

IN PARTNERSHIP CON

PRO
SPE
RAH



CFADDA

IL BRICO 100% SARDEGNA 

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2023





LA VITA È BELLA!
E noi siamo qui per renderla tale,
creando valore sostenibile.



Lettera agli stakeholder.....	03
Chi siamo.....	06
La nostra strategia di sostenibilità.....	12
Cultura Aziendale & Governance.....	19
Persone & Sviluppo.....	29
Innovazione.....	39
Ambiente.....	43
Comunità & Territorio.....	53
Conclusione.....	57
Appendix.....	60

Lettera agli stakeholder



Cari Stakeholders,

esperienza, serietà, professionalità e innovazione, sono i valori che identificano la nostra Azienda che da più di 140 anni è il riferimento per il settore del bricolage e fai da te in Sardegna. È sulla base di tali valori che abbiamo posto in essere le iniziative in campo sociale, ambientale e organizzativo per raggiungere i nostri obiettivi di sostenibilità.

La nostra storia, unita alla nostra capacità di trovare nuove opportunità, ci ha portato ad intraprendere un percorso che ci guida al cambiamento e all'innovazione con una nuova consapevolezza, guardando al futuro e puntando sulla sostenibilità. Per questo motivo, nel 2023 abbiamo deciso di redigere su base volontaria il nostro primo Bilancio di sostenibilità.

Desideriamo aggiornarvi sulla situazione attuale dell'azienda e sulle prospettive future, anche relativamente ai temi della sostenibilità. In questi ultimi mesi, abbiamo affrontato numerose sfide, ma anche colto importanti opportunità che ci consentono di guardare al futuro con sicurezza e ottimismo.

Siamo lieti di informarvi che, nonostante le difficoltà legate al contesto economico e alla situazione geopolitica critica in Europa e in alcuni paesi limitrofi ad essa, la nostra Azienda si è distinta per la sua crescita e per le attività di sviluppo poste in essere e a essa connesse.

Abbiamo ampliato la nostra offerta di prodotti, migliorandone la qualità, e abbiamo ampliato e integrato i nostri servizi, ottenendo riscontri positivi sia dai clienti che dai partner commerciali.

L'innovazione, affiancata da qualche tempo anche all'impegno verso la sostenibilità, continua a essere un pilastro fondamentale della nostra strategia. Siamo convinti che stare al passo con i tempi dal punto di vista tecnologico sia sempre più importante.

Guardando avanti, abbiamo identificato diverse aree di sviluppo strategico e sostenibile su cui intendiamo concentrarci:

1. Innovazione: Stiamo investendo da anni nell'innovazione tecnologica e nella digitalizzazione per migliorare l'efficienza operativa e offrire un'esperienza cliente sempre più integrata e personalizzata. Un esempio sono i nuovi negozi inaugurati dopo il 2020, realizzati secondo il moderno concept che integra il negozio fisico tradizionale con quello online, puntando sulla digitalizzazione e sull'integrazione dei servizi tra i due canali commerciali.

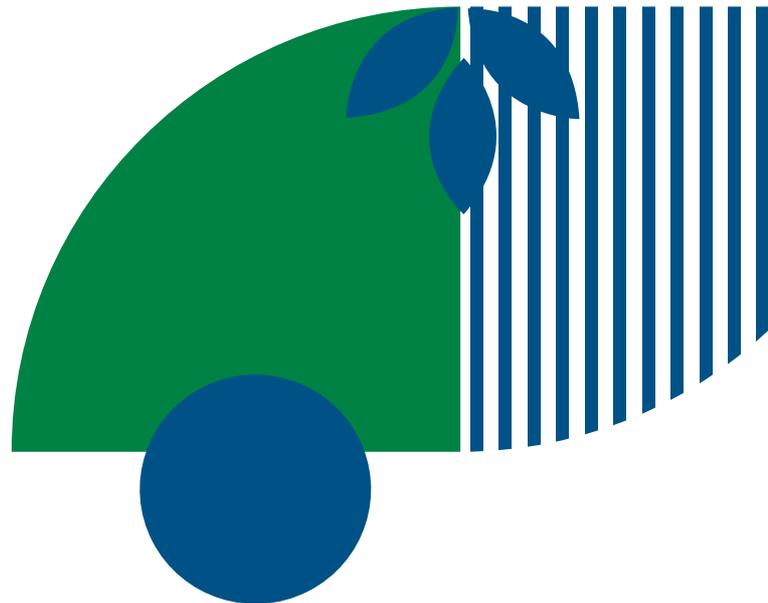
2. Prosperità economica: Nel 2023 abbiamo aperto il nuovo negozio di Settimo San Pietro. Per il futuro prevediamo di consolidare la nostra presenza sul territorio regionale, e di affacciarci su nuovi mercati, a livello nazionale, per cogliere ulteriori opportunità di crescita (Ecommerce).

Inoltre, crediamo che sia sempre più importante valorizzare e far crescere i nostri collaboratori, che vogliamo ringraziare di cuore perché con il loro lavoro hanno contribuito alla crescita della nostra Azienda. Continueremo quindi a investire nella loro formazione e nelle attività di welfare aziendale.

3. Ambiente e Risorse Naturali: Nel 2023 abbiamo installato il primo impianto fotovoltaico nel nostro negozio di Cagliari, e attivato altre soluzioni per migliorare l'efficienza energetica, soprattutto nel campo dell'illuminazione interna dei negozi. Continueremo sempre con maggior impegno a promuovere pratiche sostenibili, riducendo l'impatto ambientale delle nostre attività e contribuendo positivamente alla comunità.

Il Bilancio di Sostenibilità rappresenta uno stimolo per continuare a migliorare in termini di sostenibilità ambientale, responsabilità sociale e creazione di valore, e per analizzare i risultati ottenuti per un futuro più sostenibile.

Siamo contenti dei traguardi raggiunti e siamo consapevoli che c'è ancora tanto lavoro da fare.



Il successo della nostra Azienda è il risultato di una stretta collaborazione tra tutti gli stakeholders. Il vostro continuo supporto è fondamentale per il raggiungimento dei nostri obiettivi. Siamo impegnati a mantenere una comunicazione aperta e trasparente, garantendo che sarete costantemente aggiornati sui progressi e sulle sfide che affronteremo.

In conclusione, desideriamo ringraziarvi per la vostra fiducia e il vostro supporto. Siamo convinti che, lavorando insieme, potremo superare ogni sfida e costruire un futuro ancora più brillante per la nostra Azienda, per tutti e per il nostro pianeta.

Con stima,

Roberto Fadda
Presidente
Cosimo Fadda Holding S.p.A.

Se CFadda avesse un superpotere, secondo te quale sarebbe e perché?

Determinazione, perché tutto ciò che ci si prefigge si porta a termine.

| **Collaboratore interno** |

L'umiltà è il più grande superpotere, perché grazie all'umiltà si tengono delle basi ben solide grazie alle quali ogni obiettivo individuato dalla notevole visione del Gruppo risulta possibile.

| **Collaboratore interno** |

La Superesilienza: ovvero la super capacità di resistere ad un urto, adattarsi e ritornare alla forma iniziale assorbendo e sfruttando l'energia rilasciata dopo la deformazione. Niente scoraggia la nostra Azienda, anzi ne esce sempre più forte.

| **Collaboratore interno** |

CHI SIAMO



L'AZIENDA

La famiglia Fadda si affaccia all'attività commerciale nel campo della ferramenta nel 1880, quando Ignazio Fadda apre un piccolo negozio nella centralissima via Angioy a Cagliari. Nel 1926 prende le redini della ditta il figlio di Ignazio, Renzo, che consolida l'attività di famiglia guardando al futuro con l'inserimento delle macchine per lavorare il legno e il ferro. Nel 1955 il testimone passa nelle mani di Cosimo e Ninni, figli di Renzo.

All'inizio degli anni '80 Cosimo Fadda si convince che è giunto il momento di uscire dall'ambiente ristretto del centro storico e puntare su una zona più periferica ma facilmente raggiungibile non solo dai clienti della città ma anche da quelli dell'hinterland, che in quel periodo cresce a dismisura. Nel 1982 arriva l'occasione con un terreno in via Calamattia, allora estrema periferia del capoluogo, che con lungimiranza Cosimo Fadda decide di acquistare, rischiando e puntando sul futuro della sua azienda. In via Calamattia nasce così la nuova azienda che opera con il logo "CFadda" e si specializza nel bricolage, mettendo a disposizione dei clienti parcheggi, ampi locali con vasta esposizione, personale specializzato, migliaia di articoli e, per primo nel settore, il sistema di vendita self service: è un successo che fa balzare la ditta al primo posto nell'isola.

Accanto a Cosimo iniziano a collaborare anche i figli: Roberto, Lorenzo, Andrea e Francesca. L'impresa si consolida e comincia a guardare con maggiore determinazione al futuro con l'obiettivo di diventare leader in Sardegna nel settore del bricolage. L'espansione continua e negli anni vengono inaugurati diversi punti vendita sul territorio.

Una crescita costante e solida, favorita dall'armonia familiare e dal supporto di tutti i collaboratori.

Finanziariamente la CFadda si articola in una holding centrale (Cosimo Fadda Holding S.p.a.), una società di servizi (Conbrico s.c.a.r.l.), 4 società operative (12 punti vendita fisici e 1 un punto vendita E-commerce) e una società che gestisce le importazioni di merci e gli acquisti dall'UE, oltretutto la relativa logistica.

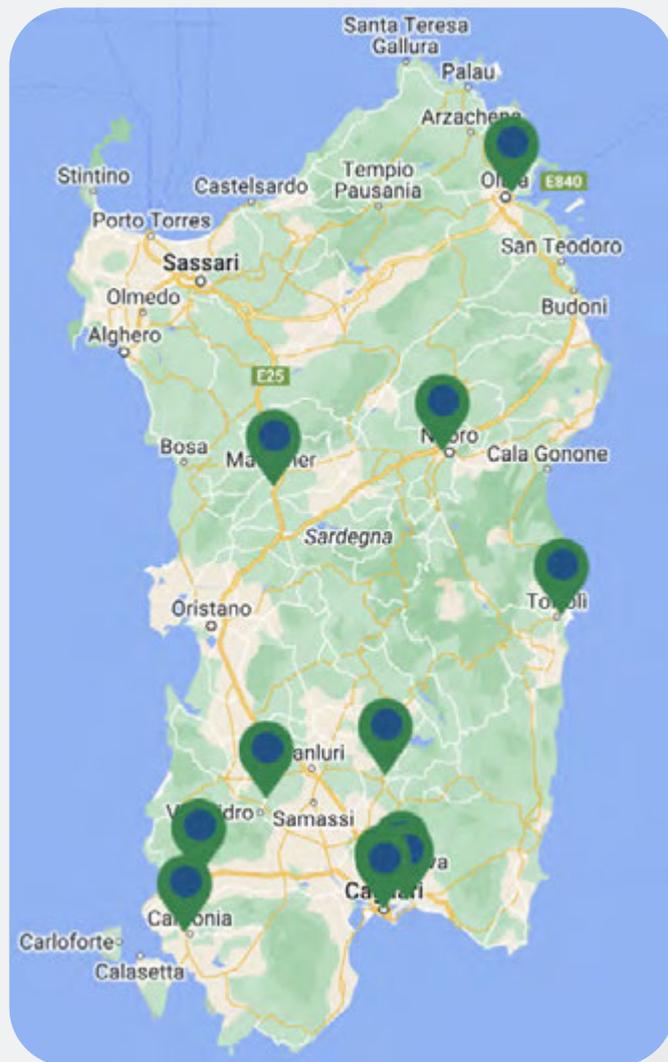
Il 1 gennaio 2011 il Gruppo CFadda è ufficialmente entrato a far parte del consorzio d'acquisto nazionale BricoLife, del quale Cosimo Fadda è stato presidente durante i primi tre anni di attività, dopo i quali, nel 2014, gli è succeduto il figlio Roberto, che ancora oggi ricopre il ruolo di Presidente del consorzio. Nel 2014 è stato inoltre rinnovato il sito istituzionale CFADDA.COM, la cui novità principale è costituita dall'introduzione della sezione E-commerce. I valori positivi trasmessi dall'azienda, vengono identificati nel 2015 dal payoff "LA VITA È BELLA", presentato nella convention aziendale 2015.

Tra le novità più recenti del Gruppo troviamo l'apertura nel 2020 di un nuovo format di negozio "CFADDA QUI", aperto in centro città a Cagliari; nel 2021 viene lanciata la nuova App CFadda, un'App veloce, dinamica e tecnologica destinata a cambiare in maniera significativa le modalità di shopping rafforzando la relazione con il cliente.

Contemporaneamente i punti vendita raggiungono più alti livelli di digitalizzazione al servizio del cliente, grazie a numerosi e grandi monitor che illustrano i servizi disponibili e pratici totem touch screen che permettono di effettuare la sottoscrizione e l'aggiornamento dei dati delle Card Vantaggi CFadda, nonché di acquistare con la consulenza degli esperti CFadda tutto quello che non è fisicamente presente all'interno del negozio. Ultima novità: l'apertura del 12° negozio a Settimo San Pietro il 23 marzo del 2023.

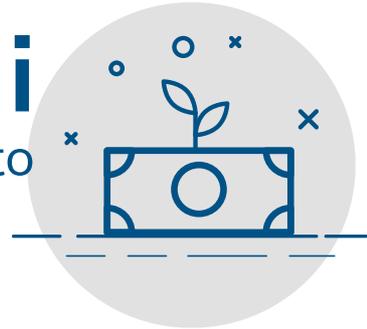
Esperienza, serietà e professionalità, sono le caratteristiche che identificano il Gruppo CFadda, un'azienda che da oltre 140 anni è il riferimento per il settore del bricolage e fai da te in Sardegna.

I NOSTRI NEGOZI



 <p>SETTIMO SAN PIETRO SP15 KM, FIANCO LIDL - Settimo San Pietro (CA)</p>	 <p>CAGLIARI SAN BENEDETTO Via Francesco Cocco Ortu, 45 - Cagliari San Benedetto (CA) (fronte mercato di San Benedetto)</p>	 <p>TORTOLÌ-ARBATAX Z.I. Arbatax, Località Baccasara, Comparto 4 - Tortolì (CA)</p>
 <p>VILLACIDRO Presso Centro Commerciale Sant'Ignazio, Strada Provinciale 14bis, Km 4,5 - Villacidro ()</p>	 <p>CAGLIARI Via Calamattia 16 - Cagliari (CA)</p>	 <p>CARBONIA Via Nazionale, ex Mercati Generali - Carbonia (CI)</p>
 <p>MACOMER Z.I. Tossilo, svincolo Strada Statale 131, Km 138 - Macomer (NU)</p>	 <p>IGLESIAS Corso Colombo 82 (lato Eurospin) - Iglesias ()</p>	 <p>NUORO Viale della Resistenza, angolo via San Giovanni Bosco - Nuoro (NU)</p>
 <p>QUARTU SANT'ELENA Via Monsignor Virgilio Angioni, snc - Quartu Sant'Elena (CA)</p>	 <p>OLBIA Via Indonesia - Olbia (SS)</p>	 <p>SENOBÌ Strada Statale 128, lato Eurospin - Senorbì (CA)</p>

Oltre **€32 milioni**
di fatturato



168 collaboratori
interni



12 punti
vendita
in Sardegna



16.868 clienti
acquisiti nel programma Fedeltà



Highlights

CULTURA AZIENDALE & GOVERNANCE

Siamo una squadra composta da quasi 170 persone che lavorano all'unisono per creare valore condiviso per i clienti, l'azienda e il territorio in cui operiamo.

PERSONE E SVILUPPO

Nel 2023 abbiamo erogato 2433 ore di formazione per i nostri collaboratori interni, con l'obiettivo di crescere insieme puntando al futuro.

INNOVAZIONE

In ottica di digitalizzazione, nel 2023 abbiamo dematerializzato le fidelity card: con 16.868 carte rilasciate abbiamo eliminato la necessità di supporti cartacei.

AMBIENTE

Seguendo il protocollo GHG, abbiamo effettuato un calcolo complessivo delle nostre emissioni Scope 1 e 2 e parzialmente di Scope 3, per un totale rilevato di 431,49 ton CO₂eq.

COMUNITÀ & TERRITORIO

Collaboriamo con diverse associazioni del territorio fornendo il nostro supporto economico a progetti di grande valore sociale e territoriale.

Cosa significa per te lavorare in CFadda?

È una nuova possibilità, una rivincita nel mondo del lavoro che anni fa mi ha esclusa per essere diventata mamma. Da CFadda ho ritrovato la fiducia in me stessa e nelle mie capacità, ritrovato la voglia di fare e di migliorarmi. Ho anche ricominciato gli studi universitari. Auguro a chiunque di trovare un'azienda come CFadda.

| **Addetta UAC** |

Significa rinascita. Ho trovato un'azienda seria e stimolante che ti da buone possibilità di crescita, ti supporta e ti fa sentire apprezzata. Auguro a tutti di trovare un'azienda come CFadda.

| **Referente di settore** |

Per me lavorare da CFadda significa tanto, un'azienda solida, molto avanti con le tecnologie e attenta con i propri collaboratori

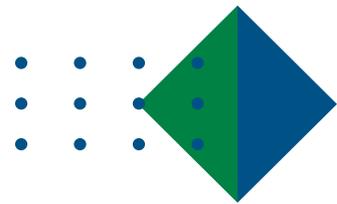
| **Referente di settore** |

LA NOSTRA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ



Purpose Mapping

SBM-2; SBM-3; IRO-1; ESRS S1-2; ESRS (MDR-P/A/M/T)



Cos'è il Purpose Mapping?

In inglese “purpose” significa scopo. Il purpose aziendale è lo scopo, il perché dell'azienda, ciò in cui l'azienda crede e a cui dà valore. Con il supporto del nostro partner Prosperah, abbiamo dunque mappato i valori e la vision aziendale in relazione ai temi della sostenibilità, adottando come riferimento una framework riconosciuta a livello internazionale: gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 (UN SDGs).

Chi abbiamo coinvolto?

Abbiamo attuato una consultazione degli stakeholder selezionando un totale di 153 portatori di interesse di riferimento per la nostra Azienda. Abbiamo riscontrato un'ottima percentuale di partecipazione, con 6 gruppi di stakeholder che hanno preso parte al sondaggio e condiviso con noi la propria opinione. Una volta individuate le priorità di sostenibilità dei nostri stakeholder le abbiamo incrociate con quelle aziendali e sviluppato la nostra matrice in chiave Agenda 2030.

106
COLLABORATORI



29
CLIENTI



7
FORNITORI



3
ENTI FINANZIATORI



6
PARTNER ESTERNI

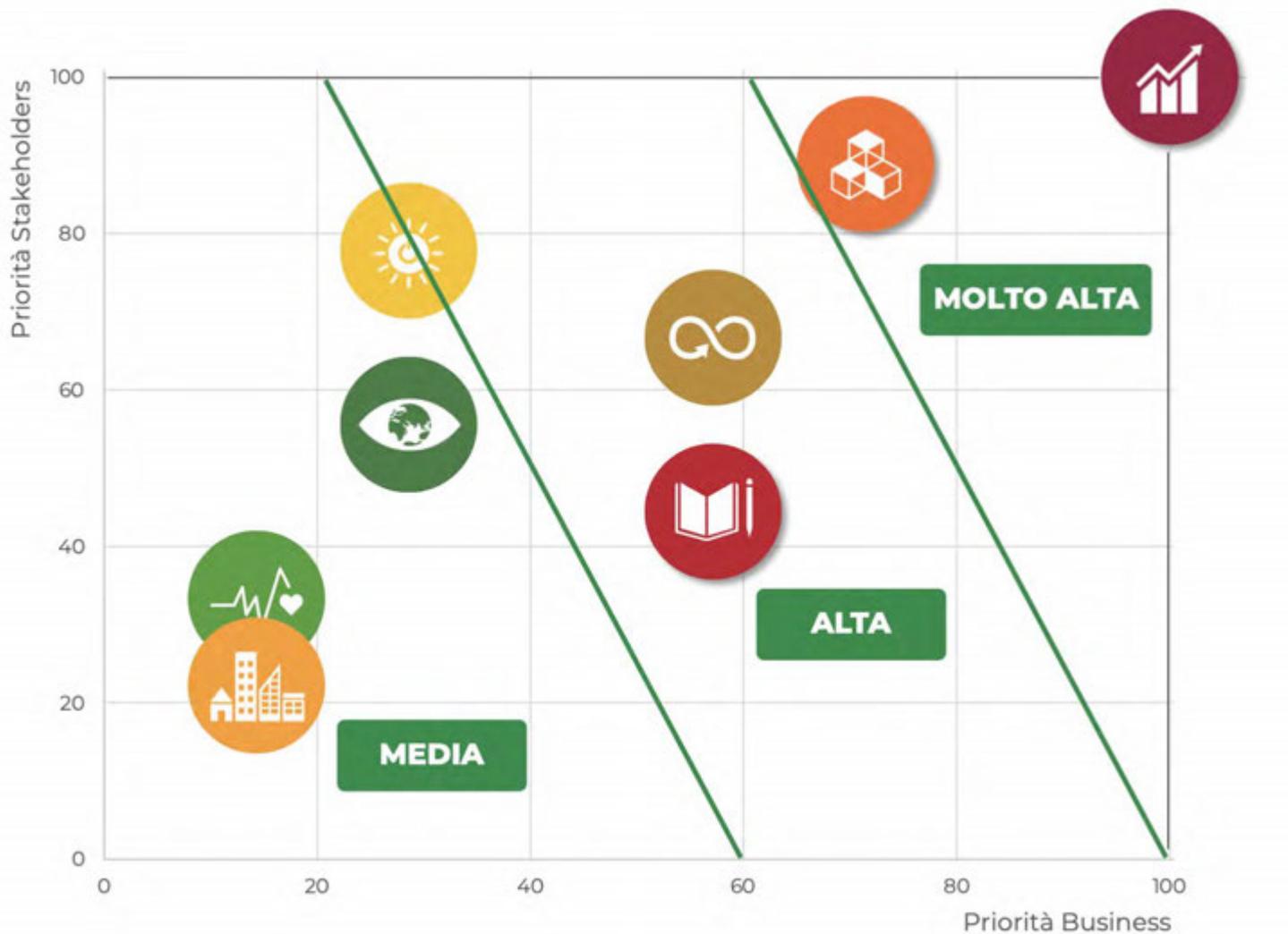


2
ASS. DI CATEGORIA/NO PROFIT



STAKEHOLDER

Gli Obiettivi di CFADDA dell'Agenda 2030



8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE



4 QUALITY EDUCATION



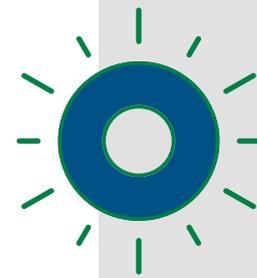
12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



MOLTO ALTA

ALTA

I Target di CFADDA dell'Agenda 2030



MOLTO ALTA



8.1 Sostenere la crescita economica pro-capite a seconda delle circostanze nazionali.

8.2 Raggiungere livelli più elevati di produttività economica attraverso la diversificazione, l'aggiornamento tecnologico e l'innovazione, anche attraverso un focus su settori ad alto valore aggiunto e settori ad alta intensità di manodopera.

8.4 Migliorare progressivamente l'efficienza delle risorse globali nel consumo e nella produzione, nel tentativo di scindere la crescita economica dal degrado ambientale.

8.5 Raggiungere la piena e produttiva occupazione e un lavoro dignitoso per tutte le donne e gli uomini, anche per i giovani e le persone con disabilità, e la parità di retribuzione per lavoro di pari valore.

8.6 Ridurre sostanzialmente la percentuale di giovani disoccupati che non seguano un corso di studi o che non seguano corsi di formazione.

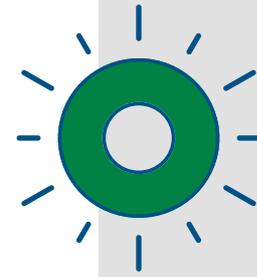
MOLTO ALTA



9.4 Aggiornare le infrastrutture e ammodernare le industrie per renderle sostenibili, con maggiore efficienza delle risorse da utilizzare e una maggiore adozione di tecnologie pulite e rispettose dell'ambiente e dei processi industriali.

9.5 Potenziare la ricerca scientifica, promuovere le capacità tecnologiche dei settori industriali anche incoraggiando l'innovazione e aumentando in modo sostanziale il numero dei lavoratori dei settori ricerca e sviluppo.

I target di CFADDA dell'Agenda 2030



ALTA



4.4 Aumentare il numero di giovani e adulti che abbiano le competenze necessarie, incluse le competenze tecniche e professionali, per l'occupazione, per lavori dignitosi e per la capacità imprenditoriale.

4.7 Assicurarsi che tutti gli studenti acquisiscano le conoscenze e le competenze necessarie per promuovere lo sviluppo sostenibile attraverso, tra l'altro, l'educazione per lo sviluppo sostenibile e stili di vita sostenibili, i diritti umani, l'uguaglianza di genere, la promozione di una cultura di pace e di non violenza, la cittadinanza globale e la valorizzazione della diversità culturale e del contributo della cultura allo sviluppo sostenibile.

ALTA

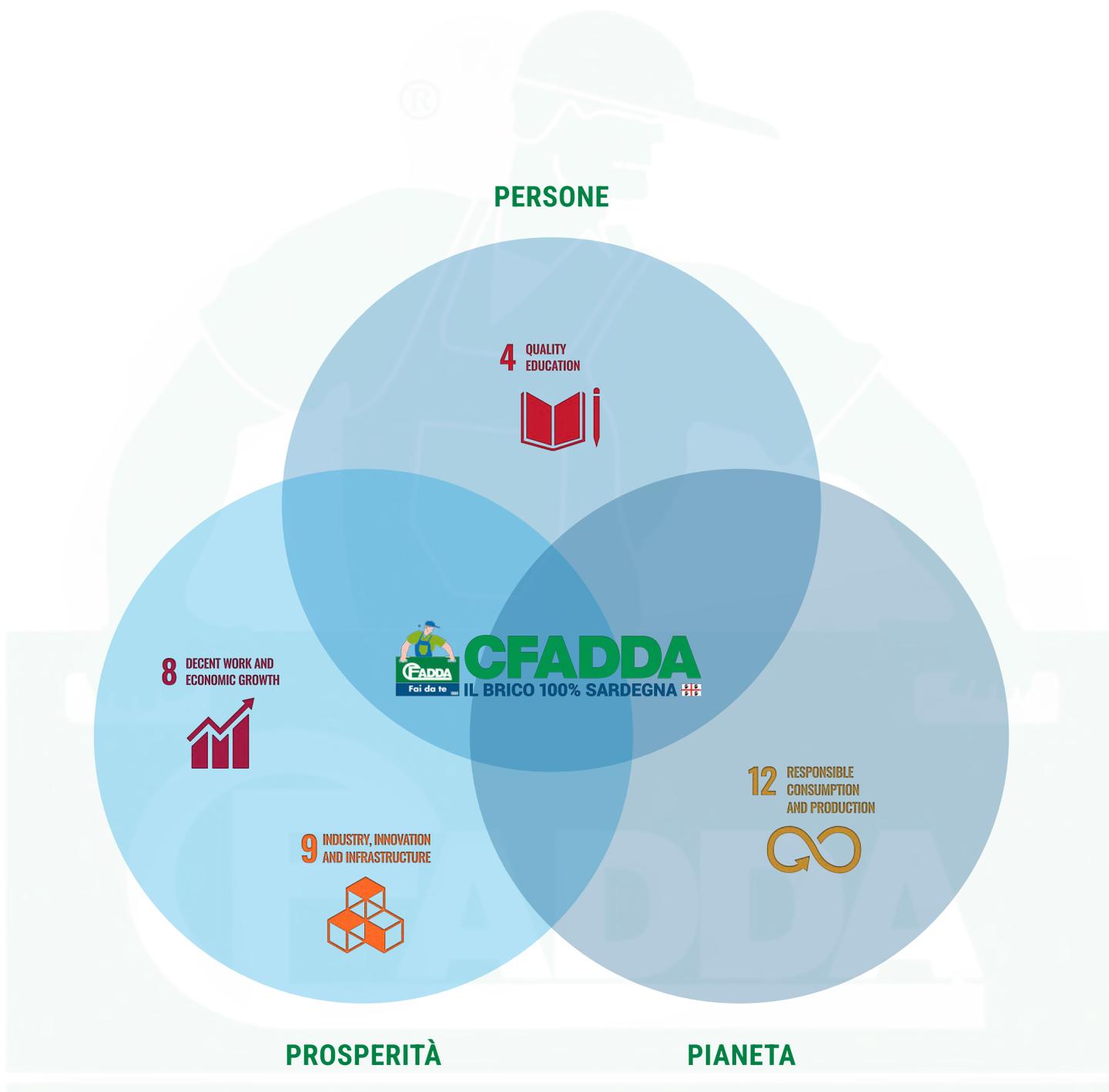


12.2 Raggiungere la gestione sostenibile e l'uso efficiente delle risorse naturali.

12.8 Fare in modo che le persone abbiano in tutto il mondo le informazioni rilevanti e la consapevolezza in tema di sviluppo sostenibile e stili di vita in armonia con la natura.

Lo sviluppo sostenibile in CFADDA

SBM-2; SBM-3; IRO-1; ESRS S1-2; ESRS (MDR-P/A/M/T)



Se volessi descrivere CFadda con 3 parole, quali useresti e perché?

Territorio perché CFadda è un marchio sardo riconosciuto; varietà perché CFadda offre un'ampia scelta di prodotti; cortesia per l'approccio e attenzione per il cliente.

| **Addetta UAC** |

Onestà, perché mi ha sempre trasmesso questo anche da cliente. Rispetto, perché dietro c'è una famiglia che trasmette questo valore. Fiducia, perché la famiglia Fadda ne è assolutamente sinonimo.

| **Collaboratore interno** |

Fiducia, serietà e professionalità. Fiducia – quella che i responsabili attribuiscono ad ogni collaboratore dando a ciascuno la possibilità di crescere ogni giorno sul campo. Serietà – sia verso il cliente, al quale vende prodotti di qualità e verso i dipendenti con i quali rispetta la parola data. Professionalità – relativamente ai servizi che offre e alla formazione che offre ai dipendenti in maniera costante formando quindi un personale competente.

| **Collaboratore interno** |

Famiglia perché siamo un gruppo molto unito, crescita perché ogni giorno abbiamo nuove sfide e nuove cose da imparare e come ultima ma non meno importante affidabilità perché è un'azienda molto seria che vuole il meglio per i suoi collaboratori e per i suoi clienti.

| **Collaboratore interno** |

CULTURA AZIENDALE & GOVERNANCE



4 QUALITY EDUCATION



8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE



12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



Il nostro Purpose

G1-1

Il nostro scopo nobile è quello di creare valore per le persone operando in armonia con l'ambiente. In CFadda creiamo valore sostenibile.

LA NOSTRA MISSION:

Siamo diversi per diventare il miglior negozio di Bricolage al mondo. Ogni giorno ci impegniamo per mettere a disposizione i più svariati prodotti e consigli per abbellire e curare le case, gli ambienti e tutto ciò a voi più caro, in un clima familiare. Vi offriamo la possibilità di vivere momenti unici con i vostri cari stimolando la vostra creatività per costruire qualcosa di diverso, bello e originale, realizzando insieme i vostri progetti.

VALORI:

- **Bandiera:** Valorizzare la forza della collettività presente nell'organizzazione e la consapevolezza del contributo di tutti.
- **Cliente:** Curare le esigenze e le specificità del Cliente per fornire soluzioni di qualità.
- **Imprenditorialità:** Gestire le proprie attività con criteri di efficacia, efficienza, flessibilità e creatività.
- **Integrità:** Rispettare le regole interne ed esterne, agire correttamente verso i Clienti e i collaboratori con trasparenza e lealtà.
- **Relazioni:** Creare relazioni di medio/ lungo periodo per rendere il business plan sostenibile.

La nostra Mission, Vision e i valori sono trasmessi attraverso il codice etico, consegnato a tutti i dipendenti al momento dell'assunzione e pubblicato sul nostro sito web.

La condivisione dei valori del nostro codice etico è evidente nel lavoro quotidiano, che riflette il rispetto per i nostri principi fondanti. Inoltre, l'adesione allo stesso viene periodicamente verificata tramite le visite nei punti vendita da parte del capo area, del management e dei vari responsabili.

Il Capo Area, in occasione delle visite incontra il personale dei punti vendita per un confronto e il monitoraggio delle performance dei negozi, garantire il rispetto degli standard aziendali e migliorare l'efficienza operativa attraverso una gestione efficace del capitale umano ed economico.





Consolidando la nostra cultura aziendale

G1-1

Lavoriamo ogni giorno per creare una cultura aziendale forte che punta sul valore delle persone e grazie alla quale ciascun collaboratore si sente valorizzato per il proprio potenziale e parte di un gruppo coeso.

I momenti principali in cui i collaboratori hanno avuto modo di identificarsi come gruppo al di fuori della vita aziendale sono stati molti e hanno visto coinvolte tante figure aziendali.

Essendo un'azienda retail è per noi una sfida continua creare momenti che vedano tutti i collaboratori coinvolti insieme (senza dare disservizio al cliente). Siamo fieri degli sforzi fatti per riuscire a creare tali momenti, in particolare:

1. Il CFadda Day. Svoltosi il 1° maggio 2023, un'intera giornata che ha visto coinvolti tutti i nostri collaboratori come momento di condivisione e team building. Durante questa occasione abbiamo avuto modo di presentare al team i risultati raggiunti e condividere gli obiettivi futuri. La giornata è stata poi caratterizzata da attività ludiche, sociali e di team building a squadre. L'obiettivo era quello di favorire il confronto, sottolineare l'importanza del gioco di squadra e permettere a tutti di conoscersi meglio. Hanno partecipato un totale di 150 collaboratori.



2. La Cena di Natale. Un altro momento in cui i collaboratori di un punto vendita o, in alcuni casi, di più punti vendita insieme alla sede, hanno potuto brindare e trascorrere insieme una serata di condivisione, per celebrare i risultati ottenuti durante l'anno.



4 QUALITY EDUCATION



8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE



12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



3. L'evento CFadda - Tutti a vendere. Evento tenutosi il 25 novembre 2023 in cui tutti i collaboratori della sede amministrativa e commerciale hanno potuto trascorrere una giornata lavorativa a stretto contatto con le squadre dei punti vendita, rafforzando lo spirito di collaborazione e di appartenenza a un unico gruppo, fornendo il proprio supporto alla vendita, e attivando un reciproco processo di crescita e di condivisione.

Oltre agli eventi "extra", il nostro impegno per creare una cultura aziendale forte si riflette anche e soprattutto nella vita di tutti i giorni. È infatti presente una Social Room presso la Sede, una stanza luminosa all'interno della quale i collaboratori possono ritrovarsi per stare insieme nei momenti di pausa e nella quale periodicamente vengono organizzati aperitivi post-lavoro.





La CFadda del 2023

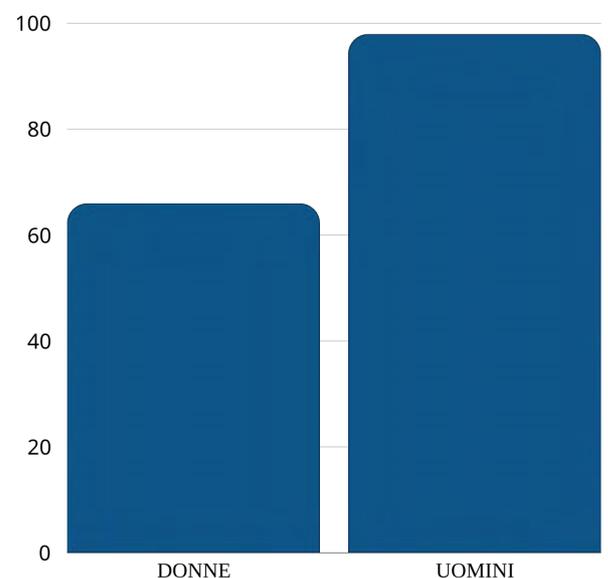
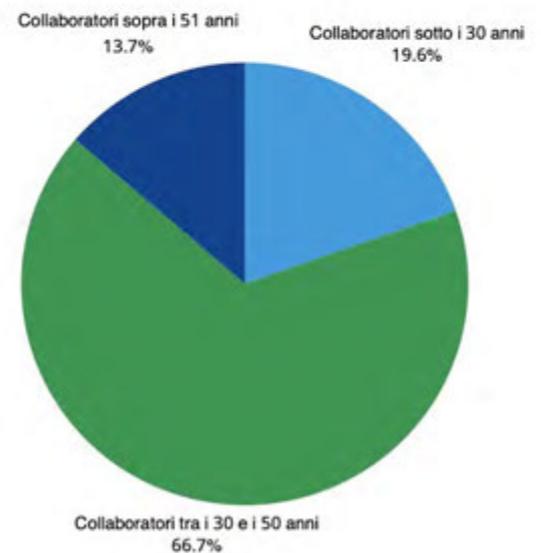
ESRS 2 GOV-1, ESRS S1-6, ESRS S1-7, ESRS S1-9

La nostra squadra è la forza del gruppo e ci permette di raggiungere obiettivi sempre più alti e ambiziosi.

Nel 2023 la nostra Azienda era composta da un totale di 168 risorse, tra dipendenti e tirocinanti, di cui 6 nel top management dell'azienda. La tabella qui sotto riassume i principali dati che riguardano il personale:

Categoria	Totale	Uomini	Donne	% Uomini	% Donne	Età media	Nazionalità
Dipendenti	164	98	66	59,8%	40,2%	39,3 anni	Italiana: 160 Ungherese: 1 Belga: 1 Tedesca: 1 Ecuadoregna: 1
Collaboratori (tirocinanti)	4	3	1	75%	25%	/	Italiana: 4

A dimostrazione dell'importanza che il nostro territorio riveste per la nostra Azienda, il cui payoff è "Il Brico 100% Sardegna", ci teniamo inoltre a mettere in evidenza che il 91% dei nostri collaboratori proviene dalla Sardegna.



4 QUALITY EDUCATION



8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



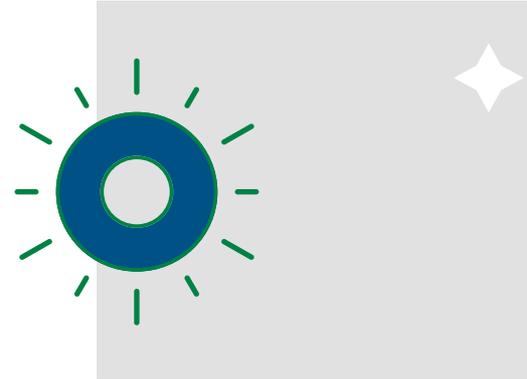
9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE



12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



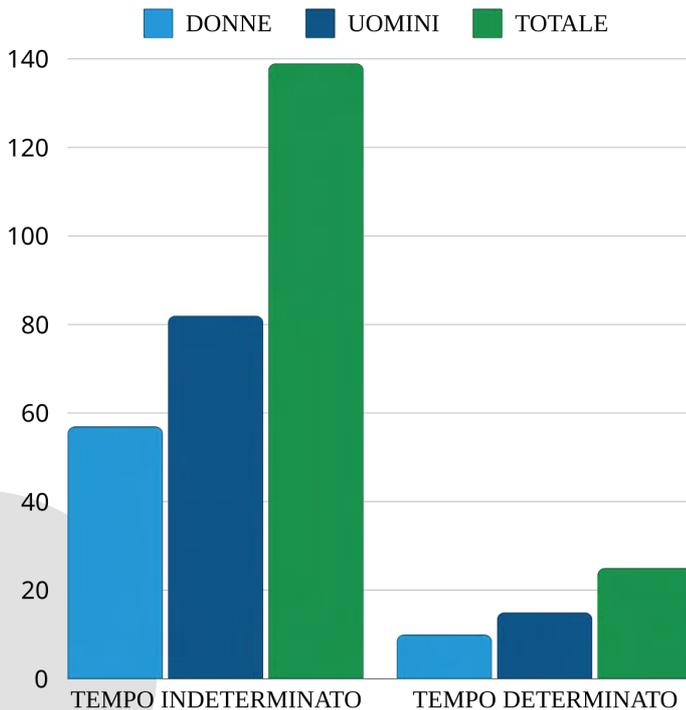
La maggior parte dei contratti nella nostra Azienda sono a tempo indeterminato, a dimostrazione del grande lavoro che facciamo ogni giorno per creare valore aggiunto per le persone e per lo sviluppo del nostro territorio. La durata media dei contratti è di 7,02 anni. In particolare:



Categoria	Totale	Donne	Uomini
Tempo indeterminato	139	57	82
Tempo determinato	25	10	15



TIPOLOGIA CONTRATTI PER GENERE





Amministrazione, Direzione e Controllo

ESRS 2 GOV-1

Praticiamo una leadership che crede nella forza dell'innovazione ma con grande attaccamento ai nostri valori familiari che ci contraddistinguono.

Il Consiglio di Amministrazione (CdA) è composto da 3 membri della famiglia Fadda, di cui 2 uomini e 1 donna, tutti con ruoli operativi all'interno dell'Azienda ed esperienza importante nel settore:

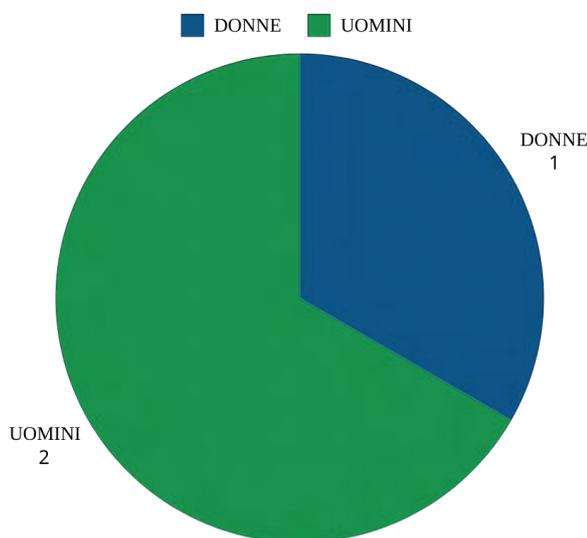
Roberto Fadda: Presidente e Amministratore delegato. Roberto ha iniziato la sua carriera significativa nel 1990 in CFadda nelle vendite, passando poi alla gestione e informatizzazione tecnologica. Successivamente, ha acquisito esperienza nel marketing e a seguire negli acquisti e nel settore amministrativo, integrando il suo percorso con corsi di formazione ed esperienze in altre aziende. Dal 1999 ha iniziato a ricoprire la carica di Amministratore delle società operative, e nel 2020 è stato nominato Presidente della Cosimo Fadda Holding Spa. Dal 2015, ricopre anche il ruolo di Presidente del Consorzio Bricolife, che comprende 92 negozi in Italia con sede operativa a Bologna. Dal 2017 ricopre il ruolo di Presidente di SISTEMA, un network tra il consorzio Bricolife e Brico Io, che conta 207 negozi e €650 milioni di fatturato in tutta Italia, accomunati da una strategia commerciale unica.

Lorenzo Fadda: Responsabile Commerciale. Lorenzo inizia la sua carriera in CFadda nel 1992, lavorando in varie aree aziendali, dal magazzino alle vendite, fino a diventare Coordinatore del punto vendita. Nel 1999 segue direttamente le nuove aperture, curandone layout e assortimenti. Diventa poi Responsabile Commerciale, concentrandosi sugli acquisti e le importazioni e partecipando a fiere di livello internazionale. Dal 2020 fa parte del consiglio di amministrazione della Cosimo Fadda Holding S.p.a. e da diversi anni fa parte della Commissione fornitori del consorzio Bricolife.

Francesca Fadda: Vicepresidente e Responsabile Marketing. Francesca si è laureata in economia e gestione aziendale ed è stata Amministratore Delegato della Cosimo Fadda Communication s.r.l. dal 2011 al 2019. Dal 2012 fa parte della commissione marketing del Consorzio Bricolife, nella nostra Azienda ricopre il ruolo di Responsabile Marketing. Dal 2014 al 2019, ha portato avanti lo sviluppo del progetto E-commerce CFadda per poi diventare Responsabile Acquisti e Vicepresidente della Cosimo Fadda Holding S.p.a dal 2020. Dal 2022 fa parte del Consiglio di Amministrazione della COFIMER – Consorzio di garanzia collettiva Fidi.



DISTRIBUZIONE DI GENERE CDA



Ad oggi il ruolo di controllo e gestione dei processi di sostenibilità all'interno dell'Azienda è affidato al CdA in modo informale, in quanto non sono ancora state sviluppate policy scritte a riguardo.

Questo bilancio di sostenibilità è un primo passo per analizzare il nostro punto di partenza rispetto a questi parametri per poi formalizzare ed integrare eventuali ruoli e responsabilità su più funzioni aziendali. Tuttavia, esistono già delle funzioni specifiche a cui sono stati assegnati ruoli di riferimento per alcuni dei parametri ESG qui trattati, tra cui:

- Responsabilità operativa dell'avvenuto coinvolgimento dei collaboratori: Capo Area, Ufficio HR e Management.
- Coinvolgimento di persone a rischio o in situazioni vulnerabili: Ufficio HR
- Presa in considerazione di potenziali barriere al coinvolgimento di tutti i collaboratori: Ufficio HR
- Creazione di canali di comunicazione accessibili e comprensibili: Ufficio IT e Ufficio HR attraverso la piattaforma Intranet di proprietà dell'azienda e il Software del personale Zucchetti.
- Gestione del conflitto tra collaboratori: HR e Management.

Il nostro organigramma è disponibile a tutti i collaboratori e viene condiviso con i nuovi assunti in occasione del "Welcome Day". Si può fare riferimento alla pagina 64 nella sezione Appendix di questo documento per visualizzare l'organigramma completo.





Engagement interno

G1-1

Puntiamo sul coinvolgimento diretto delle risorse interne come leva di crescita, sviluppo e innovazione continua.

In CFadda siamo convinti che per creare sviluppo non basti adottare un approccio “top-down” dove le novità vengano promosse unicamente dall’alto e poi implementate. Lavoriamo ogni giorno per coinvolgere i nostri collaboratori a prendere parte allo sviluppo aziendale con un approccio “bottom-up” che promuova il miglioramento continuo. A tal proposito ogni anno i collaboratori sono chiamati a rispondere ad un questionario di valutazione di se stessi e dei colleghi, basato su tre diverse aree:

- ORIENTAMENTO AL CLIENTE
- ORIENTAMENTO AL TEAM
- ORIENTAMENTO AL RISULTATO

Questo sondaggio è legato ad un sistema di premiazione incentivante per cui, al raggiungimento di altri indicatori aziendali, i collaboratori ricevono premi di risultato. È stata inoltre chiesto ai collaboratori di valutare l’efficacia del progetto “Tutti a Vendere”, tramite 9 domande sull’indice di gradimento e di organizzazione. Nel complesso il progetto è stato accolto con entusiasmo, con alcuni collaboratori che hanno apprezzato la possibilità di fare un’esperienza nuova e diversa da quella quotidiana. Svolgiamo infine anche altri sondaggi, tra cui quello di sostenibilità con gli stakeholder interni ed esterni citato nella sezione “Purpose Mapping” di questo documento e quelli per chiedere feedback all’introduzione di nuovi prodotti.

A livello di comunicazione interna, lo strumento principale che utilizziamo dal 2015 è l’Intranet CFadda, dove sono presenti tutte le informazioni che riguardano la nostra azienda, tra cui: comunicazione degli ingressi di nuovi collaboratori, assegnazione di nuovi ruoli, procedure aziendali, annunci per la selezione interna per nuovi ruoli, variazioni e istruzioni per l’utilizzo del programma di gestione contabile e di magazzino, regolamento interno di nuovi concorsi volti alla clientela.

La piattaforma è accessibile a tutti i collaboratori per la visualizzazione delle informazioni. Questo strumento si affianca alle e-mail, che utilizziamo per comunicazioni dirette e tempestive, oltre che ai canali WhatsApp e Microsoft Teams per interazioni quotidiane tra varie funzioni e membri dei diversi team.



Cosa significa per te lavorare in CFadda?

Lavorare in CFadda per me significa essere parte di una realtà dinamica e innovativa, dove ogni giorno è un'opportunità per crescere professionalmente e contribuire al successo dell'azienda. È un ambiente che valorizza le competenze individuali e promuove la collaborazione.

| Responsabile Digital |

Lavorare in CFadda significa rappresentare l'orgoglio e la forza di una "piccola" realtà familiare nel mercato nazionale.

| Collaboratore interno |

Lavorare in CFadda significa scoprimi in grado di affrontare sfide più grandi di me perché chi mi Coordina ha fiducia nelle mie competenze.

| Collaboratore interno |

Significa lavorare per un'azienda che incarna l'orgoglio di essere sardi, e che insegna a lavorare con il massimo impegno, che è esigente e quindi spinge a migliorarsi e a mettersi in gioco continuamente e a non mollare mai.

| Collaboratore interno |

Lavorare in CFadda significa garantire un futuro alla mia famiglia e contribuire al successo di una realtà imprenditoriale vincente che pone proprio la Famiglia al primo posto.

| Addetto Vendite |

PERSONE & SVILUPPO





Creare valore con la formazione



ESRS S1-13

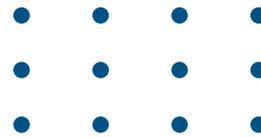
Creare valore attraverso la formazione per noi significa investire nel potenziale dei nostri collaboratori per garantire un servizio eccellente e soddisfare le crescenti esigenze dei nostri clienti, superando anche le loro aspettative.

Ciò che ci motiva profondamente a investire nella formazione dei nostri collaboratori è la spinta alla creazione di valore e l'entusiasmo di vedere crescere le competenze interne dell'azienda. Questo impegno ci consente non solo di migliorare continuamente il servizio offerto ai nostri preziosi clienti, ma anche di anticipare e superare le loro aspettative.

Ogni programma di formazione è un'opportunità per i nostri collaboratori di acquisire nuove abilità e conoscenze, trasformandosi in protagonisti di un'esperienza cliente eccezionale. Questo ci riempie di orgoglio e ci spinge a continuare a eccellere nel nostro settore, rafforzando costantemente la nostra posizione di leader.

La formazione si articola su tre piani: tecnico, trasversale e obbligatorio. La docenza dei relativi corsi è gestita dall'Azienda con il supporto di collaboratori interni, fornitori, docenti esterni e enti come la ConfCommercio e l'Ente Bilaterale, che contribuiscono anche economicamente al sostegno dei costi previsti. Di seguito sono riportati i dati relativi all'anno 2023:

Tipo di formazione	Ore formazione	Collaboratori Coinvolti
Formazione obbligatoria	526	51
Formazione trasversale	998	111
Formazione tecnica	909	110



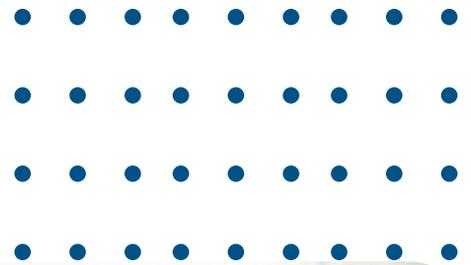
Nel 2023 abbiamo effettuato insieme ai nostri collaboratori un totale di 2433 ore di formazione.

Le tematiche affrontate hanno spaziato dalla formazione obbligatoria in materia di sicurezza sino alla gestione del tempo, passando per corsi sull'utilizzo di Excel e per la gestione dei rifiuti. Il nostro programma formativo prevede un costante aggiornamento su: tecniche di vendita, accoglienza cliente, procedure cassa, fatturazione elettronica e split payment, ordini automatici, aggiornamento strategie aziendali, magazzinieri. In più, per assicurare che le innovazioni siano diffuse tra tutti i collaboratori, abbiamo organizzato corsi di formazione specifici, sia interni che in collaborazione con i fornitori.

Nel 2023, ad esempio, sono stati realizzati corsi sull'utilizzo delle etichette elettroniche, delle nuove macchine per la duplicazione delle chiavi e del servizio di noleggio attrezzi.



Investire nella formazione significa non solo soddisfare le esigenze normative e di sicurezza, ma anche promuovere lo sviluppo personale e professionale dei nostri collaboratori, favorendo l'innovazione e l'efficienza operativa. In questo modo, l'azienda cresce in modo sostenibile, valorizzando il proprio capitale umano e rispondendo in modo proattivo alle sfide del mercato.





Risorse e potenziale

ESRS S1-6

Il turnover è parte integrante della crescita aziendale: promuove l'innovazione, permette la condivisione di know-how e fa sì che l'azienda sia in costante movimento.

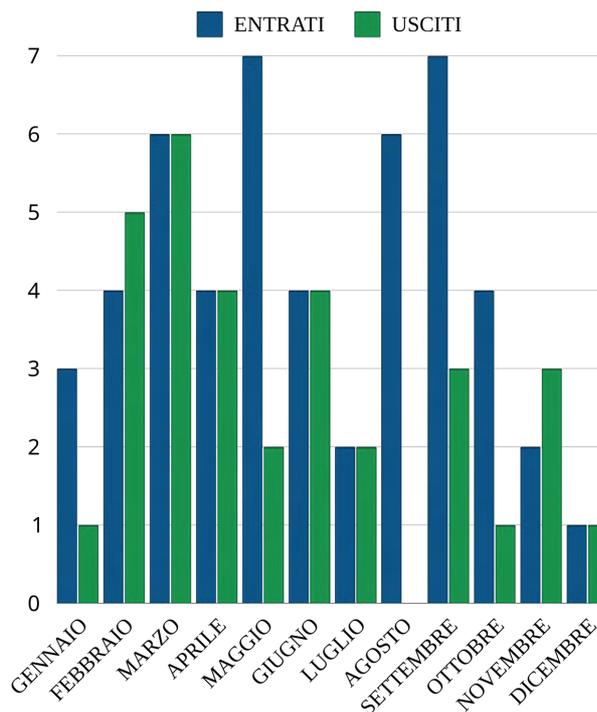
Il percorso nella nostra Azienda inizia per tutti i collaboratori con la fase di Onboarding, che prevede una formazione specifica in ingresso e la partecipazione al Welcome Day, ovvero una giornata organizzata ogni 6 mesi con l'obiettivo di rafforzare il clima aziendale, accogliere i nuovi ingressi, illustrare l'Azienda, i suoi obiettivi, la mission, il progetto di Welfare e le procedure fondamentali per essere parte della squadra e soddisfare i clienti.

Nel 2023 sono entrate a far parte delle nostre aziende 50 persone e ne sono uscite 32. Abbiamo inoltre attivato 4 tirocini extracurricolari, 3 tirocini curricolari e 5 apprendistato. Di seguito un grafico che illustra l'andamento del turnover 2023 su base mensile. Nel 2023 ci sono state inoltre alcune promozioni importanti:

- Un nuovo coordinatore PDV;
- Due nuovi Referenti di Settore;
- Un nuovo Responsabile Merceologico.

Infine, in ottica di attrattività verso i giovani e spinta all'innovazione, abbiamo partecipato a due eventi di recruiting:

- **Job Day 2023**, 4 giornate di selezione tra Cagliari, Nuoro e Tortolì grazie alle quali abbiamo selezionato alcune risorse che sono entrate a far parte dell'azienda.
- Un evento di presentazione della nostra Azienda agli studenti dell'**Università di Cagliari**, che ci ha permesso di aprire le porte dei nostri uffici contabili a due studenti di Economia e Gestione Aziendale per un tirocinio curricolare.





Etica, benessere e pari opportunità

G1-4, G1-5, ESRS S1-12, S1-14, S1-15

L'importanza di etica, benessere e pari opportunità risiede nella costruzione di un ambiente di lavoro sano, produttivo e inclusivo.

L'etica guida le nostre decisioni e comportamenti, assicurando trasparenza, responsabilità e rispetto reciproco. Questo crea fiducia tra collaboratori e clienti, rafforzando la reputazione aziendale.

Infatti, nel 2023 non si sono registrati incidenti e/o condanne per violazione delle leggi anticorruzione e anti concussione e non ci sono state comminate sanzioni per violazione di queste leggi.

Inoltre, non abbiamo versato contributi finanziari o in beni a favore di entità politiche e nessun membro degli organi di amministrazione, direzione e controllo ha ricoperto una posizione analoga nella pubblica amministrazione nei due anni precedenti la nomina.

Il benessere delle nostre persone è una priorità in quanto non solo migliora la qualità della vita lavorativa, ma aumenta anche la motivazione e la produttività.



Per questo facciamo affidamento ad un sistema di Welfare Aziendale legato agli incentivi previsti semestralmente. Il Welfare HUB utilizzato è quello di Intesa San Paolo. In più, nel 2023 abbiamo confermato, per la sede, un orario di lavoro più vicino alle esigenze dei collaboratori.

In passato gli uffici seguivano un orario spezzato, con due ore di pausa pranzo e con turno serale che terminava alle 19:00. Il nuovo orario prevede una maggiore concentrazione delle ore al mattino e solo un'ora di pausa pranzo, cosicché anche chi ha un orario pieno termina il turno alle 17:30.

Nel 2023 il numero totale di giorni di malattia presi dai collaboratori interni è stato pari a 983.

Le pari opportunità garantiscono che ogni individuo abbia la possibilità di esprimere il proprio potenziale senza discriminazioni, favorendo una cultura aziendale diversificata e innovativa. Nel 2023 risultavano nel nostro organico 4 collaboratori con disabilità (corrispondenti al 2,53% del totale): 1 donna (0,63%) e 3 uomini (1,90%). In più, per promuovere le pari opportunità e favorire un equilibrio sano tra vita lavorativa e privata assicuriamo congedo parentale e congedo matrimoniale ai nostri collaboratori. Le due tabelle sottostanti riassumono i dati riguardo congedi e permessi:



Tipo di Congedo/Permesso	Percentuale di collaboratori con Diritto	Numero di Collaboratori Coinvolti
Congedo parentale	17%	28
Congedo matrimoniale	100%	Tutti
Permessi L.104	100%	Tutti
Permessi per lutto	100%	Tutti

Tipo di Congedo/Permesso	Nr collaboratori che lo hanno utilizzato nel 2023	Collaboratori Coinvolti
Congedo parentale	3	1,83%
Congedo matrimoniale	1	0,6%
Permessi L.104	5	3,05%
Permessi per lutto	2	1,22%

Promuoviamo un ambiente di lavoro dove l'etica, l'integrità e la trasparenza sono al centro delle nostre attività, facendo in modo che ogni collaboratore si senta valorizzato e rispettato. Il benessere delle nostre persone è una priorità e ci impegniamo a offrire pari opportunità a tutti, favorendo una cultura inclusiva e diversificata che valorizza le unicità di ciascuno.





Crescita e sviluppo

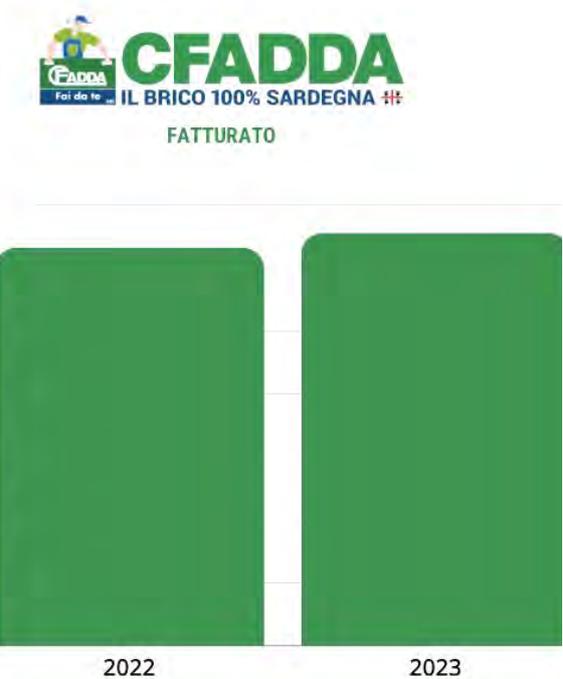
ESRS SBM-1

Crescita economica per noi significa crescita delle opportunità per i nostri collaboratori, clienti e partner.

Operando nel settore del commercio bricolage, la CFadda ha come clienti di riferimento le famiglie e l'hobbista, con un focus sul mercato italiano grazie al nostro e-commerce e sardo grazie ai 12 punti vendita fisici. Nel 2023 abbiamo registrato un fatturato pari a €32.772.101.

Il nostro impegno verso una gestione aziendale eticamente responsabile è sancito e diffuso attraverso il nostro Codice Etico, pubblicamente consultabile sul nostro sito internet. Questo documento stabilisce i principi e le linee guida che orientano le nostre decisioni e interazioni con clienti, fornitori e altre parti interessate.

Il nostro obiettivo è quello di sviluppare relazioni umane che sappiano valorizzare le comuni possibilità di crescita e, allo stesso tempo, offrire analoghe opportunità a nuovi potenziali fornitori in grado di rispondere alle aspettative e alle esigenze dei clienti della nostra azienda. In questo modo, possiamo garantire non solo la qualità dei nostri prodotti e servizi, ma anche un impegno costante verso l'innovazione, la sostenibilità e il rispetto dei valori etici condivisi.





Catena del valore: relazioni responsabili

ESRS S2-1, ESRS S2-3, ESRS S2-4, G1-2

Il nostro obiettivo è quello di creare relazioni di valore con tutti i nostri stakeholder esterni, con un focus particolare verso la soddisfazione del cliente e la creazione di partnership a lungo termine con i nostri fornitori.

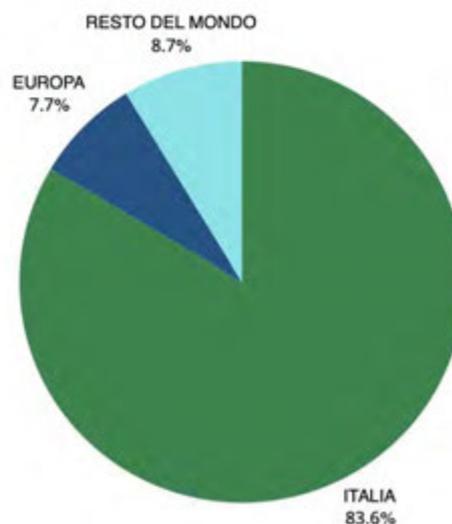
Non abbiamo una politica strutturata rispetto alla scelta dei fornitori, ma riconosciamo la loro importanza non solo per il loro ruolo a sostegno della competitività aziendale, ma anche come parte attiva di una coerente applicazione dei principi etici a cui la nostra Azienda si ispira.

In ottica di creazione di una filiera corta e responsabile – con risvolti positivi sia socioeconomici che ambientali – nel 2023, abbiamo collaborato con un totale di 298 fornitori di merci, di cui 249 sono italiani, 23 provenienti dall'Unione Europea e i restanti 26 situati al di fuori dell'Unione Europea. Per quanto riguarda i fornitori che non forniscono merci, il loro numero è stato di 330, con il 99% di essi italiani e il restante 1% proveniente dall'Europa.

A testimonianza del rapporto di partnership che puntiamo ad instaurare con i nostri fornitori, si conferma che nel 2023 non era in corso alcun procedimento giudiziario dovuto a ritardo nei pagamenti, in quanto tutti i pagamenti sono stati saldati entro i termini stabiliti e concordati.



DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DEI FORNITORI DI MERCE



Per quanto riguarda i clienti, nel corso del 2023 abbiamo registrato un totale di 16.868 clienti attivi nel programma fedeltà. La nostra clientela è distribuita principalmente entro un raggio di 10 km dai nostri punti vendita fisici situati in diverse località della Sardegna: Cagliari, Carbonia, Iglesias, Quartu Sant'Elena, Settimo San Pietro, Olbia, Tortolì, Nuoro, Senorbì, Villacidro, e Macomer. Mentre il nostro servizio di e-commerce è esteso a tutto il territorio nazionale italiano.

Per garantire un costante miglioramento dei nostri servizi e una risposta tempestiva alle esigenze dei clienti, abbiamo implementato un sistema completo per la raccolta di feedback e la gestione delle segnalazioni.



Come parte del nostro impegno a migliorare continuamente la nostra relazione con i clienti, nel 2019 abbiamo introdotto un canale dedicato su Whatsapp per un confronto diretto e immediato con i clienti. Questa iniziativa ci consente di affrontare prontamente le esigenze e le preoccupazioni dei clienti, facilitando un flusso di comunicazione rapido ed efficace.

Inoltre, utilizziamo Feedaty come piattaforma certificata per la raccolta e la gestione di recensioni, che permette ai clienti di valutare la loro esperienza di acquisto e fornire feedback dettagliati.

Questo ci ha permesso di raccogliere nel 2023 un totale di 2.684 recensioni, con una media di valutazione di 4,7 su 5 stelle. Inoltre, ogni punto vendita ha il proprio profilo Google dove vengono mostrate le recensioni dei clienti, per un totale di 5.722 feedback ricevuti con 4,2 stelline di voto medio. Le recensioni negative vengono gestite con attenzione e risolte attraverso un processo di moderazione per assicurare un dialogo costruttivo e la risoluzione delle problematiche sollevate.

Queste strategie ed iniziative testimoniano il nostro impegno costante per mantenere elevati standard di qualità del servizio, trasparenza operativa e soddisfazione del cliente. Continueremo a investire in queste aree cruciali per assicurare che ogni interazione con i nostri clienti sia positiva, costruttiva e allineata con i nostri valori aziendali.

Offrire un'esperienza a 360° al cliente significa fornire un servizio completo e integrato che copre ogni aspetto del suo percorso con l'azienda. Questo include non solo il prodotto o il servizio in sé, ma anche l'interazione pre- e post-vendita, il supporto, la consulenza e l'assistenza. L'obiettivo è creare un'esperienza fluida e senza interruzioni che soddisfi tutte le esigenze e le aspettative del cliente, contribuendo così alla sua piena soddisfazione e fidelizzazione. Questo approccio olistico rinforza il legame emotivo tra cliente e brand.



Uno sguardo al futuro

ESRS (SBM-1)

Per raggiungere gli obiettivi di sostenibilità del progetto, adotteremo una strategia integrata che prevede:

- 1. Coinvolgimento degli stakeholder:** Attività di comunicazione e coinvolgimento continuo di collaboratori, clienti, fornitori e partner tramite incontri e workshop.
- 2. Sezione web dedicata:** Condivisione trasparente delle iniziative e dei risultati di sostenibilità sul sito aziendale.
- 3. Collaborazione con partner:** Lavoro continuo con Prosperah e valutazione di nuove partnership in linea con i nostri valori.
- 4. Allineamento con SDGs:** Adozione degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'ONU per massimizzare l'impatto positivo.
- 5. Monitoraggio e reporting:** Sistema di monitoraggio e report periodici sui progressi.
- 6. Educazione e sensibilizzazione:** Promozione della cultura della sostenibilità tramite eventi e campagne informative.

Seguendo queste linee guida e adattandole alle specifiche esigenze e risorse della nostra Azienda, possiamo sviluppare una strategia solida ed efficace per raggiungere con successo gli obiettivi di sostenibilità del nostro progetto.

Se volessi descrivere CFadda con 3 parole, quali useresti e perché?

Disponibilità, sorriso, soddisfazione. Disponibilità massima verso ogni cliente che entra in punto vendita, accoglienza sempre col sorriso, soddisfare nel migliore dei modi le richieste del cliente e soddisfarlo.

| **Collaboratore interno** |

Unità, umiltà, volontà perché CFadda è la dimostrazione che tutti uniti e sospinti da una grande volontà, si possono raggiungere grandi obiettivi mantenendo sempre ben saldo il senso di umiltà con quale si è partiti.

| **Collaboratore interno** |

Intraprendenza, per la prontezza e la dinamicità aziendale. Umanità, per il trattamento dignitoso dei dipendenti. Serietà, per il senso di responsabilità e del dovere verso i dipendenti.

| **Addetto vendite** |

Dinamica, innovativa e strutturata. Dinamica perché è viva, in continua evoluzione, innovativa per che è sempre alla ricerca di sistemi che migliorino la qualità dei servizi offerti, strutturata perché ha un'organizzazione attenta alla cura dei dettagli.

| **Coordinatore punto vendita** |



INNOVAZIONE





Innovare con CFadda: Il 2023 segna passi da gigante!

Nel corso del 2023, l'azienda ha abbracciato una serie di attività strategiche e iniziative innovative non solo per distinguersi dai concorrenti e migliorare l'offerta commerciale, ma anche per arricchire l'esperienza dei suoi clienti nel mondo del bricolage.

Tra le principali attività spicca l'alta digitalizzazione dei negozi, mirata a migliorare sia l'esperienza del cliente sia le operazioni interne.

Questa digitalizzazione include l'introduzione di etichette elettroniche nei punti vendita di Macomer e Settimo San Pietro, già presenti in altri nove punti vendita, che sostituiscono le etichette cartacee, consentendo un notevole risparmio di tempo e carta. Le etichette elettroniche includono QR code per fornire informazioni dettagliate sui prodotti e link diretti ai siti web.

Parallelamente, l'azienda ha promosso una comunicazione prevalentemente digitale, riducendo significativamente l'uso di materiali cartacei. Questo cambiamento ha coinvolto anche il marketing, con l'implementazione di un nuovo servizio di newsletter, che nel 2023 ha visto la creazione e invio di 47 diverse tipologie di newsletter e la conseguente riduzione della distribuzione cartacea dei volantini in favore di quella digitale.

Le attività di ricerca e sviluppo si sono concentrate sull'ottimizzazione dei processi interni, con la creazione di portali e gestionali per favorire la circolazione delle informazioni nei reparti marketing e clienti. Questo ha incluso la digitalizzazione delle fidelity card, con 16.868 rilasciate nel 2023, eliminando la necessità di supporti cartacei.

Sul fronte dei prodotti e dei servizi, l'azienda ha introdotto nuovi articoli con packaging sostenibile e ha ampliato il servizio di noleggio attrezzi a sette nuovi punti vendita, precisamente Settimo, Olbia, Tortolì, Nuoro, Senorbì, Macomer e Villacidro.

Infine, per promuovere la creatività e l'innovazione tra i collaboratori, è stato lanciato il progetto "Content Creator". Questo progetto ha offerto a chiunque lo desiderasse l'opportunità di diventare un "Ambassador" interno dei prodotti e del marchio dell'azienda, contribuendo attivamente alla sua promozione.





Le nostre fiere di riferimento:

Nel corso del 2023, l'azienda ha preso parte a importanti fiere del settore, consolidando così la sua presenza e il suo impegno nell'ambito dell'innovazione e del mercato. Tra queste fiere di riferimento si annoverano la Digital Island a Cagliari, dove sono state esplorate le ultime tendenze e tecnologie digitali per migliorare l'esperienza del cliente e ottimizzare i processi interni. La partecipazione al Bricoday di Milano ha offerto un'opportunità unica per presentare i nuovi prodotti e servizi nel campo del bricolage.

Inoltre, la presenza alla fiera Spoga + Gafa a Colonia ha consentito di esplorare le ultime novità nel settore degli articoli per esterno e giardinaggio, rafforzando ulteriormente il posizionamento dell'azienda come punto di riferimento per i clienti alla ricerca di soluzioni outdoor e indoor. Abbiamo partecipato al 9° Global DIY-Summit organizzato da EDRA/GHIN a Berlino, su cui condividiamo maggiori informazioni nella sezione "Ambiente" di questo documento. Infine, ad ottobre 2023 la nostra Azienda ha preso parte alla 134° edizione della Canton Fair in Cina, fiera di riferimento internazionale per l'import-export.



Bricoday
Expo&Forum

Innovazioni 2023:

Nel corso del 2023 sono state dedicate 75 giornate lavorative ai seguenti progetti di sviluppo:

DIGITALIZZAZIONE INVENTARIO, che ha migliorato la precisione delle attività precedentemente svolte manualmente, fornendo una panoramica delle attività svolte ed in corso e suggerimenti mirati per ciascun collaboratore.

DIGITALIZZAZIONE FIDELITY CARD, che ora permette al cliente di richiederle e registrarle online, riceverle via e-mail e utilizzarle da qualsiasi dispositivo elettronico.

INTEGRAZIONE PROGRAMMA ETICHETTE ELETTRONICHE, che ha snellito l'aggiornamento dei prezzi, eliminando la necessità di stampare ed esporre nuove etichette e favorito il tracciamento dei prodotti presenti in ciascun negozio.

SVILUPPO FLUSSI ECM – MARKETPLACE, per essere più competitivi sulle piattaforme e-commerce, andando ad integrarle con il nostro gestionale per una gestione rapida degli ordini, del catalogo prodotti e dei prezzi.

SVILUPPO PROGRAMMA LOGISTICA, che grazie all'integrazione tra i gestionali di CFadda e del nostro fornitore di logistica ha ottimizzato le operazioni di picking in magazzino.

SVILUPPO SISTEMA DROPSHIPPING, che consente uno scambio diretto di informazioni con i fornitori, aggiornando automaticamente stock e costi.

Se CFadda avesse un superpotere, quale sarebbe?

Vista bionica perché riesce a vedere ciò che altri non vedono o vedono dopo.

| **Collaboratore interno** |

La capacità di ispirare innovazione infinita. Questo superpotere permette all'azienda di generare continuamente idee e soluzioni innovative, mantenendosi sempre all'avanguardia nel mercato e rispondendo efficacemente alle esigenze dei clienti.

| **Capo area** |

Il Visionario: ha una chiara visione del futuro e del settore in cui opera, individua opportunità di business innovative e anticipa le tendenze del mercato, guidando l'azienda verso il successo.

| **Collaboratore interno** |

La "Cmoltiplicazione", affinché possano esserci più punti vendita non solo a livello regionale ma anche a livello nazionale, perché tutti meritano di avere a portata di mano un punto vendita come CFadda.

| **Collaboratore interno** |

AMBIENTE





Il nostro viaggio verso la riduzione delle emissioni di gas ad effetto serra

ESRS E1-1, E1-4, E1-5, E1-6, E1-8

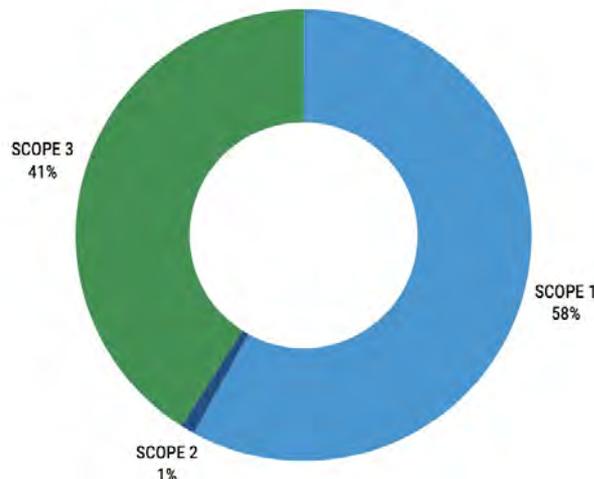
Nel 2023 abbiamo cominciato un percorso di valutazione delle emissioni di gas ad effetto serra tramite GHG Protocol, una piattaforma riconosciuta a livello globale che ci consente di comprendere l'impatto delle nostre attività sull'ambiente

Grazie a questo strumento abbiamo rafforzato la nostra capacità di misurare e rendicontare i nostri impatti non solo in termini di performance ma anche in termini di emissioni di CO₂eq. In relazione alle emissioni di CO₂eq. associate a tutte le attività aziendali vengono monitorati i seguenti elementi previsti:

- Scope 1: emissioni dirette provenienti da sorgenti di proprietà o controllate dalla nostra Azienda.
- Scope 2: emissioni connesse alle fonti energetiche acquisite per l'autoconsumo da parte della nostra Azienda.
- Scope 3: emissioni indirette che si verificano nella catena del valore della nostra Azienda.

Nel 2023, abbiamo registrato emissioni totali pari a 431,49 ton CO₂eq. I grafici e le tabelle seguenti sono indettificate le varie voci e la distribuzione delle emissioni Scope 1,2 e 3 della nostra Azienda.

EMISSIONI GLOBALI - 2023		
Emissione	Udm	Valore
Scope 1	Ton CO ₂ eq.	250,09
Scope 2 "market based"	Ton CO ₂ eq.	4,02
Scope 3	Ton CO ₂ eq.	177,38
Totale	Ton CO ₂ eq.	431,49





Le emissioni Scope 1

Sono state analizzate e confrontate le emissioni GHG Scope 1 attraverso le emissioni generate dalla classe della flotta dei mezzi aziendali, dall'utilizzo di combustibili e dalle emissioni generate dai nostri impianti di condizionamento dei negozi CFadda.

Una delle strategie già intraprese è l'acquisto di energia elettrica da fornitori che utilizzano fonti 100% rinnovabili grazie alla garanzia di origine del nostro fornitore. Inoltre, abbiamo installato un impianto fotovoltaico in uno dei nostri punti vendita, completato il 31/08/2023, con connessione alla rete attiva dal 21/10/2023.

Nel punto vendita di Settimo San Pietro, inaugurato a marzo 2023, abbiamo implementato un "quadro elettrico smart" collegato all'impianto di illuminazione.

Questo sistema innovativo consente un significativo risparmio energetico grazie alla programmazione preventiva, regolando le luci in base alla stagione, alla fascia oraria e agli orari di apertura del punto vendita.

Nonostante l'utilizzo dell'energia elettrica possa rappresentare una fonte di inquinamento, l'adozione di queste soluzioni ci permette di ridurre drasticamente il nostro impatto ambientale, promuovendo un approccio responsabile.

L'energia elettrica rendicontata dai contatori installati nelle diverse sedi è stata di 1.449,3 MWh. Questa energia è stata utilizzata per coprire i consumi degli uffici amministrativi e di tutti i negozi.

Di questi, 1.430,4 MWh proviene da energia 100% rinnovabile con garanzia di origine certificata, mentre 10,1 MWh provengono dall'autoconsumo di energia grazie al nostro impianto fotovoltaico.

Emissioni Dirette di GHG - Scope 1		
Scope 1	Udm	2023
Emissioni derivanti dai mezzi di proprietà	Ton CO ₂ eq.	23,81
Emissioni combustibili	Ton CO ₂ eq.	0,87
Emissioni fuggitive	Ton CO ₂ eq.	225,41
Totale	Ton CO ₂ eq.	250,09

Le emissioni Scope 2

Sono state analizzate le emissioni Scope 2, ovvero le emissioni indirette relative al consumo di energia elettrica in tutti i negozi CFadda.

CONSUMI DI ENERGIA (MWH) - 2023		
Consumi di energia per fonte	Udm	2023
Consumi energia elettrica acquistata con contratti Garanzia Origine	MWh	1.430,4
Consumi energia elettrica acquistata con contratti a mix energetico	MWh	8,8
Consumi energia solare autoprodotta	MWh	10,1
TOTALE	MWh	1.449,3

Nel 2023, le emissioni indirette derivanti dal consumo di energia ammontano a un totale di 370,44 tonnellate di CO₂eq. secondo la metodologia di calcolo location-based. Utilizzando la metodologia di calcolo market-based, le emissioni Scope 2 risultano pari a 4,02 tonnellate di CO₂eq. La differenza tra i due metodi è dovuta al fatto che il metodo market-based considera la scelta di acquistare o meno una fornitura di elettricità di origine rinnovabile certificata tramite garanzie di origine.

EMISSIONI INDIRETTE DI GHG - SCOPE 2			
Scope 2	Fonte dato	Udm	2023
Location based	Consumi elettrici	Ton CO ₂ eq.	370,44
Market based	Consumi elettrici	Ton CO ₂ eq.	4,02

Le emissioni Scope 3

Nel nostro settore di attività, ovvero il commercio di prodotti per il Bricolage, la maggior parte delle emissioni di gas serra deriva da fonti indirette, definite come Scope 3. Per questo motivo, abbiamo avviato nel 2023 un processo di rendicontazione di queste emissioni, con l'obiettivo di monitorarle e ridurle nel tempo.

Nel primo anno di attività, ci siamo concentrati su due categorie di emissioni: quelle derivanti dai tragitti casa-lavoro dei nostri dipendenti e quelle generate dai viaggi di lavoro. In particolare, abbiamo raccolto dati sui mezzi di trasporto utilizzati, sulle distanze percorse e sulla frequenza dei viaggi, al fine di quantificare le emissioni di gas serra associate a queste attività.



Nei prossimi anni, ci impegneremo a estendere la nostra analisi ad altre categorie di emissioni Scope 3, in particolare quelle derivanti dai trasporti a valle e a monte della nostra catena del valore. Ciò ci consentirà di avere una visione più completa e dettagliata delle emissioni di gas serra associate alle nostre attività, nonché di individuare le aree di maggiore impatto ambientale.

Monitorare questi valori è di fondamentale importanza, poiché ci permetterà di estendere la nostra responsabilità oltre i confini aziendali, coinvolgendo anche i nostri fornitori, i nostri clienti e le comunità locali. Inoltre, ci consentirà di adottare misure più efficaci e mirate per ridurre complessivamente il nostro impatto sull'ambiente, contribuendo così alla transizione verso un'economia più sostenibile e a bassa intensità di carbonio.

Per riuscire al meglio in questo, abbiamo deciso di collaborare con il partner Edra/GHIN, l'associazione globale per i rivenditori di prodotti per il miglioramento della casa che, durante il 9° Global DIY-Summit tenutosi a Berlino nel giugno 2023, ha lanciato un'importante iniziativa per affrontare le emissioni di gas serra Scope 3. Questa iniziativa, si concentra sulle emissioni generate dalle catene di approvvigionamento dei rivenditori e dall'uso dei prodotti da parte dei clienti, che rappresentano oltre il 90% delle loro emissioni totali.

La strategia prevede la formazione di una task force per lo Scope 3, che include importanti rivenditori di prodotti per il miglioramento della casa come Adeo, Bunnings, Cainz, The Home Depot, Hornbach, Kesko, Kingfisher, Obi e Sodimac. L'obiettivo della task force è sviluppare metodologie coerenti per il trattamento dei dati sul carbonio, condividere le migliori pratiche e accelerare i progressi nella riduzione di queste emissioni in tutto il settore.

Per supportare questi sforzi, Edra/GHIN ha collaborato con la società di consulenza Ricardo, specializzata in sostenibilità aziendale, per fornire competenze e orientamenti. L'iniziativa mira anche a incoraggiare l'innovazione e a lavorare verso un'economia più circolare e a basse emissioni di carbonio, coinvolgendo i fornitori su una base pre-competitiva.

EMISSIONI INDIRETTE DI GHG - SCOPE 3		
Scope 3	Udm	2023
Emissioni dei tragitti casa-lavoro	Ton CO ₂ eq.	166,05
Viaggi di lavoro	Ton CO ₂ eq.	11,33
Totale	Ton CO ₂ eq.	177,38

*Fonte analisi: Per i fattori di emissione di Scope 1 e 3 sono state utilizzate la seguente fonte: DEFRA. Per i fattori di emissione di Scope 2 - Location based è stato utilizzato il fattore di conversione ISPRA dal rapporto di conversione 2023, mentre per lo Scope 2 - Market Based è stato utilizzato il fattore di conversione dal report AIB 2022.

La magia del riciclo



Gestione sostenibile dei rifiuti aziendali e formazione dei collaboratori

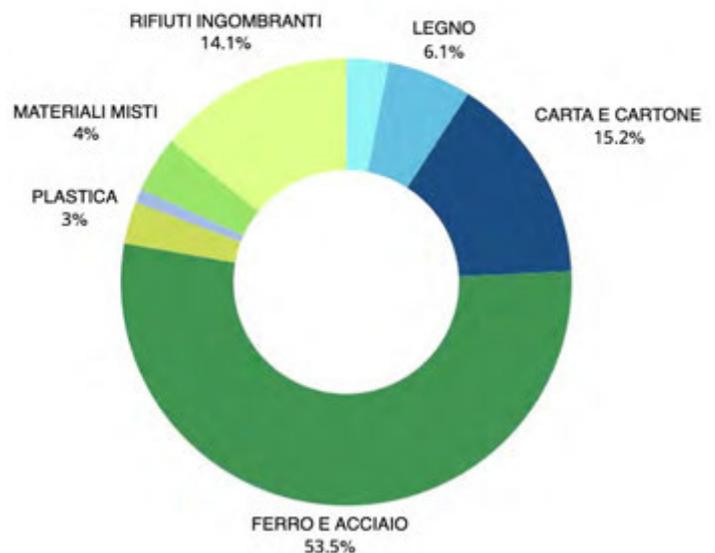
I rifiuti che generiamo nei nostri negozi, nelle diverse sedi aziendali sono principalmente composti da:

- Diversi materiali prodotti dal disimballaggio della merce;
- Rifiuti derivanti dagli uffici amministrativi;
- Altre tipologie di rifiuti (ferro e acciaio, legno, rifiuti ingombranti ed altro) derivanti dalle lavorazioni dei nostri negozi e dall'occasionale danneggiamento dei prodotti.

Nel 2023 abbiamo generato circa 62 tonnellate di rifiuti, di cui il 96,7% è classificabile come non pericoloso e solo il 3,3% come pericoloso. La quasi totalità dei rifiuti sono gestiti tramite recupero nelle sedi opportune.

Nel corso di questi anni una delle misure di circolarità adottate è sicuramente quella del riciclo del cartone da imballaggio. Una parte del cartone viene infatti triturato nei magazzini dei nostri punti vendita e il prodotto ottenuto viene inserito nelle scatole al fine di contenere il più possibile gli articoli ed evitare che gli stessi subiscano dei danni durante il trasporto verso il cliente finale. Come per il cartone, gli scarti del reparto taglio legno, i trucioli, vengono recuperati e successivamente messi sul mercato per i clienti che ne fanno richiesta.


TOTALI RIFIUTI GENERATI DAI NEGOZI CFADDA NEL
2023 PER TIPOLOGIA



Il nostro obiettivo principale in questo ambito è sensibilizzare i collaboratori sulla gestione dei rifiuti. Nel corso del 2023, abbiamo organizzato 12 sessioni di formazione, ciascuna della durata di 2 ore, per un totale di 24 ore di formazione complessive.

Queste sessioni hanno coinvolto 45 collaboratori dei nostri locali, accumulando un totale di 110 ore di formazione. Da anni lavoriamo con dedizione su questo fronte, con l'obiettivo di aumentare progressivamente la raccolta differenziata ed aumentando progressivamente la differenziazione degli imballaggi misti.

RIFIUTI PRODOTTI CFADDA - 2023			
Codice CER	Descrizione del Rifiuto	Attività di recupero o di smaltimento	Quantità annua prodotta (Ton)
080318	Toner per stampa esauriti	R13	0,08
080111*	Pitture e vernici di scarto, contenenti solventi organici o altre sostanze pericolose	D15	0,2
150101	Imballaggi in carta e cartone	R13	5,76
150102	Imballaggi in plastica	R13	1,41
150106	Imballaggi in materiali misti	R13	2,73
150110*	Imballaggi contenenti residui di sostanze pericolose o contaminati da tali sostanze	R13	0,15
160213*	Apparecchiature fuori uso, contenenti componenti pericolosi diversi da quelli di cui alle voci 16 02 09 e 16 02 12	R13	0,3
160214	Apparecchiature fuori uso, diverse da quelle di cui alle voci da 16 02 09 a 16 02 13	R13	0,05
160601*	Batterie al piombo	R13	1,4
170201	Legno	R13	3,72
170203	Plastica	R13	0,6
170405	Ferro e acciaio	R13	32,82
200101	Carta e cartone	R13	3,76
200201	Rifiuti biodegradabili	R13	0,04
200121*	Tubi fluorescenti ed altri rifiuti contenenti mercurio	D15	0,005
200134	Batterie e accumulatori diversi da quelli di cui alla voce 20 01 33	R13	0,15
200307	Rifiuti ingombranti	R13	8,86

Imballaggi responsabili

Di seguito sono riportati i principali imballaggi utilizzati in tutti i punti vendita CFadda. Come si evince dalla tabella, i soli materiali utilizzati sono il cartone e le buste di plastica biodegradabili.

La strategia che proseguirà nel corso dei prossimi anni è basata sulla riduzione del peso degli imballaggi in cartone e l'utilizzo di plastica biodegradabile, promuovendo l'utilizzo di soli materiali provenienti da filiere responsabili.

IMBALLAGGI UTILIZZATI - 2023		
Tipo	Udm	Valore
Cartoni	Ton	7,92
Plastica biodegradabile	Ton	3,98
Totale	Ton	11,90

CFadda Second Life

Il progetto "CFadda Second Life" è nato nel 2022 con un'idea tanto semplice quanto geniale: dare una "seconda possibilità" ai prodotti restituiti da eCommerce che presentano lievi danni, offrendoli a prezzi scontati.



*dati non presenti e non contabilizzati nel 2022

La gestione della risorsa idrica

ESRS E1-1, E1-4, E1-5, E1-6, E1-8

Questa iniziativa ha numerosi vantaggi. Prima di tutto, permette di dare una seconda vita ai prodotti danneggiati, che altrimenti finirebbero in discarica, contribuendo così alla riduzione dei rifiuti e dei relativi costi di smaltimento, con un occhio di riguardo all'ambiente. Inoltre, ci consente di recuperare, in tutto o in parte, il costo di questi prodotti.

Il processo funziona così: i resi vengono esaminati da un referente scontistica (RS), che decide lo sconto da applicare in base al tipo e alla gravità del difetto riscontrato. Il prodotto scontato viene poi registrato nel sistema eCommerce con la modalità "Scegli&Ritira".

I prodotti scontati sono quindi esposti in un'area dedicata nei nostri negozi chiamata "SecondLife", dove i clienti possono visionarli e decidere se procedere con l'acquisto.

Attualmente, la nostra azienda non dispone di politiche aziendali specifiche finalizzate alla riduzione del consumo di acqua. Tuttavia, riconosciamo l'importanza di questo tema e ci impegniamo a promuovere pratiche sostenibili per la gestione delle risorse idriche.

PRELIEVI IDRICI - 2023		
Fonte	Udm	2023
Acquedotto	mc	1.936
Totale	mc	1.936



Se volessi descrivere CFadda con 3 parole, quali useresti e perché?

Ambiziosa, perché è un'azienda con continua voglia di migliorarsi e crescere.
Intraprendente, perché ricca di inventiva, mentalità giovane e aperta.
Umana, perché sa ascoltare i suoi collaboratori e non li tratta come semplici numeri.

| **Addetto Vendita** |

Avanguardia = perché è sempre avanti con i tempi con idee innovative
Crescita = perché in Sardegna è una delle poche aziende che in 20 anni da azienda familiare con un solo punto vendita è riuscita a espandersi in tutta l'isola aprendo 12 punti vendita
Pubblicità = perché la pubblicità di CFadda è sempre visibile in tutta la città, è presente in tutte le stazioni radio e tv regionali.

| **Impiegata Amministrativa** |

Opportunità – perché mi ha dato la possibilità di mettere in pratica tutte quelle conoscenze puramente teoriche acquisite all'università!
Stima – stima reciproca, non solo mia nei confronti dell'azienda, ma anche dell'azienda nei miei confronti, che si legge nei volti della Direzione, nei piccoli gesti o nei riconoscimenti anche solo verbali!
Collaborazione – una collaborazione quotidiana con i colleghi!

| **Collaboratore interno** |



COMUNITÀ & TERRITORIO



4 QUALITY EDUCATION



8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE



12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



Un Anno di solidarietà: Le iniziative sociali del 2023

ESRS S3-2

Nel corso del 2023, la nostra azienda ha sostenuto diverse iniziative a favore delle comunità locali, collaborando con organizzazioni no profit e coinvolgendo attivamente i nostri collaboratori. Di seguito, una descrizione dettagliata dei progetti conclusi con successo.

CFadda e AIRC: In Pista per la Solidarietà

Abbiamo partecipato all'iniziativa "Metti in pista la solidarietà" promossa nei punti vendita CFadda per raccogliere fondi a favore della Fondazione AIRC per la Ricerca sul Cancro. Grazie all'impegno del nostro staff, alla partecipazione dei clienti e all'apporto dei volontari del comitato AIRC Sardegna, siamo riusciti a raccogliere 5.000 euro in sole due settimane. L'iniziativa si è svolta dal 1° al 15 giugno 2023 in quattro punti vendita CFadda del sud Sardegna, dove i clienti potevano acquistare biglietti per una lotteria provinciale organizzata dal comitato AIRC Sardegna. Questo contributo significativo è stato destinato alla ricerca oncologica, con il coinvolgimento di tutte le figure aziendali e dei clienti che hanno dimostrato grande sensibilità verso la causa.

Inoltre, lunedì 30 ottobre 2023 Francesca Fadda ha partecipato alla cerimonia annuale Fondazione AIRC alla presenza del Presidente della Repubblica Sergio Mattarella, tenutosi al Palazzo del Quirinale.

"I Giorni della Ricerca" è un'iniziativa annuale, attiva dal 1995, che informa il pubblico sui recenti progressi nella ricerca oncologica, dalla prevenzione alla cura del cancro, e incoraggia le donazioni per sostenere i giovani ricercatori e nuovi programmi scientifici.

Durante l'evento, il Ministro della Salute Orazio Schillaci, il Ministro dell'Università e della Ricerca Anna Maria Bernini, il Presidente di Fondazione AIRC Andrea Sironi, il Direttore Scientifico Federico Caligaris Cappio e il Dottor Luca Boldrini hanno presentato al Presidente Sergio Mattarella i risultati di un anno di lavoro in oncologia. Hanno evidenziato la complessità della ricerca oncologica e la necessità di aumentare i finanziamenti per sostenere progetti di alta qualità scientifica che attualmente non ricevono sufficienti risorse, nonostante l'investimento significativo di Fondazione AIRC (oltre 137 milioni di euro nel 2023 a beneficio di 6.000 ricercatori).

Alla cerimonia partecipano ogni anno i Presidenti dei Comitati Regionali della Fondazione AIRC, invitando persone del mondo delle aziende, della scuola e del volontariato che si sono distinti per il loro supporto.



CFadda Fai da te: Un Camper per la Prevenzione

Abbiamo partecipato alla raccolta fondi "Un camper per la prevenzione", destinata all'acquisto di un camper attrezzato con un Sistema Mammografico Digitale 3D e un ecografo ad alte prestazioni per la prevenzione sanitaria delle donne in Sardegna. Dal 16 al 30 novembre 2023, nei 12 punti vendita CFadda della Sardegna, è stato possibile donare 1 euro (o più) in cassa, raccogliendo un totale di 20.000 euro. Questo contributo si aggiunge agli sforzi di numerosi partner per realizzare un progetto dal valore di 350.000 euro.

Campagna Nastro Rosa AIRC

Durante il mese di ottobre 2023, abbiamo aderito alla campagna di sensibilizzazione e raccolta fondi "Nastro Rosa AIRC" per la lotta contro i tumori femminili. Nei nostri punti vendita, abbiamo invitato i clienti a donare 2 euro per ricevere una spilletta raffigurante un nastro rosa e un leaflet informativo. L'iniziativa ha permesso di raccogliere 5.000 euro, destinati alla Fondazione AIRC. I nostri collaboratori hanno promosso attivamente la campagna, contribuendo al suo successo con impegno e dedizione.

Donazione per A18 Fondazione per l'Autismo

Abbiamo supportato la costruzione di un nuovo Centro per l'Autismo a Selargius, fornendo articoli utili per l'ambiente esterno della struttura. Il progetto prevede la creazione di healing gardens, aree verdi progettate per ridurre lo stress e migliorare il benessere dei ragazzi con disturbi dello spettro autistico.

Supporto a Telethon

Abbiamo concesso gratuitamente uno spazio all'ingresso del nostro negozio per consentire alla Fondazione Telethon di sensibilizzare il pubblico e raccogliere adesioni. Questa iniziativa è durata da giugno ad agosto 2023, durante la quale la fondazione ha potuto promuovere le sue attività e raccogliere fondi per la ricerca sulle malattie genetiche rare.



Se CFadda avesse un superpotere, secondo te quale sarebbe e perché?

Volare, perché in questi anni è sempre stato diretto in alto.

| **Collaboratore interno** |

Il superpotere dell'unione perché sul posto di lavoro ci si sente come in una grande famiglia.

| **Collaboratore interno** |

Riesce a riequilibrare le situazioni, mi ha aiutato a superare momenti familiari e personali complessi, facendomi sentire parte di una famiglia che va oltre il lavoro, sarò sempre grato a questa azienda alla quale ho dato e dalla quale ho ricevuto tanto!

| **Coordinatore punto vendita** |

Il superpotere di CFadda ha un nome e un cognome: Dott. Cosimo Fadda.... Il perché potete facilmente immaginarlo.

| **Addetto Vendita** |

CONCLUSIONE



Quali sono i punti di forza di CFadda secondo te?

Professionalità, presenza di prodotti innovativi che facilitano il lavoro del cliente e che sono rispettosi dell'uomo e dell'ambiente.

| **Fornitore** |

Da CFadda ho sempre trovato prodotti di buona qualità a prezzi accessibili

| **Cliente** |

Trovo sempre i prodotti e il personale preparato

| **Cliente** |

Il punto di forza di CFadda è rappresentato dalla trasparenza comunicativa, dalla forte collaborazione che imprime nei rapporti con gli altri e dal forte senso di umanità incarnato dai propri collaboratori e dai punti vendita.

| **Fornitore** |

La certezza di trovare facilmente articoli specialistici.

| **Cliente** |

Azienda seria, rapida nell'azione, con capacità di innovazione elevata tenendo conto della dimensione

| **Partner esterno** |

Per concludere, con la stesura di questo Bilancio di Sostenibilità, CFadda si impegna in modo tangibile a generare valore condiviso per tutti gli stakeholder e lo fa nel rispetto del nostro pianeta.

In CFadda, infatti...

Siamo convinti che, lavorando insieme, potremo superare ogni sfida e costruire un futuro ancora più brillante per la nostra Azienda, per tutti e per il nostro pianeta.

GRAZIE



APPENDIX



TABELLA GRI / EFRAG: Nota metodologica

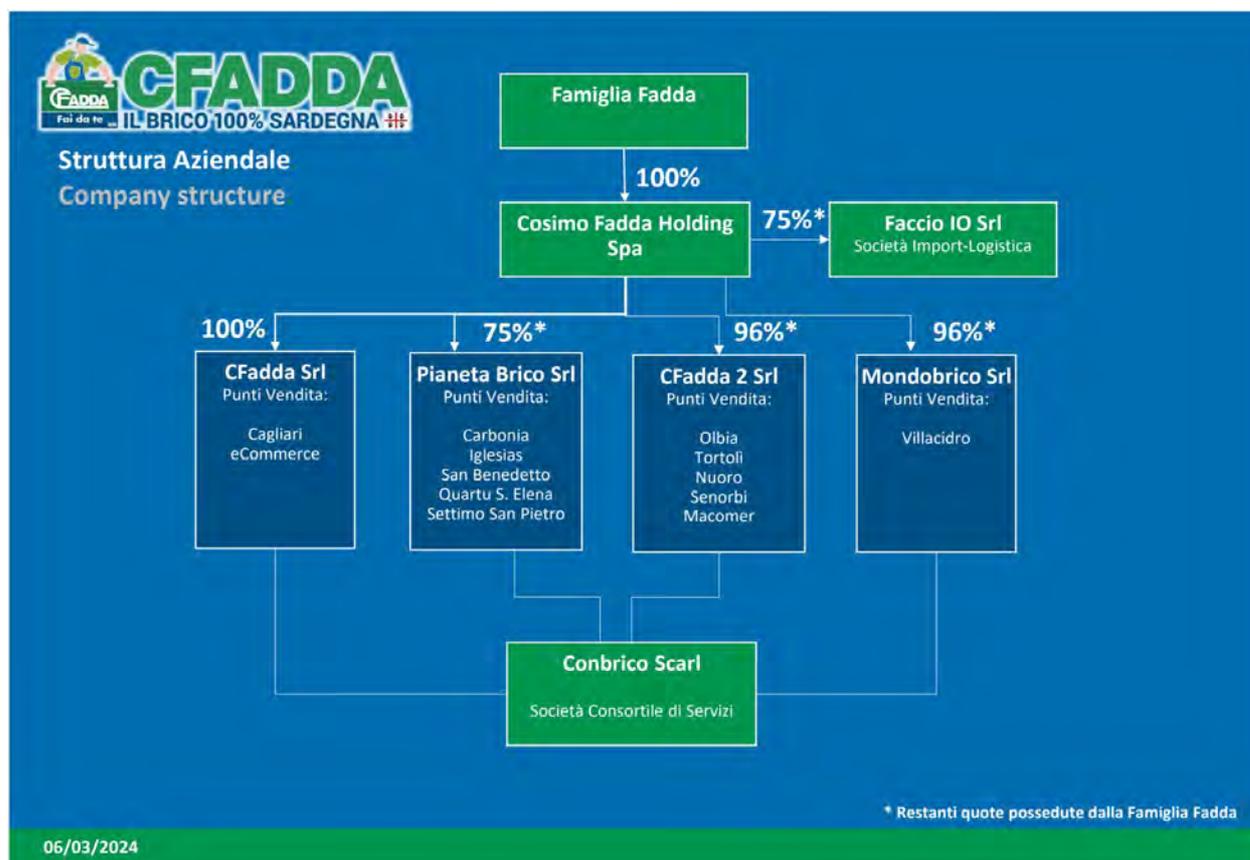
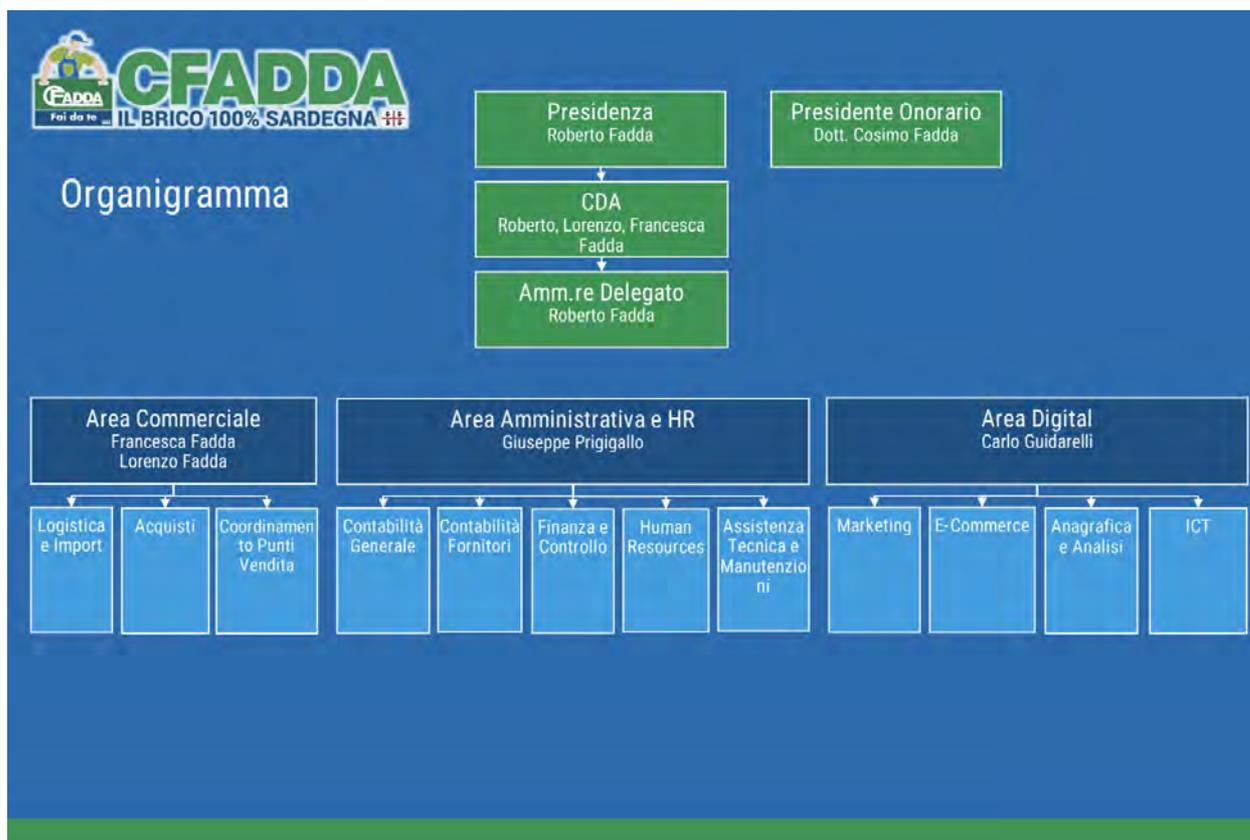
La tabella seguente vuole suggerire a quale tra i capitoli dei due principali standard internazionali, la specifica attività implementata si riferisce. L'azione rendicontata non sempre rappresenta una esaustiva sovrapposizione con quanto richiesto dallo standard, ma è uno sforzo di allineamento che permette alla nostra Azienda di percorrere il percorso di sostenibilità con una direzione chiaramente delineata. Il presente Bilancio adotta la metodologia di reporting "in reference to" GRI Standards. Si adottano invece gli standard ESRS definiti dalla direttiva 2022/2464/Ue (CSRD) come riferimento per la rendicontazione.

Obiettivo Bilancio di Sostenibilità	Global Reporting Initiative (GRI) standards	European Sustainability Reporting Standards (ESRS)
8.1 Sostenere la crescita economica pro-capite a seconda delle circostanze nazionali. 8.2 Raggiungere livelli più elevati di produttività economica attraverso la diversificazione, l'aggiornamento tecnologico e l'innovazione, anche attraverso un focus su settori ad alto valore aggiunto e settori ad alta intensità di manodopera.		
Valore economico generato, trattenuto e distribuito	201-1 Direct economic value generated and distributed	ESRS 1 General requirements
Ragione sociale e sede legale Entità incluse nella rendicontazione	2-1 Organizational details 2-2 Entities included in the organization's sustainability reporting	ESRS 1 General requirements
Periodo di rendicontazione e contatti	2-3 Reporting period, frequency and contact point	ESRS 1 General requirements
L'azienda/i prodotti Catena del valore	2-6 Activities, value chain and other business relationships	ESRS 1 General requirements SBM-1 – Market position, strategy, business model(s) and value chain G1-2 – Management of relationships with suppliers
Struttura societaria Organigramma	2-9 Governance structure and composition	G1-1– Corporate culture and business conduct policies
Numero collaboratori	2-7 Employees	S1-6 – Characteristics of the undertaking's employees
Lettera agli stakeholder	2-22 Statement on sustainable development strategy	G1-1– Corporate culture and business conduct policies
Purpose Mapping	2-29 Approach to stakeholder engagement	SBM-2 – Interests and views of stakeholders S1-2 – Process for engaging with own workers and workers' representatives about impacts
Sustainable Development Goals priority matrix	3-1 Process to determine material topics 3-2 List of material topics	SBM-3 – Material impacts, risks and opportunities and their interaction with strategy and business model

		IRO-1 – Description of the processes to identify and assess material impacts, risks and opportunities
Cultura Aziendale & Governance	2-22 Statement on sustainable development strategy 2-9 Governance structure and composition	G1-1– Corporate culture and business conduct policies ESRS 2 GOV-1 – The role of administrative, supervisory and management bodies
<p>4.4 Aumentare il numero di giovani e adulti che abbiano le competenze necessarie, incluse le competenze tecniche e professionali, per l'occupazione, per lavori dignitosi e per la capacità imprenditoriale.</p> <p>4.7 Assicurarsi che tutti gli studenti acquisiscano le conoscenze e le competenze necessarie per promuovere lo sviluppo sostenibile attraverso, tra l'altro, l'educazione per lo sviluppo sostenibile e stili di vita sostenibili, i diritti umani, l'uguaglianza di genere, la promozione di una cultura di pace e di non violenza, la cittadinanza globale e la valorizzazione della diversità culturale e del contributo della cultura allo sviluppo sostenibile.</p> <p>8.5 Raggiungere la piena e produttiva occupazione e un lavoro dignitoso per tutte le donne e gli uomini, anche per i giovani e le persone con disabilità, e la parità di retribuzione per lavoro di pari valore.</p> <p>8.6 Ridurre sostanzialmente la percentuale di giovani disoccupati che non seguano un corso di studi o che non seguano corsi di formazione.</p>		
Formazione dei collaboratori	404-1 Average hours of training per year per employee 404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	S1-13 – Training and skills development indicators
Risorse e turnover	401-1 New employee hires and employee turnover	S1-6 – Characteristics of the undertaking's employees S1-7 – Characteristics of non-employee workers in the undertaking's own workforce
Dati demografici collaboratori	2-7 Employees 2-8 Workers who are not employees	S1-1 – Policies related to own workforce S1-7 – Characteristics of non-employee workers in the undertaking's own workforce G1-1– Corporate culture and business conduct policies
Engagement interno	2-25 Processes to remediate negative impacts 2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns	S1-1 – Policies related to own workforce
Dati demografici diversità di genere	405-1 Diversity of governance bodies and employees	S1-1 – Policies related to own workforce S1-9 – Diversity indicators S1-16 – Compensation indicators G1-1– Corporate culture and business conduct policies
Comunità e territorio	413-1 Operations with local community engagement, impact	S3-2 – Processes for engaging with affected communities about impacts

	assessments, and development programs	
<p>8.4 Migliorare progressivamente l'efficienza delle risorse globali nel consumo e nella produzione, nel tentativo di scindere la crescita economica dal degrado ambientale</p> <p>9.4 Aggiornare le infrastrutture e ammodernare le industrie per renderle sostenibili, con maggiore efficienza delle risorse da utilizzare e una maggiore adozione di tecnologie pulite e rispettose dell'ambiente e dei processi industriali.</p> <p>9.5 Potenziare la ricerca scientifica, promuovere le capacità tecnologiche dei settori industriali anche incoraggiando l'innovazione e aumentando in modo sostanziale il numero dei lavoratori dei settori ricerca e sviluppo.</p> <p>12.2 Raggiungere la gestione sostenibile e l'uso efficiente delle risorse naturali.</p> <p>12.8 Fare in modo che le persone abbiano in tutto il mondo le informazioni rilevanti e la consapevolezza in tema di sviluppo sostenibile e stili di vita in armonia con la natura.</p>		
Gestione dei rifiuti ed economia circolare	<p>306-2 Waste by type and disposal method</p> <p>306-3 Waste generated</p> <p>306-4 Waste diverted from disposal</p> <p>306-5 Waste directed to disposal</p> <p>301-1 Materials used by weight or volume</p> <p>301-2 Recycled input materials used</p> <p>301-3 Reclaimed products and their packaging materials</p>	<p>E5-2 – Actions and resources in relation to resource use and circular economy</p> <p>E5-4 – Resource inflows</p> <p>E5-5 – Resource outflows</p>
Calcolo emissioni Scope 1	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	E1-6 – Gross Scopes 1, 2, 3 and Total GHG emissions
Calcolo emissioni Scope 2	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	E1-6 – Gross Scopes 1, 2, 3 and Total GHG emissions
Calcolo emissioni Scope 3 (parziale)	305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions	E1-6 – Gross Scopes 1, 2, 3 and Total GHG emissions
Totale emission GHG	Disclosure 305-4 GHG emissions intensity	E1-6 – Gross Scopes 1, 2, 3 and Total GHG emissions
Gestione e cura delle risorse idriche	<p>303-3 Water withdrawal</p> <p>303-4 Water discharge</p> <p>303-5 Water consumption</p>	E3-4 Water consumption

Organigramma 2023 e Struttura Societaria





Bilancio di Sostenibilità 2023

Periodo di rendicontazione:

1 gennaio 2023 – 31 dicembre 2023

Il periodo di rendicontazione delle attività di sostenibilità è il medesimo di quello previsto per il Bilancio d'esercizio.

Cosimo Fadda Holding S.p.a

Via Calamattia, 23
09134, Cagliari (CA)
P.IVA: 02780100927

070.520422
<https://www.cfadda.com>
sostenibilita@cfadda.com

IN PARTNERSHIP CON

**PRO
SPE
RAH**

