappresenta un nostro punto di forza, non ha avuto l'impulso necessario. È dunque tempo di cambiare rotta e rinnovare la nostra visione. Abbiamo avviato un processo di razionalizzazione e ricerca di efficienza, orientato a contenere i costi e a riorganizzare le attività per migliorarne l'efficacia. Stiamo rivedendo le politiche commerciali in ottica più territoriale, valorizzando le specificità delle singole Regioni per recuperare competitività e marginalità.

L'evoluzione del sistema Conad a livello nazionale rappresenta un altro elemento di rilievo di questo 2024. Dopo anni di immobilismo, con la formazione del nuovo Consiglio Nazionale – ora rappresentativo di tutte e cinque le Cooperative – abbiamo ritrovato quell'unità di intenti che riteniamo fondamentale per affrontare le sfide future. Anche in questo contesto, sarà necessario perseguire una maggiore efficienza, migliorare le politiche commerciali comuni e ridurre la burocrazia che spesso limita l'agilità operativa lungo tutta la filiera.



Danilo Toppetti
Amministratore Delegato PAC 2000A

Il nostro obiettivo resta chiaro: **lavorare per garantire ai Soci una marginalità sostenibile**, in un contesto in cui i costi aumentano e la concorrenza si fa più intensa, **consolidando la competitività della Cooperativa** attraverso un modello di crescita solido, innovativo e orientato alla creazione di valore nel tempo. Vogliamo che i nostri Soci possano mantenere la leadership nei territori dove già la detengono e conquistarla laddove ancora non è stata raggiunta.

Guardiamo al futuro con consapevolezza e determinazione. La solidità del nostro sistema cooperativo, la passione delle nostre persone e la forza del legame con i territori continueranno a essere le leve per affrontare con responsabilità e coraggio le sfide che ci attendono. A tutti voi va il mio più sentito ringraziamento.

LETTERA

Direttore Generale

Cari Soci, Dipendenti e Collaboratori, il 2024 ha confermato l'esigenza, per il settore della distribuzione, di misurarsi con una trasformazione strutturale sempre più profonda. Fattori macroeconomici e sociali stanno modificando in modo significativo le dinamiche del consumo e i comportamenti d'acquisto. A ciò si aggiunge una crescente pressione competitiva che rende l'arena del retail affollata di molteplici concorrenti, frammentata e per certi versi instabile.

In questo contesto, PAC 2000A ha adottato un **approccio imprenditoriale fondato su visione strategica e capacità di adattamento**, mantenendo salda la propria identità cooperativa. Il nostro obiettivo è continuare a generare valore, facendo leva su tre assi portanti: **innovazione, efficienza e coerenza con i valori fondanti** del nostro modello.

Nel corso dell'anno, abbiamo attivato una serie di progettualità strategiche. Il **Progetto assortimento**, lanciato nel 2023, ha permesso l'esecuzione di oltre 4.200 interventi su **28 categorie merceologiche del Largo Consumo**, con l'obiettivo di ottimizzare l'assortimento di prodotti nei nostri punti vendita per rendere l'offerta più aderente ai nuovi trend di consumo, ai bisogni di convenienza e razionalizzazione della spesa. Contestualmente, sono proseguiti gli investimenti in **automazione e supply chain**, fondamentali per recuperare in prospettiva efficienza in una fase in cui la pressione sui costi e sui margini impone rigore e visione.

In **ambito commerciale**, la Cooperativa ha fatto leva su una **politica fortemente adattiva** orientata ad innovare l'offerta con un **approccio differenziato**, capace di valorizzare le specificità territoriali e di interpretare al meglio una domanda sempre più polarizzata. Stiamo lavorando per **aumentare l'efficacia commerciale**, ottimizzando l'offerta per renderla sempre più distintiva, andando incontro ai nuovi trend di consumo, sfruttando la MDD per rispondere alle esigenze dei clienti migliorandone la profittabilità.

Anche sul **fronte digitale** abbiamo compiuto passi significativi, implementando ulteriormente la piattaforma omnicanale *Hey Conad* e lanciando lo sviluppo di *Virgi*, assistente virtuale intelligente a supporto della clientela e della rete, espressione di un percorso strutturato di **trasformazione**, che punta



Francesco Cicognola
Direttore Generale PAC 2000A

a semplificare i processi, migliorare l'esperienza del cliente e rendere più efficiente il lavoro dei Soci. Tutte queste azioni si inseriscono in una strategia più ampia e di un **approccio multidimensionale** finalizzato alla **creazione di valore**, volto a rafforzare e ampliare la nostra distintività.

La **qualità e l'affidabilità** restano i pilastri su cui costruiamo ogni giorno la relazione con i nostri stakeholder: Soci, clienti, partner industriali, istituzioni e mondo finanziario e, in quest'ottica, si colloca anche la nostra **strategia di sostenibilità**.

Alcune delle scelte strutturali implementate nell'ambito della logistica sui centri distributivi — pur fondamentali e necessarie per garantire i livelli di servizio e il consolidamento della competitività nel medio-lungo periodo — hanno generato impatti economici nel breve termine. La direzione intrapresa è chiara, coerente con il nostro ruolo, con le attese della nostra base sociale e alle prospettive future.

Obiettivi importanti che stiamo raggiungendo grazie alle capacità, all'impegno e alla passione delle nostre persone in tutte le funzioni aziendali, testimonianza di un progetto comune chiaro e condiviso, finalizzato alla crescita dei Soci e alla soddisfazione dei nostri Clienti. Avanti con fiducia e coraggio, il futuro è nelle nostre mani!

CAPITOLO 01

Identità e valori di PAC 2000A

PAC 2000A, da oltre cinquant'anni, fonda il proprio operato su valori cooperativi solidi e condivisi: centralità della persona, mutualismo, partecipazione attiva, responsabilità condivisa e attenzione al territorio.

Oggi PAC 2000A è la più grande Cooperativa del Sistema Conad, con 1.102 Soci e una rete di 1.659 punti vendita in Umbria, Lazio, Campania, Calabria e Sicilia.

L'identità cooperativa di PAC 2000A si esprime attraverso un modello partecipativo che valorizza il contributo di ogni Socio e favorisce il dialogo costante tra governance e base sociale. Assemblee, Commissioni, Riunioni e Direzioni rappresentano strumenti concreti di confronto e costruzione condivisa delle strategie.

L'impegno della Cooperativa è orientato alla crescita sostenibile e al benessere delle comunità locali, rafforzando ogni giorno il legame con il territorio.





CONAD

01

1.1 I valori Cooperativi e l'identità di PAC 2000A

I valori cooperativi rappresentano il fondamento su cui PAC 2000A ha costruito, nel tempo, la propria identità. La centralità della persona, la responsabilità condivisa, il radicamento nei territori e l'attenzione al benessere collettivo sono i riferimenti che orientano ogni scelta strategica della Cooperativa.

È a partire da questi principi che, nel 1972, un gruppo di imprenditori del dettaglio organizzato ha dato vita a PAC 2000A, con l'obiettivo di affrontare insieme le sfide del mercato, rafforzando il potere contrattuale e creando valore per le comunità locali. Da allora, la Cooperativa ha intrapreso un percorso di crescita graduale ma costante, estendendo la propria attività in cinque regioni — Umbria, Lazio, Campania, Calabria e Sicilia — attraverso un modello imprenditoriale cooperativo fondato su una visione di sviluppo responsabile, solido e orientato al lungo periodo.

Negli ultimi anni, in un contesto economico complesso e in continua evoluzione — segnato dagli effetti persistenti delle crisi globali, dalle tensioni geopolitiche e dal rallentamento dei consumi — PAC 2000A ha confermato il proprio impegno a fianco della base sociale. Anche nei momenti più difficili, la Cooperativa ha garantito supporto concreto ai propri Soci, destinando risorse significative a sostegno dell'operatività e della competitività del sistema, in linea con i principi mutualistici che ne guidano l'azione.

Il Socio imprenditore rappresenta l'elemento centrale del sistema: è presidio economico e sociale nei territori, conoscitore profondo delle comunità locali, attore attivo dello sviluppo. Attualmente PAC 2000A riunisce **1.102 Soci**, che gestiscono una rete di **1.659 punti vendita**, articolati su diversi format e segmenti di mercato, inclusi **109 concept store**, **48 parafarmacie**, **11 distributori di carburante Conad Self24h**, **43 PetStore** e **7 ottici**.

**PAC 2000A
si conferma
tra le aziende
industriali e di
servizi leader
nelle 5 Regioni
di operatività**

1.659
Punti vendita



**PAC 2000A
promuove
un sistema
distributivo
che crea valore
condiviso
per clienti, Soci,
comunità
e collaboratori**

La Cooperativa affianca quotidianamente i Soci in tutte le fasi del processo operativo e decisionale: dalle strategie commerciali alla logistica, dal marketing alla formazione del personale. A questo si aggiunge il ruolo di facilitatore di relazioni economiche con il territorio: PAC 2000A collabora con **1.117 imprese locali**, generando un volume d'affari di oltre **770 milioni di euro** e impiegando **30.248 addetti** nelle cinque regioni di competenza.

La sua missione è promuovere un sistema distributivo **equo, moderno ed efficiente**, capace di creare valore condiviso per clienti, Soci, comunità e collaboratori. Una missione che si traduce quotidianamente nell'impegno verso l'**innovazione**, la **qualità del servizio**, il rafforzamento della **solidità organizzativa** e nella volontà di costruire un futuro sostenibile per le generazioni che verranno.



La Cooperativa nel Sistema Conad

Con la sua struttura composta da **cinque Cooperative***, tra cui **PAC 2000A** – la più rilevante per numero di Soci, punti vendita e fatturato – **Conad** è presente in modo capillare sull'intero territorio nazionale. L'insegna conta **3.315 punti vendita**, distribuiti in quasi tutte le province delle **20 regioni italiane**, gestiti da **2.162 Soci imprenditori** e supportati da oltre **78.000 collaboratori**.

Questo sistema si fonda su un **modello distributivo distintivo**, che riconosce nella figura dell'imprenditore associato in Cooperativa il motore strategico dell'intero impianto organizzativo. Al centro, non solo l'efficienza commerciale, ma anche la **valorizzazione delle persone e l'impegno per il rafforzamento del tessuto sociale**.

In quest'ottica, la **sostenibilità** rappresenta un elemento centrale e trasversale, capace di generare valore per tutti gli stakeholder. Le strategie di sviluppo dell'insegna si integrano con le numerose **iniziative territoriali** attivate annualmente dalle Cooperative e dai loro Soci, nel quadro di un progetto condiviso noto come **"Sosteniamo il Futuro"**.

* Associata a CIA c'è anche la cooperativa DAO che opera in Trentino Alto Adige e nelle province di Verona e Vicenza

** Fonte Nielsen Largo Consumo

*** Fonte: Ld Circana; Perimetro: LCC; Geo: Conad Super; Periodo Anno 2024

14,86%

**Quota I.P.
% Tot. Catene****

23,63%

**Quota I.P. Tot.
Supermercati****

33,3%

**Quota MDD
Conad Super*****

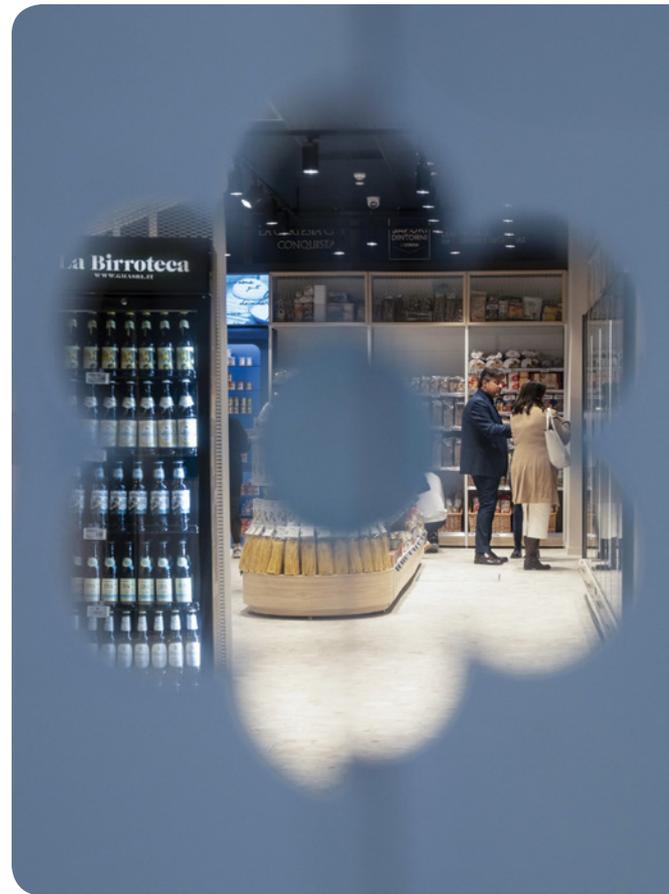
L'organizzazione si struttura su tre livelli integrati:

- ✦ **I Soci imprenditori**, titolari dei punti vendita, costituiscono il nucleo operativo del sistema. Sono protagonisti dell'attività quotidiana nei territori e partecipano attivamente ai processi decisionali, anche attraverso il coinvolgimento negli organi direttivi delle Cooperative.
- ✦ **Le Cooperative**, che forniscono ai Soci servizi fondamentali – dall'assistenza commerciale e logistica, alle attività finanziarie e formative – e coordinano l'operatività territoriale nei rispettivi ambiti di competenza.
- ✦ **Il Consorzio Nazionale Conad**, che agisce da centrale di servizi e acquisti, garantendo la pianificazione strategica e coordinando le attività di marketing, comunicazione e sviluppo della Marca del Distributore.

Questo approccio, partecipato da Soci, collaboratori, clienti e fornitori, si articola attorno a **tre dimensioni fondamentali – ambientale, economica e sociale** – che guidano le azioni quotidiane dell'intero Sistema Conad.

A livello istituzionale, il Consorzio aderisce ad **ANCD – Conad**, articolazione settoriale di Legacoop, e ad **ADM – Associazione della Distribuzione Moderna**, oltre a essere parte di **Confcommercio – Imprese per l'Italia**, la maggiore organizzazione di rappresentanza d'impresa del Paese e tra le più rilevanti in Europa, con oltre **700.000 imprese associate**.

Il Socio imprenditore è la figura centrale del sistema Conad, capace di rendere la realtà dell'insegna un unicum differente da ogni altra formula distributiva presente sul territorio



FATTURATO RETE DI VENDITA
20,9 mld €

PATRIMONIO NETTO
DEL CONSORZIO CONAD
172 mln €



SOCI
2.162

COLLABORATORI TOTALI
78.908
di cui 67.000 collaboratori di rete



PUNTI VENDITA
3.315

1.2 La struttura di PAC 2000A

L'etica

L'integrità, la legalità e la trasparenza guidano ogni aspetto dell'agire aziendale di PAC 2000A. Questi valori si concretizzano attraverso strumenti e presidi che regolano la condotta delle persone e garantiscono il rispetto delle normative: il **Codice Etico**, il **Modello Organizzativo 231** e il **sistema di segnalazione delle violazioni**.

I Codice Etico

Il **Codice Etico** di PAC 2000A è uno strumento che intende guidare e orientare l'agire quotidiano di soci, dipendenti, collaboratori e partner, promuovendo una cultura aziendale fondata su responsabilità, integrità e rispetto reciproco. Non si limita a prevenire comportamenti illeciti, ma definisce valori, doveri morali e norme di condotta applicabili a ogni ambito della vita aziendale.

Attraverso questo documento, PAC 2000A intende rafforzare la legittimazione delle proprie azioni, favorire il riconoscimento e la tutela degli interessi degli stakeholder, promuovere comportamenti etici e prevenire ogni forma di abuso o scorrettezza.

I **principi fondamentali** che ispirano il Codice includono la mutualità e la trasparenza nei rapporti con i soci, la tutela del consumatore attraverso l'offerta di prodotti sicuri e di qualità, la protezione dell'immagine e del marchio, il rispetto della legalità e dei valori democratici, la promozione dell'integrità e il rifiuto di ogni forma di favoritismo o corruzione.

Il Codice ribadisce inoltre l'importanza della riservatezza e della protezione dei dati, dell'uso responsabile delle risorse aziendali, della valorizzazione delle persone attraverso pari opportunità, del contrasto a ogni forma di discriminazione o molestia, e dell'impegno verso la sostenibilità ambientale, la salute e la sicurezza nei luoghi di lavoro.

I comportamenti attesi prevedono il rispetto delle normative nei rapporti con clienti, fornitori, pubbliche amministrazioni e concorrenti, con l'obiettivo di prevenire situazioni di conflitto di interesse. È inoltre garantita a tutti i collaboratori la possibilità di segnalare eventuali violazioni all'**Organismo di Vigilanza**, che ne monitora l'applicazione e promuove attività di informazione e formazione.

Il Modello Organizzativo 231

PAC 2000A adotta anche il **Modello Organizzativo 231 (MOG)** come strumento essenziale per garantire un sistema strutturato di controllo interno e prevenzione dei rischi. Questo modello stabilisce un sistema organico di regole e procedure volto a prevenire comportamenti illeciti e non conformi, promuovendo al contempo una cultura aziendale basata su integrità, trasparenza e correttezza nella conduzione delle attività.

Attraverso il MOG, PAC 2000A rafforza la propria governance, assicurando il rispetto delle normative e delle migliori pratiche, e tutela la propria reputazione, consolidando la fiducia di clienti, partner e stakeholder. L'adozione e l'aggiornamento continuo di questo modello

rappresentano un impegno concreto verso una gestione responsabile e sostenibile, contribuendo a creare valore per l'azienda e per la collettività.

Whistleblowing

In questo contesto si inserisce anche il **sistema di whistleblowing**, strutturato in conformità al **D.Lgs. 24/2023**, che rappresenta un ulteriore presidio di trasparenza e integrità. Il sistema consente a dipendenti e soggetti terzi di segnalare, in modo riservato e protetto, eventuali violazioni di norme di legge, procedure interne o del Codice Etico, attraverso canali dedicati come una **piattaforma online** e una **linea telefonica riservata**.

Nel corso del 2024, **non sono state ricevute segnalazioni significative** tramite i canali previsti, a conferma dell'efficacia del sistema di prevenzione e del clima di correttezza e conformità che caratterizza l'operato della Cooperativa.

Il Codice Etico intende orientare l'agire quotidiano dell'organizzazione, promuovendo una cultura aziendale fondata su responsabilità, integrità e rispetto reciproco



La governance

Il solido impianto valoriale si riflette anche nel modello di governance adottato, che garantisce partecipazione attiva e responsabile dei Soci a tutti i livelli decisionali, trasparenza e una gestione responsabile dell'impresa. Il coinvolgimento degli imprenditori associati, in stretta sinergia con il management, garantisce il corretto funzionamento dell'impresa, il perseguimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile e la creazione di valore condiviso nel lungo termine.

I Soci contribuiscono concretamente alla vita della Cooperativa attraverso la partecipazione a Commissioni, Gruppi di lavoro, Riunioni di area, consolidando così il proprio ruolo di motore organizzativo e culturale dell'impresa. Questa struttura partecipativa rafforza i principi mutualistici e promuove un modello di governance inclusivo e collaborativo.

Gli Organi sociali

L'Assemblea dei soci

La partecipazione alle Assemblee ordinarie e straordinarie dei Soci e alle Assemblee di area è un momento importante per ogni imprenditore, poiché contribuisce a far assumere in seno alla Cooperativa tutte le decisioni ordinarie e straordinarie, demandate dallo Statuto Sociale e dal Regolamento Interno per Soci Cooperatori. L'Assemblea ordinaria dei Soci, inoltre, ogni tre anni ha il compito di eleggere il Consiglio di Amministrazione, che fornisce le linee guida e gli indirizzi strategici alle strutture operative, oltre che indicare il Presidente, i Vicepresidenti e l'Amministratore Delegato.

Il Consiglio di amministrazione

Il Consiglio di Amministrazione è l'organo a cui i Soci affidano la guida strategica e la gestione operativa della Cooperativa. La sua attuale composizione, che al 31/12/2024 conta 25 membri, di cui 22 uomini e 3 donne, ha il compito primario di interpretare i bisogni e le aspettative della base sociale e degli stakeholder, traducendoli in piani d'azione concreti e orientati alla creazione di valore condiviso e sostenibile nel lungo periodo.

Il Consiglio assicura una gestione responsabile ed efficiente, non solo sotto il profilo economico, ma anche per l'impatto sociale e ambientale delle attività, supervisionando l'andamento complessivo e promuovendo una cultura aziendale improntata all'etica, alla trasparenza e ai principi mutualistici che contraddistinguono il Gruppo.

Il Presidente

Il Presidente Convoca il Consiglio di Amministrazione, fissa l'ordine del giorno, ne coordina e dirige le attività.

L'Amministratore Delegato

L'Amministratore Delegato esercita i propri poteri su delega del **Consiglio di Amministrazione**, di cui è membro. Riveste un ruolo centrale nella governance aziendale e ha la rappresentanza legale della Cooperativa di fronte ai terzi e in giudizio nei limiti delle deleghe attribuite.

Oltre a rappresentare la figura apicale in termini di responsabilità e immagine, l'Amministratore Delegato ha l'obbligo di informare periodicamente il Consiglio di Amministrazione in merito alle **operazioni di maggiore rilievo**, all'**andamento della gestione** e agli **sviluppi futuri** della società, assicurando così un costante allineamento con gli indirizzi strategici definiti collegialmente.

Il Direttore Generale

Il **Direttore Generale** è responsabile delle funzioni di **direzione e coordinamento** dell'intera struttura aziendale, con un ruolo trasversale su tutti i settori dell'impresa. Tra i suoi compiti rientrano l'organizzazione operativa dell'azienda, la definizione delle **politiche di sviluppo a medio e lungo termine**, nonché la supervisione dell'attività del management.

È inoltre incaricato di assicurare il **corretto funzionamento dei processi gestionali** e di assumere decisioni strategiche che possono incidere in modo significativo su ogni ambito dell'organizzazione.

Il Collegio Sindacale

Il Collegio Sindacale rappresenta il presidio di legalità e correttezza all'interno della Cooperativa, agendo come garante indipendente nell'interesse dei Soci e della comunità. La sua funzione essenziale è vigilare sull'osservanza della Legge e dello Statuto, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione e, in particolare, sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile adottato dalla Cooperativa e sul suo concreto funzionamento.

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE IN CARICA DAL 18.06.24



Presidente

Giovanni Mastrantoni



Vicepresidente

Salvatore Abbate
Vitaliano Gaggi
Antonello Scalise



Consiglieri

Giovanni Albano COOPTATO
Claudio Alibrandi
Cesare Ballanti
Cristian Bernardini
Antonio Biscotti
Fabiano Bistocchi
Giovanni Antonino Bonaccorso
Franco Forte
Pasquale Fuda
Mauro Lusetti
Fabio Marasca
Vitale Merolla
Francesco Messina
Martina Migliori
Nicola Paradiso COOPTATO
Simona Perez
Norma Perrotta
Salvatore Piediscalzi
Eduardo Ribeca
Simonetta Silvestri
Danilo Toppetti A.D.

COLLEGIO SINDACALE IN CARICA DAL 18.06.24

Presidente del collegio sindacale

Federico Ambrosi

Sindaci effettivi

Alfonso Di Carlo
Luisa Nasoni

Sindaci supplenti

Paolo Cecchini
Moreno Pannacci

Costituiscono invece organi di Coordinamento interno:

Commissioni dei soci

Istituite nel 2011, le **Commissioni di PAC 2000A** rappresentano uno strumento strategico di confronto e partecipazione attiva, volto a sostenere il miglioramento continuo della Cooperativa. Pur non rivestendo un ruolo decisionale formale, le Commissioni costituiscono un'importante piattaforma di ascolto e dialogo tra il management e i Soci, contribuendo a orientare le scelte strategiche dell'organizzazione.

Nel 2024 sono state attive **28 Commissioni**, coinvolgendo **600 Soci** che, su base volontaria, hanno partecipato a **50 incontri** complessivi. Un dato che testimonia l'alto livello di coinvolgimento e la convinzione diffusa che il confronto e la condivisione di idee rappresentino un investimento prezioso per la crescita del Gruppo.

Ogni Commissione è composta da **15 a 30 Soci**, affiancati da un **Consigliere del CdA** e da **personale interno** della Cooperativa. I ruoli all'interno del gruppo sono ben delineati: i **Soci** sono invitati a partecipare attivamente con riflessioni e proposte; il **Consigliere** garantisce la regolarità e l'efficacia degli incontri, facendo da ponte tra base sociale e vertice aziendale; il **personale interno** fornisce supporto tecnico e operativo, proponendo soluzioni concrete grazie alla propria esperienza.

Le tematiche trattate sono trasversali e strategiche: ortofrutta, carni, marketing, attività commerciale, innovazione tecnologica e altri ambiti chiave per la gestione e lo sviluppo dell'impresa.

La novità del 2024 è stata l'avvio, per la prima volta, della **Commissione Marketing** che, partendo dal Lazio come progetto pilota, è destinata progressivamente ad estendersi anche alle altre regioni in cui opera la Cooperativa.

Questa iniziativa rappresenta un importante coinvolgimento attivo delle strutture territoriali su tematiche chiave per il posizionamento dell'insegna e lo sviluppo dell'offerta. La Commissione si configura come un vero e proprio **think tank aziendale**, con il compito di raccogliere visioni, esigenze e proposte dal territorio, contribuendo a definire, anche grazie al confronto con le altre commissioni, le linee strategiche del marketing in modo condiviso, coerente e più vicino alle esigenze dei soci e dei clienti.

Le Commissioni si rinnovano ogni tre anni, in parallelo con il Consiglio di Amministrazione, garantendo così un sano ricambio e la possibilità per un numero crescente di Soci di partecipare attivamente alla vita Cooperativa. Ciascuna Commissione si riunisce **due o tre volte l'anno**, ad eccezione di quella dedicata

all'**Innovazione Tecnologica**, convocata in base a specifiche esigenze operative.

Riunioni

Le riunioni coinvolgono regolarmente i principali referenti aziendali e hanno l'obiettivo di aggiornare, informare e favorire il confronto su progetti, attività e risultati. Sono occasioni di dialogo trasversale tra funzioni diverse, utili a promuovere il coordinamento operativo, monitorare lo stato di avanzamento dei lavori.

Direzioni

Le Direzioni, invece, si configurano come unità funzionali di coordinamento, ognuna focalizzata su un ambito specifico dell'attività aziendale (es. commerciale, logistica, risorse umane, marketing). Costituiscono un punto di riferimento per l'attuazione delle politiche definite dal vertice aziendale e per la traduzione delle linee strategiche in azioni concrete, garantendo efficacia, coerenza e presidio delle singole aree.



L'ORGANIGRAMMA

Presidente

Giovanni Mastrantoni

Amministratore Delegato

Danilo Toppetti

Direttore Generale

Francesco Cicognola

Direttore Regione Umbria/ Patrimonio

Marco Passeri

Direttore Regione Lazio

Massimo Ladisa

Direttore Regione Campania

Fabio Lupo

Direttore Regione Calabria

Pietro Provenzano

Direttore Regione Sicilia

Riccardo Catania

Direttore Marketing

Giovanni Anania

Direttore Sistemi Informativi

Vanni Chioccoloni

Direttore Amministrativo

Andrea Salciarini

Direttore Risorse Umane

Stefania Ungaretti

Direttore Sviluppo

Marcello Vescovi
Manuela Spinazzola

Direttore Legale e Relazioni Esterne

Alessandro Meozzi

Direttore Uff. Tecnico

Massimo Pinetti

Direttore Logistica

Massimiliano Matteucci

Direttore Commerciale

Martino Moretti

• Responsabile Generi Vari

Lorenzo Santoni

• Responsabile Sa. Fo.

Corrado Cricco

• Responsabile Carni

Fabio Cafaro

• Responsabile Ortofrutta

Michele Capoccia

• Responsabile Ittico

Gianluca Rao

• Responsabile Surgelati

Francesco Tabarrini

• Responsabile Extra Alimentare

Enzo Brigiolini

La Struttura organizzativa
del Gruppo è completata da:

Canale "DISCOUNT"

Massimo Lucentini

Canale "IPER"

Paolo Lucheroni

* Composizione alla data del 31 dicembre 2024



CAPITOLO 02

I risultati 2024

Nel 2024, PAC 2000A ha operato all'interno di uno scenario economico e geopolitico complesso, segnato da una forte pressione sui costi e da dinamiche di mercato in continua evoluzione. In un contesto di crescente competitività nella Grande Distribuzione Organizzata, la Cooperativa ha continuato a sviluppare la rete e ad ampliare la base sociale.

PAC 2000A ha reagito a queste difficoltà con prontezza, avviando un percorso di razionalizzazione e miglioramento dell'efficienza. In un mercato sempre più focalizzato su innovazione, sostenibilità e performance, **la Cooperativa si conferma una realtà solida, capace di unire crescita imprenditoriale e radicamento territoriale. La quota di mercato del 20,33% nei territori di riferimento riflette la forza del suo posizionamento e la fiducia costante dei clienti.**





 **CONAD**

02

Lo scenario di riferimento

Negli ultimi anni, il settore della **Grande Distribuzione Organizzata (GDO)** ha vissuto una fase di profonda trasformazione, determinata da dinamiche inflazionistiche e da un'evoluzione costante delle abitudini di consumo. Dopo un 2023 segnato da forti aumenti dei prezzi, il 2024 ha segnato un ritorno alla stabilità, accompagnato da una **ripresa significativa dei volumi di vendita**.

Secondo il report *"Lo stato del Largo Consumo in Italia"* di NielsenIQ, il **fatturato complessivo della GDO ha raggiunto i 135,1 miliardi di euro**, registrando una crescita dell'1,8% rispetto al 2023. Un incremento trainato in gran parte dal miglioramento del potere d'acquisto e da una **maggiore pressione promozionale**, che ha toccato il 24,3% sul totale delle vendite, a conferma della crescente competitività tra gli operatori. L'evoluzione dei canali distributivi ha premiato i formati più agili e vicini al cliente: **supermercati (+2,6%), discount (+2,3%) e superstore (+2,1%)** hanno ottenuto risultati positivi, mentre **ipermercati e negozi di libero servizio** hanno registrato una leggera contrazione. Parallelamente, è aumentata la fiducia dei consumatori verso le **marche del distributore (MDD)**, la cui quota nel largo consumo confezionato ha raggiunto il **30,1%**, rafforzando il ruolo strategico delle insegne nella relazione con il cliente.

Le scelte d'acquisto evidenziano una crescente attenzione verso prodotti legati al **benessere, alla naturalità e alla tracciabilità**. In aumento sono infatti le vendite nel segmento salutistico e biologico, così come la domanda di referenze con **origine italiana certificata**, segnando un consolidamento del legame tra consumo consapevole e valorizzazione dell'identità territoriale.

In questo scenario, le prospettive per il 2025 appaiono orientate a una nuova fase di evoluzione per il settore. L'ultima edizione dell'**Osservatorio dell'Area Studi Mediobanca** – che ha analizzato i bilanci di 124 aziende della GDO italiana e 31 operatori internazionali – evidenzia come la maggior parte degli operatori reputi strategici gli **investimenti in capitale umano** (76% degli intervistati), nella **digitalizzazione** e nell'**innovazione tecnologica**, con particolare attenzione all'**intelligenza artificiale generativa** (70%).

La GDO italiana si trova dunque in una fase di **consolidamento e trasformazione**, in cui le parole chiave sono **competitività, efficienza, sostenibilità e innovazione**. Questi fattori rappresentano le direttrici strategiche su cui si giocherà il futuro del settore.

2.1 Il 2024 di PAC 2000A

È in questo scenario che si inseriscono i risultati raggiunti da PAC 2000A nel 2024.

Il Gruppo PAC 2000A ha chiuso l'anno con un fatturato complessivo di 5.603 milioni di euro e un patrimonio netto di 1.078 milioni di euro. La rete di vendita ha continuato a crescere, raggiungendo complessivamente 1.659 negozi, distribuiti nelle cinque regioni in cui la Cooperativa opera.

Tra questi, anche **anche 109 concept store** che completano l'offerta.

La **quota di mercato**, pari al **20,33% nei territori di riferimento**, conferma la solidità del posizionamento competitivo e la fiducia da parte dei clienti.

Il legame con il territorio si riflette anche nel rapporto con le imprese fornitrici: PAC 2000A collabora con circa **1.117 aziende**, generando un giro di affari di oltre **770**

milioni di euro. Un dato che conferma l'impegno nel sostenere le **filiere produttive locali**, valorizzandone il patrimonio agroalimentare ed economico.

Alla dimensione economica si affianca un impatto sociale rilevante. Complessivamente, sono **30.248 gli addetti** che operano nella rete dei punti vendita, nei magazzini e nelle sedi del Gruppo, a cui si aggiungono **2.276 lavoratori indiretti** impiegati nei magazzini. Un sistema cooperativo che contribuisce attivamente alla creazione di **lavoro stabile e qualificato**, promuovendo al contempo percorsi di crescita professionale.

L'impegno verso le comunità si traduce anche nel sostegno a iniziative in ambito **sociale, culturale e formativo**, con un investimento complessivo di **circa 2 milioni di euro** nel 2024. Tra i progetti sostenuti, azioni di solidarietà a favore delle fasce più fragili, attività educative per le nuove generazioni ed eventi culturali svolti nei territori.

Oltre 30.000 addetti lavorano nella rete dei punti vendita, nei magazzini e negli uffici del Gruppo PAC 2000A



I numeri



FATTURATO DEL GRUPPO

5.603mln €

PATRIMONIO NETTO DEL GRUPPO

1.078mln €

UTILE NETTO DEL GRUPPO

108,04mln €



PATRIMONIO NETTO DELLA COOPERATIVA

875,7mln €

UTILE NETTO D'ESERCIZIO DELLA COOPERATIVA

92,9mln €



SOCI COOPERATORI

1.102

ADDETTI DEL GRUPPO

30.248



PUNTI VENDITA DEL GRUPPO

1.659

inclusi 109 Concept Store

FATTURATO RETE VENDITA

7.623mln €

SUPERFICIE COMPLESSIVA RETE DI VENDITA

1.061mln mq



QUOTA DI MERCATO NELL'AREA DI PERTINENZA

20,33%



CENTRI LOGISTICI

19

Nel bilancio si segnala il cambiamento del metodo di contabilizzazione dei ristorni ai Soci ex art. 2545-sexies c.c., a seguito delle modifiche introdotte dall'Organismo Italiano di Contabilità (OIC) in merito al loro trattamento contabile, nonché delle conseguenti variazioni delle norme regolamentari e statutarie deliberate nell'ultima Assemblea dei Soci, sia in sede ordinaria sia straordinaria.

In sostanza ritenendo che, per poter stabilire se erogare o meno parte dell'avanzo di gestione in favore dei Soci, e in caso affermativo per determinarne l'entità, sia necessario disporre quantomeno della proposta di bilancio deliberata dall'organo amministrativo, fra le alternative offerte dall'OIC, l'Assemblea dei Soci ha optato, di adottare una modalità contabile differente rispetto al passato. È stato quindi stabilito di rilevare il ristorno come attribuzione dell'avanzo di gestione in sede di approvazione del bilancio d'esercizio, evitando di iscriverlo nel Conto Economico tra i costi e di riportarlo nello Stato Patrimoniale tra i debiti.



I territori

Anche nel 2024 PAC 2000A ha confermato la propria leadership nel Centro e Sud Italia, con una quota di mercato complessiva del 20,33%. Quanto alle quote a livello regionale rilevate da Nielsen, la Cooperativa ha chiuso il 2024 mantenendo la leadership in Umbria (32,08%), Lazio* (30,98%) e Calabria (26,54%), confermando la seconda posizione in Sicilia (14,16%) e registrando la terza posizione in Campania (14,45%).



* Dato condiviso con quote di CNO



UMBRIA

PUNTI VENDITA

198

FATTURATO DELLA RETE

800 mln €

(+2,2% rispetto al 2023)

QUOTA DI MERCATO (1° POSTO)

32,08%



LAZIO

PUNTI VENDITA

577

FATTURATO DELLA RETE

3.349 mln €

(+7,2% rispetto al 2023)

QUOTA DI MERCATO (1° POSTO)

30,98%



CAMPANIA

PUNTI VENDITA

341

FATTURATO DELLA RETE

1.355 mln €

(+3,8% rispetto al 2023)

QUOTA DI MERCATO (3° POSTO)

14,45%



CALABRIA

PUNTI VENDITA

192

FATTURATO DELLA RETE

904,5 mln €

(+5,7% rispetto al 2023)

QUOTA DI MERCATO (1° POSTO)

26,54%



SICILIA + MALTA

PUNTI VENDITA

351

FATTURATO DELLA RETE

1.211 mln €

(+7,7% rispetto al 2023)

QUOTA DI MERCATO (2° POSTO)

14,16%

Il percorso di sostenibilità intrapreso

Negli ultimi anni, PAC 2000A ha intrapreso un percorso concreto e strutturato verso la sostenibilità, consapevole del ruolo che una realtà cooperativa e aziendale che opera in cinque regioni può e deve assumere nella creazione di valore condiviso per i territori, le comunità, le persone e l'ambiente.

Una visione che si traduce in un approccio sistemico e trasversale, capace di coniugare le tre dimensioni della sostenibilità - ambientale, sociale ed economica - con l'obiettivo di creare valore concreto e duraturo per tutti gli stakeholder.

Strategia e governance della sostenibilità

Nel 2024, PAC 2000A ha rafforzato il proprio impegno in ambito sostenibilità, integrandolo in modo più strutturato all'interno della strategia aziendale e dei meccanismi di governance. Per garantire un presidio efficace, coerente e trasversale delle tematiche ESG, la Cooperativa ha costituito un **team dedicato alla sostenibilità**, formato da rappresentanti delle principali funzioni aziendali coinvolte nei temi ambientali, sociali e di governance, esponenti delle aziende controllate, per garantire l'allineamento delle attività con la Cooperativa, e **coordinato direttamente dal Direttore Generale**. Questo assetto riflette la volontà di integrare la sostenibilità sempre più come **principio guida nelle scelte operative, gestionali e strategiche** dell'organizzazione.

Il gruppo di lavoro avrà il compito di sviluppare, coordinare e monitorare le iniziative sostenibili promosse a livello di Gruppo, definendo obiettivi concreti, indicatori di performance e aree prioritarie di intervento. Allo stesso tempo, si pone l'obiettivo di rafforzare la cultura della sostenibilità all'interno dell'organizzazione, promuovendo consapevolezza, formazione e coinvolgimento attivo di tutte le risorse aziendali.

L'inserimento strutturato della sostenibilità nella governance aziendale nasce dalla volontà di dotarsi di un **modello di crescita resiliente e orientato al lungo termine**, capace di rispondere in modo proattivo a un contesto in continua evoluzione. Dalle sfide ambientali alle trasformazioni normative e sociali, PAC 2000A intende presidiare in maniera consapevole i fattori di rischio, cogliere le opportunità di innovazione e rispondere con efficacia alle aspettative di soci, clienti, fornitori, partner e comunità locali.

Il Rating ESG: trasparenza e miglioramento continuo

Sempre nel 2024, PAC 2000A ha avviato un **percorso strutturato di valutazione**, attraverso una piattaforma internazionale riconosciuta tra i principali standard per il rating di sostenibilità. Questa iniziativa risponde all'esigenza di **dotarsi di un sistema terzo, oggettivo e comparabile** per valutare le proprie performance ESG (Environmental, Social, Governance) secondo parametri internazionali.

L'obiettivo è duplice: da un lato, **monitorare in modo trasparente e credibile** l'impegno dell'organizzazione nei confronti della sostenibilità; dall'altro, **individuare aree di miglioramento e azioni correttive**, in un'ottica di accountability. Il rating consente, inoltre, di rafforzare la fiducia dei partner commerciali e istituzionali, facilitando il dialogo lungo tutta la filiera del valore.

Questo percorso rappresenta un tassello chiave nella strategia di transizione verso una gestione sempre più responsabile, strutturata e misurabile. Un impegno che si inserisce nel più ampio adeguamento ai criteri richiesti dalla **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)** e dagli **European Sustainability Reporting Standards (ESRS)**, nel rispetto delle nuove normative europee in materia di rendicontazione di sostenibilità.

Innovazione e digitalizzazione per un futuro responsabile

Tra i pilastri della strategia di PAC 2000A, **innovazione e digitalizzazione** rappresentano leve fondamentali per la crescita sostenibile e la competitività a lungo termine. L'adozione di soluzioni tecnologiche avanzate consente non solo di **ottimizzare i processi operativi e logistici**, ma anche di **migliorare la qualità**

del servizio offerto a soci e clienti, rispondendo a esigenze sempre più orientate alla personalizzazione, alla velocità e all'integrazione tra canali fisici e digitali.

Investire in innovazione significa, inoltre, **contribuire alla riduzione degli impatti ambientali**, attraverso una gestione più efficiente delle risorse, l'automazione dei flussi, il miglioramento della tracciabilità e la diminuzione degli sprechi.

Digitalizzazione e sostenibilità si alimentano reciprocamente: grazie alla tecnologia, infatti, è possibile misurare con maggiore precisione le proprie performance ESG e mettere in atto politiche di miglioramento continuo.

Innovare è, quindi, una **condizione necessaria per creare valore nel lungo periodo**, rimanendo coerenti con la propria identità cooperativa e con le aspettative delle comunità servite.

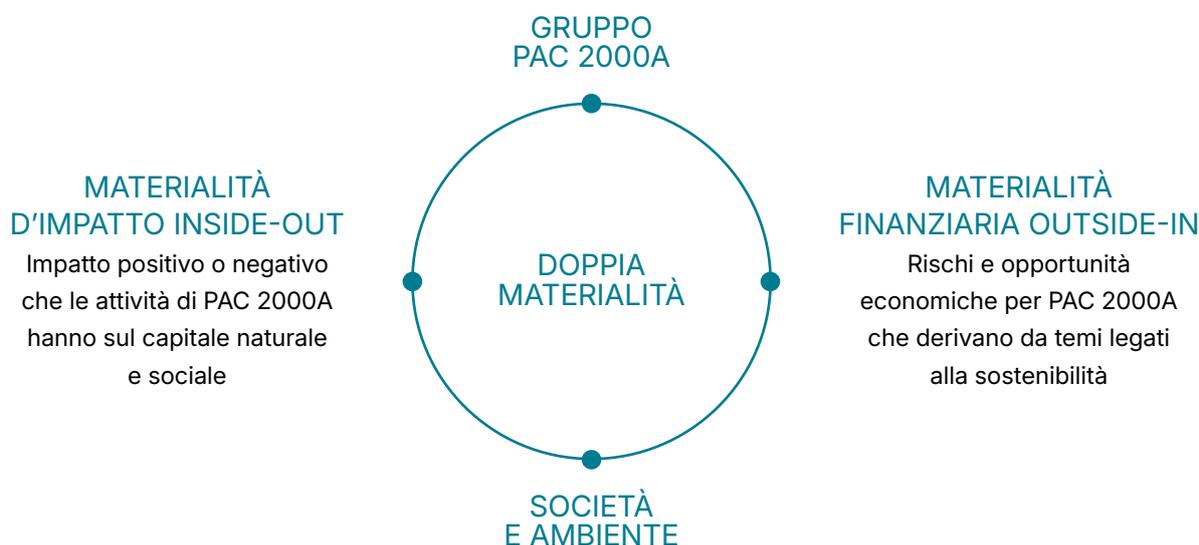
L'analisi di doppia materialità: il primo passo verso la rendicontazione ESG

Nel 2024, PAC 2000A ha portato a termine la sua **prima analisi di doppia materialità**, segnando un passaggio fondamentale nel percorso di rendicontazione e gestione strategica della sostenibilità. L'analisi è stata condotta con **riferimento agli European Sustainability Reporting Standards (ESRS)**, e rappresenta uno strumento essenziale per allineare le priorità ESG dell'organizzazione alle aspettative degli stakeholder e alle sfide del contesto normativo e ambientale.

La matrice risultante consente di **mappare i temi più significativi** sotto due prospettive complementari:

- da un lato, la **materialità d'impatto (inside-out)**, ovvero gli effetti reali che le attività aziendali generano sull'ambiente, sulla società e sulle persone;
- dall'altro, la **materialità finanziaria (outside-in)**, che valuta in che modo i fattori sociali e ambientali possano influenzare le performance economico-finanziarie e la creazione di valore.

Questa doppia lettura ha consentito di **identificare in modo strutturato** i temi sui quali PAC 2000A intende concentrare le proprie azioni, rafforzando l'allineamento tra governance, operatività e impegno in ambito sociale e ambientale. La matrice di doppia materialità rappresenta così uno **strumento di indirizzo strategico**, che supporta l'organizzazione nella definizione delle priorità ESG, nell'allocazione efficace delle risorse e nella pianificazione di un modello di sviluppo sempre più sostenibile, trasparente e orientato al lungo termine.



La metodologia adottata si è sviluppata attraverso **diverse fasi**, a partire dall'analisi del contesto interno ed esterno, con il supporto di interviste alle principali funzioni aziendali, benchmark settoriali e analisi delle tendenze normative e di mercato. A seguito dell'identificazione dei temi rilevanti, sono stati analizzati i relativi impatti, rischi e opportunità (IRO), valutati tramite questionari interni che hanno coinvolto un gruppo selezionato di stakeholder aziendali.

Le valutazioni hanno tenuto conto dell'intensità e della diffusione degli impatti, della possibilità di mitigazione e della probabilità di accadimento, sia in termini ambientali e sociali che economici. I risultati sono stati discussi e validati dalla Direzione Generale e successivamente approvati dal Consiglio di Amministrazione il 17 aprile 2025.

L'analisi di doppia materialità ha condotto all'identificazione di **nove temi materiali**, che rappresentano le priorità strategiche di PAC 2000A nel campo della sostenibilità. Questi temi sono stati organizzati secondo le tre dimensioni del framework ESG – Ambientale, Sociale e di Governance – e riflettono in modo coerente l'impegno del Gruppo per un modello di sviluppo responsabile, resiliente e orientato al lungo termine.

Area Ambientale

I temi ambientali individuati riguardano la riduzione delle emissioni di gas serra e l'efficienza nell'uso delle risorse naturali (acqua, energia, materiali). Questi aspetti esprimono la volontà di PAC 2000A di contribuire attivamente alla transizione ecologica e alla tutela del capitale naturale.

Area Sociale

In questa dimensione si concentrano i temi legati alla valorizzazione delle persone e delle relazioni: il benessere dei collaboratori, il supporto ai Soci, l'attenzione alla diversità e all'inclusione, e l'impegno verso le comunità locali. Rientrano inoltre la qualità e sicurezza dei prodotti, la cura per l'esperienza del cliente e le iniziative a favore delle comunità in cui PAC 2000A opera. L'area sociale riflette l'attenzione di PAC 2000A per il capitale umano e sociale che sostiene ogni giorno l'attività della Cooperativa.

Area Governance

I temi di governance riguardano l'integrità, la trasparenza e la responsabilità nella gestione aziendale. Rientrano in quest'area anche l'innovazione e la digitalizzazione dei processi, la valorizzazione delle filiere locali e la gestione responsabile della catena di fornitura.

Sono stati identificati **sei temi strategici**:

- **Innovazione e digitalizzazione:** L'adozione di tecnologie avanzate per rendere più efficienti i processi, migliorare l'esperienza d'acquisto e favorire un modello organizzativo moderno, flessibile e orientato ai dati.
- **Supporto, formazione e sostegno ai soci:** Il rafforzamento del legame con i soci attraverso percorsi di formazione continua e strumenti operativi, con l'obiettivo di garantire competitività, coerenza valoriale e sviluppo condiviso.
- **Attenzione ai clienti:** L'ascolto e la risposta puntuale ai bisogni dei clienti, offrendo esperienze di acquisto personalizzate e trasparenti.
- **Qualità, sicurezza e sostenibilità dei prodotti:** La garanzia di elevati standard qualitativi lungo tutta la filiera, garantendo prodotti sicuri, tracciabili e rispettosi dell'ambiente e della salute delle persone.
- **Supporto e valorizzazione delle nostre persone:** L'investimento sul capitale umano, promuovendo benessere, inclusione, crescita professionale e un ambiente di lavoro positivo, equo e collaborativo.
- **Contrasto al cambiamento climatico:** L'attuazione di politiche e interventi concreti per ridurre l'impronta ambientale del Gruppo, con particolare attenzione alle emissioni, alla logistica e alle iniziative contro lo spreco alimentare.

A questi se ne aggiungono **tre considerati rilevanti**:

- **Gestione efficiente delle risorse:** il miglioramento dell'efficienza energetica e l'uso sostenibile di acqua, materiali e rifiuti, adottando logiche di economia circolare per ridurre sprechi e impatti ambientali.
- **Etica e buona governance:** L'impegno verso l'integrità, la trasparenza e la responsabilità nei processi decisionali e nella gestione aziendale, rafforzando i meccanismi di controllo, la compliance e la fiducia degli stakeholder.
- **Valorizzazione realtà locali:** Il sostegno alle comunità in cui PAC 2000A opera, promuovendo le filiere territoriali, i produttori locali e le iniziative che generano valore economico e sociale per i territori.

La **Matrice di Doppia Materialità** è uno strumento chiave per identificare i temi di sostenibilità davvero rilevanti, valutandoli da due prospettive complementari.

L'asse **verticale** rappresenta la **Materialità Finanziaria**: misura quanto un tema può influenzare, direttamente o indirettamente, le performance economiche dell'azienda — come ricavi, costi, accesso al credito o valore d'impresa. Più un tema è posizionato in alto, maggiore è il suo impatto potenziale sulla salute finanziaria dell'azienda, nel breve e nel lungo termine.

L'asse **orizzontale** indica invece la **Materialità d'Impatto**: valuta quanto le attività aziendali influiscono sul contesto esterno — persone, comunità, ambiente, stakeholder lungo la filiera. Un tema collocato più a destra su quest'asse ha un impatto più significativo, positivo o negativo, sul mondo che circonda l'organizzazione (persone e ambiente).

Leggere la matrice significa quindi comprendere la **doppia rilevanza** di ciascun tema.

- Se un tema è più spostato verso l'alto, sull'asse della materialità finanziaria, significa che la sua rilevanza principale deriva dal suo potenziale effetto sull'economia interna dell'azienda. Se, al contrario, un tema è più spostato verso destra, sull'asse della materialità d'Impatto, la sua importanza è percepita soprattutto per le conseguenze che le azioni dell'azienda generano nel mondo esterno, sull'ambiente o sulle persone
- I temi in alto a destra sono i più strategici: **altamente materiali da entrambe le prospettive**, perché generano impatti significativi sul mondo esterno e, al tempo stesso, influenzano la solidità economico-finanziaria dell'azienda.

Matrice di doppia materialità di PAC 2000A



CAPITOLO 03

Temi ambientali

La Cooperativa ha proseguito il progetto di mappatura delle emissioni di CO₂, avviato nel 2016, ampliando il perimetro di rendicontazione a tutte le principali aree operative, tra cui i Centri di Distribuzione, la rete logistica, i punti vendita, le sedi e la flotta aziendale.

Nel corso dell'anno, l'adozione di un nuovo approccio metodologico ha aumentato l'accuratezza dell'analisi, con l'obiettivo di estendere il monitoraggio progressivamente all'intera rete.

Parallelamente, sono state portate avanti diverse iniziative concrete per contenere l'impatto ambientale, come l'ottimizzazione della logistica attraverso il sistema TMS e gli investimenti nella digitalizzazione dei processi. Nei punti vendita è stato incrementato l'uso di ricevute digitali, etichette elettroniche e bilance linerless.

Sul fronte del territorio, è stata avviata l'iniziativa con il Banco Alimentare per combattere lo spreco ed è proseguita la partecipazione al progetto di riforestazione urbana *Forestiamo insieme l'Italia* promosso da Conad Consorzio, contribuendo alla tutela della biodiversità e alla qualità dell'aria nelle comunità in cui PAC 2000A opera.





03

Ambiente e risorse

L'approccio di PAC 2000A all'economia circolare è pienamente integrato nella strategia aziendale e si fonda su una visione orientata alla riduzione dell'impronta ecologica, alla promozione dell'innovazione sostenibile e alla risposta concreta alle aspettative di un mercato sempre più sensibile ai temi della responsabilità ambientale e sociale. L'adozione di pratiche circolari coinvolge l'intera catena del valore, puntando sull'ottimizzazione delle risorse, la riduzione degli sprechi e la progettazione di soluzioni in grado di estendere il ciclo di vita dei materiali.

In quest'ottica, il 2024 ha segnato il nono anno del progetto avviato nel 2016 da PAC 2000A per la **mappatura delle emissioni di CO₂ equivalente (CO₂e)** generate dalle proprie attività logistiche e operative. L'obiettivo è estendere questa attività di misurazione a tutta la rete progressivamente. Un'iniziativa che rappresenta un elemento centrale della **strategia di sostenibilità della Cooperativa**, volta a migliorare progressivamente la comprensione e la gestione degli impatti ambientali legati alle proprie attività.

Con l'obiettivo di delineare un quadro più completo e puntuale dell'impatto ambientale generato, l'analisi delle emissioni ha ampliato, rispetto al passato, il proprio perimetro di rendicontazione, **includendo tutte le principali aree operative di PAC 2000A**: le attività logistiche nei Centri di Distribuzione (Ce.Di.) e la distribuzione verso i punti vendita, alcuni punti vendita – distinti tra gestione diretta e indiretta – le sedi amministrative e operative, e la flotta aziendale. Il percorso di analisi intrapreso nel 2024 ha, inoltre, introdotto **cambiamenti significativi nell'approccio metodologico adottato**. Sebbene tali aggiornamenti rendano non direttamente comparabili i dati con quelli degli anni precedenti, essi rafforzano l'accuratezza e la coerenza della misurazione, garantendo una base più solida per le future decisioni e azioni ambientali.

Questa rendicontazione rappresenta un ulteriore passo avanti nel percorso di PAC 2000A verso una gestione ambientale più consapevole e sistematica. L'obiettivo rimane quello di integrare criteri ambientali nelle decisioni operative, fondando le scelte su dati affidabili e su un monitoraggio continuo delle risorse, per migliorare progressivamente la sostenibilità delle attività e ridurre gli impatti ambientali nel medio-lungo termine.

Per garantire la qualità e la trasparenza dei risultati, PAC 2000A ha adottato riferimenti metodologici riconosciuti a livello internazionale: il GLEC Framework versione 3.0 e la norma ISO 14083:2023 per la logistica e i trasporti, e il GHG Protocol per le emissioni derivanti da sedi, magazzini e punti vendita. Inoltre, è stato aggiornato il set di fattori di emissione per rendere la valutazione più rappresentativa del contesto geografico e temporale di riferimento. In particolare, il fattore di emissione relativo all'energia elettrica in Italia, basato sui dati 2024 dell'International Energy Agency (IEA), ha registrato una riduzione del 9% rispetto all'anno precedente, contribuendo a mitigare l'impatto ambientale nonostante l'aumento dei consumi elettrici complessivi.



3.1 Le emissioni complessive del sistema

Nel 2024, le emissioni complessive del sistema PAC 2000A¹ ammontano a 258.341 tonnellate di CO₂ equivalente (tCO₂eq). La quota più significativa, pari al 61%, è attribuibile ai punti vendita, seguita dalla logistica con il 26%, mentre le attività della Cooperativa incidono per il restante 6%.

Emissioni Complessive sistema PAC 2000A

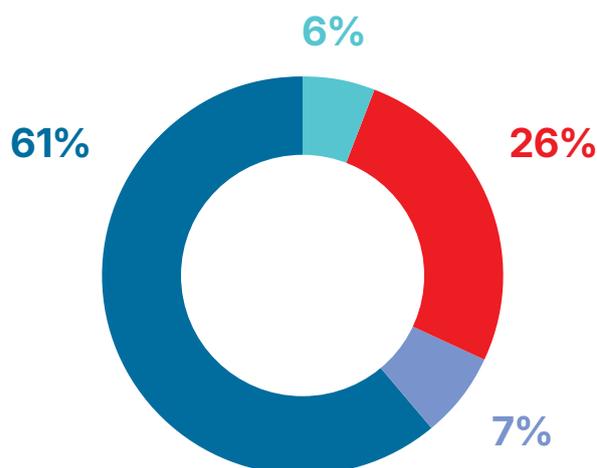
Emissioni [tCO ₂ eq]	2024
Cooperativa (Ce.Di, sedi, flotta aziendale)	15.737
Logistica prodotti dai Ce.Di. ai PdV	66.207
Logistica in ingresso ai Ce.Di (fornitori - Ce.Di.)	19.289
Punti vendita ²	157.107
<i>Di cui a gestione diretta</i>	12.113
Totale	258.341

Rimodulando le emissioni complessive del sistema per il 2024 secondo la metodologia degli **Scope** prevista dal Greenhouse Gas Protocol (GHG), al fine di identificare con precisione le diverse fonti emissive lungo la catena del valore.

- **Scope 1** - Emissioni dirette, pari a **9.677 tonnellate di CO₂ equivalente (tCO₂e)**, derivanti principalmente dalle perdite di gas refrigeranti, oltre che dal consumo di combustibili presso le sedi, i Ce.Di. non terzarizzati, i punti vendita a gestione diretta e la flotta aziendale.
- **Scope 2** - Emissioni indirette da energia acquistata, pari a **13.675 tCO₂e**, associate al consumo di elettricità presso le medesime strutture operative.
- **Scope 3** - Altre emissioni indirette, che rappresentano la quota predominante con **234.988 tCO₂e**, dovute principalmente all'impatto ambientale dei punti vendita non consolidati, alla logistica in ingresso e distribuzione, alla componente well-to-tank dei combustibili e alle perdite lungo la rete elettrica.

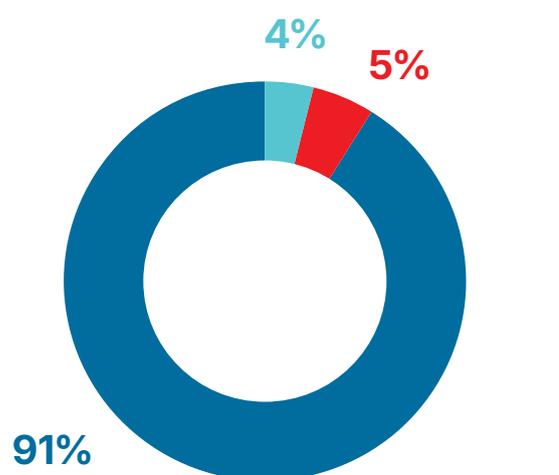
Questa ripartizione evidenzia come la catena del valore costituisca la principale fonte di emissioni per l'organizzazione, sottolineando l'importanza di strategie di sostenibilità estese anche ai partner e fornitori.

Emissioni Sistema PAC 2000A



COOPERATIVA (CE.DI., SEDI, FLOTTA AZIENDALE)
 LOGISTICA PRODOTTI CE.DI. - PDV
 LOGISTICA IN INGRESSO AI CE.DI.
 PUNTI VENDITA

Emissioni per Scope



SCOPE 1 SCOPE 2 - LOCATION BASED SCOPE 3

¹ Il sistema PAC 2000A comprende: Cooperativa (Ce.Di., sedi, flotta aziendale), logistica dei prodotti (sia dai fornitori ai Ce.Di. che dai Ce.Di. ai punti vendita), un numero di punti vendita, sia a gestione diretta che indiretta.

² Il dato dei punti vendita include la componente emissiva delle perdite da refrigeranti dei pdv a gestione diretta

Nella tabella che segue è riportato il dettaglio delle emissioni per ciascuna categoria di appartenenza.

Dettaglio emissioni per categoria di appartenenza

	tonCO ₂ e 2024
Scope 1	9.677
<i>di cui emissioni derivanti da gas naturale (cat. 1.1)</i>	2.256
<i>di cui emissioni derivanti da combustibile di auto di proprietà e/o a noleggio (cat. 1.2)</i>	1.786
<i>di cui emissioni derivanti dalla perdita di fluidi refrigeranti (cat. 1.3)</i>	5.635
Scope 2 - Location based	13.675
Scope 3	234.988
<i>Upstream di energia e combustibile (cat. 3.3)</i>	34.498
<i>Logistica in ingresso (cat. 3.4 (parziale))</i>	85.496
<i>Punti Vendita e Concept Store non consolidati (cat. 3.14)</i>	114.994
Emissioni totali	258.341

Consumi energetici – rendicontazione secondo ESRS E1-5

Nel corso dell'anno, il consumo energetico totale è stato pari a **69.414 MWh**. Di questo valore, la quota prevalente – **67.244 MWh**, corrispondente a circa il **96,87%** – è stata coperta da **fonti energetiche non rinnovabili**. Le **fonti rinnovabili** hanno invece contribuito con **2.170 MWh**, pari al **3,13%** del totale. Tra le fonti non rinnovabili, la componente principale è rappresentata dall'**energia elettrica, calore, vapore o raffrescamento acquistati da fonti fossili**, per un totale di **55.143 MWh**. Seguono i consumi di **prodotti petroliferi (6.905 MWh)** e di **gas naturale (5.196 MWh)**. Per quanto riguarda le **fonti rinnovabili**, l'intero

ammontare rilevato è attribuibile a **energia autoprodotta da fonti rinnovabili non combuste**, a conferma dell'efficacia degli impianti **fotovoltaici di proprietà** e dell'impegno a investire in soluzioni sostenibili.

Sebbene il mix energetico attuale evidenzia una prevalenza di fonti convenzionali, la produzione da fonti rinnovabili rappresenta un segnale concreto della volontà dell'organizzazione di promuovere una **transizione energetica responsabile e graduale**, in linea con gli obiettivi di sostenibilità di lungo periodo. La tabella seguente offre una panoramica dettagliata dei consumi energetici di **PAC 2000A** per l'anno 2024, suddivisi per tipologia di fonte e misurati in megawattora (MWh).

Consumi energetici di PAC 2000A

Consumi [MWh]	2024
Non rinnovabili (fonti fossili)	67.244
<i>di cui carbone e prodotti del carbone</i>	-
<i>di cui da petrolio greggio e prodotti petroliferi</i>	6.905
<i>di cui da gas naturale</i>	5.196
<i>di cui da altre fonti fossili</i>	-
<i>di cui energia elettrica, calore, vapore o raffrescamento da fonti fossili, acquistati o acquisiti</i>	55.143
Rinnovabili	2.170
<i>di cui combustibili da fonti rinnovabili</i>	-
<i>di cui energia elettrica, calore, vapore e raffrescamento da fonti rinnovabili, acquistati o acquisiti</i>	-
<i>di cui energia rinnovabile autoprodotta senza ricorrere a combustibili</i>	2.170

3.2 La Logistica e le sue best practice

Tra i principali driver del percorso di sostenibilità, PAC 2000A investe nella transizione verso una logistica a minore impatto ambientale, attraverso la razionalizzazione della rete distributiva e l'impiego di tecnologie per l'ottimizzazione dei trasporti. L'adozione del sistema **TMS (Transportation Management System)** in diversi poli logistici ha permesso di migliorare la saturazione dei carichi.

Parallelamente, prosegue la progressiva sostituzione dei mezzi più inquinanti con veicoli a minori emissioni, come quelli a gas naturale e Euro 6.

La logistica rappresenta un pilastro strategico per PAC 2000A, garantisce efficienza operativa e sostiene le politiche ambientali, grazie al suo contributo alla razionalizzazione dei consumi, alla riduzione delle emissioni e all'ottimizzazione dei flussi distributivi. Il modello logistico adottato si distingue per un

approccio integrato e avanzato alla gestione della filiera: efficienza operativa, innovazione tecnologica, resilienza e flessibilità si combinano per rispondere alle sfide poste dall'evoluzione dei mercati e dagli obiettivi sempre più ambiziosi in materia di sostenibilità.

In questo contesto, la **digitalizzazione** gioca un ruolo centrale. La Cooperativa investe in tecnologie intelligenti per migliorare le performance ambientali e gestionali: sistemi di geolocalizzazione, strumenti di pianificazione dinamica, **software evoluti e tecnologie di automazione consentono di ottimizzare i percorsi, ridurre i viaggi a vuoto, velocizzare le consegne e migliorare la gestione delle scorte**. Sono, inoltre, in corso progetti per l'integrazione dell'intelligenza artificiale nella gestione delle flotte e per la creazione di hub logistici condivisi, con l'obiettivo di diminuire la frammentazione e potenziare la capacità distributiva in modo sostenibile.

TMS: tecnologia e dati per una logistica più efficiente

Tra gli strumenti adottati per ottimizzare la supply chain, PAC 2000A ha introdotto il sistema TMS (Transportation Management System), che consente di pianificare al meglio le consegne, ottimizzare carichi e percorrenze, automatizzare processi come la documentazione di conformità e la fatturazione, riducendo inefficienze e costi operativi. Introdotto nel 2022 nel magazzino di Ponte Felcino e poi a Fiano Romano, il TMS sarà esteso a tutti i Centri di Distribuzione PAC 2000A e Iges entro il 2026. In particolare, attraverso il processo della gestione volumetrica degli ingombri, che riguarda circa il 35% delle merci movimentate, ha già permesso di ridurre del 9% i pallet trasportati. Il sistema sarà presto integrato con un modulo in grado di selezionare i mezzi di trasporto anche in base all'efficienza in termini di CO₂.

A supporto, la Cooperativa ha introdotto indicatori avanzati per analizzare produttività, saturazione e rotazione dei magazzini. Queste analisi quotidiane consentono una gestione più precisa dei flussi, segnalano criticità e guidano l'adozione di soluzioni automatizzate già avviate in Umbria, Lazio, Campania, Calabria e Sicilia.

Nel 2025 PAC 2000A darà avvio a importanti progetti volti al monitoraggio avanzato della flotta e delle condizioni di trasporto. Grazie all'introduzione dei dispositivi WAY, sarà possibile controllare la catena del freddo, stimare con maggiore precisione l'ETA e verificare le emissioni durante le consegne dai centri distributivi ai punti vendita. Parallelamente, anche il sistema TC1 sarà a breve in grado di fornire informazioni dettagliate sui consumi e sulle emissioni dei vettori impegnati nelle consegne presso i nostri centri distributivi, contribuendo così a una gestione sempre più efficiente e sostenibile della logistica.

Ogni anno, PAC 2000A movimentata circa **353 milioni di colli** attraverso una rete logistica capillare, composta da 6 Centri di Distribuzione principali e 13 magazzini per un totale di circa 380.000 mq. I poli regionali – distribuiti tra Umbria, Lazio, Campania, Calabria e Sicilia – operano in sinergia secondo un modello di governance trasversale che integra le funzioni logistiche con attività di scouting tecnologico, adattando le soluzioni alle specificità dei singoli territori.

L'introduzione di strumenti per l'analisi predittiva consente inoltre una pianificazione più accurata della domanda e dell'offerta, contribuendo alla riduzione degli sprechi e garantendo la disponibilità dei prodotti lungo tutta la catena distributiva.

Nel **2024**, le attività di distribuzione dai Centri di Distribuzione ai punti vendita – inclusi i trasferimenti tra magazzini – hanno comportato la percorrenza

di circa **38,7 milioni di chilometri** a pieno carico, generando **66.207 tonnellate di CO₂ equivalente** secondo l'approccio **Well-to-Wheel (WtW)**.

Per la prima volta, PAC 2000A ha esteso l'analisi delle emissioni includendo anche i **flussi logistici in ingresso**, ovvero i trasporti dai fornitori e dagli Hub Conad verso i propri Centri di Distribuzione. Questi trasporti hanno generato ulteriori **19.289 tonnellate di CO₂ equivalente**, contribuendo a una **rendicontazione più completa e trasparente** degli impatti ambientali lungo l'intera filiera logistica.

Questa estensione del perimetro rappresenta un passo significativo verso una **misurazione più accurata delle emissioni indirette (Scope 3)** e conferma l'impegno della Cooperativa nel monitorare e migliorare costantemente le proprie performance ambientali lungo tutta la catena del valore.

Logistica

	Udm	2024
Totale emissioni distribuzione da Ce.Di. a PdV	ton CO ₂ e	66.207
Totale emissioni distribuzione da fornitori/hub a Ce.Di.	ton CO ₂ e	19.289

Centri distribuzione e magazzini di PAC 2000A

	Colli preparati 2024	mq
Fiano Romano	95.215.254	104.110
Carinaro	59.676.830	62.600
Montalto Uffugo	38.301.644	52.290
Riano	32.179.796	27.900
Pomezia	31.763.632	14.000
Ponte Felcino	29.740.262	27.720
Carini	19.306.994	32.350
Pozzallo	18.223.782	33.200
Capaci	13.599.246	11.000
S.ta Palomba	5.691.912	6.200
Catania	1.907.819	2.100
Marcianise	1.875.573	4.500
Figline Vegliaturo	1.522.859	1.000
Bettona	1.238.358	1.750
Milazzo	1.052.074	1.000
Corciano	908.012	1.000
Rossano	331.968	1.100
Casoria	68.731	500
Totale	352.604.746	384.320

Il parco mezzi

Nel percorso di decarbonizzazione, PAC 2000A ha definito una strategia per la progressiva conversione della flotta a veicoli elettrici, ibridi o a ridotte emissioni. Sono stati avviati progetti pilota in collaborazione con Enel X Way per testare la mobilità elettrica a Roma, Palermo e nel polo di Perugia. Inoltre, è previsto l'ampliamento delle infrastrutture di ricarica nei principali Centri di Distribuzione, con l'obiettivo di coprire almeno tre poli logistici nei prossimi anni.

I consumi di carburante della flotta aziendale di PAC 2000A vedono un aumento dall'anno passato, dovuto principalmente ad un affinamento della metodologia di raccolta del dato, non più stimato ma reale.

Consumi di carburante

	2024
Consumi Diesel (l)	433.045
Consumi Benzina (l)	308.279
Totale emissioni della flotta aziendale di PAC (ton CO₂e)	2.345

PMx

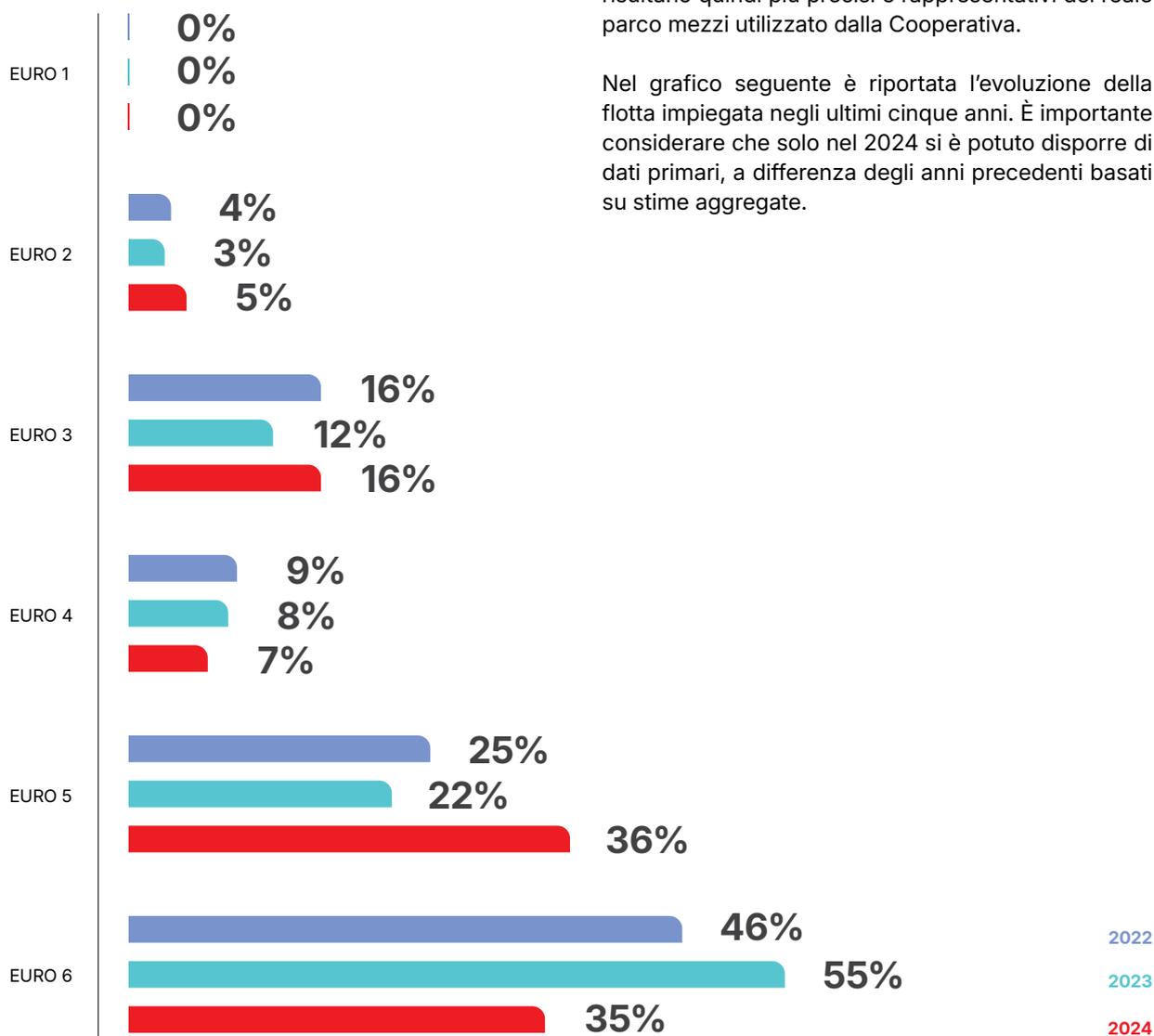
Nel 2024 si stima che le emissioni di PMx siano state pari a 4.118 kg, in aumento del 33,3% rispetto ai 3.090 kg registrati nel 2023.

L'incremento non riflette un peggioramento delle performance ambientali, ma è principalmente dovuto al miglioramento della qualità del dato: per la prima volta, infatti, è stato possibile raccogliere informazioni puntuali sulla classe Euro dei singoli veicoli impiegati nei trasporti, grazie all'analisi delle targhe.

Nel 2023, invece, la stima si basava su ipotesi relative alla composizione media della flotta. I dati 2024 risultano quindi più precisi e rappresentativi del reale parco mezzi utilizzato dalla Cooperativa.

Nel grafico seguente è riportata l'evoluzione della flotta impiegata negli ultimi cinque anni. È importante considerare che solo nel 2024 si è potuto disporre di dati primari, a differenza degli anni precedenti basati su stime aggregate.

Percentuale km percorsi per euro (%)



Circuiti di pooling per una logistica più efficiente

Da diversi anni, la Cooperativa PAC 2000A adotta il sistema del pooling, una modalità di condivisione e riutilizzo di imballaggi logistici come pallet, bancali in legno e contenitori, tra più imprese della filiera. Questo modello consente di ridurre significativamente l'impatto ambientale e ottimizzare le risorse logistiche, con importanti benefici:

- Riduzione delle emissioni grazie alla diminuzione dei ritiri parziali e frammentati dei pallet e contenitori.
- Minore produzione di rifiuti, poiché i pallet danneggiati vengono riparati utilizzando legno certificato (PEFC e FSC), evitando così lo smaltimento in discarica.
- Ottimizzazione dei flussi e contenimento della frammentazione dei trasporti.

Per la gestione del servizio di pallet pooling, la Cooperativa si affida a partner specializzati come CPR System, CHEP e LPR. Grazie a queste collaborazioni, nel 2024 sono state evitate 1.535 tonnellate di CO₂, pari a 35 viaggi in camion intorno alla Terra, risparmiati 1.478 m³ di legno (equivalenti a 1.429 alberi) e ridotti di 157 tonnellate i rifiuti prodotti.

L'intenzione di PAC 2000A è incrementare progressivamente la quota di contenitori e imballaggi gestiti tramite pooling, puntando a raggiungere il 18% entro il 2030, promuovendo così una logistica sempre più efficiente e sostenibile.



3.3 I dati sulle emissioni e i consumi di magazzini e sedi

Nel 2024, l'analisi delle emissioni relative a magazzini e sedi ha rilevato un totale di 13.392 tonnellate di CO₂e, in un contesto di consumi complessivamente stabile.

Lo studio ha riguardato:

- Area continentale: i Centri di Distribuzione di Fiano Romano, Carinaro, Ponte Felcino, Corigliano, Montalto Uffugo e le relative sedi operative;
- Area Sicilia: i Ce.Di. di Carini, Modica e la sede di Partinico.

Emissioni e consumi totali per magazzini e sedi

	Udm	2024
Consumi elettrici totali	kwh	35.272.526
Totale emissioni	ton CO ₂ e	13.392
<i>da elettricità</i>	ton CO ₂ e	9.347
<i>da combustibile</i>	ton CO ₂ e	2.296
<i>da refrigerante</i>	ton CO ₂ e	1.749

Nel 2024, i magazzini terziarizzati di PAC 2000A non sono stati inclusi nella raccolta dati, al fine di permettere una rilevazione più precisa e puntuale nell'anno successivo. L'esclusione di tali magazzini, che nel 2023 erano stati invece stimati, ha comportato una **riduzione complessiva delle emissioni di CO₂e pari al 13%**.

A parità di perimetro rispetto al 2023 – ovvero escludendo sia i Ce.Di. terziarizzati che la nuova piattaforma di Montalto Uffugo – si registra una riduzione delle emissioni totali pari al 5%.

Le emissioni totali per metro quadrato nei Centri di Distribuzione e nelle sedi sono state di 42,7 kg CO₂e/m², con una diminuzione del 36% rispetto al 2023. Tale variazione è comunque influenzata dalle modifiche nel perimetro di rendicontazione.

Inoltre, PAC 2000A utilizza energia da fonti rinnovabili, grazie all'installazione di impianti fotovoltaici presso i Ce.Di. di Fiano Romano, Ponte Felcino e Modica.

Consumi [kwh] da fotovoltaico

	2024
Fotovoltaico	1.592.067



A parità di perimetro, nel 2024 si registra una riduzione delle emissioni del 5%

Altri indicatori ambientali Sedi e Ce.Di.

Nel contesto attuale, la gestione responsabile delle risorse naturali è diventata una priorità per molte aziende. All'interno di questo quadro, il monitoraggio e la riduzione dei consumi di acqua e la gestione efficace dei rifiuti sono elementi chiave per promuovere la sostenibilità ambientale. Di seguito sono riportati i consumi di acqua e rifiuti per i Ce.Di. e le Sedi.

Acqua

Nel 2024 i Ce.Di. e le sedi di PAC 2000A hanno consumato circa 301.240 m³ di acqua.

	2024
Consumi [m ³]	301.240

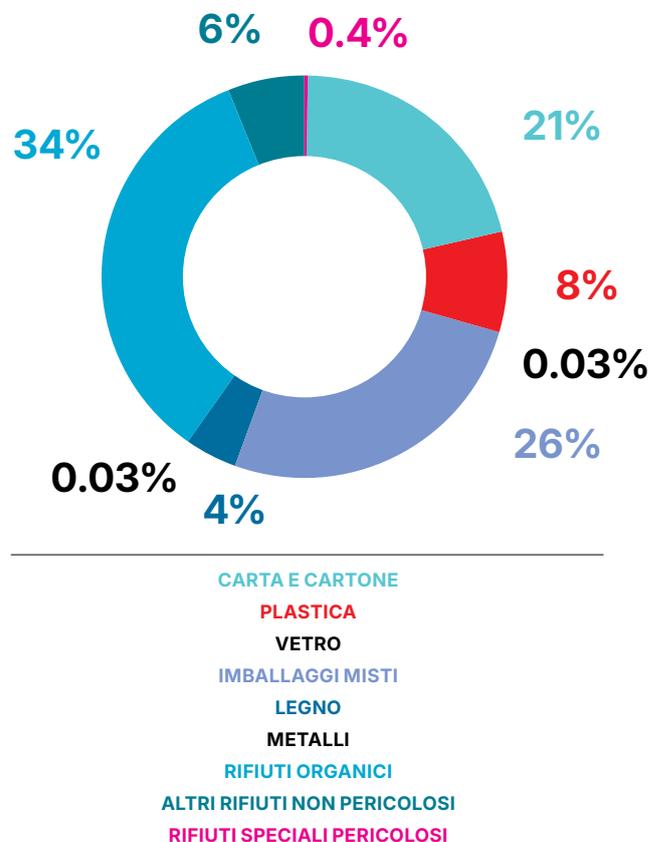
Rifiuti

Nel 2024, la produzione totale di rifiuti dai Ce.Di. e dalle sedi di PAC 2000A è stata di 6.949 tonnellate. Le frazioni più rilevanti sono i **rifiuti organici** (circa il 34% del totale), gli **imballaggi misti** (circa il 27%) e la **carta e cartone** (circa il 21%). Complessivamente, queste tre categorie rappresentano oltre l'80% dei rifiuti generati. Categorie come vetro e metalli costituiscono quote minime, intorno allo 0,03% ciascuna. I rifiuti speciali pericolosi ammontano a 31 tonnellate.

	2024
Rifiuti prodotti [t]	6.949



Ripartizione % dei rifiuti prodotti nel 2024 da Ce.Di. e sedi PAC 2000A per tipologia



La gestione dei Rifiuti di Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche (RAEE)

Recupero e riuso dell'hardware obsoleto

Il materiale informatico non più utilizzabile, ma ancora funzionante, viene donato a scuole o privati, mentre quello guasto viene ceduto ad aziende specializzate per il recupero di parti di ricambio. In questo modo si allunga il ciclo di vita dei dispositivi e si riduce la quantità di rifiuti elettronici.

Raccolta differenziata dei materiali esausti

PAC 2000A ha attivato un sistema capillare per la raccolta e il ritiro periodico di toner e nastri esausti, che vengono avviati al riciclo o ricondizionamento da parte di operatori specializzati. Questo sistema consente il recupero delle risorse e l'eliminazione dei costi di smaltimento.

Sostituzione delle etichette non ecologiche

Nei magazzini è in corso la graduale riconversione dei sistemi di stampa che usano pellicole a trasferimento termico in cera/resina su etichette in carta adesiva. Le nuove etichette in carta termica, non solo semplificano il processo, ma riducono costi e rifiuti.

Efficienza Energetica e Gestione Infrastrutture IT

Raffreddamento intelligente dei data center

Per migliorare l'efficienza energetica e ridurre il consumo di energia elettrica, PAC 2000A ha adottato un sistema di raffreddamento localizzato in 10 dei suoi 15 data center. Il sistema utilizza torri refrigeranti che operano esclusivamente sulle aree attive dei server, evitando di climatizzare l'intero ambiente. Il controllo software consente una modulazione del raffrescamento, in base al calore effettivo generato, con un impatto positivo in termini di sostenibilità e comfort lavorativo degli operatori..

Virtualizzazione e consolidamento server

Tutti i server aziendali sono stati migrati in ambienti virtualizzati su cluster fisici ad alta affidabilità, riducendo del 95% la quantità di macchine fisiche presenti. Questo intervento ha comportato un'importante riduzione dei consumi elettrici per alimentazione e raffreddamento, oltre a un'ottimizzazione degli spazi all'interno dei data center.



3.4 La sostenibilità nei punti vendita

Nel 2024, le emissioni totali stimate attribuibili ai **Punti Vendita e Concept Store** ammontano a **153.222 tonnellate di CO₂e**, segnando un lieve aumento, del 2%, rispetto alle 150.418 tonnellate del 2023. Quasi tutte queste emissioni (il 99,77%) derivano dal consumo di **energia elettrica**, mentre la restante parte è legata al consumo di gas.

Va precisato che, nei casi in cui non siano disponibili dati puntuali sul consumo elettrico per tutti i punti vendita, le stime sono calcolate utilizzando valori rappresentativi nazionali di kWh/m² mensili, differenziati per cluster di superficie o per insegna. I dati relativi al consumo di gas, invece, si basano esclusivamente sulle misurazioni effettive disponibili per i punti vendita e Concept Store.

Punti vendita - Consumi

	2024
Energia elettrica - kwh	489.468.585
Gas naturale - m3	145.112

Emissioni punti vendita t CO₂e

	2024
Energia elettrica	152.876
Gas naturale	346

Emissioni per unità di superficie - PdV tot

	2024
Emissioni per unità di superficie [kgco2e/m2]	146,6

Sono state portate avanti diverse iniziative concrete per contenere l'impatto ambientale. Nei punti vendita, tra le attività svolte, è stato incrementato l'uso di ricevute digitali, etichette elettroniche e bilance linerless





Per la prima volta nel 2024 è stata realizzata una mappatura dettagliata dei consumi e delle emissioni di punti vendita gestiti direttamente da controllate del Gruppo PAC 2000A

Punti vendita a gestione diretta

Per la prima volta nel 2024 è stata realizzata una mappatura dettagliata dei consumi e delle emissioni dei **26 Punti Vendita e Concept Store gestiti da controllate del Gruppo PAC 2000A**, che coprono una superficie totale di 46.587 mq. Questo gruppo di negozi e format specializzati contribuisce per **8.228 tonCO₂e** alle emissioni complessive, rappresentando il 5% del totale delle emissioni generate da tutti i punti vendita e concept store (inclusi quelli non consolidati).

Le emissioni di questi negozi a gestione diretta derivano sia dal consumo energetico (25.830.309 kWh di elettricità, **di cui 578.023 kWh autoprodotti da fotovoltaico**, e 139.363 m³ di gas) sia, in modo significativo, dalle perdite di fluidi refrigeranti. La mappatura specifica di queste perdite per la prima volta ha identificato una dispersione di 1.129 kg di gas refrigeranti, equivalenti a 3.885 tonCO₂e, evidenziando l'importanza della gestione degli impianti frigoriferi in queste strutture.

Emissioni per unità di superficie - PdV tot

	2024
Emissioni per unità di superficie [kgco2e/m2]	176,61

L'Innovazione nei Punti Vendita

Ricevute digitali POS

Nei punti vendita PAC 2000A, la ricevuta del pagamento elettronico viene stampata solo su richiesta esplicita del cliente. La copia del punto vendita viene archiviata digitalmente, riducendo il consumo di carta.

Scontrini e coupon digitali (dal 2025)

È stato avviato il processo di digitalizzazione dei coupon promozionali e nel 2026 è prevista la digitalizzazione, anche degli scontrini fiscal che potranno essere visualizzati direttamente nell'app Conad o su apposito portale. La stampa sarà esclusa, salvo scelta contraria da parte del cliente.

Digitalizzazione della sottoscrizione delle carte fedeltà

La sottoscrizione della Conad Card e della Carta Insieme è già possibile in forma completamente digitale tramite l'app o, in punto vendita, tramite tablet. Questo elimina la stampa dei moduli e la spedizione dei documenti cartacei.

Etichette elettroniche

I punti vendita stanno adottando etichette elettroniche per l'aggiornamento automatico dei prezzi e delle informazioni relative ai prodotti, eliminando la necessità di stampare frontalini cartacei.

Bilance con etichette linerless

Le nuove bilance utilizzano rotoli continui di carta adesiva (linerless), che permettono un uso ottimale del materiale in base alla quantità di stampa necessaria, evitando sprechi.

3.5 Altre iniziative

Impiego di materiali certificati e sostenibili nei progetti edilizi

Nel 2024, PAC 2000A ha avviato una collaborazione con un fornitore di materiali da costruzione con alte prestazioni ambientali, per introdurre nei propri progetti edilizi prodotti conformi ai **Criteri Ambientali Minimi (CAM)**, ai requisiti del **PNRR** e al principio **DNSH (Do No Significant Harm)**. L'iniziativa si inserisce in un percorso più ampio di qualificazione degli approvvigionamenti in ottica ambientale, rafforzando l'integrazione dei criteri di sostenibilità all'interno delle attività infrastrutturali della Cooperativa.

I materiali forniti sono accompagnati da **Dichiarazioni Ambientali di Prodotto (EPD)** o da **certificazioni ReMade in Italy**, entrambe riconosciute come valide per attestare la percentuale di **contenuto riciclato o recuperato**. Le EPD includono inoltre informazioni dettagliate sull'**impatto ambientale del prodotto** lungo il ciclo di vita (LCA), con particolare riferimento al **GWP (Global Warming Potential)** espresso in kg di CO₂ equivalente, e al consumo energetico per unità di prodotto.

Questa attività risponde anche alla nuova **Direttiva "Case Green" (EPBD 2024/1275)**, che promuove l'uso di materiali a basso impatto ambientale e circolari, e contribuisce all'allineamento del Gruppo agli obiettivi europei di decarbonizzazione del settore edilizio.

Nell'ambito del progetto, PAC 2000A adotta inoltre pratiche coerenti con le indicazioni normative sulla gestione dei rifiuti da costruzione e demolizione: è previsto che **almeno il 70% in peso dei rifiuti non pericolosi** generati venga destinato a operazioni di **riutilizzo, riciclaggio o recupero**, come previsto dai CAM edilizia e dal **D.M. 23 giugno 2022**.

Attraverso questa collaborazione, PAC 2000A conferma il proprio impegno a ridurre l'impatto ambientale dei propri interventi strutturali, promuovendo un'edilizia più efficiente, responsabile e in linea con i principi dell'economia circolare.

Digitalizzazione e Dematerializzazione dei Processi

Piattaforma DROPZONE

L'implementazione della piattaforma proprietaria DROPZONE ha permesso la digitalizzazione di tutti i flussi documentali tra la Cooperativa e i punti vendita: dai DDT alle fatture, dai listini ai documenti commerciali. Questo ha reso superflua la stampa di grandi volumi di documenti, contribuendo a un drastico calo dell'utilizzo di carta e materiali di stampa.

Gestione documentale online

Attraverso il portale PAC 2000A, soci e collaboratori possono accedere a un archivio digitale di comunicazioni riservate, circolari e manuali tecnici. Questo repository centralizzato consente la distribuzione immediata e tracciabile delle informazioni, eliminando completamente la necessità di invii cartacei.

Stampa sicura tramite autenticazione

Nelle sedi aziendali della Sicilia, la stampa è possibile solo previa autenticazione dell'utente sulla stampante (via badge o codice), garantendo maggiore riservatezza dei documenti e riducendo gli sprechi dovuti a stampe accidentali o non ritirate. Nell'immediato futuro la funzionalità verrà estesa alle altre sedi PAC 2000A.

Digitalizzazione del ciclo passivo

Attraverso le piattaforme DIA e OPEN FINANCE, è stato digitalizzato il processo autorizzativo e di registrazione delle fatture passive. Questo sistema è già operativo in Sicilia e nei Sistemi Informativi delle altre regioni, con l'obiettivo di estenderlo a tutte le aree operative.

Il volantino digitale

Attraverso uno sforzo di ottimizzazione dei volumi dei volantini distribuiti e un ulteriore sviluppo dei canali digitali, per favorire e incentivare una loro consultazione in formato digitale, la Cooperativa si è posta l'ambizioso obiettivo di ridurre l'utilizzo di carta e promuovere la diffusione del volantino digitale, consultabile sul sito Conad.it, l'app Conad e sugli sfogliatori online.

Il progetto Forestiamo insieme l'Italia

"Forestiamo insieme l'Italia", parte della campagna "Foresta Italia" di Rete Clima, ente non profit che promuove azioni di Corporate Social Responsibility (CSR), è l'iniziativa nazionale a cui PAC 2000A ha preso parte negli ultimi tre anni, che mira allo sviluppo di **nuove foreste urbane per incrementare la biodiversità, migliorare la qualità dell'aria** e avere **città più verdi** in cui vivere. Il Consorzio si è posto un obiettivo ambizioso: **20 interventi di forestazione** in parchi urbani di **20 regioni italiane** entro la **primavera del 2025**. Di questi, 5 svolti nelle regioni della Cooperativa.

La Cooperativa, consapevole del ruolo fondamentale che le imprese possono avere nella salvaguardia dell'ambiente, ha deciso di aderire a questo progetto, impegnandosi a promuovere attivamente la riforestazione nei territori in cui opera attraverso il coinvolgimento di Direttori area, soci e dipendenti, invitandoli a partecipare alle attività di piantumazione per riconvertire e riqualificare intere aree cittadine. L'intervento di forestazione urbana ha visto la messa a dimora 25 piante a pronto effetto e 25 arbusti per ciascuna delle cinque regioni in cui opera (A Benevento, Cosenza, Perugia, Roma e Palermo) con l'obiettivo di supportare la biodiversità locale e il capitale naturale. Inoltre, in ciascuna area è stato installato un **Bug**

Hotel, una struttura progettata per ospitare e favorire la colonizzazione di insetti, sia impollinatori che non.

La Lotta allo Spreco Alimentare

Con l'obiettivo di rafforzare il proprio impegno nella lotta allo spreco alimentare, nel 2024 PAC 2000A ha avviato un nuovo progetto in collaborazione con **Fondazione Banco Alimentare**, consolidando un percorso già avviato negli anni precedenti. L'iniziativa, che è stata formalmente sottoscritta alla fine del 2024 e avviata nel corso del 2025, prevede la **raccolta sistematica delle eccedenze alimentari** nei **sei Centri di Distribuzione** della Cooperativa, per destinarle alla redistribuzione a favore delle persone in difficoltà.

Questa prima fase coinvolgerà i centri logistici, ma l'obiettivo a lungo termine è **estendere il programma anche alla rete di ipermercati e superstore**, costruendo un sistema capillare e strutturato di recupero e donazione alimentare. Un modello che mira a integrare sempre più concretamente la sostenibilità ambientale con l'impegno sociale, riducendo gli sprechi lungo tutta la filiera e restituendo valore al cibo che non può essere venduto ma può ancora nutrire.

Nel corso del 2024, PAC 2000A ha già donato **eccedenze alimentari per un valore superiore a 220.000 euro**, destinate ad associazioni tra cui la **Comunità di Sant'Egidio**. Questi risultati rappresentano un tassello importante di una strategia più ampia e coerente, che mette al centro la responsabilità sociale e il sostegno concreto alle comunità locali, soprattutto nei momenti di maggiore fragilità.



CAPITOLO 04

Temi sociali

PAC 2000A mette il cliente al centro della propria strategia, utilizzando strumenti avanzati e un dialogo costante con i territori per anticipare i bisogni e offrire un'esperienza di acquisto sempre più personalizzata, unendo tradizione e innovazione.

Il legame con il territorio si riflette nella selezione attenta dei fornitori locali, coinvolgendo i Soci e garantendo prodotti di qualità e sicurezza attraverso controlli rigorosi e trasparenti.

Il capitale umano è un pilastro fondamentale: nel 2024 la forza lavoro è cresciuta, con un forte impegno nella formazione continua e nell'adozione di strumenti digitali.

Infine, PAC 2000A conferma il suo impegno sociale sostenendo le comunità locali e le fasce più fragili, rafforzando così il proprio ruolo di realtà cooperativa responsabile e radicata nel territorio.





 **CONAD**

 **CONAD**

04

4.1 Il cliente al centro

L'attenzione al cliente è parte del DNA di PAC 2000A: un approccio che guida da sempre le sue decisioni e il suo sviluppo sul territorio.

Un'attenzione che si dimostra particolarmente efficace in un mercato in continua evoluzione, in cui la capacità di ascoltare e comprendere i bisogni delle persone ha permesso alla Cooperativa di consolidare una relazione di fiducia duratura con i consumatori, fondata sulla prossimità e la qualità dell'offerta.

Attraverso strumenti avanzati di **customer relationship management (CRM)**, **indagini di soddisfazione**, analisi dei **comportamenti d'acquisto** e costante **dialogo con i territori**, PAC 2000A è in grado di conoscere le esigenze dei clienti, riuscendo ad anticipare preferenze, aspettative e nuovi trend di consumo. Un patrimonio informativo che si traduce in un'offerta sempre più personalizzata, accessibile e coerente con i valori del marchio.

La centralità del cliente si riflette anche nell'**esperienza in punto vendita**, curata in ogni dettaglio grazie al contributo quotidiano dei Soci, veri presidi di ascolto nei territori.

Allo stesso modo, l'impegno verso l'innovazione digitale gioca un ruolo chiave: dalle soluzioni omnicanali allo sviluppo di servizi evoluti, fino all'uso intelligente dei dati per migliorare la relazione con il cliente, PAC 2000A lavora costantemente per integrare il mondo fisico e digitale in un ecosistema di servizi utili e accessibili.

La relazione di fiducia duratura con i clienti si fonda sull'attenzione alle esigenze, sulla prossimità e sulla qualità dell'offerta

PAC 2000A continua a investire in **soluzioni digitali e tecnologiche evolute** che rafforzano la relazione con il cliente, rendono l'esperienza d'acquisto più semplice e immediata, e abilitano nuovi strumenti di interazione e fidelizzazione. Il tutto senza mai perdere il contatto diretto e autentico con le persone.

Multicanalità e omnicanalità: un'offerta differenziata e un servizio sempre più attento

Una delle manifestazioni più concrete della centralità del cliente è rappresentata dalla **strategia multicanale** che consente alla Cooperativa di raggiungere i consumatori in modo capillare, flessibile e coerente con le loro abitudini di acquisto.

L'integrazione tra formati e canali differenti — dai grandi ipermercati ai negozi di prossimità, passando per i concept store specializzati — risponde a



un'esigenza sempre più diffusa: poter scegliere **dove e come fare la spesa**, con la garanzia di trovare in ognuno dei punti vendita del marchio qualità, convenienza e servizio.

Ad oggi, PAC 2000A conta **1.659 punti vendita** attivi in cinque regioni — Umbria, Lazio, Campania, Calabria e Sicilia — distribuiti su oltre **1 milione di metri quadri** e presenti in oltre **500 Comuni**. Nel totale sono compresi anche i **109 concept store**, pensati per proporre esperienze d'acquisto distintive, in grado di intercettare specifici segmenti di consumo.

Una crescita costante della rete vendita, che conferma la volontà di **PAC 2000A** di consolidare la propria presenza nei territori in cui opera, rafforzando la capillarità del servizio e garantendo risposte sempre più puntuali e vicine alle esigenze delle persone.

La rete di vendita è articolata su un portafoglio di format consolidati e complementari, tra cui **Spazio Conad, Conad Superstore, Conad, Conad City, Sapori&Dintorni, Margherita Conad, Todis e Tудay Conad**, ognuno con una propria identità e specializzazione, ma accomunati da una visione coerente di servizio e prossimità.

Todis rappresenta l'insegna del canale convenienza di PAC 2000A, gestita attraverso la controllata **IGES Srl** e attiva anche nell'area Adriatica grazie a una joint venture con **Conad Adriatico**. I punti vendita Todis

si distinguono per un **posizionamento competitivo e ben riconoscibile**, basato su un assortimento selezionato, una cura costante nella proposta di **prodotti a marchio** e una forte attenzione alla **qualità accessibile**. La formula commerciale è pensata per garantire efficienza, semplicità d'acquisto e vicinanza al cliente, con una rete in espansione capace di servire in modo efficace aree urbane e centri di dimensioni medio-piccole.

Todis si conferma così un pilastro strategico dell'offerta multicanale di PAC 2000A, rafforzando la capacità della Cooperativa di **presidiare diversi segmenti di mercato**, consolidare la propria presenza nei territori e ampliare le opportunità di servizio e fidelizzazione. Nel solo 2024, il piano di sviluppo commerciale ha portato all'apertura di **72 nuovi punti vendita**, distribuiti tra **20 Conad, 12 Conad City, 9 Conad Superstore, 1 Margherita Conad, 4 Tудay Conad, 12 concept store e 14 negozi a insegna Todis**.

Novità rilevante è stata proprio l'apertura dei primi **Tудay Conad di PAC 2000A**. Questo format urbano di prossimità è studiato per rispondere alle esigenze di qualità, freschezza e praticità dei consumatori, offrendo un'ampia gamma di prodotti freschi, freschissimi e soluzioni pronte al consumo. I quattro nuovi punti vendita Tудay Conad sono situati nei quartieri più centrali di Roma, offrendo un servizio innovativo e comodo per residenti, lavoratori e turisti.

602  **CONAD**
Il supermercato di fiducia per una spesa completa, anche giornaliera, veloce e con tanti prodotti freschi e freschissimi.

404  **CONAD CITY**
Tradizionale punto di vendita di prossimità, vicino al cliente, dedicato alla spesa quotidiana e di completamento di quella settimanale.

245*  **Todis**
L'insegna del canale convenienza di PAC 2000A propone un'offerta di prodotti più vasta di un discount ma più agile e conveniente rispetto a un supermercato tradizionale.

136  **CONAD SUPERSTORE**
La metratura media tra 1.700 e 2.900 mq assicura la massima specializzazione nel food, una attenta presenza di prodotti extralimentari e di servizi di completamento.

124  **Margherita**
Il negozio sotto casa per completare gli acquisti in maniera rapida e pratica, per una spesa veloce ed integrativa.

13  **spazio**
Con una superficie a partire da 3mila mq soddisfa i bisogni di clienti con un'offerta ampia in cui sono presenti prodotti sia alimentari sia non, e con una completa integrazione di servizi.

4  **tудay**
Format urbano di prossimità che risponde alle esigenze di qualità, freschezza e praticità e offre prodotti freschi, freschissimi e soluzioni pronte al consumo.

3  **SAPORI DINTORNI**
È l'insegna che rafforza il legame con il territorio attraverso l'offerta di prodotti tipici e degustazioni delle eccellenze del Made in Italy.

* Il numero si riferisce ai negozi a insegna Todis presenti nelle 5 regioni di operatività della Cooperativa AL CONTEGGIO SI AGGIUNGONO 18 PUNTI VENDITA PRIVI DI INSEGNA.

I Concept Store



PARAFARMACIE

48



PETSTORE

43



DISTRIBUTORI

11



OTTICI

7



Le Parafarmacie

L'automedicazione continua a rappresentare una voce significativa nel bilancio delle famiglie italiane, seppur con un leggero calo di fatturato. Secondo i dati di **Assosalute**, nel 2024 il mercato italiano dei farmaci senza obbligo di prescrizione ha mostrato segnali di stabilizzazione, con un leggero calo dei volumi di vendita e una modesta crescita del fatturato. Sono state dispensate quasi 291 milioni di confezioni, registrando una diminuzione del 2,6% rispetto al 2023. Il fatturato complessivo ha superato i 3 miliardi di euro, segnando un incremento dell'1,7% rispetto all'anno precedente.

In questo contesto, PAC 2000A ha continuato a sostenere il potere d'acquisto delle famiglie attraverso una rete di **48 parafarmacie** distribuite in Umbria (4), Lazio (19), Campania (9), Calabria (7) e Sicilia (9). Questi punti vendita offrono farmaci senza obbligo di prescrizione, dispositivi medici e un assortimento completo di prodotti per il benessere a prezzi calmierati, con sconti medi che variano dal 15% al 40% per i clienti.

Oltre alla vendita diretta, le parafarmacie della Cooperativa offrono servizi come MOC, Venos, analisi della pelle e del capello a prezzi contenuti, con la consulenza di biologi professionisti. Situate nelle gallerie o nelle vicinanze dei supermercati e ipermercati del Gruppo, queste strutture impiegano circa 158 farmacisti professionisti per garantire qualità e competenza nel servizio.

A livello di fatturato, nel 2024 le parafarmacie di PAC 2000A hanno generato un valore di circa 30 milioni di euro, di cui 7,5 milioni derivanti dalla vendita di farmaci da banco e senza obbligo di prescrizione, confermandosi un presidio strategico per la salute e il benessere delle comunità servite.

Quest'anno è stato inaugurato un nuovo punto vendita a Capodrise (CE), mentre per il 2025 sono previste altre 5 aperture: due in provincia di Cosenza, una a Marina di Ragusa, una a San Cesareo e una a Trevi.

I Petstore

Il mercato dei prodotti per animali da compagnia in Italia conferma anche nel 2024 una straordinaria resilienza. Secondo il Rapporto Assalco-Zoomark, il solo segmento degli alimenti per cani e gatti – canali Grocery e Specializzato – ha generato un giro d'affari di oltre **3,1 miliardi di euro**, con **più di 666.000 tonnellate vendute**. In particolare, gli alimenti per gatto rappresentano il 56,3% del valore totale, seguiti da quelli per cane (43,7%).

Per PAC 2000A, i PetStore rappresentano un asset strategico in forte espansione. A fine 2024 la rete contava **43 punti vendita** in cinque regioni (8 in Umbria, 18 nel Lazio, 7 in Campania, 3 in Calabria, 7 in Sicilia), con

parafarmacia


PetStore


238 collaboratori e un fatturato annuo di oltre **32 milioni di euro**. I punti vendita, con una superficie media di 315 mq, offrono un **assortimento tra 8.000 e 12.000 referenze**, includendo alimenti specifici per animali con esigenze nutrizionali particolari, articoli per l'igiene e il benessere, accessori per gioco, trasporto e passeggio. Alcuni store sono dotati, inoltre, di **servizio di toelettatura professionale**, gestito da personale qualificato.

Nel 2025, PAC 2000A ha pianificato l'apertura di **15 nuovi PetStore**, a conferma della rilevanza strategica del format e la risposta positiva della clientela.

L'impegno solidale rappresenta un ulteriore tratto distintivo dell'attività dei PetStore della Cooperativa: grazie alla collaborazione con la **Federazione Italiana Associazioni Diritti Animali e Ambiente**, all'interno dei punti vendita sono presenti corner dedicati alla raccolta di alimenti per cani e gatti accolti nei rifugi. L'iniziativa conferma l'impegno della Cooperativa verso una responsabilità sociale ampia, che include anche l'attenzione al benessere animale, in risposta alla presenza sempre più diffusa degli animali da compagnia nella quotidianità delle famiglie italiane.

I distributori "Conad Self 24h"

Nel 2024, gli italiani hanno speso complessivamente **69,8 miliardi di euro** per benzina e gasolio auto, in leggera flessione rispetto ai 70,9 miliardi del 2023 (-1,4%). Un calo registrato come conseguenza della riduzione dei prezzi medi alla pompa, nonostante i consumi siano cresciuti del 2,2% su base annua.

In un mercato sempre più attento al contenimento della spesa, PAC 2000A ha confermato il proprio impegno nel proporre un'offerta di carburante a **condizioni vantaggiose**, attraverso una rete di **11 distributori Conad Self 24h**, di cui uno aperto nel corso dell'anno a Ricadi (VV), gestiti direttamente dai Soci. L'obiettivo è duplice: garantire trasparenza e qualità nel servizio e offrire un'opportunità di risparmio concreta ai clienti. Nel 2024, attraverso la rete di distributori di PAC 2000A sono stati erogati oltre **58,5 milioni di litri di carburante**, con un prezzo medio inferiore di **7,25 centesimi al litro** rispetto al mercato, generando un risparmio

109
concept store
per un'offerta
che incontra
ogni esigenza



complessivo di **oltre 4,24 milioni di euro** per i consumatori. La fiducia dei clienti si è tradotta in **oltre 3 milioni di rifornimenti** nell'arco dell'anno. La presenza dei distributori è parte integrante di una **visione multicanale integrata**, pensata per offrire ai clienti un servizio sempre più completo e vicino alle esigenze quotidiane. All'interno di questo modello, gli impianti di carburante gestiti dai Soci contribuiscono a garantire un presidio di prossimità, efficienza e convenienza.

Le forniture, affidate a un operatore selezionato attraverso accordi definiti a livello nazionale, assicurano standard qualitativi elevati e il pieno rispetto delle normative vigenti, inclusa l'attenzione all'utilizzo di biocarburanti.

Gli Ottici

All'interno della propria strategia di diversificazione dell'offerta, Conad ha sviluppato il format Ottico Conad per offrire ai clienti un presidio qualificato nel campo della cura della vista. Il concept risponde alla crescente domanda di accessibilità, professionalità e convenienza anche nel settore ottico, attraverso punti vendita moderni e altamente funzionali. Gli Ottico Conad sono presenti in due tipologie: **corner da 40 a 80 mq**, all'interno degli ipermercati, e **negozi tra 80 e 120 mq**, situati nelle gallerie commerciali. In entrambi i casi, i clienti possono contare su **personale specializzato in ottica e ortottica**, attrezzature diagnostiche avanzate e una selezione di prodotti che coniuga qualità e convenienza.

L'offerta si completa con **servizi professionali a prezzi accessibili**, come il controllo della vista, il rilevamento dell'occhio secco, l'esame del fondo oculare e la manutenzione degli occhiali. Sono previste agevolazioni dedicate a particolari fasce di clientela e **vantaggi esclusivi per i possessori di Carta Conad**.

Nel 2024, i 7 punti vendita Ottico Conad attivi nei territori di PAC 2000A hanno generato un **fatturato complessivo di quasi 2 milioni di euro**, confermando il potenziale di sviluppo di un servizio che coniuga salute, prossimità e fidelizzazione.

Il settimo punto vendita ha aperto i primi di novembre nel centro commerciale Porta di Roma, un negozio di 40 mq dedicati alla vendita e una sala misurazione di 12 mq con un personale di 4 ottici diplomati.

Lavorano per PAC 2000A 21 ottici distribuiti su 7 negozi. È prevista una nuova apertura nei primi mesi del 2025 nel centro commerciale Cospea di Terni. Il nuovo punto vendita avrà un'area espositiva di 30 mq e una sala misurazioni di 10 mq, con un organico composto da 4 ottici.



Un'offerta che evolve con le esigenze dei clienti

PAC 2000A ha continuato a investire nella costruzione di un'offerta centrata sui bisogni dei clienti, con un approccio integrato che unisce convenienza, qualità e ascolto attivo attraverso strumenti evoluti di CRM. Anche nel 2024 la Cooperativa ha rafforzato il proprio impegno per tutelare il potere d'acquisto e accompagnare le famiglie verso una spesa completa, equilibrata e accessibile.

I Prodotti a Marchio Conad

Elemento centrale di questa strategia sono i prodotti a marchio Conad, sempre più riconosciuti dai consumatori come garanzia di qualità, sicurezza e convenienza. Nel suo complesso, la quota MDD è stabile, seppure all'interno ci siano tipologie di prodotto con crescite interessanti. Nel 2024 il valore si attese a 1,27 miliardi di euro.

L'assortimento si articola in diverse linee pensate per rispondere alle esigenze di ogni segmento di clientela: dal marchio principale Conad (Logo Rosso), alle linee premium Sapori&Dintorni e Sapori&Idee, ai prodotti di benessere (Piacersi, Alimentum, Verso Natura, Baby, Essentiae), orientati a salute, naturalità, esigenze alimentari specifiche e cura della persona. Un'attenzione particolare è riservata alla valorizzazione delle filiere locali e alla sostenibilità ambientale, con packaging sempre più riciclati e riciclabili. Dietro ogni referenza, c'è un lavoro attento di selezione e di dialogo con fornitori affidabili, capaci di garantire standard elevati e tracciabilità, in un rapporto di collaborazione di lungo periodo che valorizza le eccellenze italiane.

**Anche nel 2024
PAC 2000A
ha rafforzato
l'impegno
nella tutela del
potere d'acquisto
delle famiglie**

+5,0%
**Fatturato prodotti
MDD nel 2024**

Variatione categorie MDD 2023vs2024

Categorie MDD	Fatturato totale Anno Solare Terminante al 31.12.2024	Var %
CONAD - ALIMENTUM	16.471.878€	15,40%
CONAD - BABY	8.885.692€	10,10%
CONAD - ESSENTIAE	14.817.571€	30,81%
CONAD - ESSENTIAE LAB	1.224.972€	103,15%
CONAD - GUSTOSAMENTE	802.327€	26,15%
CONAD - KIDS	3.823€	-17,55%
CONAD - LOGO ROSSO	1.131.963.642€	3,92%
CONAD - PARAFARMACEUTICO	918.006€	14,13%
CONAD - PETFRIEND PLUS	4.995.722€	13,75%
CONAD - PETFRIENDS	16.620.163€	2,04%
CONAD - PIACERSI CONAD - NA	34.941.252€	29,99%
CONAD - VERSO NATURA	44.615.411€	3,88%
Quota	20,18%	0,08%
Valore MDD	1.276.260.458,82 €	5%

+5,5%
Fatturato
Bassi e Fissi

Strategie a sostegno del potere di acquisto: Bassi e Fissi, Convenienti Sempre

Tra le iniziative più apprezzate dai consumatori spicca la proposta commerciale "**Bassi e Fissi**", che offre un'ampia selezione di oltre 600 prodotti essenziali a prezzi convenienti, inferiori alla media di mercato. Questi articoli sono pensati per rispondere alle esigenze quotidiane delle famiglie, consentendo un notevole risparmio senza compromettere la qualità.

Nel 2024, il fatturato generato dal paniere "Bassi e Fissi" ha raggiunto il 60% in volume e il 44,3% in valore dell'intero giro d'affari a marchio nel segmento del largo consumo confezionato, con un incremento del 5,5% rispetto all'anno precedente. Questo risultato positivo è stato favorito non solo dalla selezione mirata dei prodotti, ma anche dal mantenimento di formati più grandi e multipack, che offrono ulteriori vantaggi economici alle famiglie.

In parallelo, PAC 2000A promuove nei propri punti vendita l'iniziativa "Convenienti Sempre", pensata per rendere accessibili numerosi prodotti di marca a prezzi ancora più competitivi.

Il Progetto Assortimento

Il Progetto Assortimento è una delle leve strategiche più distintive di **PAC 2000A** per costruire un'offerta sempre più centrata sulle reali esigenze dei clienti e, al tempo stesso, più efficiente per i punti vendita. L'obiettivo è duplice: **ottimizzare la proposta assortimentale e migliorare l'esperienza d'acquisto per il cliente**, attraverso un processo strutturato che parte dai Ce.Di. e arriva fino allo scaffale.

Tutte le scelte assortimentali sono guidate da **KPI chiari**, come volumi, marginalità, vendite settimanali e incidenza promozionale. A supporto delle decisioni ci sono **commissioni tecniche** che validano le scelte in base a criteri di redditività e priorità, grazie a un utilizzo mirato dei dati.

Il progetto è concepito come un **processo di continuous improvement**, che si evolve nel tempo grazie al monitoraggio costante dei risultati, alla raccolta di feedback dal territorio e alla revisione periodica delle categorie.

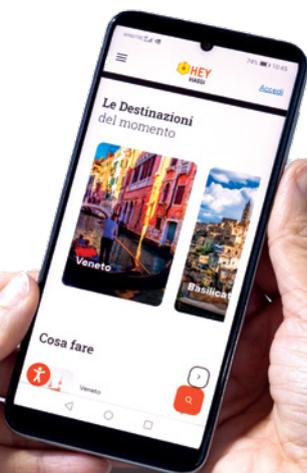
La prima fase ha inizio con l'analisi dell'opportunità gap, cioè lo scostamento tra l'assortimento presente nei Ce.Di. di ciascuna regione e la reale domanda del mercato. Questa revisione, in continuo aggiornamento, mira ad allineare l'offerta dei magazzini con le dinamiche di consumo effettivo e si basa su strumenti avanzati di **benchmark e dashboard aggiornati**.

Nel 2024 l'attività ha interessato **l'intero assortimento Generi Vari LCC**, per un totale di oltre **90.000 codici EAN** analizzati. Il risultato: **105 prodotti proposti per l'inserimento e 164 per il delisting** in media per ciascuno dei Ce.Di. interessati, con l'obiettivo di mantenere un assortimento efficace, attuale e performante.

Una volta definita la proposta assortimentale a livello centrale, si passa all'implementazione operativa nei punti vendita. **Vendite e acquisti** collaborano per adattare l'assortimento alle specificità di **canale, formato e area geografica**, mentre l'**assistenza rete** di ciascun territorio ha il compito di tradurre operativamente l'assortimento nei negozi, in sinergia con i Soci e gli addetti di reparto.

Le attività di analisi e il rilascio delle categorie merceologiche nei punti vendita vengono pianificate tenendo conto della stagionalità, delle iniziative commerciali in corso, delle revisioni nazionali di categoria e delle esigenze specifiche rilevate dalle funzioni commerciali vendite, acquisti e dall'assistenza rete. Questo approccio consente di garantire coerenza tra le scelte strategiche e l'implementazione operativa sul territorio.

Il **monitoraggio è continuo**: i dati raccolti vengono analizzati e inclusi



in report periodici destinati alla Direzione Commerciale e alla Direzione Generale. In presenza di scostamenti dagli obiettivi, si avvia un ciclo di revisione della categoria, in linea con la logica di miglioramento continuo che permea l'intero progetto.

Ad oggi, il progetto ha coinvolto **279 punti vendita su 991 selezionati**, pari al **28% della rete**, includendo canali come **Superstore, Conad, Conad City e Margherita**.

Dal punto di vista territoriale, il progetto è attivo in **Umbria, Lazio, Campania e Calabria** e, presto, anche in Sicilia.

Al 31 dicembre 2024 sono state analizzate e svolte attività su 28 di 53 macro-categorie merceologiche individuate ai fini dell'operatività di punto vendita; l'obiettivo è di completare la copertura del 100% entro il quarto trimestre del 2025.



La Carta Insieme: Fedeltà e Vantaggi Esclusivi per i Clienti

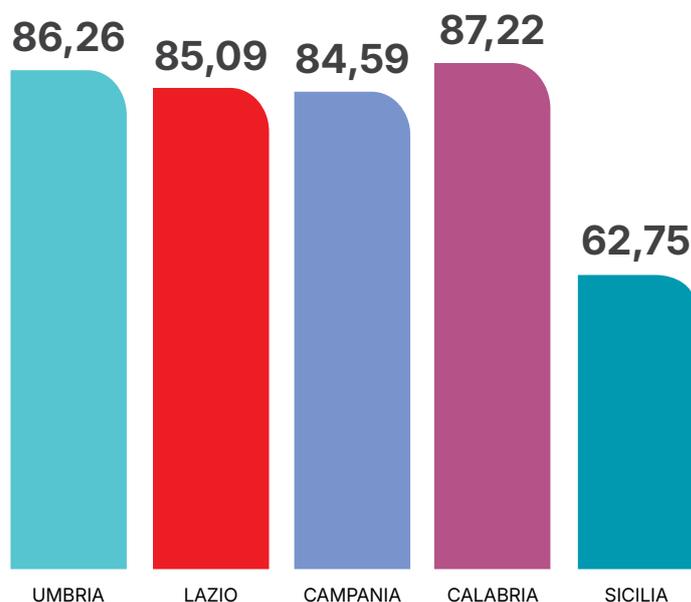
Mettere il cliente al centro è uno dei principi fondanti della strategia di PAC 2000A. L'obiettivo è costruire relazioni solide e durature con le famiglie italiane, offrendo un'esperienza d'acquisto che risponda in modo concreto ai loro bisogni. Ogni decisione commerciale, operativa o strategica è orientata a rafforzare questo legame, valorizzando la persona e promuovendo un'offerta sempre più personalizzata, accessibile e di qualità.

Tra gli strumenti principali per rafforzare la relazione con i clienti, il programma di fidelizzazione **Carta Insieme** svolge un ruolo centrale. La carta fedeltà, gratuita, consente agli utenti di accedere a numerosi vantaggi esclusivi: sconti dedicati, promozioni esclusive, concorsi e iniziative speciali.

Nel 2024, i possessori attivi della carta hanno raggiunto quota 3,2 milioni, a cui si aggiungono circa 500.000 clienti provenienti da altre cooperative. Complessivamente, il programma ha generato un fatturato pari a 4,9 miliardi di euro, rappresentando l'81,1% delle vendite totali della Cooperativa.

Sono 3,2 milioni i clienti con Carta Insieme PAC 2000A

Penetrazione fatturato Carta Fidelity



QUOTA % DI FATTURATO EFFETTUATO USANDO LA CARTA FEDELTA'

A fine 2024 è iniziata l'attività di refresh, propagata anche nel 2025, che ha fatto registrare un'importante crescita di:

- * nuove carte: +306 mila
- * carte aggiornate in punto vendita: +602 mila
- * carte aggiornate in app: +265 mila

A questi si aggiungono oltre 1 milione di consensi privacy (IV consenso), che saranno alla base dello sviluppo dei new business.

Le attività di Customer Marketing

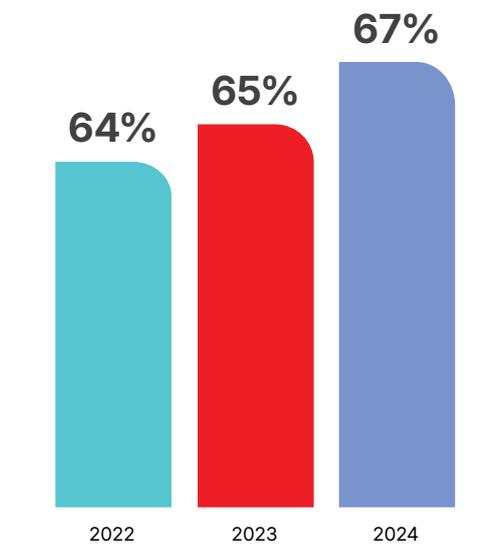
Sappiamo che oggi il mercato offre al cliente innumerevoli opzioni e che la convenienza è un fattore chiave nelle decisioni di acquisto.

Per questo, constatare che una quota crescente del fatturato è costituito da clienti che scelgono di rinnovare la propria fiducia è motivo di grande orgoglio per PAC 2000A.

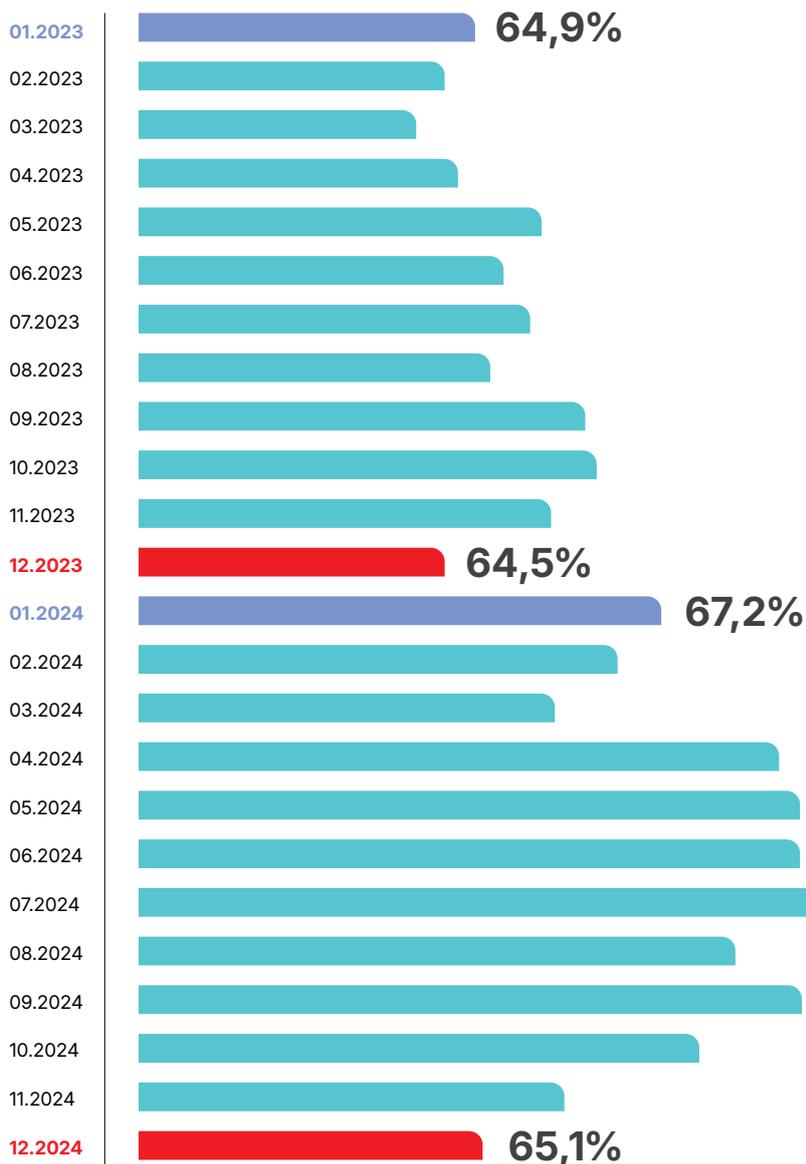
Infatti, la spesa effettuata dai fedeli rappresenta oggi il 67,5% dell'intera base clienti. Una percentuale che aumenta insieme al numero totale di consumatori che ogni giorno scelgono l'insegna.

La fedeltà è la prova che il cliente trova un valore reale nell'offerta, che va oltre la singola promozione, a conferma della solida relazione basata sulla volontà di soddisfare al meglio ogni necessità.

La quota di fedeli nel tempo



Quota % fedeli (ultimi 48 mesi)



QUOTA % DI CLIENTI FEDELI

CRM

La Carta Insieme gioca, inoltre, un ruolo centrale nella strategia di Customer Relationship Management (CRM), un approccio avanzato alla gestione delle relazioni con i clienti, incentrato sull'ascolto, la personalizzazione e l'uso strategico dei dati. Il CRM è divenuto un pilastro fondamentale per la costruzione di relazioni durature, supportato dall'adozione di strumenti analitici e soluzioni tecnologiche innovative. L'efficacia di questo modello ha portato, nel 2024, a contattare 1,9 milioni di clienti univoci (35% del mondo Conad) il 53% dei quali ha deciso partecipare

ad una o più delle iniziative di CRM dedicate, non solo continuando a scegliere i punti vendita della Cooperativa, ma incrementando la spesa per un valore di 93,4 milioni di euro (pari all'1,4% del totale) al netto degli sconti o dei benefici concessi.

Proprio ai clienti Fedeli vengono garantite la maggior parte delle risorse (43% delle risorse investite in CRM) ed il maggior numero di iniziative che con operazioni sulla MDD, sui reparti freschi e con Bonus Punti, tendono a premiare comportamenti virtuosi.



INIZIATIVE

51

155 TARGET



CLIENTI UNICI CONTATTATI

1,9 mln



VENDITE INCREMENTALI NETTE

93,4 mln €



REDEMPTION CLIENTI

53%



I Premi collezionabili

Nel 2024, il programma fedeltà ha registrato un incremento del **25,2% nei premi erogati rispetto all'anno precedente**, passando da 4,9 milioni a 6,2 milioni consegnati. Un risultato che riflette l'efficacia di un'offerta diversificata che ha incontrato i gusti della clientela.

A sostenere questa crescita ha contribuito il rafforzamento del catalogo locale e il successo delle minicollection stagionali.

Durante l'estate, l'iniziativa **"Collezione Freddy per il tuo benessere"** - firmata Freddy - ha abbinato una linea di articoli sportivi all'iniziativa solidale **"Sosteniamo il Futuro dello Sport"**. I clienti hanno raccolto Buoni Sport per sostenere Associazioni e Società Dilettantistiche del territorio. Nelle regioni di PAC 2000A sono stati erogati Buoni Sport a favore di 3.618 associazioni, per un valore di oltre 740.000 euro.

Nel periodo invernale, la **collezione firmata Thun**

ha proposto accessori per la tavola. Qualità, design riconoscibile e utilità dei premi hanno contribuito a un'ottima risposta da parte dei clienti, registrando il **+87% dei volumi rispetto alla collezione dello stesso periodo dell'anno precedente**.

Parallelamente, il programma fedeltà **MiPremio** ha registrato un'ulteriore crescita, con **2,6 milioni di premi erogati**, in aumento del **+4,6% rispetto al 2023**. Grazie a un catalogo ampio e flessibile, con premi ottenibili tramite punti pieni o con contributo, MiPremio ha continuato a valorizzare la relazione con i clienti. Le sfide del futuro saranno la digitalizzazione ma soprattutto la ricerca di modelli logistici più affini alla particolarità della gestione dei premi che sempre meno si sposano con le esigenze logistiche alimentari. Anche su questo si poggerà la logica di progressivo orientamento al cliente necessaria per il nuovo panorama competitivo sempre più dinamico composto da clienti sempre meno "fedeli".

Quota regione e utilizzo punti per tipologia

Tipo premio	Umbria	Lazio	Campania	Calabria	Sicilia
Buono sconto	26,2%	30,3%	13,4%	5%	19,3%
Catalogo locale	68,4%	63,9%	82,1%	89,7%	76,5%
Catalogo nazionale	0,4%	0,5%	0,5%	0,3%	0,3%
Charity	0,6%	0,7%	0,4%	0,3%	0,4%
Special collection (SDC)	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%
MiniCollection	4,1%	4,3%	3,3%	4,5%	3,4%
Quota regione	12,3%	40,3%	20,5%	15%	12%



6,2 mln
di premi
consegnati
+25%

Il servizio al cliente oltre il negozio: la strategia digitale

Con l'obiettivo di potenziare la relazione con il cliente oltre i confini fisici del punto vendita, PAC 2000A ha avviato un *percorso strutturato di trasformazione digitale*. Al centro di questa evoluzione c'è una strategia omnicanale, pensata per integrare in modo coerente e sinergico i canali fisici e digitali.

L'obiettivo è quello di costruire un'esperienza di relazione unica, continua e personalizzata, partendo dal negozio come punto di contatto privilegiato e proseguendo con l'ecosistema digitale **Hey Conad**, uno spazio digitale centrato sulla persona, progettato per offrire esperienze semplici, accessibili e integrate, arricchite da servizi che spaziano dalla spesa quotidiana al benessere, dal tempo libero alla salute, dai servizi assicurativi alla prenotazione di esami medici.

Nel 2022 è stato lanciato il servizio di spesa online – **Ordina&Ricevi** (a domicilio) e **Ordina&Ritira** (in negozio). Nel 2023, l'offerta si è ampliata con l'introduzione di **Hey Conad Viaggi**, un servizio dedicato alla prenotazione di vacanze di qualità, con esperienze che valorizzano il legame con i territori e le tradizioni italiane. Nel 2024, l'interfaccia dell'app è stata completamente rinnovata per offrire una navigazione più semplice e intuitiva.

Questa visione è possibile grazie all'infrastruttura nazionale integrata che unisce tutte le **Cooperative Conad** (inclusa PAC 2000A) in un'unica rete e un modello comune, permettendo di offrire ai consumatori un'esperienza digitale omogenea e di qualità e facilitando l'accesso a servizi e contenuti digitali su scala nazionale.

In questo scenario si inserisce l'**App Conad**, evoluta e arricchita con nuove funzionalità, che rappresenta il punto di accesso privilegiato al mondo digitale di Conad. L'app connette i vari touchpoint digitali – l'e-commerce, il portale viaggi, il sito consumer conad.it, il magazine Saporie.com e il sito istituzionale – estendendo la relazione con il cliente non solo dentro e fuori il punto vendita, ma anche prima, durante e dopo l'acquisto.

Al 31 dicembre 2024, i clienti PAC 2000A con dispositivi digitali attivi sono oltre **567.000**, in crescita del **+163%** rispetto ai 215.600 del 2023. Un dato che conferma l'efficacia del percorso intrapreso.



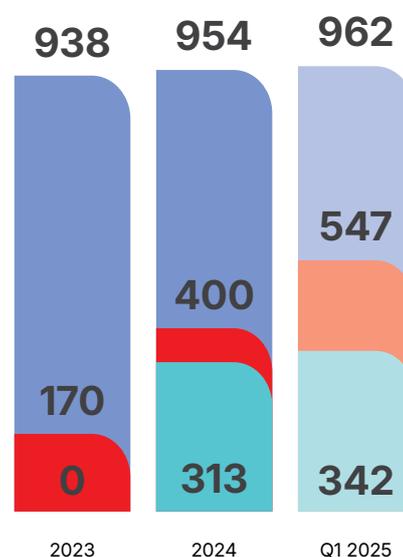
I profili social

Sul fronte social, l'obiettivo è costruire una rete di profili che raccontino le peculiarità del supermercato, i servizi offerti e le persone Conad, aumentando l'interazione e rafforzando il senso di vicinanza con i clienti.

PAC 2000A supporta i soci nella gestione dei canali offrendo servizi dedicati, a partire dall'attivazione del servizio di pubblicazione centralizzata dei contenuti. Dopo una fase di test avviata con la commissione marketing del Lazio, a fine anno il servizio è stato esteso alle pagine Facebook dei punti vendita di altre regioni progredendo di mese in mese la sua diffusione. La Cooperativa gestisce la comunicazione promozionale e marketing, lasciando ai punti vendita più spazio per i contenuti locali, vero punto di forza della comunicazione social. Parallelamente, da due anni è attiva la pagina LinkedIn ufficiale di PAC 2000A, che ha superato i 10.000 followers e rappresenta un canale istituzionale per raccontare iniziative, valori e progetti della Cooperativa.

Come si legge dal grafico di seguito il numero dei profili della rete cresce (da 938 a 954), così come cresce il numero di profili agganciati al network di Cooperativa (da 170 a 400). Punti vendita, questi, abilitati al servizio di pubblicazione centrale dei contenuti.

Dati digitali



ADERENTI AL SERVIZIO

AGGANCIATI

DA AGGANCIARE

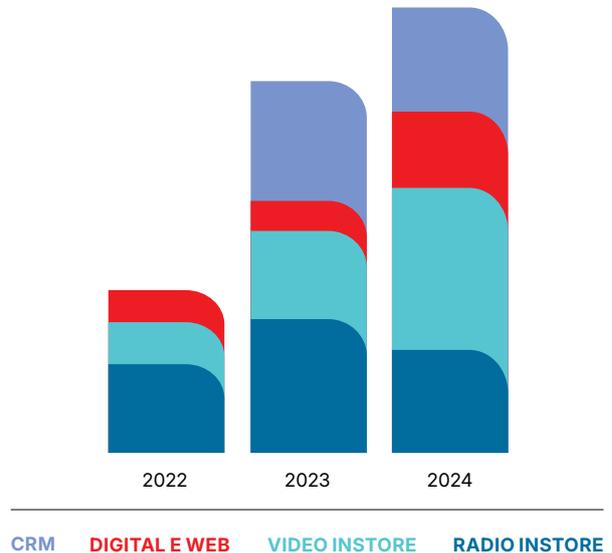
Progetti di Retail Media

Nel corso degli ultimi anni, PAC 2000A ha sviluppato e consolidato la propria piattaforma di Retail Media, avviata nel 2021 in collaborazione con l'Industria di Marca (IDM) e con una forte integrazione tra le funzioni Marketing e Commerciale. L'obiettivo è stato sin dall'inizio quello di offrire soluzioni innovative per la comunicazione in-store e personalizzata, migliorando l'esperienza d'acquisto del cliente e creando nuove opportunità di visibilità per i brand.

Attraverso l'utilizzo strategico dei dati di prima parte, PAC 2000A ha valorizzato i touchpoint fisici e digitali, rendendo il punto vendita un canale sempre più efficace per le campagne promozionali. Strumenti come dem, sms, messaggistica diretta, scontrini personalizzati e contenuti su radio e video in-store hanno permesso di realizzare comunicazioni sempre più mirate, misurabili e ad alto impatto.

Nel tempo crescono le tipologie di campagne, 30 nel 2024 a fronte delle 25 nel 2023, e la multimedialità utilizzata per realizzare comuni obiettivi di vendita incrementali tra Pac2000A ed alcuni fornitori IDM che si sono affacciati a questo tipo di attività di propulsione delle vendite.

Andamento delle campagne nel tempo



Audience proprietaria | ASSET disponibile



CRM

Audience profilata contattabile in modo diretto in cassa in ADD ON anche DEM

2,62mln



DEM

Contatto diretto tramite SMS e MAIL con contenuto personalizzato nelle DEM settimanali

574mila e-mail
1,64mln sms



IN STORE

Radio e video in store

2,02mln
Clienti mensili

6,2mln
Presenze in 15 giorni



WEB

Pagine web dei Soci su sito Conad + siti web proprietari

7,8mln
Visualizzazioni mese



SOCIAL

Network delle pagine social dei punti vendita + pagine istituzionali gustour e scelte per te

1,2mln follower
(sistema follower rete)



APP ATTIVE

567mila
+163% vs 2023

4.2 La valorizzazione delle imprese locali

PAC 2000A da oltre 50 anni si impegna con continuità nella ricerca e nella valorizzazione delle migliori imprese fornitrici locali, selezionando quelle capaci di offrire il miglior equilibrio tra qualità e convenienza. Un processo meticoloso e in continua evoluzione, che coinvolge attivamente i Soci della Cooperativa. Radicati nel territorio e spesso legati a punti vendita tramandati di generazione in generazione, i Soci rappresentano un anello fondamentale della filiera: grazie alla loro conoscenza delle comunità locali e del tessuto produttivo, contribuiscono alla selezione di prodotti che rispondono ai bisogni reali dei clienti.

La selezione dei fornitori locali non si limita all'inserimento nei punti vendita: prevede una valutazione attenta dei requisiti qualitativi, produttivi e logistici, e permette l'integrazione anche in filiere strutturate come quelle dei marchi Sapori & Dintorni e Sapori & Idee, Percorso Qualità Controllata e Conad. Ciò consente alle imprese del territorio non solo di entrare nella rete distributiva della Cooperativa, ma anche di raggiungere nuovi mercati a livello nazionale. I settori maggiormente coinvolti nella collaborazione con le imprese locali includono l'ortofrutta, il lattiero-

caseario, la salumeria, la panetteria, l'avicoltura, il dolciario, l'ittico e il fresco industriale. In particolare, per quei prodotti strettamente legati al territorio d'origine – come nel caso dei freschi industriali – viene privilegiata la commercializzazione con il marchio dell'azienda produttrice, con l'obiettivo di valorizzarne l'identità e la tipicità locale.

Il progetto **"Mese delle Regioni"** rappresenta un'importante leva di promozione di prodotti del territorio: tre volte l'anno, in ognuna delle cinque regioni in cui opera PAC 2000A, viene distribuito un volantino dedicato che presenta oltre 300 prodotti locali. Accanto alle eccellenze alimentari, il progetto promuove le tradizioni regionali, suggerendo itinerari, ricette e curiosità. L'obiettivo è educare e sensibilizzare i clienti sull'importanza di scegliere prodotti locali e a filiera corta.

La comunicazione intorno a questi prodotti è sempre più trasparente e mirata: ogni referencia locale è presentata come sinonimo non solo di qualità, ma anche di responsabilità, attenzione all'ambiente e rispetto per le comunità.



I fornitori locali

Nel 2024, Il Gruppo PAC 2000A (inteso come Cooperativa e la Controllata Iges Srl), ha collaborato con **1.117 fornitori locali**, generando un giro d'affari di oltre **770 milioni di euro**.

Questa scelta strategica non solo garantisce ai consumatori l'accesso a prodotti freschi e legati alla tradizione locale, ma rappresenta anche un contributo tangibile allo sviluppo economico e sociale delle comunità, in linea con i principi di responsabilità sociale che guidano il Gruppo. La definizione stessa di "fornitore locale" adottata (basata su contratti specifici, prodotti consumati localmente e prevalenza del prodotto locale nel fatturato con il fornitore) sottolinea la volontà di creare relazioni solide e significative con il tessuto produttivo circostante.

È stato possibile mappare e censire nuove categorie di fornitori locali, in particolare quelli legati a servizi e utenze, che per la Cooperativa valgono complessivamente 327,7 milioni di euro.

	Numero Fornitori locali	Giro d'affari Fornitori Locali (IVA esclusa)
Grocery	618	257.304.224
Freschi Carni-Ittico	74	203.613.349
Ortofrutta	178	126.957.757
Freschi da banco	247	183.017.572
Totale	1.117	770.892.902

Grazie a un nuovo sistema di rilevazione degli acquisti diretti effettuati dai punti vendita, è stato inoltre possibile identificare quanti e quali sono i fornitori locali dei punti vendita, e qual è il valore economico generato.

Dei 1.300 punti vendita che hanno trasmesso i dati, sono stati rilevati 1.100 fornitori locali, per un volume complessivo di 368 milioni di euro in acquisti da parte dei Soci. Di questi, una quota rilevante – pari al 62% – è riconducibile al settore dei servizi.

Il Gruppo PAC 2000A ha collaborato con oltre 1.110 fornitori locali, generando oltre 770 milioni di giro di affari



Il comparto ortofrutticolo

Il rapporto diretto con le aziende agricole locali rappresenta per PAC 2000A una leva strategica fondamentale. La prossimità territoriale consente infatti di **ridurre concretamente la filiera**, generando valore economico locale e offrendo ai consumatori prodotti freschi, tipici e legati alle tradizioni del territorio. Nei punti vendita a marchio Conad, la Cooperativa promuove sia le produzioni coltivate localmente, sia i cosiddetti "localismi" – ovvero le eccellenze DOP, IGP e PAT – valorizzando così la distintività delle filiere agricole regionali.

Il vantaggio della **filiera corta** si traduce in una minor distanza tra produttore e consumatore, in pianificazioni settimanali puntuali e nella selezione di varietà merceologiche di qualità, con effetti diretti sulla freschezza e la sostenibilità del prodotto finale.

L'impegno di PAC 2000A va oltre la distribuzione e si concretizza anche nel sostegno a filiere produttive di lungo periodo, attraverso iniziative che favoriscono l'aggregazione in *consorzi di aziende locali*. Questi percorsi condivisi aiutano le imprese a crescere, a diventare più competitive e a rispondere con maggiore efficacia alla domanda dei clienti. Ne sono un esempio:

- La Mela Rugiada Ruggine, varietà autoctona recuperata grazie alla collaborazione con il Consorzio Frutticoltori Umbri, oggi distribuita in tutta la regione;
- Le Patate della Sila IGP e le Mele Annurca Campana IGP, entrambe inserite nella linea Sapori & Dintorni e vendute a livello nazionale.

Nel 2024, PAC 2000A ha acquistato frutta e verdura da 178 aziende agricole italiane, generando un valore economico di oltre 126 milioni di euro.

In un'ottica di ulteriore potenziamento delle filiere corte, la Cooperativa ha implementato – ove possibile – l'ampliamento dell'assortimento locale, riducendo le tratte di trasporto e aumentando la freschezza del prodotto, grazie alla vicinanza tra centri di produzione, raccolta e Ce.Di.

Sul fronte della sicurezza e qualità, è stato avviato un piano strutturato di controlli e campionamenti annuali per ciascun fornitore a contratto locale, al fine di monitorare l'utilizzo corretto di fertilizzanti e fitosanitari, in collaborazione con il controllo qualità interno. Infine, in coerenza con gli obiettivi di digitalizzazione e sostenibilità, è stata completata l'eliminazione dei listini cartacei, grazie all'attivazione estesa dei listini digitali sulla piattaforma DropZone per l'intera base sociale.

Il comparto delle carni

Analogamente a quanto avviene per il comparto ortofrutticolo, PAC 2000A sostiene da anni lo sviluppo di **Operatori Locali**, riconoscendo il valore delle produzioni zootecniche territoriali e rispondendo alla crescente domanda dei consumatori per carni italiane, tracciabili e sostenibili. I clienti Conad dimostrano di privilegiare valori come *italianità, tradizione, filiera corta e basso impatto ambientale*, spesso considerati più rilevanti del prezzo di acquisto.

In Umbria, Lazio, Campania, Calabria PAC 2000A ha attivato collaborazioni strutturate con *Cooperative zootecniche locali*, posizionandosi come anello finale di un processo produttivo regolamentato da *disciplinari condivisi*. Accordi che prevedono il sostegno di PAC 2000A con l'impegno di ritirare un numero di capi, allo sviluppo e la commercializzazione di prodotti **senza l'uso di antibiotici nei 6 mesi precedenti alla macellazione**.

Nel tempo, PAC 2000A ha accompagnato gli imprenditori agricoli nella *pianificazione degli allevamenti*, ha avviato la produzione di *carni preconfezionate* a marchio delle cooperative, contribuendo così alla distribuzione su tutta la rete di vendita. Il percorso, partito dalla valorizzazione delle *carni bovine e ovine locali*, si è ampliato includendo una selezione di *fornitori locali di prodotti avicoli e suini*.

La strategia della qualità, perseguita da **74 fornitori** attivi nel comparto carni e ittico, si fonda su *standard produttivi chiari, identità certa e filiera tracciabile*, generando nel 2024 un **fatturato complessivo di oltre 203 milioni di euro**.

Attualmente sono **oltre 50 fornitori locali** del comparto zootecnico, per un valore complessivo di **oltre 20 milioni di euro**.

Impegno per il packaging sostenibile

Dal 2022 è stato avviato un piano di trasformazione degli imballaggi, con la progressiva sostituzione del polistirolo a favore di vaschette in R-PET, composte al 50% da plastica riciclata e 100% riciclabili. Oggi, circa 300 punti vendita hanno già adottato questa soluzione. In parallelo, è in corso l'adeguamento del Centro di Lavorazione Carni di Fiano Romano per passare al medesimo formato, con una previsione di oltre 10 milioni di vaschette sostenibili tra il 2025 e il 2026.

Il comparto ittico

Nel comparto ittico, PAC 2000A adotta una selezione molto accurata dei fornitori locali, basata sulla tipologia di pesca, sulla qualità del prodotto e sulla sostenibilità dell'attività. La preferenza è rivolta a **imprese medio-piccole**, capaci di garantire controllo, flessibilità e attenzione alla freschezza. Per assicurare continuità di approvvigionamento in tutti i territori serviti, vengono stretti accordi con più fornitori locali.

Negli ultimi dieci anni, a fronte della progressiva scomparsa di molte specie della tradizione culinaria italiana dai circuiti di pesca, **la Cooperativa ha sviluppato progetti innovativi** in collaborazione con i propri partner, per garantire qualità, tracciabilità e disponibilità di prodotto nel corso dell'intero anno.

I Principali progetti attivi comprendono:

Pesce d'aMare

Un'iniziativa dedicata alla piccola pesca artigianale, che valorizza il pescato locale 100% italiano, consegnato nelle pescherie entro 24 ore dallo sbarco. I requisiti includono l'uso di piccole imbarcazioni, l'assenza totale di conservanti e additivi e la tracciabilità del prodotto. Il progetto è cresciuto negli anni con l'ingresso di nuove marinerie, tra cui Civitavecchia, e si espanderà ulteriormente grazie alla futura piattaforma di Montalto Uffugo, che permetterà l'approvvigionamento anche dalla Calabria.

Frutti d'aMare

Nel sito di Civitavecchia, è stato realizzato un Centro di Depurazione Molluschi che utilizza acqua marina di categoria A, prelevata 24 ore su 24 dal Mar Tirreno,

tramite lo stesso sistema di pompaggio. Il centro raccoglie, depura, confeziona e distribuisce molluschi come vongole veraci, cozze, lupini, ostriche e altri frutti di mare, destinati ai centri logistici di Fiano Romano e Carinaro.

Progetto "Vongola verace allevata a terra"

All'interno del sito di Civitavecchia è stato avviato un allevamento sperimentale di vongole veraci (*Tapes philippinarum*) in vasche a terra, per contrastare la crisi dovuta alla diffusione del granchio blu. I primi test sono stati completati con successo, e sono in corso i preparativi per l'avvio della produzione su scala più ampia. L'iniziativa permette di ridurre la dipendenza dalle vongole pescate e importate, contenere i costi logistici, preservare l'ambiente marino ed evitare lo smantellamento del sito produttivo.

Progetto Serra

È stato realizzato un impianto per l'abbattimento ultra-rapido del pesce a -50°C , che ne preserva le qualità organolettiche e garantisce massima salubrità (assenza di parassiti e riduzione del 99% dei batteri). Il prodotto abbattuto viene poi stoccato alla stessa temperatura, a differenza della prassi diffusa di conservare il congelato a -18°C . Questo sistema consente di stabilizzare l'offerta durante le stagioni di pesca irregolare, evitando sprechi e calmierando i prezzi nei periodi di scarsità.

Sushi d'aMare

Un progetto pensato per offrire ai clienti un kit completo per la preparazione del sushi a casa, disponibile sia sfuso che confezionato, con ingredienti freschi e selezionati.



4.3 Qualità e Sicurezza: Impegno per l'Eccellenza e l'Affidabilità

La qualità e la sicurezza alimentare rappresentano un presidio strategico per PAC 2000A, che opera attraverso un sistema strutturato di controlli lungo tutta la filiera, dalle forniture locali fino ai punti vendita. Questo impegno si traduce in azioni concrete, svolte sotto il coordinamento dell'Ufficio Qualità.

Fornitori locali qualificati e controllati

Nel 2024, la Cooperativa ha proseguito il percorso di qualificazione dei fornitori locali dei settori Carni, Ittico, Ortofrutta e Deperibili a vendita assistita, grazie a convenzioni con CSQA e Foria. L'84% dei fornitori risulta qualificato (rispetto al 75% nel 2023), di cui il 54% attraverso audit, il 10% tramite questionario e il restante 36% già in possesso di certificazioni BRC e/o IFS. Parallelamente, è proseguito il monitoraggio microbiologico e chimico dei prodotti grazie alla collaborazione con laboratori specializzati: il 72% dei fornitori è stato sottoposto a controllo, con un totale di 546 analisi effettuate (in aumento rispetto alle 380 del 2023).

Controlli nei magazzini e nei punti vendita

Per garantire il rispetto degli standard HACCP, l'Ufficio Qualità effettua **audit interni periodici nei CeDi**: nel 2024 sono stati sottoposti a controllo 16 magazzini su 35. È stato, inoltre, aggiornato il Piano di Autocontrollo HACCP, che riguarda l'individuazione dei Punti Critici di Controllo (CCP), la definizione dei limiti critici per ogni CCP e del sistema di monitoraggio; sono state revisionate le Procedure 2, 5 e 6.

Anche nei **punti vendita** l'attività di controllo è stata potenziata nel corso dell'anno: grazie a una convenzione con consulenti e laboratori di analisi, il 18% dei PdV ha aderito al protocollo di verifica (contro il 12,3% del 2023), mentre il 54% dei restanti è stato verificato da società esterne.



La tracciabilità è la chiave per monitorare ogni fase produttiva

4.4 Le nostre persone

Valorizzazione delle Persone e Occupazione nel Sistema PAC 2000A

La valorizzazione del capitale umano è uno dei pilastri fondamentali della strategia di PAC 2000A. Il Gruppo riconosce nelle persone non solo un motore essenziale per la crescita, ma anche un presidio di solidità per l'intera organizzazione.

In un contesto socioeconomico in costante trasformazione, l'impegno nel rafforzare le competenze, migliorare la qualità dell'ambiente di lavoro e costruire percorsi professionali sostenibili rappresenta una priorità permanente.

Nel 2024, PAC 2000A ha ulteriormente consolidato il proprio ruolo di attore centrale nel panorama occupazionale, raggiungendo una forza lavoro complessiva pari a **30.248 persone**. Questo dato segna un aumento del **3,94% rispetto al 2023**, confermando una traiettoria di crescita continua e ben distribuita all'interno del sistema PAC 2000A: Cooperativa, magazzini, società controllate e rete vendita.

Crescita occupazionale nella rete vendita e nella Cooperativa

La rete dei punti vendita si conferma il principale bacino occupazionale del Gruppo, con **25.580 lavoratori**, in crescita rispetto ai **23.367** del 2023. Questo incremento, seppur più contenuto rispetto agli anni precedenti, dimostra una stabilità nella capacità di assorbimento della forza lavoro da parte del sistema distributivo.

Numero totale occupati Gruppo PAC 2000A

	2024
Cooperativa*	790
Magazzini**	2.276
Società Controllate	1.602
Rete	25.580
Totale occupati per Bilancio Cooperativa	30.248

* Il dato comprende i lavoratori, con contratti indeterminati e determinati, delle sedi di PAC 2000A e i lavoratori diretti dei magazzini, che per il 2024 ammontano rispettivamente a 576 a 214 persone.

** Il dato comprende i lavoratori indiretti con mansioni di facchinaggio e movimentazione merci per 2.276.

Anche la Cooperativa registra un'evoluzione positiva, con un aumento del **+1,2%** rispetto all'anno precedente (da 781 a 790 dipendenti). Particolarmente significativo è l'aumento della presenza femminile, che cresce a **123 lavoratrici**. Un dato che riflette l'impegno della Cooperativa nel promuovere una maggiore equità di genere e nel valorizzare il contributo delle donne all'interno dell'organizzazione.

Per quanto riguarda le società controllate, il dato ha registrato un calo dovuto al passaggio di lavoratori, precedentemente dipendenti della società del Gruppo PAC 2000A che si occupa di gestione diretta di Ipermercati, ad aziende associate alla Cooperativa, mantenendo esattamente le stesse condizioni lavorative. Di conseguenza, il dato registra una contrazione del **4,4%** (da 1676 a 1602 unità).

Per quanto riguarda la tipologia d'impiego, il numero complessivo dei **dirigenti** resta sostanzialmente stabile, con un lieve incremento all'interno della Cooperativa (+1 dirigente, pari a +7,7%). Più significativa la crescita delle figure del **middle management**: i quadri aumentano del +7,9% nella Cooperativa (da 38 a 41) e del +30% nelle Controllate (da 10 a 13). Da evidenziare, in particolare, il rafforzamento della componente femminile tra i quadri della Cooperativa, passata da 1 a 3 unità, triplicando la propria presenza. In crescita anche il numero degli **impiegati** nella Cooperativa, che salgono da 639 a 659 (+3,1%).

Dal punto di vista **anagrafico**, la struttura del Gruppo si conferma equilibrata: gli under 30 rappresentano il 9,74% della forza lavoro, la fascia tra i 30 e i 50 anni è la più ampia con il 54,85%, mentre il 35,41% dei dipendenti ha più di 50 anni. Una distribuzione che riflette un'organizzazione matura, ma capace di integrare nuove energie con l'esperienza consolidata. La quota di lavoratori con disabilità è rimasta costante per la **Cooperativa** (4%) e per le **Controllate** (5%) dal 2022 al 2024. In PAC 2000A, il numero di lavoratori con disabilità è aumentato gradualmente da **19 nel 2022** a **21 nel 2023**, fino a **35 nel 2024**. L'incremento più rilevante si è verificato tra il 2023 e il 2024 (+14 unità).

Tipologie contrattuali e flessibilità del lavoro

PAC 2000A continua a privilegiare la stabilità contrattuale: il **92,6% dei dipendenti** è assunto con contratto a **tempo indeterminato**, mentre solo

il 7,4% ha un contratto a tempo determinato. Tutti i lavoratori, sia nella Cooperativa che nelle Controllate, sono coperti da **contrattazione collettiva nazionale**, garanzia di tutele omogenee e condivise.

Nella Cooperativa, il **lavoro full-time** rappresenta la norma, con una quota del **95,9%**, mentre il **part-time** è limitato al **4,1%**.

Nella Cooperativa e nelle Controllate si aggiungono, nel 2024, forme di collaborazioni come partita Iva e tirocini, per un totale di 63 unità.

Inoltre, sempre nella Cooperativa, nel 2024 le risorse in **outsourcing** ammontano a **2.276** unità.

Il Dialogo sociale

Strumento essenziale per promuovere trasparenza, ascolto e partecipazione tra azienda, lavoratori e le loro rappresentanze, il dialogo sociale tra l'azienda e le rappresentanze dei lavoratori viene promosso dalle parti attraverso incontri periodici, in ciascuna delle cinque regioni in cui opera PAC 2000A

Turnover e dinamiche di ingresso-uscita

Per quanto riguarda la **Cooperativa**, il tasso di turnover registra un incremento, dall' 11% al 16%, con 55 uscite contro le 38 del 2023, controbilanciata da una crescita del tasso di assunzione (dal 6% al 9%).

Le **Controllate** registrano un tasso di assunzione in leggera crescita, passando dal 13% al 14%, a conferma di una certa dinamicità nella gestione del personale. Per quanto attiene il turnover, il numero rilevante di uscite (114) è relativo prevalentemente al trasferimento a Soci della rete della gestione di strutture precedentemente affidata a società del Gruppo PAC 2000A.

Salute, Sicurezza e Benessere Lavorativo

La promozione della **sicurezza sul lavoro** è un elemento imprescindibile per il Gruppo PAC 2000A. Fin dal momento dell'assunzione, i dipendenti ricevono informazioni complete su mansioni, diritti, retribuzione, orari e normative, incluse le misure di tutela della salute e sicurezza.

In linea con il principio di trasparenza, al momento dell'assunzione ogni lavoratore riceve informazioni complete riguardo alle mansioni, alla funzione, alla retribuzione, all'orario di lavoro e alle normative che disciplinano il rapporto, comprese quelle a tutela della salute e sicurezza. Tutti i benefici aziendali, come il programma di assistenza sanitaria, il congedo parentale e i contributi pensionistici, sono garantiti indistintamente ai lavoratori a tempo pieno e part-time.

Per minimizzare il rischio di infortuni tra i dipendenti della rete di punti vendita delle Controllate, viene erogata la **formazione obbligatoria** in materia, arricchita da eventi e procedure specifiche, come quelle affisse nei reparti (es. utilizzo sicuro di coltelli o DPI) e consultabili attraverso il **Manuale per la Sicurezza – GDO**, sempre aggiornato e accessibile via QR-Code.

La maggioranza degli infortuni è legata a infortuni in itinere avvenuti nel percorso casa lavoro/lavoro casa con mezzo non organizzato dal datore, tra gli altri i più comuni infortuni sono accidentali dovuti a movimentazione merci o dovuti all'utilizzo di attrezzature da taglio e riguardano prevalentemente gli infortuni di dipendenti dei punti vendita.

Nel 2024, il Gruppo ha ottenuto risultati incoraggianti in termini di riduzione degli infortuni. Complessivamente, si osserva un andamento positivo, frutto dell'impegno costante nella prevenzione e nella formazione dei lavoratori.

In particolare, la **Cooperativa** presenta un quadro significativamente più contenuto, con un tasso pari a **0,45 infortuni ogni 200.000 ore lavorate**, riflettendo una maggiore stabilità e controllo dei fattori di rischio nei propri ambienti di lavoro.

Nelle **società controllate** si registra un calo degli infortuni pari all'**8,3%**, con una riduzione dei casi da **60 a 55**. Il tasso d'incidenza, pari a **4,8 infortuni ogni 200.000 ore lavorate**, appare in progressiva contrazione, segno che le misure adottate iniziano a produrre effetti concreti nei contesti a maggiore operatività.

Congedo Parentale: una crescita nell'equilibrio tra vita e lavoro

Nel 2024, **16 dipendenti della Cooperativa** e **155 delle Controllate** hanno usufruito del congedo parentale, con un **tasso di rientro al lavoro del 100%**. Un dato che conferma l'efficacia delle politiche di conciliazione tra vita privata e professionale adottate dal Gruppo, e che sottolinea la crescente attenzione verso il benessere delle persone.

Particolarmente significativo è l'aumento della **partecipazione maschile**, che nelle società controllate è **raddoppiata rispetto al 2022**, passando da 14 a 28 lavoratori. Un segnale incoraggiante di un cambiamento culturale in atto, verso una più equa distribuzione delle responsabilità familiari.

L'incremento registrato tra il 2023 e il 2024 non è solo numerico, ma rappresenta anche un **passo avanti sul piano qualitativo**, evidenziando una maggiore consapevolezza e una più ampia diffusione delle misure a sostegno della genitorialità in tutte le componenti del Gruppo.

4.5 Formazione, sviluppo e valorizzazione dei dipendenti

In un contesto in costante trasformazione, **PAC 2000A** riconosce nella formazione continua un **fattore strategico** per lo sviluppo delle competenze e per il rafforzamento della competitività del Gruppo. L'investimento in conoscenza ha un duplice obiettivo: da un lato, promuovere l'evoluzione tecnica e trasversale delle persone; dall'altro, alimentare una cultura aziendale orientata all'**innovazione**, alla **responsabilità** e alla **qualità del servizio**.

Nel 2024 sono state erogate complessivamente **circa 73.000 ore di formazione**, rivolte al personale interno, ai collaboratori della rete di vendita e ai team operativi dei magazzini. Un impegno che coinvolge tutte le aree aziendali attraverso percorsi progettati su misura, in base ai bisogni specifici dei diversi ruoli e contesti. L'investimento complessivo del Gruppo in attività formative ha superato i **240.000 euro**.

Le ore medie di formazione per dipendente sono state **40,6 nella Cooperativa** e **10,5 nelle Società Controllate**, a conferma della volontà di sostenere lo sviluppo professionale in modo diffuso e continuativo.

Accanto alla formazione, prosegue anche il lavoro sulla **valutazione delle performance individuali**: nel 2024, il **38% dei dipendenti della Cooperativa** e il **19% di quelli delle Controllate** ha partecipato a processi strutturati di revisione annuale, condotti su criteri chiari e condivisi con i dipendenti. Un'occasione di dialogo aperto e costruttivo, finalizzata a promuovere percorsi di crescita e miglioramento continuo.

La formazione rivolta al personale del Gruppo

Nel 2024 PAC 2000A ha investito in modo significativo sulla formazione, erogando un totale di **48.986 ore** a beneficio di **2.158** dipendenti e collaboratori della Cooperativa e delle società controllate, coinvolti in percorsi di crescita professionale su più livelli.

Tra i progetti più rilevanti, si conferma il programma "**Sviluppo Assistenza Rete**", progettato per rafforzare la competitività del Gruppo nei territori e migliorare l'efficacia dell'assistenza ai punti vendita.

Il percorso ha coinvolto **109 persone**, tra cui **responsabili d'area, coordinatori di rete, personale delle aree commerciale e vendite**, nonché **assistenti di rete**, coinvolgendo sia quelli che supportano il Socio nelle attività quotidiane, ma anche gli assistenti che si occupano delle aperture e ristrutturazioni. A questi percorsi se ne sono affiancati due di sviluppo professionale: uno rivolto agli specialisti del settore carni e l'altro, recentemente avviato, dedicato agli specialisti del fresco industriale. Nel corso del 2024 sono stati organizzati **43 incontri** formativi, per un totale di **270 ore erogate** in modalità sia in presenza che online.

Questo programma, che si sviluppa su un piano pluriennale, ha seguito una mappatura iniziale delle competenze, identificando gli ambiti di sviluppo per fornire strumenti operativi concreti a supporto degli imprenditori associati. L'obiettivo è stato non solo rafforzare la qualità della gestione nei punti vendita, ma anche promuovere la crescita manageriale delle risorse coinvolte, con la prospettiva di avviare nei prossimi anni un percorso formativo dedicato ai Soci. Altri progetti sono: il



**48.986 ore
di formazione
erogate nel 2024,
a beneficio di 2.158
dipendenti
e collaboratori**



Guarda
il video



"**Benvenuto in PAC 2000A**", destinato a tutte le nuove risorse assunte in Cooperativa. Questo percorso ha lo scopo di facilitare l'ingresso in azienda, assicurando una comprensione immediata della cultura organizzativa, dei valori e degli obiettivi aziendali, con l'intento di rendere l'esperienza di inserimento coinvolgente e di far sentire ogni nuovo dipendente parte integrante dell'organizzazione fin dal primo momento.

Un altro progetto collegato è l'"**Affiancamento formativo**", dedicato alle risorse con potenziale che vengono inserite in azienda per ricoprire ruoli strategici. In alcuni casi, questo percorso prevede un periodo di 4-6 mesi in punto vendita per acquisire conoscenza diretta del lavoro nei vari reparti. Al momento dell'inserimento in Cooperativa, viene organizzato un programma formativo sui settori aziendali, per favorire la comprensione del ruolo e delle connessioni tra le diverse funzioni aziendali.

PAC 2000A ha, inoltre, promosso diversi percorsi tecnici specifici, come il "**Super Office**", mirato a migliorare le competenze nell'utilizzo dei pacchetti office, con un programma che va dal livello base a quello avanzato, e il percorso "**Autocad**", dedicato all'utilizzo di applicativi per la progettazione grafica e la definizione dei layout dei punti vendita in fase di apertura o ristrutturazione. Un'altra iniziativa fondamentale è il percorso "**Promoject**", che ha l'obiettivo di migliorare le competenze nell'utilizzo di software per la gestione delle attività promozionali. Questo programma consente una pianificazione più veloce ed efficiente delle attività, riducendo l'uso della documentazione cartacea e minimizzando gli errori di programmazione.

Un ulteriore progetto rilevante è il percorso "**Allineamento software interni**", finalizzato ad allineare le procedure e le attività tra le diverse aree aziendali, migliorando l'efficacia delle operazioni.

Un tema sempre più rilevante è quello della sicurezza informatica: nel 2024 è stato avviato il progetto "**Cyber Security**", che prevede la formazione di tutto il personale del gruppo. In vista dell'imminente entrata in vigore della direttiva europea **NIS2**, che stabilisce misure adeguate di cybersicurezza, e rende obbligatoria questa formazione, attraverso una piattaforma di e-learning e l'impegno di pochi minuti al mese, ciascun dipendente diventa più consapevole di come essere custode dei dati che vengono trattati ogni giorno e può così proteggere l'organizzazione da potenziali attacchi informatici.

Inoltre, la partecipazione a **fiere ed eventi d'innovazione specialistica** ha contribuito ad alimentare la cultura dell'innovazione, stimolando nuove idee per affrontare le sfide future.

Questi progetti evidenziano l'impegno costante di PAC 2000A a valorizzare le proprie risorse umane come leva fondamentale per affrontare le sfide del mercato, promuovendo una cultura aziendale orientata al miglioramento continuo e alla costruzione di un'organizzazione sempre più competente, flessibile e preparata al futuro.

La formazione del personale della Rete

Anche nel 2024, PAC 2000A ha promosso percorsi di formazione progettati per accrescere le capacità tecniche, organizzative e relazionali dello staff e dei collaboratori, rispondendo alle diverse esigenze operative e di sviluppo. Nel corso dell'anno, sono state erogate complessivamente **23.966 ore di formazione**, coinvolgendo **6.602** persone, tra soci, affiliati, personale di punto vendita e utenti attivi sulla piattaforma e-learning, PAC Academy.

Una delle iniziative più significative è l'"**Accademia dei Mestieri**", un programma di aggiornamento professionale pensato per il personale specializzato dei reparti freschi dei punti vendita Conad e Todis nelle regioni di competenza.

L'"**Accademia dei Mestieri**" non si limita a un semplice ciclo di corsi, ma

rappresenta un vero e proprio percorso di crescita per ogni singolo partecipante. Il programma si articola in moduli specifici, che coprono una vasta gamma di tematiche fondamentali per il settore, tra cui gestione delle vendite, approccio al cliente e miglioramento delle competenze tecniche.

Il primo "mestiere" oggetto dell'Accademia è stato quello del macellaio. L'"**Accademia delle Carni**" giunto alla sua nona edizione a fine 2024, che ad oggi è arrivato a formare oltre **centosessanta** operatori giungendo alla **quindicesima edizione, e coinvolgendo tutte le regioni di PAC 2000A, dall'Umbria alla Sicilia.**

Tra gli obiettivi principali del programma vi è la valorizzazione delle risorse umane attraverso un'accurata formazione su competenze specifiche, fondamentali per il miglioramento continuo del servizio e della qualità offerta ai clienti. Il programma formativo è progettato per rispondere alle esigenze di crescita del personale, stimolando l'acquisizione di nuove competenze e potenziando quelle esistenti. La **struttura del percorso è suddivisa in diverse fasi:** lezioni teoriche in aula, la parte più estesa è quella dei laboratori pratici e moduli di didattica a distanza sulla piattaforma e-learning PAC Academy, per una formazione completa e continua.

Alla fine di ogni percorso, i partecipanti viene proposta una valutazione delle competenze acquisite, monitorando così la loro crescita professionale

Tutte le carni lavorate in laboratorio, non essendo destinabili alla vendita, sono devolute in beneficenza alle famiglie bisognose o centri di accoglienza grazie alla collaborazione con Banco Alimentare. Un aspetto quest'ultimo che rende ancor più sostenibile l'intero progetto **Accademia dei Mestieri**, oltre ad occuparsi della crescita professionale delle nostre persone, aiuta e sostiene le persone delle nostre comunità che vivono momenti di difficoltà.

Tra le novità dell'anno, **PAC 2000A** annuncia il lancio dell'"**Accademia dei Salumi e dei Formaggi**", un nuovo percorso formativo dedicato al personale del reparto gastronomia. Il programma si concentrerà

su tecniche avanzate di lavorazione, conservazione, conoscenza merceologica e presentazione di prodotti caseari e salumi, con l'obiettivo di sviluppare negli addetti la consapevolezza di saper valorizzare e raccontare il prodotto per finalizzare al meglio la vendita e garantire un servizio d'eccellenza per la clientela. La missione è soddisfare i bisogni, nonché desideri d'acquisto dei nostri clienti Conad.

Oltre all'**Accademia dei Mestieri**, grazie alla collaborazione del dinamico settore delle carni, PAC 2000A ha progettato un corso denominato "**Gusta la Novità**", con l'obiettivo di uniformare le produzioni di alcuni **elaborati pronti a cuocere.**

Durante la formazione vengono proposte delle ricette semplici e veloci, che sono di sicuro appeal per i clienti, sempre più orientati verso questo assortimento a causa di uno stile di vita frenetico.

Alcuni dei temi affrontati durante il corso sono: l'aspetto igienico sanitario, le buone pratiche necessarie per il rispetto delle normative e per garantire una qualità degli elaborati prodotti, indicazioni per la creazione di regolari **book ingredienti** e realizzazione delle **schede tecniche** con i relativi conti economici di produzione per formulare prezzi di vendita e marginalità finali di ogni singolo articolo prodotto nel banco.

Si tratta di un corso prettamente pratico, **realizzato nel 2024 in Umbria e Sicilia, coinvolgendo 133 persone. Il progetto proseguirà nel 2025 per coinvolgere le altre regioni.**

Un altro programma rilevante per le nuove aperture è "**Benvenuti in casa Conad**", che si concentra sull'introduzione ai valori aziendali e sulla cultura del servizio al cliente. In aggiunta, il programma "**Il Lavoro di Squadra in Casa Conad**" è stato pensato per rafforzare la coesione e il senso di responsabilità nei punti vendita già attivi, ma interessati da importanti riorganizzazioni o cambi di gestione. Questi programmi hanno totalizzato **154** ore di formazione, suddivise in 24 edizioni, coinvolgendo **694 persone**, unendo lo sviluppo delle soft skills con l'allineamento ai valori aziendali, e sono stati fondamentali per garantire una cultura condivisa e una gestione armoniosa dei punti vendita.





Sul fronte tecnico, PAC 2000A ha continuato a puntare sullo sviluppo delle **hard skills**. Tra i percorsi più significativi, si annoverano quelli dedicati all'utilizzo dei software gestionali per le nuove aperture e per l'introduzione dei concept store, che hanno contribuito a ottimizzare i processi e a migliorare l'efficienza operativa. In totale, sono state erogate **1.040** ore di formazione in questo ambito.

Una delle iniziative più rilevanti nel 2024 è stata la terza edizione del progetto "**Todis Management**", dedicato agli imprenditori e ai ruoli chiave dei punti vendita, come capi negozio, capi reparto e operatori di cassa. L'obiettivo di questo programma è potenziare le competenze manageriali, contribuire alla costruzione del valore, aumentare efficienza, efficacia e coesione organizzativa. Ma soprattutto puntare a rafforzare la competitività dell'insegna e degli affiliati. Il programma ha previsto **288** ore di formazione e ha coinvolto **119** partecipanti, consolidandosi come un tassello strategico nel percorso di evoluzione professionale delle figure apicali della rete."

PAC 2000A continua a investire nel futuro dei propri collaboratori, consapevole che la formazione rappresenta una leva fondamentale per affrontare con successo le sfide di un mercato in continua evoluzione.

PAC ACADEMY e il Digital Learning

Trasferire competenze aggiornate su una rete ampia e distribuita rappresenta una delle sfide principali per un'organizzazione complessa come PAC 2000A. In questo contesto si inserisce **PAC Academy**, la piattaforma di e-learning progettata per offrire opportunità formative flessibili e accessibili a tutto il Gruppo: manager, dipendenti, Soci, affiliati e personale dei punti vendita.

PAC Academy si affianca alla formazione tradizionale in aula, superandone i limiti in termini di accessibilità

e capillarità. Disponibile **24 ore su 24, sette giorni su sette** da qualsiasi dispositivo – computer, tablet o smartphone – consente a ciascun utente di formarsi secondo i propri tempi e bisogni. I contenuti disponibili spaziano tra numerose aree tematiche, dai moduli dedicati alla **qualità** e alla formazione **digitale**, (come l'utilizzo dell'App Hey Conad), con moduli didattici dedicati al *new business* (Hey Conad Viaggi e Hey Conad Assicurazioni) fino agli approfondimenti tecnici, come la gestione della Campagna Libri di Testo o l'uso dei software gestionali aziendali.

Nel 2024 la piattaforma ha registrato **4.930 fruizioni, per 2.654 ore di formazione on line** confermandosi uno strumento chiave a supporto della crescita professionale diffusa.

Tra le iniziative più significative prosegue il percorso **Academy Conad**, dedicato agli **specialisti dei Concept Parafarmacia, Ottici e Pet Store**. Si tratta di un programma triennale articolato sulle tre dimensioni fondamentali dell'apprendimento – **sapere, saper fare, saper essere** – volto a sviluppare competenze tecniche, operative e relazionali legate ai Concept.

In ottica dell'entrata in vigore della direttiva europea **NIS2**, PAC 2000A sta realizzando anche su **PAC Academy** un corso dedicato, chiamato "**Cybersecurity per il punto di vendita**" destinato al personale dei punti vendita, con l'obiettivo di sensibilizzare tutti sul tema della sicurezza informatica.

Il percorso formativo offre **conoscenze pratiche e strategie efficaci** per riconoscere e prevenire le minacce informatiche più comuni. Attraverso moduli interattivi e casi reali, l'obiettivo è imparare a tutelare i sistemi aziendali per garantire **un ambiente di lavoro più sicuro e affidabile per tutti**.

Il percorso online sarà strutturato come un vero e proprio '**gioco didattico**', suddiviso in **9 livelli** interattivi. Per ogni livello ci saranno contenuti importanti in termini di sicurezza informatica, e si affronteranno sfide coinvolgenti basate su **scenari realistici**. Superato ciascun livello, il personale del punto vendita otterrà un "**pezzo**" dello **scudo virtuale di PAC 2000A**. L'obiettivo finale è completare tutti i livelli, raccogliere tutti i pezzi e ricostruire lo scudo protettivo di PAC 2000A, simbolo che rappresenta **il ruolo strategico delle persone** nel proteggere sé stesse e la Cooperativa.



L'approccio blended, che combina aula e digitale, si conferma un modello efficace per diffondere conoscenza in modo agile, continuo e in linea con l'evoluzione del mercato e delle esigenze della clientela.

4.6 L'impegno per la Comunità

Anche nel 2024, oltre a contribuire allo sviluppo economico dei territori, PAC 2000A ha rafforzato ulteriormente il proprio impegno nella creazione di valore per le comunità locali. Attraverso una rete di progetti sociali, donazioni e collaborazioni con enti no-profit e la **Fondazione Conad ETS**, la Cooperativa ha dato un contributo concreto al sostegno di iniziative svolte nei territori di Umbria, Lazio, Campania, Calabria e Sicilia. PAC 2000A ha, infatti, destinato **circa 2 milioni di euro a donazioni e attività di supporto al territorio**, un risultato reso possibile anche grazie all'impegno diretto dei Soci e alla generosità dei clienti, a testimonianza della volontà di essere motore di crescita a 360°.

Solidarietà e Inclusione Sociale

Con l'obiettivo di dare un contributo **ai reparti pediatrici degli ospedali locali** e a tutto lo staff medico e infermieristico, PAC 2000A ha aderito, per il quarto anno consecutivo, al progetto di charity natalizia lanciato da Conad Consorzio.

Attraverso l'iniziativa **"I gesti d'amore si fanno sentire"**, la Cooperativa raccolto 50 centesimi per ogni campanella distribuita nei punti vendita dei suoi territori, parte di una collezione di 12 soggetti realizzati in plastica ABS riciclata e ispirati ai personaggi più amati dei film d'animazione **Disney**.

La generosità dei clienti ha permesso di donare, complessivamente nelle cinque regioni, la cifra di **606,590 mila euro**, destinati a cinque associazioni e strutture che operano all'interno di reparti pediatrici o direttamente ai reparti ospedalieri stessi: **La Carica dei Prematuri** (Umbria), **Fondazione Bambino Gesù** (Lazio), **Fondazione Santobono Pausilipon** (Campania), **Azienda Ospedaliera di Cosenza** (Calabria) e **Ospedale Pediatrico Di Cristina** (Sicilia).

Il progetto ha permesso di finanziare l'acquisto di macchinari, la ristrutturazione di alcune aree dedicate al gioco dei bambini, piuttosto che fornire un sostegno concreto alle famiglie dei pazienti ricoverati.

Giovani e Formazione

Tra gli obiettivi prioritari di PAC 2000A, il **sostegno alle nuove generazioni** occupa un ruolo centrale. La Cooperativa continua a investire in progetti formativi e culturali rivolti a bambini e ragazzi, con l'obiettivo di stimolare lo sviluppo delle competenze, la creatività e il pensiero critico.

Tra le iniziative più significative vi è **"Insieme per la Scuola"**, un progetto nazionale che da 12 anni supporta le scuole primarie e secondarie di primo grado attraverso la raccolta di buoni spesa donati dai clienti Conad. Nel 2024 il programma ha coinvolto oltre **4.600 scuole** nei territori della Cooperativa. Gli oltre 10.000 premi erogati, per un valore superiore a **840.000 euro**, sono stati consegnati a più di **1.700 scuole**. Al centro del programma "Insieme per la Scuola" si conferma il concorso **"Scrittori di Classe"**, che nell'edizione 2024 ha coinvolto a livello nazionale oltre **6.700 classi** e **3.400 scuole**. Il progetto ha invitato gli studenti a

Nel 2025, Fondazione Conad ETS celebra tre anni di attività, consolidando il suo ruolo come espressione concreta dell'impegno del Sistema Conad – e in particolare delle Cooperative come PAC 2000A – nei confronti delle persone.

PAC 2000A Conad ha sostenuto con convinzione questa visione, partecipando attivamente allo sviluppo di progetti nei territori in cui opera, in linea con i valori cooperativi che la guidano.

Il Progetto **"Esserci dove ci sono le persone con SM"** con AISM, Associazione Italiana per la Sclerosi Multipla, ha offerto supporto psicologico e servizi alla mobilità ad oltre 10mila persone su tutto il territorio nazionale.

"Accompagna una



famiglia", nato da un'idea di Caritas Italiana e Fondazione Conad ETS, e sviluppato con il sostegno di Fondazione Snam ETS, supporta le famiglie più fragili delle comunità attraverso un percorso di inclusione sociale, che promuove l'adozione di uno stile di vita più consapevole, rispetto a temi quali l'educazione alimentare, energetica, finanziaria e per l'ingresso nel mondo del lavoro.

Inoltre, **"In-tessere"**, in collaborazione con l'Associazione Kayròs, è stato dedicato a ragazzi sottoposti a provvedimenti penali, ha previsto attività laboratoriali di serigrafia per la produzione di magliette e shopping bag con il logo **"Non esistono ragazzi cattivi"**.

esplorare il mondo delle emozioni attraverso il genere fantasy, con un approccio innovativo che ha unito narrazione e tecnologia.

Il tema dell'anno, **"Minecraft – Avventure per un mondo migliore"**, si è ispirato all'universo del celebre videogioco, offrendo ai partecipanti uno spazio creativo in cui immaginare e raccontare storie capaci di coniugare fantasia e valori reali come la **collaborazione**, la **sostenibilità** e l'**innovazione**. Guidati dai loro insegnanti, gli studenti si sono cimentati nella scrittura di racconti ispirati anche alle loro esperienze di gioco, arricchendoli – in molti casi – con illustrazioni originali.

I **12 racconti vincitori** sono stati raccolti in un volume speciale dal titolo *"Minecraft – Avventure per un mondo migliore"*, che sarà distribuito gratuitamente nei punti vendita Conad aderenti, in cambio della raccolta di 15 "bollibri", disponibili dal 10 marzo al 6 aprile 2025 (un bollibro ogni 20 euro di spesa).

Tra le classi premiate nei territori PAC 2000A figurano:

- la **2C della Scuola secondaria di primo grado "Verga"** di Barcellona Pozzo di Gotto (ME),
- la **5B della Scuola primaria "Rodari"** di Catanzaro,
- la **4B della Scuola primaria "La Lucca"** di Monte San Giovanni Campano (FR).

Un riconoscimento importante che valorizza l'impegno degli studenti e dei docenti, e che sottolinea ancora una volta il ruolo della scuola come laboratorio di creatività, cittadinanza attiva e crescita personale.

In Umbria, PAC 2000A ha inoltre rinnovato la collaborazione ventennale con il quotidiano **La Nazione** per il **"Campionato di Giornalismo"**, un'iniziativa che coinvolge centinaia di studenti e studentesse in un percorso di approfondimento su temi di attualità, stimolando la scrittura, il pensiero critico e l'impegno civico. I giovani cronisti si sono confrontati con il tema **"Cervelli in fuga"**, realizzando articoli, interviste e reportage che hanno rafforzato il loro legame con il territorio.

A livello interregionale, nel 2024 la Cooperativa ha sostenuto il **Progetto Scuola di Fondazione Conad ETS** in collaborazione con Unisona. Oltre 600 studenti di Catanzaro, Salerno, Assisi, Terni, Frosinone e Napoli hanno partecipato a eventi con professionisti e rappresentanti della Cooperativa sul territorio, in collegamento live streaming con l'evento organizzato a livello nazionale, per approfondire temi come sessualità e affettività, violenza sulle donne, essere e malessere social e intelligenza artificiale.

Infine, PAC 2000A ha rafforzato il proprio impegno sul fronte dell'educazione alla legalità, sostenendo l'iniziativa **"Pagine di legalità, esempi di cittadinanza"**, organizzata in collaborazione con Fondazione Conad ETS e l'Università di Perugia. L'incontro tenutosi presso il Rettorato ha visto la partecipazione di **500 studenti liceali e universitari, protagonisti di un confronto diretto con Pietro Grasso**, Presidente della *Fondazione Scintille di Futuro* e figura di spicco nella lotta contro la mafia, sul tema della legalità, della Costituzione e della cittadinanza attiva.

**2 milioni
di euro destinati
a donazioni
e attività
di sostegno
al territorio**

Cultura e Territorio

Parallelamente, PAC 2000A ha rafforzato il proprio impegno nella promozione della cultura, sostenendo iniziative che valorizzano le eccellenze del territorio e promuovono occasioni di incontro e condivisione all'interno delle comunità.

Nel cuore dell'Umbria, la Cooperativa ha rinnovato la partnership con **Umbria Jazz**, uno dei festival jazz più prestigiosi a livello internazionale. Oltre a sostenere l'evento, PAC 2000A ha promosso al fianco di Conad il **Conad Jazz Contest**, il concorso dedicato a giovani musicisti emergenti tra i 18 e i 28 anni. L'edizione 2024 ha registrato la partecipazione di **oltre 200 musicisti** provenienti da tutta Italia, offrendo loro l'opportunità di esibirsi sui palcoscenici del festival e di accedere a borse di studio per proseguire il proprio percorso artistico.

In Sicilia, sempre al fianco di Conad, PAC 2000A ha partecipato attivamente al **Cous Cous Fest** di San Vito Lo Capo, un evento che celebra la multiculturalità e la tradizione gastronomica del Mediterraneo. Oltre al supporto al **Campionato Italiano di Cous Cous**, la Cooperativa ha sostenuto il **Next Generation Student Contest**, un concorso che ha coinvolto **più di 80 studenti** degli istituti alberghieri italiani, e **oltre 50 chef professionisti**, chiamati a sfidarsi con ricette innovative nel segno dell'inclusione e della contaminazione tra culture.

Sport e Inclusione Giovanile

La promozione dello sport come strumento di inclusione sociale rappresenta un altro dei pilastri dell'impegno di PAC 2000A. Anche nel 2024, la Cooperativa ha rinnovato il proprio sostegno a progetti che utilizzano la pratica sportiva per contrastare la povertà educativa e favorire la crescita dei più giovani in contesti di fragilità, oltre alla sponsorizzazione di competizioni sportive locali.

Tra questi, il progetto **"TuttInGioco"**, realizzato in collaborazione con Fondazione Conad ETS e il Centro Sportivo Italiano, ha coinvolto **oltre 50 oratori in 17 città italiane**, offrendo a migliaia di bambini e ragazzi la possibilità di partecipare gratuitamente a camp estivi sportivi. L'iniziativa ha promosso valori fondamentali come amicizia, rispetto e integrazione,

attraverso un ricco programma di attività motorie e tornei. Le finali del torneo si sono svolte in cinque città – tra cui **Salerno** – coinvolgendo oltre 100 giovani atleti, inclusi bambini con disabilità, in un clima di festa, gioco e inclusione.

In parallelo, PAC 2000A ha supportato **“Sport Never Stop”**, un progetto nato dalla collaborazione tra **Fondazione Conad ETS e Fondazione L’Albero della Vita**, con il patrocinio del Comune di Napoli. L’iniziativa mira a contrastare la povertà educativa e prevenire il disagio giovanile attraverso percorsi sportivi ed educativi annuali, rivolti a bambini e bambine che vivono nei quartieri più vulnerabili delle grandi città italiane. Avviato tra settembre e ottobre 2023, il progetto si svolge in **otto città** (tra cui Milano, Napoli, Palermo, Catanzaro, Genova e Perugia), coinvolgendo **oltre 250 minori e le loro famiglie**, e propone attività sportive strutturate (dal nuoto al rugby, dal calcio alle arti marziali) affiancate da **laboratori su corretti stili di vita, alimentazione e valori dello sport**.

Attraverso questi progetti, PAC 2000A ribadisce il proprio impegno per uno **sport inclusivo, educativo e accessibile**, considerandolo uno strumento fondamentale per costruire coesione sociale e generare nuove opportunità per le giovani generazioni.



Coordinamento editoriale

Burson Group Italy s.r.l.

Progetto grafico

Cabiria BrandUniverse®

Impaginazione

Marta Pistilli per Burson

Fotografie

Archivio Conad

Illustrazioni

Daniele Simonelli

Stampa

Litograf Editor Srl

Città di Castello (PG), giugno 2025

Il documento è disponibile anche in versione digitale sul sito internet www.conad.it nella sezione Cooperative, PAC 2000A.

**Sede legale e direzione**

Ponte Felcino (Perugia)

via del Rame Zona industriale

Tel. 075 59161 • Fax 075 5918326



Sede legale e direzione

Ponte Felcino (Perugia)

via del Rame Zona industriale

Tel. 075 59161 • Fax 075 5918326