

SINTESI
DEL **BILANCIO**
DI SOSTENIBILITÀ
2019





**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,

nel mondo occidentale, i cittadini fino a oggi hanno vissuto bene: non ci sono state guerre, l'economia ha tutto sommato tenuto e garantito un tenore di vita medio-alto, con le risorse del pianeta completamente a nostra disposizione.

Quest'abbondanza ci ha portato a dare per scontato tutto ciò che abbiamo, a non dare il giusto peso e il giusto valore a ciò di cui abbiamo sempre goduto senza limiti.

Quando qualcosa ha cominciato a scricchiolare, quando si è capito che le risorse indispensabili alla vita sulla terra non sono inesauribili, che i cambiamenti climatici sono frutto di comportamenti sbagliati dell'uomo, il mondo si è svegliato, anche se non dappertutto, e si è cominciato davvero a fare qualcosa.

Il 2019 è stato l'anno del boom della Sostenibilità. Tanti, fra cui istituzioni, imprese, cittadini, si sono adoperati mettendo in campo azioni e investimenti per adottare modelli di sviluppo sostenibili, con l'intento di restituire al pianeta ciò che gli era stato tolto.

In questo contesto, posso dire con orgoglio che, in CIRFOOD, abbiamo sempre agito in modo responsabile e sostenibile, grazie al nostro modo di essere, alla nostra cultura, ai nostri valori.

In particolare nel 2019 CIRFOOD s.c. ha aumentato i ricavi di un 4,1% e il patrimonio netto di un 6,3% e investito nella crescita delle proprie persone con un +4,9% di ore di formazione erogate. Dal punto di vista ambientale continua l'impegno per ridurre le emissioni di CO₂, grazie anche ad un maggior

utilizzo di energia rinnovabile (+10% rinnovabile autoprodotta) e a un minor consumo di carta (-8%). Per quanto riguarda l'innovazione, proprio nel 2019 è stata creata la Direzione Innovation & Strategy che si occupa di innovazione seguendo 4 direttive fondamentali: Modelli di Servizio, Processi, High Tech e Sostenibilità. Tra le iniziative che mi preme sottolineare c'è la presentazione del nostro nuovo centro di innovazione, il CIRFOOD District, in cui decine di esperti, provenienti dal mondo delle imprese, dell'università, del giornalismo e della cultura, si sono confrontati sui temi caldi legati all'innovazione e alla sostenibilità in campo alimentare.

Mentre scrivo questa breve introduzione, non posso non soffermarmi su quanto sta accadendo in questi primi mesi del 2020: stiamo affrontando la più grande crisi della nostra generazione, la Pandemia da Coronavirus Covid-19.

La grave situazione che stiamo vivendo - oltre a farci riflettere su ciò che davamo per scontato - deve farci riflettere anche sul fatto che la Natura ha un suo equilibrio e, quando questo equilibrio si spezza, è la Natura stessa a porvi rimedio.

È una lezione che non scorderemo, ne usciremo provati, ma più consapevoli come individui e come comunità.

Chiara Nasi - Presidente

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Chiara Nasi".

LA NOSTRA IDENTITÀ.

FEED THE FUTURE

Feed the future è la visione che ispira da sempre CIRFOOD nel modo di fare impresa e guardare ai 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

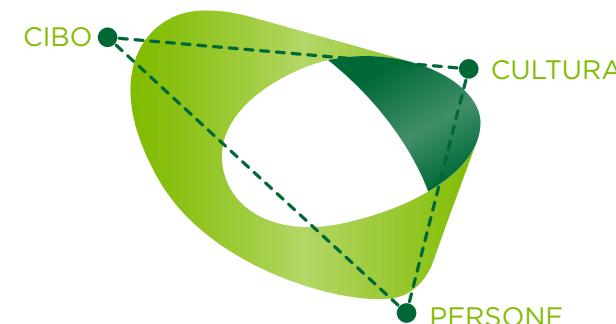
È la nostra passione più vera. Una dimensione globale, da vivere nella sua interezza, promuovendo un consumo consapevole e uno stile di vita sano, in grado di alimentare quello che diventerà il nostro e il vostro futuro.

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 13.000 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.



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

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.

IMMAGINAZIONE

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.

DINAMISMO

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 e affrontare con successo le sfide del nostro tempo.

RESPONSABILITÀ

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

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.

CHI SIAMO.

Lo sviluppo va curato muovendo i passi giusti, anche piccoli, ogni giorno. I nostri numeri raccontano quello che siamo e gli obiettivi che vogliamo raggiungere.

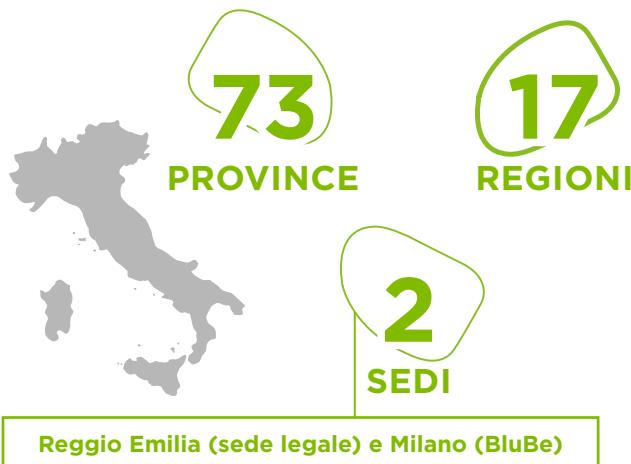


Dati Gruppo CIRFOOD (incluse le società estere).

DOVE SIAMO

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

IN ITALIA



AREE TERRITORIALI

NORD OVEST Valle d'Aosta, Piemonte, Liguria

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

ALL'ESTERO



Amsterdam

SEDI TERRITORIALI

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

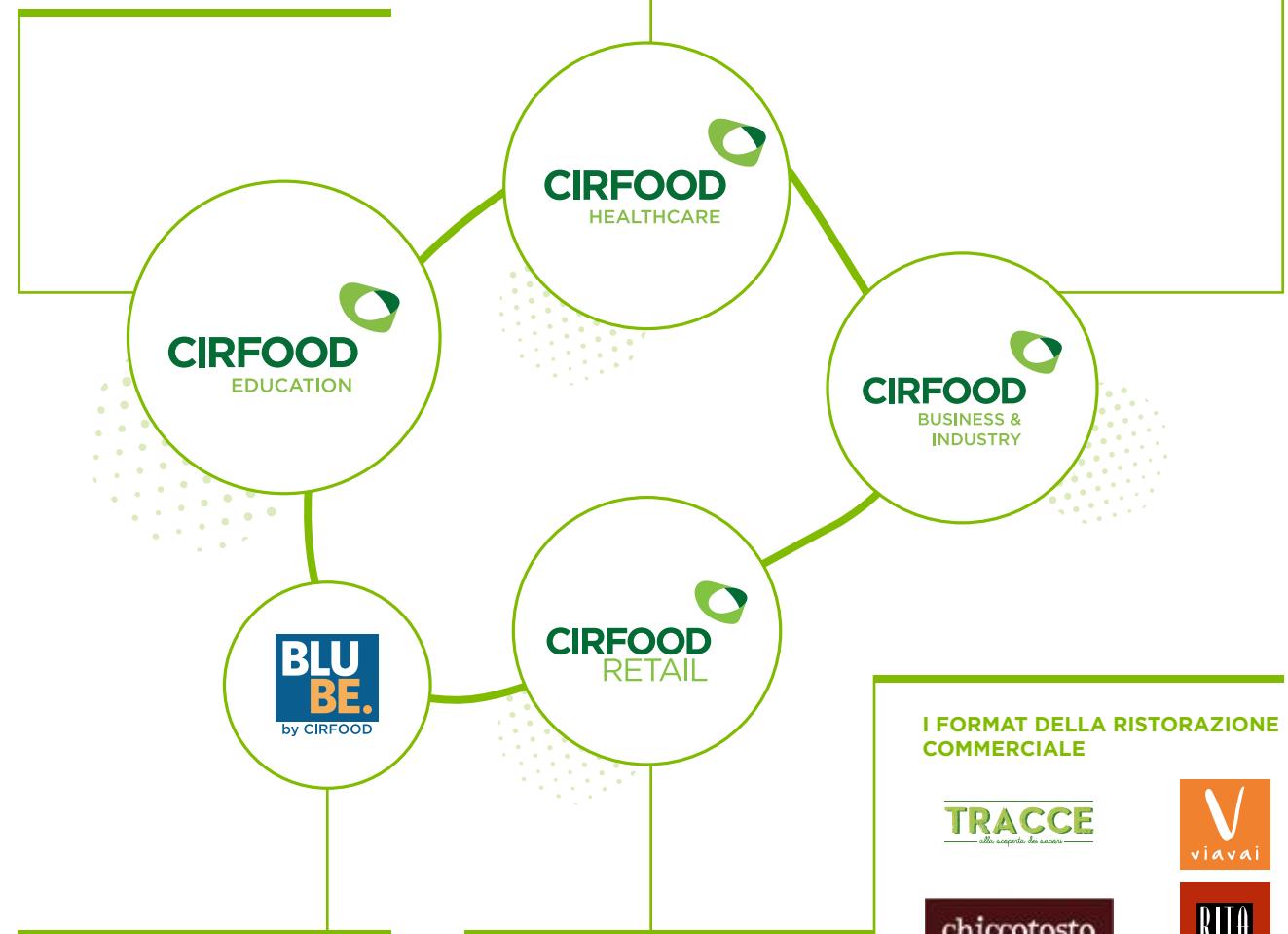
LE NOSTRE AREE DI BUSINESS.

CIRFOOD è una delle maggiori imprese attive nella ristorazione collettiva, nella ristorazione commerciale e nei servizi di welfare alle imprese. Come Gruppo, produciamo oltre 100 milioni di pasti l'anno grazie al lavoro di 13mila persone.

Siamo leader nella **ristorazione scolastica**, con oltre **300mila pasti** serviti nelle scuole d'Italia. 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.



La divisione welfare CIRFOOD si ispira al payoff **Work, Live, Be More**, ed è al fianco delle aziende che credono nelle loro persone, nel valore del lavoro e nella crescita umana e professionale, offrendo una **vasta gamma di prodotti e servizi pensati per il benessere dei dipendenti**.

È la società, 100% di proprietà CIRFOOD, che si occupa dello **sviluppo della ristorazione commerciale** in Italia e all'estero. L'offerta comprende **diversi formati**, brand e soluzioni adatti ai vari contesti di sviluppo e agli specifici target, così da coprire tutti i momenti di consumo.

I FORMAT DELLA RISTORAZIONE COMMERCIALE



chiccotosto



KALAMARO PIADINARO

Ritica Focacceria S. Francesco
Cucina popolare siciliana dal 1834

RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA.

In CIRFOOD consideriamo il tema della Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI) e della sostenibilità pienamente strategici per la nostra attività. Nel 2015, l'**ONU** ha definito l'**Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile**, formato dai **17 Sustainable Development Goals** (SDGs).

I NOSTRI IMPEGNI PRIORITARI

Sprechi

Progetto "Pel di carota": installazione di strumenti di misurazione per ridurre gli sprechi. Durante il 2019 il progetto è stato consolidato in Trentino-Alto Adige e proseguirà nel 2020 con l'estensione ad altre sedi selezionate.

LCA

In adeguamento alla Direttiva UE 2019/904 sulla riduzione dell'incidenza di prodotti plastici sull'ambiente, è stato avviato e concluso uno studio di LCA per confrontare diverse tecnologie di confezionamento, tra cui le bioplastiche, e sostituire la plastica vergine con alternative più virtuose.

MovEat!

Programma di welfare pensato per promuovere una corretta alimentazione e sani stili di vita in azienda (vedi a pag. 14).

Food Shuttle

Laboratorio edu-tech, che nel 2019 si è evoluto per essere inserito all'interno dell'offerta dei servizi rivolti ai bambini (è "atterrato" anche all'interno dell'Ospedale Gaslini e del Museo Triennale di Milano e presso alcuni clienti in occasione dei family day).



Sistemi ristorativi innovativi

Si è iniziato lo studio sperimentale per un modello di ristorazione per aziende "kitchen less" sfruttando componenti tecnologiche digitali, tecnologie produttive in ATP e modelli di business vicini al delivery. Si sta inoltre studiando una modalità per la semplificazione dei processi di check out che permetta di acquisire in forma digitale il contenuto del vassoio, grazie all'intelligenza artificiale (AI).



Digital Transformation

Digitalizzazione del sistema di ordine e pagamento, sviluppando e facendo evolvere l'attuale signatum in un wallet digitale.



Gli SDGs sono un riferimento per CIRFOOD per indirizzare i progetti di sviluppo a lungo termine. Anche nel prossimo **piano strategico (2021-2025)**, la sostenibilità resterà un concetto chiave: vogliamo che CIRFOOD venga riconosciuta come un **modello a cui ispirarsi**.

Uno dei pillar del prossimo piano vedrà l'evoluzione di CIRFOOD da semplice provider a **leader di pensiero**, che sia guida di consapevolezza, non in termini di market share ma di posizionamento. Compatibilmente con la crisi determinata dall'emergenza COVID-19, continueremo a sviluppare progetti di sostenibilità a 360°, insieme ai concetti di crescita, attenzione alle persone, tecnologia e innovazione, eccellenza produttiva.

ALIMENTIAMO UN DIALOGO COSTANTE

Il nostro costante impegno nei confronti degli stakeholder influenza **scelte, strategie e obiettivi** dell'impresa su aspetti economici, ma anche ambientali e sociali.



FOCUS SU: BUONA PAUSA PRANZO

Da gennaio a novembre 2019, **Il Giornale del Cibo** ha lanciato la campagna di sensibilizzazione Buona Pausa Pranzo, per approfondire le abitudini degli italiani in questo momento molto importante per la salute e il benessere di studenti e lavoratori, che va vissuta all'insegna della convivialità e della socialità. La campagna si è conclusa con un evento, durante il quale sono stati presentati i risultati dell'indagine **Nomisma** per l'Osservatorio Buona Pausa Pranzo di CIRFOOD, in diretta streaming sulla pagina Facebook de Il Giornale del Cibo. I contenuti della campagna Buona Pausa hanno raggiunto **1,5 milioni di persone**.



NUTRIAMO LA CRESCITA.

È l'immaginazione che
ci ha fatto diventare grandi.

I NOSTRI RISULTATI ECONOMICI.

I TEMI CHIAVE



PATRIMONIO
INTERGENERAZIONALE



INVESTIMENTI



RICERCA
E INNOVAZIONE



Sviluppo
COMMERCIALE

Un'impresa sostenibile è un'impresa capace di durare nel tempo: le nostre politiche di sviluppo e d'investimento sono di lungo periodo e di prospettiva. Uno dei nostri valori guida è l'intergenerazionalità: agiamo per favorire l'equità tra le generazioni.

I NOSTRI NUMERI IN SINTESI

RICAVI 603,6 MLN EURO	VALORE AGGIUNTO CREATO 623,2 MLN EURO
INVESTIMENTI 36 MLN EURO	MARGINE OPERATIVO LORDO (EBITDA) 40,7 MLN EURO
UTILE NETTO 9,8 MLN EURO	PATRIMONIO NETTO 179,7 MLN EURO



GOAL DI RIFERIMENTO:

Dati CIRFOOD s.c. 2019

UN'IMPRESA IN SALUTE.

INDICI PRINCIPALI

Il bilancio economico 2019 è stato **positivo**, in continuità con l'anno precedente.

CIRFOOD ha conseguito **ricavi per 603,6 milioni di euro**, e un valore della produzione pari a 623,2 milioni di euro.

PATRIMONIO INTERGENERAZIONALE

Cresce ancora il patrimonio netto della nostra cooperativa, che raggiunge **179,7 milioni di euro**. Tale crescita è il frutto degli **accantonamenti degli utili** conseguiti negli anni e del **capitale sottoscritto dai soci cooperatori e sovventori**.

Una testimonianza dell'importanza che attribuiamo allo sviluppo e alla **persistenza dell'impresa per le generazioni future**.

RICAVI PER AREA D'AFFARI

Nel 2019, risulta che il 70,7% dei ricavi (corrispondente a 426,7 milioni di euro), è stato generato nella ristorazione collettiva, il 13,1%, pari a 79,4 milioni di euro, nella ristorazione commerciale e il restante 16,2%, (97,5 milioni di euro), nel settore dei buoni pasto.



- SCUOLE E UNIVERSITÀ **32,1%**
- SOCIO-SANITÀ **23,5%**
- IMPRESE **15,1%**
- BUONI PASTO E WELFARE **16,2%**
- RISTORAZIONE COMMERCIALE (COMPRESO BANQUETING) **13,1%**

INVESTIMENTI

L'ammontare totale degli investimenti del Gruppo CIRFOOD nel 2019 ha sfiorato i **40 milioni di euro**. Gli investimenti in ricerca e sviluppo hanno superato i 2,5 milioni di euro.

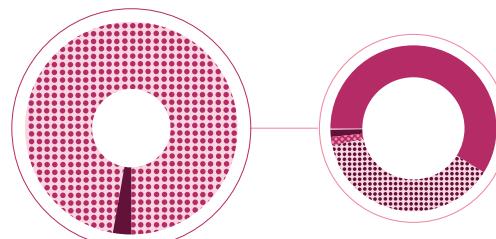
A conferma del nostro impegno per l'innovazione, che riveste grande rilevanza per il nostro business, nel 2019 abbiamo creato la **Direzione Innovation & Strategy** che segue **quattro direttive fondamentali**:

- modelli di servizio;
- processi;
- high tech;
- sostenibilità.

SVILUPPO COMMERCIALE

Nel 2019, ha iniziato la sua attività la società **CIRFOOD Retail**, dedicata allo sviluppo della ristorazione commerciale, per promuovere i nostri **format commerciali** sia in Italia sia in Europa. Sempre nel 2019, abbiamo anche acquisito **Valore Welfare**, advisor specializzato nella progettazione di piani di welfare aziendale. Quest'acquisizione completa i servizi proposti dalla divisione BluBe.

VALORE AGGIUNTO



- VALORE AGGIUNTO DISTRIBUITO **95,8%**
- VALORE AGGIUNTO TRATTENUTO **4,2%**
- FORNITORI **59%**
- DIPENDENTI **37,9%**
- SISTEMA SOCIALE E COOPERATIVO **1,6%**
- PUBBLICA AMMINISTRAZIONE **1,3%**
- SOCI **0,2%**
- COLLETTIVITÀ **0,1%**

FOCUS SU: CIRFOOD DISTRICT

Nel cuore dell'Emilia-Romagna, stiamo costruendo la "Nutrition Valley", un luogo dove poter studiare e creare innovazione sulla nutrizione.

Nel 2020 aprirà il **CIRFOOD DISTRICT**, uno **spazio polifunzionale** che si estenderà su **1.600 mq** in un parco di oltre **8.000 mq di Foresta Edibile**. Ispirato ai principi di **sostenibilità ambientale**, sarà costruito con particolare attenzione all'**efficienza energetica**, grazie anche a una **copertura verde**, e alla produzione di **energia rinnovabile** con pannelli. Un sistema gastronomico integrato per poter interpretare e rispondere sempre meglio ai nuovi bisogni di tutti i nostri target.

TRAGUARDI RAGGIUNTI



Dati CIRFOOD s.c. 2019



NUTRIAMO LE PERSONE.

Sono loro l'ingrediente principale della nostra unicità.

LA NOSTRA RISORSA PIÙ IMPORTANTE.

I TEMI CHIAVE



TUTELA E CREAZIONE
NUOVI POSTI DI LAVORO



FORMAZIONE



**SALUTE
E SICUREZZA**



**WELFARE
AZIENDALE E SOCIALE**

Le persone sono il cuore pulsante della nostra organizzazione, fattore chiave del successo della nostra impresa. La valorizzazione del lavoro e dei loro contributi di creatività e di impegno, la tutela dei loro diritti e la definizione chiara dei loro doveri fanno parte della nostra missione.

I NOSTRI NUMERI IN SINTESI

**NUMERO
DIPENDENTI**
11.663

**CONTRATTI A TEMPO
INDETERMINATO**
91,6 %

**OCCUPAZIONE
FEMMINILE**
87,5 %

**ORE DI FORMAZIONE
EROGATE**
105.494

**ETÀ MEDIA
48 ANNI**

**INVESTIMENTI
IN INIZIATIVE
DI WELFARE**
6,5 MLN EURO

GOAL DI RIFERIMENTO:



Dati CIRFOOD s.c. 2019

COME DIAMO VALORE ALLE PERSONE.

FORMAZIONE IN AUMENTO

Nel 2019 l'Accademia CIRFOOD ha registrato un incremento delle **ore di formazione** erogate rispetto al 2018, con **7.643** dipendenti coinvolti in almeno un corso di formazione.

Abbiamo **concentrato le attività dell'Accademia verso una formazione sempre più vicina alle necessità del business. Le iniziative formative sono state tenute in aula dai nostri docenti/partner** che ci supportano ormai da diversi anni, ma si è anche rafforzato l'utilizzo di strumenti informatici, quali la piattaforma e-learning. Il numero di ore complessive dedicate alla formazione è **incrementato rispetto al 2018 (+4,9%) superando le 105mila ore.**

Un importante aumento si è registrato per la formazione tecnica (+41%) e quella relativa al settore food (+138%).

Emerge un aumento delle ore di formazione destinate a impiegati e operai (+5,3%) che è in linea con la scelta di aumentare la formazione tecnico-specialistica. L'aumento della formazione per gli apprendisti (+177%) rispetto al 2018 è da ricondurre all'utilizzo sempre più ampio di questa tipologia contrattuale.

ORE DI TRAINING TECNICO PROFESSIONALE PER TIPOLOGIA



- MANAGERIALE **3,6%**
- SOFT SKILLS **1,0%**
- TECNICA **4,0%**
- LINGUISTICA E INFORMATICA **1,5%**
- FOOD SECTOR **3,8%**
- OBBLIGATORIA **53,6%**
- TRAINING ON THE JOB **32,5%**

ALLA RICERCA DI GIOVANI TALENTI

Nel 2019, il numero complessivo dei dipendenti è sostanzialmente stabile rispetto al 2018, ma con una crescita del 12% di giovani in età compresa tra i 18 e i 29 anni. Promuoviamo infatti l'occupazione giovanile, incentivando l'ingresso di personale in età di apprendistato (+50%). A favore dei giovani talenti, abbiamo strutturato collaborazioni con il mondo universitario. Nel corso del 2019:

- abbiamo rafforzato la partnership con l'**Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo (CN)**;
- abbiamo partecipato al progetto "Icaro", promosso dall'**Università di Modena e Reggio Emilia**;
- abbiamo sviluppato un progetto con "AlmaCube" (incubatore e hub innovativo dell'Università di Bologna) sui temi dell'innovazione;
- abbiamo promosso l'**alternanza scuola-lavoro** con gli istituti scolastici, diventando un punto di riferimento;
- sono attivi contatti con scuole alberghiere e istituti tecnici.

WELFARE

Generare fiducia e forte senso di appartenenza, arricchendo responsabilità e consapevolezze individuali, favorisce la cooperazione e lo sviluppo. Per questo la nostra impresa promuove azioni concrete dedicate al benessere lavorativo e personale con il **piano di welfare NOIxNOI**, che si declina in quattro aree chiave:

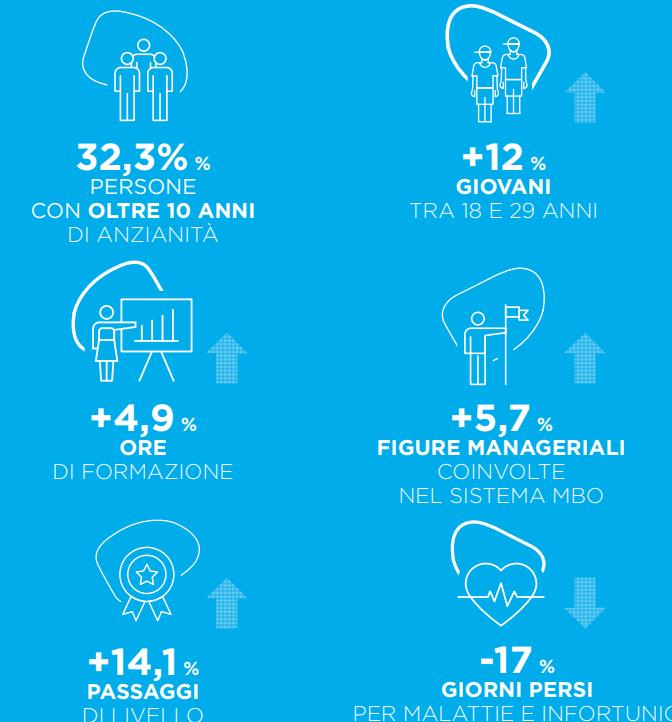
- **conciliazione vita-lavoro;**
- **salute e benessere;**
- **sostegno al reddito;**
- **servizi.**

FOCUS SU: CIRFOOD SIAMO NOI

CIRFOOD Siamo Noi è il progetto **creato insieme alle nostre Persone per le nostre Persone** per **diffondere la cultura d'impresa** attraverso una rete di **ambasciatori**. Nello sviluppo del progetto abbiamo coinvolto **72 colleghi di tutt'Italia con ruoli e percorsi professionali diversi**, affinché ci raccontassero la realtà quotidiana che si vive nelle strutture e negli uffici.

Chi meglio delle nostre persone può raccontare i valori di CIRFOOD? Gli ambasciatori, si sono candidati spontaneamente per condurre e animare l'appuntamento cuore dell'intera iniziativa. Un incontro in struttura, organizzato per **confrontarsi, conoscere e valorizzare l'identità di CIRFOOD**.

TRAGUARDI RAGGIUNTI





NUTRIAMO LA QUALITÀ

Sono le scelte di valore
che aiutano a vivere bene.

IL VALORE DELLA QUALITÀ.

I TEMI CHIAVE



SUPPLY CHAIN
SOSTENIBILE



SICUREZZA
ALIMENTARE



EDUCAZIONE
ALIMENTARE



INFORMAZIONI NUTRIZIONALI
E ASCOLTO DEL CONSUMATORE

Dall'analisi di materialità, la sicurezza alimentare risulta il tema più significativo per gli stakeholder e per l'impresa. Per noi la qualità è il frutto di scelte per raggiungere la massima soddisfazione di clienti e utenti, è un impegno costante a 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

PASTI
SERVITI
90,8 MLN

VALORE
DEGLI ACQUISTI
165,3 MLN EURO

ANALISI
DI AUTOCONTROLLO
15.658

INTERVISTATI DALLA
CUSTOMER SATISFACTION
7.524

QUOTA DI PRODOTTI BIO
DOP, IGP, STG, A FILIERA
CORTA E A KM 0
23,5 %

FORNITORI 2019
(con acquistato
superiore a 500 euro)
726



GOAL DI RIFERIMENTO:

Dati CIRFOOD s.c. 2019

PIÙ SPAZIO ALLA TECNOLOGIA.

SUPPLY CHAIN SOSTENIBILE

Nel 2019, è incrementato il numero di fornitori iscritti e valutati sul Portale fornitori CIRFOOD. I fornitori sono spesso selezionati sulla base di criteri socio-ambientali. Nei capitolati d'appalto della **ristorazione collettiva**, sono infatti richiesti o privilegiati **alimenti sostenibili, come bio, DOP, IGP, STG, equosolidali, a filiera corta e a km zero**. I prodotti con valenze sostenibili costituiscono il 23,5% dei nostri acquisti.

INFORMAZIONI AI CONSUMATORI

Per valorizzare i menu e le materie prime, proponiamo in modo sistematico informazioni sui **valori nutrizionali dei piatti e sulla provenienza e le certificazioni** dei prodotti.

Lavoriamo per aumentare la diffusione e capillarità di questi messaggi, grazie alle opportunità del web e delle tecnologie mobile.

Un esempio è l'app **Menu Chiaro**, che consente di consultare quotidianamente il menu del giorno con l'elenco dei piatti che offriamo nei nostri servizi di ristorazione scolastica e aziendale, scorrere la lista degli ingredienti e trovare consigli di educazione alimentare, oltre alla possibilità di valutare il pasto. Nel 2019, sono state attivate **30 nuove versioni della web-app Menu Chiaro per altrettanti clienti**.

Sono attive 76 personalizzazioni di Menu Chiaro, di cui:

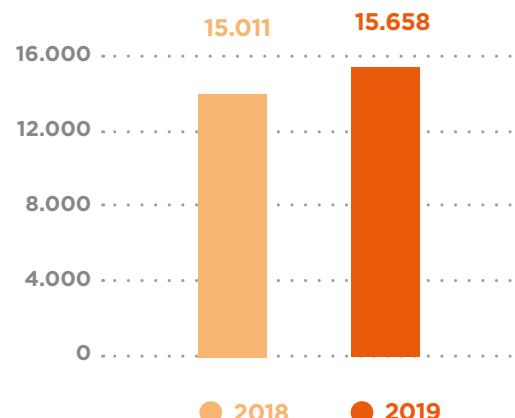
- 27 scolastiche;
- 48 aziendali (alcune hanno richiesto più attivazioni);
- 1 socio sanitaria.

SICUREZZA ALIMENTARE

La nostra attività ha un elevato impatto sociale per la salute e la sicurezza del consumatore. Produciamo infatti pasti per bambini, adulti, anziani, in scuole, aziende, ospedali.

Il sistema di autocontrollo effettua analisi chimico-microbiologiche su materie prime, semilavorati, prodotti finiti, superfici di lavoro, acqua di rete, scarichi idrici, ecc.

ANALISI IN AUTOCONTROLLO



ASCOLTO DEI CLIENTI

Il 2019 è stato un anno caratterizzato dal profondo ascolto dei clienti e dei consumatori per comprenderne appieno le esigenze. Sono state realizzate diverse ricerche di mercato:

- un'indagine quali-quantitativa con **KPMG** ha coinvolto oltre **200 manager di aziende, ospedali e istituti scolastici** per indagare i bisogni, le necessità e i processi di acquisto dei decisori B2B e comprendere i **driver di scelta** e gli **elementi di soddisfazione**;
- **Osservatorio Buona Pausa Pranzo**, in collaborazione con **Nomisma** (vedi a pag. 8);
- **Genitori e figli di fronte al cibo**, osservatorio quantitativo sul rapporto fra genitori, figli, cibo e ristorazione scolastica condotto e realizzato da **SWG**. Grazie al coinvolgimento di 1.000 genitori di bambini in età scolastica, è stato possibile delineare alcuni profili ricorrenti delle famiglie italiane;
- **"Cibo e Innovazione Sociale. Nutrire nuove pratiche in risposta a nuovi bisogni"** è la pubblicazione, in collaborazione con Fondazione G. Feltrinelli, che sarà diffusa nel 2020 e che racconta un percorso di ricerca sui molteplici modi di rispondere ai bisogni umani attraverso il cibo e a nuove pratiche di innovazione sociale.

FOCUS SU: MOVEAT!

Il progetto MovEat! è un **programma di alimentazione, nutrizione e movimento** che ha come obiettivo il benessere delle persone, inteso come mantenimento di un buono stato di salute nel tempo. Il programma si basa sull'utilizzo da parte degli utenti della **APP MovEat!**, che consente di **monitorare la propria alimentazione**, il proprio **movimento** (grazie alla possibilità di abbinare alla APP un fitness tracker FitBit) e di **partecipare a sfide** con i colleghi. Nel 2019 si è concluso lo sviluppo del tool IT da parte del team digitale e, dopo l'attività di sperimentazione del programma svolta da un gruppo di dipendenti CIRFOOD, il progetto è stato validato da ADI (Associazione Italiana di Dietetica e Nutrizione Clinica).

TRAGUARDI RAGGIUNTI





IL NOSTRO APPROCCIO ALL'AMBIENTE.

I TEMI CHIAVE



ENERGIA



EMISSIONI
GAS SERRA



EFFICIENZA
IDRICA



ECONOMIA
CIRCOLARE

La nostra attività è improntata a una responsabilità intergenerazionale per garantire alle generazioni future di godere degli stessi diritti di quelle attuali. Il nostro impegno verso un modello di produzione e di consumo più sostenibile è rivolto in particolare all'Economia Circolare.

NUTRIAMO L'AMBIENTE.

Ci prendiamo cura del pianeta per proteggere il nostro futuro.

I NOSTRI NUMERI IN SINTESI

CONSUMI ENERGETICI
TOTALI
392.106 GJ

ENERGIA RINNOVABILE
AUTOPRODOTTATA
779 GJ

ENERGIA RINNOVABILE
ACQUISTATA
E AUTOPRODOTTATA
33.901 GJ

RAEE
SMALITTI
19.999 kg

ENERGIA PER PRODURRE
UN PASTO
7.332 kJ

CARTA DA FONTI
RESPONSABILI
PER PUBBLICAZIONI
20.085 kg



GOAL DI RIFERIMENTO:

Dati CIRFOOD s.c. 2019

UN USO SAPIENTE DELLE RISORSE.

GESTIONE DELL'ENERGIA

Il nostro sistema di gestione dell'energia, che dal 2017 è certificato **ISO 50001**, introduce requisiti per un continuo miglioramento dell'efficienza energetica e per aumentare la quota di fonti rinnovabili. Anche nel 2019 abbiamo investito più di **2,2 milioni di euro** in efficientamento, con il rinnovo di impianti tecnologici, gruppi frigo e pompe di calore. La politica di transizione energetica verso le fonti rinnovabili sta proseguendo con il ripristino di alcuni **impianti solari termici** in provincia di **Modena** e l'installazione di **tre nuovi impianti fotovoltaici** a **Salerno** (in esercizio dal 2020), in **Emilia-Romagna** e in provincia di **Brescia** (tra il 2019 e l'inizio 2020). È in programma un'ulteriore estensione degli impianti.



- IMPIANTI TECNOLOGICI AD ALTA EFFICIENZA **913.000 €**
- CENTRALE TERMICA **524.000 €**
- GRUPPO FRIGO **189.000 €**
- CONDIZIONAMENTO **151.800 €**
- RIFACIMENTO COPERTURA **120.000 €**
- TERMOREGOLAZIONE **103.000 €**
- SOLARE TERMICO **70.000 €**
- INFISSI (SOSTITUZIONE) **65.000 €**
- LED **44.500 €**
- FOTOVOLTAICO **38.000 €**

FONTI RINNOVABILI, RIDUZIONE DELLE EMISSIONI

Nel 2019 abbiamo acquistato il 169% in più di energia rinnovabile rispetto al 2018. Quest'incremento è dovuto alla **politica di acquisto di energia rinnovabile entrata a regime nel 2018**. Grazie a un controllo puntuale dei consumi

energetici, all'adozione di best practice e all'installazione di impianti per la **produzione di energia da fonti rinnovabili**, abbiamo aumentato del **366,1%** le tonnellate di CO₂ evitate rispetto al 2018.

ECONOMIA CIRCOLARE

La riduzione degli sprechi è un tema centrale per lo sviluppo dell'impresa e la crescita culturale delle persone.

Concorrono a quest'obiettivo:

- la lotta agli sprechi alimentari;
- la riduzione dei rifiuti prodotti;
- l'incremento della quota destinata alla raccolta differenziata;
- la costruzione di un'economia circolare.

Per promuovere un modello di sviluppo basato sull'economia circolare, nel 2019 abbiamo dato vita a diversi progetti e alleanze e sono stati avviati confronti con università, altre aziende impegnate nell'approccio all'economia circolare, consorzi di riciclo e recupero dei rifiuti, produttori di materiali di imballaggio e aziende in grado di proporre prodotti e soluzioni per la riduzione dell'impatto ambientale.

USO RESPONSABILE DELLA PLASTICA

Nel 2019 sono state avviate riflessioni sul contributo che CIRFOOD può dare alla riduzione della presenza di plastiche nei mari, anche valutando l'utilizzo di plastiche biodegradabili e compostabili, da adottare nel caso in cui non possano essere messe in campo azioni più efficaci.

È in fase di definizione un approccio per priorità, che vede al primo posto l'uso di materiali riutilizzabili. Perseguiamo quest'obiettivo attraverso una politica di limitazione degli sprechi e una continua ricerca di modalità nuove ed efficaci per incrementare e ottimizzare il riciclo e il recupero di scarti e rifiuti.

FOCUS SU: SCUOLA PLASTIC FREE A SALERNO

Nella ristorazione scolastica del Comune di Salerno sono state introdotte esclusivamente **stoviglie biodegradabili e compostabili certificati**. La soluzione, sviluppata insieme a tre aziende italiane leader nel settore (ILIP, CORAPACK ed ECOZEMA), si compone di un **piatto in Mater Bi termosigillabile** (primo prodotto di questo genere sul mercato italiano) e di una **nuova pellicola** per gli alimenti trasportati dai centri cottura. L'iniziativa consentirà di evitare ogni anno circa **660mila piatti, 330mila bicchieri, 330mila kit di posate e 120mila metri di pellicola** per la termosalatura in plastica.

TRAGUARDI RAGGIUNTI



-0,8 %
LITRI D'ACQUA
PER PASTO



-32,3 %
RAEE
SMALТИ



+160 %
ENERGIA
RINNOVABILE



+10 %
ENERGIA RINNOVABILE
AUTOPRODOTTA



+366,1 %
CO₂ EVITATA GRAZIE
ALL'ENERGIA RINNOVABILE



-8 %
CONSUMO
DI CARTA

LA NOSTRA PRESENZA IN EUROPA.

Le parole chiave che caratterizzano il nostro impegno sono: **servizio alla comunità, radicamento territoriale, concretezza e passione.**



Lombardia

Sede: Milano

83,3 mln euro

1.455 persone

2,8 mln euro

Nord Est

Sede: Padova
(Trentino Alto Adige, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Romagna)

98 mln euro

1.383 persone

939.000 euro

Nord Ovest

Sede: Genova

(Valle d'Aosta, Piemonte, Liguria)

56,6 mln euro

1.160 persone

979.000 euro

Emilia Ovest

Sede: Reggio Emilia
(Reggio Emilia, Parma, Piacenza, Mantova, Cremona)

52 mln euro

1.948 persone

4,5 mln euro

Emilia Est

Sede: Modena
(Modena, Bologna)

76 mln euro

1.743 persone

2,6 mln euro

Centro

Sede: Firenze
(Toscana, Umbria, Marche)

90,8 mln euro

2.342 persone

1,3 mln euro

Centro Sud

Sede: Roma
(Lazio, Puglia, Abruzzo, Molise, Campania)

54,4 mln euro

1.240 persone

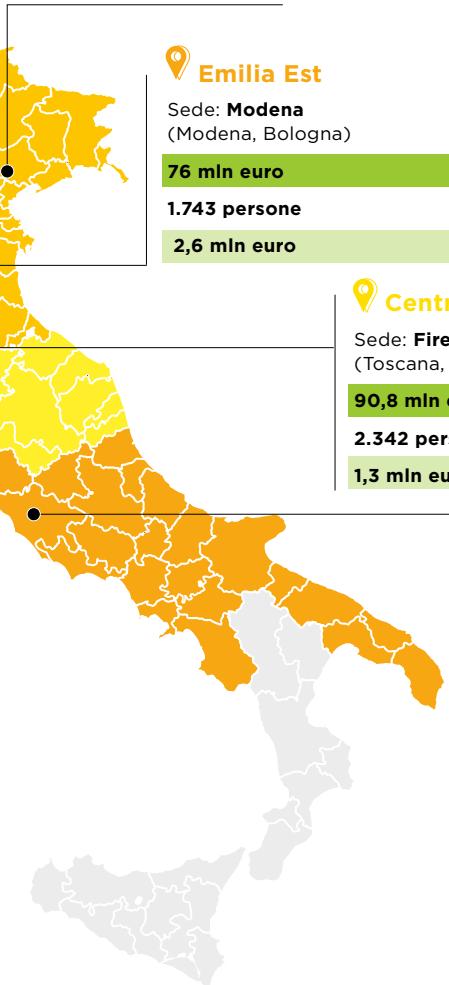
1,3 mln euro

LEGENDA

FATTURATO

NR. DIPENDENTI

INVESTIMENTI



Sede: Bruxelles

29 mln euro

275 persone

505.000 euro



Sede: Amsterdam

38,5 mln euro

437 persone

583.000 euro



Feed the future