

LA ČHÌCARE

CONDIVIDERE I NOSTRI SUCCESSI
PER SPRONARE LE AZIENDE A RIDARE
AL TERRITORIO L'ENERGIA E LE RISORSE
CHE GLI SONO STATE DATE NEGLI ANNI

GDA:
LA SOSTENIBILITÀ
RESPONSABILE

**Verso il 2030,
con i 17 goal
dell'Assemblea
Generale
delle Nazioni,
per salvare
il pianeta.**



CDA È PARTECIPAZIONE.



In foto:

• CAMILLA GIORA - PALLEGGIATORE
• ALICE SARTORI - SCHIACCIATORE

• ELENA COLONNELLO - SCHIACCIATORE
• GIULIA GOGNA - CENTRALE

• MARTINA BATTAIN - CENTRALE
• FRANCESCA CERRUTO - LIBERO



I NOSTRI SUCCESSI SONO I SUCCESSI DI TUTTI.

Ogni singolo punto è il frutto di un gioco di squadra. Se il territorio che ospita l'azienda fornisce l'assist, i fuoriclasse che la compongono portano a casa il risultato.

Questo schema di gioco fornisce un beneficio tangibile alla collettività e ai collaboratori, creando posti di lavoro e condividendo i risultati economici.

Il territorio e le risorse aziendali, con la loro partecipazione, sono la formazione ideale capace di trasformare ogni vittoria di CDA in una vittoria della comunità.

sommario

1-3	4-7	8-15	16-23	24-31	32-40
p. 3 Fabrizio Cattelan	p. 5 Fame zero	p. 9 Istruzione di qualità	p. 17 Lavoro dignitoso e crescita economica	p. 25 Venchiaredo	p. 33 I tifosi sono sempre in campo
	p. 7 Salute e benessere	p. 11 Accademia di belle Arti G.B. Tiepolo	p. 19 Centro Dolce Friuli	p. 27 Città e comunità sostenibili	p. 35 Pomis
		p. 13 Uguaglianze di genere	p. 21 Industria innovazione e infrastrutture	p. 29 Consumo e produzione responsabili	p. 36 I nostri collaboratori raccontano
		p. 15 Energia pulita e accessibile	p. 23 Ridurre le disuguaglianze	p. 31 Partnership per gli obiettivi	



CDA_MAGAZINE / LA ČHICARE / N°2_ANNO 2018

Avremmo voluto chiamarlo **Cjicare**, ma il **forest(iero)** non l'avrebbe saputo pronunciare.

Progetto creativo di Irene Pinatto e Fabio Toscano_Accademia delle Belle Arti G.B. Tiepolo_Udine
accademiatiepolo.it

Testi a cura di CDA

La Čhicare è scaricabile on line dal sito cda.it

CDA, per la realizzazione di questo strumento ha deciso di adottare una carta conforme ai criteri FSC, ossia derivante da foreste gestite in maniera responsabile.

Per vincere, bastano 17 punti di vantaggio.



Fabrizio Cattelan
CEO CDA

Questa volta la partita è di sola andata. Giochiamola in casa. Le squadre sono già pronte, non ci sono formazioni da rispettare, nessuno schema di gioco, l'unica regola è che tutti siano in campo.

Abbiamo 12 anni di tempo per segnare 17 goal, quelli indicati **dall'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile**, “un programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità”, così come riportato dalla **Assemblea Generale delle Nazioni Unite** del 25 settembre 2015. Non ci sono spettatori, siamo tutti chiamati a dare il nostro contributo, piccoli e grandi, famiglie e singoli individui, da Nord a Sud, nessuna bandiera da difendere, solo obiettivi da raggiungere, quelli che realizzeranno un grande progetto comune: **l'azzeramento di tutte le disegualanze, il rispetto dell'ambiente e la riduzione della povertà**. Daremo vita a un sogno: la pace nel mondo. Mentre scrivo, mi accorgo che queste parole hanno perso il loro reale valore, spesso ne abusiamo, altre le mastichiamo poco e c'è chi ha smesso di pensarci. È così che si perde ed è una sconfitta schiacciante. Nella mia visione il bicchiere non è mai a metà. Lo vedo scendere sempre vuoto, è qualcosa da riempire. Sarà deformazione professionale, ma so che basta aspettare un po' per prendere quello che ci spetta, che si tratti di un caffè o del raggiungimento di un obiettivo.

E allora, che aspetti, **unisciti alla nostra squadra** e cominciamo a costruire insieme, nel quotidiano, con i piccoli gesti. Ne vale la pena se la posta in ballo è il rispetto dei diritti umani.

Persone, pianeta, prosperità, pace e **collaborAzione** sono i punti di partenza e di arrivo. 17 le tematiche da affrontare



A queste tematiche **dedichiamo per intero il volume 2018 della nostra Chicare**.

Metti a segno un goal, fallo anche tu per tutti noi.

**Gioca una buona azione,
se vuoi arrivare a zero.**

Cristian Dose - addetto al magazzino

Shelf life, scadenza o chiamala come vuoi, per noi che facciamo vending lo spreco alimentare è sempre dietro l'angolo. Capita che alcuni alimenti o bevande, soprattutto quando parliamo dell'inserimento di nuovi prodotti, siano meno venduti di altri.

2

Fame
zero

Le motivazioni possono essere diverse, la stagionalità, per esempio, gli orari di maggior affluenza in un posto... Alle sei del mattino te la sentiresti di selezionare tocchetti di formaggio e grissini, per accompagnare il primo caffè? Lo so, c'è chi lo gradisce, **e noi cerchiamo di accontentare tutti.**

Nel 2017, con un incremento del 7%, **abbiamo superato i 4 milioni di snack venduti**, compresi tramezzini e yogurt, che hanno una shelf life molto bassa. Ritirare i prodotti prima della scadenza è un obbligo e un dovere su cui non è possibile alcuna eccezione. Però, è comunque possibile **limitare lo spreco** e relegarlo a percentuali bassissime, dati alla mano, lo scorso anno non abbiamo neanche raggiunto l'1% di

reso, per la precisione ci siamo attestati sullo **0,55%**, bevande incluse. E questo grazie alla conoscenza delle dinamiche di consumo e delle abitudini alimentari dei nostri clienti, aspetti che gli operatori CDA hanno fatto loro e che affinano di volta in volta. Parliamo di 15.265 prodotti, dalle lattine alla frutta, che non diventano spreco, ma **dal 2015 sono diventati una risorsa per la Croce Rossa locale**, che si occupa di distribuirli a persone indigenti. Una **buona azione** continua.

Questo è il nostro contributo come azienda, un modo di fare che abbiamo portato anche in famiglia e nella vita di tutti i giorni, così educiamo i nostri figli a dare il giusto valore ai consumi, anche per una sola caramella.



L'impronta è una traccia?



“Noi troveremo una strada. Oppure ne apriremo una nuova”. Così rispose Annibale, a chi gli chiese come avrebbe fatto ad attraversare le Alpi con gli elefanti.

3

Salute
e benessere



Una risposta degna di un grande condottiero, disposto a stravolgere l'ordine delle cose, pur di raggiungere il suo obiettivo.

DeterminAzione.

La stessa che ci fa scegliere un percorso da costruire, non un sentiero da seguire. Con questo approccio la divisione interna, ricerca e sviluppo, quotidianamente testa e propone nuovi prodotti **per combattere le intolleranze alimentari e il problema dell'obesità**. A oggi i punti a segno sono stati due

- 1) la collaborazione con Bella Italia ed EFA Village Srl di Lignano, con un progetto che prevede l'offerta di **prodotti wellness**, legati al benessere;
- 2) lo scambio continuo di informazioni con l'Associazione Italiana Celiachia (AIC), per individuare **prodotti senza glutine**, da inserire all'interno dei distributori, con la possibilità di capire quali sono i prodotti per celiaci prima di selezionarli.

Abbiamo voluto dare un segnale forte, che mette al centro il consumatore, rendendolo consapevole e libero di scegliere. C'è ancora tanta da strada da fare, ma la direzione è quella giusta, ce lo conferma il successo ottenuto con il progetto **Impronta Nutrizionale**.

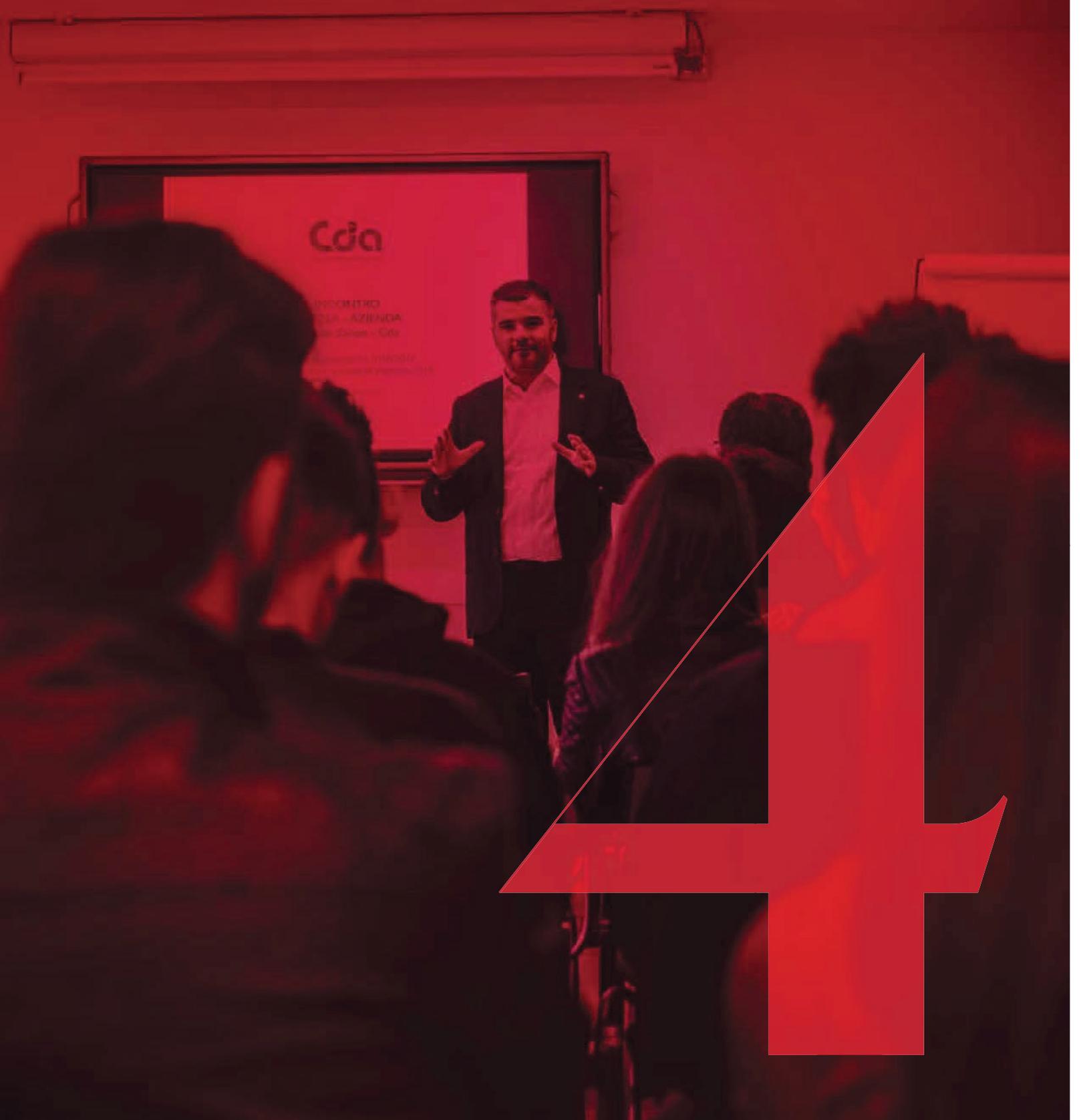
Nello specifico, ai due parametri di performance prodotto (FP6 e FP7), ne sono stati affiancati altri 4

- 1) IN A (ambiente) esamina la provenienza degli alimenti
- 2) IN + (plus) considera gli aspetti positivi presenti negli articoli (es: assenza di grassi)
- 3) IN - (minus) mette in evidenza i fattori negativi (es: presenza di conservanti)
- 4) IN PERCORSO SALUTE analizza nel dettaglio i flussi e l'andamento della distribuzione dei prodotti, secondo le linee guida regionali.

Non ci sono impronte da seguire, ma solo tracce da lasciare.



Il debutto in società. A responsabilità limitata.



Da una parte caffè, bicchieri monouso, snack e frutta; dall'altra pennelli, colori, fogli di calcolo, dizionari, calcolatrici e matite. In una metà del campo le scuole del Friuli Venezia Giulia, dall'altra CDA. Giochiamo tutti in casa.

4

Istruzione
di qualità

Questa non è una sfida, è **contaminAzione**, punta a un solo risultato: un doppio risultato. Il primo viene raggiunto ogni anno, con **gli studenti degli istituti tecnici**, Deganutti e Zanon in primis, che vengono a farci visita, per conoscere gli aspetti del nostro report di sostenibilità e le iniziative legate alla responsabilità sociale d'impresa. Operazione che cerchiamo in tutti i modi di spingere e favorire, coprendo le spese di trasferta, che altrimenti graverebbero sui ragazzi e sulle scuole.

Il secondo ci permette di rimanere fedeli al manifesto sottoscritto con le aziende associate a Confindustria, perfettamente in linea con il nostro modo di fare impresa.

L'esigenza di creare simili ponti, nasce con il fine di dare forma **all'alternanza scuola-lavoro**, a

cui tanto crediamo per un'istruzione di qualità, che non sia distaccata dagli aspetti pratici che bisogna affrontare e risolvere nella vita lavorativa di tutti i giorni. Stesso discorso quando **partecipiamo o sposiamo progetti universitari**, tesi di laurea o quando gli studenti ci chiedono di svolgere lo stage da noi, ragazzi che hanno voglia di fare, di mettersi in gioco.

Così è stato per le **università di Udine, Trento e Milano**, con cui da anni valutiamo progetti e percorsi comuni, come proponenti o aderendo a quelli già esistenti, per cui la nostra esperienza, in materia di responsabilità sociale e per il know how acquisito, risulta fondamentale.

Ancora un altro goal è andato a segno.



I fuoriclasse sono in classe.



in foto le alunne dell'Accademia di Belle Arti G.B. Tiepòlo e il professor C. Papa con il nostro distributore personalizzato ad Illegio Tolmezzo - Udine - ITALIA

Artelia, Carlo Aberto, Dino, Francesca e Francesco, Giorgio, Giovanna, Marco, Laura, Masha, Paolo, Silva, 2 volte Diego, la formazione è al completo. In cabina di regia il direttore del dipartimento progettazione e arti applicate, Claudio Papa.

A scendere in campo al fianco di CDA è l'**Accademia di Belle Arti G.B. Tiepolo di Udine**, corpo docente e studenti del corso in grafica.

Fondata nel 2014, per rispondere alla domanda crescente del tessuto imprenditoriale, con l'obiettivo di **rendere più competitive le aziende del territorio**. Le sfide dei mercati non lasciano spazio a grafici e art director per hobby, la passione da sola non basta, serve tecnica e professionalità. Regina incontrastata rimane la creatività, ma quella non può essere insegnata, è **creAzione**.

I corsi dell'Accademia G.B. Tiepolo ruotano attorno a questi paradigmi, su cui vengono formati grafici e tatuatori; prossima l'attivazione dei percorsi in architettura d'interni e pittura. Noi di CDA abbiamo puntato sin da subito sulla scuola di viale Ungheria, dando vita al **progetto Illegio** per la personalizzazione

grafica dei nostri distributori automatici. Bellissima esperienza. Adesso ci riproviamo con questo numero della **Čhicare, pensato e ideato dagli allievi**, giovani maestranze creative, piene di idee e voglia di emergere, eccellente esempio di formazione professionale al servizio del territorio.

Al **direttore dell'istituto Fausto Deganutti**, al professor Claudio Papa, al corpo docente e agli studenti facciamo i nostri migliori auguri.

Grazie per la collaborazione, grazie per aver fatto squadra con noi di CDA.

Facciamo il tifo per tutti voi.

accademiatiepolo.it

ABA
UD | **Accademia di Belle Arti di Udine GB Tiepolo**

Cda
Una scelta naturale

**Se siamo pari,
siamo in vantaggio.**

Barbara Cisorio - amministrazione

“Noi, capi dello Stato e del Governo e Alti rappresentanti, riuniti al Quartier Generale delle Nazioni Unite di New York dal 25 al 27 settembre 2015 per la celebrazione del settantesimo anniversario dell'ONU, oggi abbiamo stabilito i nuovi Obiettivi globali per lo Sviluppo Sostenibile.”

Con questa dichiarazione, l'Assemblea Generale dell'ONU ha dato inizio ai lavori della settantesima sessione, in cui sono state tracciate **le linee guida dell'Agenda 2030**.

Una comunione d'intenti decisa, che non lascia alcuno spazio all'interpretazione. Fine e obiettivi sono chiari, per tutti.

Emerge che a farla da padrone sono i toni perentori utilizzati, si fa appello alla determinatezza per avviare un processo virtuoso, che sia capace di dare forma allo **sviluppo sostenibile**.

Uomini e donne devono “implementare questa agenda attraverso la collaborazione Globale”, aspetto molto sentito in CDA, che siamo stati fieri di declinare nell'ultima campagna di comunicazione, parlando di scambio energetico, condivisione e **Azione**.

Tutti allo stesso livello, ognuno con mansioni e competenze **diverse**, ma senza distinzioni di genere.

Collaboratori e collaboratrici, per noi sono risorse umane in cui crediamo, con pari diritti e che tuteliamo ogni giorno con lo smart working, **padri e madri con la stessa flessibilità di lavoro**, per quanto riguarda permessi, congedi parentali e gestione del lavoro, senza che la genitorialità possa in alcun modo diventare ostacolo per il regolare svolgimento della giornata lavorativa. Così rispondiamo alla richiesta di creare un mondo in cui ogni donna e ogni ragazza possa godere di una totale uguaglianza di genere e in cui tutte le barriere all'emancipazione (legali, sociali ed economiche) vengano abbattute, Un mondo giusto, equo, tollerante, aperto e socialmente inclusivo, che soddisfi anche i bisogni dei più vulnerabili.



Simone Sgrazutti
Controllo gestione Vega

Squadra vincente non si cambia.



Roberto De Corti - assistenza tecnica
Anedy Della Mora - operatore addetto al rifornimento

Già prima del fischio d'inizio, la partita richiede delle scelte. La fortuna non c'entra, conta solo la strategia di gioco e la condizione degli atleti, il risultato viene da sé.

Energia pulita
e accessibile



Come gli ingranaggi perfetti di un distributore automatico, basta premere un bottone: tecnica, tecnologia e meccanica cominciano a funzionare all'unisono, con tempi sincronizzati.

Ore di lavoro, prove, sostituzioni e adattamenti, senza tralasciare il minimo dettaglio, **la perfezione non accetta errori**. Ogni soluzione deve essere compatibile con il resto del processo, dalla qualità del servizio all'**ottimizzazione** del consumo energetico. Quest'ultimo aspetto è imprescindibile per chi fa impresa.

Per quanto ci riguarda, il rispetto delle politiche ambientali sono alla base della corporate social responsibility, diventata parte integrante della mission aziendale CDA.

Abbiamo cominciato anni fa, con **la costruzione di un impianto fotovoltaico**, che ha portato risultati immediati, a fronte di un incremento di vendite e fatturato, il consumo da rete elettrica nazionale è diminuito, riducendo anche le emissioni di CO2.

Agire sul flusso di produzione non ci è bastato, come indicato nell'ultimo report di

sostenibilità, l'azione successiva è stata fatta per

- ridurre il consumo di carburante utilizzato dalle flotte di approvvigionamento
- ottimizzare il percorso stradale di ogni singolo mezzo.

Progetto **Semaforo Verde e telemetria** sono stati gli strumenti utilizzati, un mix perfetto che ha previsto ore di formazione per rendere il percorso su strada, lineare, capillare e completo, senza sprechi.

Ancora grazie alla telemetria, sono stati definitivamente eliminati "i giri a vuoto", con un software, che permette all'operatore di capire da remoto, se un distributore automatico ha necessità di essere rifornito o meno.

E nel 2014 è arrivato il riconoscimento ufficiale che ci ha visti **vincitori del Good Energy Award**.

Giocare pulito conviene. Al tessuto imprenditoriale e all'ambiente.



Le squadre al lavoro fanno lavoro di squadra.



Marco Vicenzino, Elia Borsetta, Andrea Sabbadini
operatori addetti al rifornimento

Fatturato, utili, consumazioni, clienti... Dati importanti, numeri a sei cifre che rendono solida un'azienda sul mercato, le danno la possibilità di poter ampliare il suo raggio d'azione, incrementare l'offerta di servizi e investire in strumenti e tecnologie all'avanguardia.

8

Lavoro dignitoso
e crescita
economica



Evoluzioni e progressi all'ordine del giorno, per chi fa impresa, legate alla capacità imprenditoriale e al tempismo con cui sono prese determinate scelte.

Ma non basta, il capitano della squadra deve essere sempre consapevole del valore delle persone che mette in campo e di quelle che comporranno la panchina. Fuori classe, sostituti, giovani e meno giovani sono **il vero capitale umano** che rende possibile raggiungere determinati risultati.

La nostra formazione si muove compatta, affiatata, chi ha bisogno di prendere fiato, per continuare, non viene mai lasciato indietro.

Riportando fedelmente una citazione di **Gianluca Birtig**, ex calciatore professionista, attuale responsabile *food experience* per CDA, afferma "... i dipendenti possono portare le loro passioni e declinarle sul posto di lavoro, trasmettendo così maggiore energia e voglia di costruire insieme".

Nessun ruolo è più importante dell'altro, tutti sullo stesso piano, come da organigramma aziendale, ognuno porta le sue esigenze e osservazioni, le condivide e da lì comincia **il confronto costruttivo**, che rimodella competenze e responsabilità.

InformAzione continua.

Anche le gare d'appalto vengono svolte con lo stesso principio di condivisione e consapevolezza, per ripartire compiti e mansioni da ricoprire e raggiungere il traguardo prefissato.

Salute e sicurezza dei dipendenti completano la strategia di sostenibilità, con la

certificazione volontaria

BSOHSAS 18001, protocollo identificato come standard internazionale per un sistema di gestione in materia.

Nessun talento viene sprecato, anche la più giovane delle risorse viene servita con un assist da trasformare in goal.



Andrea Martellani e Alessandro Venuto
operatori addetti al rifornimento

Testa o croce? **La moneta rimane in tasca.**

Centro Dolce Friuli S.r.l.
via Europa 7 • zona ind. Carpacco di Dignano
Udine - ITALIA

Ora, palla al Centro.
Siamo in Centro Dolce Friuli, in provincia di Udine.
Quarant'anni di conoscenza del territorio e del settore food and beverage per GDO, canali HO.RE.CA. e gruppi di acquisto, con una distribuzione capillare in Friuli Venezia Giulia e Veneto.

Al suo attivo **più di 2.000 prodotti** a magazzino, con un'attenzione particolare per gli **alimenti a km 0 e i senza glutine.** Già nostro fornitore per diversi prodotti monoporzione, l'azienda di Carpaccio di Dignano, da giugno, ha attivato una collaborazione su un nuovo asse, pensato apposta **per i dipendenti delle aziende:** fare la spesa direttamente da un centro di distribuzione alimentare, saltando l'anello della grande distribuzione (ipermercati, ristoranti, bar...) **con un risparmio di circa il 20%** sullo scontrino finale. Così è nato **FreeMarket**, un progetto sperimentale, che nasce dalla **concertAzione** tra aziende, pensato in partnership con CDA.

Ogni singolo prodotto, dal dolce al salato, sarà venduto a costi inferiori rispetto ai prezzi del tuo supermercato di fiducia. Singoli, famiglie o gruppi, tutti possono fare il loro ordine, **con l'unico vincolo di essere dipendenti CDA** o di altre aziende che partecipano al progetto. Nessun limite per tipologia e marca, compresi **i prodotti locali a marchio Tissi**, distribuiti in esclusiva da Centro Dolce Friuli. Anche in CDA, la partita comincia dal centrocampo, con Centro Dolce Friuli.

centrodolce.com

LEKKERLAND[®]
 Centro Dolce Friuli srl

Cda
 Una scelta naturale

**Centrifuga di frutta e verdura,
ancora una scelta naturale.**



Una parte di frutta e una di verdura, miscelare con cura, servire fresco. Non si tratta della ricetta di un cocktail, ma di un mix perfetto: Fru-veg Drink di Biofarma.

9

Industria
innovazione e
infrastrutture



Fedeli alla politica aziendale, continuiamo a **puntare su benessere e salute**, con l'inserimento di un **integratore alimentare naturale** prodotto da Biofarma, punto di riferimento internazionale nel campo del *consumer health and beauty care*. Dalle vitamine ai minerali, il concentrato conserva tutte le proprietà nutrizionali degli alimenti mixati. Consigliato dopo una giornata impegnativa o al termine di attività fisiche e sportive, **riduce la stanchezza e l'affaticamento**, ricco di antiossidanti provenienti dalla curcuma, mango e melograno. Una vera e propria centrifuga, la cui esclusiva di distribuzione, per il vending, spetta a CDA. Il nostro approccio all'innovazione e alle proposte sempre in linea con le esigenze di chi preferisce mangiare sano, ci ha premiato negli anni con la fiducia dei nostri clienti; da parte nostra l'impegno rimane costante negli investimenti in ricerca e sviluppo. Anche in questo caso, la proposta di Biofarma, accolta con entusiasmo da tutto lo staff, è stata prima

testata, solo in un secondo momento si è passati allo studio di fattibilità, non aveva alcun senso proporre solo per diversificare l'offerta, non sarebbe stata **innovAzione**, non quella che intendiamo noi.

Capire la giusta quantità, la temperatura per essere consumato fresco e non freddo, sono stati tra gli ostacoli più importanti da superare, parliamo di un **preparato a base di frutta e verdura**, è molto semplice che, sbagliando alcuni valori, grumi e cristalli di ghiaccio avrebbero potuto rendere la centrifuga sgradevole, per gusto e consistenza. Non è successo. Questa volta abbiamo preferito allargare il campo, con un vero outsider che ci ha permesso di rimanerne a bordo e prenderci cura dei nostri atleti.



**Lasciamo le disuguaglianze
alla matematica.**

10

Ci sono diversi modi per ufficializzare una vittoria, con il punteggio che compare sul tabellone luminoso o con le spunte da apportare su un elenco di obiettivi da raggiungere. Il primo vale per una sola partita, il secondo per tutto il campionato.

10

Ridurre le disuguaglianze



Nuove squadre, **formAzioni** che retrocedono o che vengono promosse, ogni anno il gioco cambia, l'importante è voler vincere. Tutti.

Per il 2018, il nostro girone ci ha messo a confronto con una delle sfide più grandi: **ridurre le disuguaglianze**, grazie a una politica di welfare ben mirata. Abbiamo schierato le nostre migliori azioni

- il libero accesso alla formazione e informazione, con l'attivazione della piattaforma TXT, per l'acquisto di libri scolastici e di lettura. A carico di CDA un importo stabilito, per ogni dipendente o per i suoi figli;
- la sottoscrizione di un'assicurazione sanitaria integrativa per tutte le risorse umane, operazione portata avanti con il gruppo UNIPOL, per coprire e integrare molti servizi sanitari per i dipendenti;

- l'attivazione del servizio FreeMarket con Centro Dolce Friuli, rivolto alle piccole, medie e grandi aziende, per fare la spesa comodamente da casa o in azienda, pagando un prezzo nettamente inferiore rispetto al supermercato;
- l'adesione al progetto Orto in Tasca, per l'acquisto di frutta e verdura a km 0, con un ulteriore sconto del 5% rispetto al prezzo di listino;
- la messa a disposizione dell'autolavaggio aziendale, per due volte al mese;
- la possibilità di ricevere pacchi e corrispondenza personale, utilizzando l'indirizzo postale dell'azienda.

Così chiudiamo il nostro girone, con tutte le spunte agli obiettivi che ci eravamo prefissati per la stagione 2018.





Bianco come il latte.

Venchiaredo S.p.A.
via Ippolito Nievo, 31
Ramuscello di Sesto al Reghena
Pordenone - ITALIA

**Se l'unione fa la forza, la cooperazione vince.
Un legame a due: Venchiaredo, tra i maggiori produttori di stracchino in Italia, e CDA, per la fornitura di monoporzione per il vending.**

La cooperativa di Sesto al Reghena, da cinquant'anni fonde tradizione e innovazione per la produzione dello stracchino. Le modalità con cui viene prodotto rimangono **alta qualità e difesa del territorio**, le stesse che permettono di alimentare in modo sano e naturale i capi di bestiame allevati: **le vacche pezzate rosse**. Il nome dell'azienda è sempre lo stesso: Venchiaredo, omaggio alle fontane di Sesto al Reghena, tanto decantate dal poeta Ippolito Nievo. Nel 2006 cambia solo l'assetto societario, passando a **società per azioni**, di cui la cooperativa continua a mantenere le quote di maggioranza. Il core business rimane immutato: la produzione di formaggi molli. Nata alla fine degli anni Sessanta da un gruppo di allevatori, Venchiaredo ha sempre puntato su alta qualità e sicurezza, un dato per tutti: circa **17.000 controlli effettuati ogni anno**, in entrata e in uscita; modalità di produzione che ha contribuito a rispettare i

parametri per rientrare come **stracchino a marchio AQUA**. Un valore aggiunto riconosciuto a diversi livelli, dalla grande distribuzione e dal vending. Fiore all'occhiello, il nuovo **cogeneratore di energia elettrica da 635 KW**, alimentato a gas metano, in grado di coprire l'80% del fabbisogno dello stabilimento, per produrre acqua calda e vapore, utilizzati per le utenze di fabbrica, dove si svolgono i processi termici. Un considerevole risparmio di costi di energia elettrica e **un notevole calo di emissioni in atmosfera**, circa 1.000 ton. di anidride carbonica, per **una diminuzione 450 ton. di petrolio**, che rendono Venchiaredo più vicina all'ambiente. Questa volta a fare punto è una squadra amica, gemellata con CDA, per intenti e modalità di produzione.

venchiaredo.eu



Globalmente locale.



11

Città e
comunità
sostenibili



Protagonista è il territorio, con le sue risorse umane, vero valore aggiunto di questa azienda. Oltre settanta dipendenti, in costante formazione, ognuno per il suo settore.

Di competenza e flessibilità abbiamo fatto i principi cardine che da sempre caratterizzano il nostro personale. Come una squadra, nessuno rimane indietro, nessuna area è mai rimasta scoperta, se qualcuno ha degli impegni extralavorativi che non gli permettono di essere presente in azienda, i suoi colleghi di lavoro ripartiscono all'interno del team le mansioni da svolgere. Anche questo risulta naturale, **l'importante è portare a casa un buon risultato.** In azienda ce lo ripetiamo con una certa costanza: il gruppo è cosa diversa dalla squadra, il primo somma il valore dei suoi componenti, la seconda li moltiplica.

È grazie a questo modo di fare che ogni nuova commessa o gara, a cui siamo chiamati a prendere parte, ci vede dare sempre il massimo, nessuno si è mai tirato indietro, tutti sulla linea di partenza, una staffetta che vede il testimone passare di mano in

mano, con cambi da manuale, in perfetta **sincronizzazione.** Chicchi che scendono, tostati e macinati, per un buon caffè, come **Chicchi di Sicurezza**, il progetto è in collaborazione con la Gesteco, che promuove il lavoro sostenibile e l'invecchiamento in buona salute, a partire dal primo giorno di lavoro, prevenendo i problemi legati alle abitudini quotidiane; dentro e fuori l'ufficio, per chi lavora con le flotte e chi ricopre mansioni di concetto. Dalla sicurezza stradale, all'utilizzo del telefonino, sempre nel rispetto delle regole ambientali. Come affermato da Fabrizio Cattelan "sono pillole comportamentali", proiettate sui distributori touch screen dei distributori di caffè, un modo veloce e semplice di comunicazione. Siamo al golden goal, che la partita ricominci.



**Basta un punto, per avere
un vantaggio considerevole.**



12

Consumo e
produzione
responsabili

“R” come ricerca di nuove soluzioni, “S” come sviluppo sostenibile, i due aspetti non devono mai essere slegati, perché una buona azione va sempre integrata con le politiche ambientali e la salvaguardia del territorio.

Piccola, media o grande che sia, l'attività d'impresa, a prescindere dai mercati in cui sviluppa il suo core business, ha l'obbligo morale di seguire regole di correttezza e principi morali, che arricchiscono il tessuto sociale in cui è chiamata a operare. Impossibile parlare di una grande squadra, se i suoi componenti non hanno la **preparAzione** giusta.

L'azione vincente, quella che porta a fare goal, viene costruita con i passaggi giusti: difesa, centrocampo, attacco. Punto.

A ognuno la sua parte, la nostra, come una schema di gioco preparato con strategia, la schematizziamo così

- 18.500.000 bicchieri monouso consumati, che nel tempo stiamo sostituendo con materiali biodegradabili, fino a sperimentare la formula “tazza da casa”;

- 5.000 distributori sparsi in Friuli Venezia Giulia e Veneto, progettati con la modalità stand-by, per risparmiare energia quando non vengono utilizzati per alcune ore;
- installazione di pannelli fotovoltaici, per ridurre il consumo energetico;
- scelta mirata nell'acquisto di autoveicoli che compongono la flotta di distribuzione;
- preferenza per i prodotti a km 0;
- riduzione delle emissioni di CO2, attraverso l'ottimizzazione dei processi produttivi e l'utilizzo di carburanti alternativi;
- sponsorizzazione della squadra Volley Talmassons;
- apporto economico e logistico per organizzazioni no profit
- Operazioni di *cause related marketing* con le ong del territorio.

Siamo solo all'inizio, la partita è appena cominciata.



Cercasi squadre vincenti.





I riflettori del campo sono ancora accesi, la sfida non è finita e la palla continua a essere in campo, lì ferma, pronta per essere ancora giocata. Servono altri atleti, decisi e determinati, per vincere con 17 goal di vantaggio.

17
Partnership
per gli obiettivi



Adesso tocca a te. Noi, con i nostri migliori atleti, abbiamo giocato una partita, soddisfatti del risultato raggiunto. Per ogni punto messo a segno ci siamo emozionati, esaltati e convinti che possiamo raggiungere il risultato sperato. Il tempo a disposizione non è finito, gli schemi di gioco saranno sempre aperti a nuovi compagni di squadra. Quelli che abbiamo messo in campo sino a ora sono pronti a giocare ancora. A loro il nostro più sentito ringraziamento per aver creduto, come noi, che il risultato non era difficile da raggiungere, servivano solo visionari e fantasisti in grado di segnare da ogni parte del campo e in qualsiasi ruolo assegnato.

Una dimostrazione importante che teniamo a sottolineare con un sentito grazie.

Possiamo fare la differenza, vogliamo vincere non ci interessa partecipare, la posta in ballo è troppo alta. Coppe, trofei e riconoscimenti non servono.

Ancora grazie a tutti.

Partner, colleghi e amici è sempre bello fare squadra con voi.



Sandro Zanini e Giacomo Pontoni
Assistenza tecnica

I tifosi sono sempre in campo.



Qualsiasi torneo ha un calendario di incontri, giocare più partite nella stessa giornata potrebbe compromettere il risultato, passare da un campo all'altro rovina la concentrazione e disattende le aspettative. Risultato falsato.



Questa volta ci viene chiesto di competere su 17 campi da gioco, aree e temi individuate dalle Nazioni Unite sotto il nome di Europa 2030, per creare un mondo migliore, senza che nessuno sia escluso. Purtroppo, alcune non sono sfide che possiamo accettare come squadra, possiamo farlo come singoli o come famiglie, ma, come azienda, risulta lontano da campi e palazzetti in cui abbiamo deciso di essere in prima linea.

- Sconfiggere la povertà
- acqua pulita e servizi igienico-sanitari
- lotta contro il cambiamento climatico
- flora e fauna acquatica
- flora e fauna terrestre
- pace e giustizia

questi goal, non ci vedranno partecipi come CDA, possiamo solo fare il tifo per il **raggiungimento dell'obiettivo**.

Nessuna di queste aree può essere migliorata dalla nostra vision o mission aziendale. Sarebbe come chiedere di giocare a volley in un campo da football. Però, **possiamo sviluppare comportamenti socialmente responsabili**, creare massa critica, attraverso convegni e workshop o con l'aiuto delle associazioni di categoria, così come ha fatto Confindustria, **creando il manifesto per le imprese che cambiano**, dieci punti cardine per uno sviluppo economico sostenibile. Il decalogo, redatto con la **partecipazione** delle imprese del territorio associate, promuove buone pratiche e modelli aziendali in linea con l'ambiente.

Nello specifico

1. spingere verso la consapevolezza delle problematiche sociali e ambientali
2. incidere sulla governance per migliorare la competitività sui mercati
3. sostenere l'innovazione con la diffusione di best practice
4. promuovere la formazione sulla sostenibilità
5. sostenere l'integrità dei comportamenti e il contrasto alla corruzione
6. individuare adeguati strumenti di politica economica, in linea con la responsabilità sociale d'impresa
7. favorire la ricerca con soluzioni in linea con lo sviluppo sostenibile
8. implementare la strategia nazionale con tavoli di lavoro per il raggiungimento dei *sustainable development goals*.
9. consolidare le partnership e lo sviluppo di partnership tra pubblico e privato
10. incoraggiare la cultura della sostenibilità con moduli e percorsi scolastici.

Ogni essere umano o impresa ha l'obbligo di costruire le premesse per lo sviluppo di un sistema di protezione sociale moderno ed efficiente, puntando sul benessere e lo sviluppo, nel rispetto dell'ambiente e dei diritti umani. Come azienda, mettiamo la palla al centro e ci accontentiamo di rimanere a bordo campo per un supporto esterno; come persone, invece, ci proveremo. Intanto, affolliamo spalti e curve, in attesa di gridare "goal".



**Una mela al giorno.
Anche succhi e purea.**

“Lis pomis” è il termine utilizzato nel medio Friuli per indicare le mele. Da qui parte la storia di Rinaldo e Rosa Larcher, insieme ai figli Peter e Karin, fondatori nel 1979 dell'azienda Pomis.

La partnership tra CDA e l'azienda di Mortegliano è consolidata, da anni i nostri distributori automatici offrono mele e relativi succhi e polpa. Le due realtà del tessuto imprenditoriale friulano condividono da sempre **tutela dell'ambiente e rispetto del territorio**, valori che hanno dato vita al manifesto **Pomis Green**, adottato nella filiera di produzione. I punti salienti del protocollo interno possono essere sintetizzati in

- assenza di OGM e glifosati
- utilizzo di soli concimi naturali
- risparmio idrico
- nessun residuo di prodotti fitosanitari
- riduzione delle emissioni di CO₂
- recupero di materiali da imballo.

Qui si parla **solo di km 0 e prodotto biologico**, di valori ambientali e sociali alla base delle colture, raccolta e trasformazione delle mele in succhi e polpa. Dal 2010, anno in cui è nata la **combinAzione** Pomis- CDA, l'offerta per il vending dei prodotti Pomis è cresciuta, a oggi sono **sette gli articoli** inseriti, a cui si aggiungerà **la linea Mirinde, purea di frutta al 100%**. Nessun conservante o colorante, con un packaging tutto in carta e tappo antisoffocamento in plastica riciclata.

Mela, mela e pera, mela e kiwi, mela e mirtillo, mela e fragola sono le fragranze che presto faranno la loro comparsa in campo.

pomis.com



Una domanda due risposte. **DelucidAzioni**, quelle di due collaboratori CDA: Eusebio Sacripanti, operatore, e Antonella Araboni, backoffice. Due punti di vista che raccontano come vivono il loro lavoro e l'azienda.

Da quanto lavori in CDA?

Antonella: da 16 anni, i primi 5 ero addetta alla "sala conta".

Eusebio: da 20 anni, ho cominciato con mansioni interne, per poi passare a operatore esterno.

In che cosa consiste il tuo lavoro?

Antonella: mi occupo della gestione delle telefonate in entrata, la compilazione corretta dei documenti di trasporto, il controllo cassa giornaliera, riepilogando le entrate e uscite della giornata e la gestione del progress quotidiano.

Eusebio: operatore addetto alla manutenzione e caricamento dei distributori. Sono l'interfaccia con i clienti.

Quali sono i punti di forza e le criticità del tuo lavoro?

Antonella: le criticità principali sono il dover rispondere al telefono, mentre cerchi di svolgere lavori importanti che richiedono concentrazione. Punti di forza è la voglia di svolgere bene il proprio lavoro, aspetto che negli anni è diventato sempre più importante. Fondamentale è che il lavoro deve piacerti, altrimenti si corre il rischio di non svolgerlo bene.

Eusebio: sono indipendente nella mia tabella di marcia quotidiana, posso gestire in autonomia tutti gli interventi, anche quelli dell'ultimo momento. Mi reputo una persona empatica, che ama il contatto con la gente e il confronto con gli altri.

Punto debole... direi che il continuo ricevere feedback dai committenti mi porta a ricercare la tranquillità in ogni momento.

Come sono i rapporti con i colleghi?

Antonella: siamo una grande famiglia fatta di persone.

70 per la precisione.

Come in tutti gli ambienti, si cerca di andare d'accordo con tutti, ognuno di noi ha caratteri diversi.

Come si dice, non

si può piacere a tutti.

Eusebio: Mediamente buoni, anche se non nego che a volte possa generare tensioni e incomprensioni, che durano poco più di un giorno. Siamo sempre una squadra, no?

Cosa vuol dire far parte di una squadra come CDA?

Antonella ed Eusebio: ci sentiamo come in una grande famiglia.

Quali vantaggi ha un'azienda gestita in questo modo?

Antonella: il vantaggio è che riesci, con il tuo impegno e con quello dei tuoi colleghi, a soddisfare le esigenze del cliente, cercando di fare sempre meglio.

Eusebio: mi sento parte di un gruppo compatto, con un nucleo nato quarant'anni fa e diventato, anno dopo anno, una certezza per tutti noi.

CDA È **ORGANIZZAZIONE.**



GENNI PONTE - LIBERO
COSTANZA NERI - PALLEGGIATRICE
VALENTINA FACCO - SCHIACCIATRICE

Cda
Una scelta naturale

IL GIOCO DI SQUADRA È UN'AZIONE NATURALE.

Tutti possono fare gruppo, ma in pochi riescono a essere squadra. CDA e la Volley Talmassons lo sanno, conoscono il loro ruolo nel gioco e conquistano punti sul campo, seguono schemi precisi e un'organizzazione impeccabile, fino a raggiungere gli obiettivi stabiliti: soddisfare il cliente e valorizzare le proprie risorse. È solo con l'unione che si raggiungono traguardi importanti. La famiglia Cattelan negli anni ha scelto la formazione e la squadra vincente non si cambia.

SCAMBIO ENERGETICO.

11/09/2011

PARTECIPAZIONE

MOTIVAZIONE

ORGANIZZAZIONE

COLLABORAZIONE


Una scelta naturale

LE AZIONI IMPORTANTI NASCONO DA UNA SCELTA NATURALE.

Difendi, alza, schiaccia. In campo.
Schiaccia, alza, prendi. In pausa.

Sarà sempre un punto a tuo favore, basta fare le scelte giuste e le azioni si costruiranno da sole, in modo naturale. È uno scambio continuo di energie tra la nostra azienda e il territorio in cui opera, come l'ingranaggio perfetto di un distributore che non deve incepparsi mai, in questo modo la partita diventa senza rivali. A scendere in campo è sempre un gruppo compatto e motivato, che ha fatto della collaborazione, partecipazione e organizzazione il suo gioco di squadra. Così impariamo a vincere tutti.