

2014

UN ANNO DI STORIE

Annual Report



Aspiag Service S.r.l.
Despar Nordest

2014

UN ANNO DI STORIE

Annual Report



Aspiag Service S.r.l.
Despar Nordest

Indice

<i>Introduzione</i>	5
<i>Presentazione</i>	9
<i>Storie di ascolto</i>	10

Ascolto del territorio	13
<i>C’era una volta la Latteria Sociale</i>	14
<i>Le buone abitudini</i>	17
<i>“A casa è più meglio”</i>	19
<i>Identità da presidiare</i>	21

Ascolto del cliente	25
<i>Metti un ex deposito di autobus</i>	26
<i>Storie di punti vendita</i>	29

Ascolto dei collaboratori	35
<i>Seimilaottocentosessantasette</i>	36
<i>La ricerca del buon clima</i>	37
<i>Dal cuore dei collaboratori Despar</i>	40

Ascolto dell’ambiente	43
<i>Impatto (quasi) zero.</i>	44
<i>Lotta contro lo spreco</i>	45

Ascolto del mercato	49
<i>Aspiag Service in numeri</i>	50
<i>Organigramma</i>	52
<i>Aspiag Service in Italia</i>	54
<i>Key figures</i>	56
<i>Business Model</i>	58
<i>Linee di sviluppo</i>	59
<i>Dialogo con il cliente</i>	60
<i>Despar Tribù</i>	62

ASPIAG SERVICE S.R.L.

Sede legale e centro distributivo
Via Buozzi – 39100 Bolzano

Sede amministrativa e centro distributivo
Via Galilei, 29 – 35035 Mestrino

Centro distributivo
Via Schumann, 50 – 31100 Udine

CONTATTI
T. +39 049 9009.311
F. +39 049 9009.400
info@despar.it
www.despar.it

Introduzione

Un anno di storie. Un titolo strano per un Annual Report.
Un titolo che non spiega, ma racconta.

Racconta che siamo voluti uscire dall'esatta logica dei numeri (che pure in queste pagine è presente, perché senza numeri non si può certo parlare di risultati) per raccontare la nostra azienda attraverso alcune storie vissute nel corso dell'anno. Per dimostrare che non tutte le storie sono favole, ma alcune sono destinate a diventare realtà e a dare una trama reale, contorni, colori, alla nostra vita, alla vita di Aspiag Service.

Non ci siamo dovuti inventare niente. Sono stati sufficienti i fatti, le storie realmente accadute. La vita vera di Aspiag Service, quella grande e quella piccola, quella di piccole frazioni di mondo che diversamente nessuno conoscerebbe, di piccoli paesini dove non ci sarebbe nemmeno un bar. Di famiglie che lavorano con Aspiag Service da generazioni. Le facce di chi in quella realtà lavora ogni giorno. Le opinioni di chi la frequenta, la sostiene, la vive.

I numeri spiegano la realtà, ci dicono se abbiamo raggiunto i risultati o se stiamo procedendo secondo le aspettative, ma sono le storie che ci fanno appassionare a essa. Aver voglia di lavorare, di lavorare meglio, di lavorare ancora. Per questo abbiamo scelto di non usare capitoli con nomi di valori o filosofie aziendali. Abbiamo scelto di farli vivere e respirare, i valori aziendali. Di far vivere le parole che generalmente scriviamo. Anche i numeri così, soprattutto i numeri, hanno acquistato pienezza, a dimostrazione che le storie che abbiamo raccontato hanno un fondamento. Così, anche i nostri numeri, adesso, non spiegano più. Raccontano.



Eurospar a Reggio Emilia, inaugurato il 02.09.2014

Presentazione

Rudolf Staudinger

Presidente Aspiag Service S.r.l.



Quello che ci lasciamo alle spalle è stato un altro anno molto impegnativo, non soltanto per la nostra azienda. La fiducia dei consumatori non è ancora tornata alla stabilità, e le famiglie continuano a pianificare con cautela i propri acquisti. Ancora una volta, perciò, il raggiungimento di risultati positivi ha richiesto impegno intenso e consistenti investimenti, senza che ci si possa dichiarare del tutto soddisfatti di quanto realizzato.

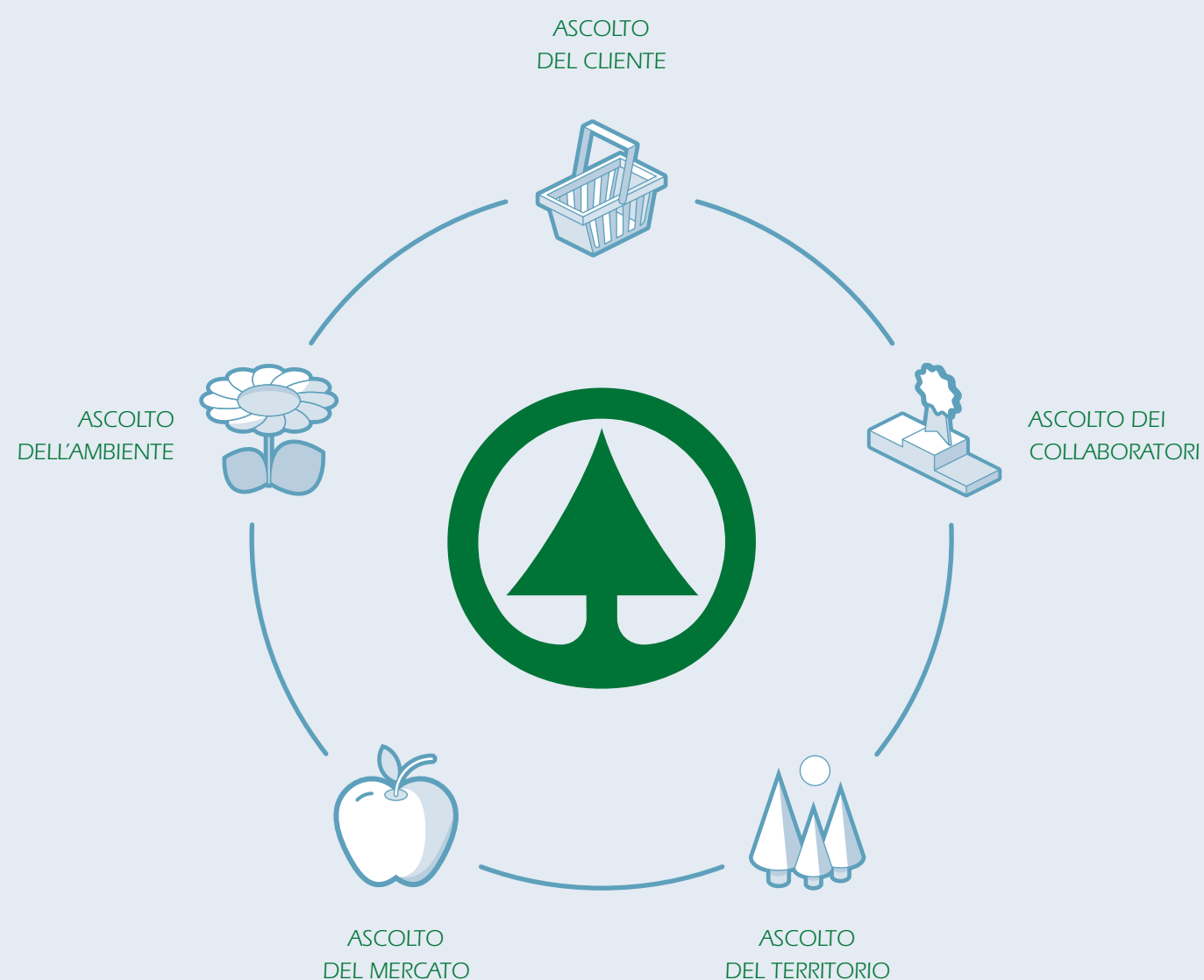
È però altrettanto vero che Aspiag Service, malgrado il quadro socio-economico, ha saputo muoversi meglio del proprio settore in questo contesto così difficile da comprendere e da affrontare.

Vitale è stata la nostra attitudine a restare in ascolto degli stakeholders, interni ed esterni, che ci ha aiutati a trovare risposte adeguate a situazioni inedite. Determinante è stata la scelta della casa madre Spar Austria di continuare ad investire nel nostro Paese, rinnovando piena fiducia alle colleghe e ai colleghi di Aspiag Service.

Premiante è stata la volontà di curare la relazione: con il territorio, attraverso l'esercizio consapevole della responsabilità sociale d'impresa e il sostegno a tante realtà locali; con i consumatori, modulando l'offerta commerciale in funzione della loro capacità di spesa e della loro domanda di qualità, e creando punti di vendita in grado di rispondere alle più diverse esigenze; con le collaboratrici e i collaboratori, la cui professionalità è il cuore pulsante della crescita della nostra Azienda nonché il nostro asset più prezioso.

Sono queste le solide fondamenta che ci consentono di guardare con concreta fiducia al futuro, e immaginare Aspiag Service ancora come motore di crescita e promotore di benessere per il proprio territorio.

Storie di ascolto



Aspiag Service non è solo una storia di punti vendita, di prodotti, clienti, fornitori e numeri. Aspiag Service non è una sola storia.

In Aspiag Service nascono, si sviluppano e arrivano a compimento tante storie, come tante sono le vite che si incrociano al suo interno. Impossibile scegliere e raccontarne una, perché ognuna è unica, ognuna è importante. Per questo, in un momento così complesso da affrontare come quello attuale, Aspiag Service ha deciso di mettersi in ascolto. Ha deciso di ascoltare clienti, colleghi, collaboratori, il territorio in cui opera e tutte le realtà – commerciali, sociali, istituzionali - con cui entra in contatto.

Ha trovato tante storie, e, per descrivere il suo impegno, il suo lavoro, quello che crea ogni giorno, ne ha scelta qualcuna da raccontare.

Paul Klotz
Amministratore Delegato



La nostra azienda si dichiara fin dalla propria mission “orientata alla qualità del servizio, alla valorizzazione del cliente e del collaboratore come persona, alla tutela della salute dei clienti e dei collaboratori, al rispetto dell’ambiente”: anche nel 2014 questa dichiarazione si è tradotta in un intenso impegno di Aspiag Service a sostegno del territorio in cui esercita la propria attività, attraverso un sempre più articolato e coerente esercizio della responsabilità sociale d’impresa.

L’ascolto del territorio e delle comunità che lo abitano ci ha portato a sostenere, nel corso dell’anno, oltre 300 progetti locali, agevolando l’attività di enti, associazioni e gruppi di volontariato, e a devolvere oltre 540.000 euro in sponsorizzazioni e liberalità. Grazie all’ormai consolidata collaborazione con Fondazione Banco Alimentare e Last Minute Market, inoltre, l’azienda ha recuperato e donato merce per un valore complessivo che supera i due milioni e mezzo di euro: oltre 389 tonnellate di alimenti, ridistribuiti da 184 enti beneficiari a chi ne ha più bisogno.

La vicinanza alle nostre comunità ha prodotto nel 2014 un frutto molto concreto e importante: la rinascita della Latteria Sociale di Castions di Strada (UD), grazie al progetto “Adottiamo una latteria”. La nostra azienda si è impegnata ad acquistarne il formaggio, per distribuirlo nei supermercati della zona come prodotto tradizionale, genuino e a chilometri zero, consentendo così il riavvio di una realtà sociale ed economica davvero significativa per il proprio territorio.

Cercheremo altre esperienze e realtà locali da sostenere o far rinascere: è il nostro modo per dire ‘grazie’ al territorio in cui l’abete Despar è radicato da oltre cinquant’anni, e alle comunità che ne fanno parte.

I

Ascolto del territorio

*Un’idea che non trova posto a sedere
è capace di fare la rivoluzione.*

Leo Longanesi

C'era una volta la Latteria Sociale

*“Qui si fa ancora come si faceva una volta.
Latte, sale, caglio.”*

Anche questa storia è fatta di latte, sale e caglio.

Latte, come quello che conferivano gli allevatori intorno a Castions di Strada, in provincia di Udine. Caglio, come quello curato da un giovanissimo casaro innamorato del suo mestiere.

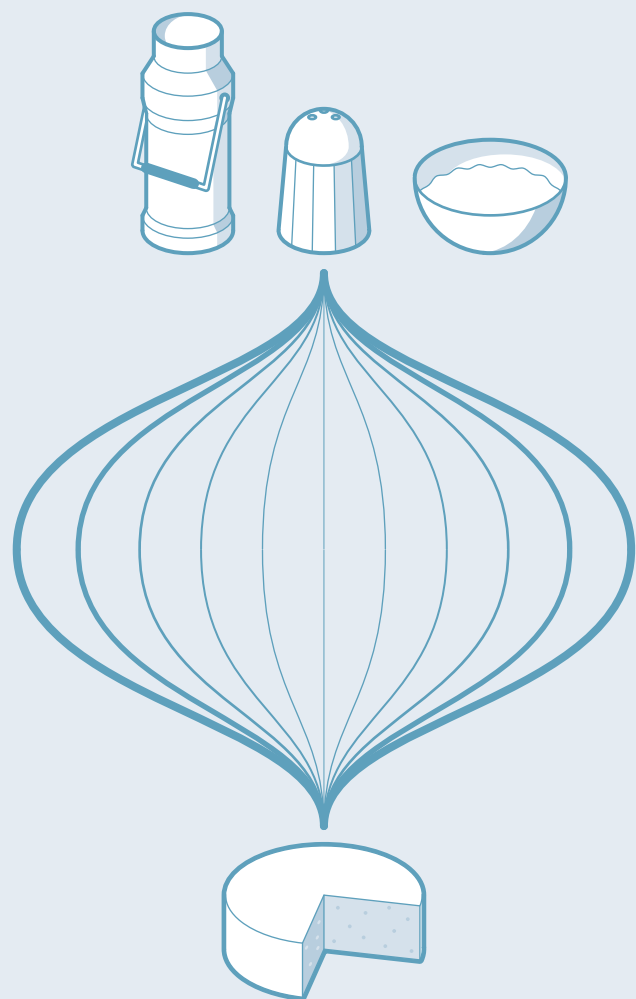
Sale, come quelle complicazioni che danno sapore alla vita.

Questa non è la storia della scelta di un fornitore. Quella di Aspiag Service e della latteria di Castions di Strada è una storia di difesa delle tradizioni, del ripristino del tessuto sociale che esisteva una volta.

LATTE
SALE
CAGLIO

UN PROCESSO
NATURALE
DAL 1902

FORMAGGIO
LATTERIA



Castions di Strada,
provincia di Udine.

Fondata nel 1902, la Latteria Sociale di Castions di Strada era un piccolo gioiello nella produzione di formaggio, che nei tempi d'oro arrivò a contare quasi 300 soci conferitori. Dalla sua fondazione, oltre che per i formaggi (arrivati anche al secondo posto nella prestigiosa rassegna nazionale di formaggi “Premio Roma” nel 2010, categoria formaggi a latte crudo), la Latteria si è sempre distinta per il suo impegno sociale. Dava lavoro agli allevatori della zona, faceva girare l'economia locale, e inoltre aiutava i ragazzi senza famiglia di un istituto di suore, ai quali il latte e il formaggi erano forniti gratuitamente.

Le profonde trasformazioni del Paese e della società agricola, però, hanno portato la Latteria a diminuire molto la sua produzione, fino quasi a chiudere i battenti nel 2011, con conseguenze non certo secondarie per la struttura socioeconomica della zona.

“El l'è bon. Ma pì di bon!”

Ma c'era un fatto. Quel formaggio era buono.

E così l'ostinazione e la passione di un manipolo di allevatori e coltivatori locali che non avevano smesso di tenere in vita il ricordo dei vecchi tempi, di credere nel loro lavoro, oltre che di mantenere un minimo di attività, hanno dato la spinta per ripartire.



Un incontro giusto.
La Latteria di Castions
e Aspiag Service.

Aspiag Service ha ascoltato questa storia e deciso di “adottare” questa piccola perla locale, consentendole di riprendere il suo lavoro a pieno ritmo. Nessun piacere, nessuno sconto: un incontro leale tra due realtà che amano il territorio.



Così il formaggio “latteria” viene prodotto per Aspiag Service, che si occupa di distribuirlo nei propri punti vendita della zona come prodotto tradizionale, genuino e a chilometri zero.

Un affare. Per tutti.

Una scelta di valore. Il valore vero, non solo quello per cui dopo i punti contano gli zeri.

“All’inaugurazione c’era tutto il paese. Si respirava aria di vita, di radici, di voglia di ripartire. Qualcuno diceva che un formaggio latteria era una cosa semplice, troppo semplice, perché qualcuno se ne potesse interessare. Si sbagliava. In quello di Castions c’è altro. C’è la voglia di non mollare e la possibilità di ripartire, garantire una produzione.

Questo non è solo un formaggio. È un formaggio con carattere.”

Le buone abitudini

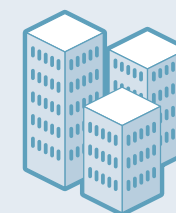
“Ascoltare il territorio significa anche formare anche chi lo abiterà, quel territorio. Per Aspiag Service significa insegnare Le Buone Abitudini”.

Le buone abitudini
2014-2015



2

Programmi



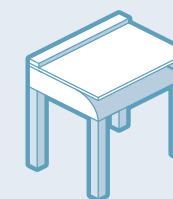
9

Città



50

Istituti Scolastici



215

Classi coinvolte



5.400

Studenti coinvolti

Cereali:

12 doni della natura & legumi = proteine vegetali

Le Buone Abitudini, insieme al blog Casa di vita e a Casa di vita magazine, è un’iniziativa che fa parte del grande progetto integrato di Aspiag Service per la promozione di uno stile di vita sano e di un’educazione alimentare corretta. Per la precisione Le Buone Abitudini è la parte dell’iniziativa dedicata ai bambini

delle scuole primarie, che dal 2010 ha coinvolto più di 40.000 studenti delle classi terza, quarta e quinta e le relative famiglie.

Un'attività che grazie alla formazione delle insegnati, ai laboratori in classe e, da quest'anno, a rappresentazioni teatrali, ha catturato, affascinato, sorpreso e divertito i piccoli interessati, facendoli familiarizzare con ciò che sulla tavola poteva sembrare non così appetitoso, insegnando loro i principi di uno stile “di tavola” più sano e dando gli strumenti necessari per fare in modo che le azioni assimilate attraverso il progetto si trasformassero in abitudini quotidiane.

La scatola de “Le Buone Abitudini” contiene:

- 1 guida per l'insegnante
- 25 quaderni attivi, uno per bambino
- 12 contenitori con i semi dei cereali o dei legumi
- 1 poster
- 1 kit di ricette previsto nel progetto “Legumi = Proteine Vegetali”

Così, insieme a un team di esperti (nutrizionista, psicologa, chef, pedagoga, esperto in progetti didattici, operatori teatrali, staff di esperti) i bambini hanno imparato molto sui 12 cereali e sui legumi, riportando nelle loro case e nelle loro tavole quello che avevano imparato a scuola.

*Sono felicissima di aver lavorato con voi!
In questi due ultimi anni siete stati per me
e la mia collega un aiuto e una fonte di idee
per il nostro lavoro. L'aspetto dell'educazione
alimentare e della salute, che noi portiamo avanti
dalla classe prima, è basilare e, se fatto tutti
gli anni a piccole dosi, può portare a dei risultati
nel cambiamento degli stili alimentari e di vita.*

Maestra Cristina

“A casa è più meglio”

*Un piccolo paziente guarda la sua dottoressa.
È bella, ha le lentiggini e gli occhi furbetti, e il naso
un po' all'insù. Un po' ma non troppo.
Forse è già innamorato.*

“Allora, siamo d'accordo?”

*Gli occhi un po' lucidi la guardano,
prima di aprirsi in un grande sorriso.*

*Fa sì con la testa. Sorride. Sorpresa: manca un
dentino. Magari se rimane a casa arriverà la fatina.
All'ospedale magari le faceva paura. Certo, a casa
arriva sicuro. Perché?*

Perché “a casa è più meglio.”

Nessun errore di grammatica.

Questo “più” ci sta bene, anzi, benissimo.

Questo “più” appartiene a un piccolo paziente dell'Azienda Ospedaliera Pediatrica “Santa Maria degli Angeli” di Pordenone, che così ha definito la possibilità di effettuare tutte le cure ospedaliere a cui si sarebbe dovuto sottoporre direttamente a casa, dalla sua cameretta.

Pordenone.
Friuli Venezia Giulia.

Servono fondi per sostenere il progetto di assistenza domiciliare pediatrica per bambini con patologie croniche o terminali.

È il territorio che chiede una mano.

Un territorio che Aspiag Service ascolta.

I dipendenti dei punti vendita prendono a cuore questa iniziativa. Alle casse si racconta il progetto, si chiede una mano, con il sorriso sulle labbra. Chi può, nessuno escluso, può lasciare un'offerta.

Quante volte siamo bombardati da richieste di aiuto, che a volte nemmeno ascoltiamo?

Un risultato che nessuno si aspettava.

Aspiag Service si è messa in ascolto del territorio e il territorio, i clienti, le hanno creduto.

Le hanno risposto. Euro dopo euro, in tantissimi hanno aggiunto un'offerta alla loro spesa, fino a raggiungere quasi 100.000 euro.

In questo modo è stato possibile dotare di sistemi di telemedicina e teleassistenza le unità medico-infermieristiche dedicate all'assistenza domiciliare pediatrica dell'ospedale, e consentire il trasferimento delle informazioni e dei dati dei piccoli pazienti da remoto, migliorando e agevolando l'interazione fra le strutture e gli operatori sanitari, e la comunicazione di modalità e orari delle cure ai famigliari dei bambini assistiti.

In questo modo 68 bambini sono stati curati direttamente nelle loro case. Nel loro mondo.

Dal 29 settembre al 30 novembre puoi donargli più serenità

"a casa è più meglio,"



Grazie a un'equipe ospedaliera dedicata e formata, che li segue a casa, i bambini affetti da malattie gravi possono essere curati nel loro ambiente familiare, mantenendo la stessa qualità di assistenza che troverebbero in ospedale.

DAI UN CONTRIBUTO CON UN'OFFERTA ALLA CASSA. ANCHE TU, INSIEME A NOI.

DESPAR **EUROSPAR** **INTERSPAR**

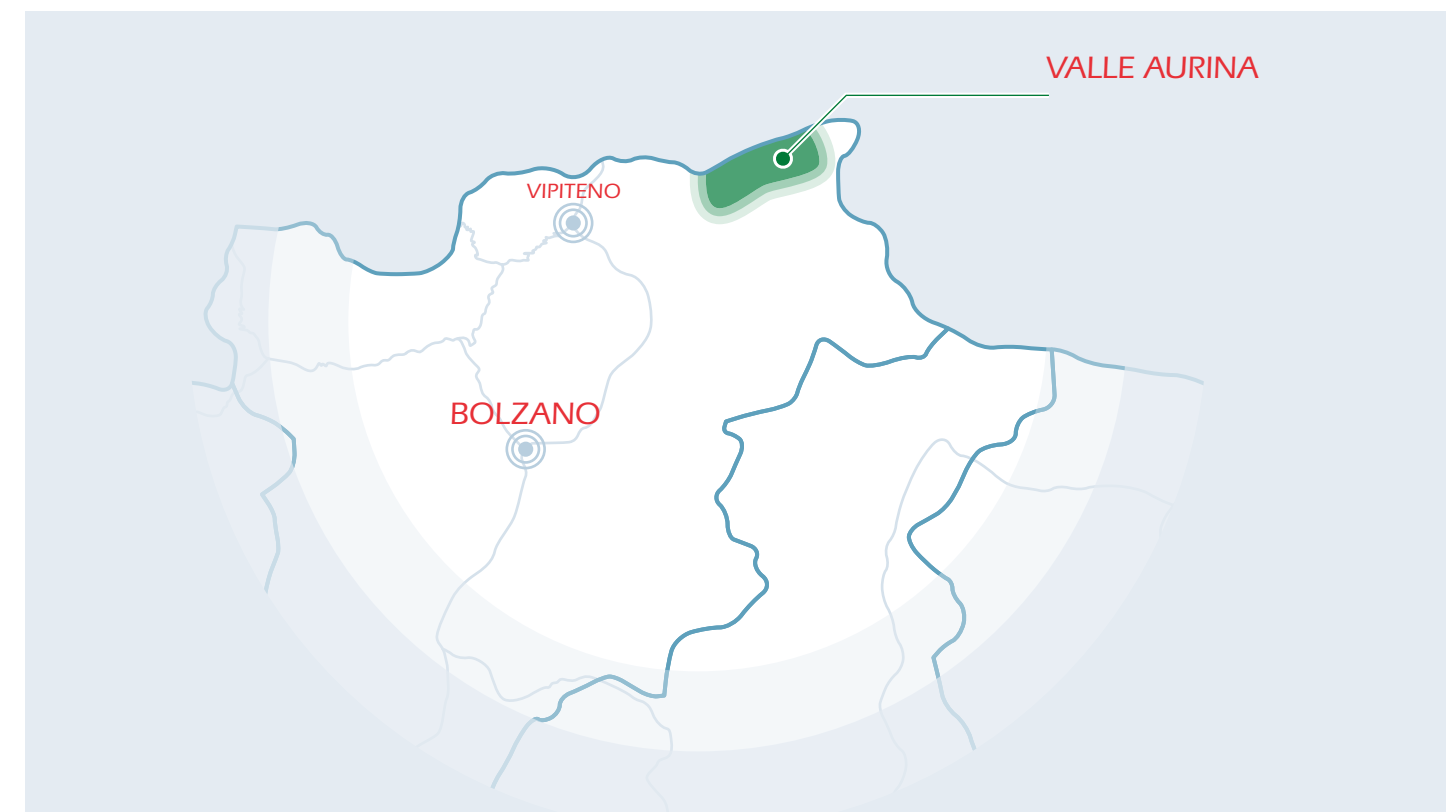
Azienda Ospedaliera "S. Maria degli Angeli" Pordenone

Identità da presidiare

Prendi un formaggio di casa, prodotto in piccole quantità per le necessità familiari...

...Prendi un formaggio così artigianale da essere riconoscibile eppure diverso, secondo le ricette e le tradizioni, che si tramandano oralmente, ormai da generazioni. Prendi un sapore che ti riporta proprio a una zona, a quel prato, a quel maso, a quella famiglia.

Il formaggio delle donne, lo chiamano in tanti. Perché gli uomini lo lavoravano solo d'estate, quando si trovavano nelle malghe di alta montagna, mentre il resto dell'anno era compito delle signore. Come lo è ancora oggi.



Forse il formaggio più
antico.

1325. Alto Adige. Tirolo. Valle Aurina. Sui registri di Castel Badia, che per secoli ospitò un convento per le figlie della nobiltà locale, nel conto delle decime si trova traccia di un formaggio goloso, chiamato Graukäse.

Forse il formaggio più
moderno.

Niente caglio nella lavorazione, niente lattosio, colesterolo o glutine. Un formaggio che nasce da ciò che rimane dopo la scrematura del latte crudo per ricavarne il burro, che si sgretola sotto il coltello.

Il Graukäse forse avrebbe rischiato l'estinzione, se un associato Despar di Campo Tures, diventandone in qualche modo l'ambasciatore, non avesse voluto presentarlo al mondo, con determinazione. Lo ha preso sotto la sua ala, lo ha lavorato, accompagnandolo nella lunga strada, per vederlo diventare un presidio Slow Food.

Il territorio lo fanno (anche) i prodotti. Ed essere parte di un territorio che ama i suoi prodotti e li vuol vedere arrivare fino alla cima delle eccellenze italiane è la nostra grandezza.



Aspiag Service sa di dover molto al territorio in cui è nata, nel quale vive e al quale è radicata. Per questo cerca di attivarsi per lui.

Il primo modo, il primo impegno, è fornire un servizio di qualità, sia nella scelta dei prodotti che nella cura dei punti vendita.

Ma il secondo, altrettanto importante, è agire nella promozione del territorio e delle persone che lo abitano, tutelandone specificità e tradizioni, rilanciando quelle realtà che rischiano il fallimento.

Per questo Aspiag Service ha creduto e sostenuto tanti progetti, grandi e piccoli, in tutto il suo raggio di azione. Per la precisione oltre 300 i progetti locali, agevolando l'attività di enti, associazioni e gruppi di volontariato. Per sostenere vite. Storie. Comunità. Per concretizzare il legame con il territorio.

Questa per Aspiag Service è la responsabilità sociale. Verso il territorio, verso le persone.

Marino Fineschi
Amministratore Delegato



Nel 2014, malgrado la persistente complessità della situazione socio-economica, la nostra Azienda ha inaugurato ben 39 nuovi punti vendita, tra filiali dirette e negozi affidati a dettaglianti associati; altri tredici supermercati sono stati radicalmente ristrutturati.

Questo impegno è frutto del desiderio di valorizzare sempre più la relazione con i nostri clienti, attraverso il costante miglioramento del livello di servizio offerto dai nostri supermercati.

Ben 31 nuove aperture nel settore dei dettaglianti associati, inoltre, sono la testimonianza che i 'negozi sotto casa' restano uno dei punti di forza di Aspiag Service: continuiamo ad investire nei punti vendita di vicinato, dando fiducia ai piccoli imprenditori e confermandone l'importanza commerciale e sociale. Il 2014 ha segnato anche l'ingresso di Aspiag Service a Reggio Emilia, con la filiale Eurospar inaugurata in settembre. Ci siamo trovati ad affrontare un mercato nuovo, ben presidiato da forti competitors, e ad entrare in relazione con una clientela nuova, con caratteristiche e abitudini di acquisto e consumo per noi in parte inedite.

L'accoglienza di cui ha goduto il nostro punto di vendita è un segnale incoraggiante in vista del futuro rafforzamento della presenza Despar in Emilia Romagna. La nostra presenza sul territorio non è soltanto indice della vitalità e competitività della nostra azienda: è anche espressione della volontà di affiancare e supportare questo territorio nelle sue criticità. Lo testimonia il fatto che ben tre delle nuove aperture effettuate nel corso dell'anno hanno comportato la bonifica e riqualificazione di aree produttive o commerciali dismesse, a forte rischio di degrado: un modo per restituire vivibilità e sicurezza alle città dove l'abete Despar ha messo le sue radici.

I risultati ottenuti nel 2014 ci incoraggiano a proseguire il nostro impegno ad essere una presenza di qualità per il territorio e a rendere sempre più vitale e costruttiva la relazione con i nostri clienti.

2

Ascolto del cliente

*Come sentiamo,
così vogliamo essere sentiti.*

Hugo von Hofmannsthal

Metti un ex deposito di autobus

La rinascita del territorio: il nuovo Interspar di Mestre

Mestre. L'angolo tra Via Torino e Corso del Popolo (dove si trovava il deposito dei mezzi di trasporto pubblici) era un'area che conoscevano in tanti, a Mestre. La conoscevano soprattutto gli abitanti della zona, che dalle 4 di mattina avevano la compagnia dei motori degli autobus accesi per essere riscaldati. Ogni giorno, fino agli anni Novanta. Praticamente un incubo.

Quando fu deciso di spostare il deposito degli autobus in un'area più periferica, quella zona di via Torino fu lasciata incustodita e abbandonata a se stessa, in disuso. Immondizia, ratti, degrado, desolazione. Un'area su cui anche avere un progetto sembrava difficile.



Partire da qui sembra un paradosso, e invece è proprio questa la storia che vogliamo raccontare, a testimonianza di come – con determinazione e lavoro - sia possibile accompagnare la nascita di qualcosa di grande.

La sfida era di rigenerazione urbana: riqualificare un'area a forte rischio di degrado e trasformarla in un centro nevralgico per la città. Diventare una presenza di valore per il territorio.

L'Interspar di via Torino è la sintesi di tutto questo.

È un punto vendita bello da vedere, per cambiare il volto di una parte della città. È un punto vendita luminoso e su due piani, realizzato in classe A e con impianti ad altissima efficienza energetica che garantiscono un uso ottimale delle risorse e un minore impatto ambientale, scegliendo le migliori tecnologie disponibili.

- Le ampie pareti vetrate, oltre a permettere una comunicazione visiva tra l'interno e l'esterno, riducono l'utilizzo di illuminazione artificiale contribuendo inoltre, grazie a un coefficiente termico inferiore a 1, a un forte risparmio energetico.
- L'impianto fotovoltaico installato su tetto fornisce energia elettrica al punto vendita, mentre il calore generato dall'impianto frigo viene recuperato e utilizzato per la produzione di acqua calda a uso sanitario, senza altro utilizzo di energia.
- L'impianto di raffreddamento e riscaldamento sfrutta l'aria esterna nelle mezze stagioni, attraverso il recupero di calore dagli estrattori, mentre la regolazione della temperatura e della qualità dell'area viene effettuata attraverso un sistema di building automation.
- L'illuminazione del punto vendita è totalmente a LED e le centrali dei surgelati sfruttano CO₂ al posto di gas inquinanti.
- Per riqualificare l'area anche dal punto di vista "green" sono stati piantati 60 alberi e ha dato vita al primo parcheggio a strisce verdi di tutta la Provincia

Grazie al nuovo Interspar. Via Torino ha davvero cambiato volto.



Storie di punti vendita

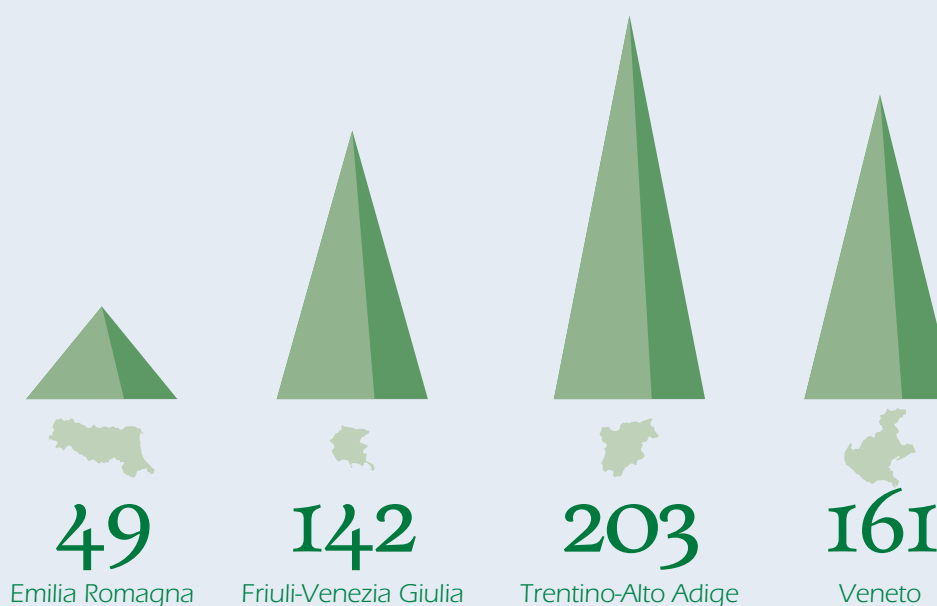
Quella di Mestre non è certo stata l'unica apertura di Aspiag Service. Il 2014 ha assistito all'inaugurazione di ben 39 nuovi punti vendita tra filiali dirette e negozi affidati a dettaglianti associati. Tra di essi tre nuovi superstore Interspar (a Fiesse d'Artico VE, Mestre e Mestrino PD), due filiali Despar (a Bolzano e a Povoletto UD), e tre filiali Eurospar (a Reggio Emilia, Spilimbergo PN e Sottomarina VE). Il 2014 ha inoltre segnato l'ingresso di Aspiag Service a Reggio Emilia, con la prima filiale (a insegna Eurospar) inaugurata a settembre, il primo passo per il rafforzamento della presenza in Emilia Romagna.

Le nuove aperture dei dettaglianti associati alle insegne Despar e Eurospar sono state 31, a fronte della chiusura di alcuni punti vendita più piccoli e datati. Il settore dei "negozi sotto casa" resta uno dei punti di forza di Despar Nordest, che continua a investire nei punti vendita di vicinato, dando fiducia ai piccoli imprenditori e confermandone l'importanza sociale oltre che commerciale.

Nuove aperture 2014 / Filiali

- Despar via Augusta, Bolzano
- Eurospar Reggio Emilia
- Despar Povoletto (UD)
- Eurospar Spilimbergo (PN)
- Eurospar Sottomarina (VE)
- Interspar Fiesse d'Artico (VE)
- Interspar Mestrino (PD)
- Interspar via Torino, Mestre (VE)
- + 31 punti vendita affiliati
- + 13 punti vendita (filiali + affiliati) ristrutturati

555
TOTALE
PUNTI VENDITA
ASPIAG SERVICE



Despar



Supermercati di dimensioni contenute, i punti vendita Despar hanno un assortimento pensato per una spesa quotidiana. La superficie limitata e l'ambiente familiare favoriscono la relazione e la vicinanza con il cliente.

Despar express



Situati in punti strategici di grande afflusso, i Despar Express cercano di essere la sintesi perfetta tra assortimento, qualità e rapidità di acquisto. Sono pensati per le esigenze di chi ha poco tempo a disposizione.

Supermarket
(100-2.499 mq)



NEGOZIO DI QUARTIERE/CITTÀ
(100-800 MQ)

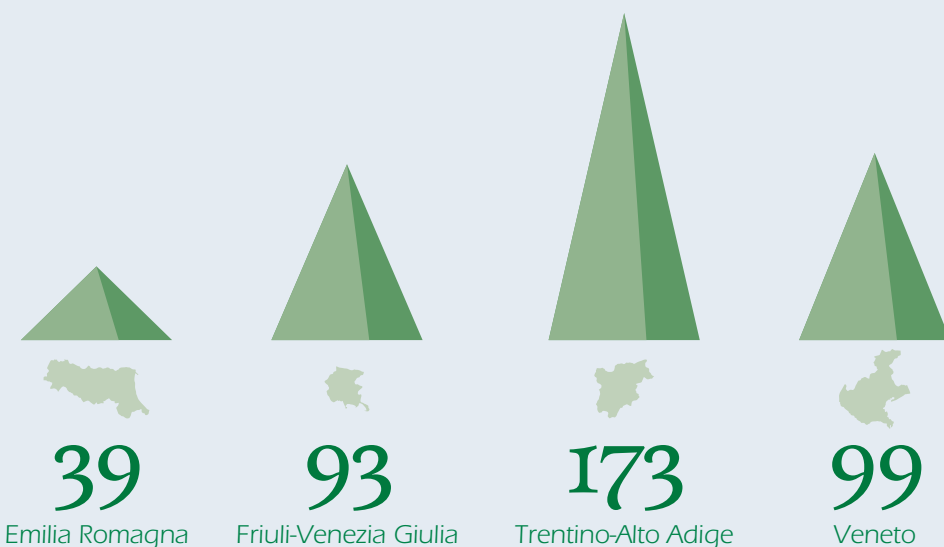


NEGOZIO DI QUARTIERE/CITTÀ
(100-800 MQ)



Despar a Povoletto (UD), inaugurato il 20.11.2014

404
TOTALE
PUNTI VENDITA
DESPAR



Eurospar



I supermercati a insegna Eurospar sono pensati per aree urbane più vaste e con necessità di acquisto differenziate, dalla spesa veloce a quella accurata. Il punto di riferimento ideale per una spesa anche settimanale.

Supermarket
(100-2.499 mq)

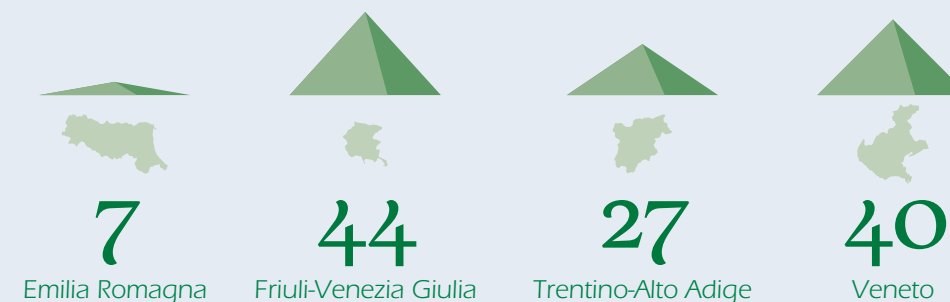


SUPERMERCATO INTEGRATO
(801-2.499 MQ)



Eurospar a Spilimbergo (PN), inaugurato il 02.12.2014

118
TOTALE
PUNTI VENDITA
EUROSPAR



Interspar

INTERSPAR

I punti vendita Interspar - nella versione superstore o in quella mini-iper - sono negozi di maggiori dimensioni, dove è possibile trovare un assortimento per rispondere a qualsiasi bisogno del cliente: il massimo nei prodotti alimentari, dai freschi e freschissimi alle referenze meno comuni, ma anche una ricca offerta di prodotti non food, che spazia dall'elettronica al giardinaggio e agli elettrodomestici, oltre a una vasta gamma di servizi.

Ipermarket
(>2.500 mq)



SUPERSTORE
(2.500-3.999 MQ)

INTERSPAR 

IPERMARKET
(4.000-6.000 MQ)

INTERSPAR 



Interspar a Mestre (VE), inaugurato il 27.11.2014

33

TOTALE
PUNTI VENDITA
INTERSPAR



Tante sono state le nuove aperture, di filiali o affiliati, tutte con un unico obiettivo. Non sostituire o sconvolgere, ma integrare o migliorare l'esistente.

Capire il territorio e adattarsi a esso e a quello che richiede. Trovare in ogni punto vendita una squadra affiatata e motivata.

Non essere solo presenze, ma presenze di valore, per l'ambiente e la comunità.

L'obiettivo è fornire un ottimo servizio attraverso la scelta di prodotti e la cura dei punti vendita, perché tutto risponda alle attese dei clienti.

Rudolf Staudinger
Presidente Aspiag Service S.r.l.



Il nostro principale motivo d'orgoglio è quello di essere riusciti a dare anche nel 2014 un segnale positivo sul fronte dell'occupazione: la nostra azienda si è mossa in controtendenza rispetto al proprio settore, creando nuovi posti di lavoro e dando solidità a quelli esistenti.

Oltre alle nuove assunzioni, infatti, nel triennio 2012 – 2014 Aspiag Service ha consolidato 900 posti di lavoro trasformandoli in contratti a tempo indeterminato. A maggio 2014, inoltre, l'azienda ha erogato premi di risultato (fino ad un massimo di 600 euro) per ben 4.136 collaboratori impiegati presso le filiali Despar, Eurospar e Interspar.

Aspiag Service, infine, ha rinnovato nel 2014 la certificazione internazionale OHSAS 18001 per il proprio sistema di gestione della sicurezza. La nostra azienda è stata la prima realtà della GDO a certificare tutta la propria rete, quando ancora non era un impegno previsto per legge: lo abbiamo fatto a maggiore tutela della salute e della sicurezza di collaboratori e clienti.

Perché è importante proteggere la nostra risorsa più preziosa: le persone.

3

Ascolto dei collaboratori

*Quando ti parlano,
ascolta con tutto te stesso.
La maggior parte delle persone
non ascolta mai.*

Ernest Hemingway

Seimilaottocentosessantasette

6.867

Questo non è solo un numero.

Sono gusti, caratteri, preferenze.

Sono difetti, pregi, sogni, storie.

Sono i collaboratori diretti di Aspiag Service.

“Il 93% dei nostri collaboratori hanno un contratto a tempo indeterminato, e i contratti a termine si concentrano prevalentemente nelle località turistiche, caratterizzate da lavoro stagionale. Nell’era del precariato, crediamo sia un segnale realmente positivo”
(Rudolf Staudinger)

In un momento di crisi economica e contrazione occupazionale, Aspiag Service va in controtendenza rispetto al proprio settore creando nuovi posti di lavoro, soprattutto grazie alle nuove aperture, e dando concretezza a quelli esistenti.

Aspiag Service è un’azienda solida, ben strutturata, trasparente, un’azienda che trasmette sicurezza. Solo pensare che la casa madre Spar Austria ogni anno reinveste tutti gli utili per sostenere l’impresa, mette un punto fermo alla questione.

Aspiag Service sa che dietro ai risultati di mercato c’è l’impegno dei suoi collaboratori, tutti grandi professionisti, che quando però credono in un obiettivo e sentono di appartenere a un progetto più ampio diventano grandi professionisti appassionati del loro mestiere.

La passione.

Ecco quello che fa la differenza.

La ricerca del buon clima

L’85% dei collaboratori Aspiag Service raccomanderebbe l’azienda come datore di lavoro

A marzo 2014 è stato realizzato, per la seconda volta, il sondaggio dei Collaboratori di Aspiag Service per la rilevazione del clima aziendale. Il sondaggio (in parte in forma cartacea e in parte on line) ha visto coinvolti in contemporanea i collaboratori di tutti i Paesi del Gruppo Spar Austria.

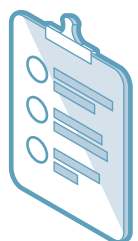
I temi affrontati sono stati la collaborazione, lo sviluppo del personale, la soddisfazione per i propri dirigenti e ruoli di responsabilità, l’immagine dell’azienda e la fidelizzazione del collaboratore alla stessa.

Partecipazioni
in percentuale

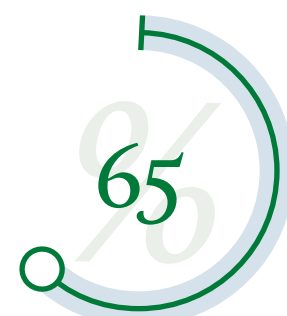


Una visione d'insieme dei risultati ci ha permesso di constatare che in generale la soddisfazione rispetto al 2012 è aumentata.

Andamento gestionale
dal punto di vista
dei collaboratori

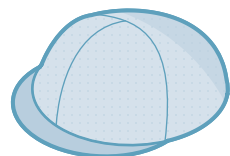


2012

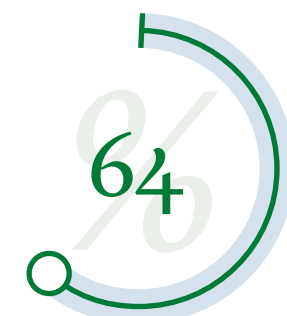


2014

Formazione del personale
dal punto di vista
dei collaboratori

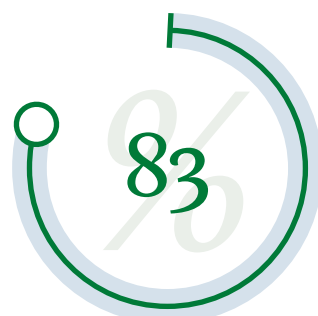
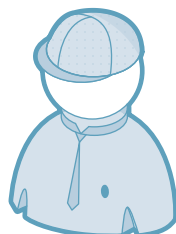


2012

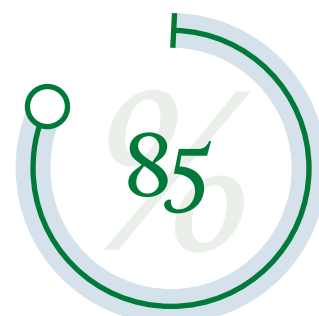


2014

Raccomandazione
dell'azienda ad altri
come datore di lavoro



2012



2014



Dal cuore dei collaboratori Despar

Tradizionalmente ogni anno i 300 collaboratori della sede di Mestrino (PD) organizzano una lotteria di Natale il cui ricavato viene devoluto ai figli minorenni dei colleghi venuti a mancare durante l'anno. Un gesto piccolo, ma importante, per far sentire che anche in un posto di lavoro, dove non necessariamente non tutti possono essere "intimi", si può almeno far sentire una vicinanza.

Quest'anno, fortunatamente, nessuno ha avuto bisogno di questo supporto e così queste risorse sono state indirizzate verso il Villaggio SOS di Vicenza, per sostenere le attività e i servizi della struttura vicentina, in particolare i servizi di comunità diurna, Casa mamma con bambino e centro diurno.

Il Villaggio SOS di Vicenza ha come finalità l'accoglienza temporanea di giovani e bambini in condizioni di disagio personale, familiare e sociale, in particolare coloro per i quali il proprio nucleo familiare sia temporaneamente impossibilitato o incapace di assolvere il proprio compito.

Si pone l'obiettivo di garantire ai suoi ospiti un adeguato percorso di crescita psico/fisica per preparare il rientro presso la propria famiglia o, nel caso questo non risulti essere perseguibile, verso un'integrazione nella società.



Squadra che vince non si cambia, si dice.

Per questo Aspiag Service, pur in una congiuntura economica complessa, ha stabilito un punto fermo: la sua squadra.

Una squadra generosa che non si tira indietro quando ha un traguardo da raggiungere.

Una squadra che sa che ci sono cose da migliorare, e, con la sua azienda, lavora ogni giorno, unita, verso un obiettivo comune.

Paul Klotz
Amministratore Delegato



Il rispetto dell'ambiente ha portato Aspiag Service ad allargare il perimetro di applicazione della certificazione UNI EN ISO 14001:2004 conseguita per il proprio sistema di gestione ambientale nel 2013.

Ora ne fanno parte nove punti di vendita Interspar e le due sedi di Mestrino e Udine, mentre altri negozi sono in fase di certificazione.

Scegliamo gli impianti più innovativi e la tecnologia più evoluta, per ridurre i consumi e l'impatto ambientale della nostra attività quotidiana, perché siamo consapevoli di quanto la grande distribuzione contribuisca a definire – nel bene o nel male – il volto del territorio in cui opera.

Noi vogliamo essere promotori di cambiamenti positivi. Siamo convinti perciò che sia sempre più necessario creare sinergie e definire strategie comuni con tutte le realtà – istituzionali, imprenditoriali e sociali - che sono attive nel nostro territorio, affinché questo territorio possa continuare a crescere in modo autenticamente sostenibile.

4

Ascolto dell'ambiente

*Ascolta con il tuo cuore.
Esso conosce tutte le cose.*

Paolo Coelho

Impatto (quasi) zero.

Il riSPARmio è parte del gruppo

Da anni Aspiag Service è impegnata sul fronte della sostenibilità, dell'innovazione e della tutela dell'ambiente, tanto da arrivare nel 2013 a essere la prima azienda della GDO a ricevere la certificazione ISO 14001 per il proprio sistema di gestione ambientale.

Non un traguardo, ma un punto di partenza.

Nel 2014 Aspiag Service si è messa in gioco di nuovo per un ampliamento della certificazione che include ora i superstore Interspar di Adria (RO), Schio (VI), Pordenone e Mestre via Paccagnella (VE), oltre alle due sedi di Mestrino e Udine, e agli Interspar di Sarmede di Rubano (PD), Albignasego (PD), Bagnaria Arsà (UD) e Bolzano, già certificati. Anche il nuovissimo superstore Interspar di Mestre - il secondo punto vendita di Aspiag Service (dopo l'Eurospar "green" di Vipiteno) il cui edificio è classificato in classe A per l'efficienza energetica - ha iniziato l'iter per la certificazione.

Grazie a un'attenta gestione dei consumi energetici e all'adozione delle ultime tecnologie, dal 2012 a oggi l'azienda ha ottenuto una riduzione costante delle emissioni dirette e indirette di CO₂.

Soltanto nel 2014 le emissioni state ridotte del 3,2% rispetto all'anno precedente

I due Interspar inaugurati lo scorso novembre a Mestrino (PD) e Mestre (VE) sono privi di allacciamento alla rete del gas naturale, grazie a impianti che abbinano l'adozione di sistemi di recupero di calore dal raffreddamento delle centrali frigorifere al miglioramento dei rendimenti delle pompe di calore. Questa soluzione non prevede caldaia (semplificando la realizzazione dell'impianto dal punto di vista sia tecnico che burocratico), riduce i costi per manutenzioni e controlli, e azzerà le emissioni dirette.

Il 18% delle filiali di Aspiag Service hanno illuminazione full LED: entro la fine del 2015 la percentuale salirà al 31%, con l'obiettivo confermato di estendere questo tipo di soluzione a tutta la rete.

Lotta contro lo spreco

Nel grande impegno per la tutela delle risorse, uno dei cavalli di battaglia di Aspiag Service è la campagna contro lo spreco alimentare.

Nel 2013, l'azienda aveva recuperato dai propri scaffali circa 186 tonnellate di prodotti alimentari non più vendibili anche se ancora commestibili. Grazie a enti come il Banco Alimentare e Last Minute Market, ha rimesso in circolo questi prodotti, per un valore complessivo di circa 1.225.000 euro.

Questo impegno è stato mantenuto anche nel 2014. Anzi, è stato raddoppiato.

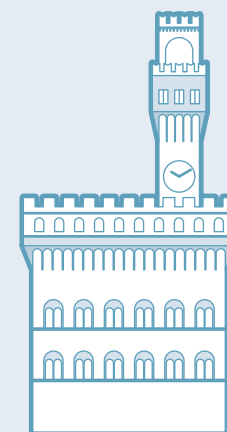
Grazie alla collaborazione con Fondazione Banco Alimentare (per il Friuli Venezia Giulia) e Last Minute Market (per gli altri territori), l'azienda ha recuperato e donato merce per un valore complessivo di 2.554.446 euro: oltre 389 tonnellate di alimenti, ridistribuiti da 184 enti beneficiari, che hanno prodotto circa 896.000 pasti e aiutato ogni giorno mille persone* (elaborazione dati Last Minute Market).



896.000

PASTI PRODOTTI

è come sfamare in un mezzogiorno queste città



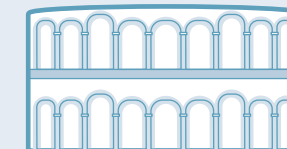
FIRENZE

370.092 ABITANTI



VENEZIA

270.843 ABITANTI



VERONA

264.220 ABITANTI

Già da soli questi numeri rappresenterebbero il successo dell'operazione, ma c'è un'altra faccia della medaglia.

Per il personale dei punti vendita queste raccolte non sono a impatto zero, per carico di lavoro organizzativo, operativo e burocratico; ma dal 2003 - anno del primo proto progetto, sviluppato a Ferrara con Last Minute Market - ad oggi, mai nessuno si è lamentato per il troppo impegno. Mai si è verificato un problema.

I collaboratori nei punti vendita di Aspiag Service si fanno volentieri carico delle attività legate alla cessione della merce, perché sanno che il loro impegno va a sostenere l'operato degli enti benefici attivi sul territorio, e può realmente fare la differenza per tante persone in difficoltà. Sanno che stanno "costruendo la cattedrale".

"C'era una volta un viaggiatore, che lungo la strada incontrò un tale che spingeva una carriola piena di mattoni. Gli chiese: 'amico, cosa stai facendo?' e quello rispose: «Non lo vedi? Mi spacco la schiena trasportando pietre», e se ne andò brontolando. Poco dopo, il viaggiatore incontrò un altro uomo, sorridente, che spingeva una carriola ancora più ingombra della precedente. Ma alla sua domanda, stavolta la risposta fu: «Non lo vedi? Dò il mio contributo alla costruzione della cattedrale»".

Obiettivo 2015

Far sì che ognuno dei punti vendita Aspiag abbia un ente di riferimento che, con regolarità, ritiri la merce non più commercializzabile ma ancora commestibile, e la rimetta virtuosamente in circolo.



"La grande distribuzione è sicuramente uno degli elementi che più contribuiscono a definire il volto del territorio in cui viviamo. La nostra azienda è consapevole della responsabilità che ne deriva, e da anni è impegnata sul fronte della sostenibilità, dell'innovazione e della promozione del territorio."

Rudolf Staudinger

Abbiamo scelto di inserire questa citazione a conclusione di questa parte sull'impegno ambientale, per testimoniare come quelle riportate non siano solo parole, ma parole tradotte in azioni concrete.



Harald Antley
Amministratore Delegato



I dati Istat ci dicono che anche nel 2014 il settore della grande distribuzione alimentare ha patito una contrazione (-0,5%). All'interno di questa cornice Aspiag Service, in controtendenza, si è confermata attore di rilievo e grande solidità, registrando un apprezzabile incremento rispetto all'anno precedente, a testimonianza di una crescita forse non lineare ma continua.

È innegabile che il raggiungimento di questo risultato abbia richiesto molto impegno, forse più che negli anni precedenti. Non per questo è diminuita la nostra attenzione verso le esigenze e le richieste dei consumatori: anche nel 2014 abbiamo affinato la nostra politica di convenienza, e investito una parte consistente del margine per il contenimento dei prezzi, tutelando concretamente il potere di acquisto dei nostri clienti. Ascoltando le loro esigenze, abbiamo lavorato sui nostri assortimenti, ottimizzato gli aspetti logistici e perfezionato i nostri modelli di negozio.

Abbiamo curato particolarmente anche la relazione con i nostri partner commerciali, come testimonia un'indagine condotta dalla società Advantage intervistando molti dei nostri fornitori. Rispetto a quanto rilevato l'anno precedente, nel 2014 Aspiag Service ha migliorato la qualità della propria relazione con le aziende fornitrici salendo dal decimo al quarto posto tra i distributori, che vale un secondo posto tra le sole aziende della grande distribuzione alimentare. I nostri partner hanno dichiarato di apprezzare particolarmente l'organizzazione dell'azienda, la disponibilità a collaborare, la serietà e la trasparenza nel rapporto, la preparazione professionale degli interlocutori: non sono cose da poco, e costituiscono un ulteriore motivo di orgoglio.

L'anno è terminato con un cambiamento importante: conclusa l'esperienza pluriennale e positiva in Centrale Italiana, riteniamo di aver trovato in ESD Italia il contesto commerciale e strategico ideale per il futuro della nostra azienda. ESD è una centrale in cui convergono imprese eccellenti, in grado non soltanto di generare una efficace sinergia sul mercato, ma anche di esprimere competenza e capacità d'innovazione su ampia scala. Sono certo che questa scelta sarà premiante, vista la crescita che la Centrale ha vissuto dalla sua nascita ad oggi, non soltanto in termini di quota di mercato ma anche e soprattutto di qualità.

5

Ascolto del mercato

*Presta a tutti il tuo orecchio,
a pochi la tua voce.*

William Shakespeare

Il marchio Despar in Italia

In Italia il marchio Despar è gestito da diverse aziende indipendenti, unite nel Consorzio a Responsabilità Limitata Despar Italia, con sede a Casalecchio di Reno (BO), che ha il compito di garantire il rispetto della Corporate Identity. Il loro coordinamento commerciale è affidato invece al Consorzio a Responsabilità Limitata Despar Servizi. Aspiag Service fa parte di entrambe i Consorzi, e opera come concessionaria del marchio Despar nel settore della GDO in Veneto, Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige e nelle provincie di Ferrara, Bologna, Parma, Reggio Emilia Modena, Ravenna e Mantova.

Fondata nel 1991 da Aspiag Management AG (società del gruppo Spar Austria), Aspiag Service opera sul territorio attraverso i suoi 3 centri distributivi (CeDi) di Bolzano, Udine e Mestrino.

Il CeDi di Bolzano è la sede legale, e gestisce le attività commerciali per il Trentino Alto Adige. È sede anche del centro di lavorazione Superdistribuzione Srl (fondato nel 1997) che confeziona carne e salumi per i supermercati di Aspiag Service, garantendo la completa tracciabilità della filiera.

A Mestrino (PD) si trova il centro direttivo, gestionale, amministrativo per tutte le attività dell'azienda, nonché la base operativa del CeDi per Veneto ed Emilia. Il CeDi di Udine coordina le attività per il Friuli Venezia Giulia.

*Dalla cooperazione armoniosa
tutti traggono vantaggio in ugual modo.*

Adriaan van Well

Il Gruppo Spar Austria

Aspiag Service fa parte del gruppo internazionale Spar Austria, Il gruppo comprende anche le organizzazioni nazionali Spar di Austria, Slovenia, Ungheria, Croazia e la società SES (Spar European Shopping Centers), che si occupa della gestione dei centri commerciali.

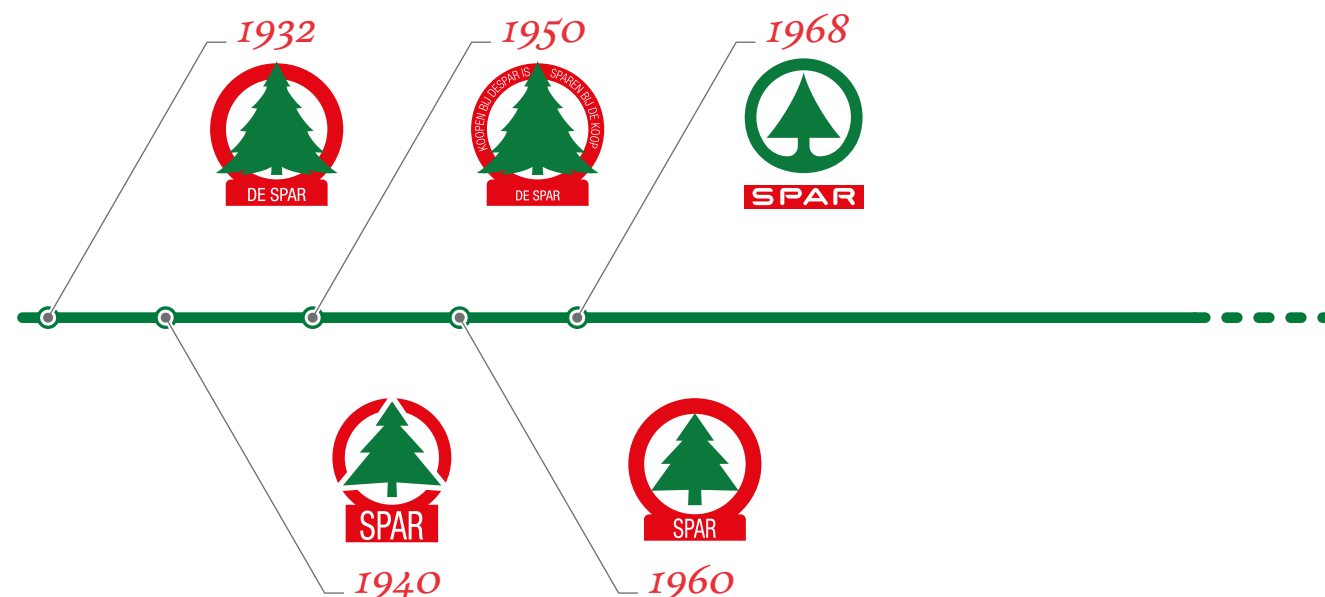
Nel 2014 il fatturato complessivo al pubblico del gruppo Spar Austria ha segnato un incremento del +1,9% rispetto al 2013, raggiungendo i 12,63 miliardi di euro.

Il numero complessivo di punti vendita è passato da 2.875 a 2.932. Anche il numero dei collaboratori è aumentato, fino a raggiungere le 73.335 unità.

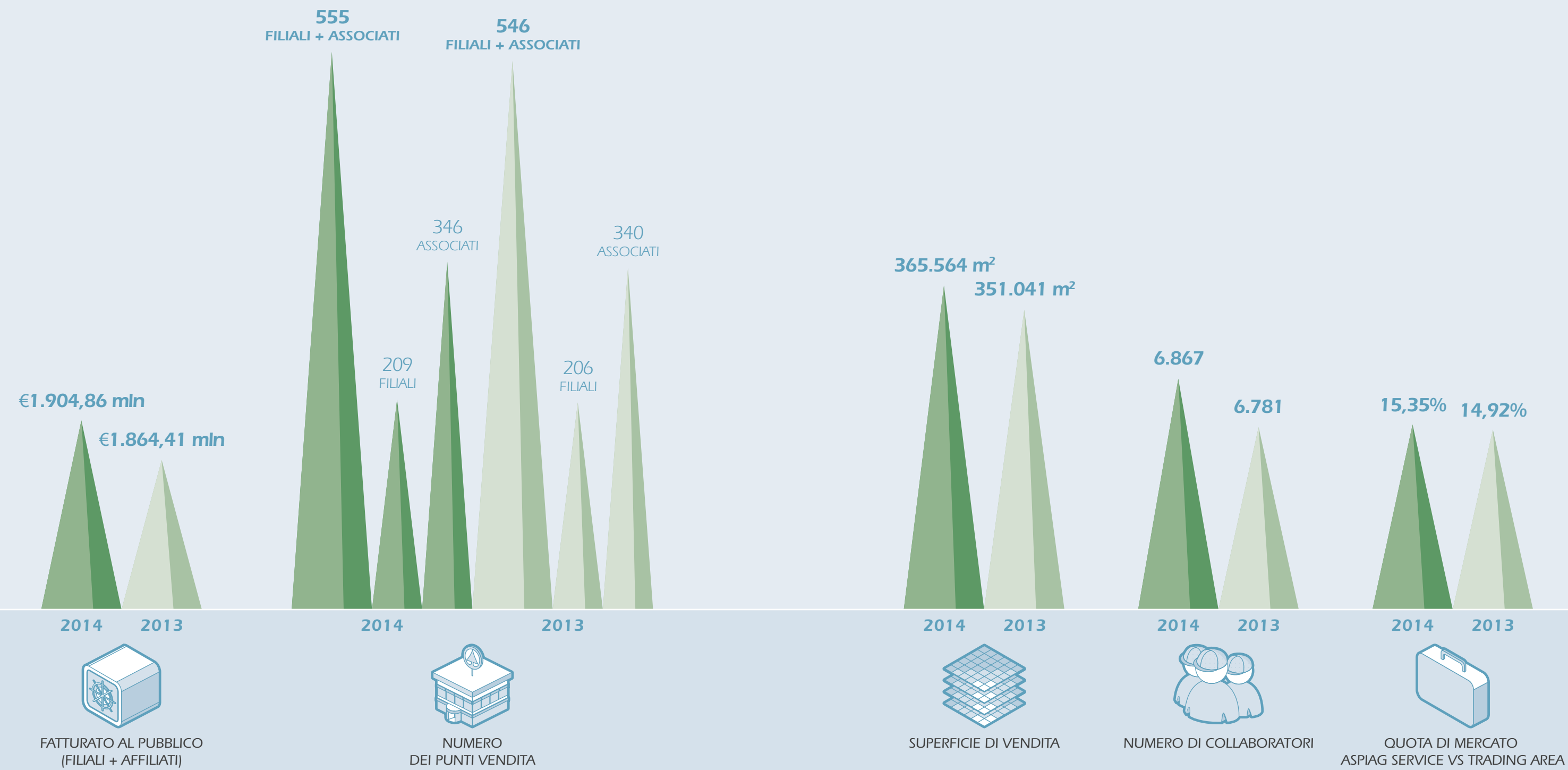
Il marchio Spar nel mondo

Nel 1932 nei Paesi Bassi, Adriaan van Well fondò la prima unione volontaria di grossisti e commercianti al dettaglio chiamata "Door Eendrachtig Samenwerken Profiteren Allen Regelmatig": DESPAR, ovvero "dalla cooperazione armoniosa tutti traggono vantaggio in ugual modo".

Dagli anni '50 il marchio, un abete (SPAR in olandese) si è diffuso in Europa e nel mondo. Oggi fanno parte di SPAR International 40 organizzazioni nazionali, con 12.314 punti vendita che nel 2014 hanno prodotto un fatturato al pubblico di 31,8 miliardi di euro.



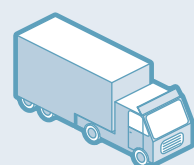
Aspiag Service in numeri



Le piattaforme

Il sistema distributivo di Aspiag Service ottimizza i flussi logistici delle merci e compie il controllo qualità e il monitoraggio di ogni fase del processo distributivo, in modo da garantire quotidianamente la freschezza e la sicurezza dei prodotti e la costanza dell'approvvigionamento ai punti vendita.

È costituito da 7 piattaforme distributive, dislocate strategicamente sul territorio e gestite con attrezzature e tecnologie avanzate, e da 2 fornitori specializzati (carne e pesce). Tutte le nostre piattaforme utilizzano il sistema di prelievo merce tramite tecnologia Voice Picking.



COLLI SPEDITI NEL 2014

82.919.618

ATTIVITÀ DELLE PIATTAFORME

Ortofrutta
PADOVA

16.021.528

Salumi formaggi
NOVENTA DI PIAVE (VE)

15.031.791

Surgelati
VERONA

3.698.855

No food
OPPEANO (VR)

1.099.565

ATTIVITÀ DEI MAGAZZINI

Prodotti secchi
MESTRINO (PD)

20.205.831

Prodotti secchi
UDINE

15.395.940

Prodotti secchi
BOLZANO

11.466.108

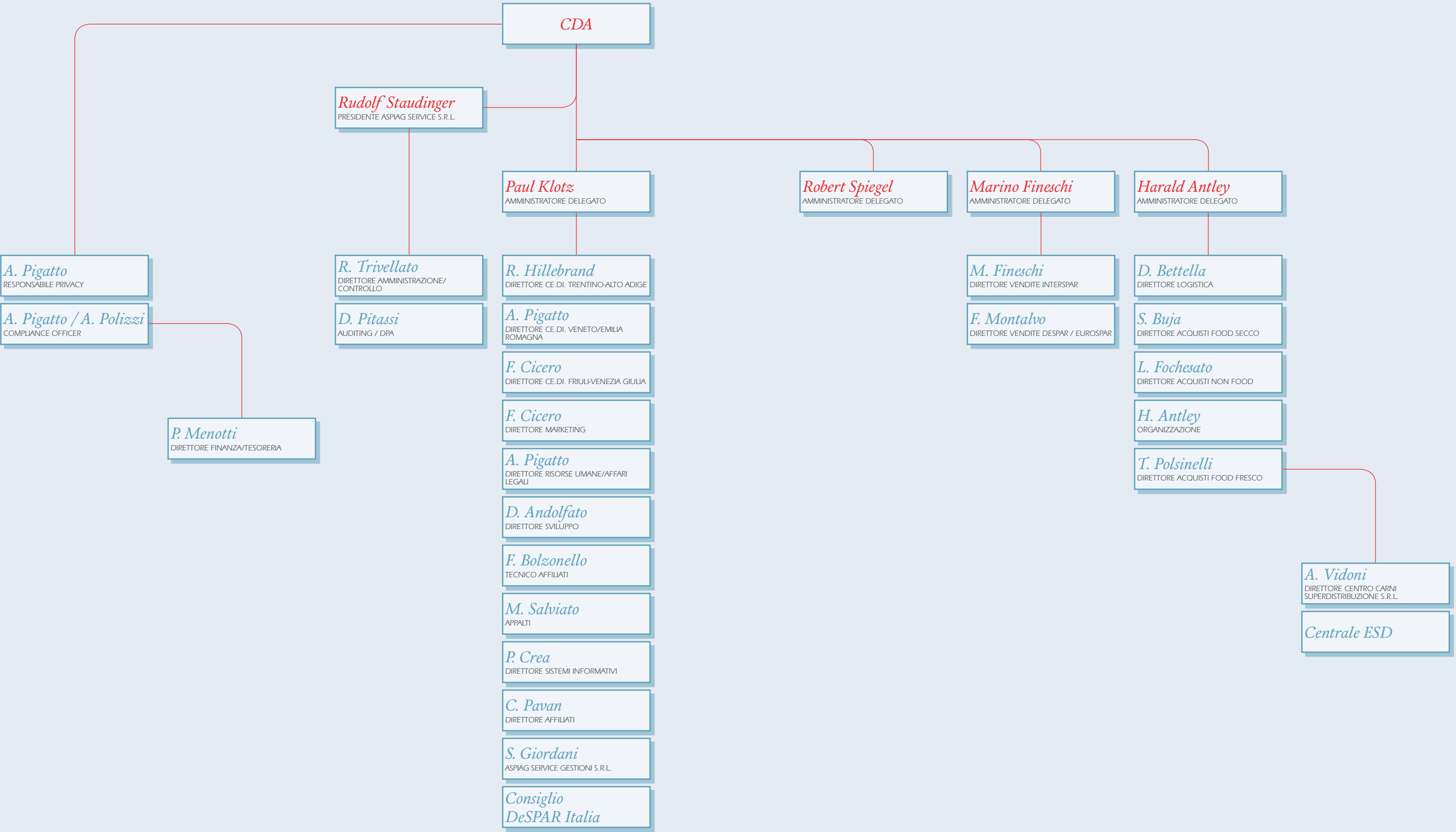
INTERSPAR
EUROSPAR
DESPAR



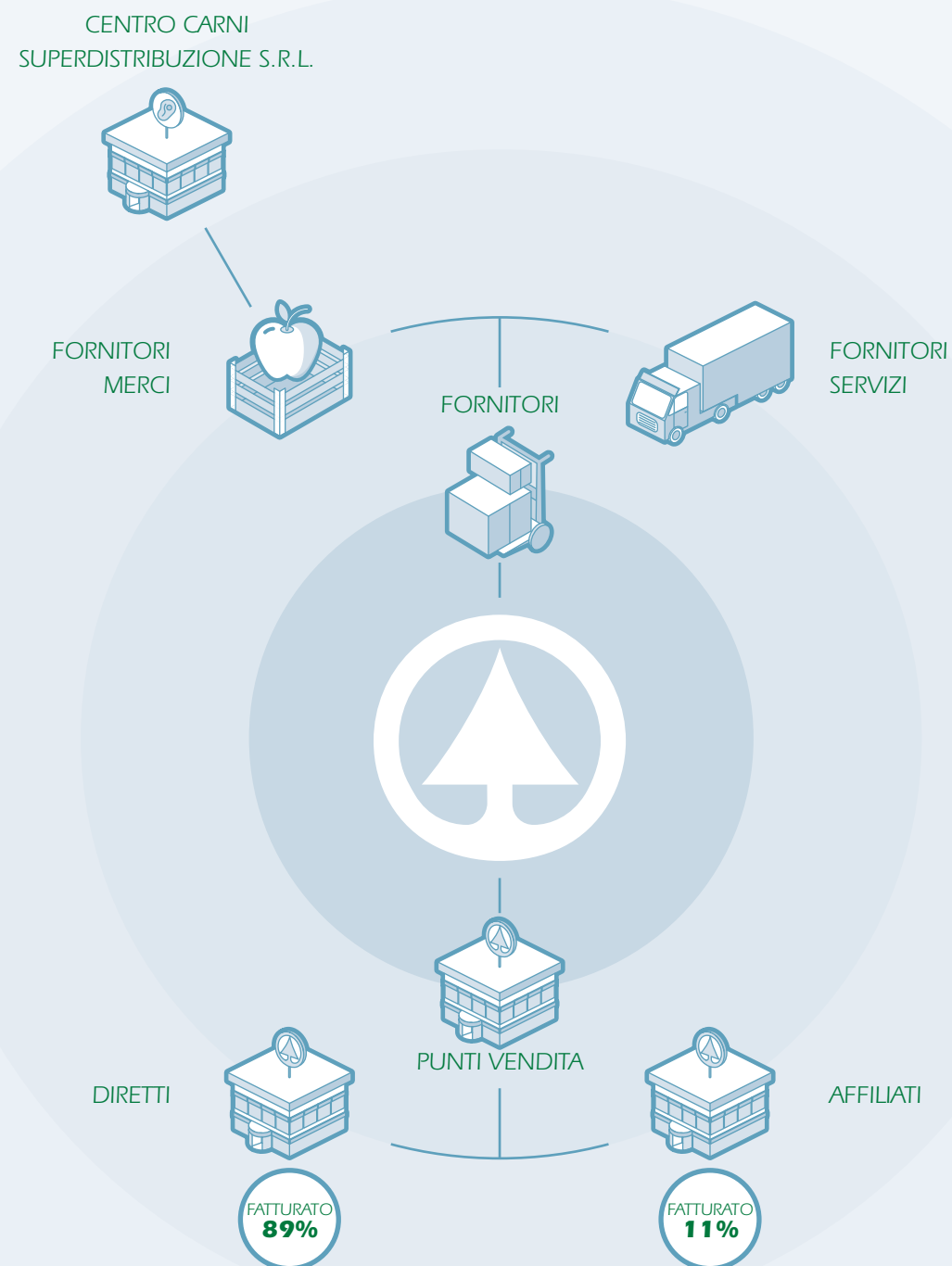
PUNTI VENDITA
FILIALI E AFFILIATI



Organigramma

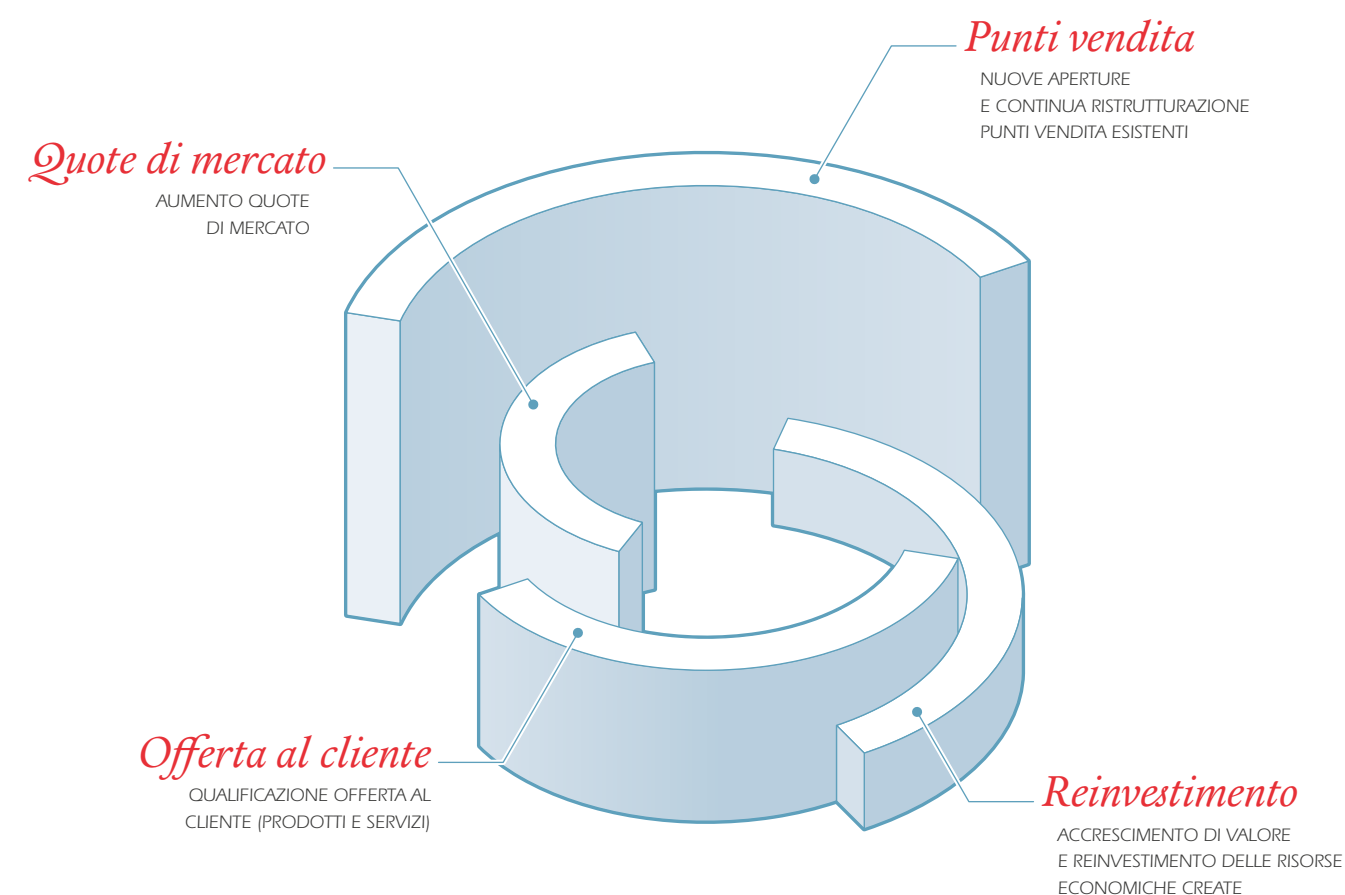


Business Model



Linee di sviluppo

Le risorse umane qualificate, il dialogo costante con il territorio, la reputazione della Società e l'infrastruttura aziendale. Grazie all'interazione tra questi punti cardine, Aspiag Service ha continuato a crescere.



Dialogo con il cliente

L'azienda da tempo ha impostato un dialogo molto concreto e frequente con i suoi clienti e utenti, con l'obiettivo di conoscere più in profondità le loro esigenze e soddisfarle al meglio. Ciò avviene mediante lo sviluppo di canali di comunicazione tradizionali, come volantini, pubblicità su quotidiani, radio e TV locali, ma anche mediante canali multimediali di comunicazione, quali blog, siti internet e social media come Facebook e Twitter, che costituiscono oggi dei tasselli fondamentali per la strategia di marketing di Aspiag Service.

Nel corso degli anni, la strategia di marketing aziendale ha inoltre integrato l'esercizio della Corporate Social Responsibility, in un'ottica di dialogo con il territorio e le comunità, nonché di consolidamento della reputazione dell'azienda e dell'immagine istituzionale.

Attraverso tale varietà di mezzi, inoltre, Aspiag Service si propone costantemente come sostegno per i consumatori che vogliono compiere scelte quotidiane di comportamento e alimentazione "sani".

Di seguito si riporta una breve descrizione dei principali punti di contatto digitali, che vengono continuamente arricchiti di materiale informativo, spunti e iniziative per i consumatori.



4

Numeri all'anno



1

Numero speciale



250.000

Copie a numero



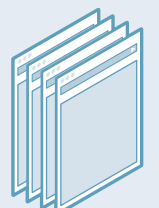
325

Articoli pubblicati nel 2014



1,5 mln

Visite totali nel 2014



3 mln

di pagine viste nel 2014

È il magazine trimestrale, distribuito gratuitamente nei punti vendita Despar, Eurospar ed Interspar, che con grande coerenza nel corso degli anni è diventato un punto di riferimento per chi cerca profondità nei temi della sana alimentazione e del cambiamento verso uno stile di vita più sano che prevede anche esercizio fisico e mentale.

- www.despar.it

Nel 2014 è stato completamente rinnovato il sito istituzionale. A marzo è nata infatti Despar Tribù, il nostro nuovo sistema premiante che consente di essere sempre aggiornati sulle diverse promozioni ed offerte. Iscrivendosi a Despar Tribù e navigando sul sito è possibile guadagnare "Punti Cuore" da convertire poi in buoni spesa presso i nostri punti vendita. Agli utenti registrati vengono inoltre inviate newsletter periodiche sulle attività promozionali e sulle novità del mondo Despar.

- www.desparperilsociale.it

Nato nel luglio 2012 per comunicare le iniziative a sostegno della scuola, dello sport, dell'ambiente e della comunità, è la "vetrina" della CSR di Aspiag Service. Nel 2014 è stato integrato nel sito istituzionale www.despar.it.

- www.casadivita.despar.it

È il blog di Despar Nordest nato nel 2010, dedicato alla sana alimentazione. Al suo interno si trovano ricette, consigli, materie prime, prodotti tipici e stagionali, tutti temi trattati in profondità per trasmettere informazioni sui principi di un sano e corretto stile di vita. La redazione si compone di un team motivato e competente: medici e ricercatori, chef e food photographer, blogger, giornalisti e autorevoli consulenti, appassionati di cucina ed esperti del mondo health che aggiornano continuamente le notizie.

- www.facebook.com/DesparNordest

Un'importante forma di contatto tra Aspiag Service e i consumatori è rappresentata dai social media, dove l'Azienda è già attiva con una vera e propria forma di customer care on line. La business page creata su Facebook, coinvolge quotidianamente gli utenti su iniziative commerciali generiche e/o speciali e su comunicazioni istituzionali.

Casa Di Vita è una testata giornalistica online dedicata al mondo della salute. È un appuntamento quotidiano che trasporta i clienti verso l'esperienza diretta e la messa in pratica di abitudini e comportamenti sani che permettono di passare allo stadio consapevole del cambiamento.



Il 2014 è stato un anno dinamico, nel quale ogni risultato non è stato frutto del caso o della fortuna, ma di investimenti attenti e dell'impegno di tutti i collaboratori.

Nella propria area di attività, Aspiag Service può vantare oggi una quota di mercato del 15,35 % (fonte ACNielsen), che ne fa un leader e le ricorda che è necessario impegnarsi ogni giorno, in ogni emanazione dell'azienda perché questo numero continui a crescere e, soprattutto, ad avere significato.

Stampato da:
Mediagraf SPA - Noventa Padovana (PD)

Progetto grafico
e infografiche di:

elever 
www.elever.it



Interspar a Mestre (VE), inaugurato il 27.11.2014