BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2020

SINTESI

CIRFOOD
Feed the future

NUTRIAMO IL FUTURO. CON UN CIBO SANO, BUONO, ACCESSIBILE E SOSTENIBILE.

La nutrizione è un diritto da garantire a tutti.
Il cibo non è solo nutrimento, ma anche tradizione e innovazione, salute e benessere, etica e responsabilità.
Promuoviamo uno stile di vita sano, per alimentare quello che diventerà il nostro futuro, il vostro futuro.

Solo attuando politiche di sviluppo sostenibile si possono rendere accessibili a tutta la società il piacere e la qualità della nutrizione.

LETTERA
AGLI STAKEHOLDER.

Cari lettori,
abbiamo sempre affermato che la sostenibilità è la capacità di creare valore nel tempo, non solo per l'impresa, ma per il territorio e per tutti gli stakeholder. Mai come nell'anno che si è concluso abbiamo potuto toccare con mano quanto gli aspetti economici, sociali, ambientali siano profondamente interconnessi e quanto sia fondamentale, nei momenti di crisi, saper essere resilienti.

La nostra impresa, che vanta oltre 50 anni di storia, non ha mai vissuto una situazione così complessa. Nulla avrebbe potuto prepararci ad affrontare una pandemia globale.
Nonostante ciò, abbiamo reagito con grande prontezza e determinazione. Abbiamo scelto di dimostrare a noi stessi e a tutti i nostri stakeholder la forza di CIRFOOD, che è data dalla capacità di credere in sé stessi, continuare a essere vicini alle nostre persone, ai nostri clienti e fornitori, alle comunità che serviamo; di investire in ciò che sappiamo fare meglio, consolidare e ripartire.
Il nostro settore è risultato tra i più colpiti dagli effetti delle restrizioni: penso in particolare alla ristorazione collettiva, penalizzata dalla chiusura delle scuole e dalla necessità di adottare lo smartworking nelle aziende. Ma anche la ristorazione commerciale ha subìto una battuta d'arresto per la chiusura di bar e ristoranti, solo in parte compensata dalla possibilità di effettuare servizi d'asporto.
Per la prima volta, abbiamo approvato un bilancio in negativo e abbiamo ritenuto opportuno posticipare la definizione di un nuovo Piano Strategico al 2022. Il 2021 lo intendiamo come anno di transizione, durante il quale progettare attività e servizi per rispondere alle nuove esigenze e definire le prossime strategie di sviluppo. La pandemia ha modificato il modo di vivere e di consumare, ma noi siamo pronti a rispondere. L'innovazione continua fa parte di noi, del nostro DNA. Spesso parliamo di quanto CIRFOOD sia capace di cogliere i trend di mercato. In un anno di forti accelerazioni e cambiamenti come il 2020, ci siamo concentrati proprio sulle progettualità legate a tecnologia, digitalizzazione e sostenibilità. Tutte tematiche che ci appartengono nel profondo: abbiamo, per esempio, rafforzato le partnership sui temi in cui più crediamo, come l'economia circolare e la lotta agli sprechi, anche con l'aiuto delle app e dell'intelligenza artificiale.
La tecnologia ha pervaso il nostro modo di fare impresa a 360°: abbiamo usato tutti i mezzi di comunicazione a nostra disposizione, ma soprattutto quelli digitali, per continuare a sostenere con momenti di informazione, ascolto e dialogo i soci e i dipendenti CIRFOOD e tutti i nostri clienti.
Ma abbiamo anche messo in campo gesti concreti, come l'anticipazione degli ammortizzatori sociali, ai quali abbiamo fatto ricorso per la prima volta nella nostra storia d'impresa, o l'implementazione di nuove procedure per assicurare la salute di chi lavora per noi. Quest'impegno è stato ricambiato da una grandissima collaborazione di tutte le persone CIRFOOD, che ancora una volta tengo a ringraziare.

Sono fiera di tutti coloro che in piena pandemia hanno garantito i servizi essenziali e di coloro che hanno atteso mesi per poter rientrare al lavoro e lo hanno fatto con la voglia e l'entusiasmo di sempre.
CIRFOOD è un'impresa solida, che sta affrontando una crisi globale con forza, dando massima priorità alla tutela dei propri lavoratori e soci, per ripartire al meglio e tutti insieme.
Non abbiamo davanti un periodo semplice, ma io continuo a essere certa che con la cooperazione di tutti potremo presto tornare a lavorare anche meglio di prima. E certamente con la stessa passione.

Chiara Nasi - Presidente

LA NOSTRA IDENTITÀ.

FEED THE FUTURE

Feed the future è la visione che ispira da sempre CIRFOOD nel modo di fare impresa e guardare al domani **per migliorare gli stili di vita delle persone nel rispetto dell'ambiente**.

Ci impegniamo da sempre a nutrire il futuro di idee e prospettive in grado di garantire a tutta la società uno sviluppo sostenibile dal punto di vista economico, ambientale, sociale e culturale.

CIBO, CULTURA, PERSONE

Il nostro modo di vivere la ristorazione e di nutrire il futuro si fonda su **cibo, cultura, persone**.

CIBO

È la nostra passione più vera. Una dimensione globale, da vivere nella sua interezza, promuovendo un consumo consapevole e uno stile di vita sano, in grado di alimentare quello che diventerà il nostro e il vostro futuro.

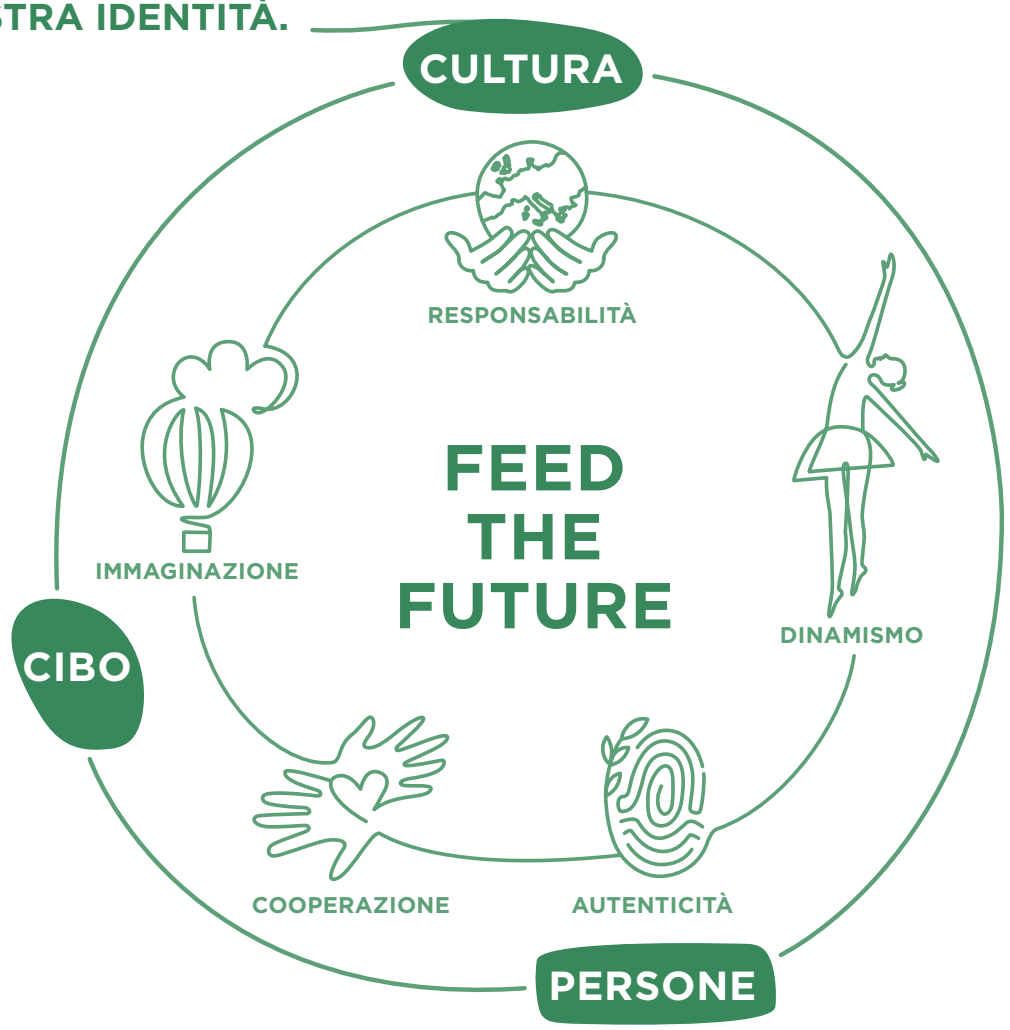
CULTURA

Crediamo che la nutrizione sia un diritto universale e che il cibo non sia solo nutrimento, ma anche tradizione e innovazione, salute e benessere, etica e responsabilità. In una parola sola: cultura.

PERSONE

I nostri 12.500 collaboratori sono il cuore pulsante della nostra impresa.
Grazie a loro siamo in grado di rendere accessibile a tutta la società il piacere e la qualità della nutrizione, attraverso politiche di sviluppo sostenibile.

LA NOSTRA IDENTITÀ.



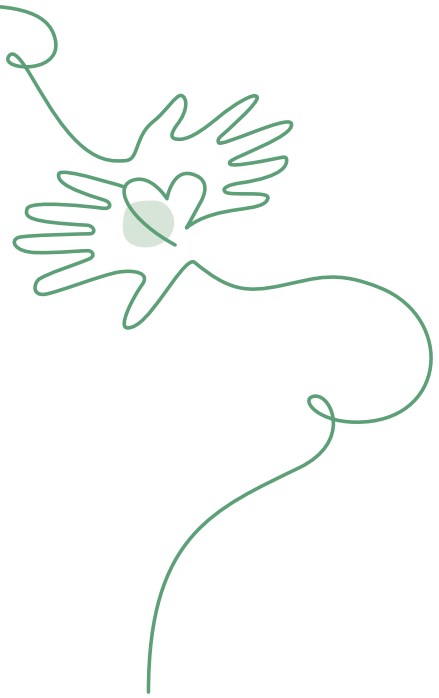
I NOSTRI VALORI, LA NOSTRA UNICITÀ.

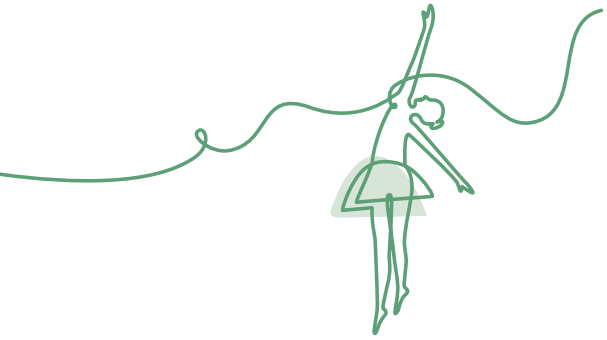
Il nostro modo di fare impresa non può prescindere dalla definizione di una serie di valori, unici e distintivi, in grado di guidarci in ogni nostra scelta, orientando i nostri comportamenti e definendo così la direzione del nostro sviluppo futuro. Perché solo a partire dalla consapevolezza di quello che siamo oggi possiamo costruire ciò che vogliamo diventare domani.

COOPERAZIONE

Il risultato è il contributo di tutti.

Abbiamo scelto di seguire un modello di sviluppo democratico e partecipativo, basato su pluralismo, collaborazione attiva, condivisione e solidarietà. Cooperare significa per noi mettere a disposizione della collettività le proprie conoscenze e competenze, per contribuire insieme al raggiungimento di un obiettivo comune. Solo così possiamo generare benessere sociale e sviluppo culturale, garantendo un futuro all'impresa e alle nuove generazioni. Per questo motivo, noi di CIRFOOD anteponiamo costantemente il bene collettivo agli obiettivi individuali, incentivando la condivisione di opinioni ed esperienze e valorizzando la diversità, come opportunità di contaminazione e crescita per tutti.





DINAMISMO

Le novità sono opportunità per crescere.

Noi di CIRFOOD consideriamo le novità come nuove opportunità di sviluppo. Mettere a disposizione il proprio talento, che è il risultato di competenze professionali ed esperienze extra lavorative, è essenziale per prevedere le necessità dei clienti e fornire loro soluzioni all'avanguardia. Intraprendere strade nuove, portando avanti ciò in cui si crede, sviluppare un pensiero divergente e fare propria la cultura dell'errore sono qualità fondamentali, che ci consentono di evolvere ed affrontare con successo le sfide del nostro tempo.

RESPONSABILITÀ

La consapevolezza del valore di ogni singolo gesto.

Nutrire significa per noi migliorare gli stili di vita e il benessere delle persone, nel rispetto delle risorse naturali del pianeta. Significa contribuire allo sviluppo dei territori in cui operiamo, portando benefici sociali ed economici alle comunità e mettendo in atto politiche di inclusione, accessibilità e integrazione culturale. Per noi di CIRFOOD essere responsabili implica l'impegno, da parte nostra, a diffondere la cultura della responsabilità dentro e fuori dall'impresa, diventando parte integrante del suo sviluppo. Comporta la propensione ad agire senza riserve, con passione, facendosi carico delle attività, anche quando queste escono dal proprio perimetro, e sollecitando gli altri ad assumere questo stesso approccio.

AUTENTICITÀ

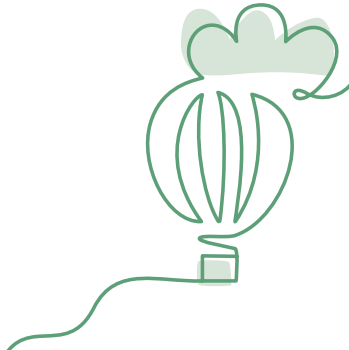
Un'impresa di cui ci si può fidare.

Essere un'impresa autentica significa agire in modo etico e trasparente, mantenendo le promesse, trasmettendo fiducia ai propri interlocutori e diventando così un punto di riferimento per loro. Per questo ci impegniamo a valorizzare il patrimonio agroalimentare e a raccontare le storie che legano cibo, persone e territori. È il nostro modo di vivere la ristorazione che ci porta a legarci così strettamente ai nostri clienti; è il nostro approccio, orientato ai loro bisogni e alle loro esigenze, che ci consente di instaurare un rapporto di totale fiducia, onestà e lealtà.

IMMAGINAZIONE

Senza cultura non c'è immaginazione e senza immaginazione non c'è innovazione.

Immaginare il futuro è il primo passo per poterlo realizzare. Per migliorare costantemente i servizi offerti, osserviamo con interesse il mondo che ci circonda, cercando di prevederne gli sviluppi e immaginando soluzioni e strategie innovative per affrontare le sfide che il mercato ci riserva. Nutrire il sapere, stimolando la curiosità, è il modo migliore per tenere la mente aperta e ipotizzare così scenari inediti e percorsi non convenzionali. È dalla passione per la creazione, da un pensiero votato all'azione, che nascono le idee e le visioni più innovative.



LE NOSTRE AREE DI BUSINESS.

Con oltre 50 anni di storia, siamo una delle maggiori imprese italiane nella ristorazione collettiva (scolastica, aziendale e sociosanitaria), nella ristorazione commerciale e nei servizi di welfare alle imprese.
Siamo presenti in Italia e all'estero anche attraverso altre società controllate.
Il gruppo CIRFOOD, complessivamente nel 2020, ha prodotto oltre 62 milioni di pasti grazie al lavoro di 12.500 persone.

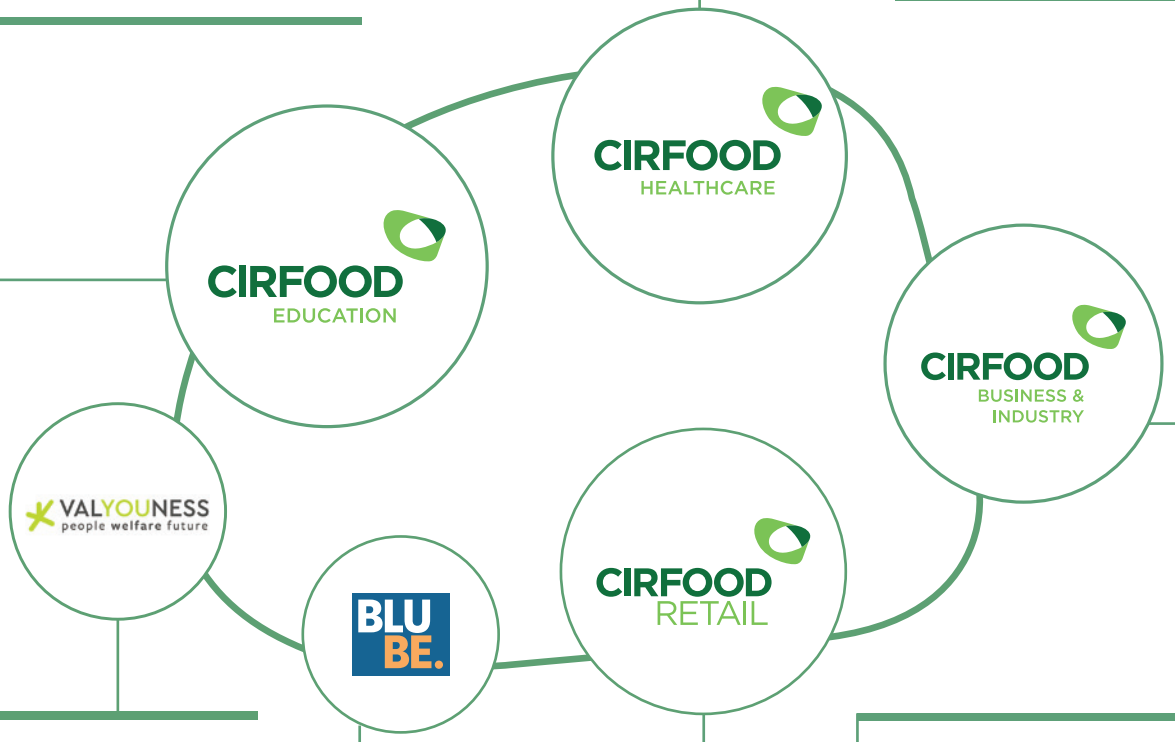
Nel 2020 CIRFOOD, nella ristorazione collettiva, è risultato il leader di settore*

*Fonte: Cerved-Databank dic. 2020

Con oltre **300mila pasti** serviti nelle scuole in Italia, siamo tra le principali imprese attive nel settore.
Per noi la tavola è un'occasione per **valorizzare le diversità**, **condividere esperienze** e contribuire alla **formazione di una cittadinanza evoluta e consapevole**.

Per noi il **cibo** non è solo nutrimento, ma **è parte integrante della terapia stessa**. Questa è la nostra filosofia di **ristorazione ospedaliera**: mettere al centro la salute, in ogni piatto.

Nutriamo il benessere dei dipendenti in azienda. Offriamo un **servizio di ristorazione altamente personalizzato e di qualità,** dedicato a tutte quelle aziende che credono nella sana alimentazione e nel benessere delle proprie persone.



Nuova società di CIRFOOD, nata nel 2020 e operativa da aprile 2021, creata per rispondere alle esigenze di tutte quelle realtà – aziende private o enti pubblici – che cercano servizi di welfare completi e personalizzati, in grado di migliorare il benessere delle proprie persone.

Realtà attiva nella commercializzazione vendita e gestione di buoni pasto cartacei, elettronici e card elettroniche per il servizio di mensa diffusa.

È la società, 100% di proprietà CIRFOOD, che si occupa dello **sviluppo della ristorazione commerciale** in Italia e all'estero. L'offerta comprende **diversi format**, brand e soluzioni adatti ai vari contesti di sviluppo e agli specifici target, così da coprire tutti i momenti di consumo.
Nel 2020 abbiamo proseguito il nostro percorso strategico di sviluppo nella ristorazione commerciale, confermato anche dall'acquisizione di Poormanger, un nuovo brand nato a Torino con due locali, che anche in questo contesto difficile si è contraddistinto per i risultati superiori alla media.

I FORMAT DELLA RISTORAZIONE COMMERCIALE

KALAMARO PIADINARO

Antica Focacceria S. Francesco
Cucina popolare siciliana dal 1834

Poormanger

TRACCE
alla scoperta dei sapori

RITA

chiccotosto

I NOSTRI NUMERI.

L'emergenza Covid-19 ha avuto un notevole impatto sul nostro gruppo, sia in Italia sia all'estero, a partire dalla sospensione di intere aree di affari e attività all'interno della ristorazione collettiva e commerciale. I risultati economici del 2020, nostro malgrado, sono stati interamente condizionati dalla pandemia.

RICAVI 2020
434,3
MLN DI EURO

VALORE DELLA PRODUZIONE
464,2
MLN DI EURO

PATRIMONIO NETTO 2020
134,6
MLN DI EURO

PASTI SERVITI 2020 OLTRE
62,6 MLN

NUMERO DI DIPENDENTI
12.538
PERSONE

Dati Gruppo CIRFOOD (incluse le società controllate italiane ed estere).

DOVE SIAMO

Siamo vicini a clienti, dipendenti e soci. La nostra realtà è ben radicata sul territorio nazionale.

IN ITALIA

74
PROVINCE

17
REGIONI

2
SEDI

Reggio Emilia (sede legale) e Milano (BluBe)

SEDI TERRITORIALI

Genova, Milano, Padova, Reggio Emilia, Modena, Firenze, Roma

AREE TERRITORIALI

NORD OVEST	Valle d'Aosta, Piemonte, Liguria
LOMBARDIA	Lombardia
NORD EST	Trentino Alto Adige, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Romagna
EMILIA OVEST	Reggio Emilia, Parma, Piacenza, Mantova, Cremona
EMILIA EST	Modena, Bologna
CENTRO	Toscana, Umbria, Marche
CENTRO SUD	Lazio, Puglia, Abruzzo, Molise, Campania, Sardegna*

ALL'ESTERO

BELGIO

OLANDA

*da quest'anno siamo attivi anche in Sardegna nella provincia di Sassari, dove gestiamo un punto di ristoro presso l'ospedale Mater Olbia.

RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA.

In CIRFOOD consideriamo il tema della Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI) e della sostenibilità pienamente strategici per la nostra attività. Siamo convinti che solo attuando politiche di sviluppo sostenibile dal punto di vista economico, ambientale, sociale e culturale e attraverso un dialogo continuo con i nostri stakeholder sia possibile la resilienza dell'impresa. Anche in questo complesso periodo storico, la sostenibilità ha continuato ad accompagnare la nostra storia aziendale, integrando e guidando il nostro modo di fare impresa. Nel 2015, l'**ONU** ha definito l'**Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile**, formato dai **17 Sustainable Development Goals** (SDGs). Gli SDGs sono un riferimento per CIRFOOD per indirizzare i progetti di sviluppo a lungo termine.

OBIETTIVO	LE AZIONI DI CIRFOOD	OBIETTIVO	LE AZIONI DI CIRFOOD
2 SCONFIGGERE LA FAME	- Donazione di 45.335 pietanze, 7.564 kg di prodotti; - Partnership con To Good To Go (vedi a pag. 16); - Ricerca Feltrinelli "Cibo e innovazione sociale"; - Revisione del pannello analitico per garantire maggiore salubrità delle preparazioni e la salute del consumatore finale.	8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA	- Attivazione, anticipazione e integrazione ammortizzatori sociali; - Smart working; - Individuazione azioni progetto Ageing Management; - Sviluppo progetto CIRFOOD Community (vedi a pag. 12).
3 SALUTE E BENESSERE	- Gestione della pandemia (per es: fornitura costante di DPI ai dipendenti, segnaletica e plexiglass per il distanziamento nei locali); - Campagna Nutriamo la Scuola (vedi box a fianco); - Nuove modalità di servizio nelle scuole "Back to school"; - Validazione progetto MovEat!	9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE	- Sistema di ottimizzazione del riordino al magazzino con algoritmi di Artificial Intelligence (AI) (vedi a pag. 14); - Sviluppo dell'app Appetie (vedi a pag. 10).
4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ	- #CIRFOODConTe; - Nutriamo la Scuola (vedi box a fianco); - Incontri formativi in lockdown; - Sviluppo progetto CIRFOOD Community (vedi a pag. 12).	11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI	- Progettazione locali secondo criteri di accessibilità, inclusione e benessere ambientale; - Ricerca Feltrinelli "Cibo e innovazione sociale".
7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE	- Efficientamento energetico; - Energia da fonti rinnovabili.	12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI	- Piatto SIRI; - Partnership con Too Good To Go (vedi a pag. 16); - Sistema di ottimizzazione del riordino al magazzino con algoritmi di Artificial Intelligence (AI) (vedi a pag. 14); - Sviluppo dell'app Appetie (vedi a pag. 10); - Ricerca Feltrinelli "Cibo e innovazione sociale".

VERSO UN NUOVO PIANO STRATEGICO

Il 2020 era l'ultimo anno del piano strategico quinquennale, avviato nel 2016. Molte azioni erano già state portate a compimento nei precedenti anni. Gli impegni che, a causa della pandemia, hanno subìto un rallentamento, rimarranno confermati per il 2021. Nel 2021 sono, inoltre, riprese le attività, interrotte l'anno precedente, per definire i nuovi obiettivi del piano strategico 2022-2025.

L'emergenza Covid-19 ha richiesto una ridefinizione delle attività di comunicazione e marketing, incentrate sul potenziamento del digitale, per valorizzare meglio i key message della strategia (**sostenibilità, innovazione, cultura del cibo, welfare & wellbeing**). Le linee guida di comunicazione si sono concentrate su:

- people care (comunicazione interna ed esterna);
- diversificazione e digitalizzazione dei servizi;
- innovazione sociale;
- welfare e wellbeing (donazioni, attivazione dei buoni spesa BluBe, strategia di welfare),
- cultura del cibo/educazione alimentare (#CIRFOODconTe);
- sostenibilità ambientale e sociale (bag anti-spreco, lunch box, pacchi spesa, ecc.);
- customer experience (misure di sicurezza adottate e comunicazioni ai clienti, In-Store Distance Marketing);
- ricerche con l'Osservatorio Permanente CIRFOOD.

FOCUS SU: NUTRIAMO LA SCUOLA

«**Nutriamo la Scuola**» è il progetto sperimentale che ha indagato le modalità per garantire una refezione scolastica di qualità e in piena sicurezza nel rispetto dei protocolli anticontagio. Una task force, composta da CIRFOOD, Officina Educativa (servizio del Comune di Reggio Emilia) e Università degli Studi di Scienze Gastronomiche di Pollenzo, ha testato le nuove modalità di servizio dei pasti nei centri estivi, per creare un modello operativo che aiutasse la riapertura delle scuole e del loro servizio di ristorazione, con laboratori e atelier outdoor, sul tema "Il cibo è natura e cultura".

NUTRIAMO LA CRESCITA.

Vogliamo continuare a generare e diffondere valore, per le persone e per il territorio.

I NOSTRI RISULTATI ECONOMICI.

I TEMI CHIAVE

PATRIMONIO INTERGENERAZIONALE

INVESTIMENTI

RICERCA E INNOVAZIONE

SVILUPPO COMMERCIALE

Nonostante l'impatto del Covid-19 sui nostri risultati, grazie alla nostra solidità, stiamo investendo nuovamente in innovazione, a tutela di quanto abbiamo costruito nel tempo. È questo il senso profondo della responsabilità economica.

I NOSTRI NUMERI IN SINTESI

Dati CIRFOOD s.c. 2020

RICAVI **403,8 mln euro**	**VALORE** DELLA PRODUZIONE **424,3 mln euro**
INVESTIMENTI **8,7 mln euro**	**PATRIMONIO** NETTO **156,4 mln euro**
LIQUIDITÀ **59,9 mln euro**	**CAPITALE SOCIALE** SOTTOSCRITTO **26,4 mln euro**

Goal di riferimento:

PRONTI A RIPARTIRE.

PATRIMONIO INTERGENERAZIONALE

Il 2020 è il primo anno, nella storia di CIRFOOD, che ha registrato un bilancio con il segno negativo, a causa della situazione eccezionale che ha investito l'intero settore e l'economia tutta. Come conseguenza, anche il patrimonio della cooperativa si è ridotto. Grazie ai risultati positivi degli anni passati, che hanno permesso di accantonare a riserva gli utili conseguiti, abbiamo potuto far fronte a questo momento di difficoltà.

VALORE AGGIUNTO CREATO E DISTRIBUITO

Nonostante la riduzione di fatturato, il 96,4% del valore creato è stato distribuito agli stakeholder. La nostra impresa, nonostante la riduzione di entrate:

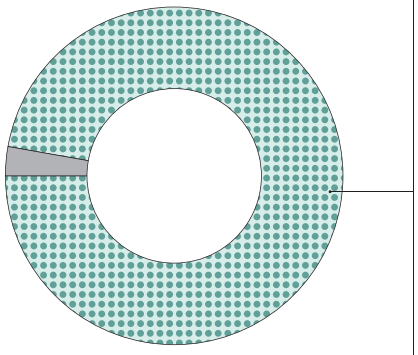
- ha sempre anticipato gli ammortizzatori sociali ai propri dipendenti;
- non è mai venuta meno agli accordi con i propri fornitori, continuando a saldare puntualmente le fatture.

Dedicheremo il 2021 a ripensare e riprogettare i servizi per la ristorazione collettiva e commerciale per rispondere alle problematiche sociali e alimentari della popolazione italiana, acuite dall'emergenza.

INVESTIMENTI IN R&D

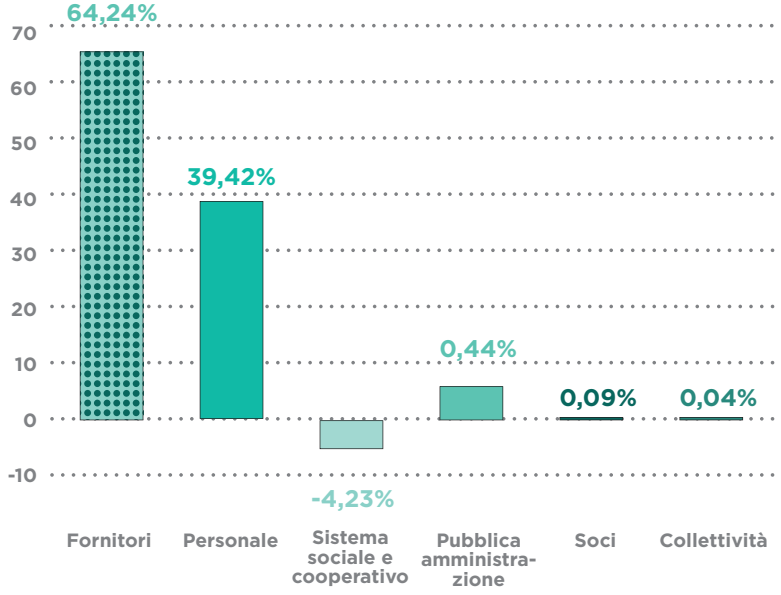
I piani di innovazione del 2020 sono stati incentrati su alcuni filoni che stanno emergendo come sempre più prioritari sul mercato.
Aree di presidio:

- **Sostenibilità**: con particolare focus sulla riduzione e gestione delle eccedenze alimentari;
- **Tecnologia**: con particolare focus sui pagamenti digitali e sull'erogazione dei classici servizi di ristorazione in modalità digitale;
- **Nuovi modelli di servizio**: con particolare focus sullo sviluppo di un nuovo modello di ristorazione coerente con le nuove esigenze del segmento B&I.



3,6% Valore trattenuto

96,4% Valore distribuito



FOCUS SU: Appetie

Appetie è la nuova applicazione che consente di digitalizzare una serie di processi nei servizi di ristorazione, permettendone la fruizione senza la necessità della presenza fisica nei locali. Appetie sostituisce la precedente app MyCIRFOODMenu e offre un'esperienza di utilizzo completamente rinnovata. Ha infatti una nuova veste grafica accattivante, flussi di navigazione più semplici e intuitivi, ma soprattutto la user experience è stata completamente rivisitata per migliorare l'esperienza di ristorazione in azienda. L'attività di sviluppo è durata quasi tutto il 2020.

I PRINCIPALI TRAGUARDI 2020

96,4 %
VALORE AGGIUNTO
DISTRIBUITO

71%
NUOVI APPALTI OTTENUTI
SULLE OPPORTUNITÀ DI SVILUPPO AGGIUDICATE 2020

90 %
RETENTION APPALTI
IN PORTAFOGLIO

11,4 MLN
EURO DI PRESTITO
VINCOLATO

5,75 euro
RICAVI
PER PASTO

165.906 euro
CREDITO
D'IMPOSTA

NUTRIAMO LE PERSONE.

La nostra forza più grande, il nostro valore aggiunto. Grazie a loro superiamo piccole difficoltà e grandi ostacoli, di oggi e di domani.

LA NOSTRA RISORSA PIÙ IMPORTANTE.

I TEMI CHIAVE

TUTELA DEI POSTI DI LAVORO

FORMAZIONE

SALUTE E SICUREZZA

WELFARE AZIENDALE E SOCIALE

Le persone sono il cuore pulsante della nostra impresa. La valorizzazione del lavoro, la tutela del reddito e della loro salute fanno parte della nostra missione, ancor più in un anno straordinario.

I NOSTRI NUMERI IN SINTESI*

Dati CIRFOOD s.c. 2020

NUMERO DIPENDENTI **11.448**	**CONTRATTI A TEMPO** INDETERMINATO **90,9%**
PERSONE CON OLTRE 10 ANNI DI ANZIANITÀ **31,8%**	**OCCUPAZIONE** FEMMINILE **87,9%**
ORE DI FORMAZIONE **45.313**	**AUDIT INTERNI IN MATERIA** DI SALUTE E SICUREZZA **1.192**

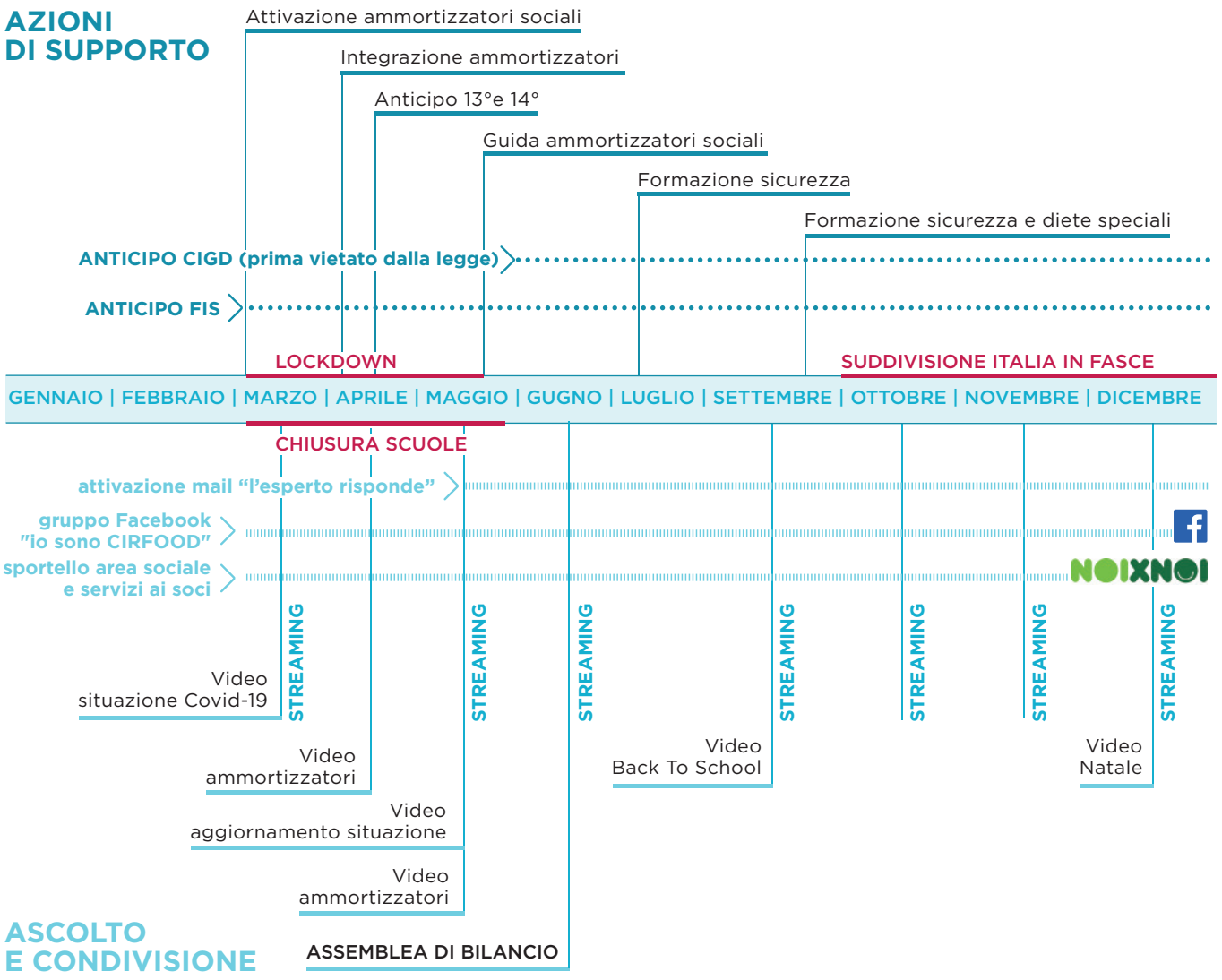
*I dati relativi ai dipendenti includono anche gli stagisti, per un totale di due persone nel 2020.

Goal di riferimento: 3 SALUTE E BENESSERE · 4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ · 8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA · 11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI

VICINI A DIPENDENTI E SOCI.

In coerenza con i nostri valori che vedono le persone al centro dell'impresa, nel periodo della pandemia abbiamo alimentato un **dialogo costante** con i nostri dipendenti e soci, sia per tutelare la **sicurezza** di chi stava prestando servizio sia per mantenere un forte **coinvolgimento** e mostrare la vicinanza della cooperativa. L'emergenza sanitaria è diventata quindi un'occasione per **ascoltare e rassicurare le nostre persone** in un momento difficile, usando tutti gli strumenti a nostra disposizione.

Ecco tutte le attività di engagement e di supporto adottate nel corso del 2020.



FOCUS SU: CIRFOOD COMMUNITY

Nel 2020 è nata CIRFOOD Community, la nuova App attraverso cui dipendenti e soci possono accedere a una serie di servizi e rimanere aggiornati sulle attività dell'impresa. Uno strumento creato per le nostre persone, insieme alle nostre persone.
La CIRFOOD Community è nata per integrare in un unico strumento la App Soci e la People App, le due piattaforme prima in uso. Dopo l'**analisi, progettazione e realizzazione**, a dicembre è partita la fase pilota, rivolta a circa **600 utenti**, mentre il lancio è avvenuto a gennaio 2021. I primi feedback sono molto positivi.

I PRINCIPALI TRAGUARDI 2020

CONTRIBUTO SOLIDARIETÀ UNA TANTUM

ATTIVAZIONE DELLO SMARTWORKING (OVE POSSIBILE)

PROCEDURE DI GESTIONE DEL RISCHIO DA COVID-19

PUNTUALITÀ DELLA BUSTA PAGA

INFORMAZIONE TEMPESTIVA E CHIARA

FORMAZIONE A DISTANZA

NUTRIAMO LA QUALITÀ.

Una missione che da sempre ci guida: prendersi cura dei singoli dettagli con amore e responsabilità, ogni giorno.

IL VALORE DELLA QUALITÀ.

I TEMI CHIAVE

SUPPLY CHAIN SOSTENIBILE

SICUREZZA ALIMENTARE

INFORMAZIONE ED EDUCAZIONE ALIMENTARE

CUSTOMER EXPERIENCE E ASCOLTO DEI CONSUMATORI

Per noi qualità e sicurezza alimentare sono un impegno costante per fornire pasti accessibili, sani e sicuri. È una filosofia che attraversa tutta la filiera di fornitura, è parte del DNA dell'impresa.

I NOSTRI NUMERI IN SINTESI

Dati CIRFOOD s.c. 2020

PASTI SERVITI **58,5 MIL**	**FORNITORI** VALUTATI CON CRITERI AMBIENTALI **281**
FORNITORI VALUTATI CON CRITERI SOCIALI **252**	**ACQUISTI DIRETTI*** DISTRIBUITI DA QUANTA **37,6%**
ACQUISTI FOOD DISTRIBUITI DA QUANTA **57,5 %****	**SITI CERTIFICATI** ISO 22000 **16**

*Food e no Food, **Escluso pane, ortofrutta e bevande.

Goal di riferimento: 3 SALUTE E BENESSERE · 4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ · 9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE · 12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI

QUALITÀ E SICUREZZA AL PRIMO POSTO.

ACQUISTI

I dati 2020 sono stati influenzati dall'impatto negativo della pandemia Covid-19, che ha fortemente compromesso l'attività dell'impresa, sia nel periodo di lockdown sia di fermo produttivo, dettato dalle continue disposizioni di legge imposte dall'emergenza, nonché dalla generale riduzione dell'attività nel settore commerciale e della ristorazione aziendale per effetto dello smart working in molte aziende nostre clienti.
La riduzione più drastica si rileva nel food, mentre per il non food c'è una sostanziale tenuta dello spending dovuta principalmente all'aumento di acquisti di prodotti per la detergenza, pulizia e materiali per la sanificazione, materiali per il confezionamento dei pasti in monoporzione (piatti, posate in plastica), nonché DPI (dispositivi di protezione individuale).

SUPPLY CHAIN SOSTENIBILE

Anche nel 2020, per il secondo anno consecutivo, **uova e ovoprodotti, sia per ristorazione collettiva che commerciale, provengono da galline allevate a terra**.
Le difficoltà collegate alla pandemia Covid-19 non hanno inciso sulla quota di pasta di semola prodotta con grano duro 100% italiano approvvigionata, che si è attestata sopra il 77%.
Sono risultati in aumento i **prodotti ittici da pesca sostenibile**, raggiungendo la quota del **34,5%** nel 2020 con un incremento del 20% rispetto al 2019.
Questo grande traguardo è un'ulteriore conferma dell'impegno di CIRFOOD verso acquisti sempre più sostenibili, anche in un anno fortemente impattato da grandi difficoltà e drastici cali dei volumi.

LOGISTICA

In CIRFOOD, ci avvaliamo della piattaforma logistica **Quanta Stock and Go** per gestire in modo centralizzato gli acquisti di materie prime.
Nel 2020, dalla piattaforma è passato il **37,6% totale degli acquisti (food + no food diretti)**, registrando un +5% sul 2019, **per il food, la quota è salita al 57,5%**, a conferma dell'impegno a centralizzare il più possibile i volumi d'acquisto.
Nel periodo di lockdown, si è cercato di ottimizzare il demand & planning delle materie prime sulle uniche strutture rimaste aperte, con un grande lavoro tra le varie funzioni e di grande collaborazione con il parco fornitori.
Grazie all'attenta gestione e pianificazione delle scorte, CIRFOOD è riuscita a ridurre al minimo le eccedenze.
Dalla piattaforma Quanta Stock and Go sono stati devoluti 5.951 kg di alimenti prossimi alla scadenza ad associazioni benefiche.

SICUREZZA DEI CONSUMATORI

Il 2020 è stato caratterizzato da una forte focalizzazione sulla sicurezza dei consumatori: il Sistema di Gestione della sicurezza alimentare dei locali e delle cucine è stato rivisto e migliorato per garantire e rassicurare al massimo i consumatori rispetto al pericolo di contagio.

Nel 2020 sono stati avviati tavoli con i clienti pubblici e privati di ogni segmento per potenziare l'attività di informazione e ascolto delle nuove esigenze emerse.
Sono stati realizzati **nuovi materiali di comunicazione** per guidare i clienti e i consumatori in tutti i nostri locali RITA, nei ristoranti aziendali e nei locali retail.
Sono stati attivati nuovi servizi, come delivery e take away.

Sono stati rivisti i layout dei locali, le modalità per il servizio al banco, ai tavoli, nelle mense aziendali e scolastiche, garantendo non solo il distanziamento tra le persone, ma anche una maggiore protezione degli alimenti attraverso l'uso di pellicole e materiali monouso.

FOCUS SU: INTELLIGENZA ARTIFICIALE

A ottobre 2020 è stato lanciato **un sistema di ottimizzazione di riordino al magazzino** con algoritmi di Artificial Intelligence (AI) nella piattaforma Quanta Stock and Go.
I benefici sono l'**ottimizzazione delle previsioni di domanda**, la **riduzione del food waste** e un'**ottimizzazione nella gestione dello stock del magazzino**.

In base alle stime, l'obiettivo è una riduzione del 15% dello spreco, pari a 111 tonnellate.
Nel 2020 è stato anche implementato, come progetto pilota, un sistema di tracciatura dei materiali riutilizzabili, grazie a RFID e a codice a barre.

I PRINCIPALI TRAGUARDI 2020

+108%
FORNITORI ATTIVI
VALUTATI CON CRITERI AMBIENTALI

+81%
FORNITORI ATTIVI
VALUTATI CON CRITERI SOCIALI

+12,4%
FORNITORI COINVOLTI
IN ATTIVITÀ DI VALUTAZIONE

+20 %
PRODOTTI ITTICI
DA PESCA SOSTENIBILE

+5 %
ACQUISTI DIRETTI*
DISTRIBUITI DA QUANTA

+1
SITO CERTIFICATO
ISO 22000

*Food e no Food

NUTRIAMO L'AMBIENTE.

Sostenibile, Rinnovabile, Circolare.
Le nostre azioni, il nostro impegno per il pianeta.

IL NOSTRO APPROCCIO ALL'AMBIENTE.

I TEMI CHIAVE

ENERGIA

EMISSIONI DI GAS SERRA

EFFICIENZA IDRICA

ECONOMIA CIRCOLARE

La pandemia ha rafforzato quanto la crisi climatica faceva presagire e ha mostrato come natura, economia e società siano interconnessi: perseguire l'economia circolare e limitare gli impatti sull'ambiente è ormai una scelta obbligata.

I NOSTRI NUMERI IN SINTESI

Dati CIRFOOD s.c. 2020

CONSUMI ENERGETICI TOTALI
300.761 GJ

ENERGIA RINNOVABILE ACQUISTATA E AUTOPROD.
31.260 GJ

ENERGIA RINOVABILE AUTOPRODOTTA E CONSUMATA
683.278 kWh

EMISSIONI EVITATE GRAZIE ALL'ENERGIA RINNOVABILE
2.520 t CO_2 eq

RAEE SMALTITI
11.533 kg

ENERGIA PER PRODURRE UN PASTO
8.205 kJ

Goal di riferimento: 7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE 12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI

VERSO UN MODELLO CIRCOLARE.

SISTEMA DI GESTIONE AMBIENTALE

Ancor più in un anno difficile come questo, la pandemia ha posto l'attenzione sul fatto che la natura, di cui l'uomo è parte, ha un suo equilibro che non va spezzato.
CIRFOOD ha impostato da tempo un sistema di gestione ambientale che consente di tenere sotto controllo i propri processi e i relativi impatti sull'ambiente. Nel 2020 la significatività di questi aspetti non è variata, in quanto la maggior produzione del rifiuto plastico causata dell'aumentata richiesta di materiali usa e getta e l'incremento dell'utilizzo dei disinfettanti per garantire un elevato livello di sicurezza, è stata compensata dalla chiusura temporanea di numerosi siti, dovuta al lockdown. A livello globale aziendale, pertanto, **non si registra un aumento degli impatti sull'ambiente**.

EMISSIONI

La riduzione delle emissioni in atmosfera è possibile grazie a un controllo puntuale dei consumi energetici e all'**adozione di best practice** in ambito produttivo e negli uffici e con l'installazione di impianti per la produzione di energia da fonti rinnovabili.
Nel 2020 CIRFOOD ha ottenuto la certificazione su **6 ristoranti self service** secondo la norma ISO 14064. L'obiettivo è stato restituire, per questi sei ristoranti self service, una **stima quantitativa dei contributi alle emissioni in atmosfera proveniente dall'attività di erogazione del servizio di ristorazione collettiva**.

ECONOMIA CIRCOLARE

Perseguire un modello economico circolare non rappresenta solamente una scelta obbligata, ma è un'opportunità di rilancio del Paese.
Dal 2019, CIRFOOD aderisce all'Alleanza Italiana per l'Economia Circolare. Le 17 grandi imprese che si sono unite nell'alleanza credono che l'economia circolare sia una priorità assoluta di azione e ritengono che tramite un approccio coordinato e concreto sia possibile guidare il cambiamento.
Il nuovo Position Paper dell'Alleanza Italiana per l'Economia Circolare, redatto nel 2020, presenta la road map verso un modello economico circolare: cinque obiettivi e 23 azioni di dettaglio finalizzate a un pieno sviluppo economico, sociale, ambientale e di decarbonizzazione.
Per il 2021 sono stati costituiti 4 tavoli di lavoro che divulgheranno la propria attività attraverso quaderni ed eventi dedicati:

- misurare la circolarità;
- finanziare la circolarità;
- cambiamento climatico;
- territori e città.

EMISSIONI DI CO_2 EQ CHE MONITORIAMO

SCOPE 1

Attività di produzione pasti presso le cucine, climatizzazione degli ambienti e attività d'ufficio, carburanti per la mobilità aziendale e per il trasporto dei pasti (benzina, gasolio, GPL, gas metano), **fughe di gas.**

12.412 t CO_2 eq

SCOPE 2

Consumi energetici (calore, elettricità, vapore acquistati da terzi).

(Location based 6.334 CO_2 eq)

6.871 t CO_2 eq*

19.283 t CO_2 eq*

*Le emissioni di Scope 2 e il totale delle emissioni prodotte considerando la metodologia Market based corrispondono rispettivamente a 7.352 t CO_2 eq e 19.764 t CO_2 eq.

FOCUS SU: TOO GOOD TO GO

CIRFOOD ha intrapreso una partnership, primo caso al mondo della ristorazione collettiva, con **Too Good To Go, l'app anti-spreco** nata in Danimarca nel 2015 per permettere a ristoratori e commercianti di proporre a fine giornata le cosiddette **Magic Box** con una selezione a sorpresa di prodotti e piatti freschi, rimasti invenduti. A giugno 2020, abbiamo attivato un test nel locale **RITA** presso il **Centro Commerciale i Portali di Modena**. Abbiamo così esteso il progetto ad altri 13 RITA di Reggio Emilia e Modena, con risultati sorprendenti. Nel 2020 in totale sono state vendute 923 magic box, evitando 2.307,5 kg di CO_2.

I PRINCIPALI TRAGUARDI 2020

+5% ENERGIA RINNOVABILE AUTOPRODOTTA

41,8% ENERGIA RINNOVABILE SU TUTTA L'ENERGIA ELETTRICA

16 DIAGNOSI ENERGETICHE EFFETTUATE

6 RISTORANTI CERTIFICATI ISO 14064

87,8 % CARTA PROVENIENTE DA FILIERE CERTIFICATE

133 APPARECCHIATURE AD ALTA EFFICIENZA ACQUISTATE

CIRFOOD

Feed the future

www.cirfood.com