

IN PARTNERSHIP CON



bilancio di sostenibilità 2024

Dichiarazione consolidata di carattere
non finanziario redatta ai sensi del
D.Lgs. 254/16_

www.cfadda.com/bilancio-di-sostenibilita



CFADDA

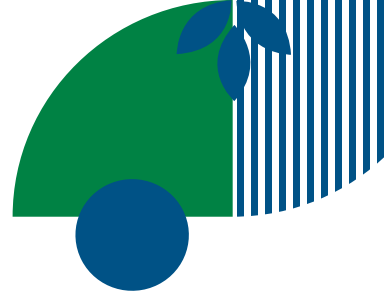
IL BRICO 100% SARDEGNA 

LA VITA È BELLA!

E noi siamo qui per renderla
tale, creando valore sostenibile.

<u>Lettera agli stakeholder</u>	04
<u>Chi siamo</u>	06
<u>La nostra strategia di sostenibilità</u>	13
<u>Cultura Aziendale & Governance</u>	20
<u>Persone</u>	32
<u>Prosperità</u>	38
<u>Pianeta</u>	57
<u>Conclusione</u>	70
<u>Appendix</u>	72

Lettera agli stakeholder



Cari Stakeholders, coerenza, fiducia, innovazione e responsabilità continuano a essere i valori fondanti della nostra azienda, che da oltre 140 anni rappresenta un punto di riferimento nel settore del bricolage e fai da te in Sardegna. Su questi valori abbiamo costruito anche nel 2024 il nostro percorso di crescita, investendo con determinazione in iniziative di carattere ambientale, sociale e organizzativo. Il nostro cammino, guidato dalla consapevolezza dell'importanza di evolversi con i tempi, ci ha portato a rafforzare ulteriormente l'impegno verso la sostenibilità, intesa non solo come attenzione all'ambiente, ma anche come responsabilità verso le persone e il territorio. Dopo aver scelto, nel 2023, con convinzione, di intraprendere il percorso del Bilancio di Sostenibilità su base volontaria, con l'obiettivo di rafforzare la nostra identità e misurare in modo trasparente i nostri impegni, in questo secondo anno abbiamo confermato la nostra volontà di proseguire con determinazione lungo questa strada, coinvolgendo sempre più attivamente chi condivide il nostro cammino.

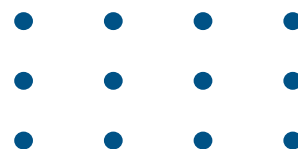
Il contesto economico e geopolitico ha continuato a porre delle sfide, ma la nostra azienda ha dimostrato resilienza e capacità di adattamento. Abbiamo mantenuto un orientamento strategico chiaro, che ci ha permesso di cogliere nuove opportunità e di consolidare il nostro ruolo nel mercato. Tra i principali sviluppi dell'anno appena concluso, desideriamo condividere con voi alcuni ambiti su cui abbiamo concentrato il nostro impegno:

1. Innovazione e Digitalizzazione

Nel 2024 abbiamo ulteriormente potenziato i nostri canali digitali, integrando nuove funzionalità nella nostra piattaforma e-commerce e migliorando l'esperienza omnicanale per i clienti. Il percorso di digitalizzazione interna ha proseguito con l'adozione di nuovi strumenti per l'ottimizzazione dei processi.

2. Valorizzazione delle Persone e Rinnovamento degli Spazi

Durante l'anno, abbiamo investito nel remodelling di alcuni reparti in diversi negozi, con l'obiettivo di migliorare la qualità del servizio e l'esperienza d'acquisto dei nostri clienti. Parallelamente, è proseguito con determinazione l'impegno per rafforzare il nostro sistema di welfare aziendale: stiamo introducendo nuovi strumenti e iniziative a sostegno del benessere delle nostre persone, promuovendo un ambiente di lavoro più equo e partecipativo.



3. Ambiente e Sostenibilità

Nel 2024 è stato installato un nuovo impianto fotovoltaico presso uno dei nostri punti vendita, e abbiamo avviato le pratiche per un secondo impianto che entrerà in funzione nel corso del 2025. Sebbene non siano ancora state avviate mappature strutturate delle emissioni, abbiamo lavorato attivamente per diffondere una cultura aziendale focalizzata sulla sostenibilità ambientale, sensibilizzando collaboratori e clienti sull'importanza di scelte consapevoli e rispettose dell'ambiente.

Il Bilancio di Sostenibilità continua a essere per noi uno strumento fondamentale per misurare i nostri progressi e guidare le decisioni strategiche. L'obiettivo è creare valore condiviso nel lungo periodo, generando un impatto positivo per tutti gli stakeholder.

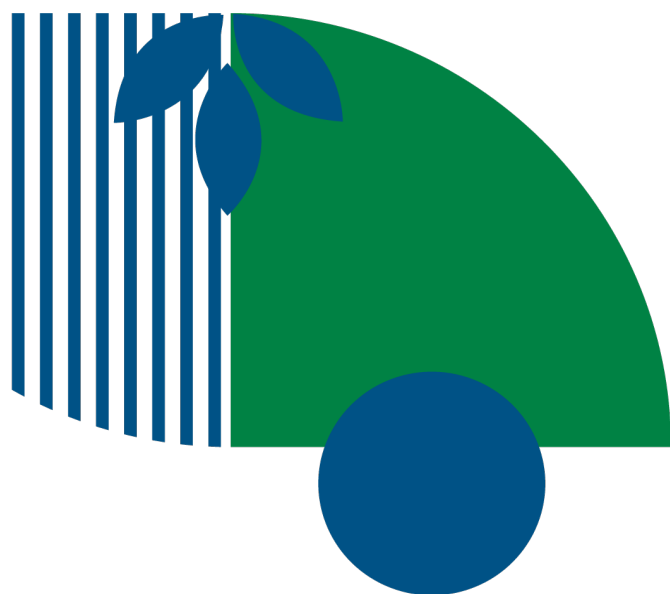
Siamo consapevoli che il percorso è solo all'inizio, ma orgogliosi dei passi fatti finora. Il nostro obiettivo è continuare a essere un punto di riferimento nel settore del fai da te, rimanendo fedeli ai nostri valori e capaci di generare valore per tutti.

Il nostro successo è frutto della fiducia che ogni giorno riceviamo da voi: collaboratori, clienti, fornitori, comunità locali e istituzioni. La vostra partecipazione è per noi essenziale, e vogliamo ribadire il nostro impegno a mantenere un dialogo aperto, trasparente e costruttivo.

Grazie per essere parte del nostro percorso: con il vostro sostegno, siamo pronti ad affrontare le sfide che ci attendono, con uno sguardo sempre rivolto all'innovazione, alla sostenibilità e alla crescita condivisa.

Buona Lettura

***Il Presidente
Roberto Fadda***





CHI SIAMO

Chi siamo

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.

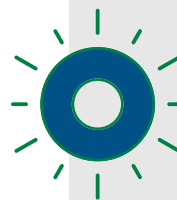
All'inizio degli anni '80 Cosimo Fadda si convince che è giunto il momento di uscire dall'ambiente ristretto del centro storico e puntare su una zona più periferica ma facilmente raggiungibile non solo dai clienti della città ma anche da quelli dell'hinterland, che in quel periodo cresce a dismisura. 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 rapida ma solida, favorita dall'armonia familiare e dal supporto di tutti i collaboratori di quello che ormai è diventato il Gruppo CFadda.

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.), 3 società operative (11 punti vendita fisici 1 punto vendita E-commerce), e una società che gestisce le importazioni di merci e gli acquisti dall'UE, oltreché la relativa logistica. Nel corso del 2024 è stato deciso di chiudere il punto vendita di Villacidro, gestito dalla società Mondobrico Srl.

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.



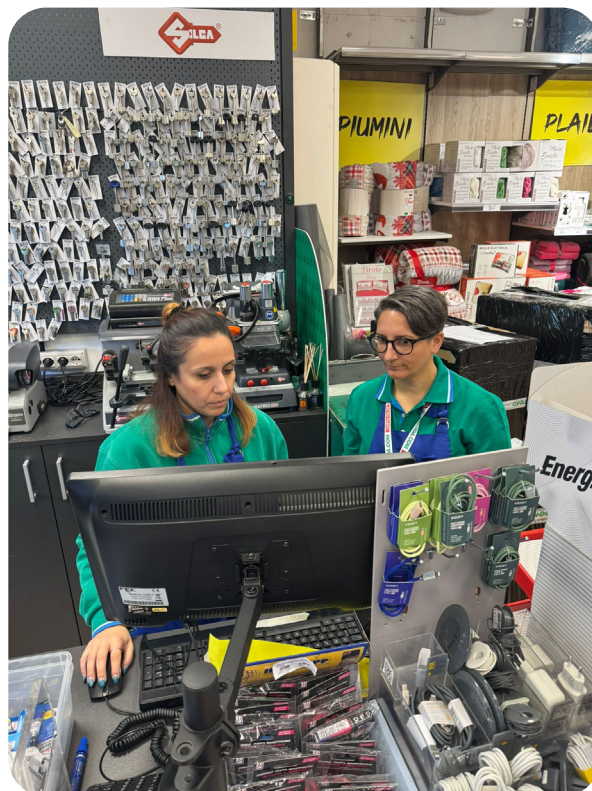


Nel 2014 è stato inoltre rinnovato il sito istituzionale: <https://www.cfadda.com>, la cui novità principale è costituita dall'introduzione della sezione e-commerce. I valori positivi trasmessi dall'azienda, vengono identificati nel 2015 nel payoff LA VITA É BELLA, presentato nella convention 2015. Nel 2020 è stato aperto 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.

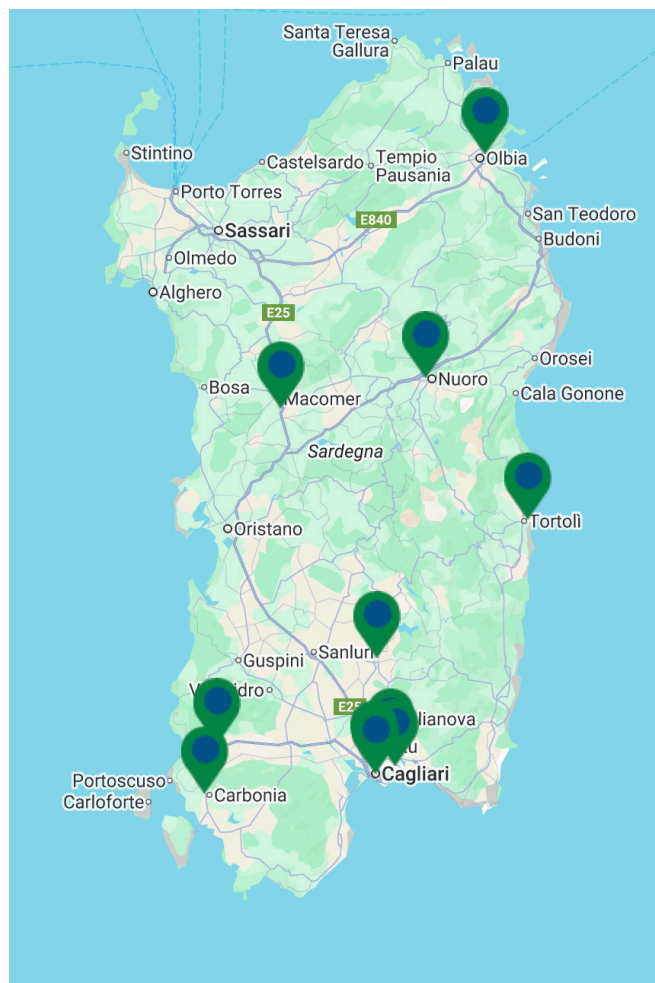
Contemporaneamente i punti vendita raggiungono più alti livelli di digitalizzazione al servizio del cliente, grazie a numerosi e grandi monitor che illustrano i servizi disponibili e pratici totem touch screen che permettono di effettuare la sottoscrizione e l'aggiornamento dei dati delle Card Vantaggi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

Nel 2023 è avvenuta l'apertura del 12° negozio a Settimo San Pietro.

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



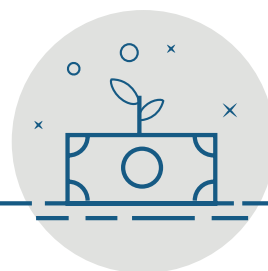
Le nostre sedi



 CAGLIARI Via Calamattia 16 - Cagliari (CA) Vedi scheda negozio	 CARBONIA Via Nazionale, ex Mercati Generali - Carbonia (CI) Vedi scheda negozio	 IGLESIAS Corso Colombo 82 (lato Eurospin) - Iglesias Vedi scheda negozio
 CAGLIARI SAN BENEDETTO Via Francesco Cocco Ortu, 45 - Cagliari San Benedetto (CA) Vedi scheda negozio	 QUARTU SANT'ELENA Via Monsignor Virgilio Angioni, snc - Quartu Sant'Elena (CA) Vedi scheda negozio	 SETTIMO SAN PIETRO SP15 KM, FIANCO LIDL - Settimo San Pietro (CA) Vedi scheda negozio
 OLBIA Via Indonesia - Olbia (SS) Vedi scheda negozio	 TORTOLÌ-ARBATAX Z.I. Arbatax, Località Baccasara, Comparto 4 - Tortolì (CA) Vedi scheda negozio	 NUORO Viale della Resistenza, angolo via San Giovanni Bosco - Nuoro (NU) Vedi scheda negozio
 SENORBÌ Strada Statale 128, lato Eurospin - Senorbì (CA) Vedi scheda negozio	 MACOMER Z.I. Tossilo, svincolo Strada Statale 131, Km 138 - Macomer (NU) Vedi scheda negozio	

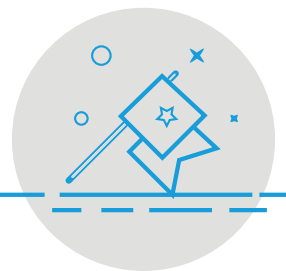
Highlights 2024

Oltre **€30 milioni**
di fatturato



160 collaboratori
interni

11 punti vendita
in Sardegna



1 e-commerce

92 newsletters
inviate nel 2024



29.121 clienti
acquisiti nel programma Fedeltà

Highlights 2024

CULTURA AZIENDALE & GOVERNANCE

Uno dei momenti più significativi è stato sicuramente la presentazione del primo Bilancio di Sostenibilità: un traguardo importante per la nostra azienda, celebrato insieme a tutti i collaboratori della sede e ai coordinatori dei punti vendita e alcuni stakeholders esterni.

PERSONE

La tutela della conciliazione tra vita lavorativa e personale è un principio fondamentale per noi. Nel 2024, abbiamo continuato a garantire l'accesso a permessi e congedi regolamentati, offrendo a tutti i collaboratori strumenti concreti per affrontare esigenze familiari e personali.

PROSPERITÀ

Si consolida la nostra attenzione verso un servizio sempre più rivolto al miglioramento dell'esperienza cliente e allo snellimento delle lavorazioni interne ed esterne, basato sempre sull'alta digitalizzazione all'interno dei negozi. Una comunicazione basata quasi totalmente sul digitale e non sul cartaceo.

PIANETA

Coinvolgimento e misurazione del grado di sensibilizzazione dei nostri fornitori verso il tema della sostenibilità attraverso un questionario di raccolta dati circa l'utilizzo di un packaging ecosostenibile e verso l'offerta di prodotti ecosostenibili. Consolidamento nell'utilizzo delle etichette elettroniche in tutti nostri punti vendita.

Cosa ti rende felice in CFadda?

Il fatto che l'azienda tenda a rispettare molto la persona e non solo la figura professionale. È un aspetto molto importante che si riflette poi nella cura e nel rispetto che ogni collaboratore ha verso l'azienda.

| Collaboratore interno |

Interagisco con le persone. Mi piace interagire con i clienti, capire le loro esigenze e trovare le soluzioni più adatte ai loro problemi. In sintesi, mi rende felice CFadda perché lo vedo come un luogo di apprendimento continuo, creatività e interazione umana.

| Collaboratore interno |

La cosa più semplice ma anche la più difficile da trovare in un'azienda: la consapevolezza di fare parte di un progetto, dove, oltre al profitto, c'è anche il rapporto umano con il cliente, i colleghi di lavoro e l'Azienda. Quella che definirei e definisco da sempre, una grande Famiglia!

| Collaboratore interno |

La mia crescita personale e professionale in così poco tempo e il costante aiuto ai nostri clienti nel realizzare progetti di miglioramento della casa.

| Collaboratore interno |



LA NOSTRA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

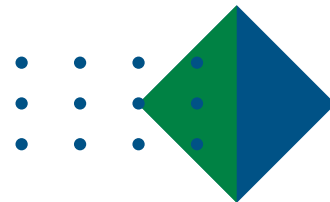
Purpose Mapping

Che 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 in CFadda?

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

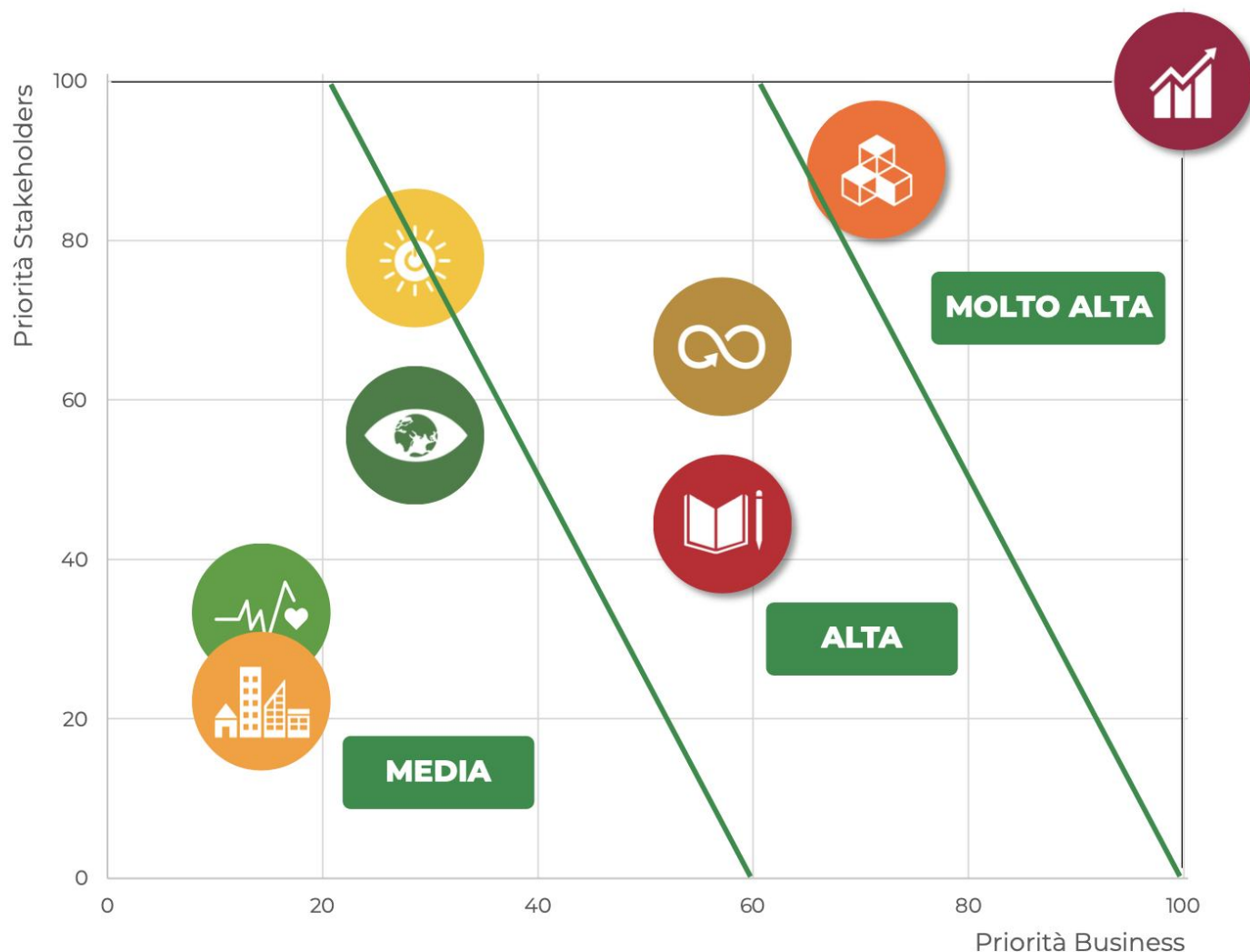


2
ASS. DI CATEGORIA/NO PROFIT



STAKEHOLDER

Gli Obiettivi di CFADDA dell'Agenda 2030



8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE



4 QUALITY EDUCATION



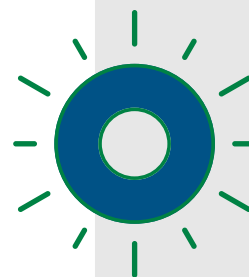
12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



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.

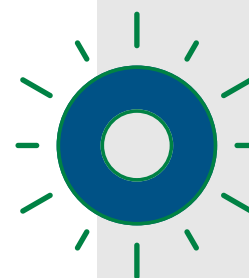
8.6 Ridurre sostanzialmente la percentuale di giovani disoccupati che non seguano un corso di studi o che non seguano corsi di formazione.

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.



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 Assicurarci 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

PERSONE

4 QUALITY EDUCATION



CFADDA
IL BRICO 100% SARDEGNA

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE



PIANETA

PROSPERITA'

Se fossi un artista, quale sarebbe la tua rappresentazione della CFadda?

CFadda sarebbe un grande mosaico digitale, dove ogni tessera rappresenta una persona, un'idea o un'innovazione. Un'opera dinamica in continua evoluzione, dove tradizione e innovazione si fondono per creare qualcosa di unico e riconoscibile. I colori vivaci simboleggerebbero la creatività e la varietà dei progetti, mentre una struttura solida rappresenterebbe i valori e la storia dell'azienda

| Collaboratore interno |

Un quadro realizzato con il puntinismo...tanti piccoli punti che messi insieme creano grandi opere.

| Collaboratore interno |

Un grande albero con rami solidi che rappresentano i diversi reparti, tutti connessi da radici forti: valori, passione e impegno.

| Collaboratore interno |

Occupandomi di musica nel mio tempo libero, sicuramente una grande orchestra, dove ognuno pur suonando parti diverse, contribuisce ad eseguire una straordinaria sinfonia!

| Collaboratore interno |



CULTURA AZIENDALE & GOVERNANCE



AMBITO	OBIETTIVI 2024	STATO AVANZAMENTO	OBIETTIVI 2025
Welcome day sostenibile	Far conoscere ai nuovi collaboratori il lato "sostenibile" della nostra azienda, affinché improntino il loro lavoro nel rispetto di tali principi	n. 1 evento organizzato in data 12/11/2024	Mantenimento e valutazione nuove attività
Tutela della legalità e prevenzione alla corruzione	Aggiornamento e formazione sul modello 231	Svolta formazione specifica su modello 231	Definizione ufficiale del modello 231 di CFadda



Il nostro Purpose

La Mission e i Valori di CFadda rappresentano la bussola che guida ogni scelta strategica e operativa dell'azienda.

La nostra mission

Siamo diversi per diventare il miglior negozio di bricolage al mondo.

Offriamo molto più di prodotti: mettiamo a disposizione esperienza, consigli e ispirazione per rendere ogni casa più bella, ogni ambiente più accogliente e ogni progetto un'occasione per esprimere sé stessi. In un clima familiare e inclusivo, aiutiamo le persone a creare momenti speciali con i propri cari, stimolando creatività e condivisione. Il nostro obiettivo è accompagnarvi nella realizzazione di qualcosa di unico, autentico e duraturo.

I nostri valori

- **Bandiera:** La nostra forza risiede nelle persone. Valorizziamo il contributo di ciascuno, consapevoli che è nella collettività che si costruisce il nostro successo.
- **Cliente:** Ascoltiamo con attenzione, rispondiamo con qualità. Ogni esigenza è unica e merita soluzioni su misura.
- **Imprenditorialità:** Siamo dinamici, creativi e orientati al risultato. Gestiamo le attività con responsabilità, flessibilità e spirito d'innovazione.
- **Integrità:** La correttezza è la nostra bussola. Operiamo con trasparenza e lealtà verso clienti, collaboratori e stakeholder.
- **Relazioni:** Investiamo in rapporti autentici e duraturi. Per noi, la sostenibilità è fatta anche di legami solidi e visioni condivise.



La loro diffusione e integrazione avviene a tutti i livelli organizzativi, a partire dal momento dell'ingresso in azienda: ogni nuovo collaboratore riceve il Codice Etico, documento che racchiude i principi fondanti della nostra cultura aziendale. Tuttavia, la vera condivisione dei valori non si esaurisce nella consegna formale di un documento: si manifesta nel lavoro quotidiano, nel modo in cui affrontiamo le sfide, serviamo i nostri clienti e collaboriamo tra colleghi. A testimoniare questo impegno, abbiamo sviluppato un sistema strutturato e continuo di monitoraggio e accompagnamento dei punti vendita, guidato dal ruolo centrale del Capo Area.

Le visite periodiche ai punti vendita rappresentano uno dei principali strumenti per assicurare che la Mission e i Valori siano non solo conosciuti, ma anche concretamente applicati. Le visite avvengono con cadenza settimanale, mensile e trimestrale, e toccano ambiti differenti:

- Visite Commerciali ed Economiche: monitoraggio delle performance di vendita, gestione degli ordini e verifica dei principali KPI (es. scontrino medio, rotazione scorte, rotture di stock).
- Visite Gestionali: verifica del rispetto delle procedure e delle norme di sicurezza e confronto con i collaboratori.
- Visite di Coordinamento: dialogo tra sede centrale e punti vendita, redazione di check list e pianificazione congiunta.

Durante questi incontri, il Capo Area non si limita a verificare gli aspetti operativi, ma instaura un dialogo diretto con il personale, raccoglie feedback, valuta i bisogni formativi e verifica la coerenza tra comportamenti, processi e valori aziendali.

- Attraverso questi momenti di confronto continuo, CFadda promuove un ambiente in cui i valori aziendali diventano parte integrante della cultura organizzativa. La leadership diffusa, la trasparenza nella comunicazione e la formazione continua sono elementi chiave per garantire che la nostra identità valoriale venga condivisa e vissuta in modo autentico da tutta la squadra.
- In sintesi, CFadda integra Mission e Valori non come elementi decorativi, ma come principi guida che si traducono in azioni concrete, comportamenti quotidiani e scelte strategiche orientate alla crescita sostenibile dell'azienda e delle persone che ne fanno parte.

[Approfondisci qui!](#)





La nostra governance

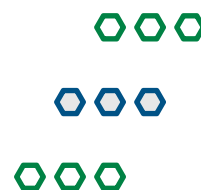
CFadda è un'azienda a gestione familiare, caratterizzata da una cultura aziendale ben radicata, valori comuni, processi decisionali agili e relazioni basate sulla fiducia reciproca.

CFADDA è il marchio riconosciuto da clienti e stakeholder come punto di riferimento nel settore del bricolage in Sardegna. Dietro questo brand consolidato opera un gruppo di società.

Queste società sono controllate e partecipate da COSIMO FADDA HOLDING S.p.A., che svolge un ruolo di direzione e coordinamento, guidando la strategia complessiva del gruppo e assicurando coerenza nella gestione operativa e nei valori aziendali. Questa struttura societaria consente al gruppo di mantenere una visione unitaria e di valorizzare al meglio le sinergie tra le diverse realtà operative, nel rispetto di una governance trasparente e responsabile.

Roberto Fadda – Presidente e Amministratore Delegato

Con oltre 30 anni di esperienza maturata all'interno della CFadda, Roberto Fadda ha costruito il proprio percorso professionale passando da ruoli operativi a responsabilità strategiche. Ha guidato l'evoluzione tecnologica dell'azienda e ha consolidato competenze trasversali in ambito amministrativo, acquisti e gestione. Dal 2020 è Presidente del Gruppo, ruolo che affianca a quello di Presidente del Consorzio Bricolife, rete nazionale di oltre 80 negozi, promuovendo sinergie e visione sistemica a livello di settore. Dal 2017 ricopre il ruolo di Presidente di Sistema, un Network tra il Consorzio Bricolife e Brico Io, che conta 210 negozi in tutta Italia, accomunati da una strategia commerciale unica.



Francesca Fadda – Vicepresidente del Consiglio di Amministrazione e Direttore Marketing.

Inizia il proprio percorso nel mondo della comunicazione aziendale come Amministratore Delegato di una società di advertising. Dal 2012 entra in CFadda, dove assume ruoli di crescente responsabilità nei settori marketing, e-commerce e acquisti. Ha guidato progetti chiave come il lancio dell'e-commerce aziendale e la gestione delle campagne nazionali per il Consorzio Bricolife. Oggi, in qualità di Vicepresidente, contribuisce anche alla gestione finanziaria e ai rapporti con stakeholder esterni, tra cui istituti di credito e consulenti.

Lorenzo Fadda – Consigliere del Consiglio di Amministrazione e Direttore Commerciale.

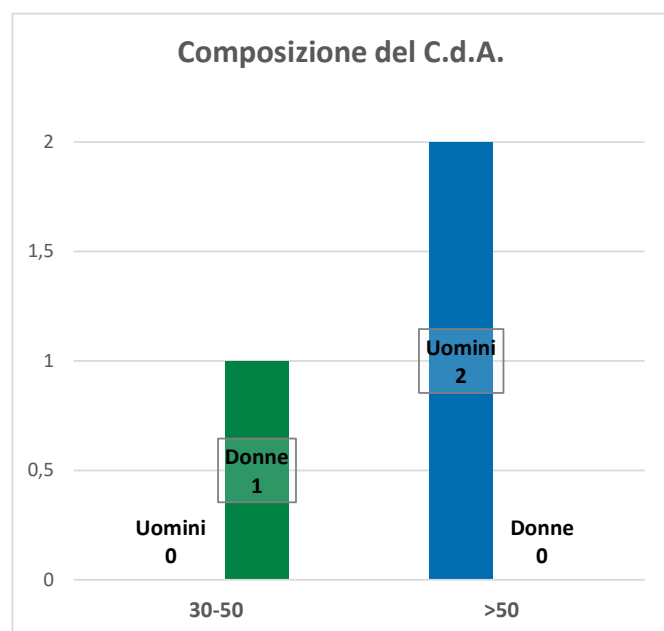
Attivo in azienda dal 1992, ha maturato un'approfondita conoscenza del retail e del settore fai da te, lavorando in diverse aree aziendali, dalla logistica al layout dei punti vendita. Dal 1999 si occupa in particolare della direzione commerciale e degli acquisti, sia nazionali che Internazionali, grazie anche alla sua partecipazione a fiere di livello internazionale. La sua esperienza si distingue per un approccio operativo, strategico e orientato al mercato.

Il Consiglio di Amministrazione della Holding è composto da tre membri, tutti soci dell'azienda. I componenti dell'organo amministrativo e direzionale portano con sé una solida esperienza maturata sia a livello locale, in Sardegna, sia nel coordinamento di attività su scala nazionale, contribuendo con competenze consolidate alla gestione strategica dell'impresa.



La presenza di due uomini e una donna garantisce una rappresentanza di genere e riflette la volontà dell'azienda di coniugare inclusività e governance responsabile. Tutti i membri del CdA ricoprono incarichi esecutivi e non vi sono attualmente componenti non esecutivi.

La responsabilità della gestione aziendale è attribuita al Consiglio di Amministrazione.



Attualmente, la responsabilità del controllo e della gestione dei processi di sostenibilità all'interno di CFadda è affidata, seppur in forma non formalizzata, al Consiglio di Amministrazione. Sebbene non siano ancora state adottate policy scritte specifiche in materia, nel corso del 2024 è stato introdotto un piano strategico triennale basato su verifiche trimestrali. Per ciascun obiettivo stabilito, viene valutato il livello di avanzamento, con l'eventuale definizione e attuazione di azioni correttive volte a garantire il continuo miglioramento delle performance in ambito sostenibilità.

Per consultare l'organigramma completo, che viene condiviso ai collaboratori interni in occasione dei nuovi inserimenti e nella giornata del "Welcome Day", si rimanda a pag. 77 dell'Appendix.





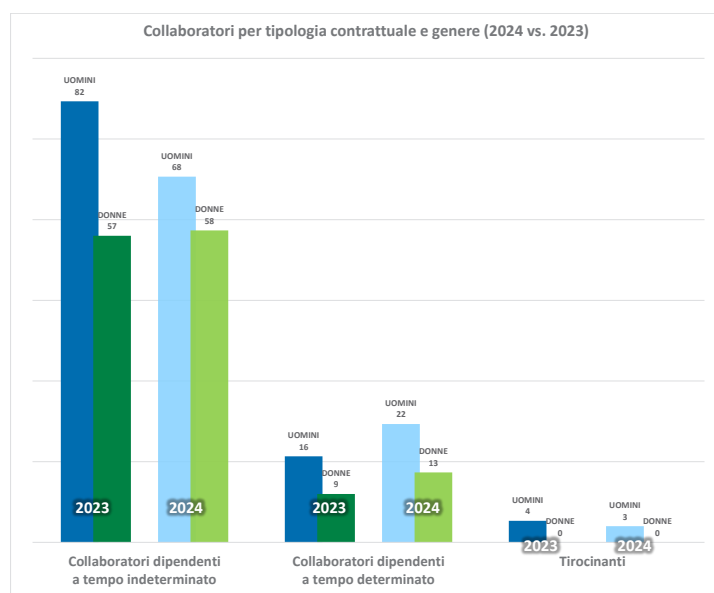
La nostra squadra

Nel corso del 2024, la nostra azienda ha continuato a valorizzare il proprio capitale umano, mantenendo una struttura aziendale equilibrata e diversificata, con particolare attenzione alla parità di genere, alla rappresentanza generazionale e all'inclusività

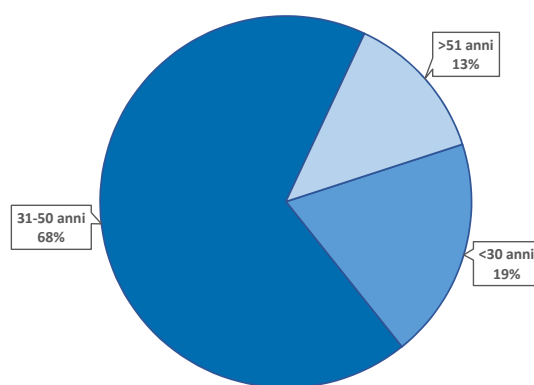
La nostra forza lavoro si è confermata solida e ben distribuita, con un totale di 161 dipendenti e 3 tirocinanti nel 2024. Il 98% dell'organico è di nazionalità italiana; la restante parte è costituita da una quota simbolica ma significativa di dipendenti stranieri, pari al 2%, che comprende una risorsa di nazionalità ungherese e una di nazionalità ecuadoregna.

La seguente tabella riassume i principali indicatori relativi alla struttura interna dell'organico, utili a fotografare lo stato attuale e a orientare future strategie di crescita e inclusione:

A livello demografico, con un'età media pari a 39,41 anni, l'organico aziendale si caratterizza per una forte presenza di risorse nella fascia 31-50 anni (109 persone), a cui si affiancano giovani sotto i 30 anni (31) e una componente più esperta con oltre 51 anni (21), riflettendo un buon equilibrio tra esperienza, continuità e ricambio generazionale:



Distribuzione per fasce di età dei Collaboratori (2024)



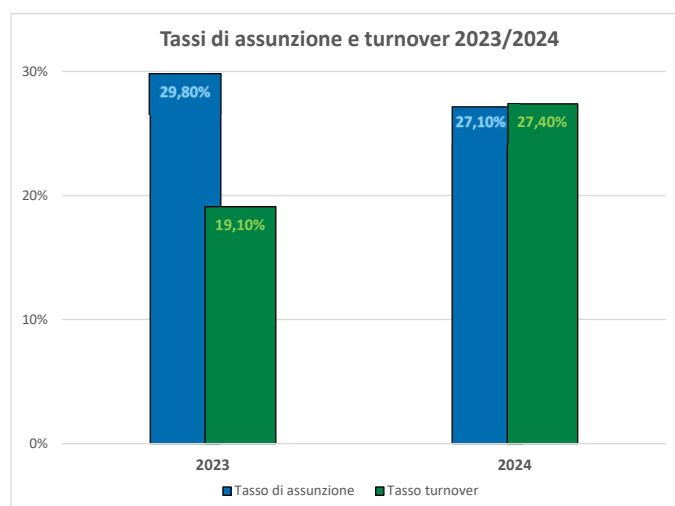


Inoltre, l'andamento delle assunzioni e delle cessazioni in CFadda nel 2024 evidenzia una dinamica occupazionale equilibrata, con 45 ingressi e 44 uscite complessive, a conferma della volontà dell'azienda di mantenere una struttura organizzativa stabile, pur rispondendo in modo flessibile alle esigenze operative.

TURNOVER	UDM	2023	2024
Nuovi rapporti di lavoro	n.	50	45
Fine rapporto di lavoro	n.	32	44
Totale collaboratori	n.	168	164
Tasso di assunzione	%	29,8%	27,4%
Tasso turnover	%	19,1%	26,8%

Un dato particolarmente significativo è la durata media dei contratti di lavoro, che si attesta a 6,16 anni: questo indicatore conferma il forte radicamento dei collaboratori all'interno dell'azienda e le sue capacità di creare un ambiente lavorativo in grado di favorire la continuità, la crescita professionale e il senso di appartenenza.

Nel complesso, la gestione del capitale umano si conferma orientata a un equilibrio tra continuità e rinnovamento, valorizzazione delle risorse e adattabilità organizzativa.





Coinvolgimento e comunicazione

Nel corso del 2024, abbiamo continuato a promuovere una cultura aziendale basata sulla condivisione, la partecipazione e il senso di appartenenza.

Uno dei momenti più significativi è stato sicuramente la presentazione del primo Bilancio di Sostenibilità: un traguardo importante per l'azienda, celebrato insieme a tutti i collaboratori della sede e ai coordinatori dei punti vendita. L'evento ha rappresentato non solo un'occasione per comunicare i risultati raggiunti, ma anche per rafforzare il coinvolgimento diretto del personale nelle sfide future, rendendoli ambasciatori attivi del percorso intrapreso.



Inoltre, anche quest'anno abbiamo rinnovato con entusiasmo l'iniziativa "TUTTI A VENDERE", un evento ormai consolidato che vede protagonisti i collaboratori della sede in una giornata interamente dedicata all'attività nei punti vendita. Indossando i panni dei venditori, i partecipanti hanno avuto l'opportunità di vivere direttamente le dinamiche del retail, rafforzando così la comprensione delle sfide quotidiane affrontate sul campo: tutto ciò non solo ha favorito un approccio più integrato e consapevole tra funzioni aziendali, ma ha rappresentato anche un momento prezioso di relazione e confronto tra colleghi, svolto in un clima di armonia, collaborazione e spirito di squadra. Al termine dell'evento, è stato inviato un questionario a tutti i partecipanti: composto da nove domande, questo strumento ci ha permesso di indagare aspetti legati al gradimento complessivo, all'organizzazione dell'attività e all'utilità percepita. I risultati hanno evidenziato un forte entusiasmo, con feedback positivi sull'opportunità di vivere un'esperienza diversa e coinvolgente.





A partire da dicembre 2024, abbiamo anche lanciato il concorso interno “Miglior Venditore del Mese”, un’iniziativa pensata per stimolare lo spirito imprenditoriale e riconoscere l’impegno quotidiano dei collaboratori nei punti vendita. Ogni mese, il vincitore riceve un attestato grafico personalizzato e un buono da €50,00 spendibile in tutti i negozi del gruppo. Il riconoscimento viene celebrato attraverso la Intranet aziendale, per permettere a tutta la squadra di condividere il risultato e rafforzare il senso di appartenenza.

Accanto a questi momenti istituzionali, coltiviamo costantemente lo spirito di squadra anche attraverso iniziative informali, come cene aziendali (in particolare quella del periodo natalizio) e aperitivi dopo il lavoro; all’interno della sede aziendale si continua a utilizzare la social room.

Si tratta di uno spazio luminoso e accogliente, caratterizzato da arredi chiari e una generosa illuminazione naturale. Il cuore della stanza è un lungo tavolo bianco, utilizzato quotidianamente dai collaboratori per condividere la pausa pranzo, accompagnato da un piccolo divano che rende l’ambiente ancora più informale e distensivo. La social room rappresenta un punto di incontro spontaneo, in cui nascono conversazioni, idee e momenti di confronto extra-lavorativo. Questi spazi e momenti si affiancano alle riunioni periodiche con i coordinatori dei punti vendita, creando occasioni preziose per lo scambio diretto di idee, il confronto su progetti e il rafforzamento del senso di squadra.





Per quanto riguarda la valutazione interna, uno degli strumenti principali è rappresentato dalla Valutazione Trimestrale dei Collaboratori, un questionario strutturato che coinvolge ogni dipendente nella valutazione di sé stesso e dei colleghi secondo tre assi fondamentali:

- **Orientamento al Cliente: disponibilità, cortesia e qualità delle interazioni;**
- **Orientamento al Team: capacità di collaborazione e lavoro di squadra;**
- **Orientamento al Risultato: adeguatezza al ruolo e proattività nel raggiungere gli obiettivi.**

Questa valutazione è strettamente connessa a un sistema incentivante, che premia i collaboratori più meritevoli al raggiungimento di determinati standard di performance, favorendo così una cultura del riconoscimento e della crescita condivisa.

Dal 2015, il principale strumento di comunicazione interna di CFadda è l'Intranet aziendale, una piattaforma digitale pensata per garantire accesso trasparente, immediato e organizzato a tutte le informazioni rilevanti per la vita aziendale. L'Intranet CFadda è accessibile a tutti i collaboratori e viene utilizzata per l'accesso a numerosi contenuti, tra cui:

- Comunicazione di nuovi ingressi o cambi ruolo all'interno del team;
- Pubblicazione di bandi per selezioni interne;
- Aggiornamenti sulle procedure aziendali e manuali d'uso dei sistemi gestionali;
- Informazioni relative a concorsi rivolti alla clientela;
- Novità operative riguardanti il programma di gestione contabile e di magazzino.

Ogni ufficio ha la possibilità di contribuire direttamente, grazie alla figura di un referente incaricato all'inserimento delle notizie in base alla

propria area di competenza.

Accanto all'Intranet, la comunicazione interna si avvale di strumenti complementari:

- Le e-mail aziendali per comunicazioni puntuali, formali e tempestive;
- Le chat WhatsApp per scambi più immediati e informali;
- La piattaforma Microsoft Teams per la collaborazione digitale, condivisione documentale e riunioni online.

Nel 2024 è entrato pienamente a regime l'utilizzo del software Zucchetti, piattaforma adottata per la gestione centralizzata dei permessi, del piano ferie, dell'accesso ai documenti personali e di molteplici attività amministrative. Questo strumento ha contribuito in modo significativo alla digitalizzazione dei processi HR, migliorando l'efficienza operativa, riducendo i margini di errore e garantendo maggiore trasparenza nei rapporti tra azienda e collaboratori.

Grazie all'integrazione del sistema con la comunicazione interna, ogni dipendente può ora accedere con facilità a informazioni aggiornate e personalizzate, consultare documentazione in tempo reale e gestire le proprie richieste in modo autonomo e tracciabile. Ciò ha favorito una maggiore responsabilizzazione individuale e una semplificazione del dialogo con gli uffici preposti, riducendo i tempi di risposta e le incombenze burocratiche.

L'introduzione del software Zucchetti si inserisce in un più ampio percorso di miglioramento del benessere organizzativo, ponendosi come un supporto concreto alla pianificazione del lavoro, alla conciliazione dei tempi vita-lavoro e alla valorizzazione del tempo e delle risorse umane. Questo approccio contribuisce a costruire un ambiente più inclusivo, efficiente e orientato al benessere complessivo delle persone.



Tutela dei diritti e della legalità

Le nostre aziende adottano un approccio strutturato e condiviso per garantire il coinvolgimento attivo e inclusivo dei propri collaboratori, promuovendo un ambiente di lavoro rispettoso, accessibile e fondato sul dialogo.

Le responsabilità sono distribuite tra diverse funzioni aziendali, in base alla natura degli interventi:

FUNZIONI COINVOLTE NELLA GESTIONE DEL COINVOLGIMENTO E DEI DIRITTI	
ASPETTO	FUNZIONI COINVOLTE
Responsabilità operativa dell'avvenuto coinvolgimento dei collaboratori	Capo Area, Ufficio HR, Management
Coinvolgimento di persone a rischio o in situazioni vulnerabili	Ufficio HR
Presa in considerazione di potenziali barriere al coinvolgimento	Ufficio HR
Creazione di canali di comunicazione accessibili e comprensibili	Ufficio IT, Ufficio HR (tramite Intranet e Software Zucchetti)
Gestione del conflitto tra collaboratori	Management, Ufficio HR
Rispetto dei diritti umani nel coinvolgimento degli stakeholder	Management, Ufficio HR

Inoltre, nel corso del 2024 abbiamo avviato un percorso strutturato per l'adozione del Modello Organizzativo ai sensi del D.Lgs. 231/2001, con l'obiettivo di rafforzare la cultura aziendale improntata alla legalità, alla responsabilità e alla trasparenza.

Questo impegno rappresenta un passo fondamentale verso un modello di governance evoluto, in grado di prevenire comportamenti illeciti, tutelare l'integrità dell'organizzazione e proteggere i diritti di tutti gli stakeholder, interni ed esterni.

L'adozione del Modello 231 non risponde soltanto a un'esigenza normativa, ma riflette la volontà di CFadda di dotarsi di strumenti concreti per la gestione del rischio e per il presidio etico delle attività aziendali. In questo senso, il modello rappresenta un sistema dinamico e integrato di regole, procedure e controlli volto a garantire che ogni processo decisionale avvenga nel rispetto dei principi di correttezza, trasparenza e accountability.

L'implementazione ufficiale del modello è prevista nel 2025 e costituirà un ulteriore elemento di solidità nella struttura organizzativa, promuovendo una gestione più consapevole e sostenibile dell'impresa. Questo rafforzamento della governance è coerente con la nostra visione di un'azienda a prova di futuro, capace di coniugare crescita economica, sostenibilità e rispetto dei valori etici che da sempre ci guidano.

A conferma del nostro costante impegno nel garantire comportamenti corretti, responsabili e in linea con i più elevati standard normativi e deontologici, la seguente tabella riepiloga gli indicatori chiave relativi alla conformità legale, all'etica aziendale e alla trasparenza di CFadda per l'anno 2024, con particolare riferimento alle politiche anticorruzione, ai rapporti con enti politici e alla composizione degli organi di governance:

INDICATORE	2024
Numero di incidenti confermati e/o condanne per violazione delle leggi anticorruzione e anti-concussione	0
Importo delle multe per violazione delle leggi anticorruzione e anti-concussione.	0
Contributi finanziari o in beni verso entità politiche (attività di lobbying).	0



PERSONE



AMBITO	OBIETTIVO 2024	STATO DI AVANZAMENTO	OBIETTIVO 2025
Uguaglianza di genere	Rispettare le % di assunzioni femminili e maschili dello scorso anno, se non migliorarle.	L'obiettivo può considerarsi raggiunto, perché lo scorso anno erano presenti nel nostro organico donne per il 40,20% e quest'anno la distanza tra i due generi si è ridotta.	Mantenimento
Formazione	Puntare su corsi di altissima qualità, pensati e strutturati per offrire un approfondimento significativo su tematiche altamente specialistiche, con l'intento di arricchire davvero l'esperienza formativa dei partecipanti.	1250 ore di formazione specifica	Mantenimento
Acqua potabile	Introduzione distributore acqua potabile sede commerciale, punti vendita e sede amministrativa	Valutazione di diversi preventivi, in corso valutazione	Introduzione distributori acqua potabile sede amministrativa, sede commerciale e un punto vendita



Creare valore con la formazione

Nel 2024, abbiamo proseguito con impegno nella promozione della formazione continua come leva strategica per la crescita delle competenze interne.

La formazione non è solo un investimento sulle persone, ma rappresenta un pilastro fondamentale della nostra visione aziendale: creare valore attraverso la crescita delle competenze. Ci impegniamo a offrire percorsi formativi che rafforzino le capacità tecniche, relazionali e gestionali dei nostri collaboratori, con l'obiettivo ultimo di garantire un servizio sempre più qualificato, efficace e orientato al cliente.

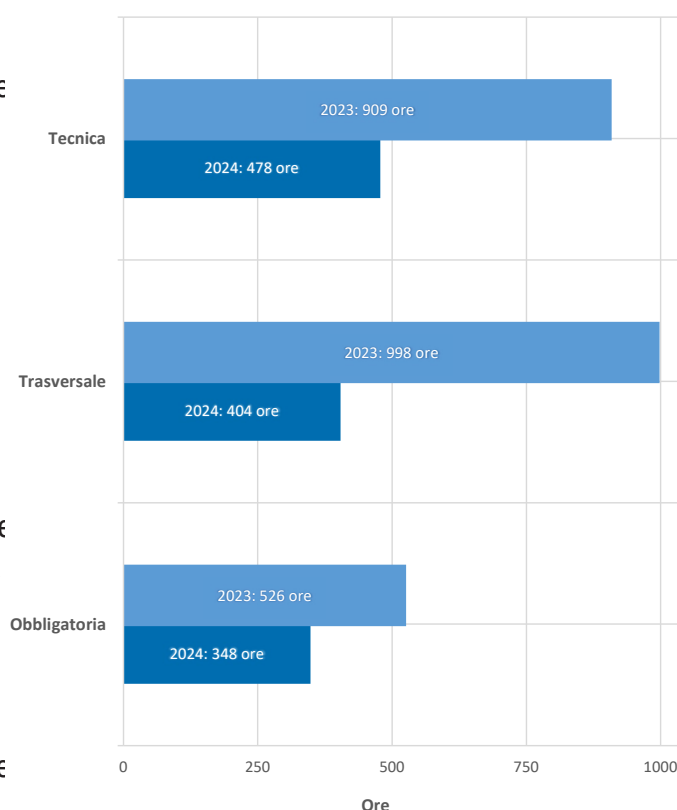
Abbiamo strutturato i percorsi su tre livelli:
La formazione interna, affidata a collaboratori esperti nelle specifiche aree tematiche, valorizzando il know-how già presente in azienda e favorendo la condivisione delle buone pratiche tra colleghi.

La formazione esterna, realizzata in collaborazione con l'Ente Bilaterale della Confcommercio e tramite docenti qualificati esterni, selezionati e finanziati sia dell'azienda che dalla stessa Confcommercio.

La formazione obbligatoria, prevista dalla normativa in materia di salute, sicurezza e aggiornamento professionale, erogata anch'essa attraverso l'Ente Bilaterale e docenti esterni, con un co-finanziamento tra azienda e istituzioni di settore.

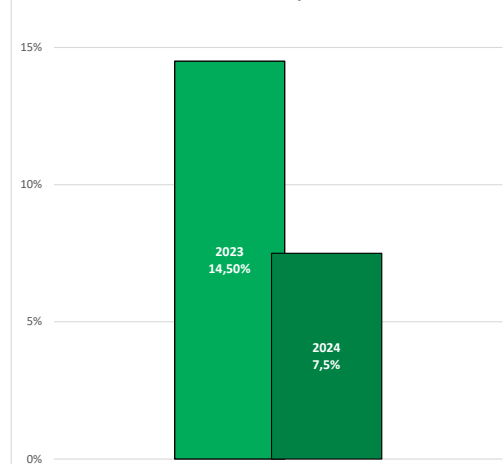
La tabella seguente riassume i principali dati relativi alla formazione erogata nel 2024:

Tipologia di formazione



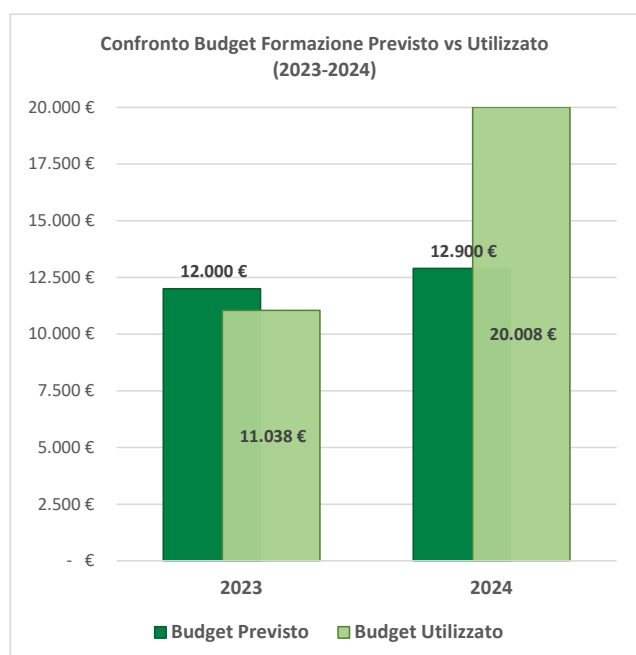
TIPOLOGIA DI FORMAZIONE	UDM	2023	2024
Obbligatoria	Ore	526	348
Trasversale	Ore	998	404
Tecnica	Ore	909	478
Totale	Ore	2.433	1.230
Ore medie di formazione per collaboratore	Ore/ collaboratore	14,5	7,5

Ore medie di formazione per collaboratore





A differenza dell'anno precedente, caratterizzato da un forte incremento delle ore per recuperare la pausa imposta dalla pandemia, l'obiettivo per il 2024 è stato qualitativo: investire in formazioni ad alto valore aggiunto, mirate a sviluppare competenze specialistiche e a offrire esperienze formative realmente arricchenti per i partecipanti. A conferma di questo impegno, nel 2024, il budget stanziato era di €12.900,00 per le attività formative. Tuttavia, l'investimento effettivo ha raggiunto €20.008,75, superando le previsioni iniziali di circa il 55%: l'impegno economico superiore alle attese conferma l'importanza strategica attribuita alla formazione continua come leva di crescita, innovazione e competitività.



In particolare, abbiamo continuato a promuovere una cultura della condivisione delle competenze e della crescita interna, riconoscendo il valore del sapere esperienziale come leva formativa: per esempio, ogni qualvolta un nuovo collaboratore entra in azienda o assume un nuovo ruolo, viene nominato un tutor interno, scelto tra coloro che possiedono una solida esperienza nel settore di riferimento.

Il tutor ha il compito di guidare il collega attraverso un programma strutturato di affiancamento e formazione on the job, facilitando l'inserimento e garantendo una trasmissione efficace delle competenze chiave. Nel corso del 2024, tale visione si è tradotta in avanzamenti di ruolo significativi, tra cui:

- La nomina di due nuovi Referenti di Settore, a testimonianza di percorsi di sviluppo professionale consolidati;
- La promozione di un collaboratore a Responsabile Acquisti, ruolo chiave per la gestione delle relazioni con i fornitori e la strategia commerciale dell'azienda.

Infine, continuiamo a trasmettere quotidianamente i valori della sostenibilità attraverso il vivere aziendale; infatti, la sostenibilità è una pratica quotidiana che guida il nostro modo di lavorare e di essere impresa.





Onboarding e nuove risorse

Nel 2024, abbiamo proseguito con impegno nella promozione della formazione continua come leva strategica per la crescita delle competenze interne.

Nel 2024, abbiamo continuato a investire in un onboarding strutturato, pensato non solo per trasmettere le conoscenze necessarie al ruolo, ma anche per favorire l'integrazione nel contesto aziendale e la condivisione dei valori fondanti dell'organizzazione.

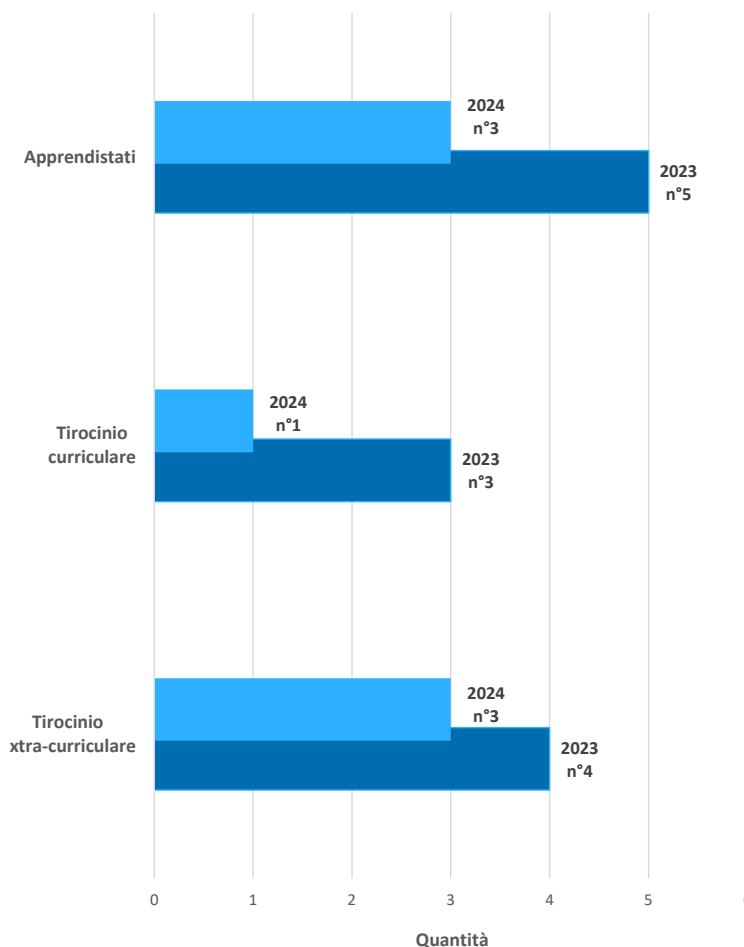
Il processo di accoglienza si articola su due livelli:

Welcome Day semestrale: un incontro dedicato ai nuovi ingressi, durante il quale vengono presentati l'azienda, la sua storia, la mission, gli obiettivi strategici, le iniziative di welfare e il nostro impegno verso la sostenibilità. Questo momento di benvenuto ha l'obiettivo di creare fin da subito un senso di appartenenza e di vicinanza alla cultura aziendale.

Piano formativo individuale: ciascun nuovo collaboratore segue un percorso di formazione specifico, adattato al ruolo e alle competenze richieste, con momenti di affiancamento da parte di tutor interni esperti.

Nel corso dell'anno, abbiamo accolto e formato numerosi giovani attraverso diverse tipologie di inserimento:

Tipologia di inserimento



Infine, nel 2024 abbiamo preso parte a due eventi di recruiting di rilievo:

Il Job Day 2024, svoltosi in presenza con giornate di selezione a Cagliari e Nuoro, durante le quali due impiegati dell'Ufficio HR hanno condotto colloqui conoscitivi con numerosi candidati, alcuni dei quali sono stati successivamente assunti.

Un evento organizzato dall'Università di Cagliari, dedicato all'incontro tra studenti universitari e imprese, con l'obiettivo di creare un ponte concreto tra formazione accademica e opportunità professionali.



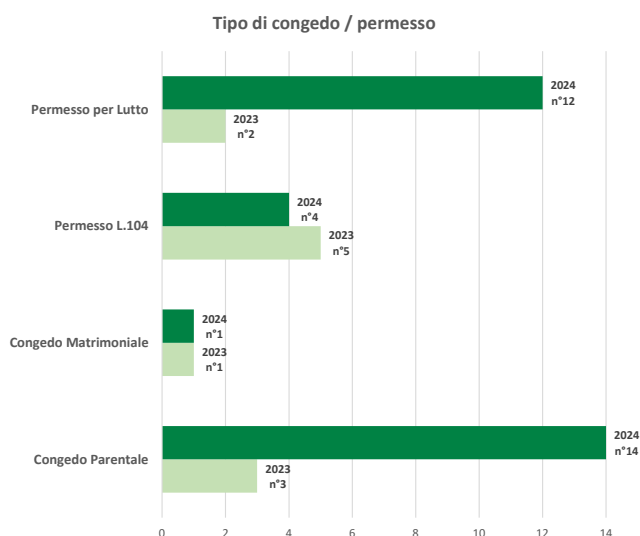
Diritti, Inclusione e Benessere:

Le pari opportunità per noi non sono solo un principio, ma un impegno quotidiano per garantire a ciascun collaboratore le stesse condizioni di accesso, crescita e valorizzazione, indipendentemente da genere, età, origine o abilità.

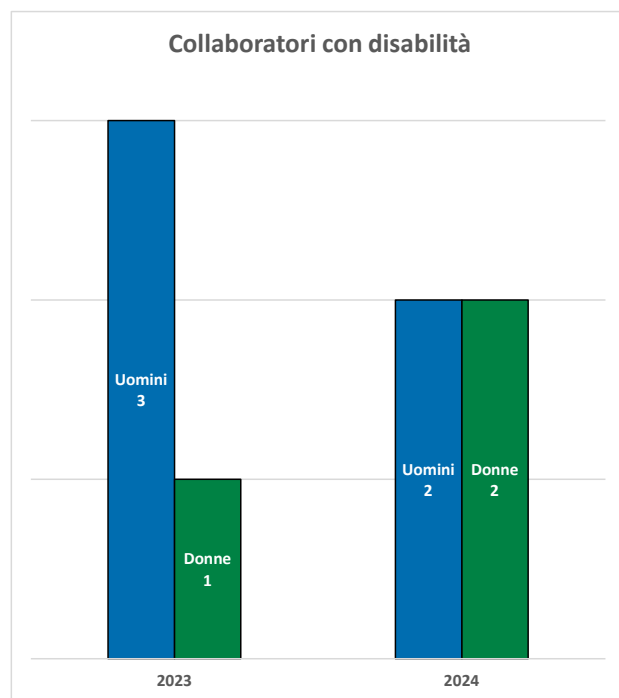
Nel 2024, abbiamo proseguito nel garantire condizioni di lavoro eque, rispettose e inclusive, anche in assenza di policy interne formalizzate, in quanto i principi di riferimento sono integrati nel Codice Etico aziendale e diffusi quotidianamente attraverso il comportamento dei manager e degli uffici competenti (come dimostrato, ad esempio, dall'assenza di alcun tipo di incidente legato alla discriminazione). La definizione e formalizzazione di policy dedicate rappresenta un obiettivo di sviluppo per gli anni a venire.

La tutela della conciliazione tra vita lavorativa e personale è un principio fondamentale per noi. Nel 2024, abbiamo continuato a garantire l'accesso a permessi e congedi regolamentati, offrendo a tutti i collaboratori strumenti concreti per affrontare esigenze familiari e personali.

La tabella seguente mostra in modo chiaro chi ha diritto a questi istituti e in quale misura ne ha effettivamente usufruito, dimostrando l'attenzione concreta dell'azienda verso il benessere e l'equilibrio dei propri dipendenti.



I collaboratori con disabilità rappresentano il 2,48% della nostra forza lavoro complessiva, in linea con i valori di inclusione e pari opportunità che promuoviamo:

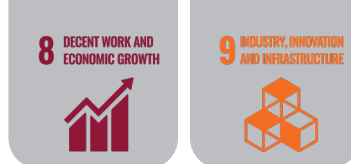


Inoltre, tutti i collaboratori, sia dipendenti che non, sono stati regolarmente retribuiti nel 2024 secondo i benchmark nazionali, con riferimento al Contratto Collettivo Nazionale del Commercio e garantendo una coerenza salariale, trasparenza e competitività rispetto al mercato di riferimento.

Promuovere l'inclusione significa costruire ogni giorno un'azienda più giusta, dove il valore delle persone è riconosciuto per ciò che fanno, ma soprattutto per ciò che sono.



PROSPERITÀ



AMBITO	OBIETTIVO 2024	STATO DI AVANZAMENTO	OBIETTIVO 2025
Chatbot	Migliorare l'esperienza d'acquisto e facilitare la navigazione sul sito	Chatbot inaugurato ufficialmente in data 05/11/2024	Monitoraggio dell'attività
Eventi sostenibili	Promozione del riuso creativo, con focus su bambini	Attività svolte n. 2	Proseguimento iniziative sostenibili
Eventi solidali	Progetti per salute, prevenzione, educazione e uguaglianza di genere	n. 5 eventi svolti	Continuazione di progetti solidali e inclusivi
Eventi aziendali	Organizzazione di momenti ricreativi per dipendenti (aperitivi, cene, ecc.)	n. 3 eventi svolti	Rafforzare il benessere aziendale
Contributi alle comunità locali	Supporto a iniziative culturali, sportive e sociali a livello territoriale	n. 3 attività avviate	Continuare il sostegno alle comunità locali

Il valore economico generato e distribuito

CFadda opera nel settore del commercio al dettaglio di prodotti per il bricolage, rivolgendosi principalmente a un pubblico composto da famiglie e appassionati del fai-da-te, con una forte presenza sul mercato italiano, grazie al nostro canale on-line, e su quello sardo grazie agli 11 punti vendita fisici, entrambi concepiti per offrire un'esperienza di acquisto a libero servizio, intuitiva e accessibile.

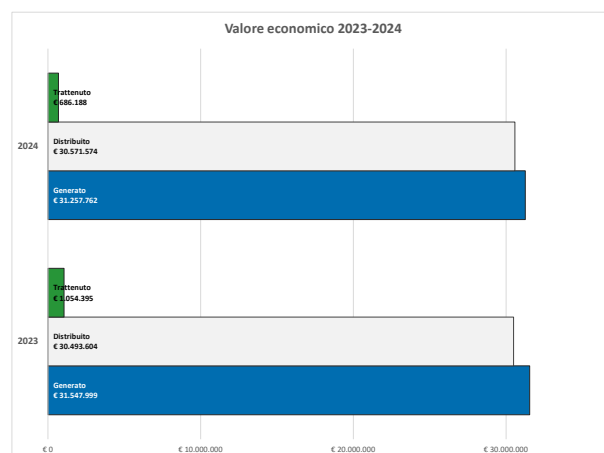
La ricchezza economica generata dalla nostra attività deriva sia dalla vendita di prodotti e servizi. Questa ricchezza viene in gran parte redistribuita agli stakeholder con cui CFadda interagisce quotidianamente: collaboratori, fornitori, partner finanziari, pubblica amministrazione e comunità locali. Ognuno di questi attori, attraverso il proprio contributo in termini di lavoro, investimenti, servizi o iniziative sociali, partecipa attivamente alla creazione del valore economico complessivo dell'azienda.

La parte di valore che non viene redistribuita viene reinvestita nel sistema aziendale stesso per sostenere la crescita e l'innovazione. Questo modello evidenzia chiaramente quanto gli stakeholder siano centrali nel processo di generazione e distribuzione del valore, in un'ottica di sviluppo condiviso e sostenibile.

Per quantificare il valore generato e distribuito, abbiamo adottato l'approccio metodologico previsto dai GRI Standards. Il calcolo ha tenuto conto delle principali voci di distribuzione:

costi operativi, salari e benefit per il personale, oneri finanziari, imposte versate e investimenti nella comunità. I dati sono stati elaborati a partire dal bilancio d'esercizio, offrendo così una rappresentazione trasparente e strutturata dell'impatto economico della nostra attività. A seguito della chiusura del punto vendita di Villacidro, e conseguente messa in liquidazione della società Mondobrico Srl, per omogeneità di esposizione dei dati, abbiamo eliminato quelli relativi alla suddetta società, sia per il 2024 che per il 2023.

PROSPERITÀ CFADDA	2023	2024
Valore Economico Generato	€ 31.547.999	€ 31.257.762
Valore Economico Distribuito	€ 30.493.604	€ 30.571.574
Valore Economico Trattenuto	€ 1.054.395	€ 686.188



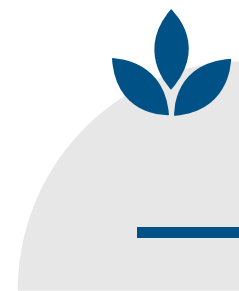
Nel biennio 2023–2024, abbiamo mantenuto una solida performance economica, continuando a generare e distribuire valore in modo responsabile. Il valore economico generato si è mantenuto su livelli elevati e stabili, mentre il valore distribuito ha registrato un lieve aumento, a conferma del nostro impegno concreto nel supportare dipendenti, fornitori, comunità e altri stakeholders. Parallelamente, si è ridotto il valore economico trattenuto.

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 nostri clienti. In questo modo, possiamo garantire non solo la qualità dei nostri prodotti e servizi, ma anche costante verso l'innovazione, la sostenibilità e il rispetto dei valori etici condivisi. Verso un modello di impresa più responsabile, trasparente e orientato al lungo termine. Nel 2025, rinnoveremo il nostro impegno per una crescita sostenibile, integrando la sostenibilità in tutte le dimensioni strategiche dell'organizzazione. Il nostro obiettivo è quello di sviluppare un modello aziendale evoluto, capace di generare valore condiviso, ridurre gli impatti ambientali e contribuire positivamente al benessere delle persone e dei territori. Una sostenibilità concreta, integrata, misurabile.



Verso un modello di impresa più responsabile, trasparente e orientato al lungo termine



Nel 2025, rinnoveremo il nostro impegno per una crescita sostenibile, integrando la sostenibilità in tutte le dimensioni strategiche dell'organizzazione. La nostra roadmap si sviluppa su sei direttrici prioritarie:

Dialogo attivo e continuo con gli Stakeholders

Consolideremo la relazione strutturata con tutti gli stakeholder – collaboratori, clienti, fornitori, partner e comunità – attraverso strumenti partecipativi (survey, workshop, incontri periodici) che ci permetteranno di raccogliere feedback significativi e orientare le scelte aziendali in modo condiviso e inclusivo.

Trasparenza digitale e accessibilità delle informazioni.

Potenzieremo la sezione “Sostenibilità” del nostro sito web aziendale, con contenuti sempre aggiornati su iniziative, KPI ESG, obiettivi e risultati. Il nostro obiettivo è garantire una comunicazione chiara, accessibile e misurabile, nel rispetto dei criteri di rendicontazione previsti dalla CSRD.

Partnership strategiche per l'innovazione sostenibile

Proseguiremo la collaborazione con Prosperah e rafforzeremo sinergie con enti e realtà che operano in ambito ambientale, sociale e della catena del valore (es. EDRA – SCOPE 3), con un focus sul calcolo delle emissioni indirette e sulla riduzione dell'impatto dell'intero ciclo produttivo.

Riferimento agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)

Nel definire le nostre iniziative e decisioni strategiche, adotteremo un approccio progressivo di allineamento agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) promossi dalle Nazioni

Unite. Per ogni azione intrapresa, valuteremo attentamente l'impatto potenziale in relazione agli SDGs più pertinenti, con l'obiettivo di aumentare nel tempo la coerenza delle nostre attività con i principi dello sviluppo sostenibile. Questo percorso ci consentirà di integrare progressivamente i riferimenti normativi e valoriali europei, in modo coerente con le caratteristiche e le priorità della nostra realtà aziendale.

Monitoraggio delle performance ESG e reporting evoluto

Abbiamo già implementato un sistema di monitoraggio digitale delle performance ESG, che ci consente di valutare in modo puntuale e continuo i progressi rispetto agli obiettivi di sostenibilità. Il sistema è operativo e produce report trimestrali o semestrali, utili sia per l'analisi interna che per una comunicazione trasparente verso gli stakeholder esterni.

Cultura della sostenibilità e formazione diffusa

Investiremo in programmi di formazione e sensibilizzazione rivolti a tutto il sistema aziendale: collaboratori, clienti, fornitori e comunità locali. La sostenibilità deve diventare parte integrante della nostra cultura, attraverso eventi, campagne, strumenti digitali e iniziative di coinvolgimento collettivo.

Il nostro obiettivo è quello di sviluppare un modello aziendale evoluto, capace di generare valore condiviso, ridurre gli impatti ambientali e contribuire positivamente al benessere delle persone e dei territori. Una sostenibilità concreta, integrata, misurabile.



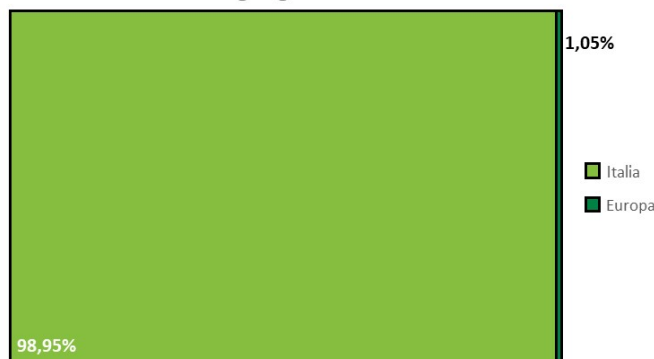
Un dialogo costante con i nostri stakeholders

Il dialogo continuo con i nostri stakeholder è al centro della visione strategica di CFadda. Il nostro impegno quotidiano è costruire relazioni autentiche e durature, in particolare con clienti e fornitori, valorizzando la fiducia reciproca e promuovendo pratiche orientate alla sostenibilità, alla trasparenza e alla qualità del servizio. L'obiettivo è rafforzare la nostra identità di azienda responsabile e aperta all'ascolto, capace di evolversi grazie al contributo di tutti gli attori coinvolti.

Nel 2024 abbiamo intensificato le attività di coinvolgimento dei nostri fornitori, avviando un processo di raccolta dati tramite questionario per misurare il loro livello di sensibilità verso tematiche ambientali, in particolare sull'impiego di packaging sostenibile e sull'offerta di prodotti eco-compatibili. Questo approccio proattivo continuerà anche nel 2025, con l'intento di consolidare una filiera più responsabile e attenta agli impatti ambientali. Nonostante non sia ancora formalizzata una politica di selezione dei fornitori basata su criteri di sostenibilità, riconosciamo il loro ruolo fondamentale nel rafforzare la competitività dell'azienda e nel promuovere i principi etici a cui il Gruppo CFadda si ispira.

Nel corso del 2024, CFadda ha collaborato con 307 fornitori attivi di merci, di cui l'85,02% italiani, l'8,79% extra-UE e il 6,19% UE. Per i fornitori di servizi non legati alle merci, il numero è pari a 285, di cui il 98,95% italiani. Nessun procedimento giudiziario è stato avviato per ritardi nei pagamenti, segno della solidità e correttezza delle relazioni instaurate.

Distribuzione geografica dei fornitori di servizi



Distribuzione geografica dei fornitori di merce



Nel contempo, la soddisfazione del cliente resta una priorità assoluta. Il programma fedeltà ha raggiunto nel 2024 un totale di 29.121 clienti attivi, segnando una crescita del 72,6% rispetto all'anno precedente. La clientela è distribuita prevalentemente entro un raggio di 10 km dai nostri punti vendita in Sardegna, tra cui Cagliari, Carbonia, Iglesias, Quartu Sant'Elena, Settimo San Pietro, Olbia, Tortolì, Nuoro, Senorbì e Macomer, mentre l'e-commerce estende il nostro servizio all'intero territorio nazionale.



Il monitoraggio quotidiano dei feedback, incluse le recensioni su Google, Facebook e Feeday, consente di trasformare ogni osservazione in un'occasione di miglioramento.

- Su Facebook abbiamo raccolto 90 recensioni, con un tasso di positività dell'80%;
- Su Google, 5.643 recensioni con una media di 4,3 stelle su 5.
- La piattaforma Feeday, dedicata alle recensioni certificate, ha registrato nel 2024 un totale di 603 valutazioni sull'azienda (media 4,58/5) e 502 sui prodotti (media 4,74/5), per un totale storico di 3.061 recensioni con una media complessiva di 4,6/5.

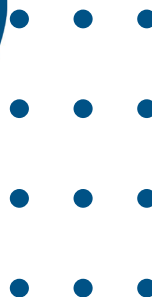
Anche sui marketplace le performance di soddisfazione si mantengono elevate:

- Su Amazon abbiamo ottenuto 2.347 recensioni totali, di cui 390 nel solo 2024 (media 4,10/5).
- Mentre su eBay le recensioni totali sono 633, di cui 148 nel 2024 (133 positive, 6 neutre e solo 9 negative), con un tasso di feedback positivo pari al 95,5%. La gestione di recensioni critiche avviene con prontezza e spirito costruttivo, tramite moderazione e contatto diretto.

Nel 2024 abbiamo introdotto CIF, il nostro assistente virtuale basato sull'intelligenza artificiale, progettato per supportare i clienti nella navigazione del sito cfadda.com e nella scelta dei prodotti. Grazie alla sua capacità di indirizzare l'utente verso il prodotto più adatto alle sue esigenze, CIF contribuisce a una gestione più rapida ed efficace delle richieste, migliorando l'esperienza d'acquisto online e rendendola sempre più simile a quello che caratterizza CFadda sui negozi fisici.

Questa innovazione si inserisce in un più ampio impegno nel potenziare i servizi al cliente, non solo online, ma anche nei punti vendita fisici. Ne è un esempio l'ampliamento del servizio di noleggio attrezzi, già esteso nel 2023 a nuovi punti vendita tra cui Settimo, Olbia, Tortolì, Nuoro, Senorbì e Macomer. L'aggiornamento costante della gamma disponibile, basato sull'analisi della frequenza d'uso e delle richieste locali, ci consente di rispondere in modo sempre più personalizzato alle esigenze dei clienti. La manutenzione programmata degli attrezzi, eseguita bimestralmente, garantisce l'affidabilità e la qualità del servizio offerto.

Tutte queste azioni rientrano in una strategia integrata che mira a costruire un'esperienza d'acquisto fluida, coerente e coinvolgente, sia online che in negozio. Dalla scelta al supporto post-vendita, dalla consulenza all'assistenza, ogni interazione è pensata per creare un legame solido tra cliente e brand. Un approccio omnicanale e orientato alle persone, che rafforza la fidelizzazione, valorizza la trasparenza e promuove standard elevati di qualità, in linea con i valori che guidano CFadda.





Innovazione e Clienti al centro: Il percorso continua

Nel 2024 CFadda ha compiuto un deciso passo avanti nel suo percorso di innovazione, distinguendosi nel settore del bricolage grazie a una visione strategica orientata alla digitalizzazione, alla sostenibilità e al miglioramento dell'esperienza cliente. Le azioni intraprese hanno coinvolto diversi ambiti dell'azienda, generando risultati concreti sia in termini di efficienza operativa che di coinvolgimento degli utenti.

Nel solco dell'innovazione tecnologica avviata nel 2024, CIF – l'assistente virtuale basato su intelligenza artificiale già introdotto nel paragrafo precedente – ha rappresentato un punto di svolta non solo per l'e-commerce, ma anche per l'intero sistema di servizio al cliente. La sua implementazione ha ridotto sensibilmente i tempi di risposta, migliorando la personalizzazione dell'assistenza e generando un impatto immediato sulla soddisfazione degli utenti.

Parallelamente, l'integrazione delle tecnologie AI nei flussi aziendali – tra cui l'utilizzo di modelli linguistici come ChatGPT – ha reso possibile una gestione più efficiente dei contenuti, una comunicazione interna più fluida e una semplificazione delle attività quotidiane, contribuendo a un aumento complessivo della produttività e a una maggiore efficacia nei processi informativi.

Il processo di digitalizzazione ha coinvolto in modo significativo anche i nostri punti vendita. Nel 2023, tutte le etichette cartacee sono state completamente sostituite con etichette elettroniche, consentendoci, nel 2024, di sfruttarne appieno l'efficienza.

Questo cambiamento ha portato un duplice vantaggio: da un lato, la riduzione dei materiali

utilizzati e, di conseguenza, dell'impatto ambientale; dall'altro, l'introduzione di funzionalità avanzate, come i QR code che rimandano a pagine informative online, offrendo ai clienti un accesso immediato a contenuti dettagliati sui prodotti. Il risultato è un'esperienza di acquisto più moderna, autonoma e consapevole.

La trasformazione digitale si è estesa anche alla comunicazione con i clienti, che nel 2024 ha registrato un importante incremento nell'utilizzo di strumenti digitali. Le newsletter inviate sono più che raddoppiate, passando da 47 nel 2023 a 92 nel 2024, con un aumento del 95,7%. A queste si sono affiancate campagne mirate tramite SMS (13 invii) e WhatsApp (12 invii), a conferma di una strategia multicanale che privilegia tempestività, personalizzazione e sostenibilità.

A supporto di questo ecosistema digitale in espansione, CFadda ha investito nello sviluppo di nuovi portali e strumenti gestionali interni, in particolare per i reparti marketing e customer care. Questi strumenti hanno reso più agile la condivisione delle informazioni, migliorato il coordinamento tra i team e ottimizzato la pianificazione delle attività.

Il 2024 si conferma quindi come un anno di trasformazione sostanziale per CFadda: un periodo in cui l'innovazione non è stata solo un concetto, ma un insieme concreto di azioni capaci di generare valore reale per l'azienda, per i suoi collaboratori e soprattutto per i clienti. Un anno in cui la tecnologia si è messa al servizio delle persone, rendendo il bricolage più semplice, accessibile e sostenibile.

Iniziative di Responsabilità Sociale 2024

Nel corso del 2024, la nostra azienda ha sostenuto diverse iniziative a favore delle comunità locali, collaborando con organizzazioni no profit e coinvolgendo attivamente i nostri collaboratori. Le iniziative solidali effettuate tramite raccolta fondi in cassa prevedono una volontà da parte della nostra azienda di rinunciare agli incassi generati dalla nostra attività di "cassa shop", che per tutto il tempo dell'iniziativa viene volontariamente interrotta, il cui importo solitamente equivale agli importi raccolti e devoluti.

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 3.000 euro in sole due settimane. L'iniziativa si è svolta dal 8 al 22 luglio 2024 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.

Campagna Nastro Rosa AIRC

Durante il mese di ottobre 2024, 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 12.500 euro, destinati alla Fondazione AIRC. I nostri collaboratori hanno promosso attivamente la campagna, contribuendo al suo successo con impegno e dedizione.

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 1 al 15 giugno 2024, nei punti vendita CFadda della Sardegna, è stato possibile donare 1 euro (o più) in cassa, raccogliendo un totale di 19.000 euro. Questo contributo si aggiunge agli sforzi di numerosi partner per realizzare un progetto dal valore di 350.000 euro.



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 2024, durante la quale la fondazione ha potuto promuovere le sue attività e raccogliere fondi per la ricerca sulle malattie genetiche rare.

Save my Ocean

CFadda ha sostenuto l'organizzazione no profit Save My Ocean attraverso la donazione di divise e gadget per i volontari impegnati nelle attività di pulizia delle spiagge e sensibilizzazione sull'inquinamento da plastica. Il supporto si è concentrato sulle tappe svolte a Tortolì e Arbatax, contribuendo a fornire materiali utili ai partecipanti e rafforzando il messaggio di tutela dell'ambiente marino. Un piccolo gesto per un grande obiettivo: la salvaguardia delle nostre coste e del nostro mare.

Contributo comunità locali - arte e cultura: Ceci n'est pas Pirri

Dal 6 al 27 settembre 2024, CFadda ha venduto dei quadri per una mostra fotografica che ha coinvolto dei giovani nella documentazione del quartiere di Pirri attraverso la fotografia. Sulle cornici utilizzate abbiamo fatto un 50% di sconto. Le inutilizzate le hanno rese.

Iniziativa solidale - educazione e salute: No Dipendenze

CFadda ha supportato il progetto No Dipendenze in Tour 2023/2024, un'iniziativa dedicata alla sensibilizzazione e alla prevenzione delle dipendenze tra i giovani. La partnership ha previsto la partecipazione a otto giornate negli stadi della Sardegna (quattro nel 2023 e quattro nel 2024), con un laboratorio brandizzato CFadda dedicato allo sviluppo della manualità, realizzato in collaborazione con il personale di Sport e Salute.

Il logo CFadda è stato presente su tutto il materiale dedicato all'evento, comprese le sessioni itineranti nelle scuole della Sardegna,

contribuendo a diffondere il messaggio educativo dell'iniziativa. Inoltre, l'azienda ha sostenuto la campagna anche attraverso la distribuzione di gadget personalizzati CFadda ai partecipanti. Un impegno concreto che ha permesso di sensibilizzare migliaia di giovani sul tema delle dipendenze, favorendo la consapevolezza e la prevenzione attraverso attività educative e coinvolgenti.





Iniziativa solidale - sociale e sensibilizzazione "Se dico no è no"

CFadda ha sostenuto la serata-evento "Se dico no è no. Un anno di albe e tramonti contro la violenza di genere", tenutasi l'8 marzo 2024 presso l'Auditorium del Conservatorio Pierluigi da Palestrina a Cagliari, in occasione della Giornata Internazionale della Donna.

L'evento, ideato da Maria Francesca Chiappe, Ambra Pintore e Claudia Rabellino, ha unito musica, teatro, reading e mini-talk per stimolare una riflessione collettiva su tematiche ancora attuali e urgenti, come la violenza di genere e le disuguaglianze. Attraverso le esibizioni di artisti e professionisti impegnati nella sensibilizzazione, la serata ha dato voce a episodi che hanno segnato l'ultimo anno, sottolineando la necessità di un impegno condiviso per il rispetto reciproco e l'uguaglianza.

CFadda, insieme agli altri sponsor e partner dell'iniziativa, ha contribuito alla realizzazione dell'evento, confermando il proprio sostegno a iniziative culturali e sociali volte a promuovere la consapevolezza e il cambiamento.



Iniziativa solidale - sociale e sensibilizzazione "Pranzo di Natale alla Casa Circondariale di Cagliari Uta"

CFadda ha sostenuto l'iniziativa solidale promossa dalla Congregazione degli Artieri di San Michele, contribuendo alla realizzazione del Pranzo di Natale presso la Casa Circondariale di Cagliari Uta, svoltosi il 19 dicembre 2024.

L'azienda ha fornito articoli utili all'evento per un valore complessivo di 383,85 euro, dimostrando la propria vicinanza a iniziative di carattere sociale e di inclusione. In segno di riconoscimento per il supporto offerto, il logo CFadda Fai da Te è stato inserito in tutto il materiale promozionale legato all'evento.

Questo contributo si inserisce nel più ampio impegno di CFadda nel sostenere la comunità e promuovere valori di solidarietà e condivisione, confermando il suo ruolo di azienda attenta al territorio e alle sue necessità.

Contributo comunità locali - tradizioni culturali
CFadda ha sostenuto attivamente le comunità locali e le festività tradizionali con un contributo economico complessivo di 1.490 euro, con l'obiettivo di valorizzare, preservare e promuovere la cultura e le tradizioni del territorio.

L'azienda ha supportato eventi e celebrazioni nei seguenti paesi: Pirri (Comitato Santa Maria Chiara), Gesico, Macomer (Società San Pantaleo Martire), Carbonia, Sant'Antioco, Gergei e Senorbì. Attraverso questi contributi, CFadda ha voluto ribadire il proprio impegno nel sostenere le tradizioni locali, contribuendo alla continuità di manifestazioni che rappresentano l'identità e il patrimonio storico della Sardegna. Un segno tangibile della vicinanza dell'azienda alle comunità in cui opera.

Contributo comunità locali – sport

CFadda ha confermato il proprio impegno nella promozione dello sport e della socializzazione, supportando con contributi economici le realtà sportive di Cagliari Calcio, Baunei Calcio, Tortoli Calcio, Pirri Calcio e Padel Fenicotteri.

L'azienda ha contribuito al miglioramento delle strutture sportive locali, favorendo la pratica sportiva e sostenendo eventi e attività che coinvolgono atleti e comunità del territorio.

Tra le iniziative, il supporto ha incluso la fornitura di materiali e attrezzature sportive e la visibilità del brand CFadda all'interno degli impianti sportivi, attraverso strumenti di comunicazione dedicati. Con questo impegno, CFadda ha ribadito il valore dello sport come elemento fondamentale per l'aggregazione, la crescita e il benessere sociale, rafforzando il legame con il territorio e le sue comunità.





Partecipazione a Fiere

Nel corso del 2024 abbiamo avuto modo di partecipare a diverse fiere, come “visitatori”, ma abbiamo anche svolto un ruolo attivo: l'1 e il 2 febbraio 2024 il Network SISTEMA, composto dalla società Bricolife Scpa, cui aderisce il Gruppo CFadda (entrambe presiedute da Roberto Fadda), e dalla Brico Io Spa, ha organizzato a Milano la prima edizione della Fiera Sistema il cui tema principale è stato l'innovazione; hanno partecipato oltre 700 persone delle aziende aderenti allo stesso Network e ben 80 fornitori, che hanno esposto i loro prodotti e le loro soluzioni più innovative.

Il presidente Roberto Fadda ha dichiarato: “il successo della Fiera Sistema va oltre le nostre aspettative più rosee, siamo estremamente grati a tutti coloro che hanno contribuito al suo successo, inclusi i nostri espositori, i partecipanti ed il nostro team organizzativo”

All'evento hanno preso parte 24 dei nostri collaboratori (sia della sede amministrativa e commerciale, sia dei punti vendita) tra cui il Responsabile Digital, che afferma: “ho avuto l'opportunità di rappresentare il mondo Digital del nostro gruppo; nel mio ruolo, ho potuto interagire con diversi fornitori e professionisti del settore digitale, consolidando relazioni esistenti e instaurando nuovi contatti. Questi incontri hanno offerto preziose occasioni di dialogo e scambio di idee, contribuendo significativamente all'espansione della nostra rete e alla comprensione delle tendenze emergenti

nel digitale. Grazie a queste interazioni, siamo ora in una posizione migliore per integrare nuove tecnologie e strategie digitali nel nostro lavoro quotidiano, promuovendo l'innovazione come elemento chiave nel settore del bricolage. L'evento ha dimostrato ancora una volta l'importanza di un approccio collaborativo tra fornitori di prodotto, retailer e fornitori di servizi e tecnologia, per ottimizzare le operazioni e arricchire le relazioni professionali.”

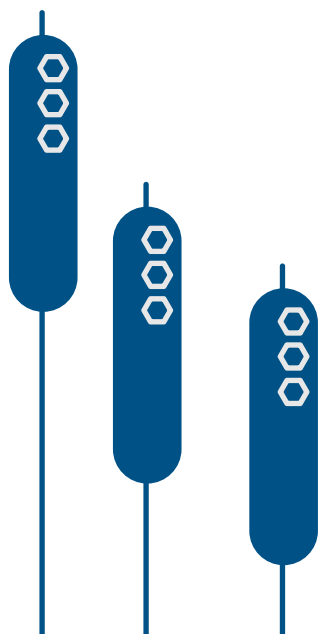




- **Myplant & Garden: nel febbraio 2024 abbiamo preso parte**, alla più importante fiera professionale italiana dedicata al florovivaismo, al garden e al verde urbano, tenutasi a Fiera Milano Rho. L'evento, che ha visto la partecipazione di oltre 760 espositori e 25.000 visitatori, ha avuto come filo conduttore l'evoluzione naturale e la sostenibilità, temi in linea con i nostri valori e con il nostro impegno verso soluzioni sempre più green e responsabili. La nostra presenza ha rappresentato un'importante occasione di confronto con operatori del settore e stakeholder internazionali, rafforzando il nostro percorso di crescita sostenibile e di promozione della cultura del verde.
- **Progetto Fuoco 2024 (Verona 28/02-02/03/2024)**: i cui temi centrali sono stati il Business, la sostenibilità ambientale, il risparmio energetico, i sistemi di incentivazione, il design, l'innovazione e la tecnologia. La fiera ancora una volta si è proposta come luogo di incontro privilegiato tra domanda e offerta e piattaforma strategica per l'aggiornamento e il confronto sui temi caldi del settore, grazie anche alle collaborazioni scientifiche con AIEL, Anfus, Assocosma e tutte le principali associazioni del settore. Un nostro collaboratore descrive così la sua esperienza: "Questo evento

fieristico ci ha permesso di vedere le novità, le tecnologie più avanzate e le soluzioni innovative nell'ambito delle stufe, caminetti, caldaie, barbecue e cucine a legna e pellet. Anche la sostenibilità gioca un ruolo importante in questa fiera: è stata presentata in questa occasione la Stufa Design Evo che noi abbiamo in assortimento. La serie design evo è prodotta con il 17% di materiale riciclato ed è riciclabile fino al 85%.

- **International Hardware Fair EISENWARENMESSE (Colonia, 03/03-06/03/2024)**: il Salone Internazionale delle Ferramenta svoltosi a Colonia si è confermato place to be e piattaforma centrale di business e comunicazione per il settore mondiale delle ferramenta. Oltre 3.200 espositori da 54 paesi hanno proposto ultimi trend e novità nei segmenti utensili e accessori, articoli per l'industria, tecnica di fissaggio e collegamento e articoli per l'edilizia e il bricolage. Colonia ha accolto 38.000 operatori da 133 paesi. Uno dei nostri collaboratori, che ne ha preso parte afferma: "La fiera più grande per me vista sino ad ora. Gli spazi a essa dedicati erano di grande impatto come gli stand dei fornitori. Questo evento ci ha offerto l'opportunità di scoprire le novità in anteprima, ancora prima della loro presentazione in Italia, permettendoci così di avere uno sguardo privilegiato sul futuro del mercato. Multifunzionalità, digitalizzazione e sostenibilità sono state le tendenze protagoniste, con una particolare enfasi proprio sulla sostenibilità. Infatti, i produttori si affidano sempre di più alle energie rinnovabili per la loro produzione e ottimizzano le loro catene di fornitura, nonché prestano attenzione al riciclaggio di imballaggi





e vecchi utensili. Tra le numerose novità presentate in fiera, spicca la nuova linea Green di Fischer: tasselli che mantengono l'elevata qualità del nylon Fischer ma sono realizzati per il 50% con materie prime rinnovabili, derivate dall'olio di ricino. Non appena questa linea sarà disponibile sul mercato italiano, abbiamo intenzione di integrarla nel nostro assortimento. Un ulteriore esempio di attenzione alla sostenibilità è arrivato da Rapid, che ha presentato un nuovo packaging in cartone destinato a sostituire quello attualmente in plastica.

- **National Hardware Show (Las Vegas 26/03-28/03):** il National Hardware Show (NHS) è uno dei pochi eventi del settore che unisce l'intera comunità del miglioramento della casa. NHS è focalizzata sul continuare a celebrare l'innovazione, approfondire i collegamenti del settore e far crescere la comunità globale. È la fiera statunitense di riferimento per il mondo del ferramenta, l'utensileria e il fai da te. Le tre giornate di manifestazione hanno visto la partecipazione dei player più importanti del panorama internazionale specializzati nella produzione e fornitura di tutte le attrezzature, componenti e accessori tipicamente utilizzate nell'ambito della ristrutturazione e del fai da te.
- **Global DIY Summit (Roma 11-13/06):** Nel giugno 2024 abbiamo partecipato alla decima edizione del Global DIY Summit, il principale evento mondiale per il settore del fai da te, home improvement e garden centre, ospitato presso il Roma Convention Center (La Nuvola). Il tema dell'anno, ha posto al centro resilienza,

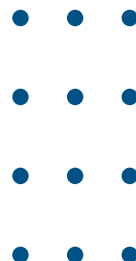
innovazione, etica dell'AI, benessere abitativo e sostenibilità – con focus su soluzioni per ridurre le emissioni Scope 3. L'evento ha registrato oltre 1.000 delegati provenienti da 55 Paesi, incluso un'ampia partecipazione di retailer (oltre 300) e produttori. Tra i momenti salienti la serata di gala a La Nuvola dove il nostro Presidente Onorario Cosimo Fadda ha ricevuto il prestigioso DIY Retail Legacy Award – primo italiano a ricevere tale premio. Tale riconoscimento premia le persone che hanno trasformato le loro comunità locali attraverso l'innovazione e la dedizione nel settore fai da te. La decisione di assegnare il DIY Retail Legacy Award a Cosimo Fadda è stata presa e confermata dai consigli direttivi della European DIY Retail Association (EDRA), della Home Improvement Manufacturers Association (HIMA) e del Global Home Improvement Network (GHIN) proprio perché in linea con la missione del Summit di promuovere diversità, equità ed inclusione. Il Dott. Cosimo Fadda ha voluto dedicare questo premio alla sua famiglia e a tutti i collaboratori del Gruppo Cfadda, riconoscendo l'importanza del loro impegno e della dedizione nel raggiungimento di questo traguardo. La Global DIY Hall of Fame mira a riconoscere non solo i grandi rivenditori e fornitori internazionali, ma anche altri attori del mercato che hanno avuto un profondo impatto sulle loro comunità locali. Uno dei punti salienti del Global DIY Summit è stato il tema della sostenibilità ambientale e il





raggiungimento degli obiettivi per le emissioni SCOPE 3. Il presidente dell'associazione dei retailer EDRA/GHIN, Thierry Garnier (CEO Kingfisher group plc.) e il Presidente dell'associazione dei produttori HIMA, Reinhard Wolff (CEO Wolfcraft gmbh) hanno sottolineato l'importanza della collaborazione tra produttori e distributori per riuscire a ridurre questo tipo di emissioni.

- **Spoga+gafa 2024 (Colonia 16/06-18/06):** la più grande fiera internazionale per il giardinaggio e il barbecue, che offre ai visitatori varie aree espositive, come la vita nel giardino, la cura del giardino, il design del giardino e soprattutto un numero infinito di nuove idee, tendenze e innovazioni nel giardinaggio. Ogni anno, più di 1800 espositori presentano novità uniche ed eccezionali in quattro aree principali: giardinaggio unico, design e cura del giardino, vita all'aperto e cucina barbecue.
- **Bricoday 2024 (Milano 02/10-03/10):** L'evento B2B dedicato agli operatori della distribuzione specializzata dei settori bricolage, casa, tecnico e garden. La casa, in tutte le sue declinazioni e i suoi ambienti, è il fulcro dell'esposizione: bagno, sistemazione, legno, mobili, articoli casalinghi, oggettistica, sono i principali settori rappresentati, ai quali va naturalmente aggiunto Bricoday Luce, l'area dedicata al mondo dell'illuminazione che, giunto alla quarta edizione, registra nuovamente il tutto esaurito. In crescita il mondo garden, così come i comparti fai da te e tecnico. Grande partecipazione anche della Gdo specializzata, con i numerosi stand delle insegne di bricolage e della casa. Anche il Bricoday Digital Village occupa una porzione del padiglione. L'evento offre una panoramica completa nel settore del retail phygital: pagamenti e fintech, marketing, data e gestionali, ecommerce e marketplace, retail tech/digital store, consulenze e agenzie, logistica e supply chain. Al Digital Village si è affiancato un ampio programma convegnistico, speech aziendali, oltre a un





apprezzatissimo programma di networking con incontri one to one. Abbiamo intervistato i collaboratori che hanno partecipato alla fiera, i quali affermano: "ho potuto visionare i prodotti novità legati soprattutto al settore garden e all'arredo giardino fornendomi degli spunti interessanti per lo studio delle gamme dei prodotti stagionali. Ho notato, con piacere, l'impegno da parte di alcuni fornitori nella realizzazione di prodotti nel rispetto dell'ambiente e della sostenibilità; tra questi alcuni fornitori con cui già collaboriamo. Abbiamo colto l'occasione per individuare e introdurre nel nostro assortimento alcuni articoli facenti parte di una gamma di accessori per l'irrigazione prodotta con più del 70% di plastica riciclata; un altro fornitore con cui collaboriamo sta realizzando nuovi packaging 100% carta e 100% riciclabili che gradualmente verranno inseriti anche nei nostri negozi (in rif. all'assortimento di quest'ultimo fornitore)."



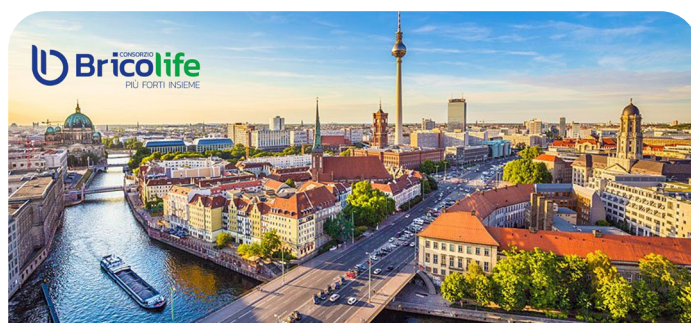
- **Fiera Canton 2024 (Guangzhou, 22-28/10):**
A ottobre 2024 si è tenuta la 136esima sessione della China Import and Export Fair, conosciuta anche come Fiera di Canton. Per noi di CFadda si è rivelata particolarmente interessante la sua seconda fase: oltre ai settori come utensileria, articoli per il fai da te, illuminazione, casalinghi e prodotti per la casa, abbiamo trovato un'offerta molto ricca su giardinaggio, mobili da giardino e mobili da interno. Una varietà merceologica che ci ha permesso di raccogliere spunti concreti e idee per ampliare e aggiornare l'assortimento. Rispetto al passato, si nota con piacere la presenza crescente di espositori internazionali (Vietnam, Indonesia, India, Turchia e altri: un vantaggio enorme per noi buyer, che possiamo confrontare proposte da più paesi in un unico evento, risparmiando tempo, viaggi e trasporti. Una fiera sempre più internazionale, efficiente e strategica.

Oltre alle fiere già menzionate, nel corso del 2024 abbiamo partecipato a due importanti eventi organizzati dal Consorzio Bricolife.

1. Il primo, svoltosi a settembre a Roma, ci ha dato l'opportunità di visitare sia i punti vendita sia il centro logistico del nostro collega Unipam, a marchio Orizzonte.
2. Il secondo evento, tenutosi a novembre a Berlino, è stato un appuntamento esclusivo per Bricolife, realizzato in collaborazione con l'European DIY Retail Association (EDRA), durante il quale abbiamo potuto visitare diversi store appartenenti a vari brand.

Entrambe le esperienze ci hanno permesso di cogliere nuovi spunti e vantaggi "innovativi": abbiamo infatti avuto modo di vedere le evoluzioni dei negozi appartenenti al nostro settore ma che operano al di fuori della nostra realtà, visionare i loro metodi espositivi, cogliere le opportunità già esplorate da altri.

Tutto ciò non fa che accrescere le nostre esperienze e le nostre vedute, sempre nell'ottica di una innovazione continua.



STORE TOUR BERLINO
7-9 novembre 2024



Premi e riconoscimenti

Anche nel 2024 CFadda ha ottenuto un importante riconoscimento da parte dei consumatori italiani, confermandosi per il quarto anno consecutivo come “Insegna dell’Anno Italia” nella categoria “Fai da te e Manutenzione Casa”.

La cerimonia di premiazione si è tenuta il 13 novembre 2024 a Milano, presso il Salone degli Affreschi della Società Umanitaria, nell’ambito dell’iniziativa promossa da Q&A Research Italia e SEIC-Studio Orlandini. Un’edizione particolarmente partecipata, che ha visto la raccolta di oltre 602.000 preferenze, con 550 insegne valutate e più di 377.000 consumatori coinvolti.

CFadda ha conquistato il titolo sia per l’esperienza in negozio fisico, ottenendo il punteggio massimo per la competenza del personale, sia per l’esperienza online, con il miglior punteggio di categoria per l’assortimento e l’e-commerce. A ritirare il premio erano presenti Francesca Fadda, Vicepresidente di CFadda, e Carlo Guidarelli, Responsabile Digital. Entrambi hanno sottolineato come questo successo sia il frutto del lavoro di squadra e della passione quotidiana di tutti i collaboratori CFadda.

“Questo premio è di tutti noi,” ha dichiarato Francesca Fadda. “È il riconoscimento di un impegno condiviso che ogni giorno ci spinge a migliorare e a servire i nostri clienti con dedizione, in negozio e online.”

Anche il Presidente Roberto Fadda ha voluto sottolineare il valore del legame con i clienti:

“Competere dalla Sardegna con i grandi brand nazionali e internazionali non è semplice, ma grazie alla passione dei nostri collaboratori abbiamo saputo costruire un rapporto autentico e duraturo con i nostri clienti.”

CFadda desidera ringraziare tutti i consumatori che continuano a premiare la qualità dell’esperienza offerta, scegliendo l’insegna per i propri progetti di fai da te, in Sardegna e sempre più anche sul territorio nazionale attraverso lo shop online.



Cosa significa per te il lavoro di squadra in CFadda?

Significa avere sempre una soluzione pronta per ogni problema, significa fidarsi degli altri quanto di se stessi. Il lavoro di squadra è elemento imprescindibile del nostro progetto e della nostra attività imprenditoriale.

| Collaboratore pdv |

Il lavoro di squadra significa aiutarsi, sacrificarsi per il collega, stare uniti per raggiungere insieme gli obiettivi prefissati come una vera e propria squadra di calcio!

| Magazziniere |

È la base per il successo: il lavoro di squadra consente di ottenere risultati ben più ampi di quelli che otterrebbe il singolo, perché ognuno di noi ha conoscenze, skill, abilità, punti di vista differenti, che uniti possono dar luogo a un maggior valore. Non solo, le diverse vedute che danno luogo a un confronto positivo generano un risultato che tiene conto di più interessi. all'interno del nostro gruppo per fortuna c'è una fortissima collaborazione e coesione!

| Impiegata |

È necessario avere degli obiettivi in comune, impegnarsi per il raggiungimento e avere dei ruoli definiti dove ciascun componente del team deve sapere di cosa si occupa. Le basi fondamentali sono la fiducia reciproca e la motivazione.

| Referente di settore |



PIANETA

AMBITO	OBIETTIVO 2024	STATO DI AVANZAMENTO	OBIETTIVO 2025
ENERGIA	Installare nuovi impianti fotovoltaici nei punti vendita di nostra proprietà	Valutazioni effettuate	Installazione di nuovi impianti fotovoltaici in 2 punti vendita
	Collaborazione con i proprietari degli immobili in affitto per l'installazione di impianti fotovoltaici, nei punti vendita in affitto	Stipulato accordo con il proprietario del locale commerciale di Settimo San Pietro	Utilizzo dell'impianto fotovoltaico
	Attenerci su consumi relativi più bassi dello scorso anno	Primo anno di monitoraggio	Attenerci su consumi energetici più bassi dello scorso anno (si parla di consumi relativi in considerazione di tutti gli eventi ambientali, variazione orari di apertura al pubblico, ecc.)
RIFIUTI E RICICLO	Partecipazione corsi di formazione per una corretta gestione dei rifiuti	Analisi delle normative e individuazione partner per realizzazione corsi	Partecipazione ai corsi di formazione
	Introdurre nuove procedure di gestione dei rifiuti	Subordinato al punto precedente	Elaborare nuove procedure di gestione dei rifiuti
	Ridurre la quantità complessiva di rifiuti	L'obiettivo non è stato raggiunto a causa di un incremento temporaneo dei rifiuti generato da eventi eccezionali: pulizia straordinaria del magazzino della sede commerciale, chiusura del punto vendita di Villacidro e interventi straordinari nei locali commerciali di Carbonia e Olbia.	Proseguire con iniziative di riduzione di produzione dei rifiuti
	Migliorare la gestione dei rifiuti pericolosi	Primo anno di monitoraggio	Identificare azioni correttive mirate sulla gestione dei rifiuti pericolosi
	Aumentare la percentuale di rifiuti destinati al recupero	Primo anno di monitoraggio	Individuare nuove azioni per incrementare il recupero dei rifiuti
Eventi ambientali	Partecipare ad iniziative a favore dell'ambiente	1 evento organizzato con "Save My Ocean"	Valutare prosecuzione eventi attuali e/o nuove collaborazioni e iniziative ambientali
Inserimento in assortimento di prodotti ecosostenibili	Introdurre articoli ecosostenibili nell'assortimento (previa valutazione economica)	Valutazioni effettuate, inserimento graduale di alcuni prodotti con caratteristiche di eco-sostenibilità e packaging eco-sostenibile	Completare l'inserimento e valutarne l'impatto
Supply Chain e ESG	Inviare questionari ESG ai fornitori strategici per monitoraggio della sostenibilità della filiera	Questionario inviato e valutazione delle risposte	Approfondire l'analisi e la valutazione dell'intera filiera

Energia

Da diversi anni abbiamo avviato un percorso per migliorare l'efficienza energetica, ponendoci come obiettivo primario la riduzione dei consumi energetici per fatturato.

Questo percorso di sostenibilità è stato indirizzato su tre linee strategiche di efficienza:

- l'autoproduzione in loco dell'energia elettrica necessaria al fabbisogno dei nostri punti vendita;
- la fornitura di energia elettrica con garanzie di origine;
- l'analisi dei consumi energetici nelle nostre realtà;

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 nel nostro punto vendita di Cagliari, completato il 31/08/2023, con connessione alla rete attiva dal 21/10/2023.

Nel punto vendita di Settimo San Pietro, oltre che al nuovo contratto di utilizzo dell'impianto fotovoltaico, abbiamo implementato un "quadro elettrico smart" collegato all'impianto di illuminazione. Questo sistema 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 registrata dai contatori installati nelle diverse sedi è stata pari a 1.413,41 MWh. Tale quantità ha coperto i consumi degli uffici amministrativi e di tutti i punti vendita. Di questa, 1.281,98 MWh provengono da fonti rinnovabili al 100% con garanzia di origine certificata, mentre i restanti 131,43 MWh derivano da forniture con mix energetico.

CONSUMI DI ENERGIA SUDDIVISI PER FONTE	UDM	2023	2024	UTILIZZO
Produzione FV totale	Mwh	12,22	132,78	
– Autoconsumata	Mwh	10,13	102,70	Uso diretto
– Imnessa in rete	Mwh	2,09	30,08	Non venduti i GO
Acquisto rete con GO	Mwh	1.430,37	1.281,98	Energia rinnovabile certificata
Acquisto rete senza GO	Mwh	8,80	131,43	Energia da rete non certificata
Consumo totale di energia per l'elettricità	Mwh	1.449,30	1.516,11	

Emissioni

Nel 2024 abbiamo avviato un percorso strutturato di misurazione e rendicontazione delle proprie emissioni di gas a effetto serra, con l'obiettivo di definire strategie efficaci di riduzione in linea con gli standard internazionali.

Le emissioni sono state classificate secondo i tre ambiti previsti dal GHG Protocol:

AMBITO	DESCRIZIONE	ATTIVITÀ
Scope 1	Emissioni dirette da fonti di proprietà o controllate da CFadda (flotta aziendale, combustibili, impianti di climatizzazione)	Analisi e confronto delle emissioni prodotte dalla flotta e dagli impianti presenti negli uffici
Scope 2	Emissioni indirette legate al consumo di energia elettrica acquistata o acquisita	Monitoraggio delle emissioni da energia elettrica in tutti i negozi CFadda
Scope 3 (Volontario)	Emissioni indirette lungo tutta la catena del valore, a monte e a valle delle attività aziendali	Avviato nel 2024 un processo di rendicontazione per le categorie più rilevanti del nostro settore (es. produzione, trasporti, logistica)

Nel commercio del bricolage, lo Scope 3 rappresenta la quota più significativa delle emissioni complessive. Per questo motivo, l'obiettivo strategico dei prossimi anni è:

- Espandere la misurazione a tutte le principali categorie Scope 3, in particolare trasporti, logistica e attività dei fornitori;
- Identificare le aree di maggior impatto ambientale, al fine di guidare azioni mirate di mitigazione;
- Promuovere partnership con i fornitori e altri attori della filiera per sviluppare iniziative congiunte di riduzione delle emissioni.

Per raggiungere questi risultati, nel 2024 CFADDA, attraverso la società consortile Bricolife, ha deciso di rafforzare il proprio impegno verso la sostenibilità, muovendo i primi passi verso l'iniziativa globale "Make It Zero": un progetto lanciato da EDRA/GHIN, con l'obiettivo di ridurre le emissioni di gas serra Scope 3, cioè quelle associate alla catena di approvvigionamento e all'utilizzo dei prodotti da parte dei clienti. L'obiettivo del progetto è quello di contribuire alla decarbonizzazione del settore fai-da-te e sostenere la transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio

Nel 2024, CFadda ha registrato emissioni scope 1 e scope 2 pari a 92,14 ton CO₂eq. Nei grafici e nelle tabelle seguenti sono identificate le varie voci e la distribuzione delle emissioni Scope 1,2 e 3 di CFadda.

EMISSIONI DIRETTE DI GHG - SCOPE 1			
SCOPE 1	UDM	2023	2024
Emissioni derivanti dai mezzi di proprietà	Ton CO ₂ eq.	23,81	31,64
Emissioni combustibili	Ton CO ₂ eq.	0,87	0,43
Emissioni fuggitive	Ton CO ₂ eq.	0	0
TOTALE	Ton CO ₂ eq.	24,68	32,07

EMISSIONI INDIRETTE DI GHG - SCOPE 3			
SCOPE 3	UDM	2023	2024
Emissioni dei tragitti casa-lavoro	Ton CO ₂ eq.	166,05	155,37
Viaggi di lavoro	Ton CO ₂ eq.	11,33	16,31
TOTALE	Ton CO ₂ eq.	177,38	171,67

EMISSIONI INDIRETTE DI GHG - SCOPE 2				
SCOPE 2	FONTE DATO	UDM	2023	2024
Location based	Consumi elettrici	Ton CO ₂ eq.	367,85	361,27
Market based	Consumi elettrici	Ton CO ₂ eq.	4,02	60,08

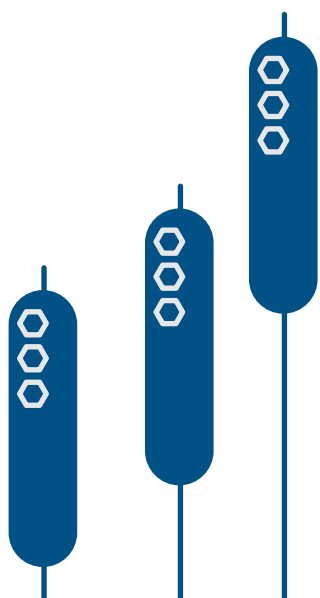
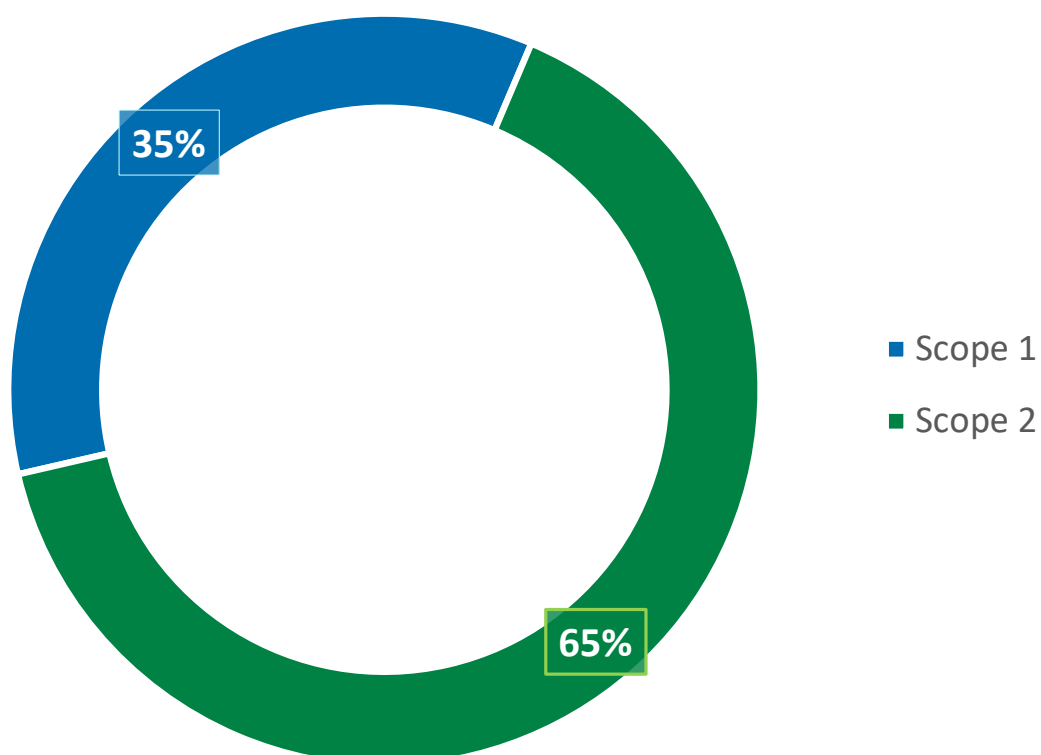
EMISSIONI GHG GLOBALI CFADDA			
EMISSIONE	UDM	2023	2024
Scope 1	Ton CO ₂ eq.	24,68	32,07
Scope 2 "market based"	Ton CO ₂ eq.	*4,02	60,08
Totale	Ton CO ₂ eq.	28,7	92,14
Scope 3 - stimato	Ton CO ₂ eq.	177,38	171,67

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 2024, mentre per lo Scope 2 - Market Based è stato utilizzato il fattore di conversione dal report AIB 2022.

*questo dato è stimato a causa di un errore di monitoraggio nel punto vendita di casa brico.

Carbon Footprint



Promozione di prodotti a minore impatto ambientale

Nel nostro impegno verso un'offerta sempre più responsabile, abbiamo avviato un percorso di graduale integrazione di prodotti ecosostenibili all'interno del nostro assortimento, selezionando articoli che rispondano a criteri ambientali sia nella composizione che nel packaging. Questa scelta riflette la volontà aziendale di promuovere un modello di consumo più attento e consapevole, in linea con i principi dell'economia circolare e con gli obiettivi dell'Agenda 2030.

Tra i prodotti inseriti, si distingue Spark, un combustibile di nuova generazione per il riscaldamento domestico, sviluppato per ridurre l'impatto ambientale rispetto ai combustibili fossili tradizionali. Spark consente una riduzione delle emissioni di CO₂ fino al 20% e include il 25% di componenti provenienti da fonti rinnovabili, contribuendo concretamente al percorso verso la decarbonizzazione.

Sostenuto da certificazioni ambientali rilasciate dal fornitore PVG, Spark rappresenta un esempio tangibile del nostro orientamento verso una selezione più consapevole dei prodotti. L'introduzione di soluzioni come questa rafforza il nostro impegno nell'accompagnare i clienti verso scelte di acquisto più sostenibili, sostenendo attivamente la transizione verso un consumo a minore impatto ambientale.

Il rispetto inizia dalla raccolta

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

- Imballaggi di diversi materiali prodotti dal disimballaggio della merce;
- Rifiuti derivanti degli 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.

RIFIUTI PRODOTTI, A SMALTIMENTO E A RECUPERO	UDM	2023	2024
Rifiuti non pericolosi a recupero	ton	59,99	105,67
Rifiuti non pericolosi a smaltimento	ton	0,00	0,49
Totale rifiuti non pericolosi	ton	59,99	106,16
Rifiuti pericolosi a recupero	ton	1,85	3,07
Rifiuti pericolosi a smaltimento	ton	0,21	0,53
Totale rifiuti pericolosi	ton	2,06	3,61

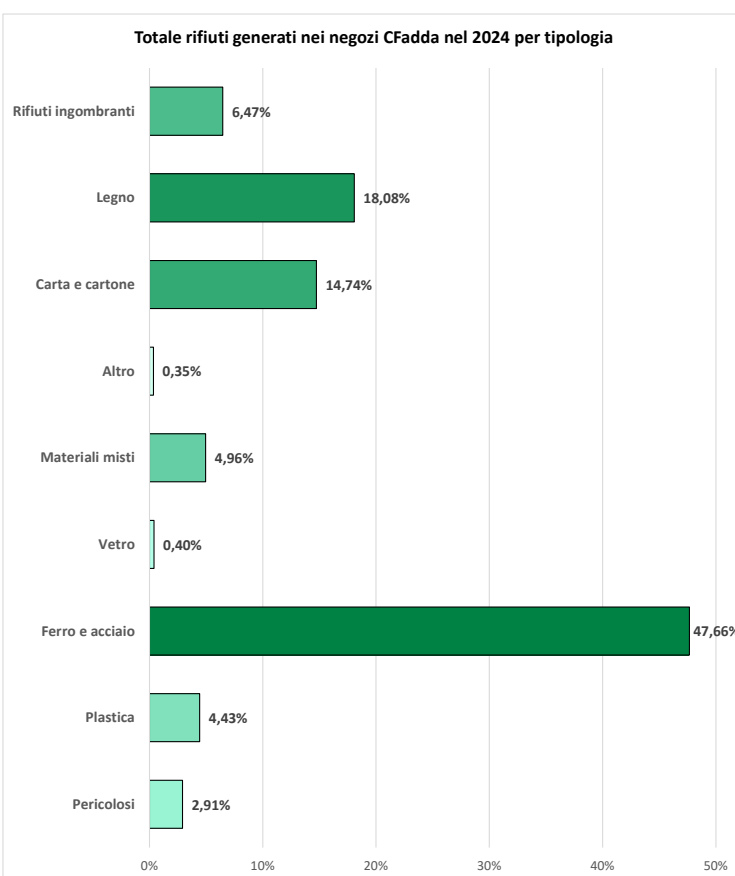


Negli ultimi anni, inoltre, sono stati compiuti importanti sforzi al fine di sensibilizzare le persone che lavorano nei punti vendita a effettuare correttamente la raccolta differenziata dei rifiuti. In tal senso sono adottate iniziative di coinvolgimento dei collaboratori sul tema degli sprechi con lo scopo di creare una sempre maggiore coscienza ambientale che si riveli poi critica e propositiva.

Nel 2024 abbiamo generato circa 109,77 tonnellate di rifiuti, di cui il 96,71% è classificabile come non pericoloso e solo il 3,29% come pericoloso. La quasi totalità dei rifiuti è gestita tramite recupero nelle sedi opportune. Rispetto allo scorso anno abbiamo avuto un incremento della quantità dei rifiuti legato a eventi eccezionali: pulizia straordinaria del magazzino della sede commerciale, chiusura punto vendita di Villacidro, pulizia straordinaria dei locali commerciali di Carbonia e di Olbia.

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.



Negli ultimi anni, inoltre, sono stati compiuti importanti sforzi al fine di sensibilizzare le persone che lavorano nei punti vendita ad effettuare correttamente la raccolta differenziata dei rifiuti. In tal senso sono state adottate iniziative di coinvolgimento dei collaboratori sul tema degli sprechi e, più in generale, sui temi ambientali, con lo scopo di creare una sempre maggiore coscienza ambientale che si riveli poi critica e propositiva.

Per quanto riguarda gli articoli invenduti, questi non generano rifiuti, in quanto solitamente vengono ritirati dagli stessi fornitori, negli altri casi, vengono donati a titolo di omaggio ad associazioni benefiche e associazioni culturali/pro loco. Nel corso del 2024, in occasione del rifacimento del banco illuminazione, è stata presa la decisione di donare le lampadine: abbiamo chiesto ai collaboratori dei punti vendita, di adoperarsi e individuare delle associazioni che potessero averne necessità. Abbiamo così devoluto merce per un valore di vendita pari a 4.957,00 € alle Associazioni di beneficenza e di 1.000 € alle Proloco locali, tale contributo però non è stato totalmente a nostro carico, ma abbiamo potuto contare sulla collaborazione del nostro fornitore che ci ha riconosciuto un contributo di circa il 65%.

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 verrà perseguita nel corso dei prossimi anni si basa sulla riduzione del peso degli imballaggi in cartone e sull'utilizzo di plastica biodegradabile, promuovendo l'uso esclusivo di soli materiali provenienti da filiere responsabili.

RIFIUTI PRODOTTI, A SMALTIMENTO E A RECUPERO	UDM	2023	2024
Cartoni	Ton	7,9	4,0
Plastica biodegradabile	Ton	4,0	1,9
Totale	Ton	11,9	5,9



CFadda Second Life

CFadda Second life, nasce nel 2022, come soluzione per la vendita dei prodotti oggetto di reso e-commerce che presentano lievi danni e che possono quindi essere recuperati e venduti a un prezzo scontato, riducendo così anche il volume dei rifiuti.

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 responsabile scontistica (RS), che decide lo sconto da applicare, che può variare tra il 20% e l'80%, 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.

I nostri collaboratori possono identificare facilmente gli ordini web associati ai prodotti scontati tramite un cartello prezzo specifico. Questo sistema consente ai clienti di pagare e ritirare l'articolo direttamente in cassa. Grazie a questa organizzazione, possiamo monitorare costantemente le giacenze, le vendite e la marginalità dei prodotti, garantendo una gestione efficiente e trasparente delle operazioni.

Informazione, consapevolezza e risparmio: i contenuti utili per scegliere meglio e ridurre l'impatto.

Nel corso del 2024 abbiamo arricchito la sezione News del nostro sito con contenuti informativi gratuiti pensati per promuovere uno stile di vita più sostenibile e consapevole. Tra questi, i consigli su come riparare, pulire o trasformare oggetti inutilizzati o danneggiati – come vecchie sedie da giardino, fioriere rovinate o mobili da esterno usurati – incentivando il riutilizzo creativo, riducendo i rifiuti e prolungando la vita utile dei prodotti. Un approccio che porta benefici anche a livello personale, perché il fai da te non è solo utile, ma anche fonte di benessere psicofisico, grazie al rilassamento che deriva dal lavoro manuale e alla soddisfazione di ottenere un risultato concreto.

Accanto ai contenuti dedicati al recupero, abbiamo pubblicato numerose guide all'acquisto che aiutano i clienti a orientarsi tra le tante opzioni disponibili, privilegiando prodotti di qualità, durevoli nel tempo e con il miglior rapporto qualità-prezzo. Scegliere bene fin da subito significa infatti ridurre la necessità di sostituzioni frequenti, con un impatto positivo sia sull'ambiente che sul portafoglio.



La risorsa idrica

Attualmente, la nostra azienda non dispone di politiche aziendali specifiche finalizzate alla riduzione del consumo di acqua. Tuttavia, sensibilizziamo tutti i nostri collaboratori verso il corretto utilizzo delle stesse e interveniamo con eventuali manovre correttive al presentarsi di problemi, come ad esempio in caso di segnalazione di perdite.

Fonte Prelievi Idrici	UDM	2023	2024
Acquedotto	mc	1.936	5.121
Totale	mc	1.936	5.121

Rispetto all'anno 2023, si registra un incremento nel consumo idrico, attribuibile principalmente a una significativa perdita verificatasi presso il punto vendita di Cagliari, prontamente riparata non appena è stato individuato il problema. Si precisa, inoltre, che per alcuni punti vendita – per i quali i dati relativi ai consumi idrici vengono forniti direttamente dal locatore – i valori riferiti agli anni precedenti erano basati su stime. Per l'anno 2024, invece, i consumi riportati si riferiscono esclusivamente a dati effettivi. L'utilizzo dell'acqua si limita ai servizi igienici e all'irrigazione manuale di fiori e piante destinati alla vendita.

Tutti i prelievi idrici fanno riferimento ad un'area geografica classificata come a rischio di stress idrico "medio-alto" (valori compresi tra 2 e 3, Water Risk Atlas, *overall water risk).

Il rischio idrico complessivo misura tutti i rischi correlati all'acqua, aggregando tutti gli indicatori selezionati dalle categorie Quantità fisica, Qualità e Rischio normativo e reputazionale. Valori più elevati indicano un rischio idrico più elevato.

Come immagini la CFadda fra 10 anni?

La immagino evoluta su tutto, magari con qualche punto vendita sparso per l'Italia, perché no. È un'azienda forte, e uno dei suoi punti di forza siamo noi dipendenti che ogni giorno facciamo sì che tutto vada per il verso giusto

| Collaboratore interno |

Nella CFadda del futuro, dipendenti, clienti e negozio si fondono in un ecosistema interattivo: i dipendenti diventano guide esperte, i clienti co-creatori attivi e il negozio un laboratorio di idee, dove la tecnologia abilita la personalizzazione e la comunità alimenta la creatività.

| Collaboratore interno |

La immagino come un punto di riferimento nel settore del fai-da-te e del bricolage, sia online che offline. Un'azienda sempre più digitale, con un e-commerce evoluto, esperienze omnicanale per i clienti e tecnologie innovative per migliorare il servizio. Un luogo dove sostenibilità e innovazione si integrano per creare valore, con processi sempre più efficienti e rispettosi dell'ambiente. E, soprattutto, un'azienda che continua a mettere le persone al centro, valorizzando talenti e idee.

| Responsabile digital |

Un'insegna familiare anche al di fuori dell'Isola. Un eCommerce al quale TUTTI pensano quando hanno bisogno di qualcosa per la casa o hanno voglia di "fai da te".

| Collaboratore interno |

Una grande azienda al passo con i tempi e con nuove e rinnovate dinamiche commerciali, dettate dal continuo ed inevitabile evolversi del mercato. Aggiungo, e spero, che possa essere sempre, una stimolante opportunità di lavoro e di crescita per le generazioni a venire del nostro territorio e della Sardegna intera.

| Venditore |



CONCLUSIONE

Per concludere, con la redazione di questo Bilancio di Sostenibilità, CFadda rinnova il proprio impegno concreto a creare valore condiviso per tutti gli stakeholder, operando nel pieno rispetto del nostro pianeta.

Consideriamo il Bilancio di Sostenibilità uno strumento strategico essenziale: ci permette di monitorare i nostri progressi, orientare le scelte future e rafforzare il nostro contributo positivo.

Il nostro obiettivo è generare valore nel lungo periodo, promuovendo un impatto duraturo e responsabile per tutte le persone e realtà con cui interagiamo.

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 a CFadda di percorrere il percorso di sostenibilità con una direzione chiaramente delineata. Il presente Bilancio di sostenibilità adotta lo standard volontario per le microimprese, le piccole e le medie imprese (VSME) non quotate, adottato dall'EFRAG, selezionando l'opzione B: Modulo base e modulo completo. CFadda non rientra nell'ambito di applicazione della direttiva sulla comunicazione sociale delle imprese (CSRD), ma come azienda decide di utilizzare questo principio come metodologia per la rendicontazione del bilancio di sostenibilità. Il presente Principio copre le stesse questioni di sostenibilità dei Principi Europei di Rendicontazione di Sostenibilità (ESRS) per le grandi imprese. Tuttavia, è proporzionato e tiene pertanto conto delle caratteristiche fondamentali delle microimprese, delle piccole e medie imprese. Vengono menzionati semplicemente come best practice anche gli standard "in reference to" GRI.

OBIETTIVO BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ	GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI) STANDARDS	EFRAG VOLUNTARY SUSTAINABILITY REPORTING STANDARD FOR NON-LISTED SMES (VSME)
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	2-1 Organizational details 2-2 Entities included in the organization's sustainability reporting	B1 – Base per la preparazione
Ragione sociale e sede legale Entità incluse nella rendicontazione	2-3 Reporting period, frequency and contact point	
Periodo di rendicontazione e contatti	2-3 Reporting period, frequency and contact point	
L'azienda/i prodotti Catena del valore	2-6 Activities, value chain and other business relationships	
Struttura societaria Organigramma	2-9 Governance structure and composition	C9 – Rapporto di diversità di genere nell'organo di governance

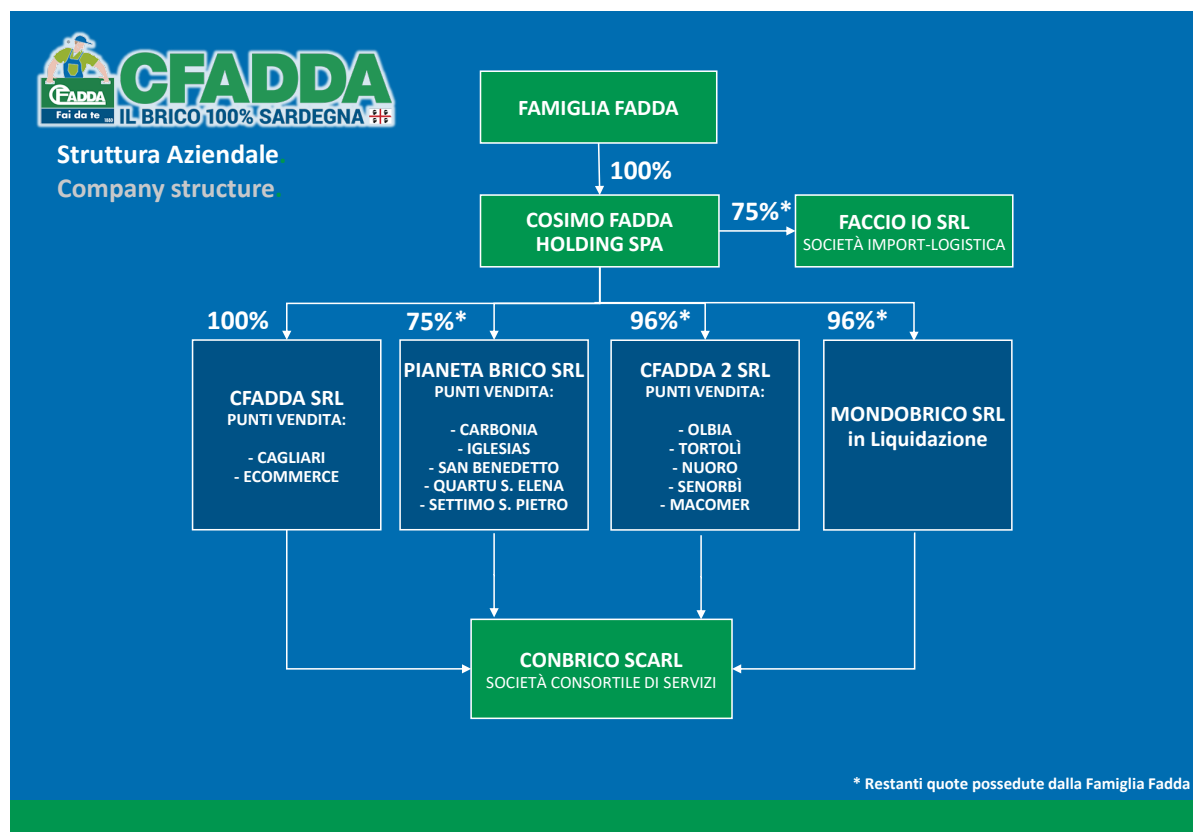
Lettera agli stakeholder	2-22 Statement on sustainable development strategy	C1 – Strategia: modello di business e sostenibilità – Iniziative correlate
Purpose Mapping	2-29 Approach to stakeholder engagement	
Sustainable Development Goals priority matrix	3-1 Process to determine material topics 3-2 List of material topics	
Cultura Aziendale & Governance	2-22 Statement on sustainable development strategy 2-9 Governance structure and composition	C2 – Descrizione delle pratiche, delle politiche e delle iniziative future per la transizione verso un'economia più sostenibile
Corruzione	2-25 Processes to remediate negative impacts 2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns	B11 – Condanne e multe per corruzione attiva e passiva
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. 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.		

Formazione dei collaboratori	404-1 Average hours of training per year per employee 404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	B2 – Pratiche, politiche e iniziative future per la transizione verso un'economia più sostenibile B10 – Forza lavoro – Retribuzione, contrattazione collettiva e formazione
	assistance programs	B10 – Forza lavoro – Retribuzione, contrattazione collettiva e formazione
Risorse e turnover	401-1 New employee hires and employee turnover	B8 – Forza lavoro – Caratteristiche generali C5 – Caratteristiche aggiuntive (generali) della forza lavoro
Dati demografici collaboratori	2-7 Employees 2-8 Workers who are not employees	
Engagement interno	2-25 Processes to remediate negative impacts 2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns	B10 – Forza lavoro – Retribuzione, contrattazione collettiva e formazione C6 – Ulteriori informazioni sulla propria forza lavoro - Politiche e processi in materia di diritti umani C7 – Gravi incidenti negativi in materia di diritti umani
Diversità e inclusione	405-1 Diversity of governance bodies and employees	B8 – Forza lavoro – Caratteristiche generali
Prevenzione e sicurezza	403-1 Occupational health and safety management system 403-3 Occupational health services 403-4 Worker participation consultation and communication on occupational health and safety 403-5 Worker training on occupational health and safety 403-7 Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	B9 – Forza lavoro – Salute e sicurezza

Comunità e territorio	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	B2 – Pratiche, politiche e iniziative future per la transizione verso un'economia più sostenibile
8.4 Migliorare progressivamente l'efficienza delle risorse globali nel consumo e nella produzione, nel tentativo di scindere la crescita economica dal degrado ambientale 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. 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.		
Gestione dei rifiuti ed economia circolare	306-2 Waste by type and disposal method 306-3 Waste generated 306-4 Waste diverted from disposal 306-5 Waste directed to disposal	B7 – Uso delle risorse, economia circolare e gestione dei rifiuti
Ricerca e innovazione nei processi interni		B2 – Pratiche, politiche e iniziative future per la transizione verso un'economia più sostenibile
Calcolo emissioni Scope 1	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	B3 – Energia ed emissioni di gas serra B4 – Inquinamento dell'aria, dell'acqua e del suolo B5 – Biodiversità C3 – Obiettivi di riduzione dei gas serra e transizione climatica
Calcolo emissioni Scope 2	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	
Calcolo emissioni Scope 3 (parziale)	305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions	
Gestione e cura delle risorse idriche	303-3 Water withdrawal 303-4 Water discharge 303-5 Water consumption	B6 – Acqua

Struttura aziendale

ORGANIGRAMMA 2024



USO DEL SUOLO

SOCIETÀ	PUNTO VENDITA	SUPERFICIE LOTTO (MQ)	SUPERFICIE TOTALE COPERTA (MQ)
Cfadda s.r.l.	Cagliari	2,602	2,838
Pianeta brico s.r.l.	Carbonia	7,682	3,681
Pianeta brico s.r.l.	Iglesias	3,992	1,480
Pianeta brico s.r.l.	S.Benedetto Cagliari	0	385
Pianeta brico s.r.l.	Quartu S. Elena	0	943
Pianeta brico s.r.l.	Settimo S. Pietro	0	1,420
Cfadda 2 s.r.l.	Olbia	7,730	3,603
Cfadda 2 s.r.l.	Tortolì	6,380	2,693
Cfadda 2 s.r.l.	Macomer	4,996	2,322
Cfadda 2 s.r.l.	Nuoro	4,330	3,081
Cfadda 2 s.r.l.	Senorbì	4,915	1,800

Bilancio di Sostenibilità 2024

Il perimetro di riferimento per la redazione del Bilancio di Sostenibilità 2024 riguarda il periodo 1° gennaio – 31 dicembre (periodicità annuale) per la società Cosimo Fadda Holding S.p.A.

Le informazioni si riferiscono alle attività realizzate negli store CFadda di Cagliari, Carbonia, Iglesias, S.Benedetto, Quartu S. Elena, Settimo S. Pietro, Olbia, Tortoli, Macomer, Nuoro, Senorbi.

Redazione

Questo Bilancio di Sostenibilità è stato redatto con il coinvolgimento di numerosi referenti aziendali sia per la raccolta dati sia per le descrizioni delle checklist con il supporto di Prosperah LTD. Un ringraziamento speciale va a tutte le persone che hanno contribuito attivamente alla produzione di questo bilancio.

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
Codice NACE: 70.1
070.520422
<https://www.cfadda.com>
sostenibilita@cfadda.com



CFADDA

IL BRICO 100% SARDEGNA



IN PARTNERSHIP CON

PRO
SPE
RAH