

ANNO 2021



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ GRUPPO SELEX

IL NOSTRO IMPEGNO VERSO I CITTADINI E IL TERRITORIO



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ SELEX 2021

PUBBLICAZIONE REALIZZATA DA

Commissione Responsabilità Sociale d'Impresa

Selex Gruppo Commerciale

via C. Colombo, 51

20090 Trezzano sul Naviglio (MI)

www.selexgc.it

CON IL SUPPORTO DI

Università Cattolica del Sacro Cuore

ALTIS - Alta Scuola Impresa e Società

Via San Vittore, 18

20123 Milano

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore



PROGETTO GRAFICO REALIZZATO DA

Message | Milano

www.messagegroup.it

ANNO 2021

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ GRUPPO SELEX

IL NOSTRO IMPEGNO VERSO I CITTADINI E IL TERRITORIO

INDICE

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

6

NOTA METODOLOGICA

8



S CHI SIAMO

Il nostro percorso di crescita	13
Da 57 anni al servizio del cliente	
Protagonisti della distribuzione moderna italiana	15
La Centrale Selex: promuoviamo lo sviluppo delle nostre Associate	16
La diffusione capillare sul territorio	17
Punti vendita e insegne per regione	20
Una rete di vendita sempre più articolata	21

Il successo di Selex parte dai nostri dipendenti	25
Salute e sicurezza sul posto di lavoro	29
Promuovere il progresso attraverso la formazione	30
Iniziative e progetti - Imprese Associate	33



LE NOSTRE PERSONE

Le marche del distributore del Gruppo Selex	41
L'attenzione ai clienti	48
Lo sviluppo di CosìComodo: il canale e-commerce del Gruppo	49
Educare il consumatore alla sana alimentazione	51
La tutela del potere d'acquisto	52
Iniziative e progetti - Imprese Associate	54
L'attenzione verso le donne	59



I CLIENTI



IL TERRITORIO E LA COMUNITÀ

Dalla parte delle Comunità	63
Conoscere i bisogni reali per un sostegno concreto	
Iniziative e progetti - Imprese Associate	72
L'attenzione verso le donne	81



I FORNITORI ✓

I fornitori a marca del distributore e la valorizzazione delle eccellenze locali	85
Preservare la tradizione e il patrimonio alimentare	
Gestione responsabile dei fornitori a marchio del distributore	86
La tutela del lavoro lungo la filiera	
Iniziative e progetti - Imprese Associate	87

L'attenzione per l'ambiente e il monitoraggio dei nostri consumi	97
Una consapevolezza che cresce	
Iniziative e progetti - Imprese Associate	102



GLI IMPATTI AMBIENTALI





LETTERA AGLI STAKEHOLDER



Essere il **secondo Gruppo della Distribuzione Organizzata italiana** per noi non è soltanto un motivo di enorme orgoglio, ma è anche motivo di **grande responsabilità** nei confronti delle migliaia di consumatori che, tutti i giorni, scelgono i supermercati delle nostre Imprese Associate, i nostri prodotti a marchio e ci confermano la fiducia che hanno nei nostri confronti tramite le loro scelte di acquisto. Rispondere prontamente alle necessità del mercato e garantire ai nostri consumatori **prodotti eccellenti**, con un ottimo **rapporto qualità-prezzo**, è la sfida che ogni giorno ci poniamo.



La **sostenibilità** diventa sempre più importante per la crescita strategica del nostro Gruppo e, nel percorso di integrazione della responsabilità sociale in azienda, ci impegniamo ad individuare iniziative mirate e progetti, che riguardano sia l'area ambientale che quella sociale.

Anche quest'anno ci siamo proposti di portare avanti numerose iniziative rivolte agli ambiti RSI che Selex e tutte le sue Imprese Associate presidiano ormai da tempo.

Le nostre Imprese sempre di più sviluppano partnership con i **produttori locali**, valorizzando la filiera corta e le eccellenze gastronomiche locali. Questo ci permette di essere promotori di un'**artigianalità autentica e tradizionale**, di far conoscere il nostro territorio ma anche di ridurre gli impatti ambientali lungo la nostra catena del valore.

Anche dal punto di vista ambientale il nostro impegno cresce sempre di più: ci siamo posti come obiettivo quello di ridurre entro il 2022 l'impatto ambientale di oltre 3.000 dei nostri prodotti a marchio. Nel 2021 abbiamo raggiunto importanti risultati che hanno visto crescere sempre di più la percentuale di materiali riciclabili all'interno dei nostri prodotti, eliminando la plastica vergine negli imballaggi e **convertendo i nostri materiali di imballaggio in materiali riciclabili**.

Questo Bilancio di Sostenibilità, arrivato ormai alla sua **nona edizione**, proprio per la sua **natura volontaria**, non rappresenta per noi una semplice rendicontazione, ma sempre più strumento propulsivo di cambiamento e testimonianza concreta del percorso di responsabilità intrapreso dalla Centrale Selex e dalle sue Imprese socie. Ispirato agli Standard di rendicontazione GRI e organizzato secondo la logica degli stakeholder di riferimento, questo documento ci permette di essere in linea anche con quella che è la rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità del Settore (Federdistribuzione).

Ci continueremo ad impegnare per garantire la **coesione** fra le Imprese Associate, in modo che possa alimentare una comune cultura e quei valori che fanno di Selex una realtà sensibile e responsabile nei confronti delle proprie persone, della comunità e dell'ambiente.

Alessandro Revello

Presidente Selex Gruppo Commerciale

Alessandro Revello



NOTA METODOLOGICA

Ogni organizzazione aziendale ha un **impatto** sul contesto in cui opera, che comprende la dimensione economica, ambientale e sociale. Il Gruppo Selex, nell'esercizio delle sue attività e considerata la complessità della sua intera struttura, interagisce costantemente e quotidianamente con un grande numero di portatori di interesse, a partire dai propri collaboratori e dipendenti, fino a tutti coloro che si collocano all'esterno del perimetro aziendale, con i quali il Gruppo si rapporta nel normale svolgimento delle proprie attività, tra cui i clienti, i fornitori e la comunità locale.

Il **Bilancio di Sostenibilità 2021 di Selex Gruppo Commerciale** si caratterizza proprio per la volontà di descrivere il percorso di condivisione della responsabilità sociale e ambientale delle singole Imprese Socie del Gruppo, esplicitando iniziative e risultati aggregati raggiunti durante l'anno 2021.

Il presente documento, di **natura volontaria**, prende spunto dagli Standard di Rendicontazione GRI e si pone come obiettivo quello di raccontare ai propri stakeholder, in modo chiaro ed esaustivo, le attività, i progetti e i principali risultati conseguiti dal Gruppo nel periodo 1° gennaio - 31 dicembre 2021 in ambito economico, sociale e ambientale. La raccolta dei dati e delle informazioni presenti nel Bilancio è stata realizzata attraverso diversi incontri formativi (Commissioni RSI) e tramite la somministrazione di questionari tematici che hanno visto il coinvolgimento della Centrale Selex e delle Imprese Associate.

In continuità con le edizioni precedenti, il presente documento è redatto con il contributo scientifico di ALTIS – Università Cattolica del Sacro Cuore, l'Alta Scuola Impresa e Società specializzata in ricerca, formazione e consulenza sui temi del management responsabile. In particolare, il Gruppo Selex ha deciso di aderire progressivamente al modello di Bilancio di Sostenibilità a livello di Settore (BSS) di Federdistribuzione.

Il presente documento è suddiviso in
6 sezioni principali

-  **CHI SIAMO**
-  **LE NOSTRE PERSONE**
-  **I CLIENTI**
-  **IL TERRITORIO E LA COMUNITÀ**
-  **GLI IMPATTI AMBIENTALI**
-  **I FORNITORI**

A questi capitoli, nel 2021 si aggiunge una sezione finale dedicata alle **strategie future** che le Insegne del Gruppo intendono seguire nel prossimo futuro, con riguardo ai temi della sostenibilità.

OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

L'allineamento agli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile** delle Nazioni Unite

Sempre più convinti del significato e dell'importanza che i temi della sostenibilità rivestono per la crescita e lo sviluppo del Gruppo, a partire dal 2019, il Gruppo Selex ha pensato di rivedere le proprie azioni strategiche in chiave sostenibile e di allineare i propri obiettivi di sviluppo con quanto viene definito dalle Nazioni Unite all'interno dei Sustainable Development Goals (SDGs).

Come secondo distributore della Grande Distribuzione Organizzata in Italia, Selex si impegna per poter dare il proprio contributo in questa sfida, puntando a migliorarsi sempre di più dal punto di vista della sostenibilità.

All'interno dei 17 Obiettivi e dei 169 sotto-obiettivi Selex ha individuato quelli a cui, più di tutti, può dare un maggiore e più impattante apporto:



per **aiutare** nella lotta contro la fame nel mondo



per **promuovere** la salute e il benessere delle persone



per **incentivare** l'istruzione di qualità tramite programmi di formazione



per **garantire** la riduzione dei propri impatti ambientali, soprattutto in riferimento all'acqua e all'energia



per garantire un lavoro dignitoso e una **crescita economica equilibrata**



per **sostenere l'innovazione** del territorio



per **ridurre le disuguaglianze**



per il consumo e la **produzione responsabili**



per la lotta contro il **cambiamento climatico**.

L'impegno del Gruppo Selex è confermato da azioni concrete di Corporate Social Responsibility e da piani di sviluppo in continuo aggiornamento, con l'obiettivo di far diventare la sostenibilità un pilastro portante per il Gruppo stesso, che diventi di anno in anno una parte integrante del proprio agire quotidiano e un incentivo, nei confronti delle imprese Socie, a migliorarsi sempre di più.

I presidi della Sostenibilità nel Gruppo

Il Gruppo si è dotato di alcuni strumenti per creare e diffondere la cultura della responsabilità sociale in modo efficace.

Tra questi:

Newsletter bimestrale, rivolta al personale delle sedi delle imprese socie, che informa e sensibilizza sui temi della sostenibilità sociale e/o ambientale; le newsletter avvalorano e mettono in risalto tutti i progetti locali che le singole associate promuovono su queste tematiche nel periodo di riferimento.

Commissione RSI (Responsabilità Sociale d'Impresa), formata da rappresentanti del Gruppo e delle Imprese Socie che si riuniscono per webinar e workshop dedicati a specifiche tematiche di sostenibilità e per condividere le fasi fondamentali del processo di rendicontazione e l'impostazione del Bilancio di Sostenibilità di Gruppo. Nel corso del 2021, in continuità con il 2020, la Commissione RSI si è riunita periodicamente da remoto, attraverso webinar online, che hanno permesso di ridurre gli spostamenti tra le sedi delle diverse Imprese Associate e la Centrale Selex, anche in ottica di sostenibilità ambientale.



CHI

SIAMO



57 gli anni
al servizio dei Clienti

6 nuove Imprese Associate
entrate a far parte del Gruppo nel 2021

16,9 miliardi il fatturato
del Gruppo nel 2021

38% la crescita di fatturato
del Gruppo nel 2021 rispetto al 2020

32,7% l'aumento dei pdv
sul territorio nazionale nel biennio
2020-2021

2,970 milioni di mq
di superficie di vendita

IL NOSTRO PERCORSO DI CRESCITA

PROTAGONISTI DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA ITALIANA

LA CENTRALE SELEX: PROMUOVIAMO LO SVILUPPO DELLE
NOSTRE ASSOCIATE

LA DIFFUSIONE CAPILLARE SUL TERRITORIO

PUNTI VENDITA E INSEGNE PER REGIONE

UNA RETE DI VENDITA SEMPRE PIÙ ARTICOLATA



2021

IL GRUPPO SELEX

18 Imprese
Associate del dettaglio e
dell'ingrosso

2° Realtà distributiva
in Italia

14,6 %
di quota del mercato

Oltre 40.000
addetti e collaboratori

3.228 Punti vendita
sul territorio nazionale

IL NOSTRO PERCORSO DI CRESCITA

Da 57 anni al servizio del cliente

1964

Nasce l'unione volontaria A&O italiana per opera di un gruppo di grossisti alimentari. In pochi anni, le Imprese Associate crescono e si trasformano in centri di distribuzione. L'unione volontaria diventa Consorzio A&O italiano.

1979

Il Consorzio costituisce Selex Gruppo Commerciale, che favorisce l'accesso di nuove Imprese e quindi la crescita su tutto il territorio nazionale. Un grande salto di qualità, che rafforza sia la collaborazione e lo scambio di know-how tra i Soci, sia il ruolo della Centrale, sempre più orientata al marketing e ai servizi.

In questi anni assistiamo all'avvio di programmi promozionali e pubblicitari a livello nazionale che intensificano la collaborazione con il mondo produttivo.

1984

Sono passati vent'anni dalla nascita di A&O e la distribuzione italiana ha compiuto grandi passi, rinnovandosi e consacrando il successo della formula di vendita a libero servizio. **Selex consolida la sua strategia di gruppo commerciale multicanale**, presente cioè con più tipologie distributive. In concomitanza con il suo ventennale, inaugura la nuova sede a Trezzano sul Naviglio, vicino a Milano. Nel frattempo, le Imprese Associate realizzano i primi Famila, un innovativo supermercato che integra assortimenti food e non food, entrando così nel settore delle grandi superfici.

Sempre negli anni Ottanta, debutta la **nuova generazione di supermercati del Gruppo, i Super A&O**.

Una grande ventata di novità nel layout di queste moderne unità di vendita, grazie al perfezionamento del livello di servizio e alla cura dell'ambientazione, per una sempre maggiore soddisfazione della clientela.

In particolare, si impostano in modo nuovo i banchi a vendita assistita, salumeria, gastronomia, ortofrutta, macelleria, panetteria, dando più enfasi a tutto ciò che significa freschezza e qualità.

Anni 90

All'inizio degli anni Novanta, il salto di qualità delle Imprese aderenti e della struttura associativa di Selex si fa più evidente. È in questo decennio, infatti, che **il Gruppo esprime tutte le sue potenzialità nell'opera di rafforzamento e sviluppo di Ipermercati, Superstore e Centri Commerciali**.

Alle soglie del Duemila, la rete Selex è presente su tutto il territorio nazionale con oltre 1.600 punti di vendita, per un totale di quasi un milione di m² di superficie.

Il fatturato, nel 1999, è di 8.100 miliardi di lire (oltre 4 miliardi di euro). Grandi passi vengono fatti in questi anni anche nel settore dei prodotti a marca del distributore, prodotti di qualità garantiti dal marchio Selex. Le basi per entrare con il piede giusto nel Terzo Millennio sono gettate e sono tutte molto solide.

Anni 2000

Nel 2004, a **40 anni** dalla sua nascita, Selex è il quinto distributore nazionale, con un fatturato di 6 miliardi di euro e una quota di mercato del 7%, e può contare su due milioni di clienti fedeli.

Altro obiettivo raggiunto in questi anni, il **rafforzamento della partnership con la Centrale Internazionale EMD, European Marketing Distribution, prima tra le Centrali di acquisto in Europa**.



2021

La compagine azionaria di Selex si rafforza sempre di più grazie all'ingresso nel Gruppo di cinque nuove imprese familiari italiane che costituiscono il **Consorzio Sun**: Alfi, Cadoro, Ce.di.Gros, Gruppo Gabrielli e Italbrix. Accanto a questa operazione, Selex allarga i suoi confini anche in Sicilia, grazie all'ingresso nel Gruppo di **CDS (Centro Distribuzione Supermercati)**, una delle più importanti realtà regionali. Grazie all'ingresso di questi nuovi Soci, Selex diventa il **secondo attore della distribuzione moderna nazionale**, con una **quota di mercato dell'14,6%**¹ e un **fatturato di 16,9 miliardi** di euro.



IL CONSORZIO SUN E CDS ENTRANO A FAR PARTE DEL GRUPPO SELEX

Nato nel 1976, il **Gruppo SUN** - Supermercati Uniti Nazionali - è costituito da cinque importanti protagonisti della distribuzione organizzata nel nord e nel centro Italia: Alfi, Cadoro, Ce.Di.Gros, Italbrix e Magazzini Gabrielli, presenti con una rete commerciale di 640 punti di vendita e oltre 10.000 addetti. I Soci di SUN detengono posizioni di primo piano nelle regioni in cui operano con insegne storiche tra le più apprezzate e conosciute.

CDS - Centro Distribuzione Supermercati di Caltanissetta, è uno dei principali retailer siciliani, con 152 punti di vendita tra supermercati e negozi di prossimità attivi in 7 province. Con l'ingresso nel Gruppo Selex alle attuali insegne di CDS di affiancano Famila e Famila Market, dedicate alle medio-grandi e medie superfici di vendita.

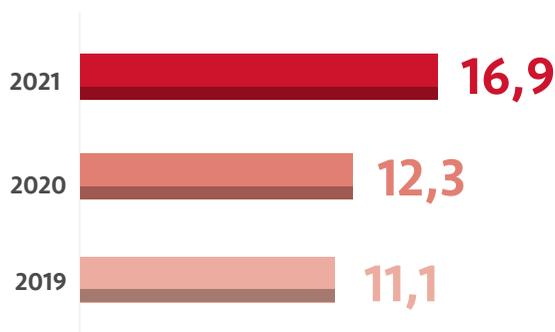
¹ Dati fonte IRI - gennaio 2021.

PROTAGONISTI DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA ITALIANA

Nel 2021 Selex si posiziona al **secondo posto** tra i protagonisti della distribuzione moderna in Italia e, con la sua rete commerciale, è in grado di provvedere alle differenti esigenze dei consumatori su tutto il territorio nazionale.

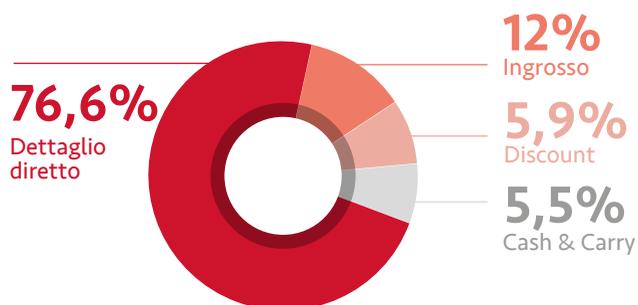


Fatturato Selex (in miliardi di euro)



Il forte adattamento al territorio e la capacità di interpretarne i bisogni sono i punti di forza delle Imprese Associate a Selex, grazie ai quali da anni il Gruppo ottiene risultati positivi e superiori rispetto alla concorrenza. Andamento confermato anche nel 2021 con un **fatturato pari a 16,9 miliardi di euro** e una **crescita del 38% rispetto all'anno precedente**. Selex ha continuato ad aprire nuovi punti di vendita nonché a ristrutturare quelli già esistenti, rafforzando così la sua rete commerciale e migliorandola qualitativamente.

Ripartizione del fatturato per canale di vendita



Questi dati testimoniano anche per il 2021 la crescita del Gruppo Selex che, nell'ultimo decennio, ha migliorato sensibilmente la sua posizione nel panorama distributivo nazionale.

Questo trend positivo testimonia l'attenzione del Gruppo e la capacità di andare incontro alle esigenze delle famiglie, garantendo contemporaneamente **convenienza e qualità**. In un settore in cui la competizione è predominante Selex è riuscita ad ottenere importanti risultati, a seguito di mirati investimenti e alla passione dei dipendenti, testimoniati quotidianamente dalla fiducia dei clienti.

LA CENTRALE SELEX: PROMUOVIAMO LO SVILUPPO DELLE NOSTRE ASSOCIATE

Grazie all'ingresso del Gruppo SUN e di CDS, Selex Gruppo Commerciale conta **18 Imprese Associate** attive nel settore della **Grande Distribuzione Organizzata (GDO) italiana**, riunite in un'unica Centrale nazionale che promuove lo sviluppo, l'innovazione e l'efficienza dell'intero sistema attraverso la collaborazione, la condivisione di obiettivi comuni e l'implementazione di strategie.

La missione di Selex Gruppo Commerciale è creare valore per le Imprese, consolidando il loro presidio del territorio, e favorire importanti sinergie tra gli Associati

Il compito principale della Centrale nazionale è quello di supportare i propri soci nella crescita e nello **sviluppo economico**, ma anche quello di creare una **maggiore efficienza e innovazione**, osservando con grande attenzione le sfide e le opportunità che il mercato circostante offre, per trovare una risposta adeguata ai nuovi bisogni dei consumatori. A tal proposito, Gruppo Selex investe tempo e denaro nella ricerca di soluzioni che anticipino le richieste del mercato, con l'obiettivo di migliorarsi e crescere anno dopo anno. Nel farlo il Gruppo adotta non solo un taglio tattico, con la progettazione di azioni concrete e attuabili nel breve periodo, ma anche un taglio strategico, convinto che la pianificazione per il futuro possa guidarlo verso il raggiungimento di obiettivi importanti.

I risultati ottenuti in tutti questi anni mostrano una **crescita più che soddisfacente**, soprattutto grazie alla **sinergia strategica** creata tra i soci del Gruppo, sostenuta e favorita dalla Centrale. Selex, infatti, è pienamente consapevole di quanto valore porti per il Gruppo il saper massimizzare le sinergie tra gli Associati e sfruttare a pieno i vantaggi dell'essere parte di un'Associazione.

L'obiettivo è quello di massimizzare i risultati senza perdere il valore dell'adattamento alla specifica realtà territoriale

Le attività della Centrale Selex si possono suddividere in quattro principali aree: Commerciale, Marketing, Efficienza & Sinergie e Know-how. Ciascuna di queste prevede un particolare modello di interazione tra la Centrale e le Imprese per raggiungere traguardi sempre più ambiziosi e crescere a livello nazionale.

In particolare:

- ▶ il compito dell'**area Commerciale** è il perfezionamento degli accordi negoziali sia delle Marche del Distributore sia dell'Industria di Marca in Selex, in ESD e in EMD Europa, l'organizzazione dei piani promozionali nazionali, la finalizzazione dei contratti per l'acquisto comune di beni e servizi e l'organizzazione strategica di sviluppo dell'assortimento dei prodotti a marca del distributore per migliorare l'offerta in termini di qualità, sicurezza e ampiezza dell'assortimento.
- ▶ nell'**area Marketing** confluiscono gli strumenti innovativi di marketing information, database, CRM, efficienza gestionale e progetti speciali. In questa area vengono integrati anche gli innovativi canali digitali offerti dalle nuove tecnologie e la piattaforma CosìComodo, il progetto di eCommerce del Gruppo che offre un servizio clicca & ritira e la consegna a domicilio.
- ▶ l'**area Efficienza & Sinergie** mette a punto soluzioni per generare risparmi per i Soci attraverso servizi sempre più efficaci.
- ▶ tra le priorità dell'**area Know-how** ci sono lo sviluppo di nuovi cluster assortimentali e di concept innovativi per aumentare la distintività delle insegne, ma anche le attività di formazione, lo sviluppo dei canali e-commerce e dell'evoluzione tecnologica. Il programma di formazione coordinato dalla Centrale, che coinvolge tutte le Imprese Associate, riveste un ruolo fondamentale per accrescere le competenze e la professionalità delle risorse umane, per creare valore nel Gruppo e per diffondere best practice ed esperienze all'interno delle Imprese Associate.

LA DIFFUSIONE CAPILLARE SUL TERRITORIO

Al centro delle politiche aziendali e delle attività di business c'è il rispetto per chi ogni giorno si affida a Selex per i propri acquisti quotidiani. Proprio per questo motivo, servire al meglio i propri clienti è una vera e propria missione, non solo per la Centrale Selex, nella scelta e nella selezione dei propri prodotti a marchio, ma per tutte le Imprese Associate del Gruppo, nella selezione accurata di prodotti di qualità al miglior prezzo, nella scelta attenta dei fornitori, nell'aggiornamento costante dei punti vendita e nella garanzia di un elevato livello di servizio.

La presenza capillare delle Imprese Associate sul territorio si concretizza, oltre che con i marchi noti e diffusi a livello nazionale **Famila** (supermercati e superstore), **A&O** (supermercati di prossimità) e **C+C** (Cash and Carry), con una pluralità di insegne regionali, spesso leader nei contesti

locali, che rappresentano sempre più un riferimento primario per i consumatori.

Animali che Passione è il format di Selex dedicato interamente agli animali, lanciato nel corso del 2019, il cui assortimento comprendete circa 8.000 referenze, dal petfood all'igiene e all'accessoristica.

Infine, il canale di spesa on-line **CosìComodo** permette di servire tutti quei clienti che preferiscono alla spesa in negozio una modalità di spesa digitale, creando un sistema tecnologico avanzato, in grado di supportare il cliente in tutte le fasi: dall'acquisizione dell'ordine online fino alla consegna (si veda approfondimento su CosìComodo nel capitolo Clienti).

IMPRESA ASSOCIATA	N° punti vendita	REGIONE
ALFI	92	Emilia Romagna, Liguria, Lombardia, Piemonte
ALÌ	115	Emilia Romagna, Veneto
ARCA	103	Emilia Romagna, Marche, Toscana
CDS	123	Sicilia
CE.DI.MARCHE	106	Abruzzo, Marche
CE.DI.GROS	177	Lazio
DIMAR	297	Liguria, Piemonte
G.M.F.	183	Lazio, Marche, Toscana, Umbria
ITALBRIX	95	Lombardia
L'ABBONDANZA	44	Marche, Toscana, Umbria
IL GIGANTE	74	Emilia Romagna, Lombardia, Piemonte
MAGAZZINI GABRIELLI	242	Abruzzo, Lazio, Marche, Molise, Umbria
MAXI DI	646	Abruzzo, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte, Toscana, Trentino, Umbria, Valle d'Aosta, Veneto
MEGAMARK	530	Basilicata, Calabria, Campania, Lazio, Molise, Puglia
SUPER ELITE	55	Lazio, Marche, Umbria
SUPEREMME	50	Sardegna
SUPERMERCATI CADORO	23	Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Veneto
UNICOMM	273	Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Veneto

La rete commerciale, composta da **3.228 unità** per quasi 3 milioni di mq di superficie di vendita

famila

A&O

EA

eMISFERO

GALASSIA

MERCATO'

Ali

il gigante

pan

dok

eMI

GROS
Gruppo Romano Supermercati

Si
com te

CADORO

elite

italmark

il Centesimo

gala

Oasi

Gulliver

tigre

MEGA

FAMILY
MARKET

Sole³⁶⁵

HarDis

MAX

YURRA'

D
più

E-commerce

Si Comodo
LA SPESA FATTA IN CASA

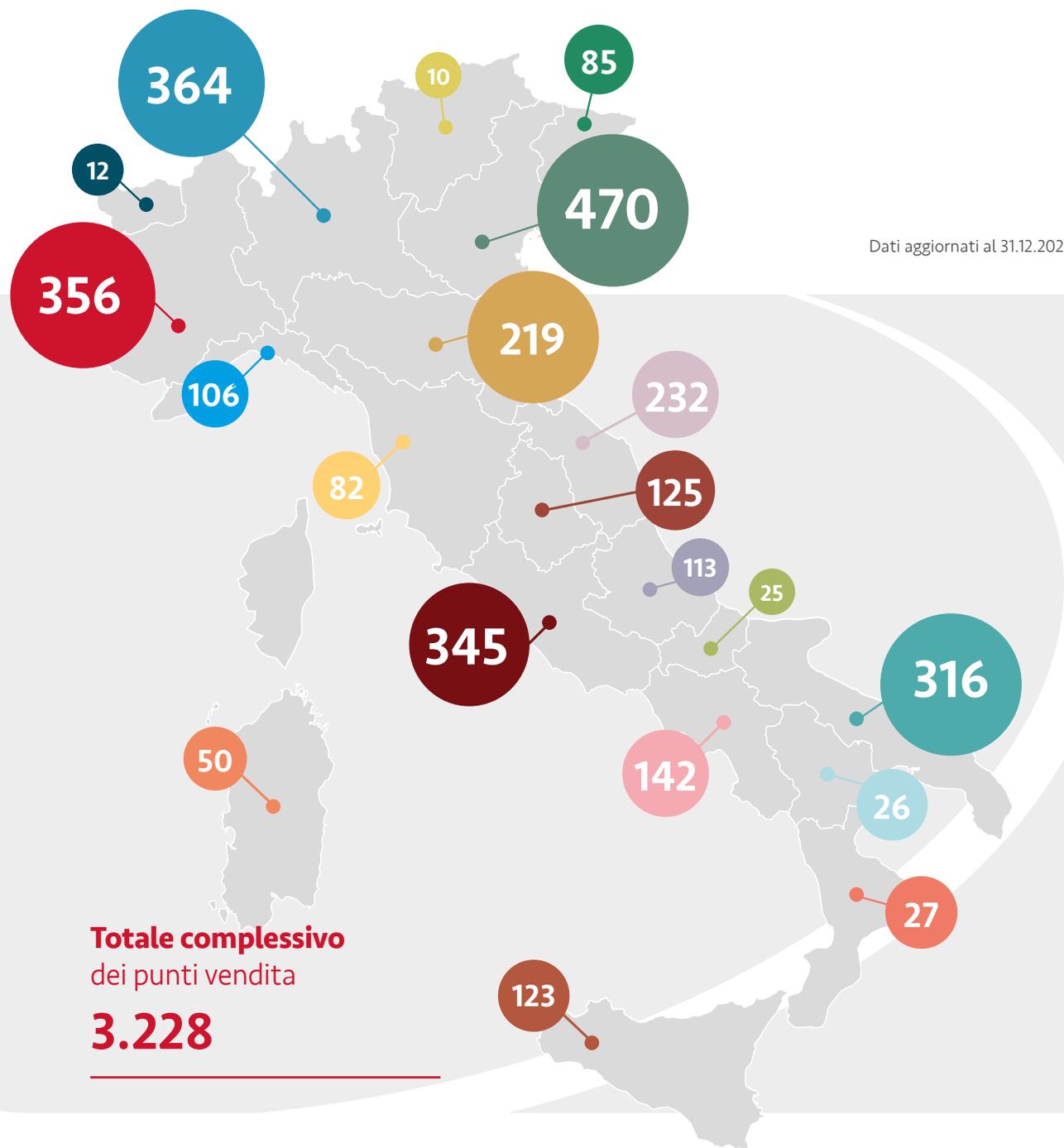
Pet store

ANIMALI
che PASSIONE

Grazie all'ingresso di CDS, **Selex sbarca in Sicilia** e riesce a presidiare capillarmente tutta la Penisola

Numero punti vendita per Regione

Dati aggiornati al 31.12.2021



PUNTI VENDITA E INSEGNE PER REGIONE

● VALLE D'AOSTA

A&O • D PIU' • FAMILA

● PIEMONTE

A&O • C+C-D PIU' • FAMILA
• GALASSIA • GULLIVER •
IL GIGANTE • MARKET •
MERCATO' • OK MARKET

● LOMBARDIA

A&O • C+C-D PIU' • FAMILA •
FAMILY MARKET • GALASSIA
• GULLIVER • IL GIGANTE •
ITALMARK

● LIGURIA

D PIU' • GULLIVER • MARKET •
MERCATO' • OK MARKET

● TOSCANA

C+C • D PIU' • EMI • GALA •
HURRA' • A&O

● LAZIO

C+C • D PIU' • EMI • HURRA'
• ELITE • OASI • TIGRE •
DEM • IDROMARKET •
EFFEPIÙ SUPERMERCATI •
TOP SUPERMERCATI •
SUPERMERCATI IL CASTORO
• MA SUPERMERCATI •
CTS SUPERMERCATI • PIM
SUPERMERCATI • SACOPH
• SUPERMERCATI PEWEX •
IPERCARNI • IPERTRISCOUNT

● TRENINO A.A

D PIU'

● FRIULI V.G.

A&O • C+C • CADORO • D
PIU' • EMISFERO • FAMILA •
MEGA

● VENETO

A&O • ALI' • C+C-D PIU'
• CADORO • EMISFERO •
FAMILA • GALASSIA • MEGA •
ITALMARK

● EMILIA ROMAGNA

A&O • ALI' • C+C • CADORO •
D PIU' • FAMILA • GALASSIA •
ILGIGANTE • GULLIVER

● MARCHE

C+C • D PIU' • EMI • FAMILA
• GALA • HURRA'-SI CON TE
• ELITE • OASI • TIGRE • TIGRE
AMICO

● UMBRIA

C+C • EMI • D PIU' •
GALA • HURRA' • ELITE
• OASI • TIGRE • TIGRE
AMICO

● ABRUZZO

D PIU' • SI CON TE •
OASI • TIGRE • TIGRE
AMICO

● MOLISE

DOK • FAMILA • OASI •
TIGRE • TIGRE AMICO

● PUGLIA

A&O • DOK • FAMILA

● BASILICATA

A&O • DOK

● CALABRIA

A&O • DOK • FAMILA

● CAMPANIA

A&O • DOK • FAMILA
• SOLE 365 • SUPERO'

● SARDEGNA

HARDIS • PAN

● SICILIA

FAMILA • IL
CENTESIMO • MAX



UNA RETE DI VENDITA SEMPRE PIÙ ARTICOLATA

La pluralità di insegne, distribuite su tutto il territorio nazionale, è dunque la prerogativa del Gruppo.

Famila, A&O e C+C sono le più diffuse in tutta Italia, a cui si affiancano **numerosi marchi molto radicati a livello regionale** e apprezzati dai consumatori per la garanzia di qualità e risparmio.

Le Imprese che fanno capo a Selex sono consolidate nei rispettivi territori attraverso **reti di vendita moderne e articolate**, che comprendono ipermercati, supermercati e piccole unità di quartiere. L'apertura di format diversi – dal piccolo supermercato di prossimità all'ipermercato – è stata, infatti, una scelta vincente, perché consente di soddisfare i bisogni di tutti i target di clienti con negozi moderni e assortimenti equilibrati e di rispondere adeguatamente a ogni esigenza di acquisto.

	2021		2020		2019	
	N°	m²	N°	m²	N°	m²
Ipermercati	38	225.962	39	221.425	33	202.244
Superstore e mini iper	135	394.701	85	246.965	86	254.375
Supermercati integrati	418	753.698	300	528.633	293	519.178
Supermercati	1.158	891.013	812	602.727	762	566.073
Superettes	524	145.216	366	99.780	356	98.012
Hard e soft discount	468	287.007	408	256.081	401	249.647
Mini mercati	378	41.477	334	36.397	316	33.889
Totale Punti Vendita al dettaglio	3.119	2.739.074	2.344	1.992.008	2.247	1.923.418
Cash and carry	86	222.658	89	222.303	82	214.174
Totale della rete distributiva	3.205	2.961.732	2.433	2.214.311	2.329	2.137.592
Animali che Passione	23	8.200	20	20.000	-	-



Animali che Passione con la propria rete di petshop conta **23 punti vendita diretti per un totale di 8.200 mq di superficie**



**LE NOSTRE
PERSONE**



53%

nuovi assunti sono giovani di età inferiore a 30 anni

61%

presenza femminile nel Gruppo

92%

dei dipendenti delle Imprese Associate è assunto a tempo indeterminato

Oltre 45.200 ore di formazione erogate

dalle Imprese Associate ai propri dipendenti

25.000 collaboratori coinvolti nella formazione

IL SUCCESSO DI SELEX PARTE DAI NOSTRI DIPENDENTI
SALUTE E SICUREZZA SUL POSTO DI LAVORO
PROMUOVERE IL PROGRESSO ATTRAVERSO LA FORMAZIONE
INIZIATIVE E PROGETTI - IMPRESE ASSOCIATE
L'ATTENZIONE VERSO LE DONNE

OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE



In questa sezione il Gruppo Selex si impegna a contribuire al raggiungimento dei Sustainable Development Goals numero 3,4 e 10. Per farlo, il Gruppo Selex e le Imprese Socie:

- ▶ propongono ai propri dipendenti un pacchetto di servizi e benefit che permette di incrementare il benessere di tutti i collaboratori;
- ▶ si impegnano affinché venga prestata particolare attenzione allo sviluppo di giovani talenti;
- ▶ garantiscono il rispetto delle pari opportunità;
- ▶ promuovono iniziative volte ad aiutare le categorie più svantaggiate;
- ▶ investono il proprio impegno per garantire ai propri dipendenti un ambiente di lavoro corretto ed etico, contro ogni possibile situazione di sfruttamento;
- ▶ incrementano di anno in anno il numero di ore di formazione erogate al personale.



IL SUCCESSO DI SELEX PARTE DAI NOSTRI DIPENDENTI

In Selex, le persone ricoprono un ruolo indispensabile per lo sviluppo, il successo e la stessa esistenza del Gruppo. Promuovere il valore delle persone e accrescere il patrimonio di capacità e competenze di ciascun collaboratore, è uno degli impegni in cui Selex crede fermamente e in cui, anno dopo anno, investe grandi risorse e sforzi.

L'obiettivo è quello di creare un ambiente di lavoro che sia **stimolante per tutti i collaboratori**, che favorisca la **sicurezza e il benessere di tutti**, il sostegno reciproco e lo spirito di squadra; un ambiente che sia privo di pregiudizi, intimidazioni, illeciti condizionamenti o indebiti disagi.

Il 2021 è stato per Gruppo Selex un anno di **grande crescita**, non solo dal punto di vista del fatturato, ma anche per le risorse umane.

I numeri del Gruppo

Al 31 dicembre 2021, anche grazie all'ingresso dei 6 nuovi soci, l'organico del Gruppo Selex aumenta e raggiunge oltre 40.000 collaboratori. La raccolta dati che è stata compiuta per la redazione del presente Bilancio ha permesso di monitorare il numero preciso di collaboratori appartenenti alla **Centrale Selex** e a **12 Imprese Associate su 18**.

L'ingresso nel Gruppo dei sei nuovi soci ha portato ad un importante incremento di risorse all'intero del Gruppo, che, a sua volta, ha portato Selex a contribuire in maniera ancor più impattante sull'occupazione nazionale, soprattutto **femminile (oltre il 60%)**.

A fronte di una crescita continua, a partire dal 2021 Selex ha deciso di rendicontare le informazioni sui suoi collaboratori con un maggiore dettaglio, grazie all'introduzione di specifici KPI che permettono al presente Bilancio di Sostenibilità di essere sempre più conforme ai GRI Standard.

Al 31 dicembre 2021
il Gruppo Selex conta
oltre 40.000 collaboratori

Convinti dell'importanza di offrire un dato completo ed esaustivo, Selex si impegnerà a tenere monitorato il numero di collaboratori complessivo della totalità delle sue Associate e di migliorare la precisione del dato già dalla rendicontazione 2022.



La Centrale Selex

L'organico della Centrale Selex è rimasto quasi invariato rispetto a quello dello scorso anno, con **56 dipendenti**, di cui il **39% donne**. Oltre a questi, nel 2021 Selex conta 2 collaboratori in stage, di cui 1 uomo e 1 donna. Dei 56 dipendenti, **55 sono assunti a tempo indeterminato e l'89% rispetto al totale lavora full time**. Il part time, invece, è stato scelto solo da 6 collaboratori (l'11% del totale), di cui il 100% sono donne.

Rispetto alla distribuzione per fascia d'età, la Centrale Selex conta solo 2 collaboratori sotto i 30 anni (4% sul totale), mentre la maggioranza dei dipendenti è **equamente distribuita nella fascia tra i 30 e i 50 anni (48%) e oltre i 50 anni (48%)**.

Nel 2021 la Centrale Selex ha **assunto 4 nuovi dipendenti uomini**, di cui 3 tra i 30 e i 50 anni e uno solo oltre i 50 anni, mentre ha terminato rapporti di lavoro con 6 dipendenti, di cui una donna e 5 uomini.

Il **tasso di turnover complessivo** della Centrale Selex nel 2021 è pari a 17,89%, calcolato sommando il numero di nuovi ingressi nell'anno e il numero di rapporti terminati rispetto all'organico dei dipendenti assunti a tempo determinato e indeterminato nel corso del 2021. In particolare, il tasso di turnover in entrata è pari a 7,14%, mentre il tasso di turnover in uscita è del 10,71%.

Occorre tenere a mente che i numeri di nuove assunzioni o di rapporti terminati sono particolarmente bassi con riferimento alla sola Centrale Selex e, quindi, un aumento o una riduzione di una sola unità può incidere in maniera molto netta all'interno dei tassi percentuali. Facciamo un esempio: due nuove assunzioni per la fascia di età "sotto i 30 anni" hanno portato un incremento del tasso di turnover in entrata relativo a quella specifica fascia d'età pari al 100%, considerando che nel 2021 il numero di giovani dipendenti era pari a 2.

CENTRALE SELEX

Collaboratori totali divisi per contratto di lavoro e per genere nel 2021

Tempo indeterminato	55
Donne	21
Uomini	34
Tempo determinato	1
Donne	1
Uomini	0
Altre forme contrattuali	2
Donne	1
Uomini	1
Totale	56
Donne	22
Uomini	34

CENTRALE SELEX

Dipendenti a tempo determinato e indeterminato divisi per età e genere nel 2021

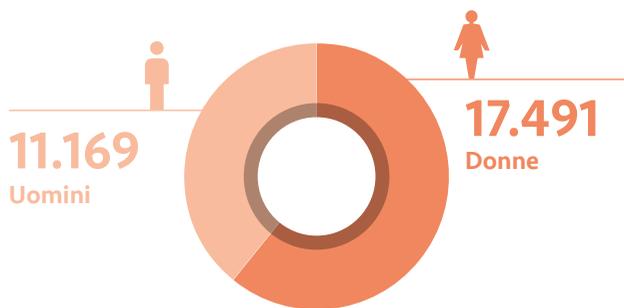
Sotto i 30 anni	2
Donne	1
Uomini	1
Tra i 30 e i 50 anni	27
Donne	10
Uomini	17
Oltre i 50 anni	27
Donne	11
Uomini	16

Le Imprese Associate

Tenuto conto del numero fornito, delle **12 Imprese su 18**, il totale dei dipendenti a tempo determinato e a tempo indeterminato delle Imprese Associate al Gruppo Selex è di **28.660**, di cui il **61% è donna** e il 39% è uomo.

Tra le Imprese Associate del Gruppo, il numero di dipendenti è equamente distribuito per tipologia di impiego: **il 50% dei dipendenti è assunto con un contratto full time** e il 50% è assunto con un contratto part time. Considerando i dipendenti che hanno scelto per l'opzione part time, l'85% è donna.

Distribuzione della popolazione per genere



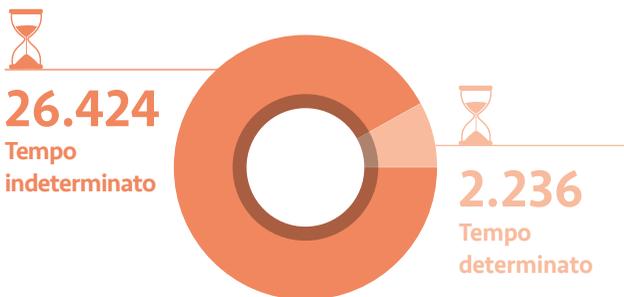
Distribuzione della popolazione per tipologia di impiego



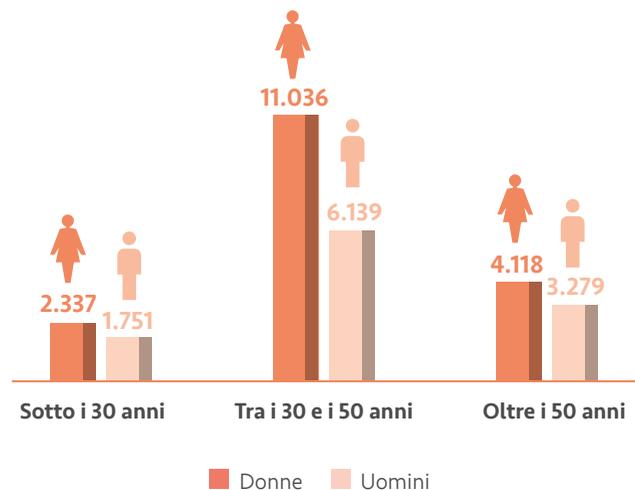
Sul totale dei dipendenti, nel 2021 il **92%** ha un **contratto a tempo indeterminato**, mentre l'8% ha un contratto a tempo determinato.

Per quanto riguarda la suddivisione della popolazione aziendale per differenza di età, si osserva che la percentuale maggiore di dipendenti, pari al **60%**, rientra all'interno della **fascia di età 30-50 anni**. Il 14% dei dipendenti è under 30, mentre il 26% è over 50.

Distribuzione della popolazione per contratto di lavoro



Distribuzione della popolazione per fascia d'età e genere



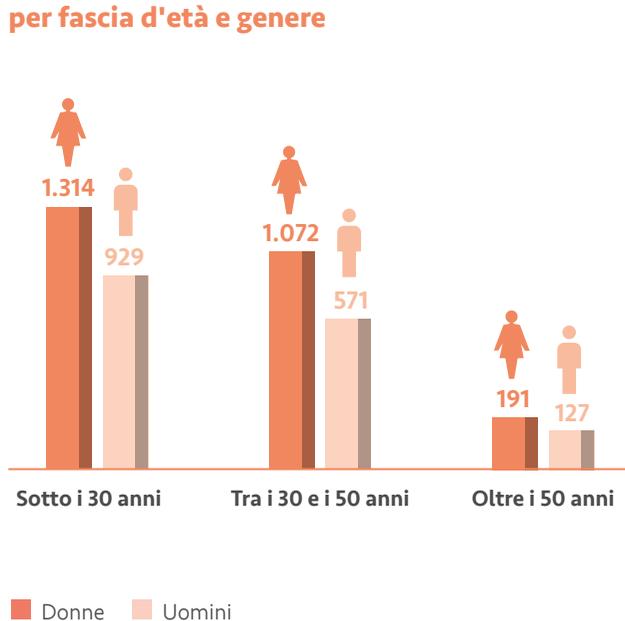
In merito al **numero di dipendenti assunti nel corso dell'anno** (dall'1.01.2021 al 31.12.2021), suddiviso per fasce d'età, i dati mostrano che la percentuale maggiore di nuovi assunti, pari al 53%, si registra per giovani con meno di 30 anni, che hanno subito un incremento di 2.243 unità. Subito a seguire ci sono le persone tra i 30 e i 50 anni che, con un aumento di 1.643 unità, hanno registrato una percentuale di nuove assunzioni pari al 39%. Infine, solo l'8% dei nuovi assunti nel 2021 ha oltre i 50 anni. A fronte di questi dati, si può constatare che le Imprese Associate del Gruppo Selex contribuiscono all'**inserimento di giovani** in azienda.

D'altro canto, nel 2021 si sono registrate 3.651 interruzioni di lavoro, di cui 2.075 donne e 1.576 uomini. In particolare, il 45% di queste persone avevano un'età inferiore ai 30, il 39% tra i 30 e i 50 anni e il 16% oltre i 50 anni.

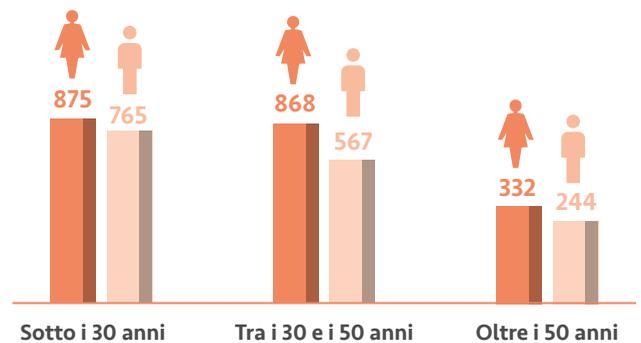
Con riferimento ai dati del **turnover**, i tassi sono stati calcolati considerando i dati delle assunzioni e dei rapporti di lavoro terminati da parte di 12 Imprese Associate su 18 che hanno fornito i dati. Il tasso di turnover complessivo del 2021 è pari a 27,41%, mentre se si considera nello specifico quello in entrata il tasso è pari a 14,67% e 12,74% per quello di uscita.

I tassi di turnover più significativi sono connessi al numero di assunzioni dei giovani con meno di 30 anni: grazie alle 2.243 unità, i tassi di turnover in entrata hanno superato il 55% (56,24%) per le donne e il 53,06% per gli uomini.

Nuovi assunti nel 2021 per fascia d'età e genere



Dipendenti che hanno interrotto il rapporto di lavoro nel 2021 divisi per fascia d'età e genere



SALUTE E SICUREZZA SUL POSTO DI LAVORO

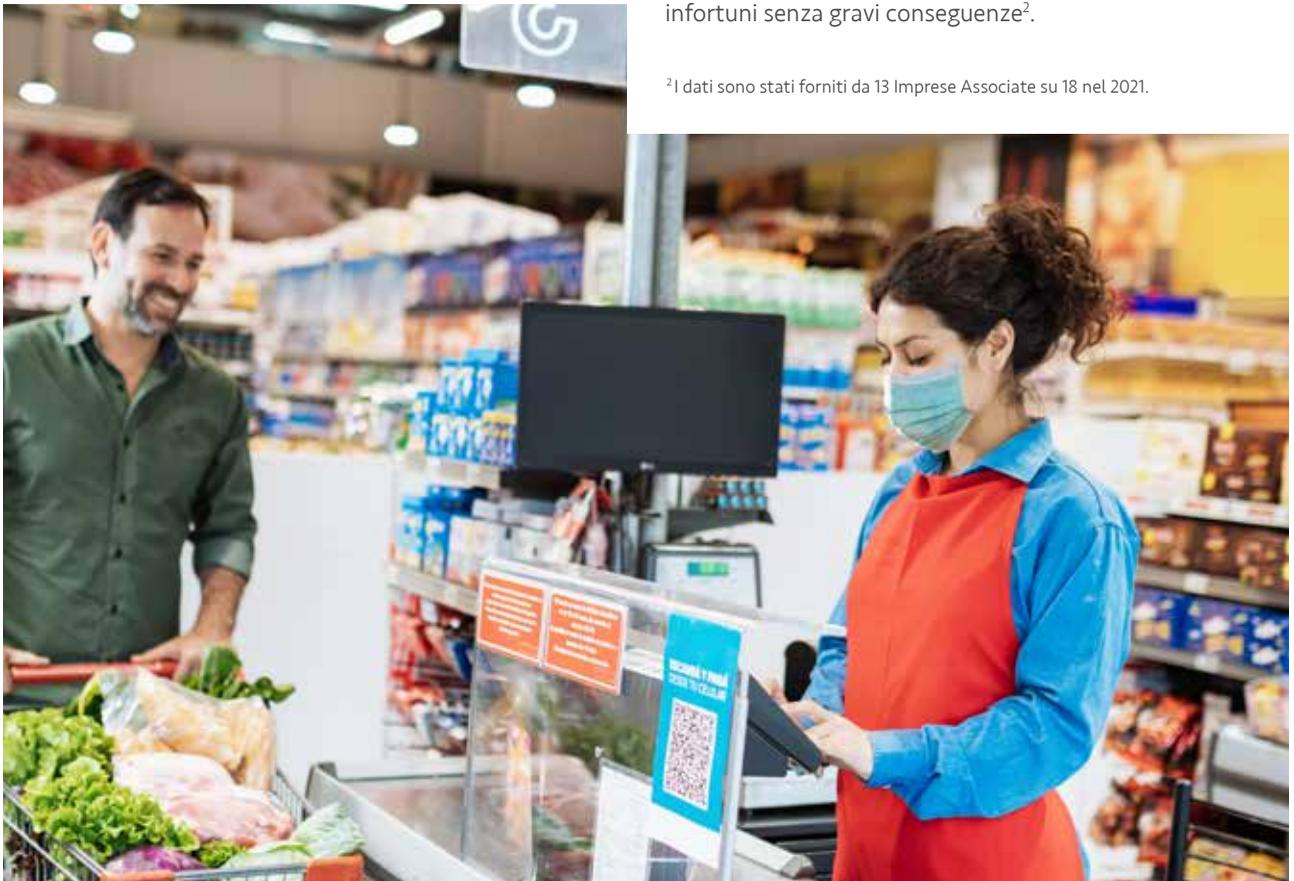
Come suggerito all'interno del Codice Etico di Gruppo, Gruppo Selex considera la tutela della salute e della sicurezza del personale una **priorità fondamentale** per garantire condizioni di lavoro sicure, promuovendo tutte le azioni necessarie a garantire la **salute** e l'**incolumità** dei propri dipendenti e collaboratori e, allo stesso tempo, incoraggiando comportamenti responsabili e rispettosi del sistema di sicurezza adottato e delle procedure aziendali sul tema.

Gruppo Selex è fortemente convinto che, oltre che a mantenere un clima interno sereno, sicuro e salubre, la promozione di una cultura della sicurezza contribuisca a creare una **forza lavoro più competente e più sana**, aiutando ad ottimizzare la **produttività dei lavoratori** e, quindi, il raggiungimento degli obiettivi di business con maggiore efficienza.

Durante il 2020, il tema della salute e della sicurezza ha acquisito un ruolo ancor più prioritario per tutte le Imprese del Gruppo Selex, le quali hanno reagito rapidamente alle problematiche che l'**emergenza sanitaria** ha portato con sé, attivando una serie di iniziative che hanno permesso ai propri dipendenti di continuare a lavorare in maniera sicura e con tutte le precauzioni dovute. A fronte della pandemia globale che ha colpito il Paese, infatti, Gruppo Selex e tutte le sue Imprese hanno reso ancor più solido il proprio sistema di salute e sicurezza, dando una importanza assoluta al tema in azienda e in tutti i propri punti vendita. Nel corso del 2021 il Gruppo ha mantenuto buona parte delle iniziative messe in campo durante l'anno precedente, mantenendo alta l'attenzione su queste tematiche.

Grazie alle misure di sicurezza adottate, in tutto il Gruppo Selex e per i circa 40.000 dipendenti, nel 2021 si è verificato solo un incidente con conseguenze gravi e circa 900 infortuni senza gravi conseguenze².

²I dati sono stati forniti da 13 Imprese Associate su 18 nel 2021.



PROMUOVERE IL PROGRESSO ATTRAVERSO LA FORMAZIONE

Selex promuove una **crescita costante delle competenze**

La formazione dei collaboratori riveste un ruolo chiave all'interno del Gruppo Selex e delle Imprese Associate.

Tutte le Imprese Socie sono coinvolte da anni nel **programma di formazione permanente** finalizzato al **potenziamento delle competenze e delle abilità del personale**, elementi imprescindibili per affrontare le nuove sfide di un settore dinamico e in continuo mutamento.

La Centrale Selex svolge un'importante attività di coordinamento delle attività di formazione, organizzando seminari e giornate di studio specifiche che, nel 2021, hanno coinvolto in totale 552 partecipanti, registrando un aumento del 72,5% rispetto al 2020, per un totale di ore di formazione erogate pari a 100.

La formazione erogata dalla Centrale Selex

Tema	Partecipanti	Numero di ore di formazione
Giornata di studio ortofrutta	35	4
Giornata di studio gastronomia	31	4
Giornata di studio carne	37	4
Giornata di studio categorie prodotto	40	6
Top Selex	65	12
Giornata di studio <i>follow-up</i> gerenti	23	5
Giornata di studio marketing CRM	25	4
Giornata di studio web / digital	40	8
Giornata di studio interazione clienti	50	4
Giornata di studio RSI	14	4
Seminario acquisti	19	9
Seminario vendite	57	11
Seminario gerenti	48	11
Seminario posizionamento insegna	48	6
Seminario distintività <i>category</i>	20	8
Totale	552	100

552 Collaboratori

del Gruppo che hanno beneficiato della formazione erogata da parte della Centrale Selex

100 Ore

totali di formazione erogata dalla Centrale Selex nel 2021

La **formazione sui temi RSI:** uguaglianza di genere e interventi nelle comunità

Anche nel 2021 la Centrale Selex ha continuato ad erogare a tutte le Imprese Associate del Gruppo una formazione specifica sui temi di Responsabilità Sociale. In particolare, a seguito di un'analisi dei fabbisogni più strategici per il Gruppo, la Centrale Selex ha deciso di focalizzare l'attenzione su due tematiche ritenute di particolare interesse: l'uguaglianza di genere in azienda e gli interventi nella comunità locale.

Considerando che **oltre il 60% della popolazione dell'intero Gruppo è formata da donne** e, parallelamente, la grande importanza e attualità del tema, la Centrale Selex ha ritenuto di grande valore per le proprie Associate iniziare un percorso di formazione sui temi di **gender equality** in azienda, anche grazie al sostegno di ALTIS – Università Cattolica del Sacro Cuore. L'obiettivo di questa formazione è stato quello di rendere maggiormente consapevoli tutte le aziende della pluralità delle iniziative e delle attività che possono essere implementate all'interno di ciascuna di esse, cercando di trovare una strategia comune da seguire per far diventare il Gruppo Selex un **luogo di lavoro sempre più inclusivo e stimolante**.

Il percorso svolto ha portato alla definizione di attività ben precise e alla definizione di un modello di policy di Gruppo **“per la tutela della diversità di genere”**.

La **formazione erogata da parte delle Imprese Associate**

Ad integrazione della formazione erogata dalla Centrale, importanti programmi di formazione continua e aggiornamento professionale sono **sviluppati anche dalle singole Imprese Associate** presenti su tutto il territorio nazionale. Questi programmi prevedono anche il **coinvolgimento del personale dei punti vendita** con l'obiettivo di rafforzare e aggiornare le competenze per offrire un servizio sempre migliore al cliente.

La formazione erogata dalle Imprese Socie ai propri dipendenti viene stabilita sulla base delle singole specificità e in coerenza con le esigenze dei punti vendita. Nel 2021 è stata somministrata una formazione molto eterogenea, che spazia dai seminari acquisti e vendita, fino a corsi di consulenza molto più mirati a seconda dei reparti del punto vendita: consulenza gastronomica, gestione della carne, corretta predisposizione del reparto ortofrutta, gestione dell'inventario etc.

In generale, le ore di formazione che sono state erogate direttamente dalle Imprese Associate ai propri dipendenti, ad integrazione di quella offerta dalla Centrale Selex, hanno **coinvolto oltre 23.000 collaboratori, per una durata totale di oltre 45.200 ore di formazione**³.

Oltre 23.000

collaboratori del Gruppo che hanno beneficiato della formazione integrativa

Oltre 45.200

ore totali di formazione erogate dalle Imprese Associate ai propri dipendenti

³ Le informazioni, aggiornate al 31.12.2020, sono state rese disponibili da 10 Imprese Associate su 12.



Sociale / Persone



Sono le iniziative dedicate ai progetti con alto impatto sociale, che descrivono le modalità con cui le Imprese Associate creano un legame ed un rapporto di fiducia con i loro dipendenti e con gli stakeholder, tra cui clienti e comunità. Raccontano le attività di inclusione sociale, di supporto alla neo-genitorialità, di engagement con i collaboratori, di supporto al territorio locale, alle categorie più fragili e tanto altro ancora.

Cultura / Ricerca



Sono le iniziative che hanno un focus sulla formazione, sui giovani studenti, su attività e progettualità legate al mondo della scuola e dell'istruzione. Tra queste compaiono anche quelle dedicate alla ricerca scientifica e medica.

Acquisto / Prodotti



Sono le iniziative che si trovano in corrispondenza di tutte le attività di supporto al cliente, che hanno come obiettivo quello di migliorare l'esperienza del consumatore all'interno dei punti vendita. Inoltre, l'icona è associata a quei progetti di sostenibilità svolti per garantire al cliente prodotti eccellenti, legati alla tradizione e che siano garanzia di eccellenza e supporto al territorio locale.

Sanità / Covid



Sono le iniziative che messe in atto dalle Imprese Associate del Gruppo Selex negli anni di pandemia da Covid-19, per contrastare la diffusione del virus e assicurare la continuità dell'attività commerciale nella totale sicurezza. Inoltre, l'icona è presente anche in corrispondenza dei progetti di supporto alle sanità locali.

Ambiente / Sostenibilità



Sono le iniziative sui temi della responsabilità ambientale e di comunicazione della sostenibilità ai propri consumatori, in ottica di sensibilizzazione ed educazione a 360 gradi su queste tematiche.

INIZIATIVE E PROGETTI

Imprese Associate



ALÌ

SI FESTEGGIA IL 50ESIMO ANNIVERSARIO CONSEGNAANDO A CIASCUN COLLABORATORE UN BUONO SPESA DI 250 EURO

Il 20 ottobre 1971, in via Curzola a Padova, Francesco Canella inaugurò quello che sarebbe diventato il suo supermercato Alì, primo degli odierni 115 punti vendita sparsi tra Veneto e Emilia-Romagna, per i quali lavorano 4.500 collaboratori, con un fatturato che ha superato il milione di euro. Oggi Alì può soffiare le sue prime 50 candeline e può continuare a guardare verso nuovi e importanti traguardi. Ciò che più conta per Francesco Canella, però, sono i suoi collaboratori, proprio perché è grazie a loro, alla loro professionalità e alla loro passione per la qualità e alla loro attenzione per il cliente che il progetto imprenditoriale di Alì ha avuto questo successo. Per questo motivo, Alì ha riconosciuto un premio a tutti i collaboratori, destinando loro una cifra complessiva di 1.125.000 euro.

Alì può soffiare le sue prime 50 candeline e può continuare a guardare verso nuovi e importanti traguardi



DIMAR

INSERIMENTO IN AZIENDA DI PERSONE APPARTENENTI A CATEGORIE VULNERABILI

L'azienda si è posta sul mercato come una società evoluta, inclusiva, consapevole, in grado di superare i pregiudizi consci e inconsci della società, convinta che questa sia la strada giusta per sfruttare tutte le opportunità che si possano presentare sul proprio percorso, investendo sul continuo perfezionamento della propria cultura aziendale.

A dimostrazione di ciò, Dimar ha promosso l'inserimento di persone appartenenti alle fasce deboli quali donne vittime della violenza, disabili e immigrati, per aiutarli nel raggiungimento dell'autonomia e dell'inclusione sociale. Per ogni inserimento si è cercato di adottare misure efficaci e adeguate, anche grazie al supporto di centri specializzati e consorzi che hanno permesso di attuare attività di tutoraggio e la piena reintegrazione e partecipazione nella società. Con il loro sostegno, sono state attivate iniziative di tutoraggio e la verifica delle capacità e dei comportamenti sul campo lavorativo che hanno permesso loro la reintegrazione e la partecipazione nella società e, dunque, la possibilità di ottenere posti di lavoro stabili.

Dimar promuove l'inserimento di persone appartenenti alle fasce deboli, per favorire l'inclusione sociale



GMF

I DIPENDENTI IN PRIMA LINEA PER IL SOSTEGNO ALLE FAMIGLIE BISOGNOSE DEL TERRITORIO

Nel corso del 2021 i dipendenti di Grandi Magazzini Fioroni sono scesi in prima linea per aiutare le famiglie bisognose del territorio. Grazie al loro coinvolgimento diretto e al loro gesto di solidarietà, attraverso la Caritas territoriale, è stato possibile aiutare tutte quelle famiglie più in difficoltà nel pagamento delle case in affitto.

In prima linea per aiutare le famiglie bisognose del territorio



**MAGAZZINI GABRIELLI
BUONI SPESA PER I DIPENDENTI DELL'AZIENDA**

Nel 2021 Magazzini Gabrielli ha erogato ai propri dipendenti dei buoni spesa in formato "gift cards" del valore di 200 euro cadauno, per un valore totale di 573.000 euro.

"Gift cards" del valore di 200 euro cadauno



MEGAMARK

INSERIMENTO IN AZIENDA DI RAGAZZI AFFETTI DA AUTISMO

L'autismo è un disturbo del neurosviluppo caratterizzato dalla compromissione dell'interazione sociale e da deficit della comunicazione verbale e non verbale che provoca ai ragazzi grandi difficoltà nella fase di transizione al mondo del lavoro.

Nel 2021 il Gruppo Megamark ha aderito un importante progetto che prevede l'inserimento negli uffici e nei punti vendita di ragazzi affetti dal disturbo dello spettro autistico, per garantire loro una parità di opportunità lavorative. L'obiettivo è quello di poter assicurare a questi ragazzi un lavoro dignitoso e un'occupazione piena e produttiva, nonostante la disabilità che spesso provoca profonde difficoltà ad inserirsi nel mondo del lavoro

Garantire una parità di opportunità lavorative



**MEGAMARK****PREMIATI 49 GIOVANI TALENTI**

Sono 49 le borse di studio consegnate nel 2021, per un totale di 75 mila euro, attraverso l'undicesima edizione di "Giovani talenti", iniziativa promossa dalla Fondazione Megamark di Trani, Onlus dell'omonimo Gruppo. "Giovani talenti" è un bando riservato ai figli più brillanti dei collaboratori e si pone come obiettivo di contribuire concretamente alla loro carriera scolastica e accademica.

Dalla prima edizione del 2010/2011 a oggi sono stati premiati 237 studenti, stanziando borse di studio per un totale di 475 mila euro. Anche nel 2021 la Onlus ha erogato risorse in favore dei neodiplomati, dei laureati, sia con laurea trimestrale che magistrale e di chi si iscrive a un master o corso di formazione post lauream registrando numeri da record sia per quanto riguarda i premiati che i fondi assegnati.

Dei ragazzi premiati nel 2021, 35 sono pugliesi, nove molisani e cinque campani. Sono state assegnate 20 borse di studio per i neodiplomati; 15 sono invece i neolaureati con titolo magistrale e 10 con titolo triennale. 4 hanno ricevuto la borsa di studio per il master.

49 le borse di studio, per un totale di 75 mila euro

**SUPEREMME****INDOSSA IL SORRISO, STA BENE CON TUTTO**

«Un giorno senza un sorriso è un giorno perso» è una celebre frase di Charlie Chaplin. Ecco, proprio al fine arricchire le giornate, aumentare la longevità, rafforzare il sistema immunitario, ridurre lo stress, aumentare buonumore, produttività e relazioni sociali, in Superemme è stato deciso di celebrare il sorriso, perché si crede che le performance ambiziose possano essere realizzate indossando il sorriso.

L'azienda desidera migliorarsi sempre, in un'organizzazione orientata alla soddisfazione del cliente, alla qualità dei prodotti/servizi erogati e alla crescita delle persone. Giunto alla Seconda Edizione, il Progetto "Indossa il Sorriso, sta bene con tutto", ha avuto come protagonisti Responsabili di Funzione, Direttori di Punto Vendita, Referenti e Vice Referenti di reparto, Cassiere che, insieme, hanno creato quel clima positivo, spensierato e divertente, capace di virtuosismo. La gamefication, con la premiazione finale del Punto Vendita Eccellente, ha reso il progetto decisamente spassoso, gradevole e gradito!

«Un giorno senza un sorriso è un giorno perso»



SUPEREMME IL SECONDO PASSAGGIO GENERAZIONALE

Superemme è un'azienda familiare, profondamente radicata sul territorio e, da oltre 50 anni, il duro lavoro dei quattro fratelli Murgia ha trasformato l'attività dell'emporio di paese nella più importante rete di supermercati della Sardegna, sotto le insegne SuperPan, IperPan e Hardis. Oggi questa realtà vanta 50 punti vendita e oltre 1.200 persone quotidianamente impegnate a dare il meglio ai clienti che la scelgono.

Il primo luglio 2021, dopo un'esperienza ventennale in azienda, supportati da valori come famiglia, miglioramento continuo e lavoro, Francesco Murgia e Silvia Massa hanno preso le redini dell'azienda di famiglia in qualità di Vice Presidente e Amministratore Delegato. Il secondo passaggio generazionale è stato un indimenticabile momento di aggregazione, inclusione e crescita, in cui l'azienda ha celebrato "L'evoluzione nella Tradizione" per promuovere la continuità della Tradizione, l'evoluzione della cultura aziendale e la parità di genere.

"L'evoluzione nella Tradizione"



GRUPPO UNICOMM CONSEGNATE 80 BORSE DI STUDIO AI FIGLI DEI COLLABORATORI DEL GRUPPO CHE SI SONO DISTINTI PER IL MERITO SCOLASTICO

È tornata ad essere celebrata in presenza la tradizionale cerimonia di premiazione dei figli dei collaboratori del Gruppo Unicomm che si sono distinti per il merito scolastico e universitario.

Sono state ben 80 le borse di studio assegnate e, nel corso della cerimonia, le ragazze e i ragazzi hanno ricevuto non solamente l'assegno, ma anche un attestato come segno della volontà del Gruppo di investire sui giovani e sul merito. A ricevere la borsa sono stati i figli delle collaboratrici e dei collaboratori di Unicomm che nell'ultimo anno hanno ottenuto risultati scolastici e universitari di alto profilo. Nell'iniziativa sono state coinvolte tutte le società del Gruppo: degli 80 premiati in totale, 55 sono figli di collaboratori di Unicomm srl, 9 di Arca Spa e 16 di Grandi Magazzini Fioroni (GMF).

**"80 borse di studio consegnate
ai figli dei collaboratori"**



GRUPPO UNICOMM TUTTI I COLLABORATORI ASSICURATI CONTRO I DANNI DA COVID-19

In un contesto in cui la pandemia da Covid-19 non sembra essere ancora superata e i contagi sono tornati a salire, il Gruppo Unicomm ha deciso di rinnovare anche per il 2021 un pacchetto di garanzie e servizi riservato ai 7.500 dipendenti del Gruppo contro i danni causati dal coronavirus.

I collaboratori del Gruppo Unicomm hanno avuto a disposizione una centrale operativa 24h su 24h, tutti i giorni dell'anno per richiedere pareri medici immediati o informazioni sanitarie telefoniche, mentre nei trenta giorni successivi alle dimissioni hanno avuto la possibilità di richiedere la prenotazione di prestazioni sanitarie, il trasporto in autoambulanza dall'ospedale al domicilio, l'assistenza infermieristica specializzata domiciliare e il counseling psicologico. Naturalmente l'assicurazione si aggiunge alle prestazioni del Servizio Sanitario Nazionale a cui tutti i cittadini italiani hanno diritto.

**Pacchetto di garanzie e servizi
contro i danni da Covid-19**

**ALÌ**

SUPPORTA I NEO GENITORI CON UN KIT BEBÈ

Dal 1° gennaio 2021 Alì ha messo a disposizione di tutti i neo genitori un Kit Bebè per festeggiare insieme il lieto evento.

Kit Bebè per festeggiare tutti i neo genitori

**MEGAMARK**

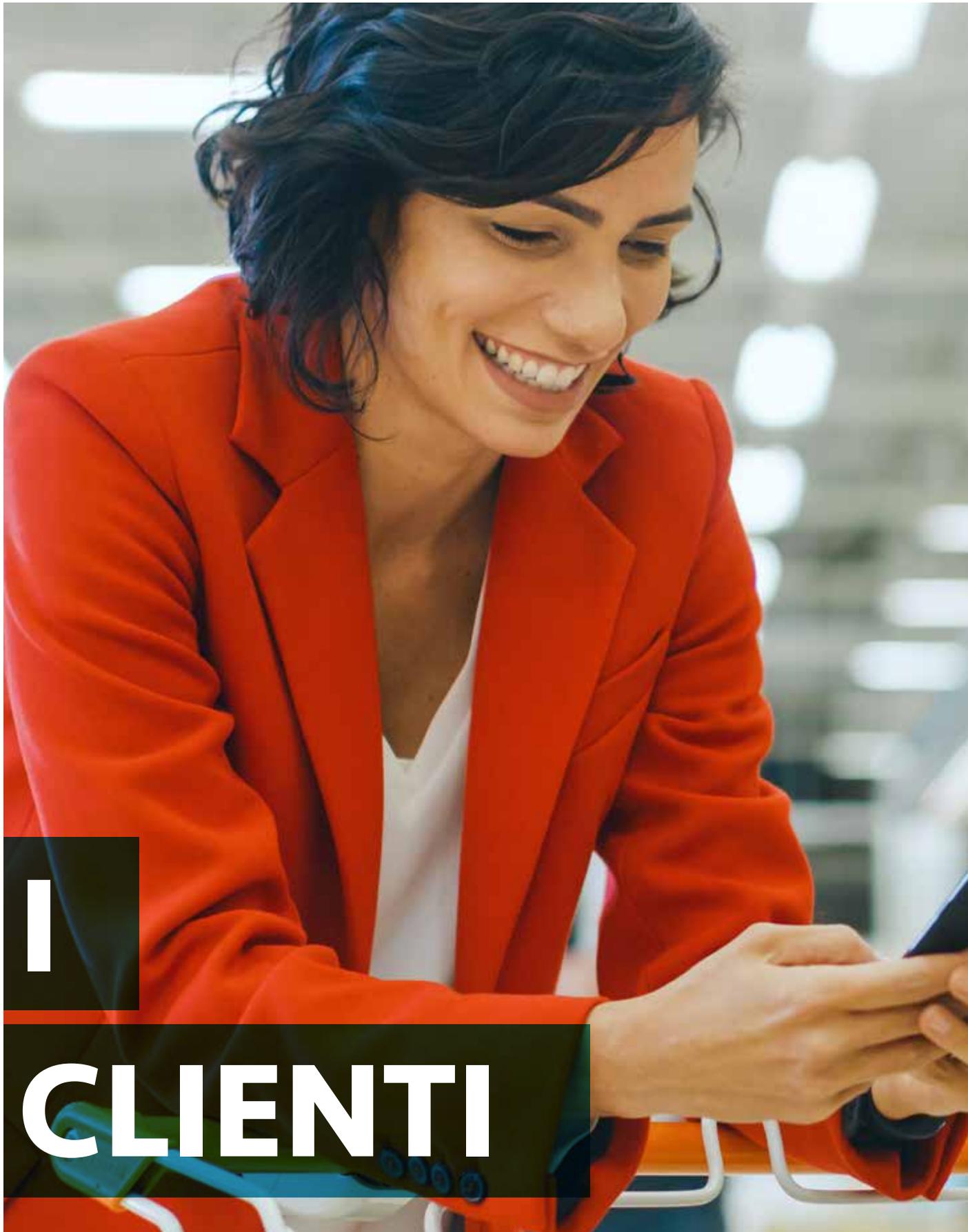
ACCANTO AI NEOGENITORI

Nel 2021 si conferma nuovamente il sostegno di Megamark verso la genitorialità con il progetto "più tempo per le mamme", rivolto alle collaboratrici donne del Gruppo che, attraverso questa iniziativa, possono usufruire di un mese in più di maternità a casa rispetto a quanto previsto dalla normativa vigente, regolarmente retribuito e a carico dell'azienda.

Sempre nell'ambito del sostegno alla genitorialità, si aggiunge un altro progetto, rivolto ai papà del Gruppo, con l'iniziativa "la settimana dei papà", che prevede una settimana di ferie extra per i neo-papà regolarmente retribuita rispetto al totale delle ore di ferie maturate dal collaboratore in questione.

Infine, Megamark eroga a tutti i neo genitori un "bonus bebè": un contributo di 1.000 euro a supporto della famiglia per festeggiare insieme l'arrivo di un nuovo figlio

Sostegno verso la genitorialità con i progetti: "più tempo per le mamme" "la settimana dei papà"



I

CLIENTI



Oltre **8.500**

prodotti delle marche del distributore del Gruppo Selex

1,53 milioni

fatturato alla vendita dei prodotti a marca del distributore del Gruppo Selex

6,17 %

crescita del fatturato per i prodotti a marchio rispetto al 2020

23,5%

crescita dei volumi di vendita registrata su CosìComodo nel 2021

792 milioni

il risparmio generato da Selex verso le famiglie italiane grazie alle attività di promozione

LE MARCHE DEL DISTRIBUTORE DEL GRUPPO SELEX

L'ATTENZIONE AI CLIENTI

LO SVILUPPO DI :
IL CANALE E-COMMERCE DEL GRUPPO

EDUCARE IL CONSUMATORE ALLA SANA ALIMENTAZIONE

LA TUTELA DEL POTERE D'ACQUISTO

INIZIATIVE E PROGETTI - IMPRESE ASSOCIATE

L'ATTENZIONE VERSO LE DONNE

OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE



In questa sezione il Gruppo Selex si impegna a contribuire al raggiungimento dei Sustainable Development Goals numero 2, 12 e 13. Per farlo, il Gruppo Selex e le Imprese Socie:

- ▶ promuovono linee di prodotto MDD attente all'ambiente;
- ▶ si impegnano a comunicare ai propri clienti le informazioni circa i prodotti sugli scaffali, per aiutarli a fare scelte più consapevoli;
- ▶ coinvolgono il consumatore in attività che incentivano il consumo di prodotti sani e prodotti in maniera responsabile;
- ▶ sensibilizzano i propri clienti sulle buone pratiche di consumo sostenibile e sui temi della corretta alimentazione.



LE MARCHE DEL DISTRIBUTORE DEL GRUPPO SELEX

Una prerogativa per il Gruppo Selex e per le sue Imprese Associate è quella di essere al servizio dei propri clienti e consumatori, permettendo alle famiglie del territorio nazionale di scegliere quotidianamente prodotti freschi e di stagione, frutto di una scrupolosa selezione in base ad elevati criteri di qualità e sicurezza definiti in capitolati, periodicamente rivisti e integrati.

L'offerta di prodotti di grandi marche e di marche locali è affiancata dall'assortimento di prodotti a marchio del distributore, frutto di partnership e collaborazioni con diverse eccellenti realtà industriali italiane, scelte sulla base di criteri di qualità e di attenzione al territorio.

Oltre 8.500
i prodotti alimentari e non alimentari
delle marche del distributore del
Gruppo Selex

La proposta del Gruppo Commerciale trova il suo più grande riferimento all'interno delle sue marche del distributore. Con oltre **8.500 prodotti alimentari e non alimentari**, Selex si impegna tutti i giorni per garantire al cliente una proposta affidabile e sicura, ma anche conveniente.

L'esperienza maturata in tutti questi anni ha permesso al Gruppo di godere di enormi successi, come dimostra il **fatturato alla vendita che, nel 2021, è stato di 1,53 milioni di euro**, in costante crescita **(+6,17% rispetto al 2020)**. Le parole d'ordine sono: qualità e sicurezza. I risultati ottenuti sono frutto di un lavoro iniziato alcuni anni fa per elevare ulteriormente la qualità dei prodotti e ampliare gli assortimenti, soprattutto delle linee premium e specialistiche con l'obiettivo di intercettare i nuovi trend di consumo.

La grande varietà di prodotti è il risultato di un lungo processo di differenziazione e di un aggiornamento continuo delle proposte, per rispondere prontamente alle esigenze dei consumatori. Tra le marche del distributore del Gruppo Selex si trovano quelle dedicate al canale Retail e le marche che per qualità e formato sono specifiche per gli operatori dei Cash and Carry.

Fatturato vendite prodotti della marca del distributore del Gruppo Selex (migliaia di euro)

	2021	2020	2019
Retail	1.450	1.379	797
Cash and Carry	82	64	75
Totale	1.532	1.443	872

La **strategia di sostenibilità** per i prodotti a marca del distributore del Gruppo Selex

Il Gruppo Selex ha basato la sua **strategia di sviluppo in termini di sostenibilità su 4 pilastri fondamentali, con l'obiettivo di rendere tutte le marche del distributore Selex sempre più orientate alla sostenibilità:**

4 pilastri fondamentali per sostenere la sostenibilità

- ▶ **Filiera tracciata e trasparente:** Selex richiede ai fornitori di ortofrutta l'iscrizione al protocollo del Lavoro Agricolo di Qualità, o certificazione equivalente, per garantire l'applicazione di una politica equa nei confronti dei dipendenti (si veda il capitolo dedicato "I fornitori"). Abbiamo esteso la certificazione delle condizioni di lavoro a fornitori di vegetali conservati e rossi.
- ▶ **Qualità degli ingredienti:** sono state sostituite in tutti i prodotti alimentari le uova di galline allevate in gabbia con uova di galline allevate a terra ed eliminati i parabeni negli articoli della detergenza. Selex si impegna inoltre a privilegiare per i suoi prodotti materie prime italiane e la riduzione di additivi nelle formulazioni ed eliminazione di microplastiche e opacizzanti.
- ▶ **Packaging:** riduzione degli imballi, utilizzo di monomateriali, preferenza a materiali riciclabili e riciclati. L'obiettivo è immettere meno packaging sul mercato, facilitare lo smaltimento, eliminare i materiali non riciclabili e quindi più inquinanti (si veda approfondimento nel capitolo "Ambiente", paragrafo "I rifiuti").
- ▶ **Educazione alimentare:** Selex sostiene il portale di educazione e sicurezza alimentare Comemangio. it realizzato dall'Università Cattolica di Milano, per sensibilizzare i propri consumatori sulle tematiche della corretta alimentazione.



I nostri prodotti a marchio Selex

I prodotti a marchio Selex sono il risultato di una selezione accurata delle aziende fornitrici; offrono un'ampia scelta nell'area *food&grocery*, nonché varie merceologie non alimentari (lampadine, cartoleria, ecc.).

La verifica puntuale degli standard di produzione e i numerosi controlli garantiscono la qualità e l'alto grado di sicurezza di ogni proposta studiata per il consumatore.

Al marchio "base" Selex si sono affiancate nel corso del tempo diverse linee specialistiche: Saper di Sapori, Natura Chiama Selex, Vivi Bene Selex, Vivi Bene Selex Senza Glutine, Primi Anni Selex, Casa bella Selex, Ego Selex- Beauty Care, Amico Mio Selex e Vegetale 100% Selex.



Numero referenze prodotti a marchio distinti per linea

Prodotti a marchio SELEX	2021	2020	2019
SELEX BASE	2.100	1.960	2.269
SAPER DI SAPORI	207	219	171
NATURA CHIAMA SELEX	468	313	213
VIVI BENE SELEX	79	74	70
VIVI BENE SELEX SENZA GLUTINE	20	20	18
PRIMI ANNI SELEX	44	51	53
CASA BELLA SELEX	240	221	172
EGO SELEX	49	41	39
AMICO MIO SELEX	84	83	81
VEGETALE 100% SELEX	13	13	13
Totale	3.304	2.995	3.099



I prodotti della linea Selex “base” sono oltre 2.000 e comprendono tutto quello che serve, ogni giorno, per la casa e la famiglia.



I prodotti della linea Selex “base” sono oltre 2.000 e comprendono tutto quello che serve, ogni giorno, per la casa e la famiglia. Alimentari freschi, formaggi e latticini, salumi, specialità di gastronomia, pasta, gelati, surgelati, e poi tutti i prodotti di drogheria, i prodotti per l’igiene e la cura del corpo, ma anche per la pulizia della casa, fino agli accessori per la cucina, la tavola e a tanti altri articoli che risolvono le necessità di ogni giorno.

Ognuna delle linee Selex nasce per rispondere a delle esigenze ben precise dei consumatori del Gruppo, assicurando sempre la massima qualità nella ricerca delle materie prime e nella sicurezza dei prodotti offerti.

Tra queste, ad esempio, c’è **SAPER DI SAPORI**, il marchio riservato all’alta qualità e alle tipicità legate al territorio, sotto il quale Selex ha riunito le migliori specialità alimentari. O ancora, **NATURA CHIAMA SELEX**, ricca di prodotti biologici e a filiera controllata. Questa linea, nata per prodotti ortofrutticoli, è entrata anche nel mondo della detergenza con le proposte **Eco**, realizzate con materie prime di origine naturale e biodegradabili, provenienti da fonti rinnovabili e confezionate in flaconi in plastica riciclata.

La certificazione Ecolabel ne garantisce il ridotto impatto ambientale durante l’intero ciclo di vita. Per ridurre il consumo di plastica, ha visto la luce anche una linea Natura Chiama Selex Eco di monouso compostabile, che comprende piatti, bicchieri e posate.

Prodotti a marchio VALE

VALE è la marca del Gruppo adottata nelle aree di sovrapposizione territoriale delle Imprese Associate. Sicurezza e qualità sono i principi fondamentali, i requisiti di questa linea, che propone una scelta di 1.063 prodotti, dagli alimentari alle bevande, agli articoli per l'igiene e la detergenza della persona e della casa, selezionati con cura per cercare di soddisfare le esigenze di tutti.

Tra le linee proposte, **La Natura Vale** è la linea dedicata ai prodotti ottenuti esclusivamente con materie prime da **agricoltura biologica e da prodotti ortofrutticoli di filiera controllata**.

Completa l'assortimento la linea di alta gamma Val Or, i prodotti salutistici sotto il marchio Star Bene Vale e i prodotti dedicati ai nostri amici animali con il marchio Stare Insieme Vale.



Numero referenze prodotti a marchio distinti per linea

Prodotti a marchio Vale	2021	2020	2019
VALE BASE	826	882	887
VALE VAL OR	55	55	53
LA NATURA VALE	128	131	100
STAR BENE VALE	15	9	8
STARE INSIEME VALE	39	36	15
Totale	1.063	1.113	1.063



Prodotti a marchio **IL GIGANTE**

Con oltre 1.200 prodotti, la linea il Gigante nasce con l'obiettivo di selezionare il meglio della produzione alimentare italiana ed internazionale ed offrirla ai clienti a prezzi vantaggiosi. Attraverso la costante ricerca dei nostri esperti, ogni giorno si arricchisce la gamma di prodotti alimentari di alta qualità, ricchi di tradizione, di gusto e di passione per il territorio.



Prodotti a marchio **CONSILIA**

Con oltre 2000 prodotti, da quelli freschi a quelli confezionati, dalla cura per il corpo alla pulizia della casa, Consilia propone un assortimento completo in costante espansione.

Il punto di forza della marca è l'incremento di prodotti BIO: dai detersivi ecologici, realizzati con materie prime solo vegetali e biodegradabili e confezionati in plastica riciclata, ai detersivi per la persona, della linea Consilia BIO, priva di PEG, siliconi e coloranti artificiali. Tutti questi prodotti vantano le certificazioni AIAB Bio Eco Cosmesi e VeganOK.

I prodotti Consilia si possono trovare in più di 600 punti vendita dei negozi Cadoro, Ce.Di.Gross, Gulliver, Italmark, Family Market, Oasi, Tigre e Tigre Amico.



Numero referenze prodotti a marchio distinti **per linea**

Prodotti a marchio CONSILIA	2021
Consilia base	1.809
Consilia Optima	167
Primi prezzi	236
TOTALE	2.212



Prodotti a marchio SÙ e VANTO

Sù è il marchio che contraddistingue la linea di alimentari che, per qualità e formato, rispondono alle esigenze della ristorazione. Quasi 400 prodotti dall'ottimo rapporto qualità-prezzo e dall'elevato contenuto di servizio. La linea Vanto è composta da articoli per la detergenza studiati per la clientela professionale.



Numero referenze prodotti a marchio distinti per linea

Prodotti a marchio C+C	2021	2020	2019
Prodotti SÙ	389	347	385
Prodotti Vanto	213	252	237
TOTALE	602	599	622

Gli altri prodotti a marchio



Numero referenze prodotti a marchio distinti per linea

Prodotti a marchio DI FANTASIA	2021	2020	2019
HAPPY DI	61	72	64
ARMONIA & BENESSERE	95	88	82
CASAXCASA	33	33	33
LE VIE DELL'UVA	71	68	71
LA BONTÀ DEL PASTICCIERE	9	9	10
STORIE DI GASTRONOMIA	17	16	12
TOTALE	286	286	272

L'ATTENZIONE AI CLIENTI

Garantire **prodotti eccellenti**

Per assicurare prodotti eccellenti ed un servizio rigoroso, il **Servizio Controllo Qualità** svolge puntuali verifiche, con annesse attività di audit sui fornitori e analisi sui prodotti. **Almeno una volta l'anno, infatti, oltre l'80% dei prodotti alimentari è sottoposto a scrupolosi controlli con oltre 30.000 parametri analitici.**

In caso di segnalazioni di non conformità, il **Customer Care** del Gruppo Selex prende tempestivamente in carico le richieste e attiva le procedure interne ideali alla risoluzione dei problemi in concerto con i fornitori.

Oltre a questo, Selex, grazie al supporto di un'azienda specializzata, ha sviluppato un sistema di comunicazione diretto con i propri consumatori e di **raccolta continua di nuovi feedback dall'esterno**. Grazie a questa attività, il Gruppo ha la possibilità di cogliere importanti spunti di riflessione e, di conseguenza, migliorare sempre di più l'offerta dei prodotti sui propri scaffali. Con una frequenza periodica, gli articoli sono sottoposti al giudizio di un panel rappresentativo di consumatori.



La **comunicazione con il consumatore**

Per rispondere sempre meglio alle attese della clientela, per Selex è importante non solo prestare la massima cura alle attività di **ascolto** dei propri consumatori, ma anche quella di anticipare le possibili richieste delle famiglie tramite una **comunicazione chiara e trasparente**.

Da diversi anni Selex progetta e sviluppa efficaci strumenti di **ascolto e comunicazione con il cliente**, integrando gli innovativi canali digitali offerti dalle nuove tecnologie con le modalità più "tradizionali" di contatto, richieste e preferite ancora da molti consumatori.

Il **Contact Center** gestisce tutti i canali di contatto diretto con i consumatori. Questo strumento è composto da un numero verde dedicato alle sole marche commerciali e da una pluralità di siti web attraverso cui è possibile far pervenire domande e richieste relative ai punti vendita.

In affiancamento a questo vi sono i **social network**: Twitter, Instagram e Facebook dove è possibile parlare e ascoltare in tempo reale i clienti e i consumatori, prendendo in carica rapidamente tutte le segnalazioni e LinkedIn attraverso il quale il Gruppo si rivolge al mondo dei professionisti. Questa differenziazione degli strumenti permettono al Gruppo di tracciare tutte le richieste, di rispondere con tempismo alle domande dei consumatori e di analizzare i dati raccolti secondo varie direttrici (per prodotto, per punto vendita, per cliente).

Oltre a questi, alcune Imprese del Gruppo svolgono periodiche **indagini di Customer Satisfaction** per valutare se le iniziative adottate nel corso dell'anno abbiano saputo ottenere l'approvazione della clientela.

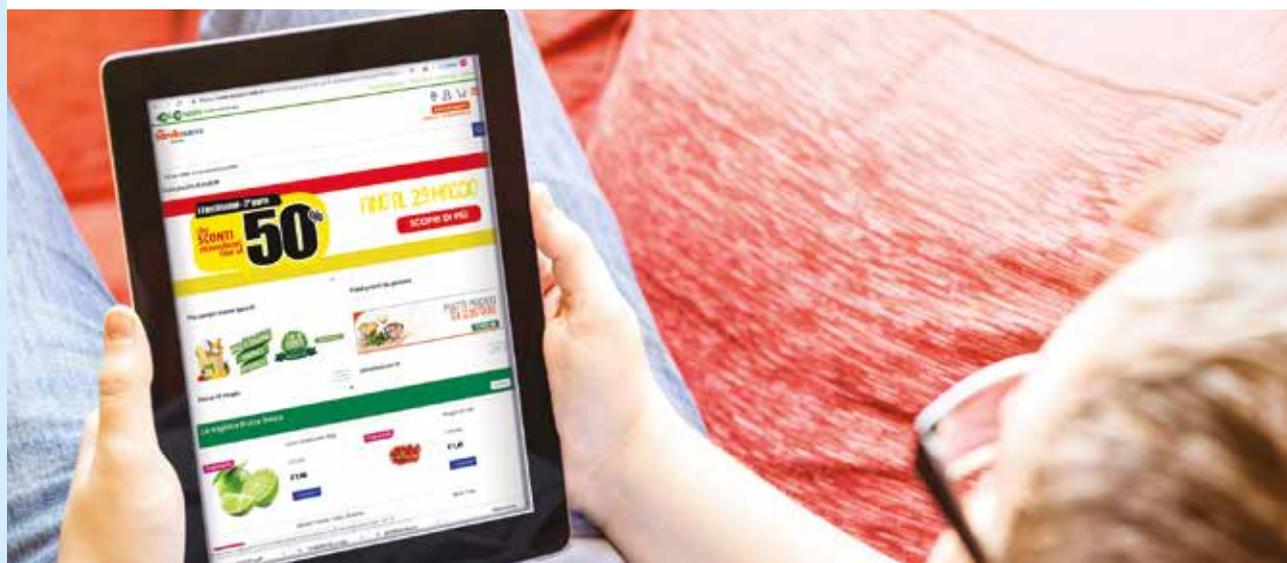
LO SVILUPPO DI COSÌCOMODO: IL CANALE E-COMMERCE DEL GRUPPO



La spesa online

102

I negozi attivi con il servizio di ritiro e drive



CosìComodo è il **progetto di eCommerce** del Gruppo. Con un pilota partito nel 2016, nel corso degli anni si è rapidamente evoluto raccogliendo allo stato attuale l'offerta online di sette Insegne, tra supermercati e ipermercati, affiancando al più tradizionale servizio clicca & ritira anche la consegna a domicilio.

I negozi attivi con il servizio di ritiro drive in negozio sono 102, mentre i CAP serviti in modalità "a casa" sono oltre 500.

L'esperienza ha reso estremamente performante CosìComodo. Il suo successo è stato consolidato anche da continui investimenti evolutivi, capaci di creare un **ecosistema tecnologico di alto livello** che governa tutti i processi operativi: l'acquisizione dell'ordine, la preparazione e la consegna al Cliente.

L'apprezzamento dei clienti si è tradotto in un **costante incremento nella fedeltà all'utilizzo del servizio**. Il 2020, con l'emergenza Covid, ha rappresentato un importante banco di prova che ha registrato un **aumento esponenziale delle richieste**, realizzando una **crescita dei volumi del 280% con punte del 400% durante il lockdown**.

L'**andamento positivo si è confermato anche nel 2021**, a testimonianza del **gradimento del servizio da parte della clientela**, con quote crescenti di adozione del servizio di consegna a domicilio. L'anno si è concluso con una **ulteriore crescita del 23,5%**. Un ruolo importante nella crescita lo ha svolto la APP, lanciata a marzo 2021, che in pochi mesi è arrivata a raccogliere oltre il 40% degli ordini online.



I progetti lanciati e conclusi nel 2021

★ Nuova Home Page CosìComodo	★ Lotteria degli Scontrini	★ Lancio Applicazione CosìComodo	★ Servizio di picking semplificato	★ Evolutive sullo strumento di consegna per ultimo miglio	★ Adeguamento delle infrastrutture per gestire traffico sempre crescente
★ Applicativo per la gestione dell'Ordine Telefonico	★ Nuove funzionalità per accelerare l'operatività dei fruitori del sistema di Picking	★ Check-in in Store con Applicazione	★ Pagamento online con Satsipay	★ Notifiche di prossima Consegna Home Delivery	★ Estensione Supporto Applicativo serali e festivi
★ Magazzino e-commerce (Darkstore)	★ Adeguamento nuovi algoritmi SEO	★ Integrazione Corriere Shopopop	★ Evolutive UX e UI del sito (1° wave)	★ Pagamento alla consegna con il servizio Home Delivery	★ Autonomia nella gestione dei pagamenti da parte del singolo punto cassa
★ Evolutive sul sito e applicativi operation (2° wave)	★ Piattaforma di Business Intelligence	☆ Tool di A/B Test per UX e Comunicazione	☆ Adeguamento GDPR ed evolutive per prevenire data breach		

★ Progetti rilasciati

☆ Progetti in sviluppo

Importanti **novità** sono già **in fase di sperimentazione per il 2022**, tra cui l'evoluzione della piattaforma e-commerce, la revisione del processo di modifica degli ordini che permette di effettuare delle modifiche fino a pochi momenti prima della preparazione, investimenti in sicurezza informatica, la semplificazione delle modalità di pagamento online e, infine, studi di nuovi modelli operativi per effettuare le consegne più velocemente.

EDUCARE IL CONSUMATORE ALLA SANA ALIMENTAZIONE



Il portale che promuove l'educazione alimentare



Educare le persone sull'alimentazione è fondamentale nell'ottica di sviluppare uno stile di consumo responsabile, che tiene conto degli impatti prodotti dalla filiera. Per promuovere la sana alimentazione tra i consumatori, è necessario far comprendere in che modo nutrirsi correttamente e **quali sono i benefici** che questo apporta all'organismo.

È in questa direzione che va il progetto **"Comemangio.it"**, lanciato nel 2020 da Gruppo Selex in collaborazione con l'Università Cattolica del Sacro Cuore, con l'obiettivo di **aiutare il cliente a conoscere meglio il rapporto tra cibo e benessere**, attraverso un servizio di informazione completo.

Comemangio.it **coinvolge docenti, studenti ed è aggiornata con rigore scientifico da parte di un comitato ad hoc**, formato da **ricercatori esperti** e da ricercatori più giovani del settore.

Nel 2021 è stata portata avanti l'attività editoriale all'interno della sezione **"News"**, all'interno della quale i consumatori possono trovare **diverse rubriche costantemente aggiornate**, con una frequenza di due volte al mese. All'interno di questa sezione è possibile trovare tante curiosità sulla frutta e sulla verdura di stagione, le ricorrenze e le giornate mondiali collegate al cibo, i falsi miti legati al mondo della sana alimentazione e tanti utili consigli per tutti i giorni per aiutare a ridurre gli sprechi in cucina.

Inoltre, nel corso del 2021, Comemangio.it è stato al centro di un **contest** lanciato tra gli studenti e le studentesse del **Master in Ristorazione Sostenibile** dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza. Tra porzioni corrette, pasti perfetti, lo spreco alimentare e la sostenibilità nella ristorazione, i 12 studenti e studentesse partecipanti hanno dato prova delle loro writing skills e hanno avuto un mese di tempo per sottoporre il loro migliore articolo sull'educazione alimentare ai docenti supervisor. L'evento finale del contest **"Comemangio.it"** si è tenuto il 7 giugno al Campus S. Monica di Cremona e ha visto la premiazione dei 3 migliori articoli.

LA TUTELA DEL POTERE D'ACQUISTO

Il nostro rapporto qualità - prezzo

L'ottimo rapporto qualità-prezzo dei prodotti a marca del distributore è il modo in cui noi esprimiamo la vicinanza alle famiglie da parte di Selex, soprattutto nel complesso contesto economico di questi anni.

L'offerta di prodotti convenienti, sicuri e di qualità assicura ai clienti un sensibile risparmio sulla spesa quotidiana. Le iniziative promozionali sui prodotti di marca rivestono un ruolo centrale tramite la proposta di importanti sconti. **Nello specifico, le offerte e le proposte promozionali del Gruppo durante l'anno 2021 hanno permesso un risparmio di oltre 790 milioni di euro ai clienti.** Nel 2021 Selex ha contribuito al risparmio delle famiglie per un valore pari al **55,75% in più** rispetto a quello del 2020.

Un altro importante indicatore che misura l'impegno nella tutela del potere d'acquisto della clientela è la pressione promozionale, ossia l'incidenza dei prodotti venduti in promozione sul totale delle vendite.

La pressione promozionale nel 2021 è stata pari al 27%.

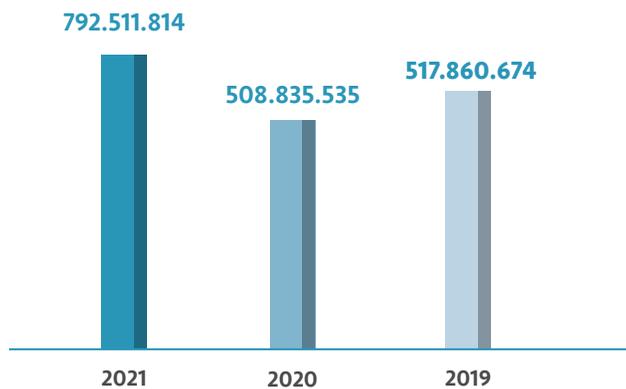
55,75%

risparmio delle famiglie rispetto al 2020

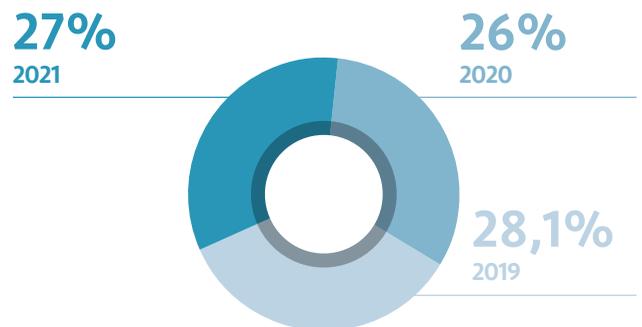


La convenienza in numeri

Risparmio delle famiglie italiane
2019 - 2021 (in euro)



Pressione promozionale
(in %)



INIZIATIVE E PROGETTI

Imprese Associate



ALÌ

LANCIATO IL PRIMO ALLESTIMENTO PERMANENTE NEL SETTORE ORTOFRUTTA DELLA GDO

Il 13 aprile 2021 ha avuto inizio, in 5 store localizzati tra Padova e Bologna, il progetto innovativo realizzato da Dole Italia e Alì, che consiste in un allestimento permanente dedicato alle Banane RFA Dole WeLoveNature. Un progetto unico e mai realizzato nell'area dell'ortofrutta e nato grazie ad una stretta collaborazione tra il noto player di frutta fresca premium quality e il retailer Alì.

Le installazioni, di forte impatto visivo e frutto di una gestione degli spazi inedita, hanno l'obiettivo di raccontare ai clienti dei punti vendita il significato e tutto il mondo valoriale racchiuso nelle banane Dole di origine sostenibile certificate Rainforest Alliance (RFA) e prodotte per il brand WeLoveNature di Alì. Tutto ciò attraverso pannelli realizzati in canne di bambù e, dunque, con un forte richiamo alle calde aree tropicali dove le banane Dole nascono. Un impegno tangibile, dunque, a sostegno dell'ambiente e dei lavoratori nelle terre di coltivazione dei prodotti, all'insegna di una trasparenza totale, chiara ed immediata e volta a creare una esperienza di acquisto da parte del consumatore nuova, emozionante e consapevole.

Allestimento permanente dedicato alle Banane RFA Dole WeLoveNature



ALÌ

WE LOVE PEOPLE

Il progetto We Love People, nato nel 2011 dalla volontà di tendere la mano a tutte quelle realtà associative impegnate a migliorare la vita del territorio, rispondendo ai più svariati bisogni sociali, riporta i clienti al centro, consentendo, in modo democratico di esprimere la loro voce. Periodicamente l'azienda mette a disposizione 1.000€ che vengono ripartiti tra le associazioni meritevoli dei territori afferenti ai punti vendita in cui il progetto di promozione sociale è attivo. Il progetto ha permesso a 1.983 associazioni di beneficiare del contributo di Alì che, al 31.12.2021 ammonta a 676.000 euro.

1.983 associazioni hanno beneficiare del contributo di Alì



sociale/persona



cultura/ricerca



acquisto/prodotti



sanità/covid-19



ambiente/sostenibilità

**DIMAR****COMUNICARE LA SOSTENIBILITA' AI PROPRI CLIENTI**

Sui siti mymercato.it e dimar.it è stato appositamente creato il nuovo capitolo sulla sostenibilità, all'interno del quale Dimar ha inserito tutti i progetti e le iniziative svolte durante l'anno precedente sui temi della responsabilità sociale e ambientale. Accanto ai progetti, Dimar si è impegnata a raccogliere e pubblicare KPI e dati quantitativi all'interno del proprio "Rapporto annuale sulla sostenibilità", pubblicato in formato integrale sul proprio sito. Anche sui social sono stati strutturati una serie di post specificatamente dedicati ai progetti RSI, per rendere il consumatore sempre aggiornato dello sviluppo sostenibile che Dimar sta perseguendo con grande impegno.

Rendere il consumatore sempre aggiornato dello sviluppo sostenibile

**GMF e UNICOMM****RISPONDERE ALLE ESIGENZE DI ALCUNE PARTICOLARI CATEGORIE DI CONSUMATORI**

In alcuni Supermercati del Gruppo GMF e di Unicomm vengono proposti dei giorni dedicati agli sconti per alcune fasce di consumatori: il martedì, ad esempio, è il giorno in cui i clienti con più di 65 anni di età possono usufruire di uno sconto pari al 10% del totale mostrando la carta Argento, mentre il mercoledì spetta agli studenti universitari muniti della carta studenti.

Giorni dedicati agli sconti per alcune fasce di consumatori

**GRUPPO UNICOMM
ORA BLU**

Il Gruppo Unicomm porta avanti il prezioso progetto "Ora Blu", che si pone l'obiettivo di sensibilizzare i propri clienti e aumentare la conoscenza rispetto al fenomeno dell'autismo. L'iniziativa è dedicata alle persone con disturbo dello spettro autistico e prevede che, dalle 14:00 alle 16:00 dell'ultimo martedì di ogni mese, vengano abbassate le luci, eliminata la musica ed ogni suono, fra cui quello degli annunci degli altoparlanti e il segnale acustico alle casse, con lo scopo di creare un ambiente meno stressante per i clienti sensorialmente più sensibili.

Grazie all'ora blu tante persone hanno compreso in maniera più profonda la realtà dell'autismo, ormai da molti anni in progressivo aumento ma ancor oggi poco conosciuta dalla totalità della popolazione.

Grazie all'ora blu tante persone hanno compreso in maniera più profonda la realtà dell'autismo





GMF e UNICOMM
MEGLIO UN GRANDE SCONTO
CHE UN GRANDE SPRECO

Durante il 2021, GMF e Unicommm hanno condotto all'interno dei propri punti vendita una serie di iniziative volte a sensibilizzare maggiormente i propri clienti sul tema dello spreco alimentare e, di conseguenza, incentivare ad una spesa consapevole.

Il progetto "Meglio un grande sconto che un grande spreco" prevede l'applicazione del 50% di sconto sui prodotti freschissimi e cotti di giornata al banco Gastronomia.

"Meglio un grande sconto che un grande spreco"



ITALBRIX
CONOSCERE LE ESIGENZE DEI
PROPRI CONSUMATORI

Per tenere monitorato il livello di soddisfazione dei propri clienti e conoscere le esigenze del mercato, nel 2021 Italbrix ha svolto insieme ad un partner esterno un'indagine di *customer satisfaction*, processo volto a rilevare il grado di soddisfazione dei propri clienti nell'ottica del miglioramento del prodotto e del servizio offerto.

Rilevare il grado di
soddisfazione dei propri clienti



MAGAZZINI GABRIELLI VERSO LA DIGITALIZZAZIONE DEI SERVIZI AL CLIENTE

Il CRM, acronimo di *Customer Relationship Management*, è una gamma di attività di natura commerciale e comunicativa che contribuiscono ad un decisivo miglioramento dei rapporti con i clienti e – di conseguenza – della loro fedeltà nei confronti del brand.

Attraverso una strategia ben sviluppata, Magazzini Gabrielli ha messo in atto una serie di iniziative di “Marketing ONE to ONE” nei confronti della propria clientela. Insieme alle tradizionali offerte promozionali dedicate ai possessori di carta fedeltà sono stati attivati degli sconti “confezionati” studiati per ogni singolo cliente, frutto di un’analisi del comportamento di acquisto e abitudini di spesa del possessore della carta.

Inoltre, la Magazzini Gabrielli, al fine di migliorare l’esperienza del cliente, ha lanciato una nuova APP OasiTigre che permette di sottoscrivere la carta in formato digitale con la possibilità di usufruire di servizi quali: la consultazione di volantini, orari e servizi dei punti vendita e catalogo premi, creazione della propria lista della spesa, salvare e dematerializzare le nostre Gift Card e buoni sconto.

Attività commerciale e comunicativa che contribuisce ad un decisivo miglioramento dei rapporti con i clienti



SUPEREMME INNOVAZIONE DI REPARTO

Superemme si rinnova costantemente per proporre ai suoi clienti un’offerta sempre più innovativa, sostenibile e vicina alla tradizione isolana. Grazie al nuovo Progetto di Comunicazione dei Reparti Freschi, accanto all’Etichetta del prezzo, i clienti trovano l’indicazione delle caratteristiche organolettiche del prodotto (biologico, vegano, sardo, senza glutine, freefrom, etc.) al fine della maggior consapevolezza, responsabilità e autodeterminazione.

Anche al fine della sostenibilità ambientale, nel 2021, Superemme ha implementato le Etichette Elettroniche in diversi Punti di Vendita, ha lanciato l’App Supermercati Pan e ha dematerializzato le Fidelity card, accompagnando anche i propri clienti in un percorso sempre più autenticamente green. Superemme sposa proattivamente tutti quei progetti che consentono di accrescere l’innovazione tecnologica nel Punto Vendita, migliorare la comunicazione con i clienti e ridurre i materiali di consumo.

Proporre ai clienti un’offerta sempre più innovativa, sostenibile e vicina alla tradizione isolana





SUPEREMME SUPEREMME È "VICINO A TE"

Nel 2021, con il Progetto "Vicino a te", Superemme ha sostenuto oltre 15 Associazioni in ambito salute, sport, scuola e famiglia, infanzia e adolescenza a rischio, donne e bambini vittime di abuso, clownterapia negli ospedali, animali, famiglie che non possono avere figli e giovani con disabilità intellettive.

Superemme ha coinvolto nel progetto i propri clienti che, secondo la propria sensibilità, al momento del pagamento in cassa, per qualsiasi importo speso, hanno ricevuto un gettone da utilizzare per esprimere la propria preferenza rispetto ad uno dei progetti selezionati dal Comune di appartenenza del Punto di Vendita. Superemme ha poi ripartito i contributi ai progetti secondo le preferenze espresse dai propri clienti.

Progetto "Vicino a te"





L'ATTENZIONE VERSO LE **DONNE**

DIMAR SENSIBILIZZARE I CLIENTI SU TEMATICHE IMPORTANTI, COME LA VIOLENZA SULLE DONNE

A novembre 2021 Dimar ha messo in atto un'iniziativa di sensibilizzazione dei propri clienti sul tema della lotta contro la violenza sulle donne, attraverso la creazione di locandine, coupon e messaggi su scontrini.

Dimar ha scelto il mese di novembre proprio per onorare la giornata del 25 novembre, Giornata Internazionale contro la violenza sulle donne, promossa, nel 1999, dall'ONU. Questa iniziativa è nata per ricordare la collega di uno dei punti vendita del Gruppo, vittima dell'ennesimo caso di femminicidio.

Convinti di quanto possa essere determinante l'impegno attivo di tutti i Cittadini, Dimar ha fatto del tema della violenza di genere una questione di civiltà e di democrazia, impegnandosi a promuovere una cultura rivolta al rispetto dell'altro e un reale cambiamento.



IL TERRITORIO E LA COMUNITÀ

2 SCONFIGGERE LA FAME



4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ



9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE



10 RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE



6,3 milioni di euro

risorse investite nel 2021 per sostenere iniziative sul territorio

13.909 i pasti salvati

grazie all'adesione di alcune Imprese Socie al programma "**Too Good to Go**"

514.686 kg di prodotti

donati grazie all'adesione alla Colletta Alimentare nel 2021

58.000 euro

Il sostegno del Gruppo Selex verso Airc con le "**arance rosse per la ricerca**"

DALLA PARTE DELLE COMUNITÀ

INIZIATIVE E PROGETTI - IMPRESE ASSOCIATE

L'ATTENZIONE VERSO LE DONNE

OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE



In questa sezione il Gruppo Selex si impegna a contribuire al raggiungimento dei Sustainable Development Goals numero 2,4,9 e 10. Per farlo, il Gruppo Selex e le Imprese Socie:

- ▶ partecipano a programmi di redistribuzione delle eccedenze alimentari e di donazione del cibo per i più bisognosi;
- ▶ promuovono la valorizzazione dei prodotti del territorio e dei fornitori locali;
- ▶ collaborano con associazioni sparse sul territorio per aiutare la comunità dei più svantaggiati;
- ▶ investono nel futuro delle giovani generazioni, collaborando con diverse scuole e enti culturali;
- ▶ collaborano con svariati partner per aiutare le categorie sociali più svantaggiate;
- ▶ si impegnano sul versante dell'innovazione, sostenendo la ricerca scientifica nazionale.





DALLA PARTE DELLE COMUNITÀ

La responsabilità sociale per Selex per le singole Imprese Socie ha da sempre un ruolo di grande rilevanza e di grande valore nello sviluppo e nella crescita dell'intero Gruppo. Parlare di inclusione sociale significa parlare della vicinanza al territorio in cui ciascuna Impresa opera, significa saper ascoltare le esigenze del proprio territorio e dei cittadini che ci abitano.

Considerando il profondo legame che lega le singole Associate ai propri consumatori, è inevitabile che il Gruppo Selex ponga l'impegno alla comunità locale come uno dei pilastri più importanti su cui investire risorse e dedicare nuove progettualità.

Nel 2021 il Gruppo Selex ha proseguito con crescente convinzione il proprio percorso di impegno sui temi della responsabilità sociale, sviluppando **numerose iniziative a livello nazionale e locale**.

In particolare, nel corso del 2021 Gruppo Selex, all'interno del **percorso di formazione RSI** che coinvolge tutte e 18 le sue Imprese Associate, ha dedicato un **approfondimento particolare sui temi relativi a "gli interventi nella comunità locale"**, con l'obiettivo di individuare non solo per la Centrale, ma per tutte le singole Imprese Associate una metodologia vincente, in grado di individuare e selezionare gli ambiti di intervento nella comunità che sono più coerenti con la mission aziendale e che possano portare un **impatto positivo sulla società e sul territorio circostanti**.

Con il sostegno di ALTIS - Università Cattolica e grazie alla partecipazione di tutte le Imprese Associate del Gruppo, è stato possibile dapprima selezionare gli ambiti di intervento prioritari rispetto ai quali intervenire e, successivamente, individuare delle iniziative e delle progettualità specifiche che potessero aumentare l'impatto positivo sul territorio nazionale all'interno di una strategia di medio-lungo termine.

Il percorso di formazione ha permesso a Selex di arrivare alla definizione di una **policy "interventi nella comunità"**.

Grazie al percorso svolto, ogni Socio ha avuto modo di **riflettere sui bisogni reali della comunità in cui opera**, su quali siano le proprie capacità per sviluppare attività e sinergie locali, con l'obiettivo di mettere le relazioni al centro del proprio agire.

Nel 2021 le Insegne Associate⁴ al Gruppo Selex hanno investito risorse per sostenere iniziative sul territorio per un valore totale di 6.298.065 euro, a supporto di enti del Terzo Settore per attività sociali, sportive e culturali.

In collaborazione con organizzazioni e realtà territoriali, il Gruppo e le Imprese Socie supportano la collettività con la partecipazione diretta a **progetti che creano valore condiviso**, dalle partnership, alle donazioni economiche e di prodotti, passando per attività filantropiche come il sostegno alle scuole, alle associazioni di volontariato o alla ricerca medica.

Nel 2021, come illustrato di seguito, sono molti i progetti che sono stati sviluppati da parte della Centrale Selex a cui hanno aderito le singole Imprese Associate.

⁴ Le aziende che hanno fornito il dato sulle donazioni e sponsorizzazioni effettuate nel 2021 sono 12 su 18.



Il sostegno alle scuole e alla sostenibilità con
TUTTI PER LA SCUOLA



5.870

istituti scolastici che hanno aderito al programma

1.440

numero di attrezzature donate agli istituti iscritti nel 2021

Biblioteca	2
Informatica e multimediale	94
Scienze e geografia	56
Tutto per la classe	236
Laboratori	291
Cancelleria	725
Gioco e sport	36

VAI SU
TUTTIPERLASCUOLA.IT

Per il nono anno di fila, il Gruppo Selex ha rinnovato l'iniziativa "Tutti per la scuola", un progetto rivolto alle scuole dell'infanzia e alle scuole primarie paritarie e pubbliche di tutta Italia.

Il progetto nasce per aiutare le scuole a trovare una soluzione alternativa alla mancanza la disponibilità di materiali didattici a causa dei tagli che si ripercuotono sulla "cassetta degli attrezzi" degli insegnanti.

Grazie ai punti fedeltà donati dai clienti dei supermercati delle diverse insegne del Gruppo, le scuole possono scegliere e ricevere gratuitamente i materiali didattici, di consumo e tante interessanti proposte educative da un catalogo dedicato e studiato per andare incontro ai desideri dei piccoli alunni contribuendo, al tempo stesso, alle richieste di scuola e famiglie.

Per tenere sempre viva l'attenzione su questa utile iniziativa, il progetto si arricchisce ogni anno di interessanti proposte ludico-educative.



Nel 2020, “Tutti per la scuola” aveva lanciato il progetto **“La banda dei virus”**, per aiutare i più piccoli a comprendere cosa siano i virus, come la ricerca scientifica possa aiutare a difendersi e come ognuno di loro, con i propri gesti, può fare la differenza.

A partire dal 2021, è stato promosso un nuovo progetto educativo, chiamato **“Happy Green School”** e dedicato alle scuole primarie di tutta Italia per l’anno scolastico 2021/2022. Questa iniziativa ha sviluppato un percorso dedicato all’educazione sulla sostenibilità nelle scuole legato ad **un contest per le classi**, che ha attivato i bambini e le loro famiglie per realizzare un progetto di **scuola sostenibile per il futuro**.

**HAPPY
GREEN
SCHOOL**

Le scuole hanno avuto la possibilità di iscriversi al progetto raccontando la loro visione di sostenibilità con progetti concretamente realizzabili all’interno del loro edificio scolastico, una lista di strumenti necessari e una previsione di budget per realizzare il progetto. I progetti più virtuosi sono stati selezionati nel corso del 2022 da una giuria e i progetti dei vincitori saranno finanziati da Selex. I risultati saranno comunicati nel prossimo Bilancio.

Inoltre, attraverso la **piattaforma online** di “Happy Green School”, pensata per essere consultabile in classe con la LIM o un PC, le classi hanno scoperto i **4 elementi della Natura**: acqua, aria, terra e fuoco scoprire le curiosità, riflettere sulla loro importanza nell’ambiente e come essi siano esempi perfetti di sostenibilità circolare. Infine, sono stati affrontati anche temi sugli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell’Agenda 2030**, per insegnare anche ai più piccoli come piccoli gesti quotidiani possano contribuire ad uno sviluppo sostenibile.





Too Good To Go

Contro lo spreco alimentare per contrastare il cambiamento climatico

Too Good To Go

6,5 milioni

Magic Box
vendute in Italia

3 milioni di Kg

riduzione di emissioni CO₂
tramite la vendita di 1.215.000 Magic Box



Da marzo 2019 a marzo 2022, Too Good To Go, l'app numero 1 contro lo spreco alimentare, ha raggiunto traguardi importanti, con la conquista di **cinque milioni e mezzo di utenti e sei milioni e mezzo di Magic Box vendute** in tutto il Paese.

Le Magic Box altro non sono che box contenenti prodotti freschi, ma non più vendibili, come ad esempio prodotti di gastronomia o panetteria che i supermercati preparano freschi ogni giorno e che la sera sono ancora invenduti, oppure prodotti confezionati con packaging rovinati: alimenti, quindi, che andrebbero sprecati a fine giornata. Il consumatore può scegliere tra le Magic box di prodotti disponibili, in tre taglie; le box verranno poi composte dal

punto vendita a fine giornata con i prodotti invenduti, senza conoscere prima quali prodotti verranno inseriti e potranno essere ritirate all'orario indicato.

Quello di Too Good To Go è un modello virtuoso, che fino ad oggi ha permesso ai partner appartenenti al settore della Grande Distribuzione Organizzata di **evitare l'emissione nell'ambiente di oltre 3 milioni di kg di CO₂ tramite la vendita di 1.215.000 Magic Box.**

Fra le realtà che si sono unite alla mission anti-spreco dell'app vi sono le insegne **Famila, Gala Supermercati, Mercatò, Sole365, Tigre e Dok.**



Le insegne associate	2021 ⁵		
	Store sull'App	Pasti salvati (magic box vendute)	CO ₂ Risparmiata ⁶ (kg)
SELEX GRUPPO COMMERCIALE	39	13.909	34.774
di cui: MERCATÒ	2	96	240
di cui: TIGRE	27	7.235	18.088
di cui: GALA	2	1.127	2.818
di cui: FAMILA	2	3.778	9.445
di cui: SOLE 365	5	1.595	3.988
di cui: DOK	1	78	195



⁵ I dati indicati all'interno della tabella provengono dal report di Too Good To Go e fanno riferimento al periodo 1.1.2021 - 30.04.2022. All'interno della tabella, dunque, rientra anche il primo trimestre del 2022.

⁶ Come specificato da Too Good To Go all'interno del report riassuntivo: 1 Magic Box venduta = 2,5 kg di CO₂e recuperati. Il metodo di calcolo adottato è quello della Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) nell'ambito della ricerca Food wastage footprint - Impacts on natural resources (2013).



Promuovere un gesto di dono e di condivisione con
LA COLLETTA ALIMENTARE

514.686 kg

prodotti alimentari raccolti



Anche per il 2021 Selex ha continuato la collaborazione con Banco Alimentare che promuove il recupero delle eccedenze alimentari e la redistribuzione alle strutture caritative che sostengono le persone in difficoltà.

Solo nel 2021 Banco Alimentare è riuscito a raccogliere 126.235 tonnellate di cibo, donandole a 7.612 strutture caritative e oltre 1 milione e 600 mila persone bisognose su tutto il territorio italiano.

Oltre 650 punti di vendita della rete Selex hanno aderito alla Giornata della Colletta Alimentare, il più partecipativo evento di solidarietà promosso da Banco Alimentare e reso possibile solo grazie al contributo e al coinvolgimento dei clienti del Gruppo in una maratona di generosità.

Nel 2021 sono stati 674 i punti vendita delle imprese del Gruppo che hanno aderito alla Giornata Nazionale della Colletta Alimentare, raccogliendo 514.686 kg di prodotti alimentari per un valore complessivo di circa 2.570.000 euro.

	2021	2020 ⁷	2019
Punti vendita aderenti alla colletta di Banco Alimentare	674	855	1.001
Prodotti donati (kg)	514.686	260.007	744.876
Valore stimato delle donazioni (Euro)	2.570.000	545.123	2.4 mio

Fonte: Fondazione Banco Alimentare

⁷Nel 2020 i numeri sono inferiori rispetto a quelli registrati durante gli anni precedenti poiché, su 855 punti vendita del Gruppo Selex aderenti alla Giornata Nazionale della Colletta Alimentare, è stato possibile monitorare le donazioni solo di 512 negozi. I 343 punti di vendita mancanti, infatti, hanno gestito le donazioni autonomamente, senza il supporto di Epipoli, il gruppo fintech italiano specializzato nelle carte prepagate, nei sistemi di engagement e di couponing, alla quale Banco Alimentare si è appoggiata nel corso dell'anno per sviluppare una "charity card" per le donazioni dei clienti. Per rispettare le disposizioni in materia di contagi da Coronavirus, nel 2020, Banco Alimentare ha infatti adottato una nuova forma per le donazioni per i clienti. L'Associazione ha promosso una Colletta Alimentare "dematerializzata" tramite gift card dal valore variabile di 2,5 o 10 euro, acquistabili direttamente presso i punti vendita aderenti all'iniziativa.



Per il recupero e la distribuzione del cibo cotto e fresco in eccedenza con **SITICIBO**

1.143.621 kg

spreco evitato di cibo invenduto

Alla Giornata Nazionale della Colletta Alimentare si affianca l'impegno quotidiano di molti punti vendita del Gruppo a Siticibo, programma di Banco Alimentare che dal 2003 consente di recuperare eccedenze di cibo cucinato e fresco. Una lodevole iniziativa contro lo spreco alimentare a favore delle fasce fragili della popolazione.

Sono 4 le Imprese Associate che aderiscono al progetto e si impegnano ogni giorno a dare un nuovo valore alle eccedenze alimentari.

Grazie all'adesione di 205 punti vendita al SITICIBO, il Gruppo Selex nel 2021 ha evitato lo spreco di 1.143.621 kg di cibo fresco non venduto.

2021		
Imprese Associate	Kg complessivi	PDV
IL GIGANTE	474.091	42
DIMAR	101.049	65
L'ABBONDANZA	397.957	42
ALI'	170.524	56
Totale	1.143.621	205

Fonte: Fondazione Banco Alimentare

Inoltre, anche nel 2021, Gruppo Selex ha affiancato Banco Alimentare non solo attraverso le donazioni effettuate dai suoi punti di vendita diretti, ma anche attraverso le donazioni e la generosità dei Centri di Distribuzione del Gruppo.

Sono stati 4 i Centri di Distribuzione che hanno aderito alla colletta, evitando lo spreco di 93.303 kg di cibo fresco non venduto.

	2021	2020	2019
Imprese Associate	Kg complessivi	Kg complessivi	Kg complessivi
IL GIGANTE	25.711	33.677	23.794
DIMAR	29.023	996	24.072
L'ABBONDANZA	5.366	1.733	-
ALI'	33.203	4.412	27.463
Totale	93.303	40.818	75.329

Fonte: Fondazione Banco Alimentare



Selex per la ricerca: il supporto ad **AISLA** per i malati di SLA

AISLA Onlus l'Associazione Italiana Sclerosi Laterale Amiotrofica, nasce nel 1983 con l'obiettivo di diventare il soggetto nazionale di riferimento per la **tutela, l'assistenza e la cura dei malati di SLA**, favorendo l'informazione sulla malattia e stimolando le strutture competenti a una presa in carico adeguata e qualificata dei malati. La SLA è una malattia neurodegenerativa progressiva che colpisce i motoneuroni, cioè le cellule nervose cerebrali e del midollo spinale che permettono i movimenti della muscolatura volontaria e attualmente colpisce circa 6 mila persone in Italia, con un aumento di 2.000 nuovi casi ogni anno⁸.

In attesa di portare a regime il Laboratorio della Biobanca Nazionale SLA - per il quale sono stati avviati i lavori di allestimento - a dicembre 2021 Selex ha destinato al progetto **altri 50.000 euro** destinati al **proseguimento dell'attività di raccolta e analisi**, che si è concentrata principalmente sulla **genetica**.

Questo perché numerose evidenze sottolineano che i fattori genetici svolgono un ruolo importante nella eziologia della SLA. Parte del contributo è stato allocato anche per **l'estrazione di liquor agli ammalati che saranno sottoposti alla somministrazione del Tofersen, un nuovo farmaco per la SLA**. L'associazione si è impegnata con tutti i centri italiani ad offrire le strumentazioni necessarie per raccogliere il liquor e trasferirlo nella Biobanca Nazionale SLA.

⁸ <https://www.aisla.it/la-sla-in-italia/>

⁹ Da parte del Gruppo Selex è stata effettuata una donazione di 250.000 euro. A questa, si sono aggiunte le donazioni volontarie da parte dei clienti, attraverso l'acquisto delle "donocard" dedicate all'iniziativa e presenti all'interno dei punti vendita aderenti all'iniziativa, pari al valore di 4 euro l'una.

LE TAPPE DEL PROGETTO

DICEMBRE 2021

Donati a AISLA ulteriori **50.000€** destinati al proseguimento dell'attività di raccolta e analisi, che si è concentrata principalmente sulla genetica.

DICEMBRE 2020

Donati a AISLA ulteriori **50.000€** per la realizzazione di un nuovo laboratorio destinato alla coltivazione di cellule staminali per gli studi. Tutto questo rappresenta un ulteriore passo avanti sulla strada per scoprire nuove terapie e possibili nuovi farmaci.

DICEMBRE 2019

Depositati **1.000 campioni biologici**.

A soli 6 mesi dalla nascita della Biobanca, grazie ai numerosi pazienti che hanno creduto nel progetto e donato le proprie linee cellulari, erano stati depositati 1.000 campioni biologici (DNA, cellule, plasma, liquor). La raccolta era stata effettuata sulla base di 100 pazienti SLA con specifiche mutazioni e fenotipi corrispondenti alla eterogeneità clinica e genetica della malattia.

Info www.biobancaaisla.org

20 GIUGNO 2019

Inaugurata al **Policlinico Gemelli di Roma la prima Biobanca SLA nazionale** che raccoglie campioni biologici destinati alla ricerca: una preziosa fonte di risorse per le sperimentazioni. Consegnato l'assegno dell'importo della donazione.

MAGGIO 2019

Selex si affianca ad AISLA Onlus, Associazione Italiana Sclerosi Laterale Amiotrofica, con la campagna #SelexPerLaRicerca. Dal 6 al 12 maggio 2019, in 700 punti vendita del Gruppo, l'1% delle vendite dei prodotti a marchio Selex è stato donato per finanziare la prima Biobanca Nazionale SLA. Raccolti 301.628 €⁹.



Selex al fianco di
AIRC

125 milioni di euro

per la ricerca sul cancro

58.000 euro

donati dalle Imprese Selex



AIRC nasce nel 1965, in un periodo storico in cui non si poteva parlare di cancro e l'idea della ricerca scientifica in questo ambito era considerata una sfida se non addirittura una follia. Fortunatamente i soci fondatori hanno avuto il coraggio di essere così sognatori da provarci davvero.

Ad oggi, infatti, AIRC è il maggiore finanziatore indipendente di ricerca oncologica in Italia e, **solo nel 2021, ha stanziato oltre 125 milioni di euro per la ricerca sul cancro, grazie all'impegno e al contributo di 4,5 milioni di sostenitori e 20.000 volontari. Sono oltre 662 i progetti di ricerca, 71 borse di studio e 125 programmi speciali attivi e oltre 5.300 i ricercatori che trovano sostegno grazie a queste donazioni.**

Grazie al supporto delle sue insegne, nel 2021, **Selex ha destinato al progetto 58.000 euro** e lo ha fatto attraverso il sostegno alla campagna di raccolta fondi "Arance rosse per la Ricerca", un'iniziativa di Fondazione AIRC per la ricerca contro il cancro e la promozione dei corretti stili di vita, che riunisce i supermercati nazionali in un impegno corale a sostegno della migliore ricerca oncologica italiana.

Nei punti vendita sparsi su tutto il territorio nazionale è stato possibile acquistare una o più reticelle di arance rosse italiane e, per ogni confezione venduta, è stata prevista una **donazione di 50 centesimi a favore di AIRC.**

INIZIATIVE E PROGETTI

Imprese Associate



ALÌ ALÌ PER IL SOCIALE

Nel 2021 Alì, in occasione del suo 50esimo anniversario, ha consegnato presso Palazzo della Ragione di Padova, oltre 750.000 euro per cause sociali. Il contributo è stato raccolto grazie alla sensibilità dei consumatori del Gruppo Alì a favore dell'Istituto Oncologico Veneto, dell'Istituto Oncologico Romagnolo, della Fondazione per la Ricerca Biomedica Avanzata VIMM, di Medici con l'Africa CUAMM, di Banco Alimentare del Veneto e dell'Ente Nazionale per la Protezione degli Animali. Cinque importanti realtà venete e una romagnola, impegnate, in modo diverso, a migliorare la qualità della vita.

Oltre a questo, Alì nel 2021 ha continuato la sua collaborazione con il progetto Spesa Solidale, donando 540.450 pasti alle famiglie in difficoltà, a cui si vanno a sommare ulteriori 432.626 pasti donati attraverso il progetto Siticibo, attivo in 58 negozi del Gruppo Alì.

**Oltre 750.000 euro
per cause sociali**



CDS SOS Api

A luglio 2021 il Distretto 2110 del Rotary International ha stipulato un importante accordo di partnership con la CDS SpA nell'ambito delle iniziative del Progetto SOS Api. È un progetto ad ampio spettro che si iscrive nell'ambito della settimana via d'azione del Rotary, quella ambientale, ed è stato avviato in collaborazione con la 3Bee, una start-up di agri-tech. Oggi il 75% circa delle colture alimentari dipendono dall'impollinazione, in larga misura delle api mellifere.

Questa iniziativa si propone di promuovere iniziative volte a tutelare le Api, nei cui confronti sono stati lanciati accorati allarmi per il concreto rischio estinzione, da ultimo anche dall'ONU che ha istituito la Giornata Mondiale delle Api il 20 maggio di ogni anno. Il primo Protocollo di partenariato è stato siglato con la CDS e prevede tra l'altro un percorso di eventi esperienziali da effettuare nei punti vendita dislocati in tutte le province Siciliane, anche con la partecipazione di apicoltori.

**Promuovere iniziative volte a
tutelare le Api**



sociale/persona



cultura/ricerca



acquisto/prodotti



sanità/covid-19



ambiente/sostenibilità



CE.DI.MARCHE CRESCERE NELLA COOPERAZIONE

Dal 2018 Ce.Di.Marche aderisce al progetto della federazione marchigiana delle Banche di Credito Cooperativo, patrocinato dalla Regione Marche che mette in comunicazione le scuole primarie e secondarie con le cooperative del territorio. L'obiettivo è quello di insegnare ai ragazzi lo spirito e le regole della cooperazione sociale. All'interno del progetto la collaborazione fra scuola e cooperativa può prendere diverse forme. Nel 2021, a causa del Covid-19, sono stati ridimensionati i progetti di collaborazione, ma sono state comunque attivate diverse iniziative, tra cui quella con un Istituto di Istruzione Superiore (Senigallia) di didattica on-line sui temi della sostenibilità e della circolarità nella società economica attuale.

**Mettere in comunicazione
le scuole con le cooperative
del territorio**



CE.DI.MARCHE I LIMONI PER LA RICERCA

Nel 2021 Ce.Di.Marche ha aderito all'iniziativa promossa da Fondazione Umberto Veronesi e realizzata in partnership esclusiva con il fornitore Citrus, con l'obiettivo di finanziare la ricerca scientifica. Presso i punti vendita del Gruppo sono state messe in vendita retine di limoni con il logo Fondazione Umberto Veronesi, con il duplice scopo di divulgare i benefici nutrizionali del limone e di raccogliere fondi a sostegno della ricerca scientifica nell'ambito della nutrigenomica, scienza che studia il rapporto tra genoma e dieta.

**Divulgare i benefici nutrizionali
del limone e di raccogliere fondi a
sostegno della ricerca**



DIMAR OPERA BUONA

"Opera Buona" è un progetto nato in circa 100 punti vendita distribuiti tra le province di Cuneo, Asti, Savona, Imperia, Torino, Vercelli e Alessandria con l'obiettivo ridurre gli sprechi alimentari. Attraverso l'iniziativa "Opera buona", sono stati donati ad alcune Onlus, associazioni non profit e comunità sul territorio i prodotti alimentari non più vendibili o perché in scadenza, o a causa di confezioni difettose. Questa attività è stata gestita direttamente dai punti di vendita associati e, attraverso un coordinamento generale della fondazione Banco Alimentare, la merce da devolvere è stata consegnata direttamente all'associazione interessata.

"ridurre gli sprechi alimentari"



GMF
VICINANZA ALLE CARITAS LOCALI

Per sostenere le Caritas locali più bisognose e altri enti impegnati in prima linea a sostegno del territorio, il Gruppo GMF si è sempre dimostrato in prima linea, attraverso l'attivazione di diversi progetti sociali. Con l'obiettivo ridurre gli sprechi alimentari, ad esempio, GMF dona a queste associazioni i propri prodotti alimentari vicini alla scadenza che rimarrebbero, altrimenti, invenduti.

Inoltre, GMF rifornisce merci per gli empori della solidarietà del Comune di Perugia, Foligno e Assisi. Accanto a questa iniziativa, per il periodo Natalizio 2021, i punti vendita del Gruppo hanno messo a disposizione dei propri clienti delle cartoline di auguri il cui incasso, integrato da una donazione aziendale, è stato devoluto a favore della Fondazione di Carità San Lorenzo, a Perugia.

Per sostenere le Caritas locali più bisognose



GMF
**L'IMPORTANZA DEL SAPER
RIDURRE E GESTIRE GLI SPRECHI
ALIMENTARI**

A partire dal 2017 e fino al 2021, GMF è stato coinvolto in un progetto di sperimentazione in Umbria, con l'obiettivo di creare un modello integrato per la riduzione degli scarti alimentari e il loro eventuale utilizzo per la produzione di energia.

Il progetto, infatti, è nato con lo scopo di creare una procedura di riduzione degli scarti alimentari all'interno di 3 punti vendita localizzati all'interno del comune di Perugia, gestendo tutti gli eventuali rifiuti come fonte di generazione di energia alternativa, o attivando una rete di distribuzione delle eccedenze alimentari a favore delle persone in stato di disagio. Rispetto a questi temi è stata fatta anche una specifica comunicazione ai clienti, per sensibilizzare i consumatori di GMF sull'importanza di ridurre gli sprechi alimentari.

**Creare una procedura di
riduzione degli scarti alimentari
all'interno di 3 punti vendita
localizzati**



IL GIGANTE LA COLLABORAZIONE CON BANCO ALIMENTARE

La Collaborazione tra il Gigante e Banco Alimentare è proseguita anche nel 2021 e ha assunto diverse forme. Anche per quest'anno, ad esempio, il Gigante ha deciso di rinunciare alle luminarie natalizie dei propri punti vendita, convertendo le mancate spese di allestimento ed energetiche date da questa rinuncia in alimenti che verranno distribuiti a chi attraversa momenti di difficoltà, tramite il supporto della rete di Banco Alimentare. Inoltre, per il quarto anno consecutivo il Gigante ha permesso ai propri clienti di donare pasti alle famiglie più bisognose attraverso l'acquisto di una cassetta di uva bianca da 2 kg, il cui contributo è stato donato interamente al Banco Alimentare delle regioni Lombardia, Piemonte ed Emilia. Oltre a questo, Il Gigante ha donato 500 tonnellate di alimenti a Banco Alimentare, equivalenti ad 1 milione di pasti, destinati a tante famiglie e persone in difficoltà.

Donare pasti alle famiglie più bisognose attraverso l'acquisto di una cassetta di uva bianca

**ALIMENTIAMO
SPERANZE**



IL GIGANTE SOSTENIAMO LA RICERCA

Il Comitato Maria Letizia Verga, per lo studio e la cura della leucemia del bambino, ha l'obiettivo di contribuire al miglioramento della qualità di vita e alla diminuzione dei rischi associati alle terapie più intense.

Il passaporto genetico è lo strumento che oggi può fare la differenza per individuare il profilo genetico di ogni bambino malato ed applicare una terapia personalizzata.

Nel 2021 Il Gigante ha donato al Comitato la quota di oltre 55.000 euro, grazie al generoso contributo dei propri clienti, che, attraverso la raccolta punti del catalogo premi 2021, hanno potuto contribuire in prima persona al progetto.

Oltre 55.000 euro donati al Comitato Maria Letizia Verga, per lo studio e la cura della leucemia del bambino

Comitato
Maria Letizia Verga
— ONLUS —



ITALBRIX

**INSIEME AL BANCO ALIMENTARE
PER DONARE PASTI SANI A CHI
PRIMA NON LI AVEVA**

Prendersi cura del territorio significa proteggere e aiutare non solo l'ambiente ma anche le persone che lo vivono, abitano e rendono unico. Significa garantire i bisogni primari, come un'alimentazione sana e corretta, a tutti e soprattutto ai più indifesi.

La pandemia Covid-19 ha generato una grave emergenza economica e, di conseguenza, alimentare, che ha impattato in particolare sulle famiglie con bambini. Come gesto concreto, Italbrix ha invitato i propri clienti a partecipare ad una raccolta punti e acquistare un peluche MiniGreeny: farlo significa aiutare Banco Alimentare a distribuire pasti completi di frutta e verdura ai bambini che ne hanno bisogno delle province di Brescia, Bergamo, Monza e Brianza, Mantova, Cremona e Pavia. La campagna ha permesso di raccogliere un totale di 44.831 euro.



**MAGAZZINI GABRIELLI
PROGETTO INFANZIA**

Nel 2021 continua il supporto di Progetto Infanzia agli asili nido di Ascoli Piceno, San Benedetto del Tronto, Roseto e Giulianova, attraverso la fornitura dei pannolini per l'intero anno scolastico e la donazione di prodotti sanificanti per ambienti. Sono stati 362 i bambini che hanno usufruito della fornitura, nei periodi di apertura dei nidi.

Per la Magazzini Gabrielli Spa questo progetto rappresenta da anni il concretizzarsi della propria idea di attenzione al territorio, che quando diventa cura delle esigenze dei più piccoli assume un valore se possibile ancora maggiore e fortemente simbolico.

**Fornitura di prodotti
igienizzati**



MAGAZZINI GABRIELLI DONAZIONE DI TABLET AGLI ISTITUTI SCOLASTICI

La Magazzini Gabrielli Spa ha donato 90 tablet agli istituti scolastici di Ascoli Piceno, con l'obiettivo di aiutare le famiglie con figli fornendo dispositivi in grado di agevolare la didattica a distanza, necessaria a seguito dell'emergenza sanitaria da Covid-19, e venire incontro alle esigenze di digitalizzazione delle nuove generazioni.

**90 tablet agli istituti
scolastici**



MAGAZZINI GABRIELLI FONDAZIONE SALESÌ

Nel 2021 Magazzini Gabrielli ha sostenuto il progetto "Non solo Farfalla" della Fondazione Salesi Onlus, dedicato ai pazienti affetti da Disturbi del Comportamento Alimentare (DCA), nella fascia precoce 0 a 6 anni. I DCA sono una delle forme più frequenti e complesse in cui si può manifestare il disagio in età evolutiva, caratterizzati da profonda sofferenza fisica e psichica, con gravi ripercussioni sulla vita relazionale dell'adolescente e di tutta la famiglia.

Questo progetto, di supporto alle attività cliniche, è mirato alla presa in carico da parte di personale medico specializzato dei giovani pazienti in prima e seconda infanzia, in quanto risulta di fondamentale importanza poter individuare e riconoscere precocemente tutti i segnali di rischio per diminuire la probabilità che questi disturbi si trasformino in malattie più complesse in età adolescenziale.

**Progetto "Non solo
Farfalla", dedicato ai
pazienti affetti da Disturbi
del Comportamento
Alimentare**





MEGAMARK

ORIZZONTI SOLIDALI PREMIA INIZIATIVE DI SOSTENIBILITÀ SOCIALE E AMBIENTALE

Orizzonti Solidali nasce dall'Impegno della Fondazione Megamark, con il patrocinio della Regione Puglia e del suo assessorato al welfare, con l'obiettivo di valorizzare quelle associazioni impegnate in azioni di volontariato e sostenere quei progetti che rientrano nell'ambito dell'assistenza, della sanità dell'ambiente e della cultura e che hanno come perimetro di sviluppo il territorio pugliese. Le iniziative premiate durante il bando 2021-2022 sono state 14 e, per queste, Fondazione Megamark ha stanziato 280.000 euro.

Tra le iniziative premiate ci sono percorsi di cure pediatriche a domicilio per bambini con diverse patologie; attività laboratoriali per acquisire le competenze in vari mestieri e favorire l'inserimento lavorativo di ragazzi affetti da spettro autistico; percorsi di danza e teatro per permettere alle donne vittime di violenza domestica e di genere di riappropriarsi del proprio corpo e ritrovare l'autostima.

E poi ancora una lavanderia sociale, per restituire dignità e decoro ai senza fissa dimora, una sartoria composta da donne con disagio psichico che svilupperanno un'esclusiva collezione moda e, ancora, un'orchestra, composta da giovani e talentuosi musicisti che potranno partecipare gratuitamente a corsi di alta formazione musicale e affiancare professionisti di fama nazionale.

Valorizzare le associazioni impegnate in azioni di volontariato e sostenere progetti nell'ambito dell'assistenza, della sanità, dell'ambiente e della cultura





MEGAMARK INCONTRI DI DIALOGHI

Per iniziativa della Fondazione Megamark, in collaborazione con l'associazione culturale La Maria del porto, organizzatrice de I Dialoghi di Trani, è stata bandita a Trani la VI Edizione del Premio Letterario "FONDAZIONE MEGAMARK Incontri di Dialoghi" da assegnare ad un'opera prima di narrativa italiana (romanzo) non tradotta da altra lingua. Il progetto è aperto alle case editrici di tutta Italia e riservato agli autori esordienti alla loro prima pubblicazione nel campo della narrativa. Il gradino più alto del podio è stato assegnato al romanzo d'esordio della giovanissima Maddalena Fingerle "Lingua Madre" (ed. Italo Svevo). A lei il premio di 5.000 euro, messo a disposizione dalla Onlus che ha assegnato un riconoscimento di 2.000 euro agli altri finalisti.

VI Edizione del Premio Letterario "FONDAZIONE MEGAMARK Incontri di Dialoghi"



MEGAMARK PER IL SOCIALE

Durante il 2021 Megamark ha avuto modo di confermare il suo impegno per il territorio grazie alle innumerevoli iniziative svolte con e a favore della comunità locale. Tra queste, la donazione di uova di cioccolato per i bambini degenti presso l'Ospedale Pediatrico Giovanni XXIII di Bari, in occasione della festa della Pasqua, oppure la raccolta di alimenti da donare alla Parrocchia di San Nicola, da redistribuire alla comunità più bisognosa.

Inoltre, attraverso il progetto "la scuola che vorrei", Megamark ha raccolto suggestioni, immagini, idee, emozioni di alcuni bambini della città di Bisceglie per renderli protagonisti della "Ripartenza" a scuola, dopo un periodo di così grande incertezza causato dalla diffusione del virus Covid-19.

Impegno per il territorio grazie alle innumerevoli iniziative svolte



SUPEREMME IL SUPPORTO ALLA SANITÀ LOCALE

Nel 2021 Superemme conferma il suo sostegno alla Sanità Locale attraverso l'attivazione su tutta la propria rete di vendita di una raccolta fondi a favore dell'Ospedale Microcitemico di Cagliari. Con una donazione di 20.000 euro da parte dell'azienda e grazie anche al contributo di oltre 55.000 euro raccolti da parte dei Clienti dei supermercati e ipermercati Pan, Superemme ha acquistato delle Apparecchiature Mediche per il reparto Ginecologia e Ostetricia.

Sempre nel 2021 si è conclusa e concretizzata un'attività a sostegno del Policlinico Duilio Casula di Monserrato (CA), partita nel novembre del 2020. Oltre alla donazione effettuata da Superemme per un valore di 20.000 euro, il prezioso contributo dei Clienti ha permesso di raccogliere ulteriori 84.000 euro, con cui è stato possibile acquistare Apparecchiature Mediche ed un Ecocardiografo di ultima generazione per il reparto di Cardiologia Pediatrica della struttura.

84.000 euro per l'acquisto di apparecchiature mediche



GRUPPO UNICOMM SOSTEGNO ALLA FONDAZIONE VERONESI

Anche nel 2021, Gruppo Unicommm insieme alle donazioni dei clienti dei supermercati Emisfero, Famila e Mega, ha donato 65.000 euro alla Fondazione Veronesi, con l'obiettivo di finanziare un anno di lavoro di due ricercatori impegnati nella ricerca di nuovi bersagli da colpire con nuovi farmaci contro il cancro.

Fondazione Veronesi ha promosso anche una campagna di prevenzione che Unicommm ha divulgato ai propri dipendenti, invitandoli a consultare i video e le landing page direttamente sul sito della Fondazione, con approfondimenti sulle buone pratiche per rilevare l'insorgenza di tumori per le donne e per gli uomini, rispettivamente al seno e alla prostata.

65.000 euro donati alla Fondazione Veronesi

famila supermercati & superstore **EMISFERO** IPERMERCATI

UN GRANDE
GRAZIE!

Insieme doniamo

65.000€

a sostegno della ricerca scientifica di **Fondazione Umberto Veronesi** contro i tumori femminili.



Uniti siamo più forti!

A SOSTEGNO DI:





L'ATTENZIONE VERSO LE **DONNE**

L'ABBONDANZA

SCHIERARSI CONTRO LA VIOLENZA DI GENERE

La salute e il benessere delle donne sono un valore importante per Gala, che ha scelto di supportare l'associazione Libera... mente donna nelle sue attività contro la violenza di genere sul territorio.

Grazie al supporto dei propri clienti e alle donazioni effettuate tramite il programma fedeltà, L'Abbondanza ha donato 34.595 euro per sostenere l'associazione, che opera da anni sul territorio regionale dell'Umbria per il contrasto alla violenza di genere, dando sostegno, protezione e assistenza alle persone che hanno subito violenza e ai loro figli minori. Il centro anti violenza offre accoglienza telefonica sette giorni su sette, 24 ore su 24, e accoglie gratuitamente le vittime di violenza, offrendo un sostegno specifico e personalizzato con personale competente, con una formazione specifica nel campo dell'empowerment e delle politiche di genere. Su richiesta, è offerta inoltre consulenza psicologica e legale.

Inoltre, in tutti i punti di vendita Gala è stato stampato un numero gratuito, attivo 24 ore su 24, collegato ai Centri anti violenza presenti sul territorio. Infine, in collaborazione con la squadra di pallavolo di Trestina, già sostenuta da Gala con un contributo, è stata lanciata una campagna di sensibilizzazione contro la violenza di genere. In occasione della Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne, il 25 novembre, all'interno del palazzetto dello sport dove gioca la squadra e nel punto vendita Gala di Trestina, sono stati appesi dei poster dedicati a sollevare l'attenzione su questo grave problema.

Perché lo spirito sportivo sia anche spirito di rispetto e di uguaglianza.

GRUPPO UNICOMM

DONAZIONE TELEFONO ROSA



I clienti dei supermercati appartenenti al Gruppo Unicom (Unicom, Arca e GMF) sono stati coinvolti nella raccolta fondi per l'Associazione Telefono Rosa, in occasione dell'8 marzo per la Festa della donna. Complessivamente, da parte del Gruppo, sono stati donati oltre 30.000 euro.



I

FORNITORI



Oltre **94%**
dei **fornitori dei prodotti a Marchio** del Gruppo Commerciale Selex sono di origine italiana

44
i **fornitori con certificazione** di origine per i prodotti a marca del distributore

192
le referenze con certificazione d'origine tra i prodotti a marca del distributore

I FORNITORI A MARCA DEL DISTRIBUTORE E LA VALORIZZAZIONE DELLE ECCELLENZE LOCALI

GESTIONE RESPONSABILE DEI FORNITORI A MARCHIO DEL DISTRIBUTORE

INIZIATIVE E PROGETTI - IMPRESE ASSOCIATE

OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE



In questa sezione il Gruppo Selex si impegna a contribuire al raggiungimento dei Sustainable Development Goals numero 2 e 8. Per farlo, il Gruppo Selex e le Imprese Socie:

- ▶ sono attenti a selezionare fornitori che rispettino valori condivisi per la tutela dell'ambiente e dei diritti umani, aderendo ai valori del Codice Etico del Gruppo;
- ▶ si impegnano ad includere agricoltori che sostengono una produzione sostenibile;
- ▶ promuovono pratiche leali che non ledano la filiera;
- ▶ valorizzano le produzioni locali.



I FORNITORI A MARCA DEL DISTRIBUTORE E LA VALORIZZAZIONE DELLE ECCELLENZE LOCALI

Preservare la **tradizione** e il **patrimonio** alimentare

Gestire responsabilmente i fornitori della marca del distributore è un ambito centrale per tutte quelle aziende che operano all'interno della Grande Distribuzione Organizzata. Garantire la qualità ai propri clienti, infatti, passa necessariamente dalla capacità di Selex e delle Imprese Associate di stringere solide relazioni con i fornitori, mantenendo sempre alta l'attenzione sulla sicurezza alimentare, sulla correttezza etica, sull'attenzione all'ambiente, anche attraverso l'organizzazione di audit presso gli stabilimenti in loco.

Consapevole di quando sia essenziale il ruolo dei fornitori nel processo di transizione verso un futuro sostenibile, tutte le Imprese Associate vedono il rapporto con i propri fornitori come una grandissima opportunità di sviluppo, ma anche come una sfida molto complessa. Saper coordinare tutti gli attori con i quali un'azienda si rapporta richiede grandi sforzi, ma, nonostante questo, le Imprese Associate del Gruppo Selex si impegnano per mantenere rapporti solidi con i fornitori e per creare relazioni leali e oneste.

Il Gruppo si presenta come promotore di prodotti che valorizzino il tessuto produttivo e il patrimonio enogastronomico dei territori in cui opera, selezionando le aziende e i produttori delle marche del distributore sulla base delle loro capacità di rispondere alle richieste dei consumatori in termini di **qualità, capacità produttiva e garanzia dei processi**.

Oltre a questo, nel 2021 il Gruppo ha proseguito il percorso portato avanti negli anni, valorizzando la **filiera corta**, attraverso la selezione dei prodotti e, quindi, dei fornitori per i propri prodotti a marchio. All'interno dei punti vendita delle Imprese Associate è disponibile una vasta offerta di prodotti provenienti da **fornitori locali**, accuratamente scelti, in grado di assicurare prodotti ortofrutticoli freschi,

stagionali e genuini a filiera corta, di tipicità ed **eccellenze gastronomiche locali**.

Tramite questo sostegno al tessuto produttivo locale, il Gruppo Selex permette alle comunità locali di preservare le tradizioni artigianali legate alle lavorazioni, di tutelare e far conoscere il proprio patrimonio alimentare, oltre che di proteggere il territorio e ridurre gli impatti ambientali lungo tutto il ciclo di vita dei prodotti. Inoltre, così facendo, il Gruppo Selex supporta e favorisce l'occupazione e l'offerta di lavoro territoriale.

Selezione, capacità di evolvere e innovare ma restando in ascolto delle persone, dei territori nei quali le Imprese operano, realtà fortemente radicate nelle regioni in cui sono nate e cresciute e che rappresentano l'economia e la forza del Gruppo.

Oltre il 94%

dei fornitori dei prodotti a Marchio del Gruppo Commerciale Selex sono di origine italiana

44 sono i fornitori

con certificazione d'origine da cui il Gruppo si rifornisce quotidianamente, per garantire prodotti di alta qualità

192 sono le referenze

tra le marche del distributore con certificazione **DOC, DOP e DOCG**

GESTIONE RESPONSABILE DEI FORNITORI A MARCHIO DEL DISTRIBUTORE

La **tutela del lavoro** lungo la filiera

La strategia di sostenibilità del Gruppo Selex conta quattro ambiti di azione prioritari su cui focalizzare l'attenzione e, tra questi, uno è dedicato interamente all'adozione di un approccio green e più responsabile nel rapporto con i propri fornitori, al fine di poter assicurare una **filiera tracciata e trasparente**.

Selex sa quanto sia importante portare avanti un progetto di responsabilità sociale e ambientale che coinvolga non solo le persone all'interno dell'azienda, ma anche quelle con cui quotidianamente si rapporta e che si posizionano all'esterno dei confini aziendali. I fornitori sono sicuramente uno degli stakeholder più strategici per il Gruppo e Selex è pienamente convinta di dover compiere sempre nuove iniziative per fare in modo che anche i propri fornitori si impegnino attivamente nei progetti industriali di sostenibilità, attraverso, ad esempio, l'**utilizzo di materie prime a minor impatto ambientale** e la **continua ricerca di materiali eco sostenibili**.

Inoltre, Selex ha richiesto ai fornitori dei marchi del distributore di prestare la massima attenzione alla **tutela dei propri lavoratori**, in particolare per quanto riguarda lo sfruttamento di lavoro minorile, il rispetto dei diritti umani, della salute e sicurezza e dell'ambiente.

Al fine di favorire un mercato più trasparente ed evitare effetti distorsivi dei rapporti di filiera, Selex e tutte le Imprese Associate si impegnano a **non fare ricorso alle aste elettroniche inverse al doppio ribasso per l'acquisto di prodotti agricoli e agroalimentari**. Questo meccanismo, infatti, contribuisce a rendere più difficile l'eradicazione dello sfruttamento e del caporalato, poiché incentiva i fornitori a competere ferocemente per ottenere un rapporto di fornitura con la Grande Distribuzione, spesso spingendosi talmente al limite da non riuscire a garantire i diritti fondamentali ai lavoratori agricoli.

Infine, il Gruppo Selex ha richiesto a tutti i suoi fornitori ortofrutticoli l'**iscrizione al Protocollo del Lavoro Agricolo di Qualità, o certificazione equivalente**, per contrastare il possibile ricorso al lavoro nero e al caporalato. Si tratta di una Rete che permette di selezionare tutte le imprese agricole che si distinguono per il rispetto delle norme in materia di lavoro, legislazione sociale, imposte sui redditi e sul valore aggiunto.

Selex aderisce al Protocollo d'intesa tra il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali e Federdistribuzione del 28 giugno 2017 nell'acquisto di prodotti agricoli e agroalimentari e sull'utilizzo delle piattaforme elettroniche.



INIZIATIVE E PROGETTI

Imprese Associate



ALFI

LE PERLE DI GULLI

Alfi ha realizzato una linea di prodotti chiamata "Perle di Gulli", che prevede grandissima attenzione al territorio locale, cura per i dettagli e, soprattutto, materia prima 100% italiana. La scelta di una nuova linea di prodotti nasce dalla volontà di dare valore alle produzioni locali, alla ricchezza delle tante tradizioni enogastronomiche del Bel Paese.

Le Perle di Gulli nascono dall'idea di rendere disponibili sugli scaffali dei supermercati Gulliver prodotti di qualità italiana, ad un prezzo conveniente e accessibile a tutti, che tenga conto del lavoro vero, tangibile, che si nasconde dietro all'etichetta di un prodotto. Per assicurare questa eccellenza ai consumatori è stato strutturato un sistema di controlli che coinvolge due studi di tecnologi alimentari, i quali garantiscono le caratteristiche del prodotto attraverso audit, verifiche documentali e prove di tracciabilità. Nel 2021, infatti, sono stati fatti diversi audit ai fornitori di questa nuova linea di prodotti.



ALÌ

A FIANCO DEI PRODUTTORI LOCALI

Nei punti vendita Alì si cerca di dare una spiccata attenzione ai fornitori locali, coloro che riescono a garantire prodotti eccellenti, di alta qualità e che valorizzano il territorio in cui viviamo. Per stare a fianco di questi produttori locali e di queste aziende agricole, Alì ha ideato degli allestimenti ad hoc all'interno dei propri negozi, che diano spazio ai prodotti locali.

Allestimenti ad hoc per i prodotti locali



sociale/persona



cultura/ricerca



acquisto/prodotti



sanità/covid-19



ambiente/sostenibilità



CDS

ATTIVITÀ DI MONITORAGGIO FITOSANITARIO DELLE PRODUZIONI ORTOFRUTTICOLE

Per il reparto ortofrutta, CDS svolge un'accurata attività di monitoraggio verso tutti i prodotti che devono essere messi a scaffale per i propri clienti, con l'obiettivo di assicurare la conformità fitosanitaria degli alimenti ed il rispetto dei livelli di residui di antiparassitari nei/sui prodotti alimentari di origine vegetale.

Questa attività di monitoraggio è supportata da un protocollo interno che prevede in primis la richiesta formale, da parte di CDS, e la relativa acquisizione di materiale tecnico per i fornitori partner del reparto ortofrutta, a seconda della stagionalità delle produzioni. In secondo luogo, CDS si riserva la facoltà di poter eseguire nei confronti degli stessi fornitori e sulla merce effettivamente consegnata al Ce.Di. aziendale ulteriori verifiche.

Tale attività ha come diretta implicazione una maggiore selezione dei fornitori partner di reparto, sulla base della loro volontarietà espressa di aderire a tale protocollo all'atto della sottoscrizione dei contratti di fornitura e, soprattutto, sulla base dei risultati ottenuti in seguito alle operazioni di campionamento e monitoraggio.

**Monitoraggio verso tutti i
prodotti messi a scaffale**



CE.DI.MARCHE

INCLUSIVITÀ IN AMBITO LAVORATIVO

Nel 2021 Ce.Di.Marche ha avviato una collaborazione con Frolla, una piccola azienda locale che nasce dall'idea di due giovani ragazzi: uno aspirante pasticciere e l'altro operatore sociale.

Grazie alla loro dedizione e al loro impegno, Frolla è diventata un'azienda di pasticceria, completamente italiana, con lo scopo di dare lavoro a giovani con disabilità. I prodotti di questo laboratorio-azienda sono stati inseriti nei punti di vendita del Gruppo, dando rilievo al prodotto che è stato inserito fra le eccellenze del territorio.

**Frolla, un'azienda di
pasticceria, completamente
italiana**





DIMAR PROGETTO LOCALISMO "DA NOI A NOI"

Nel 2021 Dimar ha portato avanti progetto, "da noi a noi", con l'obiettivo di diminuire l'impatto ambientale sui trasporti e valorizzare le produzioni territoriali. L'iniziativa è nata per apportare maggiore benessere alle comunità locali e per sensibilizzare la clientela sull'importanza delle produzioni locali, sia per quanto riguarda la qualità del prodotto, sia per la diminuzione dell'emissioni in ambiente.

L'iniziativa viene portata avanti anche attraverso una serie di rigide ispezioni presso i fornitori, per il controllo dei requisiti di appartenenza e per il controllo della tracciabilità.

Il progetto vuole essere il racconto di tutta la meraviglia della diversità produttiva regionale e territoriale vissuta in maniera profonda da chi sa cosa vuol dire mangiare di qualità a chi quella qualità vuole viverla nel quotidiano.

Sul sito dedicato danoianoi.it è possibile conoscere più da vicino tutti i produttori locali della linea "da noi a noi" e scoprire gustose ricette con ingredienti di altissima qualità. I prodotti appartenenti a questa filiera nei punti vendita sono circa 400.

**Progetto "da noi a noi", con l'obiettivo di
diminuire l'impatto ambientale sui trasporti e
valorizzare le produzioni territoriali**





DIMAR STESURA DI CAPITOLATI DI FORNITURA

Per la realizzazione e il controllo di alcune filiere di produzione legate al mondo ittico e al mondo della carne, Dimar ha realizzato degli audit specifici di filiera che hanno colpito non solo sui fornitori dei prodotti finiti, ma anche sui fornitori del settore primario (ad esempio i fornitori che hanno l'allevamento dei bovini, i fornitori che si occupano direttamente della gestione del pesce e i fornitori oviavicoli).

In particolare, questi audit sono stati fatti sia per tutti i prodotti "senza marchio" all'interno dei punti vendita (carne, pesce, ortofrutta, gastronomia, panetteria e pasticceria), ma anche sui fornitori dei prodotti a marchio proprio Dimar e per quei fornitori locali con cui l'azienda collabora.

Controllo filiere di produzione



GMF ESALTARE LE SPECIALITÀ REGIONALI

Grandi Magazzini Fioroni sottolinea il suo forte legame con il territorio con i prodotti "Sapori Umbri", una linea di prodotti tipici provenienti dal territorio dell'Umbria. La linea presenta una selezione di oltre 50 specialità regionali prodotte nel rispetto della tradizione: oltre a salumi e formaggi, è possibile trovare una vasta gamma di referenze, tra cui la farina prodotta con solo grano umbro ed i legumi coltivati all'interno della regione stessa.

Una scelta orientata verso la riscoperta dei sapori genuini locali, grazie anche alla collaborazione con piccoli produttori locali. Per monitorare l'eccellenza dei prodotti, GMF prevede una costante attività di audit e di verifica di tutti gli Standard previsti dal capitolato di produzione. Oltre a questo, GMF è impegnata per ricercare fornitori locali anche per il settore ortofrutta, incentivando il consumo del prodotto di stagione.

In generale, l'attenzione è quella di sensibilizzare il consumatore a fare delle scelte "locali", che valorizzino le specialità del territorio italiano e dei fornitori regionali.

Oltre 50 specialità regionali prodotte nel rispetto della tradizione



MEGAMARK TARALLI FATTI A MANO

Si chiamano “aMano libera” e sono i tradizionali taralli pugliesi fatti a mano da dieci ragazzi detenuti ed ex detenuti di alcune carceri italiane coinvolti nel progetto “Senza sbarre” per offrire programmi alternativi alla detenzione e sostegno a giovani che hanno fatto un’esperienza carceraria.

In una masseria fortificata, circondata da circa 10 ettari di terreni e situata in contrada San Vittore, ad Andria, all’interno di un casale contadino trasformato in laboratorio tecnico agricolo proprio grazie all’aiuto della Fondazione Megamark, i ragazzi coinvolti nel progetto, con la collaborazione del tarallificio Tesori d’Apulia di Trani, hanno potuto apprendere l’arte della preparazione artigianale dei taralli e avviarne la produzione e il confezionamento. Questi taralli sono oggi venduti nei supermercati del Gruppo Megamark.

**Progetto “Senza sbarre”
per offrire programmi
alternativi alla detenzione**



MEGAMARK IL SUCCESSO DEI PRODOTTI IAMME PER DIRE STOP AL CAPORALATO

Continua la distribuzione dei prodotti IAMME NO CAP, la prima filiera etica certificata dall’associazione nazionale NO CAP per fare qualcosa di concreto contro la piaga del caporalato. I volumi rispetto al primo anno sono incrementati del 35%.

Continua quindi il progetto etico del Gruppo per dire stop al caporalato. Dopo la linea dei “rossi” (passate, pelati e salse), l’iniziativa si estende ai frutti dell’orto con l’inserimento di diversi prodotti freschi da vendere in ortofrutta. Per la raccolta vengono impiegate anche le donne e quindi la lotta al caporalato si estende anche a tutela delle lavoratrici. Nel 2021 sono state sempre di più le aziende fornitrici che sono state coinvolte nel progetto e sempre più lavoratori sono stati inseriti in questa filiera etica, strappati al lavoro schiavo dei caporali.

Prodotti IAMME NO CAP



SUPEREMME FORNITORI DEL TERRITORIO

Sardi come voi è l'espressione che accompagna Superemme, azienda familiare profondamente radicata sul territorio sardo.

Tutti i Supermercati Pan hanno un assortimento valorizzato con prodotti a km 0, biologici ed ecosostenibili, provenienti dal 38% di fornitori locali. Il mantenimento di rapporti di fornitura di lunga durata con micro, piccole imprese e imprenditori locali sostiene il tessuto produttivo isolano che permette di tutelare, valorizzare e far conoscere il patrimonio alimentare della Sardegna, favorendo altresì l'occupazione locale.

**Prodotti a km 0, biologici
ed ecosostenibili**





GLI IMPATTI

AMBIENTALI



15.333.792 kWh
di energia elettrica prodotta da
fotovoltaico

4.830 tonnellate di CO₂
evitate grazie al fotovoltaico

99,12%
incremento delle emissioni evitate
da fotovoltaico nel 2021 rispetto al
2020

-11,54%
riduzione dei kg di carta consumati
nel 2021 rispetto al 2020

-30,27%
riduzione dei kg di plastica
consumati nel 2021 rispetto al 2020

L'ATTENZIONE PER L'AMBIENTE E IL MONITORAGGIO DEI
NOSTRI CONSUMI

INIZIATIVE E PROGETTI - IMPRESE ASSOCIATE

OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE



In questa sezione il Gruppo Selex si impegna a contribuire al raggiungimento dei Sustainable Development Goals numero 6,7, 12 e 13. Per farlo, il Gruppo Selex e le Imprese Socie:

- ▶ si impegnano a tenere monitorati i consumi dell'acqua e a ridurre i rifiuti prodotti;
- ▶ promuovono la riduzione dei consumi energetici e l'utilizzo di energie rinnovabili, come il fotovoltaico;
- ▶ progettano in ottica di ottimizzazione dei propri punti vendita, puntando sull'introduzione di nuovi sistemi che minimizzino gli sprechi;
- ▶ pianificano un corretto sistema di riutilizzo / riduzione degli imballaggi;
- ▶ propongono e aderiscono a campagne informative contro lo spreco, a favore di un consumo più responsabile e attento all'ambiente.





L'ATTENZIONE PER L'AMBIENTE E IL MONITORAGGIO DEI NOSTRI CONSUMI

Una consapevolezza che **cresce**

La Centrale Selex e le 18 Imprese Associate del Gruppo sono consapevoli degli impatti ambientali che, come imprese della Grande Distribuzione, hanno sull'ambiente e proprio per questo motivo si impegnano anno dopo anno in attività e progetti non solo sui temi sociali, ma anche rispetto alla sostenibilità ambientale.

L'impegno di Selex parte dalla **promozione di stili di vita e comportamenti rispettosi dell'ambiente** sia all'interno che all'esterno del Gruppo, con particolare attenzione al coinvolgimento della clientela e delle nuove generazioni.

Oltre a questo, la Centrale Selex promuove nei confronti delle Imprese Associate la creazione e la prosecuzione verso un continuo e preciso monitoraggio degli impatti ambientali, **generato attraverso la produzione di rifiuti, il consumo di acqua, i consumi energetici e le conseguenti emissioni**.

Grazie a questo percorso virtuoso di crescita e monitoraggio, le Imprese Socie hanno mostrato già da diversi anni una crescente sensibilità rispetto alle tematiche di sostenibilità, che ha permesso un notevole **amento dell'accuratezza dei dati nel corso degli anni**.

I consumi energetici del Gruppo

CONSUMI ENERGETICI Centrale Selex		u.m.	2021	2020	2019
Gas metano		m ³	20.171	20.000	18.220
Elettrico		kWh	160.000	157.000	188.000
di cui acquistato con Garanzia di Origine		kWh	160.000	157.000	-

CONSUMI ENERGETICI Imprese Associate ¹⁰		u.m.	2021	2020	2019
Gas metano		m ³	17.770.000	18.000.000	16.170.000
Elettrico		kWh	827.554.000	780.000.000	700.000.000

¹⁰ I consumi energetici sono stati calcolati sommando i dati di 12 Imprese Associate su 18, che hanno fornito mandato alla Centrale Selex, sia per il 2021 che per gli anni 2020 e 2019.

La Centrale Selex, a partire dal 2020, ha scelto di fare un ulteriore passo verso la salvaguardia dell'ambiente, decidendo di acquistare **energia verde certificata tramite Garanzia di Origine (GO)**. La Garanzia di Origine è una certificazione elettronica, rilasciata in Italia dalla GSE (Gestore Servizi Energetici), che assicura l'origine rinnovabile delle fonti utilizzate da impianti certificati. Grazie a questa scelta responsabile, l'incidenza dell'energia consumata da fonti rinnovabili da parte della Centrale Selex è stata nel corso del 2020 pari al 100%, permettendo di evitare l'emissione in atmosfera di 52,75 tonnellate di CO₂. Nel 2021, invece, il consumo di energia verde certificata ha permesso di **evitare 50,40 tonnellate di CO₂**.

In generale, i dati mostrano una **riduzione dell'1,28% con riferimento ai consumi di gas metano** per le Imprese Associate e una sostanziale stabilità per il gas metano consumato da parte della Centrale Selex (si registra un lieve aumento ma inferiore all'1%). Il consumo di energia elettrica, invece, è aumentato del 6,10% rispetto al 2020 se si considera il dato per le Imprese Associate, mentre è aumentato dell'1,91% per la sede Centrale del Gruppo.

Rispetto all'energia elettrica, invece, l'aumento del 6,10% che è stato registrato per le Imprese Socie è da imputare al fatto che, nel 2021, il **livello di attività delle Imprese** che hanno fornito il dato è **aumentato, così come il numero dei punti vendita diretti**, passando da 2.433 nel 2020 a 2.476¹¹(+ 43 punti vendita).

La produzione di energia elettrica da **impianti fotovoltaici** installati presso le sedi, i centri distributivi e i punti vendita del Gruppo, ha permesso di raggiungere **15.333.792 kWh di energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili** nel 2021 ed **evitare l'emissione in atmosfera di 4.830 tonnellate di CO₂¹²**, registrando un aumento del 99,12% rispetto ai valori del 2020.

100%

Incidenza percentuale dei consumi di energia green certificata della Centrale Selex nel 2020

Le emissioni di CO₂ delle Imprese Associate

EMISSIONI CO ₂	u.m.	2021	2020	2019
Emissioni da consumi di Gas Metano	tCO ₂	35.919	36.408	32.834
Emissioni da consumi di Elettrico	tCO ₂	260.680	262.080	251.300
Emissioni evitate grazie al fotovoltaico	tCO ₂	4.830	2.426	3.235

Sulla base dei consumi di gas metano ed energia elettrica vengono calcolate le emissioni di CO₂, pari in totale a 296.599 tonnellate.

I dati sono in **leggera diminuzione rispetto al 2020, pari al -0,63%**.

¹¹ Il dato si riferisce ai soli punti vendita delle 12 Imprese Associate al Gruppo Selex che sono state considerate nel calcolo dei consumi energetici.

¹² Il dato risulta in aumento rispetto a quanto registrato nel 2020 anche grazie alle informazioni messe a disposizione per la raccolta e l'elaborazione dei dati del presente Bilancio. Nel 2021, infatti, il numero di aziende che hanno fornito il dato dei consumi energetici è aumentato a 12 su 18, rispetto a 8 su 12 del 2020.



Confezioni sostenibili MDD

Il percorso di Selex nel 2021

Continua anche nel 2021 il percorso **“Selex è sostenibile”** (si veda approfondimento nel capitolo *“I clienti”*, paragrafo *“La strategia di sostenibilità per i prodotti Selex”*) e l’impegno di Selex per aumentare sempre di più la percentuale di **materiali riciclabili all’interno dei propri prodotti a marca del distributore del Gruppo, in modo tale da ridurre, entro il 2022, l’impatto ambientale di oltre 3.000 prodotti.**

Il rispetto per l’ambiente e le iniziative che Gruppo Selex può mettere concretamente in campo per dimostrare il suo continuo impegno e i suoi costanti investimenti partono proprio dalla **Marca del Distributore** che si fa portatrice dei valori insiti della stessa insegna, diventando sempre di più sinonimo di qualità, sicurezza, innovazione e, soprattutto, responsabilità e sostenibilità.

Con riferimento all’**efficientamento del packaging** dei prodotti MDD, Selex dal 2020 si è posta i seguenti obiettivi:

- ▶ **Risparmio di materia prima:** contenimento del consumo di materie prime impiegate nella realizzazione degli imballaggi e, di conseguenza, riduzione del peso a parità di confezione;
- ▶ **Utilizzo di materiali riciclati e/o recuperati:** graduale sostituzione di una quota o della totalità di materia prima vergine con materiali riciclati e/o recuperati (pre-consumo e/o post-consumo), in modo da contribuire ad una riduzione del prelievo di risorse;
- ▶ **Facilitazione delle attività di riciclo per i consumatori:** il packaging dei prodotti a marca del distributore è stato semplificato; le confezioni sono ora composte da materiali facilmente riciclabili, smaltibili in un’unica soluzione, prediligendo il mono-materiale. In questo modo il consumatore può semplificare le fasi di recupero e riciclo del packaging e, contemporaneamente, risparmiare risorse naturali, materie prime ed energia.
- ▶ **Eliminazione over pack:** semplificare non solo il packaging primario, ma anche quello accessorio, che rientra nella categoria dell’*“over pack”*. Per farlo, sono stati eliminati gli imballi esterni apparentemente superflui, in modo da evitare sprechi inutili di materiale.

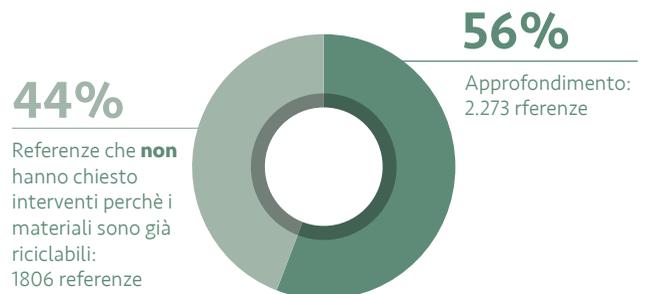
Rispetto a questi obiettivi, nel corso del 2021 Selex ha condotto un’indagine su oltre 4.000 prodotti a marchio (4.079), appartenenti ai brand di marchio Selex, Vale, Vanto, Su e Armonia&Benessere.



Di queste referenze, **il 44%**, ovvero 1.806, non ha richiesto alcun intervento da parte del Gruppo Selex perché i materiali utilizzati all’interno degli **imballaggi sono già riciclabili**. L’approfondimento, dunque, è stato condotto sulle rimanenti 2.273 referenze.

4.079

Totali referenze analizzate



Di queste:

- ▶ il **68%** ha già attivato una modifica del proprio packaging a favore di materiali riciclabili;
- ▶ il **22%** prevede la messa in atto di interventi ma che sono ancora in fase di definizione;
- ▶ Il **10%** presenta delle caratteristiche che rendono gli interventi di modifica del packaging molto complessi (di alta barriera), per cui sono previste analisi, ma con un esito dubbio.

In particolare, rispetto agli obiettivi che Selex si è posta, nel 2021
sono stati conseguiti i seguenti risultati:



RISPARMIO DI MATERIA PRIMA

Riduzione dello spessore dell'imballaggio e conseguente riduzione del peso

RISULTATI OTTENUTI*:

158 tonnellate

in meno di plastica negli imballaggi

riduzione 15%

rispetto ai precedenti imballi



UTILIZZO DI MATERIALI RICICLATI E/O RECUPERATI

Sostituzione nell'imballo di una quota o della totalità di materiale vergine con materiale riciclato

RISULTATI OTTENUTI*:

179 tonnellate

in meno di plastica negli imballaggi

riduzione 40%

materiale vergine negli imballaggi con materiale riciclato



FACILITAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI RICICLO PER I CONSUMATORI

Conversione dei materiali del pack da un imballo non riciclabile ad uno riciclabile

RISULTATI OTTENUTI*:

301 tonnellate

materiali di imballaggio convertiti in materiali riciclabili



ELIMINAZIONE OVER PACK

Eliminazione degli imballi non necessari

RISULTATI OTTENUTI*:

161 tonnellate

di over pack eliminato dagli imballaggi

La gestione dei rifiuti delle Imprese Associate

RIFIUTI IMPRESE SOCIE ¹³	u.m.	2021	2020	2019
Rifiuti carta	kg	43.301.139	48.939.701	47.849.537
Rifiuti plastica	kg	3.112.390	3.889.220	3.642.009

Nel 2021 si è registrato una **notevole diminuzione di rifiuti prodotti da parte delle Imprese Associate, pari a -11,54% per i chili di carta e pari a -30,27% per i chili di plastica**. Il dato registrato è ancora più favorevole se si considera che il numero delle Imprese che hanno fornito il dato nel 2021 è maggiore rispetto a quelle che hanno fornito il dato nel 2020. La diminuzione, infatti, è stata possibile anche a fronte di un aumento delle Imprese Associate che hanno monitorato il dato sulla raccolta differenziata: 8 Imprese su 12 per il 2020 e 12 Imprese su 18 nel 2021.

Nonostante l'incremento del livello di attività da parte di tutte le Imprese Associate e nonostante il progressivo ampliamento degli spazi e dei punti vendita, le Imprese Associate del Gruppo hanno mostrato un impegno notevole per ridurre il proprio impatto ambientale.

11,54%

riduzione dei rifiuti prodotti dalle Imprese Associate

I consumi di acqua delle Imprese Associate

ACQUA – MONITORAGGIO ¹⁴	u.m.	2021	2020	2019
Consumi di acqua	L	521.075.635	240.433.638	432.890.612

I consumi di acqua nell'ultimo triennio hanno registrato un **andamento altalenante** dovuto principalmente ad un fattore: la disponibilità dei dati e del monitoraggio dei consumi in fase di raccolta dati. Nonostante il Gruppo Selex abbia deciso di iniziare a monitorare i consumi di acqua a partire dal 2019, **alcune delle Imprese Associate non hanno ancora migliorato i propri sistemi di monitoraggio interni**, rendendo difficile avere dati costanti e accurati al 31.12 di ogni anno.

A questo, si aggiunge che nel corso del 2021 sono entrate a far parte del Gruppo Selex 6 nuove aziende (Alfi, CDS, Ce.Di. Gros, Italbrix, Magazzini Gabrielli, Cadoro), di cui 3 hanno fornito il dato in maniera puntuale. In particolare, nel 2021 i consumi di acqua sono stati monitorati da 9 Imprese su 18, mentre nel 2020 il dato veniva calcolato su 6 Imprese associate su 12.

Tutto questo ha portato un notevole aumento del numero dei litri di acqua consumata dal Gruppo, pari al 116% rispetto al 2020.

¹³ I rifiuti di carta e plastica sono stati calcolati sommando i dati dalle Imprese Associate che hanno fornito i propri dati al 31.12 dell'ultimo triennio. Nel 2021 il totale delle Imprese considerate è stato pari a 12 su 18, mentre nel 2020 a 9 Associate su 12.

¹⁴ I consumi di acqua sono stati calcolati sommando i dati dalle Imprese Associate che hanno fornito i propri dati al 31.12 dell'ultimo triennio. Il totale delle Imprese considerate, è di 9 Imprese su 18 nel 2021 e di 6 Associate su 12 per il 2020.

INIZIATIVE E PROGETTI

Imprese Associate



ALFI

RISTRUTTURAZIONE DEI PUNTI VENDITA

Tutti i punti vendita Gulliver di nuova apertura e tutti quelli che sono stati e verranno prossimamente ristrutturati saranno realizzati tenendo conto degli impatti ambientali: impianti frigoriferi a CO₂ con banchi chiusi e illuminazione a LED sono solo due dei possibili esempi che Alfi terrà in considerazione nella riprogettazione dei propri spazi.



ALÌ

REALIZZATO UN NUOVO PROGETTO ALIMENTARE: STARE BENE

Alì ha realizzato un nuovo progetto alimentare per tutti i clienti, partendo dalla selezione di un'attenta gamma di prodotti sani e gustosi a base vegetale: è il progetto STARE BENE. Questo progetto nasce non solo per la volontà di Alì di rispondere alle esigenze sempre più green dei propri consumatori e clienti, ma anche perché l'azienda si sta impegnando sempre di più in progetti di sostenibilità. Compare un prodotto della linea "stare bene", infatti, assicura al consumatore di acquistare un bene per la cui produzione è stato utilizzato un minor consumo di acqua e di emissioni inquinanti.

Progetto STARE BENE



ALÌ

OTTENIMENTO DELLA CERTIFICAZIONE AMBIENTALE ISO 14001

Nel corso del tempo Alì ha messo in atto una serie di iniziative che pongono un particolare occhio di riguardo alla tutela dell'ambiente. Tra questi, nel corso del 2021, ci sono stati gli interventi di relamping dei punti vendita ristrutturati, con ulteriore inserimento della domotica dove ancora assente, le attività di recupero del calore nei punti vendita ristrutturati, con eliminazione del gas naturale per il riscaldamento e l'inserimento di banchi frigo con le porte per evitare la dispersione del freddo. Inoltre, nel 2021 i centri logistici di via Olanda e via Svezia di Alì Supermercati hanno ottenuto un'importante riconoscimento: la conformità alla certificazione ISO 14001.

La ISO 14001 è una norma internazionale ad adesione volontaria, applicabile a qualsiasi tipologia di Organizzazione pubblica o privata, che specifica i requisiti di un sistema di gestione ambientale. Per ottenere questa certificazione, un'azienda deve realizzare un'analisi ambientale e, dunque, raggiungere un'approfondita conoscenza degli aspetti ambientali che un'organizzazione deve effettivamente gestire e valutare la significatività degli impatti.

Iniziativa riguardo alla tutela dell'ambiente



sociale/persona



cultura/ricerca



acquisto/prodotti



sanità/covid-19



ambiente/sostenibilità



ALÌ ALBERI PER IL TERRITORIO

Alì sa che tutelare l'ambiente che ci circonda è una priorità. Attraverso l'iniziativa "Dona un albero all'ambiente" Alì sta mettendo a dimora nuovi alberi, contribuendo a migliorare la qualità dell'aria e a riqualificare numerose aree verdi del territorio in cui opera. Un gesto concreto che si pone un grande obiettivo: garantire la vita sul Pianeta. Al 31.12.2021 sono 52.000 gli alberi complessivi donati insieme ai clienti e 2.800 le tonnellate di CO₂ catturate dagli alberi già messi a dimora.

**"Dona un albero
all'ambiente"**



CE.DI.MARCHE RIDUZIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI: UN OBIETTIVO E MOLTEPLICI INIZIATIVE

Ce.Di.Marche nel 2013 ha avviato un percorso di riduzione delle emissioni di CO₂ che ha visto, nel 2021, il raggiungimento di un importante step: la creazione di un secondo impianto fotovoltaico sopra i nuovi magazzini del Gruppo. Grazie a questi impianti, nel 2021, sono stati prodotti 465.000 kw/h di energia pulita, pari ad una riduzione di emissione di 195.300 kg di CO₂. Inoltre, dal 2011 i volantini pubblicitari di Ce.Di. Marche vengono stampati su carta che non danneggia le foreste, certificata FSC®, che segue un processo di essiccazione naturale, ai fini di ridurre l'abbattimento degli alberi.

I volantini sono stampati anche con il procedimento di stampa COLDSET nel quale l'inchiostro è bagnato con acqua nebulizzata e con bassissimo impiego di additivi chimici. Questo non solo riduce il rilascio di circa il 97% di composti organici volatili dannosi per l'ozono e riduce notevolmente le immissioni di sostanze negli scarichi, ma permette anche di salvare ogni mese circa 70 alberi dall'abbattimento, per una riduzione di circa 2.970 kg di CO₂. Per il 2021, ad esempio, sono stati salvati 840 alberi e una riduzione di CO₂ pari a 35.640 kg. In generale, nel 2021 si è scelto di iniziare a ridurre la quantità di volantini stampati (riduzione di 12.000 volantini), rivolgendosi maggiormente ad una comunicazione digitale. Inoltre, ad aprile 2019 è stato installato presso il Superstore di Osimo un compattatore di bottiglie in plastica PET.

A fronte dell'introduzione di ogni bottiglia viene erogato un omaggio di 1 centesimo di euro concesso da parte del punto vendita. Nel 2021, a fronte dell'introduzione di 171.155 bottiglie/flaconi, sono stati donati sconti sulla spesa ai clienti per un importo totale di 1.711,60 euro.

**Percorso di riduzione delle
emissioni di CO₂**



CE.DI.MARCHE ATTENZIONE AL MATERIALE DI IMBALLAGGIO

Prosegue l'impegno di Ce.Di.Marche nella riduzione dei materiali di imballaggio usa e getta a favore di quelli riutilizzabili. La collaborazione con CPR System, iniziata nel 2017, ha permesso all'azienda di risparmiare circa 1.600 tonnellate di cartone ogni anno, pari a circa 24.000 alberi non abbattuti. Ce.Di.Marche effettua un monitoraggio attento, tracciando ogni movimentazione giornaliera e facendo degli inventari annuali.

**Materiali di imballaggio
riutilizzabili**



DIMAR COLONNINE DI RICARICA PER LE AUTO ELETTRICHE

Ecologiche, economiche, tecnologiche: le auto a propulsione elettrica sono sempre più diffuse nel nostro Paese: il Politecnico di Milano stima che ce ne saranno in circolazione 1,5 milioni entro il 2025. È per questo che Dimar ha scelto di offrire ai propri clienti un servizio in più: all'interno di 12 dei punti vendita diretti e grazie alla collaborazione con Enel X, Dimar ha introdotto delle colonnine per la ricarica delle auto elettriche per tutti i propri clienti. Il progetto si era posto come obiettivo quello di estendere le installazioni in altri 9 punti vendita entro la fine del 2021 e, al 31.12.2021, è stato raggiunto il 90% delle installazioni previste.

**Colonnine per la ricarica delle
auto elettriche per i propri clienti**



IL GIGANTE NUOVE VASCHETTE C-PET CON MATERIALE RICICLATO

A partire dal 2021 il Gigante ha sostituito i vassoi nei quali erano contenute tutte le proprie produzioni di cucina e di laboratorio con nuove vaschette. Si chiamano C-PET Evolve e sono composte fino all'80% da materiale PET riciclato. Queste vaschette si differenziano per colore, in quanto riflettono la miscela delle bottiglie e dei vassoi che sono stati riciclati per produrre quel particolare risultato finale.

**Vaschette composte fino all'80%
da materiale PET riciclato**



IL GIGANTE IL SISTEMA BEMS PER LA RIDUZIONE ED IL MONITORAGGIO DEI CONSUMI ENERGETICI

I punti vendita de Il Gigante sono stati dotati di sistema BEMS (*Building energy management system*), nato con il compito di gestire l'accensione dell'illuminazione interna ed esterna dei locali in precise fasce orarie e in funzione dei valori di illuminazione esterna; inoltre, questo sistema permette di registrare i consumi di energia, di memorizzare le ore di funzionamento delle utenze, di controllare gli avviamenti degli impianti di condizionamento, di rilevare e registrare i valori di umidità relativa esterna ed interna e di memorizzare gli allarmi di sistema. Il sistema BEMS consente di raggiungere il massimo livello di efficienza energetica, di ridurre i consumi e l'inquinamento ambientale.



ITALBRIX FACCIAMO CRESCERE LA GRANDE FORESTA

In collaborazione con Treedom, Italmark ha deciso di non limitarsi solo a far crescere una grande foresta, ma anche di creare una comunità di persone che se ne prende cura. Proprio per questo motivo, Italmark ha dato la possibilità a tutti i clienti dei propri punti vendita di "adottare" un albero grazie al completamento di una cartolina di bollini (uno ogni 20 euro di spesa) e per l'importo aggiuntivo di 8 euro. Nel 2021 sono stati 10.400 gli alberi piantati grazie all'iniziativa di Italmark e al sostegno della comunità.

"Adottare" un albero



**Con il vostro contributo
abbiamo piantato
10.000 alberi!**



**Grazie per averci aiutato a far crescere
insieme a Treedom un mondo migliore.**

P.S.: anche Madre Natura ringrazia!

**Riportiamo a casa
il barbagianni,
regalandogliene una.**



ITALBRIX COSTRUIRE UNA CASA PER I BARBAGIANNI

Amare il proprio territorio significa anche comprendere l'importanza di un rapporto armonico tra uomo e natura, significa garantire alle specie animali e vegetali che lo abitano benessere e protezione, significa prendersi cura di un piccolo rapace: il barbagianni. L'eccessiva antropizzazione delle campagne e gli effetti devastanti di un clima sempre più estremo, stanno mettendo in difficoltà questo animale, specialmente nelle province lombarde. In collaborazione con Parco Natura Viva, moderno parco zoologico che agisce per la tutela delle specie minacciate, Italmark ha come obiettivo quello di "riportare a casa" il barbagianni affinché possa nidificare di nuovo in piena tranquillità.

Acquistando un piccolo gufo in ceramica, i clienti hanno avuto la possibilità di contribuire attivamente alla realizzazione di alcune casette-nido di legno, indispensabili per la sua sopravvivenza. A fronte dell'acquisto di un Gufo, Italmark ha versato una quota (25.000 euro complessivi) al Parco Natura Viva.

Amare il proprio territorio



L'ABBONDANZA INSIEME PER SALVARE LE API

L'Abbondanza, con i suoi supermercati Gala, è partner di "Save the Queen", la campagna di Legambiente per la salvaguardia delle api in pericolo di estinzione.

Le api e gli insetti impollinatori svolgono un ruolo fondamentale per la conservazione della biodiversità, contribuendo alla riproduzione della flora spontanea.

L'azione degli impollinatori favorisce anche l'agricoltura, incrementandone la produttività. Purtroppo, 58 delle 130 specie di api esistenti rischiano l'estinzione, minacciate dall'utilizzo di pesticidi pericolosi, dall'inquinamento, dal degrado dei loro habitat, dai cambiamenti climatici che mutano l'equilibrio delle fioriture.

Nel 2021, grazie ai punti del programma fedeltà (2020/2021) donati dai clienti e in occasione della Collection "Con Noi per la natura", L'Abbondanza ha contribuito alla campagna "Save the Queen" di Legambiente donando 36 arnie ad apicoltori di Umbria Toscana e Marche, selezionati per l'adesione a criteri di allevamento biologico e rispettoso degli animali.

"Save the Queen"



MAGAZZINI GABRIELLI L'IMPEGNO AMBIENTALE DI MAGAZZINI GABRIELLI

Per essere considerata davvero sostenibile, l'azienda deve saper interpretare in modo innovativo i segnali provenienti dall'esterno e rispondere in maniera pertinente ad essi, perché la creazione di valore nasce dalla loro combinazione. Tra le tante iniziative estemporanee e consolidate, il Gruppo Gabrielli nel 2021 ha efficientato il suo processo di dematerializzazione dei documenti, dando la possibilità ai clienti di sottoscrivere una fidelity card in formato digitale (mantenendo solo per gli affezionati la carta in formato fisico, creata con materiale sostenibile in bio-pvc, che consente di accelerare il processo di bio-degradabilità).

Inoltre, ha intrapreso il percorso Eco Friendly, introducendo nel brand "Selezione e Qualità" imballaggi più sostenibili, monomateriali e privi di etichette adesive e quindi riciclabili al 100%, con una notevole riduzione del consumo di plastica. Infine, per incentivare l'utilizzo dei due eco-compattatori di ultima generazione installati presso 2 dei propri punti vendita, è stata attivata un'APP dedicata che, attraverso un sistema di accumulo punti basato sulla consegna di bottiglie di plastica vuote, ha generato sconti alla clientela per circa 600 euro complessivi nel 2021.

Percorso "Eco Friendly"



MEGAMARK MEGAFREE PER LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Da oltre due anni Megamark porta avanti il progetto MEGAFREE grazie al quale i punti vendita in nuova apertura vengono realizzati nell'ottica del miglioramento dell'efficienza energetica e della sostenibilità, dal momento in cui il progetto permette di recuperare circa il 40% dei costi energetici.

Il percorso virtuoso comincia dall'installazione di impianti di refrigerazione di ultima generazione che non utilizzano gas refrigeranti a vantaggio dell'ambiente, con costi di manutenzione e gestione più contenuti. Inoltre, l'illuminazione dei negozi proviene da luci a LED e dagli impianti fotovoltaici di Megamark, che hanno permesso di generare energia pulita, 100% green, e di ridurre il fabbisogno energetico dei supermercati. Nel rispetto della sostenibilità, durante il 2021 Megamark ha continuato il processo di chiusura dei banchi frigo e surgelati, dopo aver analizzato che la chiusura di un banco permette di risparmiare fino al 65% del suo consumo energetico.

Progetto MEGAFREE grazie al quale i nuovi punti vendita vengono realizzati nell'ottica del miglioramento dell'efficienza energetica e della sostenibilità



MEGAMARK RIDUZIONE DI CARTA E PLASTICA

Con l'obiettivo di ridurre il consumo di carta, Megamark ha avviato il progetto riguardo all'implementazione delle etichette elettroniche con notifica automatica allo scaffale, un'innovazione che permette di ridurre del 98% l'uso della carta e il consumo dei toner delle stampanti.

Inoltre, in linea con l'obiettivo "plastic free" che il Gruppo si è prefissato, all'interno del reparto ortofrutta si è provveduto alla sostituzione dei contenitori di plastica con quelli più ecologici in cartoncino, mettendo a disposizione del consumatore solo shopper biodegradabili e compostabili per la frutta e la verdura. Inoltre, nelle piattaforme del fresco, il Gruppo lavora esclusivamente con RPC IFCO Lift Lock, contenitori in plastica riutilizzabili che nel 2021 hanno ricevuto la certificazione "Cradle to Cradle" lo standard globale per prodotti sicuri, circolari e realizzati in modo responsabile.

Concepite per trasportare e proteggere prodotti alimentari deperibili, i contenitori in plastica riutilizzabili IFCO Lift Lock, consentono di svolgere le operazioni di movimentazione in maniera più economica, efficiente con una grande attenzione all'ambiente.

Una grande attenzione all'ambiente



SUPEREMME EFFICIENTAMENTO ENERGETICO ED ENERGIA RINNOVABILE

Superemme continua a sostenere azioni di tutela verso l'ambiente investendo nel 2021 su progetti e pianificazioni per l'inserimento di impianti fotovoltaici sui lastricati dei negozi, di una facciata ventilata che purifica l'aria dallo smog, l'utilizzo di pittura "airlite" che catalizza gli agenti inquinanti e purifica l'aria dallo smog.

Inoltre, i Punti di Vendita allocati sul territorio mettono in atto interventi di efficientamento energetico, tra cui: integrazione del sistema PLC (Programmable Logic Controller) per il totale controllo e programmazione dell'accensione e dello spegnimento delle luci da remoto; relamping con sostituzione degli impianti di illuminazione tradizionale con illuminazione a LED; chiusura dei banchi frigo verticali; chiusura di tutte le porte su strada tramite sensori di apertura e chiusura automatiche; inserimento degli scambiatori termici per il recupero del calore prodotto dalle centrali frigorifere, riutilizzato per la produzione sostenibile dell'acqua calda sanitaria; riduzione fasce orarie accensione insegne estesa su tutta la rete. Toscana e Marche, selezionati per l'adesione a criteri di allevamento biologico e rispettoso degli animali.

Azioni di tutela verso l'ambiente



SUPEREMME IMBALLAGGI E SOSTENIBILITÀ

Nel corso del 2021 Superemme ha abbandonato l'utilizzo dei vassoi di polistirolo per il confezionamento dei formaggi. Contestualmente è stata avviata una nuova procedura di confezionamento che consente di non utilizzare alcun supporto sui formaggi duri e confezionare con vassoi in carta certificati FSC.

Questa attività ha permesso a Superemme di ridurre il consumo di polistirolo per 2.500 kg su base annua.

Ridurre il consumo di polistirolo



UNICOMM GLI ECOCOMPATTATORI PER IL PET

Ad ottobre 2021, Unicomm ha sottoscritto con il consorzio CORIPET una convenzione che ha come oggetto il posizionamento presso alcuni negozi della società di eco-compattatori per la raccolta del PET. Il progetto prevede l'utilizzo di appositi compactatori per mezzo dei quali i consumatori possono conferire le bottiglie in PET, consentendone il successivo avvio al riciclo a ciclo chiuso, in linea con i principi dell'economia circolare e della green economy.

L'obiettivo è consentire il raggiungimento dei nuovi e specifici obiettivi sulle bottiglie in PET previsti dalla Direttiva (UE) 2019/904 sulla riduzione dell'incidenza di determinati prodotti di plastica sull'ambiente, secondo cui, dagli anni 2025 e 2030, le bottiglie dovranno contenere almeno, rispettivamente, il 25% e il 30% di R-PET. Per ogni bottiglia conferita i clienti dei punti vendita Unicomm ricevono 1 punto sull'app Coripet, che deve essere associata alla carta fedeltà dell'insegna dove è posizionato l'eco-compattatore, e, al raggiungimento di tot. punti, ricevono un vantaggio (ad es. buono sconto).

Eco-compattatori per la raccolta del PET





LE STRATEGIE DI CRESCITA

Lo sviluppo del gruppo vuole essere **sostenibile**



Gruppo Selex è pienamente consapevole del ruolo che ricopre la sostenibilità per la sua crescita e il suo sviluppo nel tempo. Proprio per questo motivo, ha l'ambizione di trasformarsi in una realtà sempre più sostenibile dal punto di vista sociale, ambientale e di governance.

Questa aspirazione ha radici solide e concrete, tanto che la Centrale Selex ha già in mente delle importanti attività a partire dal 2022 che comprenderanno il perimetro dell'interno Gruppo e, quindi, di tutte e 18 le sue Imprese Associate.

Il primo passo sarà quello di identificare il suo posizionamento strategico sui temi della sostenibilità rispetto al mercato di riferimento, in modo da identificare le best practice del settore in cui opera e i principali gap rispetto ai concorrenti, tenendo sempre a mente quelle che sono le peculiarità e le caratteristiche comuni e fondamentali per tutte le Imprese Associate, sulle quali continuare a far perno e sulle quali continuare ad investire per un miglioramento continuo e più sostenibile.

Gruppo Selex è pienamente consapevole del ruolo che ricopre la sostenibilità per la sua crescita e il suo sviluppo nel tempo

Defnire il livello di partenza guardando il mercato

- ▶ Identificare le best practice del settore della Grande Distribuzione Organizzata
- ▶ Identificare i gap rispetto ai principali concorrenti nazionali e internazionale

Defnire i temi cruciali e le priorità interne al gruppo

- ▶ Identificare tutti i temi importanti per le Imprese Associate tramite un Assessment Interno
- ▶ Defnire i temi prioritari per il Gruppo su cui investire in termini di miglioramento

Defnire un piano di implementazione e una strategia comune

- ▶ Costruire un modello di implementazione comune alle Imprese Associate del Gruppo
- ▶ Trovare una strategia comune che possa essere perseguita per il miglioramento continuo



UNA RETE IN CONTINUO RINNOVAMENTO

Per il 2022 le Imprese del circuito Selex hanno importanti progetti di sviluppo su tutto il territorio nazionale. Sono **91 infatti le nuove aperture previste** nel corso dell'anno per **complessivi 121.545 m2 di superficie** di vendita.

Anche **Animali che Passione** e la rete di vendita dei petshop del Gruppo Selex si allarga, con la previsione di **4 nuove aperture** nel corso del 2022.

Un piano di crescita e di ammodernamento della rete esistente che si propone di rafforzare ulteriormente la presenza delle Imprese Selex sul territorio e di migliorare le performance della rete commerciale. Per la sua realizzazione sono stati **stanziati 360 milioni di euro**.

La chiave per la crescita sono proprio gli investimenti volti ad innovare la rete e adattare l'offerta distributiva, in un contesto che cambia velocemente.

91

nuove aperture previste

360

milioni di euro stanziati per il piano di crescita

Piano di sviluppo 2022

Nuove aperture

	Num.	m ₂
Superstore e Minilper	10	26.300
Supermercati integrati	28	46.250
Supermercati	15	16.285
Discount	35	24.010
Totale Punti Vendita al dettaglio	88	112.845
Cash and Carry	3	8.700
Totale della rete distributiva	91	121.545
Petshop	4	1.500

I PROGETTI FUTURI

FAVORIRE LA NEOGENITORIALITÀ CON I BONUS BEBÈ

Dimar partirà dal 2022 con il bonus bebè, un buono spesa consegnato alle collaboratrici mamme che partoriscono, per festeggiare insieme il lieto evento.

Bonus bebè, per festeggiare insieme il lieto evento



SPORTELLO INTERCULTURALE

Dimar è partita con uno sportello di ascolto dedicato alle persone di nazionalità straniera e che lavorano presso i propri magazzini logistici.

Lo sportello supporta i lavoratori nella gestione di pratiche previdenziali e assistenziali ed è attivo un giovedì al mese presso il CEDIS DIMAR. Insieme alle persone che ne hanno bisogno di organizzano colloqui relativi a temi come l'utilizzo del fondo sanitario Sanilog, una guida al modello ISEE, le analisi pratiche per le detrazioni Irpef dei familiari a carico, le problematiche relative alle pratiche INPS e tanto altro ancora. L'obiettivo è quello di fare quadra insieme.

Sportello di ascolto dedicato alle persone di nazionalità straniera

VALUTAZIONE AMBIENTALE E SOCIALE DEI FORNITORI

Dimar ha tra i progetti in partenza un'iniziativa volta alla valorizzazione di tutti quei fornitori che rispettano alcuni virtuosi requisiti in termini ambientali, sociali ed etici. In particolare, il progetto si pone come obiettivo quello di valorizzare i fornitori locali presso i propri punti vendita, per sostenere l'economia del territorio e supportare le eccellenze locali.



INTERVENTI DI EFFICIENTAMENTO ENERGETICO

Per ogni ristrutturazione e ammodernamento, L'abbondanza ha previsto un intervento di efficientamento energetico, secondo fattibilità, quale: l'installazione di pannelli solari, la sostituzione delle componenti impiantistiche più obsolete oltre la sostituzione dei banchi frigo esistenti con banchi chiusi da vetrine.

Efficientamento energetico

CONTROLLI PIÙ FREQUENTI E PIÙ RIGIDI PRESSO I FORNITORI

A partire dal 2022 in avanti sarà incaricata un'azienda esterna per effettuare ispezioni e controlli (audit) presso i nostri fornitori.

LA FORMALIZZAZIONE DI UN BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

Sarà redatto a partire dal 2022 il primo Bilancio di Sostenibilità e sarà formalizzato il Codice Etico Aziendale. L'Abbondanza si attiverà, inoltre, per creare un comitato CSR interno.

AGENDA 2030: DARE UN SOSTEGNO CONCRETO

Nello sviluppo di una strategia di sostenibilità, Megamark ha in mente di seguire un piano ben preciso: è quello dell'Agenda 2030 dell'ONU e, quindi, dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.



LA CULTURA DEL MIGLIORAMENTO CONTINUO A TUTTI I LIVELLI

Per il 2022 Superemme desidera dare continuità al percorso evolutivo aziendale, al fine del miglioramento continuo, per una maggiore professionalità, il potenziamento delle capacità di Leadership e per il raggiungimento di risultati sempre più soddisfacenti per le persone e per tutto il Team di lavoro.

La formazione delle persone costituisce per Superemme la base su cui costruire, valorizzare e mantenere relazioni di valore con clienti, partner e colleghi al fine di divulgare a tutti i livelli competenze tecniche e trasversali per svolgere efficacemente le attività quotidiane, individuali e di Team, in un clima aziendale positivo, produttivo e creativo.

**Costruire, valorizzare e
mantenere relazioni di valore
con clienti**

SELEXGC.IT



SELEX GRUPPO COMMERCIALE S.P.A.
VIA C.COLOMBO, 51 - 20090 | TREZZANO MILANO