

ANNO 2023



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ GRUPPO SELEX

IL NOSTRO IMPEGNO VERSO I CITTADINI E IL TERRITORIO



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ SELEX 2023

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

ALTIS Advisory - Spin off dell'Università Cattolica
del Sacro Cuore

Via San Vittore, 18

20123 Milano

ALTIS advisory 
Spin-off dell'Università Cattolica del Sacro Cuore

PROGETTO GRAFICO REALIZZATO DA

Message | Milano

www.messagegroup.it

ANNO 2023

**BILANCIO DI
SOSTENIBILITÀ
GRUPPO SELEX**

INDICE



Lettera agli stakeholder 7

Nota metodologica 8

01

CHI È SELEX



La storia di Selex 16

Il secondo Gruppo della distribuzione moderna in Italia 19

La Centrale Selex: promuovere lo sviluppo delle Imprese Socie 20

La diffusione capillare sul territorio 21

Punti vendita e insegne per regione 24

Format diversi per ogni necessità 27

02

LE PERSONE



Il valore delle persone 31

Salute e sicurezza sul posto di lavoro 37

Promuovere il progresso attraverso la formazione 38

Iniziative e progetti 41

03

I PRODOTTI A MARCHIO DEL DISTRIBUTORE



La strategia di sostenibilità 51

Le marche del distributore del Gruppo Selex 55

Confezioni sostenibili MDD: il percorso di Selex nel 2023 60

La filiera dei prodotti MDD: una gestione responsabile 63

04

I FORNITORI



L'importanza dei fornitori per le
Imprese del Gruppo
Iniziative e progetti

69
70

05

I CLIENTI



Accrescere la soddisfazione dei clienti
Il portale Così Comodo per una spesa
sempre più pratica e veloce
L'educazione alimentare dal carrello
alla tavola
La tutela del potere d'acquisto
Iniziative e progetti

81
84
86
89
90

06

IL TERRITORIO E LA COMUNITÀ



Conoscere i bisogni del territorio
Iniziative e progetti

99
112

07

L'AMBIENTE



Gli impatti ambientali generati dal
Gruppo
Iniziative e progetti

129
132

08

LE STRATEGIE DI CRESCITA



Lo sviluppo del Gruppo vuole essere
sostenibile
I progetti futuri

146
148



LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Gentilissimi lettori e gentilissime lettrici,

sono lieto di presentarvi l'**undicesima edizione del Bilancio di Sostenibilità** del Gruppo Selex. In continuità con il prezioso lavoro svolto in questi anni, il nostro Bilancio, di natura volontaria vuole essere la sintesi di tutti i piccoli e grandi passi che stanno segnando il cammino di crescita e consapevolezza rispetto alle tematiche di sostenibilità, non solo per la Centrale Selex, ma per tutte e 18 le nostre Imprese Socie.

Gli ultimi anni hanno visto, nel mondo della sostenibilità, grandi e importanti cambiamenti che, per noi del Gruppo Selex, sono stati percepiti come un grande stimolo a migliorarci, mettendoci sempre più in gioco e raggiungendo obiettivi sempre più ambiziosi.

Come Centrale, abbiamo sostenuto dal primo momento un **percorso di sensibilizzazione rivolto ai nostri Soci** sulle tematiche di Sostenibilità, grazie alla **Commissione RSI di Gruppo**, attraverso la quale vengono condivise e messe a fattor comune non solo le **iniziative e le progettualità** concrete rispetto ai temi di sostenibilità, ma anche interessanti spunti di miglioramento e crescita.

Questo percorso è stato reso possibile anche grazie al contributo di consulenti esterni specializzati su queste tematiche, con i quali ci interfacciamo costantemente per tenere alta l'attenzione del Gruppo e per conoscere gli scenari nei quali il nostro settore è e sarà coinvolto.

All'interno di questo documento sono riassunte **iniziative di carattere ambientale e sociale** e i risultati raggiunti dal Gruppo nel 2023, frutto di scelte a livello nazionale e delle decisioni delle singole Imprese Socie che, attraverso le individualità radicate nei rispettivi territori, sono state capaci di innovare ed investire per assicurare un'offerta competitiva e di qualità.

Tutto il Gruppo ha dimostrato grande impegno per le iniziative a supporto alla comunità locale, in collaborazione con organizzazioni e realtà territoriali o con la partecipazione diretta a progetti che creano valore condiviso, come il sostegno alle scuole, alle attività sociali, sportive e culturali, o alla ricerca medica.



"Moltiplichiamo la creazione del valore, grazie alla forte sinergia tra i nostri Soci, alla condivisione dei principi etici e ad una strategia di crescita e di sviluppo ben definita che, sempre di più, tiene conto delle dimensioni della sostenibilità ambientale, sociale ed economica."

Nel 2023 sono state investite risorse per un **valore stimato di oltre 10 milioni di euro**. Tra le iniziative del Gruppo rientra il progetto di solidarietà "Tutti per l'Emilia Romagna", attivato a maggio 2023 in seguito alla situazione di enorme difficoltà che ha colpito la regione, causando ingenti danni. Grazie alla proattiva partecipazione di tutti i nostri Clienti e delle nostre Imprese Socie, in un mese abbiamo devoluto alla Croce Rossa Italiana un valore complessivo di circa **1 milione e 300 mila euro**.

Nel 2023 abbiamo attivato anche un nuovo progetto nazionale di grande importanza sociale: **"Tutti in Campo"**. Questa iniziativa ha per noi un duplice valore: da una parte quello di sostenere il mondo dello sport tramite le **Associazioni** e le **Società Sportive Dilettantistiche** e, dall'altra parte, di **sensibilizzare la nostra clientela** promuovendo lo sviluppo di corrette abitudini legate allo sport e al benessere, incoraggiando uno stile di vita sano.

Dal punto di vista degli impatti ambientali, la Centrale Selex con le sue Imprese Socie si è dimostrata ancora una volta in prima linea con azioni e progetti legati a diversi ambiti.

Anche nel 2023 abbiamo confermato la nostra scelta di approvvigionarci al 100% da energia con Garanzia d'Origine e abbiamo continuato il nostro percorso "Selex è sostenibile" legato ai nostri prodotti a marca del distributore, aumentando sempre più il numero di referenze con un packaging sostenibile che, nel 2023, ha raggiunto una percentuale superiore all'80% del totale.

Alessandro Revello

Presidente Selex Gruppo Commerciale

Alessandro Revello

NOTA METODOLOGICA

L'avvento della **CSRD**: nuovi scenari

Parlare di sostenibilità vuol dire interrogarsi rispetto agli **impatti** che la propria organizzazione ha non solo sull'**ambiente circostante**, ma anche sulle **persone** che interagiscono con essa e sull'**approccio economico e di governance** adottato internamente in azienda.

Questo aspetto è stato ampiamente affrontato e discusso nel corso del 2023 tra la Centrale Selex e le sue Imprese Socie, soprattutto con l'introduzione, da parte della Commissione Europea, della **nuova Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)** che, più di sempre, ha posto l'attenzione sull'individuazione degli impatti rilevanti per ciascuna organizzazione. Ciascuna delle 18 Imprese Socie e la Centrale stessa (nel suo perimetro consolidato con ESD Italia), infatti, **rientreranno singolarmente nei parametri dimensionali indicati dalla CSRD** e saranno, in modo separato secondo il perimetro consolidato di ciascuna di esse, tenute a rendicontare a partire dall'anno fiscale 2025 (con pubblicazione nel 2026)¹.



Il Bilancio di Sostenibilità del 2023, quindi, rappresenta per il Gruppo Selex un documento di transizione. La maggior parte delle Imprese Socie, infatti, ha deciso di prepararsi al futuro obbligo intraprendendo un percorso di **integrazione della sostenibilità** in azienda che le porterà alla pubblicazione di un Bilancio di Sostenibilità rispettando non solo i contenuti, ma anche il processo indicato dalla Commissione Europea all'interno del testo della nuova Direttiva.

Le imprese del Gruppo Selex che hanno iniziato questo percorso con **due anni di anticipo** hanno effettuato un'analisi di materialità secondo la metodologia prevista dagli European Sustainability Reporting Standards (**ESRS**), intraprendendo un primo esercizio di "doppia materialità"².

L'obiettivo del presente documento è quello di rispecchiare l'operato del Gruppo a livello aggregato, andando sempre di più ad allineare la struttura che ciascuno dei singoli Bilanci di Sostenibilità delle proprie Imprese Socie avrà, in ottemperanza all'obbligo normativo. Il Bilancio di Sostenibilità aggregato del Gruppo Selex, infatti, 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 il corso dell'anno.

**Vogliamo rendicontare
in maniera trasparente
gli impatti generati dal
Gruppo Selex**

¹ L'obbligo ricadrà in capo a ciascuna singola azienda parte del Gruppo – secondo i criteri del proprio consolidato – e a capo della stessa Centrale Selex. Il presente Bilancio di Sostenibilità, a livello aggregato tra la Centrale Selex e le sue 18 Imprese Socie, invece, non rientra e non rientrerà nella Direttiva CSRD, ma rimarrà un esercizio volontario di aggregazione delle pratiche virtuose e dei risultati raggiunti dal Gruppo rispetto ai temi di sostenibilità.

² La doppia materialità è quel processo che permette all'azienda di selezionare tra tutti i possibili impatti di sostenibilità ambientale, sociale ed economica, solo quelli che sono realmente più rilevanti da una duplice prospettiva; dal punto di vista inside-out, ovvero in qualità di effetto dell'impresa sui propri stakeholder (materialità degli impatti), e/o outside-in, ovvero dal punto di vista finanziario (per capire come i fattori ESG influenzino le proprie operazioni e la propria performance finanziaria).

La struttura del Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Selex

Il Gruppo Selex, nell'esercizio delle sue attività e considerata la complessità della sua 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 presente documento, di **natura volontaria**, è liberamente ispirato agli Standard di Rendicontazione del Global Reporting Initiative (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 2023 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 Socie.

In continuità con le edizioni precedenti, il presente documento è redatto con il contributo di ALTIS Advisory - Spin off dell'Università Cattolica del Sacro Cuore.

Il presente documento
è suddiviso in



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.





La Commissione RSI (Responsabilità Sociale d'Impresa) a presidio della Sostenibilità nel Gruppo

Il Gruppo Selex si è dotato di alcuni strumenti per creare e diffondere la cultura della responsabilità sociale in modo efficace. Tra questi spicca la presenza della 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 2023, in continuità dal 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 Socie e la Centrale Selex, anche in ottica di sostenibilità ambientale.



Guida alla lettura del Bilancio di Sostenibilità

Alla fine di ciascuno dei capitoli che seguiranno e con l'obiettivo di lasciare ampio spazio alla raccolta delle attività e delle progettualità sviluppate da ciascuna delle Imprese Socie al Gruppo Selex, sarà possibile trovare un paragrafo ad esse dedicato, chiamato **"Iniziativa e progetti"**.

All'interno di questa sezione sarà possibile scoprire le pratiche virtuose che ciascuna Impresa del Gruppo Selex ha messo in atto nel corso del 2023 rispetto a tutte le dimensioni della sostenibilità.

Qui di seguito si propone una legenda utile a comprendere la categoria entro la quale ciascun progetto potrà essere inserito. Vicino ad ognuna delle attività inserite nella sezione **"Iniziativa e progetti"** sarà possibile trovare uno di questi simboli che meglio identificano la tipologia di attività raccontata.



Sociale / Persone

Sono le iniziative dedicate ai progetti con alto impatto sociale, che descrivono le modalità con cui le Imprese Socie 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

Sono le iniziative messe in atto dalle Imprese Socie in corrispondenza dei progetti di supporto alle sanità locali, con l'obiettivo di dare un contributo concreto alle associazioni impegnate nella ricerca medica o nell'assistenza alle persone più in difficoltà.



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.

3.300

PUNTI VENDITA
SUL TERRITORIO NAZIONALE

41.000

ADDETTI E COLLABORATORI
STIMATI

11%

LA CRESCITA DI FATTURATO
DEL GRUPPO RISPETTO AL 2022

3,113

MILIONI DI MQ
DI SUPERFICIE DI VENDITA

18,34%

LA QUOTA DI MERCATO

20,2

MILIARDI DI EURO
FATTURATO DEL GRUPPO

CHI È **SELEX**

01



La storia di Selex	16
Il secondo Gruppo della distribuzione moderna in Italia	19
La Centrale Selex: promuovere lo sviluppo delle Imprese Socie	20
La diffusione capillare sul territorio	21
Punti vendita e insegne per regione	24

LA STORIA DI SELEX

Da 59 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 Socie 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 Socie 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.



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.**

anni '90

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 (Gulliver), 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.

SUN
SUPERMERCATI UNITI NAZIONALI

CDS
centro distribuzione supermercati

Grazie all'ingresso di questi nuovi Soci, Selex diventa il **secondo attore della distribuzione moderna nazionale**, con un **fatturato di 16,9 miliardi** di euro.

2022

Il Gruppo Selex chiude l'anno con risultati molto positivi e superiori alla concorrenza raggiungendo una **quota di mercato pari al 18,2%**.

2023

Gruppo Selex si conferma la seconda realtà della distribuzione moderna in Italia, con una quota di mercato pari al 18,34%, un fatturato di 20,2 miliardi di euro e un trend della quota di mercato del 4,7%.





IL SECONDO GRUPPO DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA IN ITALIA

Protagonisti della distribuzione moderna nazionale

Nel 2023, Selex si conferma al **secondo posto** tra i protagonisti della distribuzione moderna in Italia. La sua rete commerciale capillare è in grado di soddisfare le diverse esigenze dei consumatori su tutto il territorio nazionale.

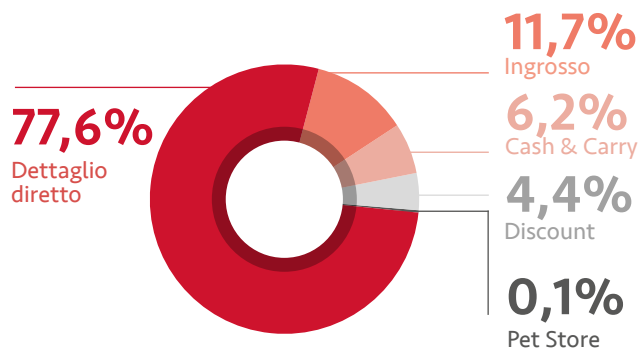
Fatturato del Gruppo Selex (in miliardi di euro)



Il forte radicamento al territorio e la capacità di interpretarne i bisogni rappresentano i punti di forza delle Imprese Socie a Selex. Queste caratteristiche permettono al Gruppo di ottenere da anni risultati positivi e superiori rispetto alla concorrenza. Nel 2023, Selex ha **registrato un fatturato di 20,2 miliardi di euro, con una crescita dell'11% rispetto all'anno precedente, che a sua volta aveva segnato un aumento del 7,7% rispetto al 2021.**

Questo trend positivo evidenzia l'attenzione del Gruppo verso le esigenze delle famiglie, garantendo contemporaneamente **convenienza e qualità**. In un settore altamente competitivo, Selex ha raggiunto importanti traguardi grazie a investimenti mirati e alla passione dei dipendenti, dimostrata quotidianamente dalla fiducia dei clienti.

Ripartizione del fatturato 2023 per canale di vendita



* Il valore del fatturato del 2022 è rettificato rispetto a quello pubblicato nel Bilancio di Sostenibilità 2022. Il valore, infatti, è aumentato da 17,85 miliardi a 18,20 miliardi di euro a causa dell'aumento dell'inflazione. Il valore, infatti, è stato ricalcolato nel corso del 2023 per arrivare ad avere un valore definitivo.

LA CENTRALE SELEX: PROMUOVERE LO SVILUPPO DELLE IMPRESE SOCIE

Grazie all'ingresso del Gruppo SUN e di CDS, Selex Gruppo Commerciale conta **18 Imprese Socie** 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 della Centrale è creare valore per le Imprese Socie favorendo importanti sinergie

Il compito principale della Centrale nazionale è supportare i propri soci nella crescita e nello **sviluppo economico**, creando **maggiore efficienza e innovazione**. Con grande attenzione alle sfide e opportunità del mercato, si impegna a rispondere adeguatamente ai nuovi bisogni dei consumatori. A tal fine, il Gruppo Selex investe tempo e risorse nella ricerca di soluzioni che anticipino le richieste del mercato, con l'obiettivo di migliorarsi e crescere costantemente. Il Gruppo adotta sia un approccio tattico, con azioni concrete e attuabili nel breve periodo, sia un approccio strategico, convinto che una pianificazione lungimirante possa guidarlo verso il raggiungimento di obiettivi significativi.

I risultati ottenuti nel corso degli anni evidenziano una **crescita più che soddisfacente**, grazie soprattutto alla sinergia strategica tra i soci del Gruppo, sostenuta e promossa dalla Centrale. Selex è pienamente consapevole del valore derivante dalla **massimizzazione delle sinergie tra gli Associati** e dallo sfruttamento dei vantaggi dell'appartenenza a un'Associazione.

Massimizzare i risultati senza perdere di vista le realtà territoriali

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

In particolare:

- ▶ **L'area Commerciale** si occupa del perfezionamento degli accordi negoziali delle Marche del Distributore e dell'Industria di Marca in Selex, ESD Italia ed EMD Europa. Organizza i piani promozionali nazionali, finalizza i contratti per l'acquisto comune di beni e servizi e sviluppa strategicamente l'assortimento dei prodotti a marchio del distributore, migliorando l'offerta in termini di qualità, sicurezza e ampiezza.
- ▶ **L'area Marketing** integra strumenti innovativi di marketing information, database, CRM, efficienza gestionale e progetti speciali. Quest'area comprende anche canali digitali avanzati, come la piattaforma CosìComodo, il progetto di eCommerce del Gruppo che offre servizi di clicca & ritira e consegna a domicilio.
- ▶ **L'area Efficienza & Sinergie** sviluppa soluzioni per generare risparmi per i Soci attraverso servizi sempre più efficaci.
- ▶ **La divisione Selex Lab** si dedica allo sviluppo di nuovi cluster assortimentali e concept innovativi per aumentare la distintività delle insegne. Si occupa anche della formazione, dello sviluppo dei canali e-commerce e dell'evoluzione tecnologica. Il programma di formazione, coordinato dalla Centrale che coinvolge tutte le Imprese Socie, è fondamentale per accrescere competenze e professionalità delle risorse umane, creando valore nel Gruppo e diffondendo best practice ed esperienze tra le Imprese Socie.





LA DIFFUSIONE CAPILLARE SUL TERRITORIO

Al centro delle politiche aziendali e delle attività di business di Selex c'è il rispetto per i clienti che quotidianamente si affidano al Gruppo per i propri acquisti. Servire al meglio i clienti è una missione fondamentale, non solo per la Centrale Selex nella scelta e selezione dei prodotti a marchio, ma anche per tutte le Imprese Socie del Gruppo. Questo impegno si riflette 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 Socie 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.

Inoltre, a partire dal 2019, a questi si aggiunge anche **Animali che Passione**, il format di Selex dedicato interamente agli animali, il cui assortimento comprende 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).

18
le Imprese Socie del
Gruppo Selex presenti
in tutte le regioni
italiane





La rete commerciale è composta da 3.300 unità per più di 3 milioni di mq di superficie di vendita.



E-commerce



Pet store





IMPRESA SOCIA	N° punti vendita	REGIONE
ALFI (GULLIVER)	92	Emilia Romagna, Liguria, Lombardia, Piemonte
ALÌ	116	Emilia Romagna, Veneto
ARCA	108	Emilia Romagna, Marche, Toscana
CDS	133	Sicilia
CE.DI.MARCHE	103	Abruzzo, Marche
CE.DI.GROS	224	Lazio
DIMAR	277	Liguria, Piemonte
G.M.F.	151	Lazio, Marche, Toscana, Umbria
ITALBRIX	100	Lombardia
L'ABBONDANZA	43	Marche, Toscana, Umbria
IL GIGANTE	77	Emilia Romagna, Lombardia, Piemonte
MAGAZZINI GABRIELLI	326	Abruzzo, Lazio, Marche, Molise, Umbria
MAXI DI	611	Abruzzo, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte, Toscana, Trentino, Umbria, Valle d'Aosta, Veneto
MEGAMARK	531	Basilicata, Calabria, Campania, Lazio, Molise, Puglia
SUPER ELITE	56	Lazio, Marche, Umbria
SUPEREMME	54	Sardegna
SUPERMERCATI CADORO	24	Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Veneto
UNICOMM	274	Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Veneto





PUNTI VENDITA E INSEGNE PER REGIONE

● VALLE D'AOSTA

A&O • D PIU' • FAMILA

● TRENTINO A.A.

D PIU'

● FRIULI V.G.

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

● PIEMONTE

A&O • ANIMALI CHE
PASSIONE • C+C • D PIU' • FAMILA
• GALASSIA • GULLIVER • IL
GIGANTE • MARKET-MERCATÒ
• OK MARKET

● LOMBARDIA

A&O • ANIMALI CHE PASSIONE
• C+C • D PIU' • FAMILA •
FAMILY • GALASSIA • GULLIVER
• IL GIGANTE • ITALMARK
• IL MIO GIGANTE • IPER
FAMILA • MARKET • SUPER
A&O • SVELTO A&O • SUPER
GULLIVER

● LIGURIA

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

● TOSCANA

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

● LAZIO

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

● 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 •
ITALMARK

● MARCHE

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

● UMBRIA

C+C • EMI • EMISFERO •
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

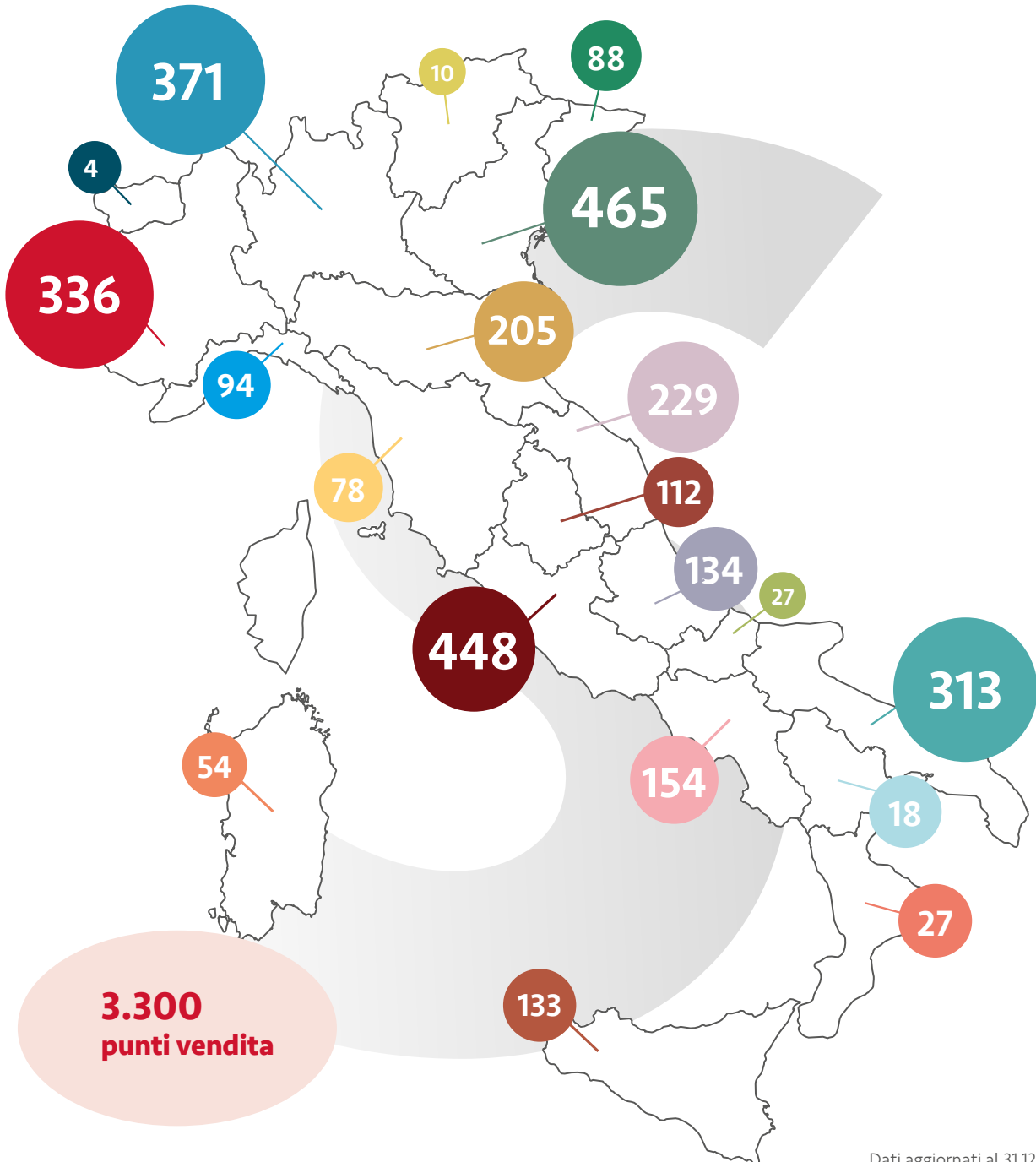
● SICILIA

FAMILA • IL CENTESIMO
• MAX





NUMERO PUNTI VENDITA PER REGIONE



Dati aggiornati al 31.12.2023





FORMAT DIVERSI PER OGNI NECESSITÀ

La diversità delle insegne distribuite su tutto il territorio nazionale rappresenta una caratteristica distintiva del Gruppo Selex.

Famila, A&O e C+C sono le catene più diffuse in Italia, affiancate da numerosi marchi fortemente radicati a livello regionale e apprezzati dai consumatori per la qualità e il risparmio offerti.

Le Imprese Socie a Selex sono ben consolidate nei loro territori attraverso **reti di vendita moderne e articolate**, che includono ipermercati, supermercati e piccole unità di quartiere. L'apertura di diversi format – dal piccolo supermercato di prossimità all'ipermercato – si è rivelata una strategia vincente, poiché permette di soddisfare le esigenze di tutti i tipi di clienti con negozi moderni, assortimenti equilibrati e risposte adeguate a ogni necessità di acquisto.

	2023		2022		2021	
	N°	m ²	N°	m ²	N°	m ²
Ipermercati	36	210.768	39	230.762	38	225.962
Superstore e mini iper	148	437.868	141	414.421	135	394.701
Supermercati integrati	432	779.006	433	760.179	418	753.698
Supermercati	1.251	980.968	1.164	902.354	1.158	891.013
Superettes	554	153.765	512	141.465	524	145.216
Hard e soft discount	428	271.592	450	280.547	468	287.007
Mini mercati	342	36.944	380	40.784	378	41.477
Totale Punti Vendita al dettaglio	3.191	2.870.911	3.108	2.770.512	3.119	2.739.074
Cash and carry	93	242.141	86	214.939	86	222.658
Totale della rete distributiva	3.284	3.113.052	3.194	2.985.451	3.205	2.961.732
Animali che Passione	16	5.800	12	4.610	23	8.200



Accanto a questi, Animali che Passione, con la propria rete di petshop, nel 2023, conta 16 punti vendita diretti, per un totale di 5.800 mq di superficie.

34%

DEI NUOVI ASSUNTI SONO
GIOVANI DI ETÀ INFERIORE A 30 ANNI

61%

PRESENZA FEMMINILE NEL GRUPPO

OLTRE

70 MILA

ORE DI FORMAZIONE
EROGATE DALLE IMPRESE SOCIE

+22%

ORE DI FORMAZIONE
EROGATE DALLA CENTRALE SELEX
ALLE IMPRESE SOCIE NEL 2023
RISPETTO AL 2022

25.000

COLLABORATORI
COINVOLTI NELLA FORMAZIONE

93%

DEI DIPENDENTI
DELLE IMPRESE SOCIE È ASSUNTO A
TEMPO INDETERMINATO





LE PERSONE



Il valore delle persone	31
Salute e sicurezza sul posto di lavoro	37
Promuovere il progresso attraverso la formazione	38
Iniziative e progetti	41

In questa sezione il Gruppo Selex si impegna a contribuire al raggiungimento dei Sustainable Development Goals





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 VALORE DELLE PERSONE

In Selex, le persone rappresentano il cuore pulsante dell'azienda, essenziali per lo sviluppo, il successo e la stessa esistenza del Gruppo. La promozione del valore delle persone e l'accrescimento del patrimonio di capacità e competenze di ciascun collaboratore sono impegni in cui Selex crede fermamente. Ogni anno, l'azienda investe significative risorse e sforzi in queste aree, riconoscendo che il **benessere e la crescita dei propri collaboratori** sono fondamentali per raggiungere gli obiettivi aziendali.

Per il 2023, Selex ha intensificato il suo impegno verso la creazione di un **ambiente di lavoro stimolante e inclusivo**. La **sicurezza e il benessere di tutti i collaboratori rimangono una priorità assoluta per Selex**. L'azienda ha implementato rigorosi protocolli di sicurezza sul lavoro e ha potenziato le iniziative di supporto psicologico e benessere fisico. Sono stati introdotti nuovi strumenti e piattaforme digitali per facilitare la comunicazione interna e il lavoro collaborativo, promuovendo il sostegno reciproco e lo spirito di squadra.

I numeri del Gruppo

Al 31 dicembre 2023 l'organico del Gruppo Selex 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 **14 Imprese Socie su 18**, una in più rispetto alla precedente edizione.



41.000
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 Imprese Socie e di migliorare la precisione del dato nelle successive edizioni del Bilancio di Sostenibilità di Gruppo.



La Centrale Selex

Nel 2023, l'organico della Centrale Selex ha visto un incremento, raggiungendo un totale di **62 dipendenti**, di cui il **43,55% sono donne**. Inoltre, Selex ha accolto 6 collaboratori in stage, con una distribuzione di genere che comprende 4 uomini e 2 donne. Tra i dipendenti, **61 sono assunti a tempo indeterminato** e il **90,32% di loro lavora a tempo pieno**. Il part-time è stato scelto da 6 dipendenti, tutte donne, rappresentando il 9,68% del totale.

Per quanto riguarda la flessibilità lavorativa, nel corso del 2023, la **sede Centrale del Gruppo Selex** ha ufficializzato la possibilità di svolgere un giorno a settimana in **Smart Working per tutti i dipendenti**, previo accordo con il responsabile diretto. Questa misura è stata accompagnata dall'introduzione di un sistema di monitoraggio interno tramite un file condiviso.

Rispetto alla distribuzione per fascia d'età, la Centrale Selex conta solo 2 collaboratori sotto i 30 anni (3,23% sul totale), mentre la maggioranza dei dipendenti è **perfettamente distribuita nella fascia tra i 30 e i 50 anni (46,77%) e oltre i 50 anni (50%)**.

Un indicatore introdotto nel 2022 consente di monitorare la distribuzione dei dipendenti per categoria contrattuale e genere. Nel 2023, la Centrale Selex contava 7 dirigenti (tutti uomini), 21 quadri (di cui il 14,29% donne) e 34 impiegati (di cui il 70,59% donne).

Durante l'anno, Selex ha assunto **4 nuovi dipendenti**: 2 donne e 2 uomini. Tra questi, un uomo sotto i 30 anni, e 2 donne e 1 uomo nella fascia di età 30-50 anni. Contestualmente, 3 dipendenti hanno terminato il loro rapporto di lavoro, tra cui una donna sotto i 30 anni e 2 uomini tra i 30 e 50 anni.

Il **tasso di turnover complessivo** della Centrale Selex nel 2023 è pari a 11,29%, 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 2023. Il numero è in leggero calo rispetto al 2022, in cui si registrava un turnover complessivo pari al 14,75%. In particolare, il tasso di turnover in entrata è pari all'6,45%, mentre il tasso di turnover in uscita è del 4,84%.

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.



Infine, rispetto al tema del benessere aziendale, nel mese di dicembre, è stato **regalato a tutti i dipendenti della sede un buono benzina con un importo variabile da 100 a 200 euro**, con l'obiettivo di supportare le persone e le famiglie in un periodo storico in cui l'inflazione ed i costi sono in continuo aumento.

62
dipendenti della
Centrale al 2023



Collaboratori totali per contratto di lavoro e per genere		Dipendenti a tempo determinato e indeterminato per età e genere	
Tempo indeterminato	61	Sotto i 30 anni	2
Donne	26	Donne	1
Uomini	35	Uomini	1
Tempo determinato	1	Tra i 30 e i 50 anni	29
Donne	1	Donne	12
Uomini	0	Uomini	17
Altre forme contrattuali	6	Oltre i 50 anni	31
Donne	2	Donne	14
Uomini	4	Uomini	17
Totale	68		
Donne	29		
Uomini	39		

DATI 2023

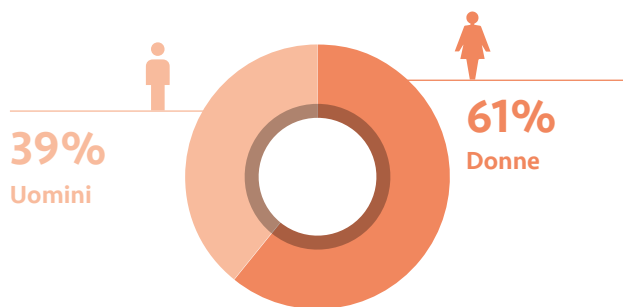




Le Imprese Socie

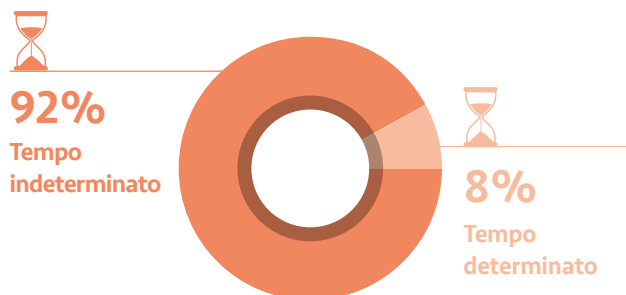
Tenuto conto del numero fornito da **14 Imprese su 18**, il totale dei dipendenti a tempo determinato e a tempo indeterminato delle Imprese Socie al Gruppo Selex è di **34.739**, di cui il **61,75% è donna** e il 39,70% è uomo.

Distribuzione della popolazione per genere

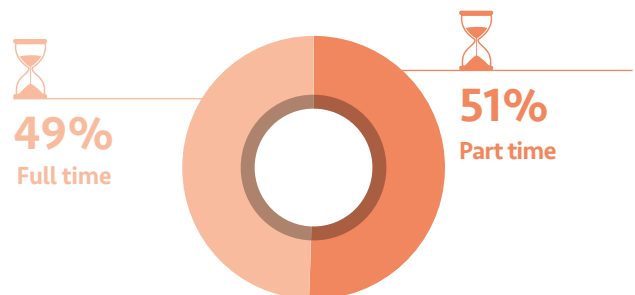


Sul totale dei dipendenti, nel 2023 il **92,01%** ha un **contratto a tempo indeterminato**, mentre il 7,99% ha un contratto a tempo determinato.

Distribuzione della popolazione per contratto di lavoro



Distribuzione della popolazione per tipologia di impiego



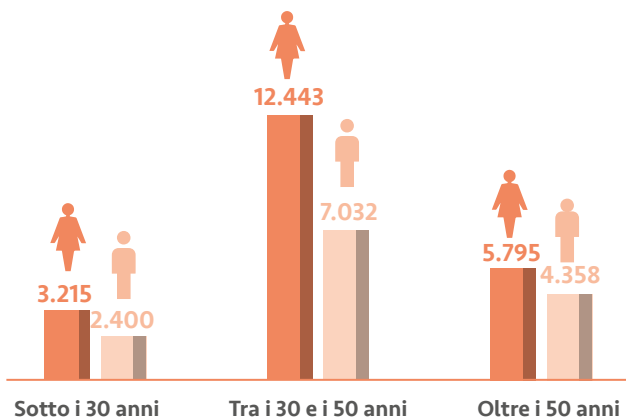
Tra le Imprese Socie del Gruppo, il numero di dipendenti è equamente distribuito per tipologia di impiego: il **55,46% dei dipendenti è assunto con un contratto full time** e il 46,54% è assunto con un contratto part time. Considerando i dipendenti che hanno scelto per l'opzione part time, l'86,25% è donna.

Per quanto riguarda la suddivisione della popolazione aziendale per differenza di età, si osserva che la percentuale maggiore di dipendenti, pari al **55,26%**, rientra all'interno della **fascia di età 30-50 anni**. Il 15,93% dei dipendenti è under 30, mentre il 28,81% è over 50.

■ Donne ■ Uomini

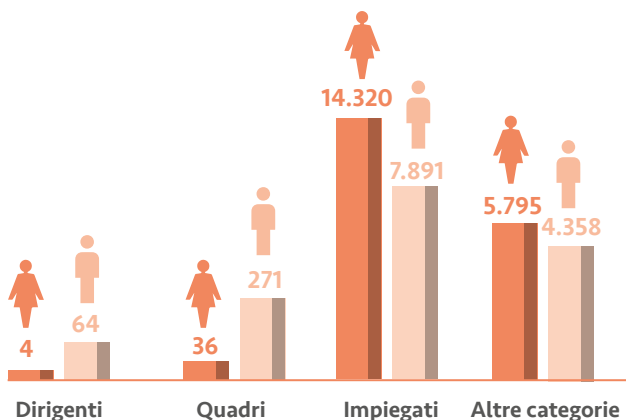


Distribuzione della popolazione aziendale per fascia d'età e genere



Grazie al nuovo indicatore iniziato a raccogliere nel 2022, nel 2023 tra le 14 Imprese rispondenti è stato possibile identificare la presenza di 68 dirigenti aziendali (di cui solo 5,88% è donna), 307 quadri (di cui l'11,73% è donna), 22.211 impiegati (di cui il 64,47% è donna) e 10.977 collaboratori non direttamente inquadrabili nelle categorie sopra citate.

Distribuzione della popolazione aziendale per categoria contrattuale



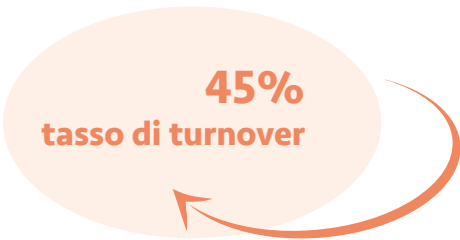
In merito al **numero di dipendenti assunti nel corso dell'anno** (dall'1.01.2023 al 31.12.2023), suddiviso per fasce d'età, i dati mostrano che la percentuale maggiore di nuovi assunti, pari al 48,54%, si registra nella fascia di età tra i 30 e i 50 anni, con un incremento di 5.109 unità. Subito a seguire ci sono i giovani sotto i 30 che, con un aumento di 3.732 unità, hanno registrato una percentuale di nuove assunzioni pari al 35,46%. Infine, solo il 16,01% dei nuovi assunti nel 2023 ha oltre i 50 anni.

D'altro canto, nel 2023 si sono registrate 5.017 interruzioni di lavoro, di cui 2.785 donne e 2.232 uomini. In particolare, il 41,98% di queste persone avevano un'età inferiore ai 30, il 41,68% tra i 30 e i 50 anni e il 16,34% oltre i 50 anni.

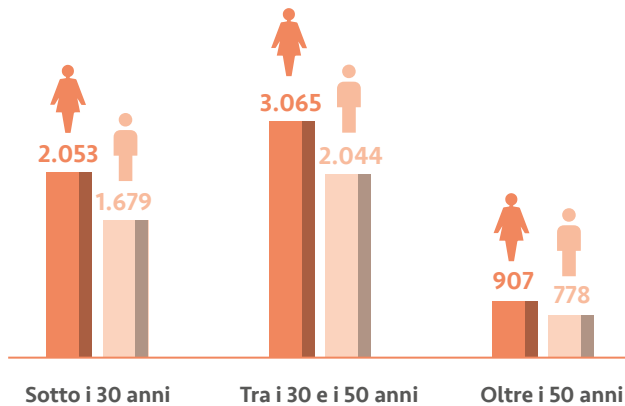
■ Donne ■ Uomini



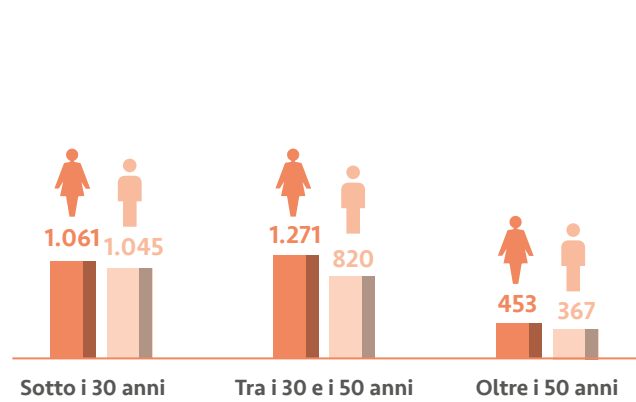
Con riferimento ai dati del **turnover**, i tassi sono stati calcolati considerando i dati delle assunzioni e dei rapporti di lavoro terminati da parte di 14 Imprese Socie su 18 che hanno fornito i dati. Il tasso di turnover complessivo del 2023 è pari a 44,74%, in aumento del 28,63% rispetto a quello del 2022. Se si considera nello specifico quello in entrata il tasso è pari a 30,30% e 14,44% per quello di uscita.



Dipendenti assunti nel 2023 per fascia d'età e per genere



Dipendenti che hanno interrotto il rapporto di lavoro nel 2023 per fascia d'età e genere



■ Donne ■ Uomini



SALUTE E SICUREZZA SUL POSTO DI LAVORO

Come ribadito nel Codice Etico del Gruppo, Selex considera la tutela della salute e della sicurezza del personale una **priorità essenziale per garantire condizioni di lavoro sicure**. Il Gruppo promuove tutte le azioni necessarie per proteggere la salute e l'incolumità dei propri dipendenti e collaboratori, incoraggiando al contempo comportamenti responsabili e rispettosi del sistema di sicurezza adottato e delle procedure aziendali.

Il Gruppo Selex è convinto che la promozione di una cultura della sicurezza non solo contribuisca a mantenere un ambiente di lavoro sereno, sicuro e salubre, ma anche a creare una **forza lavoro più competente e sana**. Questo, a sua volta, ottimizza la **produttività dei lavoratori** e facilita il raggiungimento degli obiettivi di business con maggiore efficienza.

Durante il 2023, la salute e la sicurezza hanno continuato a essere una priorità per tutte le Imprese del Gruppo Selex.

Dopo aver affrontato le sfide poste dall'emergenza sanitaria, il Gruppo ha consolidato ulteriormente il proprio sistema di salute e sicurezza, garantendo che tutti i dipendenti lavorassero in condizioni sicure e con tutte le precauzioni necessarie.

Nel corso del 2023, il Gruppo ha mantenuto molte delle iniziative implementate durante gli anni precedenti, continuando a dare grande importanza a questi temi sia in azienda sia in tutti i punti vendita.

Grazie alle misure di sicurezza adottate, **nella Centrale Selex non si sono verificati casi di infortunio di nessun genere**, mentre all'interno delle Imprese Socie sparse sul territorio nazionale, considerando gli oltre 41.000 collaboratori, nel 2023 si sono verificati 802 incidenti¹. L'aumento del dato relativo agli infortuni rispetto al dato del 2022 (768) può essere attribuito anche all'inclusione di una nuova azienda, che ha iniziato a rendicontare il dato quest'anno.



¹ I dati sono stati forniti da 13 Imprese Socie su 18 nel 2023.



PROMUOVERE IL PROGRESSO ATTRAVERSO LA FORMAZIONE

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

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 2023, hanno coinvolto in totale **510 partecipanti**, per un **totale di ore di formazione erogate pari a 192 (incremento del 22,10% rispetto al 2022)**.

La formazione erogata dalla Centrale Selex

Tema	Partecipanti	Numero di ore di formazione
Giornata di studio ortofrutta	26	8
Giornata di studio gastronomia	27	8
Giornata di studio panetteria	22	8
Giornata di studio carne	21	8
Giornata di studio categorie prodotto	18	8
Giornata di studio prezzi / promozioni	31	8
Giornata di studio controllo qualità	22	8
Top Selex	84	27
Giornata di studio marketing CRM	26	6
Giornata di studio web / digital	28	8
Giornata di studio rapporti con il cliente	19	8
Giornata di studio RSI	17	7
Seminario acquisti	25	17
Seminario vendite	55	34
Seminario gerenti	51	7
Seminario distintività category	16	17
Nuovi paradigmi di comunicazione	22	8
Totale	510	192

510
collaboratori del Gruppo hanno beneficiato della formazione erogata da parte della Centrale Selex

192
ore totali di formazione erogata dalla Centrale Selex nel 2023



**+ 22 %
ore di formazione erogate
dalla Centrale Selex alle
Imprese Socie**



Daniele Tasca Direttore Generale Selex Gruppo Commerciale

La formazione sui temi RSI: un focus sul cambiamento climatico

Nel mese di luglio 2023 è stata pubblicata la decima edizione del Bilancio di Sostenibilità di Gruppo, relativamente all'anno 2022. Contestualmente alla pubblicazione online, tutto il personale della sede Centrale è stato informato tramite l'invio di una mail da parte del responsabile RSI del Gruppo Selex, con annesso il link del Bilancio scaricabile per la lettura online (<https://www.bilanciosocialegrupposelex.it>). Inoltre, da parte della Direzione Generale è stato inviato a tutti i Soci del Gruppo, specificatamente a tutte le funzioni coinvolte nel corso dell'anno (titolari, marketing, commerciale, acquisti, referenti RSI) una mail con il link del bilancio online e, unicamente ai titolari, una copia stampata su carta ecologica, per un totale di 20 copie.

Anche nel 2023 la Centrale Selex ha continuato ad erogare a tutte le Imprese Socie 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 una tematica ritenuta di particolare interesse: il **cambiamento climatico, in relazione al futuro obbligo normativo (CSRD)**.

Considerando che **il 100% delle Imprese Socie dell'intero Gruppo ricadrà all'interno dei requisiti individuati dalla Direttiva Europea per la rendicontazione di sostenibilità**, la Centrale Selex ha ritenuto di grande valore per le proprie Imprese Socie iniziare un percorso di formazione su questo tema, anche grazie al sostegno di ALTIS Advisory - Spin off dell'Università Cattolica del Sacro Cuore.

L'obiettivo di questa formazione è stato quello di rendere maggiormente consapevoli tutte le aziende delle novità che sono state introdotte con la nuova Direttiva Europea, del processo di rendicontazione sulle tematiche del cambiamento climatico, analizzando indicatori ed esempi virtuosi.



La formazione erogata alle Imprese Socie

Ad integrazione della formazione erogata dalla Centrale, importanti programmi di formazione continua e aggiornamento professionale sono **sviluppati anche dalle singole Imprese Socie** 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 2023

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 Socie ai propri dipendenti, ad integrazione di quella offerta dalla Centrale Selex, hanno **coinvolto oltre 25.500 collaboratori, per una durata totale di oltre 70.000 ore di formazione²**.



▶ **25.525**
collaboratori del Gruppo che hanno beneficiato della formazione integrativa

▶ **+ 29%**
aumento dei collaboratori che hanno beneficiato della formazione integrativa nel 2023 rispetto al 2022³

▶ **70.147**
ore totali di formazione erogate dalle Imprese Socie ai propri dipendenti

▶ **+ 50%**
aumento delle ore di formazione erogate dalle Imprese Socie ai propri dipendenti nel 2023 rispetto al 2022

¹ Le informazioni, aggiornate al 31.12.2023, sono state rese disponibili da 14 Imprese Socie su 18

³ Gli aumenti percentuali del nr. di collaboratori e delle ore di formazioni totali erogate sono in aumento anche perché sono state considerate 2 Imprese Socie in più nel calcolo del 2023 rispetto a quello del 2022 (le imprese che avevano reso il dato disponibile erano 12 imprese su 18).



INIZIATIVE E PROGETTI

Imprese Socie



ALFI (GULLIVER)

L'ASSOCIAZIONE UN GIGANTE PER AMICO

L'Associazione di Alfi (Gulliver), Un Gigante Per Amico, senza scopo di lucro, intende aiutare economicamente o con benefici di altro genere, i dipendenti Gulliver che, per condizioni fisiche, psichiche, economiche, sociali o familiari, si trovano a vivere momenti di difficoltà o particolarmente sfavorevoli. Un piccolo aiuto che per alcuni ha la forza di un gigante. Ogni anno l'Associazione continua a approfondire il suo impegno verso i dipendenti in difficoltà e con l'aiuto delle donazioni dei sostenitori, della lotteria natalizia e dalla destinazione del 5xmille prosegue nel progetto prefissato e cerca di dare sempre maggiore forza e speranza a chi si trova in difficoltà. Nel corso del 2023, l'Associazione ha istituito per i figli dei dipendenti della società Alfi (Gulliver) il bando di concorso per 30 borse di studio per la scuola secondaria di secondo grado nonché per Istituti Tecnici Superiori o di Istruzione e Formazione Tecnica Superiore e corsi universitari anno scolastico 2022-2023.

Grazie all'iniziativa, sono state sostenute economicamente alcune famiglie di dipendenti



L'ABBONDANZA

FLESSIBILITÀ E SMART WORKING

Nel 2023, L'Abbondanza ha implementato una politica di flessibilità e smart working per gli impiegati della sede. Questa iniziativa mira a migliorare il bilanciamento tra vita lavorativa e privata, offrendo ai collaboratori la possibilità di lavorare da remoto e di gestire con maggiore autonomia il proprio tempo. L'Abbondanza riconosce l'importanza di un approccio flessibile per aumentare la produttività, il benessere e la soddisfazione dei dipendenti, promuovendo così una cultura aziendale attenta alle persone.

Flessibilità e smart working per gli impiegati



L'ABBONDANZA LIBERALITÀ A FAVORE DEI DIPENDENTI

Nel 2023, L'Abbondanza ha erogato oltre 343.000 euro in liberalità a favore dei propri dipendenti. Questa significativa iniziativa riflette l'impegno dell'azienda nel riconoscere e premiare il contributo dei collaboratori, offrendo loro un supporto economico tangibile. Questo gesto di generosità rafforza il legame tra L'Abbondanza e i suoi collaboratori, evidenziando una cultura aziendale basata sulla gratitudine, la solidarietà e il benessere del personale.

Premiare il contributo dei collaboratori



CE.DI.GROS BUONO SPESA PER I PROPRI DIPENDENTI

Nel dicembre 2023, Ce.Di.Gros ha dimostrato ancora una volta il proprio impegno verso il benessere dei suoi dipendenti erogando un buono spesa. Questo gesto di attenzione e solidarietà ha permesso a tutti i collaboratori di effettuare acquisti presso i punti vendita affiliati. Il buono spesa è stato accolto con entusiasmo, rappresentando un concreto riconoscimento dell'importanza del contributo di ciascun dipendente al successo di Ce.Di.Gros.

Impegno verso il benessere dei suoi dipendenti



CE.DI.GROS SMART WORKING OCCASIONALE PER I DIPENDENTI

Nel 2023, Ce.Di.Gros ha introdotto una politica di smart working occasionale per i dipendenti che ne hanno fatto richiesta per motivi personali. Questa iniziativa dimostra l'impegno dell'azienda nel promuovere un equilibrio tra vita lavorativa e personale, rispondendo in modo flessibile alle esigenze individuali dei propri collaboratori.

Consentendo di lavorare da remoto in situazioni particolari, Ce.Di.Gros supporta il benessere dei dipendenti, riducendo lo stress legato a impegni personali imprevisti e migliorando complessivamente la loro qualità della vita. Questa politica, accolta positivamente, sottolinea l'importanza attribuita dall'azienda alla fiducia e al rispetto reciproco, creando un ambiente di lavoro più inclusivo e attento alle necessità di ciascuno.

Equilibrio tra vita lavorativa e personale





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.

**Perfezionamento della
propria cultura aziendale**



DIMAR

TALENTI LATENTI

Il progetto Talenti Latenti nasce nel 2016 dall'idea innovativa di sperimentare un nuovo modello di welfare che coinvolge vari soggetti territoriali in una collaborazione sinergica. L'obiettivo è costruire una rete di imprese pubbliche e private che lavorano insieme per proporre iniziative di welfare a vantaggio dei dipendenti delle aziende aderenti e delle loro famiglie. Grazie alla collaborazione tra il settore privato e le istituzioni pubbliche, il progetto mira a fornire servizi e programmi di formazione su temi che migliorano la qualità della vita non solo dei lavoratori e delle loro famiglie, ma anche della cittadinanza in generale. Dimar aderisce al progetto dal 2018, in particolare per la promozione di due tematiche: educazione finanziaria e genitorialità; la missione è fornire a individui e famiglie risorse e conoscenze necessarie per affrontare con successo una duplice sfida; da un lato quella del saper gestire le proprie finanze, attraverso la comprensione dei principi di base della gestione del denaro, del risparmio, degli investimenti e del credito, consentendo agli individui di prendere decisioni finanziarie informate e responsabili. Dall'altro, quella di prepararsi alla genitorialità, assistendo i dipendenti nell'affrontare un compito così complesso come quello di genitore.

L'impegno per promuovere il benessere delle persone si estende anche oltre al contesto lavorativo grazie ai programmi di educazione alimentare ma anche di cura, benessere e sport promossi attraverso il progetto Talenti Latenti con l'ASL di Verduno (CN).

Un nuovo modello di welfare





IL GIGANTE IL 25° COMPLEANNO DELLA BLUCARD

Il 2022 ha rappresentato per il Gigante un anno speciale, durante il quale è stato festeggiato il 50° compleanno dell'azienda. Anche nel 2023 continuano le ricorrenze da celebrare e questa volta è il momento della Blucard, nata nel 1998 nel punto di vendita di Montanaso Lombardo, e poi estesa, per tutto il corso del 1999, a tutti i punti di vendita della catena. Sono trascorsi 25 anni da quel primo "bip" in cassa e, ad oggi, oltre 1 milione e mezzo di clienti utilizza la carta fedeltà. In occasione di questo momento, l'azienda ha deciso di fare ai propri collaboratori un regalo speciale in occasione del Natale 2023, regalando a tutti i dipendenti la carta regalo Il Gigante.



MEGAMARK VIAGGI STUDIO ALL'ESTERO PER I FIGLI DEI COLLABORATORI

La Fondazione Megamark organizza viaggi studio all'estero dal 2017, offrendo ai ragazzi tra i 13 e i 17 anni l'opportunità di vivere esperienze formative e culturali uniche. Nel 2023, 84 giovani hanno partecipato a un viaggio di 10 giorni a Cambridge e Londra, favorendo non solo lo studio della lingua straniera, ma anche la possibilità di instaurare nuove amicizie internazionali. Queste iniziative dimostrano l'impegno continuo di Megamark nel supportare la crescita e lo sviluppo personale dei figli dei propri collaboratori.

**Vivere esperienze formative
e culturali uniche**



MEGAMARK ACCANTO AI NEOGENITORI

Megamark ha introdotto una serie di iniziative mirate a supportare la genitorialità dei propri collaboratori. Il progetto "Più Tempo per le Mamme" offre alle neo mamme un mese aggiuntivo di maternità, regolarmente retribuito, rispetto alla normativa vigente, per permettere loro di adattarsi al nuovo ruolo familiare.

Parallelamente, il progetto "La Settimana dei Papà" prevede una settimana di ferie aggiuntiva e retribuita per i neo papà, facilitando il loro coinvolgimento nella cura del neonato e promuovendo un equilibrio tra vita lavorativa e familiare.

Inoltre, il "Bonus Bebè" assegna un contributo di 1.200 euro per ogni nuovo nato nelle famiglie dei collaboratori del Gruppo, offrendo un sostegno finanziario significativo per affrontare le spese iniziali legate alla nascita.

Infine, per riconoscere il lavoro svolto dai collaboratori, nel 2023 sono stati erogati premi in forma di gift in occasione del 1° maggio, festa delle famiglie e giorno in cui tutti i negozi del Gruppo osservano un giorno di chiusura, e per il 15 agosto, come premio extra per il lavoro svolto nel primo semestre.

Queste iniziative dimostrano l'impegno di Megamark nel promuovere un ambiente di lavoro che valorizza e supporta le esigenze familiari dei propri dipendenti.

"Più Tempo per le Mamme"





MEGAMARK GIOVANI TALENTI

Nel 2023 sono state consegnate 51 borse di studio nel corso della cerimonia di premiazione della tredicesima edizione di "Giovani talenti", l'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. In totale la somma destinata alle borse di studio ammonta ad un totale di 72.100 euro e le borse di studio sono state suddivise tra 23 neodiplomati, 10 laureati alla triennale, 14 laureati magistrali e 4 master post-lauream.

Consegnate 51 borse di studio



MAGAZZINI GABRIELLI BONUS STRAORDINARIO PER I COLLABORATORI

In risposta alle incertezze e alle difficoltà economiche degli ultimi mesi del 2023, causate dall'inflazione e dalla conseguente riduzione del potere di acquisto, Magazzini Gabrielli ha dimostrato il proprio sostegno ai collaboratori attraverso l'erogazione di un bonus straordinario. Ogni dipendente ha ricevuto una gift card del valore di 300 euro, esente da qualsiasi tipo di trattenuta fiscale, per un totale complessivo di 1.061.745 euro. Questa iniziativa rappresenta un ringraziamento tangibile per l'impegno quotidiano profuso dai collaboratori e un incoraggiamento a guardare al futuro con maggiore fiducia e serenità.

Sostegno ai collaboratori



MAGAZZINI GABRIELLI PICCOLO DONO DI COMPLEANNO PER I COLLABORATORI

Magazzini Gabrielli è solita regalare a ogni collaboratore un piccolo dono in occasione del suo compleanno, consegnato personalmente dal referente aziendale. Con gli omaggi del 2023, l'azienda ha voluto trasmettere valori autentici vicini al Gruppo e sottolineare l'importanza della natura e del rispetto dei suoi tempi, nonché del cucinare come modo per stare insieme e gustare cibo prelibato e sano.

La scelta di donare lo zafferano, proveniente da due piccole realtà della provincia di Ascoli Piceno, enfatizza inoltre l'importanza del sostegno ai produttori locali. Un video esplicativo, accessibile tramite un QR code, stampato sul biglietto di auguri, accompagna il regalo, offrendo ulteriori informazioni e valorizzando l'attenzione dell'azienda verso la qualità e la sostenibilità.

Un regalo che trasmette valori autentici

**SUPEREMME****LA FORMAZIONE COME STRUMENTO IMPRESCINDIBILE DI CRESCITA E BENESSERE**

Nella visione di Superemme, è viva la creazione di una comunità in cui ogni Dipendente possa crescere, sentirsi apprezzato e contribuire al successo collettivo. Per raggiungere questo scopo, Superemme si impegna ad attrarre, formare e trattenere i migliori talenti presenti sul mercato, coltivando un ambiente di lavoro in cui la soddisfazione e il benessere dei Dipendenti siano prioritari. Nel corso degli anni è stato implementato un sistema di percorsi formativi che spaziano dai programmi di Coaching individuale ai corsi di aggiornamento professionale. Questi percorsi sono studiati per migliorare sia le competenze tecniche che le soft skill, con l'obiettivo di creare una forza lavoro versatile e motivata. I percorsi di Coaching individuale, in particolare, offrono un qualificato supporto personalizzato, aiutando i Dipendenti ad identificare i loro punti di forza e le aree di miglioramento nonché a definire percorsi di sviluppo professionale su misura. La maggior parte della formazione ha riguardato le competenze relazionali (come lo sviluppo del lavoro di Squadra, il consolidamento della capacità di Team Management). Diversamente la formazione in ambito tecnico ed operativo ha riguardato lo sviluppo delle competenze tecniche di mestiere (hard skill).

Creare un ambiente di lavoro in cui la soddisfazione e il benessere dei Dipendenti siano prioritari

**SUPEREMME****PROGETTO MARIA**

Essere un'azienda inclusiva che sostiene le pari opportunità arricchisce il clima e la cultura aziendale, incoraggiando tutti a vedere nelle diversità una risorsa preziosa. Nel 2023, Superemme ha sostenuto il "Progetto Maria", mirato a promuovere l'inserimento lavorativo delle persone fragili, un'iniziativa sfidante di alto valore. Il progetto prende il nome da Maria, una studentessa con Sindrome di Down, che nel corso dell'anno ha conseguito il diploma in servizi di sala e vendita presso l'Istituto Alberghiero di Cagliari.

Inserimento lavorativo delle persone fragili



GRUPPO UNICOMM UN MESE IN PIÙ DI CONGEDO DI MATERNITÀ

A partire da gennaio 2023, il Gruppo Unicomm (Arca, GMF e Unicomm) ha introdotto un'agevolazione significativa per tutte le collaboratrici che diventano madri: un mese aggiuntivo di congedo di maternità interamente a carico dell'azienda, oltre ai cinque mesi obbligatori previsti dalla legge e coperti dall'INPS. Questa iniziativa rappresenta un forte impegno verso la Responsabilità Sociale d'Impresa, riflettendo la convinzione che le aziende, come parte integrante del tessuto sociale, debbano contribuire alla crescita e al benessere del territorio.

Il progetto mira a supportare e migliorare la gestione familiare nei primi mesi di vita del bambino, offrendo un aiuto concreto alle neo-mamme. Marcello e Mario Cestaro, rispettivamente Presidente e Vice Presidente di Unicomm, operano con la convinzione che la famiglia sia un valore inestimabile e centrale, e sottolineano che premiare chi investe in essa è un modo efficace per costruire un futuro migliore per il paese.

**Per tutte le collaboratrici che
diventano madri**



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

Anche nel 2023, per il quinto anno consecutivo, Unicomm ha deciso di premiare i figli dei collaboratori del Gruppo (Arca, GMF e Unicomm) che si sono distinti per merito scolastico e universitario nel corso dell'anno 2021/2022, assegnando loro 80 borse di studio. La cerimonia si è tenuta il 29 marzo 2023 nella sede centrale di Dueville (VI) alla presenza dei fratelli Marcello e Mario Cestaro, del Direttore Commerciale Giancarlo Paola e del Direttore HR Giuseppe Curci.

Per Unicomm, il conferimento delle borse di studio è diventato un pilastro della cultura aziendale. I titolari del Gruppo spiegano che investire nei giovani e nelle loro competenze rimane al centro della strategia aziendale e rappresenta un messaggio di speranza per tutti coloro che aspirano a costruire un futuro nel nostro paese. Questa iniziativa mira a riconoscere e premiare l'impegno di ragazze e ragazzi dedicati al loro sviluppo futuro, sottolineando l'importanza dell'acquisizione di competenze, la valorizzazione dello studio e del merito. Unicomm è convinta che il nostro paese abbia sempre più bisogno dell'apporto delle migliori menti per crescere e prosperare.

**Investire nei giovani e nelle
loro competenze**

OLTRE
7.600
I PRODOTTI MDD

2 MILIARDI DI EURO
FATTURATO ALLA VENDITA DEI
PRODOTTI A A MARCHIO

43%
DI MATERIALE RICICLATO
NEGLI IMBALLAGGI

316 TONNELLATE
DI PLASTICA RISPARMIATE
NEGLI IMBALLAGGI

96%
DEI FORNITORI
DEI PRODOTTI A MARCHIO
SONO DI ORIGINE ITALIANA

85
I FORNITORI
CON CERTIFICAZIONI DI
ORIGINE



03

I PRODOTTI A MARCHIO DEL DISTRIBUTORE



La strategia di sostenibilità	51
Le marche del distributore del Gruppo Selex	55
Confezioni sostenibili MDD: il percorso di Selex nel 2023	60
La filiera dei prodotti MDD: una gestione responsabile	63

In questa sezione il Gruppo Selex si impegna a contribuire al raggiungimento dei Sustainable Development Goals

8 LAVORO DIGNITOSO
E CRESCITA
ECONOMICA



12 CONSUMO E
PRODUZIONE
RESPONSABILI





OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE



In questa sezione il Gruppo Selex si impegna a contribuire al raggiungimento dei Sustainable Development Goals numero 8, 12. Per farlo, il Gruppo:

- ▶ promuove linee di prodotto MDD attente all'ambiente;
- ▶ pianifica un corretto sistema di riutilizzo / riduzione degli imballaggi;
- ▶ è attento a selezionare fornitori che rispettino valori condivisi per la tutela dell'ambiente e dei diritti umani, aderendo ai valori del Codice Etico del Gruppo;
- ▶ valorizza le produzioni locali.





LA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

Una prerogativa per il Gruppo Selex e per le sue Imprese Socie 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.

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.

La proposta del Gruppo Commerciale trova il suo più grande riferimento all'interno delle sue marche del distributore. Con **oltre 7.600 prodotti alimentari e non alimentari**, Selex si impegna tutti i giorni per garantire al cliente una proposta affidabile e sicura, ma anche conveniente.

**oltre 7.600
i prodotti alimentari
e non delle marche
del distributore del
Gruppo Selex**

L'esperienza maturata in tutti questi anni ha permesso al Gruppo di godere di enormi successi, come dimostra il fatturato alla vendita che, nel 2023, è stato pari a 2,069 miliardi di euro, con una crescita del 19,87% rispetto al 2022.

**19,87%
crescita del fatturato
MDD rispetto al 2022**

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.

I prodotti a marchio del Gruppo 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.

Ai marchi "base" si sono affiancate nel corso del tempo diverse linee specialistiche: Saper di Sapori, Optima, Val Or, Assaggi e Paesaggi, Natura Chiama Selex, La Natura Vale, Vivi Bene Selex, Star Bene Vale, Primi Anni Selex, Vivi Bene Senza Glutine, Vegetale 100% oltre a numerosi altri marchi di fantasia.

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)

	2023	2022	2021
Retail	1.943	1.613	1.450
Cash and Carry	126	113	82
Totale	2.069	1.726	1.532



La strategia di sostenibilità dei prodotti a marchio del distributore

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**:

- ▶ **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. Selex inoltre ha esteso la certificazione delle condizioni di lavoro a fornitori di vegetali conservati, rossi e succhi di frutta.
- ▶ **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. Selex si impegna inoltre a privilegiare per i suoi prodotti materie prime italiane. Eliminati i parabeni le microplastiche e gli opacizzanti negli articoli della detergenza.
- ▶ **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.
- ▶ **Educazione alimentare:** Selex sostiene il portale di educazione e sicurezza alimentare Comemangio realizzato dall'Università Cattolica di Milano, per sensibilizzare i propri consumatori sulle tematiche della corretta alimentazione.









LE MARCHE DEL DISTRIBUTORE GRUPPO 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%.



Numero referenze prodotti a marchio distinti per linea

Prodotti a marchio SELEX	2023	2022	2021
SELEX BASE	2.042	1.847	2.100
SAPER DI SAPORI	214	245	207
NATURA CHIAMA SELEX	395	455	468
VIVI BENE SELEX	85	83	79
VIVI BENE SENZA GLUTINE	1	20	20
PRIMI ANNI SELEX	36	42	44
CASA BELLA SELEX	210	224	240
EGO SELEX	48	49	41
AMICO MIO SELEX	86	84	83
VEGETALE 100% SELEX	13	13	13
Totale	3.130	3.304	2.995



Prodotti a marchio Selex



I prodotti della linea Selex “base” coprono tutte le necessità quotidiane per la casa e la famiglia. L'assortimento include alimentari freschi, formaggi e latticini, salumi, specialità gastronomiche, pasta, gelati, surgelati, prodotti di drogheria, articoli per l'igiene e la cura del corpo, prodotti per la pulizia della casa, accessori per la cucina e la tavola, e molti altri articoli essenziali per la vita di tutti i giorni.

Ogni linea Selex è progettata per rispondere alle specifiche esigenze dei consumatori del Gruppo, garantendo sempre la massima qualità nella selezione delle materie prime e nella sicurezza dei prodotti offerti.

Con il marchio **SAPER DI SAPORI**, dedicato all'alta qualità e alle tipicità locali, Selex riunisce le migliori specialità alimentari. La linea **NATURA CHIAMA SELEX**, ricca di prodotti biologici e a filiera controllata, originariamente nata per prodotti ortofrutticoli, ora include anche prodotti per la detergenza, realizzati con materie prime di origine naturale e biodegradabili, provenienti da fonti rinnovabili. La certificazione **Ecolabel** garantisce il ridotto impatto ambientale durante l'intero ciclo di vita dei prodotti.

Vivi Bene Selex è il marchio dedicato ai consumatori che seguono una dieta equilibrata, offrendo anche prodotti senza zuccheri aggiunti, a ridotto contenuto di colesterolo o ricchi di fibre.





Prodotti a marchio VALE



Numero referenze prodotti a marchio distinti per linea

Prodotti a marchio Vale	2023	2022	2021
VALE BASE	731	823	826
VALE VAL OR	53	64	55
LA NATURA VALE	135	136	128
STAR BENE VALE	18	19	15
STARE INSIEME VALE	38	40	39
Totale	975	1.082	1.063



VALE è la marca del Gruppo adottata nelle aree di sovrapposizione territoriale delle Imprese Socie. Sicurezza e qualità sono i principi fondamentali, i requisiti di questa linea, che propone una scelta di quasi 1000 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, da prodotti ortofrutticoli di filiera controllata o della detergenza a basso impatto ambientale**. Completano l'assortimento la linea di alta gamma Val Or, i prodotti salutistici sotto il marchio Star Bene Vale.



Prodotti a marchio CONSILIA



Numero referenze prodotti a marchio distinti per linea

Prodotti a marchio CONSILIA	2023	2022	2021
Consilia base	1.823	1.843	1.809
Consilia Optima	151	163	167
Primi prezzi	159	169	236
TOTALE	2.133	2.175	2.212

Con oltre 2.000 prodotti, da quelli freschi a quelli confezionati, dalla cura per il corpo alla pulizia della casa, Consilia propone un assortimento completo in costante espansione, pensato sia per la famiglia che per i suoi amici animali.

Consilia
il nostro miglior consiglio

Prodotti a marchio SÙ e VANTO



Numero referenze prodotti a marchio distinti per linea

Prodotti a marchio C+C	2023	2022	2021
Prodotti SÙ	360	373	389
Prodotti Vanto	227	221	213
TOTALE	587	594	602

Sù è il marchio che contraddistingue la linea di alimentari che, per le loro caratteristiche qualitative e per i particolari formati, rispondono alle esigenze della ristorazione. La linea Vanto è dedicata ai professionisti del pulito ed è composta da articoli per la detergenza studiati per la clientela professionale.

SÙ **Vanto**



Gli altri prodotti a marchio



Numero referenze prodotti a marchio distinti per linea

Prodotti a marchio DI FANTASIA	2023	2022	2021
HAPPY DI	48	56	61
ARMONIA & BENESSERE	96	99	95
CASAXCASA	0	0	33
LE VIE DELL'UVA	69	71	71
LA BONTÀ DEL PASTICCIERE	10	10	9
STORIE DI GASTRONOMIA	17	17	17
VIVI BENE SENZA GLUTINE	20	-	-
LE VIE DEL LUPPOLO	3	-	-
TOTALE	263	253	286



Prodotti a marchio IL GIGANTE



La linea dei prodotti a marchio Il Gigante nasce dal desiderio di selezionare **il meglio della produzione alimentare italiana ed internazionale** ed offrirla ai clienti a prezzi vantaggiosi. Solo 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.





Confezioni sostenibili MDD: il percorso di Selex nel 2023

Continua anche nel 2023 il percorso “**Selex è sostenibile**” 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 l’impatto ambientale dei suoi prodotti.**

Numero referenze prodotti a marchio con confezione sostenibile nel 2023

Linea prodotto	N. referenze totali	N. referenze con packaging sostenibile	%
Marchio Selex	3.130	2.645	84,57%
Marchio Vale	975	890	91,28%
Marchio Consilia	2.133	1.760	82,50%
Marchio C+C	587	523	89,10%
Marchio Di Fantasia	263	N/D	N/D

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.





Efficientamento del packaging



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.

316 tonnellate di plastica
risparmiate negli imballaggi

16% riduzione del materiale
utilizzato nel packaging rispetto ai precedenti imballi



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.

1.250 tonnellate di plastica
risparmiate negli imballaggi

43% Materiale vergine
negli imballaggi con materiale riciclato



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.

463 materiali
di imballaggio convertiti in materiali riciclati



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.

191 tonnellate
di over pack eliminato dagli imballaggi



Rispetto agli obiettivi che Selex si è posta, **nell'ultimo triennio sono stati conseguiti i seguenti risultati:**

RISPARMIO MATERIA PRIMA	2023	2022	2021
Tonnellate di materiale risparmiato negli imballaggi	316	145	158
Riduzione registrata rispetto ai precedenti imballi	16%	14%	15%
UTILIZZO DI MATERIALI RICICLATI E/O RECUPERATI	2023	2022	2021
Tonnellate di materiale risparmiato negli imballaggi	1.250	910	179
Materiale vergine negli imballaggi con materiale riciclato	43%	42%	40%
CONVERSIONE IN MATERIALI RICICLABILI	2023	2022	2021
Materiali di imballaggio convertiti in materiali riciclati	463	382	301
ELIMINAZIONE OVER PACK	2023	2022	2021
Tonnellate di over pack eliminato dagli imballaggi	191	171	161





LA FILIERA DEI PRODOTTI MDD: UNA GESTIONE RESPONSABILE

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 Socie 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.

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 della loro capacità di rispondere alle richieste dei consumatori in termini di **qualità, capacità produttiva e garanzia dei processi**.



Italianità e certificazioni, cura nella selezione dei fornitori

- ▶ **IL 96% DEI FORNITORI** dei prodotti a marchio del Gruppo Commerciale Selex sono di origine italiana
- ▶ **253 SONO LE REFERENZE** tra le marche del distributore con certificazione d'origine, tra cui **DOC, DOP e DOCG**
- ▶ **85 SONO I FORNITORI** con certificazione d'origine da cui il Gruppo si rifornisce quotidianamente, per garantire prodotti di alta qualità



La tutela del lavoro lungo la filiera

Sui propri **prodotti a marca del distributore**, Selex svolge **accurati audit e controlli**, che permettono al Gruppo di poter assicurare ai propri clienti prodotti di ottima qualità e rispondenti a standard molto elevati. A seconda del tipo di prodotto che viene commercializzato, il Gruppo Selex valuta i propri fornitori anche su **criteri di sostenibilità sociale e ambientale**. Per alcuni prodotti i controlli vengono focalizzati sui singoli ingredienti, mentre su altri viene valutato il

processo di produzione nella sua interezza, per valutare le modalità e tutti i processi che portano alla realizzazione del prodotto in sé. Consapevoli dell'importanza di tali requisiti e, in generale, della **formalizzazione di procedure** che attestino l'impegno concreto nei confronti di queste tematiche, **nel 2022 la Centrale Selex ha predisposto due nuovi documenti che verranno inviati a tutti i nuovi fornitori in corso di valutazione**.

1 REQUISITI DI PARTECIPAZIONE

tale documento sintetizza l'impegno di Selex Gruppo Commerciale circa la sostenibilità in termini di requisiti del fornitore in termini di ingredientistica di prodotto e materiali dell'imballaggio. Il fornitore, partecipando alla richiesta di fornitura, sottoscriverà il rispetto delle caratteristiche elencate da Selex nei rapporti di fornitura in maniera inderogabile. Tra i requisiti richiesti, ad esempio, si citano:

- ▶ per le **forniture di frutta e verdure fresche, derivati del pomodoro, vegetali conservati o succhi di frutta** il fornitore dovrà essere in possesso delle certificazioni relative alla tutela delle condizioni di lavoro della propria catena di approvvigionamento, preferendo certificazioni come la SA8000 o l'iscrizione al **Protocollo Agricolo di Qualità**. La **certificazione SA8000** viene ottenuta quando l'azienda è in grado di dimostrare la predisposizione di un modello gestionale in grado di valorizzare e tutelare tutto il personale ricadente nella sfera di controllo e di influenza della propria Organizzazione³;
- ▶ **per le uova, comprese quelle contenute come ingredienti all'interno di prodotti derivati**, bisognerà fornire dichiarazione del fornitore della provenienza da allevamenti a terra;
- ▶ per tutti i **prodotti con olio di palma** all'interno occorrerà che il fornitore esibisca certificazione RSPO o equivalenti. La **certificazione RSPO** viene rilasciata a tutte quelle aziende che seguono gli scopi, gli obiettivi e i requisiti obbligatori per la produzione e l'approvvigionamento responsabile di olio di palma sostenibile, sviluppati dall'omonima organizzazione;

- ▶ per i **prodotti cartacei** il fornitore deve presentare certificazione FSC, PEFC o equivalenti. **Le certificazioni FSC o PEFC** sono riconosciute a livello internazionale e offrono una garanzia credibile che il legno o la carta utilizzata all'interno del prodotto commercializzato provengano da foreste gestite in modo responsabile, tali da preservare la diversità biologica.

2 CARTA DEI VALORI

è un documento programmatico che consente di declinare in modo semplice gli impegni e gli obiettivi di sostenibilità assunti da Selex con specifico riferimento verso tutti i prodotti a marchio dei distributori che vengono commercializzati dal Gruppo Selex, esprimendoli in un linguaggio chiaro, sintetico e concreto e **correlandoli al contributo che essi generano agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)** delle Nazioni Unite.

La Carta degli Impegni predisposta nel 2022, entrata in vigore nel corso del 2023, definisce l'approccio di Selex alla sostenibilità, oltre a racchiudere i valori e le linee d'azione che vengono ritenute da Selex basilari per uno sviluppo sostenibile di lungo periodo nelle aree d'impatto più importanti per i prodotti a marchio.

Gli impegni dichiarati nella Carta andranno intesi come una vera e propria cornice di riferimento per guidare le azioni presenti e future promosse da Selex riguardanti tutti i prodotti a marchio.

³ Fonte: <https://www.csqa.it/CSQA/Norme/Responsabilita-Sociale/SA-8000>



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**.



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

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 Socie 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.

INCENTIVARE LA FILIERA CORTA

ATTRAVERSO LA SELEZIONE DI FORNITORI
LOCALI, IN GRADO DI ASSICURARE
PRODOTTI ORTOFRUTTICOLI FRESCHI,
STAGIONALI E GENUINI

SOSTENERE IL MERCATO NAZIONALE

L'OCCUPAZIONE E L'OFFERTA DI LAVORO
TERRITORIALE E TUTELARE IL PROPRIO IL
PATRIMONIO ALIMENTARE

VALORIZZARE LE SPECIALITÀ GASTRONOMICHE LOCALI

E PRESERVARE LE TRADIZIONI
ARTIGIANALI LEGATE ALLE LAVORAZIONI





04



I FORNITORI

L'importanza dei fornitori per le
Imprese del Gruppo

69

Iniziative e progetti

70

In questa sezione il Gruppo Selex si impegna a contribuire al raggiungimento dei Sustainable Development Goals





OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE



In questa sezione le Imprese Socie del Gruppo Selex si impegnano a contribuire al raggiungimento dei Sustainable Development Goals numero 2 e 8.

Per farlo:

- ▶ sono attente a selezionare fornitori che rispettino valori condivisi per la tutela dell'ambiente e dei diritti umani;
- ▶ si impegnano ad includere agricoltori che sostengono una produzione sostenibile;
- ▶ promuovono pratiche leali che non ledano la filiera;
- ▶ valorizzano le economie locali e le eccellenze gastronomiche del territorio.





L'IMPORTANZA DEI FORNITORI LOCALI PER LE IMPRESE DEL GRUPPO

Se il rapporto con i fornitori a marca del distributore del Gruppo Selex è stato ampiamente trattato nel capitolo dedicato ai prodotti MDD, questa sezione si focalizza sul **legame tra le Imprese Socie del Gruppo Selex e i fornitori locali**.

Consapevoli del ruolo cruciale che i fornitori rivestono nella transizione verso un futuro sostenibile, tutte le Imprese Socie vedono questa relazione come un'opportunità di sviluppo e una sfida complessa. Coordinare efficacemente tutti gli attori coinvolti richiede notevoli sforzi, ma le Imprese Socie del Gruppo Selex si impegnano a mantenere rapporti solidi e a costruire relazioni leali e oneste con i fornitori.

Nel 2023, è continuato il percorso di valorizzazione della **filiera corta**, selezionando prodotti e fornitori con cui le Imprese Socie hanno instaurato relazioni durature.

Nei punti vendita delle Imprese Socie, è disponibile una vasta gamma di prodotti provenienti da **fornitori locali**, scelti accuratamente per garantire ortofruitticoli freschi, stagionali e genuini, oltre a tipicità ed **eccellenze gastronomiche locali**.

Questo sostegno al tessuto produttivo locale aiuta le comunità a preservare le tradizioni artigianali, a tutelare e promuovere il patrimonio alimentare, e a proteggere il territorio riducendo gli impatti ambientali lungo tutto il ciclo di vita dei prodotti. Inoltre, supporta e favorisce l'occupazione e l'offerta di lavoro a livello territoriale.

Selezione, capacità di evolvere e innovare, ascolto delle persone e dei territori: queste sono le caratteristiche che contraddistinguono le Imprese Socie del Gruppo Selex, radicate nelle regioni in cui sono nate e cresciute, e che rappresentano l'economia e la forza del Gruppo.





INIZIATIVE E PROGETTI

Imprese Socie



ALFI (GULLIVER) LE PERLE DI GULLI

Alfi (Gulliver) ha realizzato una linea di prodotti chiamata "Perle di Gulli", che prevede grandissima attenzione al territorio locale e cura per i dettagli. 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 2023, Alfi (Gulliver) ha rinnovato l'incarico alle agenzie di tecnologi alimentari che certificano con stringenti criteri imposti dall'azienda stessa tutte le aziende fornitrici dei prodotti "Le perle di Gulli". In particolare, oltre ad audit e verifiche dei processi, è attuato un controllo capillare sulla provenienza delle materie prime con cui vengono preparati i prodotti che avranno il marchio in questione, in modo che almeno il 51% degli ingredienti abbia materie prime di origine italiana.



ALÌ A FIANCO DEI PRODUTTORI LOCALI

Nei punti vendita Alì, si pone una grande attenzione ai fornitori locali, privilegiando coloro che riescono a garantire prodotti eccellenti e di alta qualità, capaci di valorizzare il territorio in cui operiamo.

Per supportare i produttori locali e le aziende agricole, Alì ha ideato degli allestimenti speciali all'interno dei propri negozi. Questi spazi dedicati sono progettati per mettere in risalto i prodotti locali, rendendoli facilmente identificabili e accessibili ai clienti. Ogni allestimento è pensato per creare un'esperienza d'acquisto che racconti la storia del territorio e dei suoi produttori, offrendo un vero e proprio viaggio tra le eccellenze gastronomiche locali. Attraverso questi allestimenti, Alì non solo promuove i prodotti freschi e genuini dei fornitori locali, ma rafforza anche il legame con la comunità, sostenendo l'economia locale e garantendo che i benefici della propria attività si riflettano direttamente sul territorio.

Allestimenti ad hoc per i prodotti locali



CADORO MIGLIORAMENTO DEI PROTOCOLLI DI ISPEZIONE E VERIFICA DEI FORNITORI

Nel 2023, CADORO ha intrapreso un'importante iniziativa volta al miglioramento dei protocolli di ispezione e verifica degli standard di qualità dei fornitori. Questa iniziativa mira a garantire che tutti i fornitori rispettino i più elevati standard di qualità e sicurezza, assicurando ai consumatori prodotti sempre eccellenti.

Attraverso un rafforzamento delle procedure di ispezione, CADORO effettua controlli più rigorosi e frequenti, valutando ogni aspetto della produzione, dalla materia prima al prodotto finito. L'implementazione di questi protocolli non solo aumenta la trasparenza lungo tutta la filiera, ma contribuisce anche a consolidare rapporti di fiducia con i fornitori, promuovendo un approccio collaborativo e responsabile alla qualità e alla sicurezza alimentare.

Verifica degli standard di qualità dei fornitori



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 commercializzati e distribuiti.

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. aziendali 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



CDS

LE ECCELLENZE TERRITORIALI E IL RAPPORTO CON I PRODUTTORI

Da un territorio unico, rigoglioso e dalla forte identità nasce il GAL TERRE NORMANNE, un consorzio volontario territoriale che unisce numerosi piccoli produttori della Sicilia occidentale, custodi silenziosi di un patrimonio senza tempo fatto di colture e allevamenti tradizionali. GAL TERRE NORMANNE è un progetto grazie al quale CDS si impegna a portare sulle tavole dei propri consumatori dei cibi che rappresentano i sapori di una volta e i profumi genuini. Un impegno rivolto all'identità italiana a tavola, alla promozione e alla crescita sostenibile del territorio in cui viviamo.

Piccoli produttori della Sicilia occidentale



DIMAR

PROGETTO LOCALISMO "DA NOI A NOI"

Nel 2023 Dimar ha portato avanti progetto, "da noi a noi", con l'obiettivo di diminuire l'impatto ambientale sui trasporti e valorizzare le tipicità territoriali, selezionando fornitori di piccole dimensioni e localizzati fortemente nel territorio delle regioni Piemonte e Liguria. 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. Ad oggi sono 190 i fornitori appartenenti alla filiera Da Noi a Noi, per più di 1.200 referenze.

Diminuire l'impatto ambientale sui trasporti



Noi di... Dimar

Alessandro Longo, Store Manager



GMF

ESALTARE LE SPECIALITÀ REGIONALI

Grandi Magazzini Fioroni (GMF) continua a rafforzare il suo legame con il territorio attraverso la linea di prodotti "Sapori Umbri", che comprende oltre 50 specialità regionali, prodotte nel rispetto delle tradizioni umbre. Questa linea offre una vasta gamma di prodotti, dai salumi e formaggi alla farina di grano umbro e ai legumi coltivati localmente. La scelta di questi prodotti riflette un impegno verso la riscoperta dei sapori genuini locali, sostenuta dalla collaborazione con piccoli produttori della regione.

Per garantire l'eccellenza dei prodotti, GMF conduce una costante attività di audit e verifica degli standard previsti dal capitolato di produzione per la linea "Sapori Umbri". Inoltre, si impegna attivamente nella ricerca di fornitori locali in vari settori, come ortofrutta, carni, salumi, formaggi e gastronomia, incentivando il consumo di prodotti stagionali e territoriali.

In sintesi, GMF non solo offre una linea esclusiva di prodotti alimentari a marchio "Sapori Umbri", ma mantiene anche una continua manutenzione e verifica degli standard di produzione. Queste iniziative mirano a sensibilizzare i consumatori sulle scelte "locali", valorizzando le specialità del territorio italiano e i fornitori regionali, promuovendo così una filiera corta e sostenibile.

Oltre 50 specialità regionali



ITALMARK

LA VALORIZZAZIONE DEI PRODUTTORI LOCALI

Nel 2023 Italmark ha sviluppato una strategia commerciale per evidenziare i produttori locali e le eccellenze territoriali. All'interno del proprio sito è stata creata una sezione interamente dedicata ai produttori locali. Questo progetto è nato perché Italmark crede fortemente nella vicinanza al territorio e al sistema agroalimentare della Lombardia. Tra questi produttori, circa una trentina sono stati scelti, per raccontarsi all'interno del sito di Italmark, creando dei piccoli video di presentazione, che potessero dar luce al valore dei prodotti e delle realtà locali. I prodotti commercializzati come "eccellenze territoriali" sono stati enfatizzati anche all'interno di tutti i punti vendita della rete Italmark mediante l'apposizione di un cartellino distintivo, che permette di individuare più facilmente i "produttori locali".

Dar luce al valore dei prodotti e delle realtà locali

Pronti a riscoprire la Lombardia ogni giorno?

Solo da Italmark scegliamo i produttori che scegliereste anche voi: competenti, appassionati e affezionati. È grazie a loro che, ogni giorno, possiamo offrirvi il meglio del nostro territorio.





L'ABBONDANZA "SCELTI PER VOI"

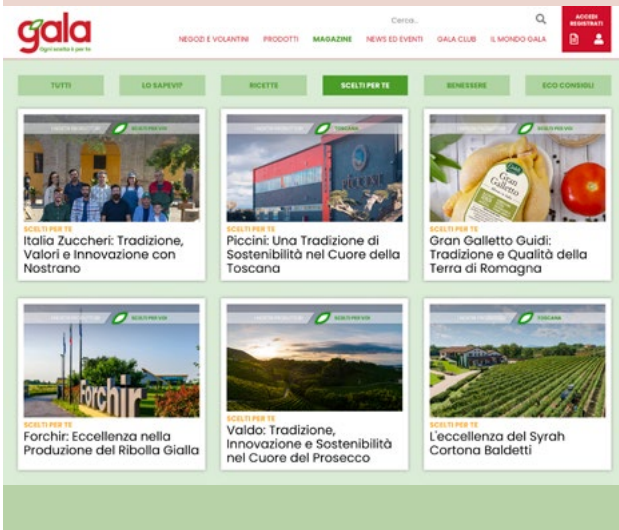
L'Abbondanza valorizza costantemente i fornitori locali attraverso il proprio Magazine Online, "Scelti per Voi". Ogni mese, vengono pubblicati articoli che mettono in risalto le aziende situate in Umbria, Toscana e Marche, promuovendo i produttori sotto la rubrica "I produttori - Scelti per Te".

Questi articoli non solo celebrano la tradizione e la territorialità dei prodotti, ma evidenziano anche gli aspetti di sostenibilità presenti in queste aziende.

L'obiettivo di L'Abbondanza è fornire una panoramica completa delle realtà produttive locali, dimostrando come tradizione e sostenibilità possano coesistere nel processo produttivo.

Ad esempio, il Magazine ha presentato CasalFarneto, noto per il suo impegno nella sostenibilità, e l'azienda Filippo Berio, famosa per il suo olio di alta qualità e le pratiche sostenibili adottate.

Questi articoli offrono ai consumatori una maggiore consapevolezza delle eccellenze locali e delle pratiche sostenibili adottate dai produttori, rafforzando il legame tra il territorio, i fornitori e i clienti di L'Abbondanza.



MAGAZZINI GABRIELLI SICUREZZA ALIMENTARE

Magazzini Gabrielli fa della sicurezza alimentare e della tracciabilità dei prodotti commercializzati una priorità fondamentale. L'intera filiera è tenuta a rispettare rigidi protocolli e normative stringenti, garantendo la completa trasparenza attraverso controlli quotidiani e annuali sull'igiene e la salubrità.

Grazie all'operatività del sistema HACCP, l'azienda implementa una serie di procedure volte a garantire la sicurezza alimentare in tutte le fasi di produzione, vendita, trasporto e somministrazione di alimenti. Nel 2023, ad esempio, sono stati effettuati 765 tamponi per analizzare le superfici di lavorazione, le celle frigorifere, gli utensili e tutti i macchinari, al fine di valutare l'eventuale stato di contaminazione microbiologica. Inoltre, sono stati effettuati 121 prelievi di acqua per verificare lo stato di conformità.

Anche il prodotto a marchio è sottoposto a rigidi controlli per il mantenimento degli elevati standard di qualità. Nel corso del 2023 sono state condotte analisi su 36 articoli a marchio "Fatti Buoni" e 50 articoli a marchio "Selezione Qualità". Inoltre, vengono effettuati audit presso i fornitori di prodotto a marchio con l'obiettivo comune di garantire un prodotto salubre e di qualità al consumatore finale.

Tracciabilità dei prodotti commercializzati



MAGAZZINI GABRIELLI FORNITORI LOCALI

La partnership con i fornitori locali rappresenta una leva strategica per Magazzini Gabrielli, poiché permette di condividere tradizioni e valori, consolidare sinergie, sperimentare e sviluppare progetti avendo come obiettivo comune la soddisfazione del cliente finale senza trascurare gli alti standard qualitativi e di sicurezza richiesti.

Nel 2023 il fatturato complessivo realizzato con i fornitori di merce locali è stato pari a 153.3 milioni di euro, in aumento di circa il +22% rispetto al 2022 il cui fatturato era di 125.7 milioni di Euro. La crescita dei fornitori locali è perfettamente in linea con il trend di crescita di Magazzini Gabrielli, a cui ha in particolare modo contribuito l'acquisizione dei 53 negozi nella provincia di Roma.

Condividere tradizioni e valori



MEGAMARK CONTRO IL CAPORALATO

Dal 2019, il progetto "IAMME" in collaborazione con l'associazione "NoCap" combatte il caporalato creando una linea di prodotti a marchio "IAMME", realizzati nel pieno rispetto dei diritti dei lavoratori. I prodotti, disponibili nei supermercati del Gruppo Megamark, includono passate, pelati, salse pronte e frutta di stagione, contrassegnati dal marchio "NoCap". Questo progetto non solo offre prodotti di alta qualità, ma promuove anche un commercio etico e sostenibile.

Diritti dei lavoratori



MEGAMARK PRODOTTI DEL TERRITORIO CON UN GRANDE VALORE SOCIALE

Nel 2023 è inoltre proseguita con successo la vendita dei taralli "aMano Libera", un'iniziativa avviata nel 2019 grazie al finanziamento della Fondazione Megamark. Il progetto "Senza sbarre", presentato dall'associazione "Amici di San Vittore Onlus" nell'ambito del bando Orizzonti Solidali, ha come obiettivo principale favorire la ricollocazione sociale e lavorativa di detenuti ed ex detenuti di diversi istituti penitenziari italiani.

Questo progetto rappresenta un'importante opportunità di riscatto per le persone coinvolte, offrendo loro la possibilità di acquisire nuove competenze e di reintegrarsi nella società. Attraverso la produzione e la vendita dei taralli, i partecipanti possono sperimentare un ambiente lavorativo stimolante e formativo, dove imparare le tecniche di produzione artigianale e i principi di gestione aziendale. L'iniziativa non solo promuove l'inclusione sociale, ma contribuisce anche a cambiare la percezione della società nei confronti dei detenuti, dimostrando che con il giusto supporto e le giuste opportunità, è possibile costruire un futuro migliore. I taralli "aMano Libera", realizzati con ingredienti di alta qualità e seguendo ricette tradizionali, sono diventati simbolo di speranza e rinascita, trovando spazio sugli scaffali dei supermercati del Gruppo Megamark.

Progetto "Senza sbarre"





SUPEREMME TRADIZIONE E LOCALISMO

Il localismo per Superemme è uno dei pilastri fondanti e il pay off "SARDI COME VOI", che accompagna il logo, rappresenta la massima espressione di questo sentimento e il desiderio di essere protagonisti dello sviluppo della Sardegna.

Superemme è pronta ad accogliere la novità, il progresso e l'innovazione, sempre nel rispetto del territorio, dei prodotti e delle millenarie tradizioni locali.

Nel 2023 il 99% dei fornitori totali di Superemme è localizzato in Italia, di cui il 23% si trova nella specifica regione della Sardegna. Questi importanti risultati permettono a Superemme di garantire ai propri clienti dei prodotti che non solo rispecchino l'eccellenza italiana, ma che siano di altissima qualità.

"Sardi come voi"



Da Pan nasce il nuovo marchio



Una linea di prodotti
dal SAPORE SARDO.
Garanzia di
Genuinità e Convenienza.



SUPEREMME I NUOVI PRODOTTI A MARCHIO ALLIGRESA

Con l'obiettivo di garantire una qualità costante, che soddisfi le aspettative dei Clienti, e, al contempo, contribuire alla valorizzazione del Territorio rafforzando i principi di qualità, tradizione e crescita sostenibile della nostra Terra Sarda, quest'anno Superemme ha lanciato sul mercato i prodotti a marchio Alligresa. Questi sono il frutto di un'accurata selezione di Fornitori locali fatta attraverso un piano di auditing ad hoc.

Per il 2024, a conferma del costante impegno nel preservare alti standard di qualità, Superemme ha programmato, un ampliamento del perimetro di auditing dei Fornitori locali.

**Soddisfare le aspettative
dei clienti**



GRUPPO UNICOMM LA COLLABORAZIONE CON IFCO

Nel 2023, IL Gruppo Unicom (Arca, GMF, Unicom) ha continuato la sua fruttuosa collaborazione con IFCO, leader mondiale nella fornitura di soluzioni di imballaggio in plastica riutilizzabili per alimenti freschi. IFCO, riconosciuta come una delle società di logistica più sostenibili a livello globale, ha istituito una certificazione di sostenibilità per i retailer in Europa e Nord America, promuovendo una maggiore responsabilità sociale (CSR) nel settore.

Questa certificazione fornisce ai retailer prove tangibili e credibili del loro impegno per la protezione dell'ambiente e la sostenibilità. Grazie all'utilizzo degli imballaggi sostenibili di IFCO, il Gruppo Unicom ha nuovamente ricevuto il certificato di sostenibilità IFCO nel 2023. Questo riconoscimento attesta il continuo impegno del Gruppo nella protezione dell'ambiente e nella promozione di pratiche sostenibili lungo tutta la filiera.

Impegno per la protezione dell'ambiente e la sostenibilità

2023

IFCO

RISPARMI AMBIENTALI

Prosperare insieme grazie alla economia circolare
 Fare uso delle RPC IFCO significa partecipare attivamente all'economia circolare e contribuire alla sostenibilità della supply chain dei generi alimentari freschi.

Gruppo Unicom

Insieme abbiamo risparmiato:	2.226.511 Kg di CO ₂ e 	43.507 m3 d'acqua 	155.472 GJ di energia 	1.251.453 Kg di rifiuti solidi 	203.457 Kg di danni ai prodotti
	1.609 Eliminazione dalle strade di auto all'anno	1.087.664 Eocce da 5 minuti	82.166 Lampadine all'anno	904.515 Rifiuti quotidiani di una persona	339.095 Pasti di media entità

Michael Pooley
Chief Executive Officer

Iñigo Canalejo
Vice President ESG

Alessandra Fumagalli
Country Manager



8%

LA CRESCITA DEL FATTURATO
REGISTRATA SU COSÌCOMODO
NEL 2023

Come mangio[®]

L'EDITORIALE ONLINE CHE
PROMUOVE L'EDUCAZIONE
ALIMENTARE

850 MILIONI DI EURO

IL VALORE DELLE PROMOZIONI
NEL 2023

+ 17,64%

IL RISPARMIO GENERATO DA SELEX
VERSO LE FAMIGLIE ITALIANE
RISPETTO AL 2022

05

I CLIENTI



Accrescere la soddisfazione dei clienti	81
Il portale Così Comodo per una spesa sempre più pratica e veloce	84
L'educazione alimentare dal carrello alla tavola	86
La tutela del potere d'acquisto	89
Iniziative e progetti	90

In questa sezione il Gruppo Selex si impegna a contribuire al raggiungimento dei Sustainable Development Goals

2 SCONFIGGERE LA FAME



12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI



13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO





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:

- ▶ 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.





ACCRESCERE LA SODDISFAZIONE DEI CLIENTI

Contact center dedicati ai prodotti a marchio del distributore

Per soddisfare al meglio le esigenze della clientela, Selex pone grande attenzione non solo all'**ascolto attivo** dei propri consumatori, ma anche all'anticipazione delle loro necessità attraverso una **comunicazione chiara e trasparente**.

Da anni, Selex investe nello sviluppo di canali di **comunicazione e ascolto**, utilizzando sia piattaforme digitali innovative sia modalità classiche per raggiungere una vasta gamma di consumatori.

Il **Contact Center**, cuore di questo sistema, gestisce tutti i canali di contatto diretto con i consumatori, inclusi un numero verde dedicato alle marche commerciali e numerosi siti web attraverso i quali è possibile inviare domande e richieste relative ai punti vendita.

Questi strumenti permettono a Selex di rimanere costantemente connessa con le famiglie, garantendo un servizio reattivo e proattivo che anticipa e risponde efficacemente alle esigenze dei clienti.

I numeri verdi sono due:



il numero verde per i prodotti a marchio del distributore Selex



il numero verde per i prodotti a marchio Consilia

Il **Customer Care** del Gruppo Selex prende immediatamente in carico le richieste dei suoi clienti e attiva tutte le procedure interne atte alla gestione delle risposte, se del caso, in collaborazione con il fornitore.





L'ascolto del Cliente

La comprensione dei clienti e delle loro necessità è al centro delle strategie del Gruppo. Per raggiungere questo scopo, **Selex Lab** adotta un sistema suddiviso in tre aree principali.

- 1. Lo studio del posizionamento reputazionale delle singole insegne**, con un focus su tutti gli stakeholder.
- 2. Interazione diretta con i clienti**, attraverso l'invio di questionari trimestrali.
- 3. Raccolta e l'analisi delle recensioni online** tramite una piattaforma specializzata.

I risultati ottenuti da queste attività vengono poi integrati e sintetizzati, per assicurare alle Imprese Socie un miglioramento costante, frutto dell'ascolto continuo del mercato".

Oltre a questi strumenti, 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.

Inoltre, grazie ai **social network del Gruppo Selex**: Twitter, Instagram e Facebook, Il Gruppo monitora in tempo reale le segnalazioni dei consumatori e di analizzare i dati raccolti secondo varie direttrici (per prodotto, per punto vendita).





Garantire eccellenza nell'offerta di prodotti a marchio del distributore

Per assicurare prodotti eccellenti ed un servizio rigoroso, Selex Gruppo Commerciale ha al proprio interno un ufficio **Assicurazione Qualità** che si avvale di svariati strumenti per garantire la qualità dei prodotti. Nello specifico applica standard volontari di certificazione con l'obiettivo di qualificare e monitorare nel tempo le aziende fornitrici di prodotti a Marchio del Distributore; collabora con laboratori esterni accreditati per l'attività di monitoraggio analitico dei prodotti a Marchio del Distributore, in vendita presso i negozi del Gruppo; viene garantito un costante aggiornamento normativo di settore a cura di Studi Legali ed alla partecipazione a corsi di formazione e seminari.

Annualmente vengono formalizzati piani di analisi i cui pacchetti analitici sono preventivamente stabiliti nel rispetto degli standard dei nostri capitolati tecnici e delle indicazioni normative. Grazie a questi oltre l'80% dei prodotti alimentari è sottoposto a scrupolosi controlli, per un totale di oltre 56.000 determinazioni analitiche¹ effettuate.

I risultati di tali analisi vengono valutati e condivisi con i fornitori. I prodotti a marchio del distributore, con la collaborazione di una Società esterna specializzata, sono costantemente sottoposti al giudizio di un panel rappresentativo di consumatori, al fine di monitorare la qualità percepita dai clienti. Grazie a questa attività, in affiancamento al Servizio Clienti, il Gruppo Selex ha la possibilità di **raccogliere importanti feed back dall'esterno** per i propri prodotti a marchio.

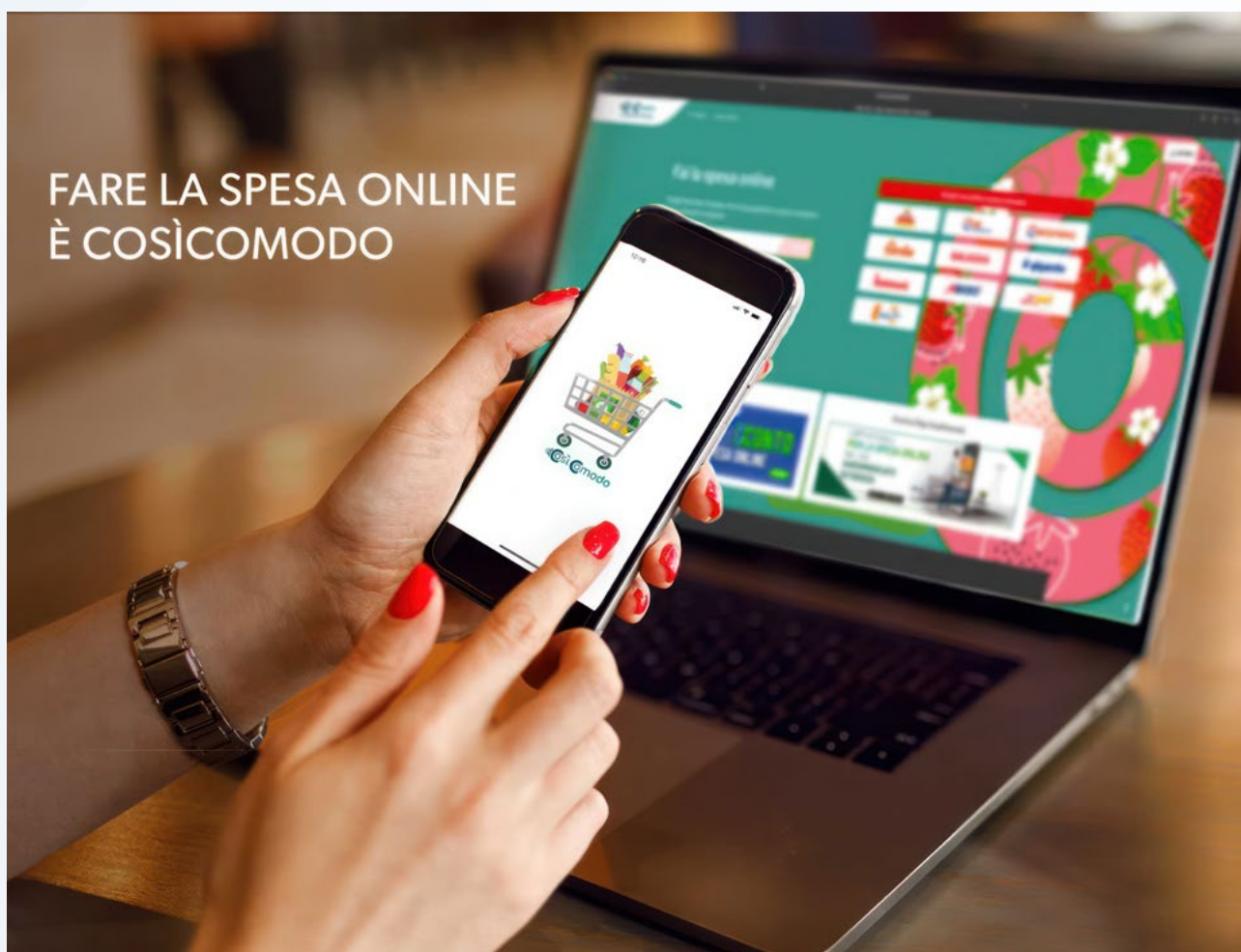


¹ Con determinazioni analitiche si intende la somma di tutte le attività svolte in laboratorio





IL PORTALE COSÌCOMODO PER UNA SPESA SEMPRE PIÙ PRATICA E VELOCE



FARE LA SPESA ONLINE
È COSÌCOMODO

- ▶ **+ 8% FATTURATO**
- ▶ **+ 19% FATTURATO**
dal solo canale HD
- ▶ **+8% SCONTRINO MEDIO**
- ▶ **70% PESO DEGLI ORDINI
DA SMARTPHONE**
sulle vendite totali (app + mobile)
- ▶ **20% QUOTA PL SUL TOTALE**
(superiore di 4 punti alla media di settore)



CosìComodo è il **progetto di eCommerce** del Gruppo Selex. Avviato come pilota nel 2016, il progetto si è rapidamente evoluto nel corso degli anni, raccogliendo l'adesione di **7 soci Selex con un totale di 10 insegne**, tra supermercati e ipermercati, al 31 dicembre 2023. Quest'anno, **Italmark si è unito al progetto**, ampliando ulteriormente l'offerta. Oltre al tradizionale servizio **clicca & ritira**, CosìComodo offre anche la consegna a domicilio, rispondendo alle esigenze dei clienti con una maggiore flessibilità e convenienza.

L'esperienza maturata nel tempo ha reso CosìComodo estremamente performante. Il suo successo è stato consolidato grazie a continui investimenti in innovazione, creando un **ecosistema tecnologico di alto livello**. Questo sistema supporta l'intero processo di vendita al cliente, dalla ricezione dell'ordine online, alla gestione del prelievo della merce, fino alla consegna. I sistemi di assistenza e instradamento della delivery garantiscono un servizio efficiente e affidabile, migliorando l'esperienza d'acquisto dei clienti.



All'inizio dell'anno, sono state introdotte diverse **novità per migliorare l'esperienza dei clienti** su CosìComodo. Tra queste, un **plugin per l'accessibilità** conforme alla legge Stanca e alle normative europee, **che facilita l'uso del sito da parte di utenti diversamente abili**. Sono state anche introdotte le **recommendation**, che suggeriscono prodotti nuovi in linea con il profilo di consumo del cliente, e una **piattaforma di AB Test per valutare quale esperienza sia la migliore per il cliente**. Inoltre, è stata aggiunta la **sezione "Il mio risparmio"**, che valorizza tutti gli sconti accumulati con le spese online del singolo cliente, evidenziando quanto sia conveniente fare la spesa online, spesso arricchita da sconti dedicati oltre a quelli già presenti nei negozi fisici.

Il Gruppo ha continuato ad innovare e migliorare la propria piattaforma eCommerce con il rilascio di numerosi progetti e l'avvio di nuove iniziative. **La sicurezza eCommerce è stata rafforzata** tramite interventi di sicurezza informatica, velocizzando dall'altra parte i pagamenti.

Nel 2023, i negozi attivi con il servizio "click&collect" sono 150, quelli con il servizio "drive" sono il 60% e il 40% con ritiro in negozio. I CAP serviti in modalità "a casa" sono oltre 1.300

Nel 2023 Gruppo Selex ha lanciato **due campagne di brand awareness** sui principali media digitali, generando oltre **24 milioni di contatti e 94 milioni di impression**. Questi sforzi hanno portato l'app CosìComodo a raggiungere la **terza posizione tra le app eCommerce** nella categoria dei negozi fisici online su entrambi gli store (Apple e Google), evidenziando il crescente successo e riconoscimento del brand nel settore digitale.



L'EDUCAZIONE ALIMENTARE DAL CARRELLO ALLA TAVOLA



In collaborazione con

ALTIS advisory
Spin-off dell'Università Cattolica del Sacro Cuore



Consigli per uno stile di vita sano e sostenibile

Il Gruppo Selex ha sempre considerato l'**educazione alimentare una priorità**, riconoscendo l'importanza di **sviluppare uno stile di consumo responsabile e consapevole** degli impatti della filiera alimentare. Secondo innumerevoli studi, una corretta alimentazione può contribuire a ridurre il rischio di malattie croniche e migliorare significativamente la qualità della vita. Per questo motivo, **promuovere una sana alimentazione** tra i consumatori è essenziale per far comprendere i **benefici di una dieta varia ed equilibrata** e come essa contribuisca al benessere complessivo.

In quest'ottica, il Gruppo Selex ha lanciato nel 2020 il progetto **"Comemangio"**, in collaborazione con l'Università Cattolica del Sacro Cuore.

L'iniziativa mira a fornire ai clienti **un servizio informativo completo sul rapporto tra cibo e benessere**. Comemangio, it coinvolge docenti e studenti, ed è costantemente aggiornato con rigore scientifico da un comitato composto da esperti e giovani ricercatori del settore.

Sull'editoriale online, i consumatori hanno la possibilità di **scoprire tante curiosità** sulla frutta e verdura di stagione, informazioni sulle ricorrenze e giornate mondiali legate al cibo, sfatando falsi miti sull'alimentazione e offrendo consigli utili per ridurre gli sprechi in cucina. Disponibile su www.selexgc.it/it/sostenibilita/educazione-e-sostenibilita-alimentare.



▶ **IMPRONTA SCIENTIFICA**
Gli autori sono biologi nutrizionisti e ricercatori della Facoltà di Scienze Agrarie, Alimentare e Ambientale dell'Università Cattolica del Sacro Cuore

▶ **CONSAPEVOLEZZA NEGLI ACQUISTI ALIMENTARI**
Conoscere come leggere le etichette dei prodotti e come scegliere i prodotti per le loro proprietà



Continua Spesa Difesa, la risposta del Gruppo Selex all'inflazione mantenendo una qualità accessibile a tutti



Anche nell'anno 2023, per il secondo anno, è proseguita l'iniziativa Spesa Difesa Selex studiata per proteggere il potere di acquisto dei consumatori e combattere l'inflazione, ma senza derogare mai sulla qualità.

L'operazione ha visto il rafforzamento di iniziative promozionali mensili dedicate ai prodotti a marchio Selex acquistabili in tutti i supermercati del Gruppo e tramite l'e-commerce cosicomodo.it. Le offerte hanno coinvolto prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo e prodotti per la cura della persona dichiarati "prodotti difesi" e rappresentati dallo **scudo anti-inflazione**.

Così ad ottobre il Gruppo Selex è tornato in tv con una nuova campagna affiancando all'eroe SPESA DIFESA una nuova Super Eroina QUALITÀ DIFESA che testimonia ancora una volta l'impegno del player della Distribuzione Moderna Italiana

a garantire la **massima eccellenza dei propri prodotti a marchio Selex, in termini di qualità, convenienza, sostenibilità e provenienza territoriale grazie all'accurata scelta dei produttori partner.**

Il nuovo spot si è affiancato nella programmazione a quello già esistente legato a Spesa Difesa, il celebre Supereroe che dal 2022 compare sugli schermi a difesa del potere d'acquisto dei Clienti, a dimostrazione di quanta attenzione e centralità strategica abbia la Marca del Distributore SELEX all'interno del Gruppo.

Si è mantenuto il tone of voice dai tratti fumettistici in stile Marvel dei precedenti "episodi" della campagna. Il sequel ha seguito una pianificazione multi-channel che coinvolge le principali emittenti tv oltre a un'importante presenza anche sui canali digital. Disponibile su www.prodottiselex.it



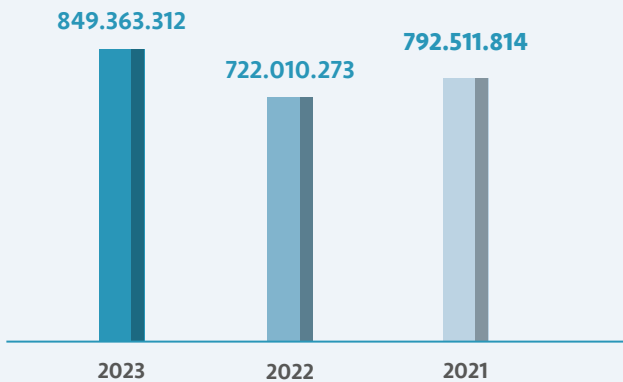
LA TUTELA DEL POTERE D'ACQUISTO

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.

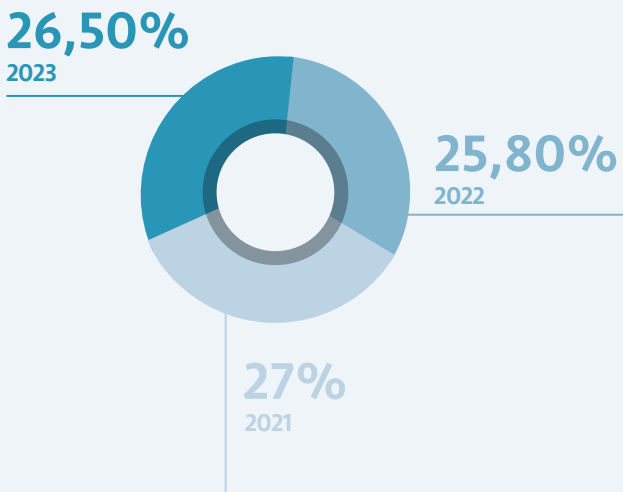
L'offerta di prodotti convenienti, sicuri e di qualità assicura ai clienti un sensibile risparmio sulla spesa quotidiana. Le iniziative promozionali sui prodotti di marca rivestono un ruolo centrale tramite la proposta di importanti sconti.

Risparmio delle famiglie italiane 2021-2023 (in euro)



849 milioni di euro
 Il risparmio delle famiglie italiane grazie alle promo del Gruppo nel 2023

Pressione promozionale (in %)



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.

26,50%
 Pressione promozionale nel 2023



INIZIATIVE E PROGETTI

Imprese Socie



ALFI (GULLIVER)

LA TUTELA ECONOMICA DEI CONSUMATORI

La soddisfazione del cliente è il motore pulsante delle attività di Alfi (Gulliver). Per essere totalmente trasparente rispetto al “proprio modo di fare impresa”, Alfi (Gulliver) ha deciso di creare un manifesto per sintetizzare i valori in cui l’azienda crede fortemente. Tra questi, il consumatore finale rappresenta lo stakeholder centrale, intorno al quale si muovono le scelte strategiche dell’azienda.

Questo viene dimostrato dalle diverse iniziative di supporto al cliente: nel 2023 i pensionati hanno potuto godere, ogni mercoledì, di uno sconto pari al 10% in tutti i punti vendita Gulliver; è continuato il nostro servizio di spesa a domicilio (gratuito per le persone con disabilità), per un incasso di oltre, 1,15 milioni di euro. Ma non solo, Alfi (Gulliver) ha aderito al “trimestre anti inflazione” del Governo per favorire il contenimento dei prezzi e tutelare il potere di acquisto dei consumatori, specialmente delle famiglie, al fine di contrastare la spinta inflazionistica. Sempre con il medesimo obiettivo, nel 2023 Gulliver ha aderito al progetto “Salvaspesa”, fornendo un buono sconto del 10% sui prodotti a marchio Consilia, redimibile entro sette giorni.

Iniziative di supporto al cliente



APPosta per TE!

CON LA NOSTRA APP IL RISPARMIO È PIÙ FACILE.



CDS

I PUNTI VENDITA SEMPRE PIÙ DIGITALI PER FAVORIRE L'INNOVAZIONE

Per migliorare l’esperienza d’acquisto, l’insegna il Centesimo ha lanciato l’app APPosta per Te, progettata per offrire una serie di funzionalità avanzate che vanno ben oltre il semplice acquisto online, tra cui quella di creare e condividere liste della spesa o di pianificare il ritiro degli acquisti effettuati online. CDS ha anche introdotto il volantino digitale in tutta la rete vendita, per le insegne Famila, Max Supermercati e il Centesimo. Accessibile tramite i siti web in una sezione dedicata, nella App di cui sopra per l’insegna il Centesimo e tramite il canale whatsapp, il volantino digitale è più sostenibile, in quanto evita lo spreco di carta, e permette di sfogliare tutte le promozioni attive ovunque e in qualsiasi momento.

il Centesimo ha lanciato l'App APPosta per Te



DIMAR

LA NUOVA APP PER I CLIENTI MyMercatò

Per portare innovazione ai clienti che ci dimostrano la loro fedeltà, a partire dalla fine del 2022 abbiamo deciso di proporre la nuova app MyMercatò: un nuovo strumento di comunicazione, che mette a disposizione in formato digitale numerose funzionalità pensate per semplificare il momento della spesa.

MyMercatò permette di presentare in cassa la carta fedeltà in formato digitale e di monitorare in tempo reale il saldo punti con un semplice clic, anche trasferendo su un'altra carta i punti. Dall'app è possibile consultare il catalogo e prenotare i premi, attivare lo scontrino digitale per avere sempre a disposizione gli scontrini degli ultimi tre mesi, ma anche creare la lista della spesa direttamente sfogliando il volantino digitale, per godere di vantaggi esclusivi. L'efficacia di questa soluzione innovativa è confermata dal riscontro ottenuto tra i nostri clienti: il 96% degli utenti possessori di una carta fedeltà che hanno scaricato l'app la usa attivamente e, nel 2023 sono stati effettuati ben 125.341 nuovi download.

**MyMercatò permette di
presentare in cassa la
carta fedeltà in formato digitale**



DIMAR

LA SPESA A PORTATA DI MANO

In Dimar si punta sull'integrazione e sulla digitalizzazione come strumenti per offrire nuove modalità e opportunità di acquisto rapide, efficaci e ricche di informazioni aggiuntive. Il Servizio Spesa&Go è attivo su 25 punti vendita ed è stato creato per semplificare la fase di acquisto, rendendo possibile al cliente l'autolettura dei codici a barre dei prodotti nel carrello, velocizzando la fase di passaggio in cassa nell'area con le casse automatiche, effettuando un pagamento in modo comodo e veloce. Inoltre, per tutti quei consumatori che preferiscono la spesa online, è inoltre disponibile sia il servizio di ritiro della spesa dal negozio con Mercatò Drive, sia il servizio di consegna a domicilio Mercatò a Casa. Nel 2023 il servizio Mercatò Drive è stato utilizzato da 17.938 clienti, mentre 5.639 clienti hanno scelto il servizio Mercatò a Casa, tra i quali 950 clienti over 65 che hanno potuto usufruire della consegna gratuita.

**Servizio Spesa&Go attivo su
25 punti vendita**



GMF E UNICOMM

RISPONDERE ALLE ESIGENZE DI ALCUNE PARTICOLARI CATEGORIE DI CONSUMATORI

In alcuni Supermercati del Gruppo GMF e di Unicommm 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

**MAGAZZINI GABRIELLI****FAVORIRE LA DIGITALIZZAZIONE DEI NOSTRI SERVIZI VERSO IL CLIENTE**

Magazzini Gabrielli ha implementato diverse iniziative per migliorare l'esperienza dei clienti e supportare le famiglie nella loro spesa.

Nell'ambito della digitalizzazione, è stata lanciata una versione avanzata dell'app Oasi-Tigre, includendo test di promozioni più ampie all'interno dell'app stessa. Queste promozioni comprendono buoni sconto su prodotti di grandi marche e sul totale della spesa, con l'obiettivo di ridurre progressivamente l'uso degli strumenti cartacei. La carta fedeltà Unika, integrata nell'app, ha coinvolto anche i 53 nuovi punti vendita acquisiti da ex distribuzione Roma, con il 70% dei circa 100.000 clienti ora in possesso di carte digitali. Attraverso la carta Unika, le famiglie romane possono accedere a sconti dedicati e personalizzati.

Iniziative per migliorare l'esperienza dei clienti e supportare le famiglie nella loro spesa**Benvenuti in Oasi Tigre!**

- Otteni la tua carta Unika digitale da portare sempre con te
- Ricevi buoni sconto a te riservati
- Sfoggia i volantini
- Resta aggiornato sulle novità in arrivo ogni settimana

Continua

**Scegli il tuo negozio preferito**

- Attiva la geolocalizzazione
- Seleziona il tuo negozio preferito
- Solo così riceverai i buoni sconto del tuo negozio

Volantini, buoni sconto e contenuti potrebbero cambiare in base alla scelta effettuata.

Scegli il negozio

ABBASSIAMO E BLOCCIAMO I PREZZI

dei tuoi prodotti Consilia

**Oasi tigre****MAGAZZINI GABRIELLI****A TUTELA DEL CONSUMATORE**

Con i suoi punti vendita Oasi Tigre, Magazzini Gabrielli ha aderito alla "carta solidale del governo", offrendo un plafond di spesa alle famiglie bisognose e uno sconto del 15% su un paniere di articoli alimentari.

A sostegno dell'iniziativa del governo "trimestre anti-inflazione", è stata promossa un'indagine di mercato per capire meglio le esigenze dei clienti in un periodo di forte criticità economica. Le iniziative includono la campagna "Abbassiamo l'inflazione" con ribassi su fino a 1.000 prodotti per punto vendita e l'aumento del numero di referenze Consilia nel paniere "Buoni e Fissi" fino a 300 prodotti. A Roma, inoltre, è stata attuata l'iniziativa "La Spesa la offriamo noi", rimborsando ai clienti fino al totale della spesa attraverso buoni sconto. Magazzini Gabrielli ha anche confermato le attività di sostegno a particolari categorie di clienti, come le famiglie numerose, le famiglie in stato di disoccupazione e/o cassa integrazione, gli studenti universitari e le persone over 70 anni, attivi da diversi anni presso le loro insegne che, a seconda delle categorie, possono usufruire nei punti vendita di sconti ad hoc.

Plafond di spesa alle famiglie bisognose



MEGAMARK A DIRETTO CONTATTO CON IL CLIENTE

Tra febbraio e aprile 2023, sono state implementate attività di influencer marketing, coinvolgendo attivamente i clienti nei negozi. Queste iniziative mirano a rafforzare il legame e il rapporto con i clienti. Il canale WhatsApp è stato ulteriormente potenziato, consentendo una lieve riduzione della carta stampata a favore di comunicazioni digitali sui prodotti, comprese le novità di assortimento e informazioni sui produttori. Durante l'anno, sono state lanciate promozioni personalizzate, inserite in un calendario marketing ben definito, che prevedono l'invio di codici promozionali ai clienti basati sul loro comportamento di acquisto. Inoltre, sono state implementate indagini di soddisfazione, gestite sia in collaborazione con la Centrale Selex, che direttamente da Megamark, per valutare e migliorare continuamente l'esperienza del cliente.

Attività di influencer marketing



IL GIGANTE PREZZI BASSI SEMPRE

Nel 2020 Il Gigante ha iniziato a sostenere la campagna "Prezzi Bassi Sempre". L'obiettivo è quello di aiutare i nostri clienti a fare una spesa sostenibile non solo nella qualità, ma anche nel prezzo. La campagna è stata promossa su una selezione di oltre 1.000 prodotti a marchio "Il Gigante" di categorie merceologiche differenti, ma tutti di uso quotidiano e necessari nella vita di tutti i giorni. Il Gigante si è impegnato a monitorarne il prezzo e a tenerlo basso, sempre.

Spesa sostenibile



IL GIGANTE SEMPRE PIÙ SERVIZI PER UNA SPESA SEMPRE PIÙ COMODA

La strategia del Gigante mette il consumatore al centro. Nel corso degli ultimi anni, sono stati implementati sempre più servizi, per migliorare l'esperienza del cliente e rendere la spesa sempre più comoda.

Tra i servizi, "Il Gigante a Casa", un servizio di consegna a domicilio della spesa effettuata online, o "Il Gigante Drive", il servizio di ritiro in negozio della spesa effettuata online. Ancora, Il Gigante ha introdotto il servizio Saliscendi in leggerezza, per agevolare i consumatori che effettuano la spesa in negozio ma preferiscono la consegna della spesa a domicilio, direttamente al piano.

Accanto a questi, Il Gigante ha introdotto una serie di servizi accessori che possono agevolare il consumatore in ottica di una maggiore fruibilità dei servizi necessari; nel 2023 è possibile pagare presso le casse abilitate dei supermercati anche i bollettini postali ed è attivo il servizio catering-feste "Al Gigante come a casa o al ristorante", per prenotare menù per i propri eventi.

Più servizi, per migliorare l'esperienza del cliente





CONTROLLI 2023 il gigante

Gli Specialisti del Fresco

HA EFFETTUATO PER LA SICUREZZA
DEI PRODOTTI CHE TROVATE SUI BANCHI:

36.226	ANALISI SULLE SUPERFICI E SUGLI ALIMENTI PREPARATI DA NOI
1.462	TEST MERCEOLOGICI ESEGUITI DA TECNICI QUALIFICATI
93.384	ANALISI CHIMICHE, MICROBIOLOGICHE SUI PRODOTTI A MARCHIO IL GIGANTE
22	TEST ORGANOLETTEICI EFFETTUATI DIRETTAMENTE CON I NOSTRI CONSUMATORI
4.100	ANALISI DI RISPETTO DEL CAPITOLATO PRODUTTIVO DELLA FILIERA DELLE CARNI 
75	CONTROLLI ISPETTIVI (AUDIT) PRESSO I FORNITORI PRODOTTI A MARCHIO IL GIGANTE E SOPRALLUOGHI ISPETTIVI DA PARTE DEI NOSTRI VETERINARI PRESSO LE STALLE DEI NOSTRI ALLEVATORI E IMPIANTI CHE ADERISCONO ALLA FILIERA CARNI. 

Gli Specialisti del Fresco

www.ilgigante.net



IL GIGANTE

LA SALUTE E LA SICUREZZA DEL CONSUMATORE PRIMA DI TUTTO

Un ottimo servizio al cliente non passa solo attraverso l'erogazione di progetti di digitalizzazione e innovazione, ma anche attraverso la selezione e la cura dei prodotti a scaffale, per garantire scelte di acquisto che siano sempre di massima qualità. A tal proposito, solo nel 2023, presso i punti vendita del Gigante e gli stabilimenti di produzione sono state condotte 2.729 analisi, 75 audit presso i fornitori e sono state condotte 93.384 analisi chimiche e microbiologiche sui prodotti a marchio il Gigante.

Ogni giorno l'azienda si impegna in controlli approfonditi, attraverso l'ausilio di schede monitoraggio di reparto, come quelli fatti per il controllo parassiti per i prodotti della pesca, il controllo delle temperature e delle scadenze e tanto altro ancora. L'obiettivo è che il cliente possa godere di prodotti freschissimi e di altissima qualità.



SUPEREMME

COMBATTERE L'INFLAZIONE ACCANTO AI NOSTRI CLIENTI

In continuità con il 2022, Superemme ha portato avanti con grande impegno e determinazione diverse iniziative per limitare significativamente l'impatto dell'inflazione sul carrello della spesa dei propri clienti.

Il Gruppo ha operato in sinergia con i propri fornitori, non solo riducendo e rallentando la crescita dei prezzi, ma anche assorbendo direttamente più del 10% dell'aumento dei costi delle materie prime (olio, grano e latte) per limitare l'impatto sul potere d'acquisto dei clienti.

Inoltre, Superemme ha promosso in tutti i Supermercati Pan il "GRANDE CONCORSO", dedicato ai suoi Clienti fidelizzati, erogando oltre 3.500 buoni spesa per un valore complessivo di 70.000 euro.



DAL 23 FEBBRAIO AL 15 MARZO 2023

GRANDE CONCORSO 70.000€ MONTEPREMI



Puoi vincere la spesa per tutto il 2023



SUPEREMME

FAVORIRE LE STAGIONALITÀ COME SINONIMO DI BENESSERE

Al fine di agevolare i clienti a preferire i prodotti stagionali rispetto a quelli fuori stagione, Superemme ha introdotto in tutte le aree ortofrutta dei propri punti vendita, dei pieghevoli informativi che indicano i momenti migliori per l'acquisto di frutta e verdura.

In linea con il suo impegno di sensibilizzare la clientela verso scelte più sane, salutari e sostenibili, in tutti i punti vendita recentemente rinnovati questo tipo di comunicazione è ulteriormente messa in evidenza sui pilastri dei reparti. Questa iniziativa, inoltre, punta a promuovere un'offerta "sempre più sarda" e vicina alla tradizione; meno industriale e più naturale; molto attenta alle peculiarità del territorio.



GRUPPO UNICOMM

L'ORA BLU NEI SUPERMERCATI COME SIMBOLO DI INCLUSIONE

L'Ora Blu prende il nome dal colore simbolo della Giornata Mondiale della Consapevolezza dell'Autismo, celebrata il 2 aprile di ogni anno. Questo importante appuntamento, dedicato alle persone nello spettro autistico e ai loro cari, si svolge ogni ultimo martedì del mese nei punti vendita a marchio Emisfero, Famila e Emi, dalle 16.00 alle 18.00. Durante queste due ore, luci, suoni e musica vengono attenuati per ridurre gli stimoli sensoriali, creando un ambiente più accogliente e inclusivo per le persone con autismo. Le famiglie riconoscono il valore dell'iniziativa "Ora Blu", che non solo facilita lo shopping per le persone con autismo, ma sensibilizza anche l'opinione pubblica su un disturbo che riguarda una parte crescente della popolazione. L'iniziativa stimola il miglioramento dei servizi in un ambiente, come il supermercato, ricco di stimoli sonori e visivi. Durante l'Ora Blu, si creano occasioni informative e conoscitive riguardanti le diverse tipologie di funzionamento nell'autismo, con focus su comportamenti, comunicazione verbale e non verbale, interazione sociale e ipersensibilità sensoriale. Questa particolare caratteristica ha dato origine all'iniziativa, poiché alcuni suoni, rumori e stimoli visivi, come luci dirette o intermittenti, possono causare grande disagio alle persone autistiche. Nell'anno 2023 il Gruppo ha completato il percorso con un webinar di formazione altamente professionale costruito in stretta collaborazione con Angsa (Angsa - Associazione Nazionale Genitori Soggetti Autistici), utile per potersi rapportare al meglio nel gestire correttamente i soggetti autistici. Hanno partecipato 223 collaboratori dei punti vendita. Questa iniziativa non solo offre un supporto pratico, ma contribuisce anche a promuovere una maggiore consapevolezza e comprensione dell'autismo nella società.

02.04.2023 giornata mondiale della consapevolezza
del' autismo

OGNI ULTIMO MARTEDÌ DEL MESE

famila EMISFERO
continuano a sostenere

ANGSA
Associazione Nazionale Genitori Soggetti Autistici

GRUPPO ASPERGER
italia

Sportelli
Autismo
Italia

creando un ambiente a misura
delle persone con disturbi
dello spettro autistico

**SCATTA
L'ORA BLU**
dalle 16.00 alle 18.00

- eliminiamo il segnale acustico alle casse
- abbassiamo le luci
- eliminiamo la musica
- riserviamo una cassa privilegiata

OLTRE

10 MILIONI DI EURO

DI RISORSE INVESTITE NEL 2023 DALLE
IMPRESE SOCIE PER SOSTENERE INIZIATIVE
SUL TERRITORIO

1,3 MILIONI DI EURO

DEVOLUTI A SOSTEGNO DELL'EMILIA
ROMAGNA COLPITA DALL'ALLUVIONE

OLTRE

94 MILA

PASTI SALVATI
GRAZIE ALL'ADESIONE DELLE IMPRESE
SOCIE A TOO GOOD TO GO

OLTRE

994 MILA

KG DI PRODOTTI ALIMENTARI
DONATI GRAZIE ALLA COLLETTA ALIMENTARE

109

I PROGETTI DELLE IMPRESE SOCIE DEL
GRUPPO SELEX CENSITI NEL BILANCIO
DI SOSTENIBILITÀ 2023



06



IL TERRITORIO E LA COMUNITÀ

**Conoscere i bisogni del territorio
Iniziative e progetti**

**99
112**

In questa sezione il Gruppo Selex si impegna a contribuire al raggiungimento dei Sustainable Development Goals





OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE



In questa sezione il Gruppo Selex si impegna a contribuire al raggiungimento dei Sustainable Development Goals numero 2, 3, 4 e 9 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;
- ▶ collaborano con associazioni sparse sul territorio per aiutare la comunità dei più svantaggiati;
- ▶ investono nel futuro delle giovani generazioni, collaborando con diverse scuole ed enti culturali;
- ▶ collaborano con svariati partner per aiutare le categorie sociali più svantaggiate;
- ▶ si impegnano sul versante dell'innovazione, sostenendo la ricerca scientifica nazionale.





CONOSCERE I BISOGNI DEL TERRITORIO

Per la Centrale Selex, promuovere iniziative di **inclusione sociale** e sostenere concretamente il territorio nazionale sono sempre stati elementi centrali e distintivi nel rapporto con le proprie Imprese Socie. Per Selex, inclusione sociale significa vicinanza al territorio. Il profondo legame che unisce le singole Imprese Socie ai consumatori rende naturale per il Gruppo Selex considerare l'impegno verso la comunità locale come uno dei pilastri fondamentali su cui investire risorse e sviluppare nuovi progetti.

Nel 2023, il Gruppo Selex ha rafforzato con crescente convinzione il proprio impegno sui temi della responsabilità sociale, sviluppando **numerose iniziative a livello nazionale e locale**.

10,2 milioni di euro
supporto di enti del
Terzo Settore

Nel 2023 le Insegne Associate¹ al Gruppo Selex hanno investito risorse per sostenere iniziative sul territorio per un valore totale di 10.166.702 euro, a supporto di enti del Terzo Settore per attività sociali, sportive e culturali.

In collaborazione con organizzazioni e realtà locali, il Gruppo e le Imprese Socie supportano la comunità partecipando attivamente a **progetti che creano valore condiviso**. Questi progetti includono partnership, donazioni economiche e di prodotti, nonché attività filantropiche come il sostegno alle scuole, alle associazioni di volontariato e alla ricerca medica.

Nel 2023, come illustrato sotto, sono molti i progetti che sono stati sviluppati da parte della Centrale Selex a cui hanno aderito le singole Imprese Socie.

Sponsorizzazioni e donazioni (incluso valore dei beni donati)	IMPRESE SOCIE		
	2023/euro	2022/euro	2021/euro
Sponsorizzazioni	4.678.768	4.700.682	2.435.702
Donazioni	5.487.934	2.731.324	3.862.363
TOTALE	10.166.702	7.432.006	6.298.065

¹I dati sulle donazioni e sponsorizzazioni sono state fornite nel 2023 e nel 2022 da 14 Imprese su 18, mentre nel 2021 da 12 Imprese su 18





L'EMILIA ROMAGNA HA BISOGNO DI NOI DONA ALLA CASSA **2** NOI RADDOPPIAMO IL VALORE **2** EURO



Contiene
una ricevuta
di donazione
del valore
di 2 euro

SOS EMILIA ROMAGNA



Solidarietà per l'Emilia Romagna

Nel maggio 2023, l'Emilia-Romagna è stata colpita da una devastante alluvione che ha causato enormi danni alle infrastrutture e alle abitazioni, obbligando migliaia di persone a evacuare. La situazione di emergenza ha richiesto una risposta rapida e concreta per sostenere le comunità locali nella fase di soccorso e nella successiva ricostruzione.

In questo contesto, il 25 maggio, il Gruppo Selex ha lanciato un **appello attraverso le sue insegne** in tutta Italia, chiedendo ai clienti di unirsi all'iniziativa "Tutti per l'Emilia Romagna". In un mese e mezzo, grazie al coinvolgimento attivo dei punti vendita delle insegne del Gruppo (Famila, A&O, Gala, Il Gigante, Italmark, Mercatò, Pan, Si con te, Galassia, Dipiù), la raccolta fondi ha ottenuto risultati notevoli.

I **clienti hanno contribuito** con donazioni di 2 euro ciascuno, e molte Imprese Socie hanno raddoppiato tali donazioni, mentre altre le hanno integrate con ulteriori contributi volontari. Grazie a questo sforzo collettivo, il **Gruppo Selex ha potuto devolvere 505.061 euro alla Croce Rossa Italiana**, fondi cruciali per l'evacuazione e la messa in sicurezza della popolazione colpita dall'alluvione.



L'operazione nazionale "Tutti per l'Emilia Romagna", alla quale hanno aderito **sette Imprese del Gruppo**, è stata ulteriormente sostenuta da iniziative regionali promosse da alcuni Soci per aiutare i comuni coinvolti. Significativi contributi, infatti, sono arrivati dalle Imprese venete del Gruppo: **Alì e i suoi clienti hanno donato 300.000 euro** alla Croce Rossa Italiana, mentre **il Gruppo Unicomm e i suoi clienti hanno raccolto 500.000 euro**, consegnati alle Amministrazioni locali per assistere le famiglie del territorio. Questo impegno straordinario ha dimostrato il forte legame tra il Gruppo Selex e le comunità locali, evidenziando l'importanza della solidarietà in momenti di crisi.

**Donazioni del Gruppo
oltre 1.3 Milioni di euro**



Il sostegno alle scuole con TUTTI PER LA SCUOLA



▶ **6.108**
ISTITUTI SCOLASTICI
aderenti al progetto "tutti per la scuola"
al 31.12.2023

▶ **1.298**
IL NUMERO DI
ATTREZZATURE DONATE
nel 2023



A dieci anni dal suo primo debutto, nel 2023 il Gruppo Selex ha rinnovato l'iniziativa "Tutti per la scuola", un progetto rivolto alle scuole dell'infanzia e alle scuole primarie, sia paritarie che pubbliche, di tutta Italia. Questo progetto è nato per fornire alle scuole una soluzione alternativa alla carenza di materiali didattici, spesso causata dai tagli ai finanziamenti che penalizzano la "cassetta degli attrezzi" degli insegnanti.

Grazie ai punti fedeltà donati dai clienti dei supermercati delle diverse insegne del Gruppo Selex, le scuole possono scegliere e ricevere gratuitamente materiali didattici, di consumo e numerose proposte educative da un catalogo dedicato. Questo catalogo è stato studiato per soddisfare sia i desideri dei piccoli alunni che le esigenze di scuole e famiglie, contribuendo a migliorare l'ambiente educativo.

Per mantenere alta l'attenzione su questa preziosa iniziativa, "Tutti per la scuola" si arricchisce ogni anno di nuove e interessanti proposte ludico-educative. Questi continui aggiornamenti garantiscono che il progetto rimanga sempre attuale e in grado di offrire un supporto concreto e stimolante all'educazione dei bambini.

65.438 euro
il valore delle
attrezzature donate
alle scuole nel 2023

	2023	2022	2021
Istituti scolastici aderenti al progetto	6.108	5.979	5.870
Numero di attrezzature donate	1.298	1.545	1.440
Valore delle attrezzature donate alle scuole (euro)	65.438	77.865	ND



TUTTI IN CAMPO

Sostegno alle Associazioni e Società Sportive con "Tutti in Campo"



▶ **22 MILIONI
I CODICI SPORT**
donati alle ASD e alle SSD iscritte

▶ **30.000 MILA
LE ATTREZZATURE**
ordinate dalle ASD e dalle SSD iscritte

▶ **2,5 MILIONI DI EURO**
il valore delle attrezzature sportive
ordinate dalle ASD e SSD iscritte



**Oltre 11.000
Associazioni Sportive
Dilettantistiche (ASD) e Società
Sportive Dilettantistiche (SSD)
iscritte**

Nel settembre 2023, la Centrale Selex ha lanciato l'iniziativa nazionale "Tutti in Campo", una nuova community nata per **sostenere lo sport e il benessere, rafforzando la propria strategia di vicinanza alle famiglie e al territorio.**

L'iniziativa mira a raggiungere due obiettivi principali: supportare il mondo dello sport permettendo alle **Associazioni Sportive Dilettantistiche (ASD)** e alle **Società Sportive Dilettantistiche (SSD)** di ottenere gratuitamente **materiali utili per le loro attività**, e sensibilizzare la clientela promuovendo lo sviluppo di corrette abitudini legate allo sport e al benessere, incoraggiando uno stile di vita sano. Questi obiettivi sono stati raggiunti grazie al coinvolgimento dei clienti titolari della Carta Fedeltà nei punti vendita del Gruppo Selex in tutta Italia.

Roberto Baggio, simbolo dello sport italiano nel mondo, ha sposato i valori del Gruppo Selex diventando il promotore di "Tutti in Campo".

L'iniziativa, della durata di 11 settimane, è stata attiva **su oltre 1.800 punti vendita di 17 Imprese Socie del Gruppo Selex**, dislocati su tutto il territorio nazionale. I Clienti titolari di carta fedeltà dei punti di vendita aderenti, con la loro spesa quotidiana, hanno contribuito a sostenere direttamente le ASD e SSD locali iscritte all'iniziativa, donando loro i Codici Sport ricevuti in cassa, attraverso il sito e l'app creati ad hoc per Tutti in Campo. Le associazioni e società sportive dilettantistiche hanno potuto accedere ad un catalogo a loro dedicato, grazie al quale scegliere di ordinare gratuitamente nuove attrezzature e infrastrutture per le loro attività.

L'iniziativa "Tutti in Campo" ha ottenuto una grande partecipazione da parte dei clienti dei punti vendita del Gruppo Selex e ha visto **l'iscrizione di quasi 11.000 ASD-SSD**. Grazie all'impegno delle Imprese Socie del Gruppo Selex e alla spinta di Roberto Baggio come Ambassador del progetto, è stato possibile **mettere a disposizione gratuitamente quasi 30.000 attrezzature sportive del valore di circa 2,5 milioni di euro.**

L'esperienza di "Tutti in Campo" ha rappresentato un momento di grande coinvolgimento e consapevolezza di come, insieme, si possa fare la differenza, concretizzando iniziative di supporto reale e tangibile per il territorio. Di fronte a tale successo, l'iniziativa è stata confermata anche per il 2024, con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente la partecipazione dei clienti titolari di Carta Fedeltà e delle realtà sportive dilettantistiche.



Dati 2023



Lotta allo spreco alimentare



Nel 2023, il Gruppo Selex ha continuato a consolidare la sua partnership strategica con Too Good To Go, un'iniziativa che riflette l'impegno del Gruppo verso la sostenibilità e la lotta allo spreco alimentare. Too Good To Go, il più grande marketplace mondiale per le eccedenze alimentari, ha registrato numeri impressionanti, evidenziando l'impatto positivo della sua missione.

Dal 2016, grazie al supporto della community, Too Good To Go ha stretto partnership con numerose attività del settore alimentare, **salvando oltre 300 milioni di pasti**. Questo risultato equivale a fornire **un pasto al giorno per ogni abitante di Giappone, Germania e Turchia, con abbastanza cibo rimanente per soddisfare le esigenze di tutti i Paesi Bassi**.

Nel 2023, Too Good To Go ha raggiunto traguardi significativi: 21 milioni di nuovi utenti si sono registrati all'app, 72.000 nuovi negozi sono diventati partner, contribuendo alla rete in continua espansione. Sono stati salvati ben 121.686.720 pasti, con un incremento del 46% rispetto all'anno precedente.

Questi risultati non sarebbero stati possibili senza la **collaborazione attiva di partner come Selex**, che condividono l'impegno di **ridurre gli sprechi alimentari e promuovere un consumo sostenibile**. Il Gruppo Selex, con la sua rete di imprese socie, ha giocato un ruolo chiave in questa missione, contribuendo a **salvare migliaia di pasti** e rafforzando la propria posizione come leader nel settore della distribuzione responsabile.



Fra le realtà che si sono unite alla mission anti-spreco dell'app vi sono 9 Imprese Socie del Gruppo Selex:

Le insegne associate	2023 ²		
	Store sull'App	Pasti salvati (magic box vendute)	CO ₂ Risparmiata ³ (kg)
CE.DI. Marche	3	1.008	2.721,6
Cadoro	22	2.470	6.669
Dimar	36	14.689	39.660,3
Gruppo Gabrielli	28	6.532	17.636,4
L'Abbondanza	2	1.259	3.399,3
Maxi Di	31	9.864	26.632,8
Megamark	2	107	288,9
Sole365	56	46.993	126.881,1
Superemme	8	11.527	31.122,9
TOTALE	188	94.449	255.012,3

Fonte: Fondazione Too Good To Go



² I dati indicati all'interno della tabella provengono dal report di Too Good To Go e fanno riferimento al periodo 1.1.2023 - 31.12.2023.

³ Come specificato da Too Good To Go all'interno del report riassuntivo: 1 Magic Box venduta = 2,5 kg di CO₂ e 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)



La Colletta Alimentare nazionale



▶ **1.143 PUNTI VENDITA**
aderenti

▶ **3,5 MILIONI DI EURO**
circa, il valore degli alimenti

▶ **OLTRE 994 MILA KG**
di prodotti raccolti

Anche per il 2023 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.

Nel 2023 Banco Alimentare è riuscito a raccogliere 119.138 tonnellate di cibo, donandole a oltre 1 milione e 790 mila persone e famiglie bisognose su tutto il territorio italiano.

1.435 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.

	2023	2022	2021
Punti vendita aderenti alla colletta di Banco Alimentare	1.435	1.340	674
Prodotti donati (kg)	994.659	883.933	514.686
Valore stimato delle donazioni (Euro)	3.475.228	3.362.000	2.570.000

Fonte: Fondazione Banco Alimentare



Il programma SITICIBO

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 Socie che aderiscono al progetto e si impegnano ogni giorno a dare un nuovo valore alle eccedenze alimentari. **Il Gruppo Selex nel 2023 ha evitato lo spreco di 1.150.796 kg di cibo fresco non venduto.**

Inoltre, anche nel 2023, 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 58.521 kg di cibo fresco non venduto.

	2023
IMPRESE SOCIE	Kg complessivi
IL GIGANTE	517.133
DIMAR	276.910
L'ABBONDANZA	122.211
ALI'	234.542
TOTALE	1.150.796

Fonte: Fondazione Banco Alimentare



	2023	2022	2021
IMPRESE SOCIE	Kg complessivi	Kg complessivi	Kg complessivi
IL GIGANTE	12.995	20.867	25.711
DIMAR	38.125	11.954	29.023
L'ABBONDANZA	1.966	2.251	5.366
ALI'	5.435	9.857	33.203
TOTALE	58.521	44.929	93.303

Fonte: Fondazione Banco Alimentare



REGUSTO

La solidarietà circolare



Spesa Sospesa è un progetto di sostenibilità e di **solidarietà** in sostegno delle famiglie economicamente più svantaggiate. Grazie al progetto Spesa Sospesa le aziende della GDO possono vendere o donare i propri prodotti attraverso un canale sicuro e trasparente, che garantisce la consegna dei propri prodotti a chi è davvero in difficoltà.

Spesa Sospesa, infatti, si basa su un'innovativa **piattaforma digitale di Regusto**, che permette di mettere in contatto in tempo reale le aziende della Grande Distribuzione con le associazioni non profit sul territorio, raccogliendo donazioni **recuperando potenziali sprechi ed eccedenze di beni di prima necessità**.

Grazie all'uso inclusivo della tecnologia digitale, tutte le operazioni di recupero, acquisto e distribuzione dei beni sono tracciabili e trasparenti, proprio perché la piattaforma Regusto è basata su una **tecnologia blockchain**. Questo sistema rappresenta una garanzia su più fronti: da una parte permette alle aziende di monitorare lo stato delle proprie donazioni, a chi riceve di conoscere il percorso dei prodotti e, infine, alle Pubbliche Amministrazioni per verificare quello che avviene nel proprio territorio.

Le Imprese Socie del Gruppo Selex che aderiscono al progetto, oltre che la **Centrale Selex** con le sue donazioni ai prodotti a marca del distributore, nel 2023 hanno permesso di raggiungere importanti traguardi:

	2023
PRODOTTI DISTRIBUITI (kg)	522.564
PASTI SALVATI EQUIVALENTI	961.698
CO ₂ RISPARMIATA (kg)	1.108.838

Fonte: Regusto

**oltre 960 mila
i pasti equivalenti salvati
grazie all'adesione della
centrale Selex e di alcune
Imprese Socie**



Sostegno alla ricerca oncologica

Arance rosse per la Ricerca

Dai valore alle tue scelte.

Dal 2 febbraio, scegliendo le nostre arance rosse, noi doniamo 50 centesimi a Fondazione AIRC, tu fai un gesto concreto per sostenere la ricerca.



Dal 1965 AIRC sostiene con forza la **ricerca scientifica italiana sul cancro**, diffondendo le attività di ricerca oncologica nazionale ed internazionale e, al contempo, sensibilizziamo la popolazione sull'importanza della prevenzione e della diagnosi precoce.

Il Gruppo Selex, come tante altre aziende sul territorio nazionale, è convinto che la prevenzione sia uno strumento fondamentale, che può e deve iniziare dal momento della scelta e dell'acquisto di cosa mangiare. Per farlo, ci impegniamo, con la collaborazione di AIRC, in campagne e progetti di sensibilizzazione del consumatore che possano **educare e informare**, aiutando il nostro pubblico a fare le scelte migliori per la propria salute e il proprio benessere.

Nata nel 2016, la campagna **Arance Rosse per la ricerca** prevede il coinvolgimento delle aziende della Grande Distribuzione e della Distribuzione Organizzata a sostegno di Fondazione AIRC.

Ad oggi AIRC è il maggiore finanziatore indipendente di ricerca oncologica in Italia. Gli obiettivi della campagna sono proprio quello di **sensibilizzare i consumatori sui temi della sana alimentazione e di sostenere la ricerca oncologica italiana**.

Grazie al sostegno delle 50 aziende aderenti al progetto con oltre 9.000 punti vendita sparsi sul territorio nazionale, nel 2023 sono state vendute 940.097 reticelle dedicate ad AIRC e sono stati raccolti 479.000 euro tramite le raccolte fondi.

Gruppo Selex, con le sue 17 insegne aderenti all'iniziativa, ha contribuito a questo importante traguardo attraverso la vendita di oltre 290.000 reticelle e una donazione di più di 145.000 euro a sostegno della ricerca oncologica di AIRC. Dal 2017 le insegne del Gruppo Selex hanno distribuito oltre 970.000 reticelle per oltre 486.000 euro donati ad AIRC.



145.000 euro
il sostegno che Gruppo Selex
ha offerto ad AIRC con le
"arance rosse per la ricerca"



INIZIATIVE E PROGETTI

Imprese Socie



ALFI (GULLIVER)

PROMOZIONE DELLO SPORT E DELLA SALUTE

Sponsorizzare non significa semplicemente erogare denaro, almeno non per Alfi (Gulliver). Nel 2023, l'azienda si è impegnata a sponsorizzare eventi e associazioni sportive di vario livello, promuovendo al contempo l'importanza del legame tra sport e salute e tra salute e buona alimentazione. Nel 2023, ad esempio, l'azienda è stata a fianco del Derthona Basket, come co-sponsor delle squadre giovanili e Main Sponsor delle squadre giovanili maschile e femminile di serie C, per accompagnare i ragazzi in queste iniziative legate allo sport e al gioco di squadra.

Inoltre, Alfi (Gulliver) ha organizzato numerosi eventi con l'A.S. Novi Pallavolo, come il Torneo Gulliver pallavolo 2023 al palazzetto dello sport di Novi ligure. Una gara a tempo che ha visto la partecipazione di numerosi giovanissimi atleti. In entrambe queste occasioni, Alfi (Gulliver) ha avuto il piacere di fornire prodotti per la merenda e per i festeggiamenti, per trascorrere in armonia giornate dedicate alla passione per lo sport, sempre all'insegna della buona ed equilibrata alimentazione.

Legame tra sport e salute



ALÌ

L'IMPEGNO NEL SOCIALE

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. Dal 2011 con il progetto We love people Alfi ha donato 1.100.000 euro. Attraverso una semplice meccanica di voto a gettone l'azienda coinvolge tutti i clienti nella ripartizione di contributi che mette a disposizione mensilmente per la comunità. Nel 2023, un altro significativo momento di restituzione alla Comunità da parte di Alfi è stato "Dal buono nasce il bene". Presso l'Oratorio San Michele, Alfi ha donato gli oltre 100.000 euro raccolti attraverso il concorso PremiAlfi a sei importanti realtà del territorio veneto e romagnolo, impegnate, in modo diverso, a migliorare la qualità della vita: c'è chi sostiene la ricerca contro il Cancro, chi è impegnato a promuovere e realizzare progetti e attività di ricerca scientifica nel contesto universitario e sanitario del Nord Est, chi combatte contro la malnutrizione in Africa, chi, quotidianamente, garantisce un pasto a chi ne ha più bisogno e chi, infine, si prende cura degli amici a quattro zampe randagi o abbandonati. La donazione è stata resa possibile grazie al prezioso contributo dei clienti Alfi che hanno donato un contributo alla campagna, raddoppiato dall'azienda, nei confronti di queste cause sociali.

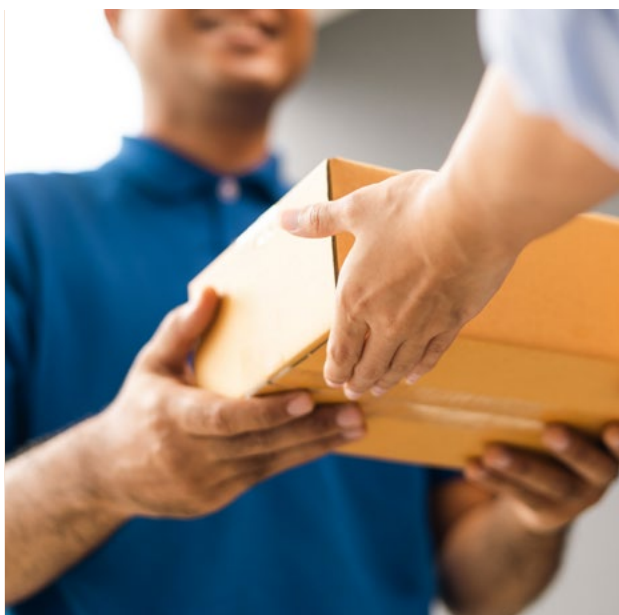


ALÌ

STOP ALLA VIOLENZA CONTRO LE DONNE

Nel 2023 Alì ha promosso “L’Aperitivo Letterario di Alì”, con la presentazione presso una galleria commerciale del romanzo di Vanessa Criconia, *Il filo di Porpora*, sul delicato tema della violenza di genere. Nell’ambito della presentazione e lettura animata, in vista della giornata Internazionale per l’eliminazione della violenza contro le donne del 25 novembre, i supermercati Alì hanno lanciato una maratona solidale di raccolta fondi a sostegno di Gruppo Polis e Casa Elena, la casa rifugio di prossima apertura per donne vittime di violenza. Dall’11 novembre in tutti i 117 supermercati Alì e Aliper è stato possibile donare 100 punti della carta fedeltà che Alì ha trasformato in euro.

“L’Aperitivo Letterario di Alì”



CADORO

SUPPORTO ALLA COMUNITÀ

Cadoro si distingue per il suo impegno costante nel supportare la comunità attraverso una serie di iniziative estemporanee legate a calamità del territorio, il trimestre antinflazione e molte altre attività. L’azienda interviene prontamente in situazioni di emergenza, offrendo aiuti concreti alle aree colpite da calamità naturali. Durante il trimestre antinflazione, Cadoro ha introdotto misure per sostenere le famiglie nel fronteggiare l’aumento dei prezzi, rendendo i beni di prima necessità più accessibili. Inoltre, Cadoro promuove diverse iniziative per le scuole, fornendo materiali didattici e supportando progetti educativi, così come per gli ospedali, contribuendo con donazioni di attrezzature mediche e sostenendo la ricerca. Questi sforzi sottolineano l’impegno di Cadoro nel migliorare la qualità della vita e nel promuovere il benessere della comunità in vari ambiti.

Aiuti concreti alle aree colpite da calamità naturali



CDS

PROMOZIONE DELLO SPORT

Nel 2023 CDS è stata sponsor della società sportiva dilettantistica Traina Srl, sostenendo con 5.000 euro la squadra Albaverde, iscritta alla federazione italiana di pallavolo in occasione dei campionati federali nazionali che regolano la partecipazione al campionato femminile di serie B2/F per le categorie under 13, under 15, under 17 e under 19. Il sostegno allo sport si è tradotto anche nel sostegno al calcio, verso la squadra Nissa FC, con una sponsorizzazione di circa 8.000 euro per la stagione calcistica 23/24 e al basket, nei confronti della squadra locale ASD Invicta, attraverso un'elargizione di 4.000 euro, di cui 3.500 euro in denaro e 500 euro in buoni spesa, sorteggiati durante le partite di campionato e regalati ai partecipanti, da utilizzare presso i tre punti vendita ad insegna Famila Sicilia.

Sostegno allo sport



CE.DI.GROSS

UN PENSIERO DOLCISSIMO

Nel 2023 Ce.Di.Gross ha continuato il progetto "Pensieri dolcissimi", inserendo a scaffale i prodotti con il marchio speciale «Pensieri dolcissimi».

Contestualmente al periodo di Pasqua e a quello di Natale, in tutti i suoi punti vendita, il gruppo introduce prodotti tipici di quelle festività per sostenere delle cause importanti, come la ricerca medica o il sostegno alle persone più in difficoltà.

Nel corso del 2023, attraverso questa iniziativa, il Gruppo ha sostenuto la Comunità di Sant'Egidio per il pranzo di Natale, ma anche Telethon, schierandosi al fianco di chi affronta una malattia genetica rara.

In occasione della Pasqua è stato portato avanti il supporto alla Fondazione Bambino Gesù per la ricerca in Neuro-Oncologia Pediatrica.

"Pensieri dolcissimi" per sostenere delle cause importanti



Acquista una confezione e GROS donerà il ricavato della raccolta alla Fondazione Bambino Gesù per la ricerca in Neuro-Oncologia dell'Ospedale Pediatrico



CE.DI.MARCHE CRESCERE NELLA COOPERAZIONE

Dal 2018, Ce.Di.Marche partecipa al progetto "Crescere nella Cooperazione" della Federazione Marchigiana delle B.C.C., patrocinato dalla Regione Marche. Questo progetto mette in comunicazione scuole primarie e secondarie con le cooperative del territorio per insegnare ai ragazzi i principi e le regole della cooperazione sociale.

Nel 2023, è stato portato avanti un progetto con un Istituto di Istruzione Superiore di Senigallia, con il quale è stata svolta un'attività didattica sulla sostenibilità e un progetto commerciale per la realizzazione di saponette naturali certificate. Gli studenti hanno curato il packaging, controllato il conto economico e determinato il prezzo di vendita, con presentazioni e vendite nei PDV della rete. Ancora, con una scuola secondaria di primo grado di Falconara, è stato creato un piccolo orto scolastico per coltivare piante aromatiche, culminando in un weekend di vendita delle piantine presso un Superstore, promuovendo uno stile di vita sostenibile anche presso i clienti.

"Crescere nella Cooperazione" della Federazione Marchigiana delle B.C.C.



CE.DI.MARCHE RISORGIMARCHE

RisorgiMarche è molto più di un festival, è un modo per regalare entusiasmo, emozione e senso di comunità a tutte le persone colpite dal terremoto; è un modo per godere di questa terra, camminando, prendendosi il proprio tempo e gettando lo sguardo verso le tante bellezze che delineano una regione veramente plurale, un modo per assaporare i prodotti creati con assoluta maestria da allevatori e agricoltori. Dal 2019, Ce.Di. Marche collabora con Anfass in occasione dell'evento che celebra la resilienza e la rinascita delle Marche.

La partecipazione di Ce.Di.Marche agli eventi ha incluso attività di sensibilizzazione sulla riduzione dell'uso della carta e la valorizzazione dei piccoli produttori e artigiani locali. Queste iniziative hanno sottolineato l'importanza di pratiche sostenibili e hanno promosso il supporto alle economie locali, evidenziando il ruolo cruciale che la comunità e il rispetto per l'ambiente giocano nello sviluppo sostenibile della regione.

Regalare entusiasmo, emozione e senso di comunità

**CE.DI.MARCHE****AIUTO ALLE CARITAS CITTADINE**

Dal 2010 Ce.Di.Marche dona alla Onluss locale Santissima Annunziata (circuitto Caritas) tutta la merce a breve scadenza o invendibile per packaging rovinato. Questa, invece di essere eliminata, viene distribuita presso le mense Caritas della regione Marche. Nel periodo delle feste di fine anno, Si con te ha lanciato la campagna "Si, Dono con te". Questa iniziativa, integrata nel catalogo premi, ha offerto ai clienti l'opportunità di convertire i propri punti in pacchi dono destinati alle Caritas della regione. La campagna ha riscosso un notevole successo, raccogliendo, nel 2023, circa 650 pacchi per un valore totale di 19.000 euro. Questa donazione ha contribuito significativamente a sostenere le famiglie bisognose durante le festività, dimostrando l'impegno di Si con te nel promuovere la solidarietà e il supporto alla comunità locale.

A sostegno delle Caritas locali**DIMAR****OPERA BUONA**

"Opera Buona" è un progetto nato nei 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. Nel 2023 la merce donata è stata pari a 126.405 kg.

Ridurre gli sprechi alimentari**GMF****INIZIATIVE DI RESPONSABILITÀ SOCIALE**

GMF ha implementato diverse iniziative di responsabilità sociale nel 2023. Tra queste, ha attivato procedure per la donazione di prodotti invenduti prossimi alla scadenza a Banco Alimentare e Caritas e ha fornito merci agli Empori della Solidarietà Caritas di Perugia, Foligno e Assisi. Inoltre, ha donato beni alla mensa Caritas "Don Gualtiero" di Perugia per la somministrazione di pasti gratuiti. GMF ha anche contribuito alla Biblioteca Comunale di Gubbio con donazioni di libri e ha raccolto fondi per la Fondazione Veronesi per la prevenzione e la salute delle donne.

Donazione di prodotti invenduti



GMF

IL SUPPORTO ALLO SPORT E AL TERRITORIO TRAMITE LA EMI BASKET GUBBIO

GMF sponsorizza la squadra EMI BASKET Gubbio, presente in serie D, attraverso la quale è stato effettuato un progetto di promozione dello sport nelle scuole primarie. La EMI Basket Gubbio è una certezza nel panorama del basket umbro e sostenere questa realtà vuol dire non solo supportare lo sport e i giovani, ma anche il territorio in cui GMF è presente. Lealtà, osservanza delle regole, consapevolezza di sé delle proprie responsabilità e dei propri limiti, rispetto dell'altro, sono tutti valori che GMF condivide con la squadra EMI Basket, ogni giorno, nel lavoro quotidiano. I corretti stili di vita, l'alimentazione sana ed equilibrata, la pratica dell'attività fisica sono dei valori imprescindibili che l'azienda si impegna a sostenere e promuovere verso le giovani generazioni.



L'ABBONDANZA

SOSTEGNO ALLA RICERCA

In occasione del periodo natalizio, nel 2023, in tutti i punti vendita Gala de L'Abbondanza, per i clienti è stato possibile trovare i regali solidali per aiutare concretamente il Comitato per la vita "Daniele Chianelli" e le sue attività a sostegno della ricerca sulle leucemie e i tumori dei bambini. Le attività del Comitato sono di supporto ai malati dei reparti di Oncematologia pediatrica ed Ematologia dell'ospedale Santa Maria della Misericordia di Perugia.



PER LA RICERCA
CONTRO IL CANCRO INFANTILE

gala



L'ABBONDANZA

LA VALLE DI SIGNORELLI IN COMUNICAZIONE AUMENTATIVA E ALTERNATIVA

I ragazzi che hanno realizzato la guida in Comunicazione Aumentativa e Alternativa (C.A.A.) per il percorso "La Valle di Signorelli" sono stati presentati al Quirinale come "giovani ambasciatori della cultura e dell'arte senza barriere". Questa iniziativa, finanziata da L'Abbondanza, ha l'obiettivo di valorizzare l'arte sul territorio e promuoverne l'inclusività. La Valle di Signorelli è un percorso che attraversa chiese, musei e borghi dell'Alto Tevere umbro e che permette di visitare undici opere di Luca Signorelli, il celebre pittore rinascimentale, di cui nel 2023 ricorre il cinquecentenario della morte. Grazie al supporto di Gala, è stata realizzata una guida in C.A.A., un insieme di strategie e tecniche pensate per rendere la visita e la comprensione delle opere anche a chi ha difficoltà con il tradizionale linguaggio verbale o non verbale, alle persone con disabilità linguistico-cognitiva e relazionale, turisti stranieri o bambini piccoli che ancora non sanno leggere. Utilizzando immagini e simboli, la guida rende il percorso fruibile a tutti. Inoltre, la guida stessa è stata realizzata da ragazzi disabili, supportati da educatori della cooperativa La Rondine e da una logopedista. Questo progetto, per L'Abbondanza, ha un forte valore inclusivo e sociale, riconoscendone l'importanza di rendere l'arte accessibile a tutti e di valorizzare il patrimonio culturale del territorio.

Valorizzare l'arte sul territorio e promuoverne l'inclusività



IL PROGETTO "GUIDA IN CAA"
ARRIVA IN QUIRINALE

gala



Uscire dalla violenza, si può.

Dona alla cassa 2 EURO
Noi raddoppiamo il valore



A sostegno dell'associazione umbra Libera... mente donna ets, che accoglie, sostiene e se necessario ospita le donne vittime di violenza di genere e i loro figli, per supportarle nel loro percorso di uscita dalla violenza.

#civoleunfiore



L'ABBONDANZA CAMPAGNA DI SOLIDARIETÀ "CI VUOLE UN FIORE"

Nel mese di marzo 2023, L'Abbondanza, presso i punti vendita ad insegna Gala, ha lanciato la campagna di solidarietà e sensibilizzazione "Ci vuole un fiore", raccogliendo oltre 12.000 euro grazie alla generosità dei suoi clienti che hanno avuto la possibilità di donare due euro alle casse a favore dell'associazione Libera...mente Donna ETS e dei suoi centri antiviolenza. Questi centri offrono accoglienza, sostegno e, quando necessario, ospitalità alle donne vittime di violenza e ai loro figli, accompagnandoli in un percorso verso la libertà e l'autodeterminazione. Per sostenere le attività dei centri antiviolenza sul territorio umbro e diffondere storie di speranza e di liberazione dalla violenza, L'Abbondanza ha raccolto e pubblicato nei volantini alcune ricette da donne che hanno cambiato la propria vita grazie all'accoglienza e al sostegno dei Centri Antiviolenza dell'associazione. Attraverso queste ricette e le storie delle donne, Gala vuole ricordare a tutti che uscire dalla violenza è possibile. Grazie alla generosità dei clienti, sono stati raccolti 2.702 euro, a cui L'Abbondanza ha aggiunto ulteriori 10.000 euro, portando il totale a oltre 12.000 euro.



MAGAZZINI GABRIELLI DONAZIONE ALL'OSPEDALE SALESI DI ANCONA

A dicembre 2023, Magazzini Gabrielli ha formalizzato una significativa donazione a favore del SOD Clinica Ostetrica e Ginecologica dell'Ospedale Salesi di Ancona, mirata all'acquisto di una sofisticata strumentazione diagnostica e di intervento per il benessere al femminile.

La donazione ha arricchito il parco tecnologico del reparto, contribuendo a posizionarlo come leader regionale nella gestione di patologie complesse come l'endometriosi. Il kit di isteroscopia ambulatoriale consente di effettuare diagnosi e interventi ginecologici in regime ambulatoriale, evitando la necessità di sedazione in sala operatoria. Grazie a questa donazione, il reparto ha potuto migliorare significativamente la qualità delle cure offerte, semplificando e rendendo più accessibili le procedure diagnostiche e operative.

Migliorare la qualità delle cure





INSIEME CONTRO IL BULLISMO



MAGAZZINI GABRIELLI INSIEME CONTRO IL BULLISMO

A settembre 2023, con l'inizio dell'anno scolastico, Magazzini Gabrielli ha supportato un'iniziativa promossa dall'Arma dei Carabinieri contro il bullismo. L'azienda ha donato quaderni personalizzati a circa 5.000 studenti di Ascoli Piceno, con copertine illustrate da fumetti sul tema del bullismo, consultabili anche sul sito nazionale dei Carabinieri nella sezione "In vostro aiuto".

Inoltre, nei punti vendita di Magazzini Gabrielli sono stati proiettati brevi spot, installati pannelli pubblicitari e distribuiti volantini informativi, realizzati in collaborazione con l'Arma dei Carabinieri, per sensibilizzare la comunità su questo importante tema. Questa iniziativa sottolinea l'impegno di Magazzini Gabrielli nel promuovere un ambiente scolastico sicuro e nel combattere il bullismo attraverso l'educazione e la consapevolezza.

**Promuovere un ambiente
scolastico sicuro**



MAGAZZINI GABRIELLI PROGETTO INFANZIA

Anche nel 2023, Magazzini Gabrielli ha continuato a sostenere il Progetto Infanzia, iniziativa nata nel 2017 per rispondere alle esigenze delle famiglie con bambini nella fascia di età 0-3 anni. Il progetto, avviato con un'attenta analisi delle necessità della prima infanzia e delle opinioni delle famiglie e degli asili nido del Comune di Ascoli Piceno, ha portato alla donazione di pannolini e prodotti per l'igiene a tutti gli istituti comunali e a gran parte degli istituti paritari, sollevando i genitori dall'onere di doverli fornire.

Inoltre, sono stati distribuiti gratuitamente giocattoli per i bambini. Nel corso degli anni, il progetto si è esteso a nuovi comuni, tra cui San Benedetto del Tronto, Roseto e Giulianova, garantendo la fornitura di pannolini e prodotti igienizzanti per l'intero anno scolastico. Nel 2023, questa iniziativa ha raggiunto 570 bambini, confermando l'impegno di Magazzini Gabrielli nel supportare le famiglie e migliorare la qualità della vita dei più piccoli.

Donazione di pannolini e prodotti per l'igiene



**MEGAMARK****A SOSTEGNO DELL'ARTE E DELLA CULTURA CON IL PROGETTO ORIZZONTI SOLIDALI**

Nel 2023 si è svolta l'undicesima edizione del bando Orizzonti Solidali, un concorso riservato al terzo settore che finanzia progetti nell'ambito dell'assistenza sociale, sanità, ambiente e cultura. Sono stati finanziati 14 progetti con circa 270.000 euro, due progetti per l'abbandono scolastico con 30.000 euro e due progetti ambientali per i quartieri periferici di Taranto con 50.000 euro. Complessivamente, sono stati devoluti oltre 349.000 euro a 18 associazioni per realizzare iniziative in Puglia, rafforzando l'impegno di Megamark nel supportare la comunità locale. Tra le iniziative vi sono "Il gioco serio del teatro" e "ARTE.MIto.(e). Determinazione".

Il progetto "Il gioco serio del teatro" mira a creare una start-up per una Scuola di Teatro che forma detenuti e detenute insieme ai loro figli, con l'obiettivo di costituire una Compagnia stabile che produca spettacoli per Festival nazionali. Grazie alla collaborazione di un regista e attore di fama nazionale, l'arte teatrale diventa una possibilità formativa e lavorativa, offrendo ai partecipanti nuove prospettive di reinserimento sociale.

Parallelamente, il progetto "ARTE.MIto.(e). Determinazione" prevede un percorso di inclusione sociale per donne in condizioni di fragilità a Taranto, con un finanziamento di 22.750 euro. Attraverso corsi di formazione per 20 donne, uno sportello di sostegno psico-socio-legale e eventi di sensibilizzazione, il progetto mira a trasformare l'arte culinaria in un processo di emancipazione personale, promuovendo l'indipendenza economica e sociale delle partecipanti.

**Assistenza sociale, sanità,
ambiente e cultura**

**MEGAMARK****PER LA CULTURA**

Si è tenuta nel 2023 l'ottava edizione del concorso letterario Premio Fondazione Megamark - Incontri di Dialoghi aperto alle case editrici di tutta Italia e riservato agli autori esordienti alla loro prima pubblicazione nel campo della narrativa. Sono state oltre 80 le opere in concorso presentate da circa 50 case editrici nazionali.

Con un montepremi di 13.000 euro messo a disposizione dalla Fondazione Megamark, il concorso si conferma tra i più generosi a livello nazionale: 5.000 euro il premio per il vincitore e 2.000 quello per ognuno degli altri quattro finalisti. Il "Premio Fondazione Megamark - Incontri di Dialoghi" ha visto la partecipazione, nelle passate edizioni, di più di 400 titoli di scrittori esordienti provenienti da tutta Italia, affermandosi come uno dei premi letterari di riferimento del Sud Italia.

**Concorso letterario Premio
Fondazione Megamark**



MEGAMARK

PROGETTO "NON ABBANDONO SEMPLICEMENTE DECORO!"

Il progetto "Non abbandono semplicemente decoro!" è inserito all'interno del bando Orizzonti Solidali e nasce con l'obiettivo di offrire agli studenti un'opportunità professionale nel settore dell'arte e della manualità, con un finanziamento di 24.500 euro. Mira a scoprire potenzialità inesprese e a stimolare nuovi orizzonti professionali, fornendo agli studenti la consapevolezza che il completamento del percorso scolastico può offrire importanti prospettive di carriera in un settore in crescita.

Opportunità professionale nel settore dell'arte



IL GIGANTE

SOSTEGNO ALLA RICERCA MEDICA

Grazie al supporto del Gigante, LILT (Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori), è riuscita a garantire un totale di oltre 1.300 notti nelle Case del Cuore, uno spazio dove le famiglie in stato di fragilità italiane e non, con minori malati di tumore in cura presso il reparto di Pediatria Oncologica dell'Istituto Nazionale dei Tumori di Milano, hanno potuto appoggiarsi per il periodo necessario delle cure e terapie dei loro piccoli. Le Case del Cuore vogliono essere una risposta concreta al problema della mobilità sanitaria, per evitare che le persone in condizioni socioeconomiche disagiate debbano dormire per strada o in macchina, durante le cure oncologiche dei propri figli. Le Case del Cuore offrono non solo un alloggio gratuito e sicuro ma anche tutta l'assistenza umana e psicologica necessaria per affrontare i delicati momenti delle terapie. Il risultato è stato raggiunto attraverso il contributo dei clienti del catalogo Blucard 2023, grazie ai quali la LILT ha ottenuto 12.732 donazioni, per un totale di 95.490 euro.

GRAZIE
PER AVER DONATO I TUOI PUNTI
BLUCARD 2023 ALLA





**INSIEME AI NOSTRI CLIENTI
ABBIAMO DEVOLUTO
oltre 95.000 euro**

PER DONARE OPPORTUNITÀ E ASSISTENZA IN UNA CASA DEL CUORE
AD UN BAMBINO MALATO ONCOLOGICO E ALLA SUA FAMIGLIA.

www.ligigante.it



IL GIGANTE

UN GIGANTE NELLA SOLIDARIETÀ

A settembre 2023, in collaborazione con il Banco Alimentare, nei punti vendita de Il Gigante il cliente, tramite l'acquisto di una cassetta di uva bianca da 2 kg partecipava a donare, insieme a Il Gigante, un contributo economico destinato al Banco Alimentare della Lombardia, del Piemonte e dell'Emilia-Romagna. Tale contributo è utilizzato dal Banco Alimentare per recuperare e distribuire pasti per le persone maggiormente in difficoltà. Nel 2023, sono stati donati oltre 200.000 pasti, sostenendo tantissime famiglie bisognose. In 5 anni di iniziativa il Gigante, attraverso la preziosa collaborazione dei clienti e di Banco Alimentare, ha donato un milione di pasti.

Donati oltre 200.000 pasti

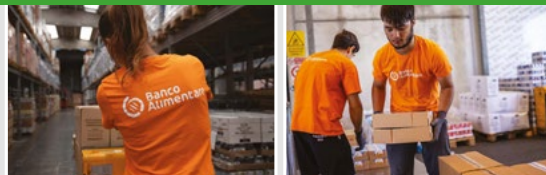
IL GIGANTE SI IMPEGNA COSTANTEMENTE DAL 2010 NEL SOCIALE CON IL BANCO ALIMENTARE

Il Gigante nel 2023 ha donato al Banco Alimentare 530 tonnellate di alimenti destinati a tante persone e famiglie in difficoltà, equivalenti ad

OLTRE 1 MILIONE DI PASTI*

LA RETE BANCO ALIMENTARE È LA PIÙ GRANDE REALTÀ IN ITALIA CHE RECUPERA LE ECCEDENZE ALIMENTARI PER DISTRIBUIRLE GRATUITAMENTE ALLE ORGANIZZAZIONI PARTNER TERRITORIALI CHE OFFRONO AIUTO ALIMENTARE.

* 1 pasto equivalente corrisponde a un mix di 500 g di alimenti in base ai LARN (Livelli di Assunzione di Riferimento di Nutrienti ed energia per la popolazione italiana).



LA BONTÀ DEL GIGANTE

Tutti i prodotti donati da IL GIGANTE vengono controllati e selezionati nel rispetto delle norme di conservazione, stoccaggio e sono redistribuiti dalla rete Banco Alimentare in totale sicurezza e nella piena tutela dei beneficiari finali.

il gigante
Ente Speciale del Tesoro

A SOSTEGNO DI
Banco Alimentare

Per maggiori informazioni visita il sito www.bancoalimentare.it



IL GIGANTE IL SUPPORTO PER GLI AMICI A QUATTRO ZAMPE

Il Gigante ha scelto di dare il proprio contributo a Balzoo, un'associazione Animalista No-Profit che gestisce la logistica di centinaia di tonnellate di generi alimentari per cani e gatti, ridistribuendoli sulla maggior parte del territorio nazionale a sostegno di realtà e persone che si trovano in difficoltà economica e che non vogliono lasciare o abbandonare i propri amici a quattro zampe. Il Gigante ha ospitato presso i propri supermercati Balzoo, durante le giornate di raccolta alimentare, ospitandone i volontari con l'intento di favorire la raccolta di generi alimentari destinati a sfamare migliaia di animali domestici. Con il supporto del Gigante, in occasione delle 4 giornate di raccolta svoltesi tra dicembre 2022 e settembre 2023, i clienti hanno donato complessivamente 74 tonnellate di prodotti alimentari.

Favorire la raccolta di generi alimentari destinati agli animali domestici



**I VOLONTARI DI BALZOO
RACCOLGONO GENERI ALIMENTARI
PER CANI E GATTI PER RIDISTRIBUIRLI
SUL TERRITORIO NAZIONALE A SOSTEGNO
DI FAMIGLIE IN DIFFICOLTÀ
E DEI LORO ANIMALI DOMESTICI.
LA RACCOLTA ALIMENTARE È ATTIVA
PRESSO I SUPERMERCATI ADERENTI**



ITALMARK IL SUPPORTO AL TERRITORIO LOCALE

Nel corso del 2023 Italmark ha destinato oltre 96.000 euro per attività di donazione e sponsorizzazione legati ad attività di carattere sociale e ambientale, come dimostrazione di un impegno sempre crescente rispetto a queste tematiche. In continuità con gli anni passati, anche nel 2023 le donazioni hanno riguardato enti e associazioni di diverso genere, tra cui oratori locali, comuni in cui l'azienda opera, feste di paese, ma anche attività e manifestazioni sportive.

96.000 euro per attività di donazione e sponsorizzazione



SUPEREMME PROGETTI A FAVORE DELL'EDUCAZIONE E DELL'ISTRUZIONE

Superemme si impegna ad offrire il proprio contributo in diversi progetti per la valorizzazione del tessuto sociale, sostenendo l'educazione e l'istruzione. Quella di Superemme è proprio una missione aziendale: promuovere uno stile di vita più sano e divulgare la conoscenza dell'educazione alimentare. A tal proposito, nel 2023 Superemme ospitato il progetto "Tour delle scuole", allestendo una serie di percorsi all'interno dei reparti dove gli alimenti stessi vengono lavorati e coinvolgendo nelle attività i bambini delle scuole di inglese di Carbonia e di Cagliari. Al termine del tour guidato nei due punti vendita, Superemme ha avuto il piacere di donare ad ogni bambino una merenda ed un gadget in ricordo dell'esperienza vissuta. Inoltre, nel 2023 Superemme ha promosso il progetto "Master your Talent (MYT)", un'attività formativa che vuole creare un ponte di collegamento con gli studenti diplomandi delle scuole alberghiere della Sardegna. MYT è uno spazio dove i diplomandi hanno la possibilità di ricevere supporto e affiancamento verso il mondo del lavoro da esperti del settore.

**Promuovere uno stile di vita
più sano**



SUPEREMME LA PROMOZIONE DEL BENESSERE ATTRAVERSO LO SPORT

Nel corso del 2023 Superemme ha riservato una grande attenzione al sostegno delle associazioni sportive, consapevoli che la diffusione di comportamenti attivi sia da considerare uno strumento di gestione della salute pubblica, con l'obiettivo di migliorare lo stato di benessere delle persone, a cui associare una cultura di promozione per una alimentazione sana e di qualità. Per il secondo anno consecutivo, Superemme ha sponsorizzato la gara podistica su strada "Pan Cagliari Respira", con oltre 6.000 iscritti di ogni età. I punti vendita di Superemme hanno avuto un ruolo attivo in tutto il processo, compresa la fase di iscrizione alla gara, con la quale è stato possibile contribuire all'acquisto di un'autoemoteca (mezzo di trasporto per la raccolta mobile del sangue) per la Croce Rossa di Cagliari. Inoltre, Superemme nel 2023 è stata sponsor per "Power of Sport", la manifestazione immersiva di sport paraolimpici per promuovere l'inclusività sportiva in Sardegna.

**Migliorare lo stato di
benessere delle persone**



SUPEREMME LA COLLABORAZIONE DI VALORE CON ABOS

Superememme, in occasione della Giornata Mondiale contro i tumori infantili, ha organizzato una raccolta fondi a sostegno di ABOS, l'Associazione Bambini Ospedalizzati della regione Sardegna, coinvolgendo i clienti dei 33 punti vendita presenti nella regione, per regalare ai bambini affetti da gravi patologie un viaggio a Gardaland per l'estate 2023. La raccolta è stata attiva per un mese attraverso una raccolta fondi libera, che ha raggiunto un risultato di enorme valore: oltre 14,5 mila euro sono stati raccolti grazie al contributo diretto dei clienti, a cui Superememme ha aggiunto una donazione di altri 5.000 euro.

Giornata Mondiale contro i tumori infantili



pan
SARDI COME VOI

**DONIAMO UN MONDO DI
DIVERTIMENTO**

**Gardaland
RESORT**

I clienti degli Iperpan e Superpan hanno superato ogni aspettativa nella raccolta di donazioni!

**Sono stati raccolti
€ 14.531
cui si sommano i
€ 5.000
donati direttamente da Pan**

La raccolta è a sostegno di **ABOS - Associazione Bambini Ospedalizzati Sardegna**. Regaliamo ai bambini un viaggio a **Gardaland** per l'estate 2023.

GRAZIE!

www.supermercatipan.it  

famila **EMISFERO**
supermercati & superstore IPERMERCATI

**UN GRANDE
GRAZIE!**

Insieme doniamo
70.000€

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



Uniti siamo più forti!



A SOSTEGNO DI

**Fondazione
VERONESI** 



GRUPPO UNICOMM SOSTEGNO AL TELEFONO ROSA E AL PROGETTO "PINK IS GOOD"

Il Gruppo Unicomm (Arca, GMF e Unicomm Srl) ha dato un contributo significativo al benessere delle donne attraverso alcune importanti iniziative. In occasione della Festa della Donna e grazie al contributo dei propri clienti, ha raccolto 60.000 euro, che sono stati donati al Telefono Rosa, permettendo l'offerta di un percorso psicologico gratuito denominato "Insieme per rinascere" per le donne vittime di violenza e i loro familiari. Questo programma, composto da 10 incontri, offre supporto sia in presenza che da remoto, contattando un numero dedicato.

Inoltre, il 31 maggio, il Gruppo Unicomm ha partecipato alla cerimonia di premiazione dei 160 medici e ricercatori della Fondazione Umberto Veronesi. La generosità dei clienti degli ipermercati Emisfero, supermercati Famila ed Emi, che alle casse hanno potuto donare una somma volontaria, ha permesso di raccogliere una quota complessiva di 70.000 euro che sono stati devoluti per il progetto "Pink is Good", per il supportare la ricerca dei tumori femminili e la sensibilizzazione alla prevenzione.

**60.000 euro
donati al Telefono Rosa**



GRUPPO UNICOMM CORSO DI GENTILEZZA

Il Gruppo Unicomm (Arca, GMF e Unicomm Srl) ha appoggiato, per il secondo anno consecutivo, l'iniziativa che vede la diffusione del libro "Corso di gentilezza. Buone norme di comportamento" tra i bambini delle scuole primarie in provincia di Vicenza. Tale progetto favorisce il benessere e la crescita dei più piccoli attraverso l'istruzione e il rispetto degli altri. La gentilezza viene intesa come strumento principe per il vivere comune, fin dalla tenera età. Il libro, che ha riscosso particolare interesse anche al di fuori della regione, è arricchito da illustrazioni colorate e offre un approccio pratico per insegnare la gentilezza ai bambini, fornendo linee guida per comportamenti appropriati in varie situazioni di vita comune.

Benessere e crescita dei più piccoli



GRUPPO UNICOMM CON WELFCARE A SUPPORTO DELLE DONNE

In collaborazione con Welfcare, l'azienda Unicomm ha promosso nel 2023 la prevenzione del tumore al seno, allestendo ambulatori mobili dotati di tecnologie all'avanguardia. Questi ambulatori offrono esami gratuiti di diagnostica senologica, tra cui ecografie e mammografie, ai residenti delle località in cui sono situati i punti vendita dell'azienda. I referti vengono trasmessi alle unità sanitarie locali per garantire un supporto medico tempestivo ai pazienti.

Prevenzione del tumore al seno



GRUPPO UNICOMM IL PERCORSO TEATRALE CON IL COMUNE DI VICENZA

Con "Opera Domani" il Gruppo Unicomm (Arca, GMF e Unicomm Srl) si unisce al teatro comunale di Vicenza per offrire alle scuole della città e provincia un progetto artistico-didattico che si articola in una serie di appuntamenti dedicati ad insegnanti e alunni, per stimolare l'interesse e la curiosità dei bambini e dei ragazzi nei confronti del teatro e dell'opera lirica.

Il cuore pulsante di tale spettacolo è la partecipazione attiva del pubblico alla rappresentazione: bambini e ragazzi infatti intervengono durante lo spettacolo, cantando dalla platea alcune pagine dell'opera ed eseguendo alcuni semplici movimenti, appositamente scelti e appresi nei mesi precedenti la rappresentazione. L'iniziativa coinvolge in modo attivo anche gli insegnanti, sensibilizzandoli all'importanza di un'educazione al teatro musicale e fornendo loro adeguati strumenti per operare in classe.

Tale iniziativa ha coinvolto 20 scuole e 80 classi nella provincia di Vicenza con circa 1.600 studenti e 163 docenti.

Stimolare l'interesse e la curiosità dei bambini e dei ragazzi nei confronti del teatro





45 MILA KWH
DI ENERGIA ELETTRICA
PRODOTTA DA FOTOVOLTAICO

14 MILA TONNELLATE
DI CO₂ EVITATE
GRAZIE AL FOTOVOLTAICO

233%
INCREMENTO DELLE EMISSIONI
EVITATE DA FOTOVOLTAICO
NEL 2023 RISPETTO AL 2022

07



L' AMBIENTE

Gli impatti ambientali generati dal Gruppo	129
Iniziative e progetti	132

In questa sezione il Gruppo Selex si impegna a contribuire al raggiungimento dei Sustainable Development Goals





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.





GLI IMPATTI AMBIENTALI GENERATI DAL GRUPPO

Una consapevolezza che cresce

Nel 2023, la Centrale Selex e le 18 Imprese Socie del Gruppo continuano a riconoscere e affrontare gli impatti ambientali derivanti dalle loro attività come imprese della Grande Distribuzione. Consapevoli della loro responsabilità, si impegnano costantemente in progetti e iniziative che non solo affrontano temi sociali, ma che promuovono anche la sostenibilità ambientale.

L'impegno di Selex si manifesta attraverso la **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.

La Centrale Selex incoraggia le Imprese Socie a mantenere e migliorare un **monitoraggio continuo e preciso degli impatti ambientali**, inclusi la produzione di rifiuti, i consumi energetici e le emissioni conseguenti. Nell'ambito del Bilancio di Sostenibilità del 2023, i consumi di acqua, monitorati precedentemente, sono stati esclusi. Questa decisione è stata presa per garantire un maggiore allineamento con i risultati delle analisi di materialità

condotte dalle singole Imprese Socie, conformemente alla nuova direttiva CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), che prevede di rendicontare nel Bilancio solo le tematiche di sostenibilità più rilevanti per il proprio settore/attività di business.

Grazie a questo percorso virtuoso di crescita e monitoraggio, le Imprese Socie hanno dimostrato, da diversi anni, una crescente sensibilità verso le tematiche di sostenibilità. Questo impegno ha portato a un notevole **miglioramento nell'accuratezza dei dati ambientali** raccolti nel tempo.

Nel 2022, la Centrale Selex ha avviato un'importante iniziativa di rifacimento di alcuni bagni, sostituendo l'impianto tradizionale con **luci e rubinetti a sensore**. Questo progetto, che riguarda i quattro piani della Centrale, è stato completato nel 2023.

Inoltre, nel parcheggio della sede a Trezzano sul Naviglio, sono state installate due torrette per la ricarica delle auto elettriche. Queste torrette sono destinate alle due auto elettriche acquisite dalla Centrale Selex nel 2022, disponibili per i dirigenti. Su un totale di 15 veicoli del parco auto al 31 dicembre 2023, due sono ora elettrici.

I consumi energetici del Gruppo

CONSUMI ENERGETICI Centrale Selex	u.m.	2023	2022	2021
Gas metano	m ³	16.691	20.200	20.171
Elettrico	kWh	198.000	197.510	160.000
di cui acquistato con Garanzia di Origine	kWh	198.000	197.510	160.000

CONSUMI ENERGETICI Imprese Socie ¹	u.m.	2023	2022	2021
Gas metano	m ³	12.501.000	23.700.000	17.770.000
Elettrico	kWh	1.100.000	1.100.000	827.554.000

¹ I consumi energetici dell'anno 2023 sono stati calcolati stimando il dato dei soci SUN rispetto alle 13 Imprese Socie che fornivano il dato tramite mandato alla Centrale Selex nel 2022 e 2021.



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 2023, invece, il consumo di energia verde certificata ha permesso di **evitare 85,37 tonnellate di CO₂**, in forte aumento rispetto all'anno base (2020).

In generale, i dati del 2023 e 2022, relativamente alla tabella delle Imprese Socie, non sono direttamente paragonabili a quelli dell'anno 2021. A partire dal 2022, infatti, alla quota di consumi di gas metano e di energia elettrica, sono state sommate le stime dei consumi dei soci SUN, entrati nel Gruppo Selex nel 2021.

Con riferimento alla Centrale Selex, invece, i dati mostrano un sostanziale equilibrio tra il 2023 e il 2022 nei consumi di energia elettrica, mentre è stata registrata una **riduzione dei consumi di gas metano pari al 17,37%**.

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 **44.944.382 kWh di energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili** nel 2023 ed **evitare l'emissione in atmosfera di 19.377,32 tonnellate di CO₂**, registrando un aumento molto significativo del 233,11% rispetto ai valori del 2022.

**100% incidenza
percentuale dei consumi
di energia green certificata
della Centrale Selex**

Le emissioni di CO₂ delle Imprese Socie

EMISSIONI CO ₂ ²	u.m.	2023	2022	2021
Emissioni da consumi di Gas Metano	tCO ₂	25.481,91	47.773	35.919
Emissioni da consumi di Elettrico	tCO ₂	474.254,00	346.500	260.680
Emissioni evitate grazie al fotovoltaico	tCO ₂	550.627,00	502.227	4.830

Sulla base dei consumi di gas metano ed energia elettrica vengono calcolate le emissioni di CO₂, pari in totale a 499.735,91 tonnellate.

² Le emissioni calcolate nella seguente tabella sono strettamente correlate ai consumi energetici dell'anno 2023, calcolati a loro volta stimando il dato dei soci SUN rispetto alle 13 Imprese Socie che fornivano il dato tramite mandato alla Centrale Selex nel 2022 e 2021.



La gestione dei rifiuti delle Imprese Socie

RIFIUTI IMPRESE SOCIE ³	u.m.	2023	2022	2021
Rifiuti carta	kg	45.614.089	79.394.501	43.301.139
Rifiuti plastica	kg	14.559.156	6.161.340	3.112.390

Nel 2023 si è registrato una netta diminuzione dei rifiuti di carta prodotti da parte delle Imprese Socie. Si è registrato un aumento invece dei consumi della plastica, incremento dovuto sia ad un miglioramento della raccolta differenziata

(che ha permesso di mandare correttamente a riciclo le categorie di rifiuto), sia ad un miglioramento del sistema di monitoraggio della raccolta differenziata stessa da parte delle imprese.



³ I rifiuti di carta e plastica sono stati calcolati sommando i dati dalle Imprese Socie che hanno fornito i propri dati al 31.12 dell'ultimo triennio. Nel 2023 il totale delle Imprese considerate è stato pari a 14 su 18, in continuità con il 2022, mentre nel 2021 le Imprese erano 12.



INIZIATIVE E PROGETTI

Imprese Socie



ALÌ

LA CERTIFICAZIONE AMBIENTALE ISO 14001

Negli ultimi anni, Alì ha implementato una serie di iniziative volte alla tutela dell'ambiente, dimostrando un impegno costante e crescente verso la sostenibilità. Nel corso del 2023, sono continuati 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, rinnovata nel 2022 e nel 2023. 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.

Verso la 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 31.12.2023 sono oltre 53.000 gli alberi complessivi donati insieme ai clienti e 8 i boschi urbani messi a dimora.

"Dona un albero all'ambiente"



Mettere a dimora alberi nel nostro territorio è un modo concreto per contribuire alla sostenibilità ambientale. Gli alberi svolgono una serie di importanti funzioni ecologiche, tra cui la riduzione dell'anidride carbonica nell'atmosfera, l'assorbimento di sostanze inquinanti e la riduzione dell'erosione di suolo.

dal buono
nasce il bene.



Come Alì abbiamo deciso di creare un sistema di gestione ambientale, questo sistema permette di controllare e monitorare i nostri impatti ambientali, relativamente ai nostri 2 magazzini e alla logistica verso i punti vendita. Abbiamo deciso di certificare ISO 14001 in modo da avere conferma e sicurezza che quanto implementato fosse corretto.





CADORO LE INIZIATIVE DI SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Cadoro ha intrapreso diverse iniziative ambientali volte a migliorare la sostenibilità delle proprie operazioni e a sensibilizzare collaboratori e clienti sull'importanza del risparmio energetico. Tra le principali azioni, Cadoro ha realizzato impianti per la produzione di energia rinnovabile e ha ottimizzato il ciclo di ordine, vendite e inventari per aumentarne l'efficienza. Sono state condotte attività informative rivolte sia ai collaboratori che ai clienti per promuovere comportamenti energeticamente sostenibili.

L'azienda ha inoltre avviato un programma di manutenzione e sostituzione degli impianti tecnologici con soluzioni a maggiore efficienza energetica. In negozi e magazzini, sono stati effettuati interventi tecnici e formativi per migliorare l'uso dell'acqua e ridurre il consumo. Per ridurre le emissioni di gas serra, Cadoro ha sostituito e reso più efficienti i propri impianti. Inoltre, l'azienda promuove l'acquisto di materiali di consumo riciclabili, riutilizzabili e a basso impatto ambientale, contribuendo così a una gestione più sostenibile delle risorse.

Impianti per la produzione di energia rinnovabile



CDS LE INIZIATIVE DI EFFICIENTAMENTO ENERGETICO

Nel 2023 la CDS ha impiegato grande sforzo in un programma di efficientamento, che ha visto due importanti cambiamenti quali le attività re-lamping, attraverso il quale si stanno sostituendo tutte le vecchie lampade con moderne soluzioni LED e l'introduzione di sistemi di telegestione degli impianti di illuminazione, refrigerazione e condizionamento presenti nei punti vendita. Le attività di re-lamping consentono di ridurre il consumo di energia, garantendo anche una maggiore durata nel tempo e una migliore qualità dell'illuminazione. I sistemi di telegestione invece consentono di monitorare a distanza e ottimizzare in tempo reale l'uso dell'energia dei punti vendita.

Attraverso un pannello di controllo accessibile tramite computer, offre una visione in tempo reale dello stato degli impianti, consentendo agli operatori di intervenire a distanza in caso di anomalie, riducendo i tempi di inattività e migliorando la reattività in situazioni di emergenza.

Riduzione del consumo energetico





CDS

DIGITALIZZAZIONE PER RIDURRE L'USO DI CARTA

Con l'iniziativa "Più foglie meno fogli", adottata dai supermercati ad insegna Famila Sicilia, CDS, nell'ottica di dare un maggiore contributo alla riduzione degli impatti di carattere ambientale generati dall'azienda, ha previsto sia la riduzione del numero delle pagine del suo volantino promozionale, sia l'uso della versione digitale dello stesso. Al fine di coinvolgere il cliente, inoltre, sono stati allocati all'ingresso di tutti i punti vendita dei QR code per agevolare la scansione della versione digitale. L'attività di dematerializzazione è continuata anche con la sostituzione delle etichette cartacee con quelle elettroniche.

"Più foglie meno fogli"



CDS

LA CIRCOLARITÀ DEI MATERIALI

Per contribuire sempre più ad un uso circolare delle risorse, CDS si impegna per il riutilizzo del materiale impiegato nello svolgimento delle operazioni aziendali. In particolare, è previsto il riutilizzo tra le diverse società del gruppo dei supporti tecnologici e delle attrezzature dismesse ma ancora funzionanti. In particolare, le risorse aziendali, quando non più richieste da una specifica attività, sono convogliate presso i depositi del Gruppo dove sono conservate e messe a disposizione per altre unità aziendali qualora vi sia la necessità di utilizzarle.

Nel 2023, è proseguita l'adozione del sistema di pooling dei pallet di legno (anche detto pallet pooling) utilizzati per la movimentazione delle merci nella fase di trasporto. Il sistema di pooling è un sistema logistico e gestionale che consente di condividere e riutilizzare risorse tra più utenti da un operatore di pooling che le fornisce in base alle loro necessità, monitorandone il flusso. Precisamente, nel sistema di pooling dei pallet di legno, questi ultimi sono restituiti al mittente eliminando la necessità di acquistare pallet nuovi e riducendo contestualmente il consumo di legname e la produzione di rifiuti. Grazie a questa iniziativa, nel 2023 sono state evitate 61 tonnellate di CO₂ equivalente grazie all'utilizzo di sistemi di pallet pooling.

Un sistema di pooling viene utilizzato anche per le cassette per la movimentazione dei prodotti ortofrutticoli. Analogamente a quanto accade per i pallet, le cassette sono rese disponibili dagli operatori di pooling, i quali ne rientrano in possesso una volta terminato il servizio. Per garantire la loro durabilità nel tempo, le cassette sono realizzate in plastica durevole per evitare che si rovinino a causa del peso e delle movimentazioni.

Riutilizzo dei materiali



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

Ce.Di.Marche ha intrapreso un percorso di sostenibilità ambientale che, iniziato nel 2013, ha portato a significativi traguardi. Tra le principali iniziative, l'installazione di impianti fotovoltaici sui magazzini del gruppo ha permesso di produrre circa 3.400.000 kWh di energia pulita entro il 31 dicembre 2023, riducendo le emissioni di CO₂ di circa 1.348.000 kg.

Nel 2023, presso il Superstore di Osimo, il compattatore di bottiglie PET ha visto l'introduzione di 101.971 bottiglie/flaconi, consentendo la donazione di 1.019,71 euro in sconti ai clienti. Dal 2019, sono stati recuperati un totale di 872.656 contenitori in plastica e sono stati donati 13.833,47 euro.

Ce.Di.Marche continua a ridurre l'impatto ecologico legato alla stampa dei volantini pubblicitari. Dal 2011, i volantini sono stampati su carta certificata FSC® con il procedimento di stampa COLDSET, che riduce il rilascio del 97% di composti organici volatili (VOC) e le immissioni di sostanze nocive.

Al 31 dicembre 2023, questa iniziativa ha salvato 11.760 alberi dall'abbattimento, riducendo le emissioni di CO₂ di 498.960 kg. Inoltre, dal 2021, Ce.Di.Marche ha ridotto la quantità di volantini stampati di 210.000 copie, risparmiando circa 8,5 tonnellate di carta e salvando ulteriori 446 alberi.

Percorso di sostenibilità ambientale



CE.DI.MARCHE ATTENZIONE AL MATERIALE DI IMBALLAGGIO

Nel corso del 2022 GMF ha effettuato in 2 punti vendita l'intervento di sostituzione delle plafoniere dotate di tubi fluorescenti con altre con tecnologia Led. Inoltre, in due punti vendita, in occasione delle opere di ristrutturazione, sono stati sostituiti i vecchi banchi frigo e relativi impianti, con dei nuovi più efficienti.

Usa e getta

**DIMAR****IL PROGETTO RECUPERIAMO IL PANE**

Dimar crede fermamente che ogni risorsa abbia un valore intrinseco e debba essere utilizzato al meglio delle sue possibilità. Per questo, è impegnata per favorire attività di recupero e riciclaggio delle risorse che residuano dalle operazioni aziendali.

Per quanto concerne le risorse alimentari, nel 2023 è proseguito il progetto "Recupero Pane" all'interno del reparto panetteria che prevede la destinazione del pane invenduto a fine giornata ad un'impresa che produce mangimi per la zootecnica, secondo un'ottica di simbiosi industriale. La simbiosi industriale è un approccio innovativo alla gestione delle risorse che promuove la collaborazione tra diverse aziende in cui i sottoprodotti, i materiali di scarto o altre risorse di una azienda vengono utilizzati come input per altre aziende, promuovendo un'economia più circolare con meno rifiuti ed emissioni. Grazie alla collaborazione con Dalma Mangimi, nel 2023 Dimar ha recuperato 234.110 kg di pane invenduto, trasformato in mangimi per l'alimentazione degli animali.

Progetto "Recupero Pane"**Più ricicli,
più risparmi.****DIMAR****IL PROGETTO CORIPET**

Il progetto Coripet ha come obiettivo l'educazione e la sensibilizzazione del consumatore finale al riciclo delle bottiglie PET. Richiedendo la tessera gratuita presso il box informazioni dei punti vendita Mercatò è possibile portare le bottiglie vuote all'interno dei cassoni ad hoc, che si convertiranno automaticamente in buoni sconto. Ogni bottiglia vuota, infatti, di qualsiasi formato, vale 1 punto e con l'ottenimento di 250 punti si ottiene un buono sconto di 3 euro.

Riciclo delle bottiglie PET.



IL GIGANTE I FORNI A PELLETT PER LA RIDUZIONE DEI CONSUMI

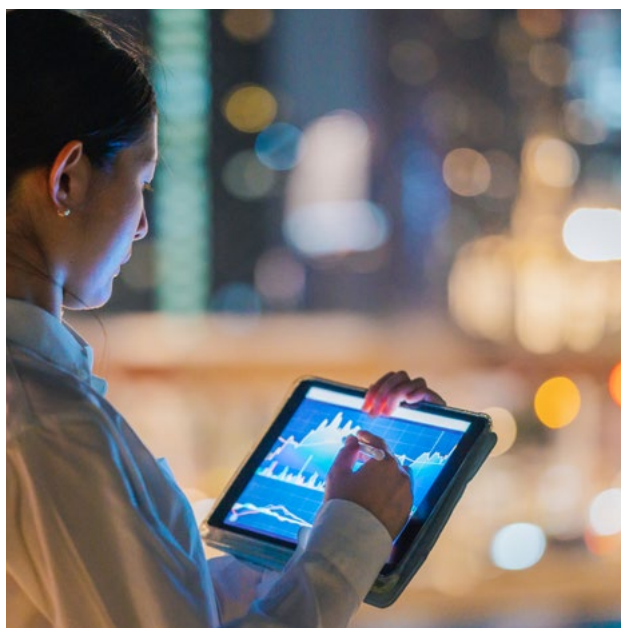
I prodotti da forno, cucinati nei punti di vendita della rete Il Gigante, sono cotti ecologicamente nei forni alimentati con il pellet. Il pellet è un legno combustibile che genera un calore naturale in quanto privo di qualsiasi collante o additivo chimico. Il pellet viene classificato a "zero emissioni": bruciando, rilascia in atmosfera la stessa quantità di anidride carbonica che il legno ha assorbito durante la sua vita con impatto pari a zero sull'ambiente. Il pellet è composto da segatura di legno che viene essiccata e pressata in piccoli cilindri. Il pellet è così più facile da trasportare e maneggiare e richiede inoltre minori spazi per lo stoccaggio. I fornitori di pellet sono inoltre tutti certificati e impegnati nella piantumazione degli alberi per la produzione. Il progetto è attivo in tutti i punti vendita della rete e, solo nel 2023 l'utilizzo di forni a pellet ha permesso di risparmiare fino al 60% sui costi di energia elettrica e il 90% di KW ora rispetto all'utilizzo di qualsiasi altro combustibile.

il Forno a pellet

Tutti i nostri prodotti da forno sono COTTI ECOLOGICAMENTE nei forni a pellet, per una cottura rispettosa dell'ambiente. Fonte energetica rinnovabile, il pellet viene classificato a "ZERO EMISSIONI".

IL PELLETT = FONTE ENERGETICA ECOSOSTENIBILE.

Offrirvi una cottura ecologica è garantire la BONTÀ DEI NOSTRI PRODOTTI.



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 e 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.

**Sistema BEMS
(Building energy management system)**



IL GIGANTE L'IMPEGNO PER LA RIDUZIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI

Nel corso del 2023 la rete dei punti vendita Il Gigante continua a portare avanti diverse iniziative per la riduzione degli impatti ambientali. Oltre all'installazione negli anni di banchi frigo chiusi per evitare la dispersione del freddo; le luci continuano ad essere sostituite con tecnologie a LED. È stata portata avanti anche un'importante attività di sostituzione dei gas refrigeranti più impattanti con quelli con un basso GWP, per incrementare il livello di efficienza energetica e, contemporaneamente, per ridurre la produzione di gas serra a fronte di eventuali perdite degli impianti.

Nel 2023 si inizia la valutazione di impianti fotovoltaici per realizzazione l'anno successivo in 4 punti di vendita e nel deposito centralizzato. Inoltre, nel settembre 2022 è stata siglata la collaborazione con alcuni fornitori di servizi della logistica che hanno incluso nel loro parco mezzi 4 camion a gas naturale. Questi 4 camion servono i 4 punti vendita volutamente scelti perché più lontani dal magazzino, per efficientare la logistica e ridurre le emissioni legate ai trasporti di lunga tratta.

Iniziative per la riduzione degli impatti ambientali



ITALMARK NUOVI ALBERI PER IL FUTURO

Il 29 ottobre 2018 la tempesta Vaia ha abbattuto 42 milioni di alberi nel nord-est italiano, causando un notevole aumento del rischio connesso al dissesto idrogeologico in numerose aree. Nel 2022 Italmark ha promosso un'iniziativa in partnership con VAIA, una startup nata dopo l'omonima tempesta con l'obiettivo utilizzare il legno degli alberi abbattuti dal vento, lavorando con gli artigiani locali e ripiantando le aree interessate. L'obiettivo di Italmark è quello di collaborare insieme a VAIA per portare avanti il progetto di valorizzazione del territorio di Marigole all'interno della gestione forestale di Darzo, con il fine di piantumare 1.000 alberi entro maggio 2024. Per partecipare all'iniziativa insieme è possibile acquistare un bicchierino in cassa a 1,90 euro, destinando una quota per far nascere un nuovo bosco.

Collaborare per valorizzare il territorio





ITALMARK UN PROFUMO CHE FA BENE ALLA BIODIVERSITÀ

Nelle Prealpi Gardesane si erge per 2.218 metri il Monte Baldo, soprannominato Giardino d'Europa per la sua eccezionale biodiversità floristica. Sulle pendici di questo monte cresce infatti oltre il 40% di tutta la flora alpina italiana, fra cui alcune specie di fiori endemiche. Una condizione unica che lo rende meta e oggetto di studio per i botanici di tutta Europa.

Uno scrigno di biodiversità che a causa del cambiamento climatico si trova ogni giorno di più in pericolo. Italmark, da sempre vicino al suo territorio, si impegna così a difenderlo tramite un progetto di sostenibilità innovativa che porta il green activism nelle case dei consumatori. È da qui che nasce il progetto Extinction, concretizzato nel primo profumo d'ambiente a rischio estinzione. L'edizione limitata di Extinction è stata commercializzata da Italmark nei suoi supermercati con un duplice obiettivo: sensibilizzare il pubblico sull'importanza di salvaguardare gli ecosistemi fragili e tramite la vendita dei profumi raccogliere fondi per proteggere il Monte Baldo. Parte del ricavato è stato infatti devoluto alla cooperativa sociale Il Ponte, gestore dell'Orto Botanico del Monte Baldo e del Rifugio Novezzina, dove si protegge la biodiversità del monte con diverse azioni.

**Un progetto di sostenibilità
innovativa**



ITALMARK L'ATTENZIONE AI MATERIALI

Nel 2023, il 100% degli imballaggi a marchio privato della rete Italmark è 100% riciclabile. Inoltre, Italmark ha fatto delle scelte per cercare di ridurre il peso del packaging, cercando di sgrammare la percentuale del peso del proprio packaging.

Per mostrare il proprio impegno verso queste tematiche, anche alcune linee di prodotto del reparto carne (suino e pollo) che vengono confezionate direttamente dai fornitori sono state imballate in confezioni 100% riciclabili.

Confezioni 100% riciclabili



**Stay green e
buona spesa!**

italmark



L'ABBONDANZA CASSETTE RIUTILIZZABILI CPR SYSTEM

Riduzione, Riuso, Recupero e Riciclo sono i pilastri della filosofia di CPR System, l'azienda con cui Gala collabora per la fornitura di cassette e pallet per ortofrutta, carni e pesce, al fine di offrire un servizio sempre più sostenibile. Le cassette riutilizzabili CPR System, progettate dal Politecnico di Milano, seguono una logica di sostenibilità durante tutto il loro ciclo di vita.

Le sponde abbattibili delle cassette consentono di ridurre l'ingombro durante il trasporto quando sono vuote, diminuendo così i costi ambientali. Le cassette vengono ritirate dai produttori e utilizzate per la loro merce, arrivando direttamente nei punti vendita dove il loro design garantisce un'areazione ottimale per mantenere freschi i prodotti. Dopo l'uso, invece di essere gettate, le cassette vengono lavate con sistemi che risparmiano acqua ed energia, per essere poi riutilizzate. Quelle danneggiate vengono riparate o, se necessario, riciclate per produrre nuove cassette.

Grazie a uno studio del Dipartimento di Ingegneria Industriale dell'Università di Bologna, Gala ha potuto valutare i vantaggi ambientali derivanti dall'uso delle cassette CPR System. Nel 2023, l'utilizzo delle cassette CPR System ha permesso a Gala di risparmiare 1.884 tonnellate di CO₂ rispetto all'uso di cassette in plastica a perdere e 682 tonnellate di CO₂ rispetto all'uso di cassette in cartone a perdere.

Riduzione, Riuso, Recupero e Riciclo



L'ABBONDANZA CERTIFICATO DI SOSTENIBILITÀ GRAZIE ALL'UTILIZZO DEL SISTEMA DI POOLING DI CHEP ITALIA

Il sistema di pooling rappresenta un modello innovativo di gestione dei pallet, in cui le risorse vengono condivise tra diverse aziende per ottimizzare l'uso e ridurre gli sprechi. CHEP, leader in soluzioni per la supply chain, è pioniere di questo approccio sostenibile. Utilizzando pallet e contenitori riutilizzabili, CHEP riduce la necessità di produrre nuovi pallet, diminuendo così l'impatto ambientale.

Nel 2023, L'Abbondanza ha ottenuto risultati significativi grazie all'uso del sistema di pooling di CHEP Italia, promuovendo un modello di logistica ecologicamente responsabile. Secondo il Certificato di Sostenibilità rilasciato da CHEP, L'Abbondanza ha risparmiato 47.271 dm³ di legno, equivalenti a 46 alberi, e ha ridotto le emissioni di CO₂ di 44.551 kg, pari a 40.686 km percorsi da camion. Inoltre, l'iniziativa ha consentito una riduzione dei rifiuti pari a 5.514 kg, equivalenti ai rifiuti prodotti da 4.237 persone in un giorno.

Questi risultati sono stati ottenuti attraverso l'uso di pallet certificati sostenibili al 100% dal Forest Stewardship Council® (FSC®) e dal Programme for the Endorsement of Forest Certification (PEFC). Le analisi del ciclo di vita (LCA) dei pallet CHEP, conformi alla normativa ISO 14044, hanno evidenziato i benefici ambientali di questo approccio rispetto ai pallet in interscambio tradizionali.

Logistica ecologicamente responsabile



MAGAZZINI GABRIELLI LA DIFFUSIONE DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ A MINOR IMPATTO

La Magazzini Gabrielli è da sempre attenta al tema della sostenibilità economica, sociale e ambientale. Anche per la divulgazione dello stesso Bilancio sociale 2022, realizzato e pubblicato nell'anno 2023, si è scelta una modalità green: sono state distribuite a tutti i collaboratori delle penne prodotte con materiali vegetali rinnovabili e non fossili, riportanti il QRcode che - una volta inquadrato - reindirizza al documento della rendicontazione del Bilancio di sostenibilità. Al fine di evitare l'utilizzo del cartaceo, anche sul packaging di tale gadget (proveniente da scarti di lavorazione alimentare) è stata riportata una Call to Action utile per invitare il collaboratore a scaricare il documento. Le penne sono state distribuite a tutti i collaboratori degli uffici di sede, dei punti di vendita e dei depositi della logistica.

**Sostenibilità economica,
sociale e ambientale**



MAGAZZINI GABRIELLI IL MONITORAGGIO DEI CONSUMI COME PUNTO DI PARTENZA

Per essere davvero sostenibile, un'azienda deve interpretare in modo innovativo i segnali esterni e rispondere efficacemente, creando valore attraverso la loro combinazione. Nel 2023, il Gruppo Gabrielli ha continuato a investire in iniziative mirate alla sostenibilità, ampliando i sistemi di monitoraggio energetico nei punti vendita. Sono state installate centraline di monitoraggio e storicizzazione dei consumi elettrici, concentrandosi sui principali centri di costo dei punti vendita, attraverso attività di programmazione oraria e dimmerazione in diversi punti vendita per regolabilità e controllo dell'illuminazione.

Un'azienda sostenibile





MEGAMARK PER LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Nel corso del 2023 è stato attivato un servizio di raccolta oli esausti per i clienti in 106 punti vendita diretti e 27 affiliati. I clienti possono smaltire l'olio esausto alimentare prodotto a livello domestico, come quello utilizzato per frittture e sott'oli, presso il proprio supermercato di fiducia. Dal lancio del progetto a giugno 2023 fino al 31 dicembre 2023, sono stati raccolti 15.150 kg di oli esausti. La corretta gestione dello smaltimento degli oli vegetali esausti previene una serie di conseguenze negative, tra cui il malfunzionamento degli impianti di depurazione delle acque, l'inquinamento del suolo e delle falde acquifere, e l'inquinamento di fiumi, mari e bacini idrici. Inoltre, lo smaltimento corretto consente di trasformare gli oli esausti in risorse preziose come biocarburanti, lubrificanti e basi per i detersivi.

Servizio di raccolta oli esausti



MEGAMARK UN ARCIPELAGO NEL BOSCO

Il progetto "Un arcipelago nel bosco" è inserito all'interno del bando Orizzonti Solidali e prevede la realizzazione di quattro strutture in legno progettate secondo i principi dell'architettura sostenibile, integrate in un terreno oggetto di rigenerazione urbana. Con un finanziamento di 19.992 euro nel 2023, le strutture saranno collegate da percorsi accessibili e offriranno spazi socioculturali per bambini e famiglie, promuovendo l'inclusione e l'accessibilità per tutti, anche per i bimbi diversamente abili.

Architettura sostenibile



SUPEREMME L'EFFICIENTAMENTO ENERGETICO DEI PUNTI VENDITA

Per le nuove aperture intervenute nel 2023 Superemme ha adottato la consolidata procedura che prevede l'installazione di impianti fotovoltaici per aumentare l'indipendenza energetica dei punti vendita, l'installazione di sistemi Konnex (KNX) per il controllo e programma a distanza dell'accensione e spegnimento delle luci nonché l'illuminazione a LED a minor consumo energetico. Nei punti vendita aperti, in continuità con gli altri punti vendita, sono stati inseriti i banchi frigoriferi verticali dotati di chiusura per evitare la dispersione del freddo e installati scambiatori termici in grado di recuperare il calore proveniente dalle celle frigorifere e riutilizzarlo per produrre acqua calda in modo sostenibile. Inoltre, durante il 2023, sono state realizzate due nuove facciate ventilate nei 2 punti vendita di Dolianova e Olbia. Questo innovativo sistema di efficientamento energetico consente un'attività di assorbimento naturale di CO₂. Questa attività, solo nel corso del 2023, ha permesso di contribuire all'assorbimento di circa 1.643 kg di CO₂, equivalente alla quantità di CO₂ assorbita da oltre 80 alberi.

Installazione di impianti fotovoltaici





SUPEREMME UNA CORRETTA GESTIONE DEI RIFIUTI

Per ridurre al minimo il quantitativo totale dei rifiuti indifferenziati conferiti in discarica, Superemme predilige il recupero delle risorse alimentari e non alimentari attraverso l'incremento della percentuale delle risorse destinate alla raccolta differenziata. Per concretizzare questo obiettivo, sono state promosse delle iniziative di ottimizzazione della fase di disposizione rifiuti all'interno dei punti vendita.

Nel 2023, è stata infatti installata una nuova isola ecologica, arrivando ad una quota complessiva di 20 isole ecologiche, con l'obiettivo di migliorare le operazioni di conferimento, oltre che a migliorare la pulizia e il decoro degli immobili. Le isole ecologiche sono inoltre dotate di gabbie portarifiuti per isolare correttamente i rifiuti organici e facilitare la fase di raccolta da parte dell'operatore ecologico al fine di contrastare l'aumento del non differenziato. Il progetto è in fase di espansione e, per i prossimi anni, è prevista l'implementazione di altre gabbie porta rifiuti.

**Recupero delle risorse
alimentari**



UNICOMM GLI ECOCOMPATTATORI PER IL PET

Dal mese di ottobre 2021, Unicomm ha sottoscritto una convenzione con il consorzio CORIPET per posizionare eco compattatori per la raccolta del PET presso alcuni dei suoi negozi. CORIPET è un consorzio volontario e senza fini di lucro, che riunisce aziende dell'intera filiera del riciclo: produttori di bottiglie e contenitori in PET, aziende che effettuano il riciclo meccanico di questi imballaggi per produrre PET riciclato (R-PET) e produttori di semilavorati trasformati in nuove bottiglie in PET. Il progetto, iniziato con i primi posizionamenti a novembre 2021, ha visto una rapida espansione grazie all'apprezzamento dei cittadini. I consumatori possono utilizzare questi eco compattatori per conferire bottiglie in PET che hanno contenuto liquidi alimentari, avviandole così al riciclo a ciclo chiuso secondo il modello "bottle to bottle". Questa iniziativa è in linea con i principi dell'economia circolare e della green economy e mira a raggiungere i nuovi obiettivi sulle bottiglie in PET previsti dalla Direttiva (UE) 2019/904. Secondo questa direttiva, entro il 2025 le bottiglie dovranno contenere almeno il 25% di R-PET food contact e il 30% entro il 2030, con livelli di raccolta pari ad almeno il 77% entro il 2025 e al 90% entro il 2029.

Per i clienti, questa iniziativa rappresenta una grande opportunità: per ogni bottiglia conferita ricevono 1 punto sull'app CORIPET, associata all'origine alla carta fedeltà dell'insegna dove è posizionato l'eco compattatore. Al raggiungimento di un determinato numero di punti, i clienti possono ottenere vantaggi come buoni sconto. Attualmente, gli eco compattatori sono presenti in 9 negozi Unicomm Srl, 9 negozi GMF e 14 negozi ARCA Commerciale Srl, con piani di ulteriore espansione. Nel 2023, grazie all'accordo con il Consorzio CORIPET, nei punti vendita Unicomm Srl sono state raccolte 160 tonnellate di bottiglie in PET, evidenziando l'efficacia e l'impatto positivo del progetto.

**Eco compattatori per
la raccolta del PET**

RAFFORZAMENTO DELLA GOVERNANCE

E DEI PRESIDI DI SOSTENIBILITÀ

PROGETTAZIONE E IMPLEMENTAZIONE

DI SOLUZIONI TECNOLOGICHE SOSTENIBILI

RAFFORZAMENTO EMPLOYER BRANDING

DELLA CENTRALE E DELLE IMPRESE SOCIE



08

LE STRATEGIE DI CRESCITA



Lo sviluppo del Gruppo vuole
essere sostenibile

146

I progetti futuri

148



LO SVILUPPO DEL GRUPPO VUOLE ESSERE SOSTENIBILE

Nel 2023, Gruppo Selex ha rafforzato il suo impegno verso la sostenibilità, riconoscendo l'importanza cruciale di questo tema per la crescita e lo sviluppo a lungo termine. L'ambizione del Gruppo è di evolversi costantemente in una realtà sempre più sostenibile sotto i profili sociale, ambientale e di governance.

Questa aspirazione è supportata da solide basi concrete. La Centrale Selex ha pianificato attività significative per il prossimo futuro, non solo per la Sede Centrale, ma anche per l'intero Gruppo, che include tutte le sue 18 Imprese Socie.

Come accennato nel capitolo di apertura, il Bilancio di Sostenibilità del 2023 rappresenta per il Gruppo Selex un **documento di transizione**. Lo sviluppo che la Centrale Selex e le singole Imprese Socie vogliono perseguire, anche prima di quanto stabilito dalla nuova Direttiva Europea, è molto chiaro: strutturarsi internamente per farsi trovare pronte alle **opportunità** che riserva il mercato, accogliendo in maniera seria e rigorosa gli **impegni che sono previsti dalla metodologia prevista dagli European Sustainability Reporting Standards (ESRS)**.

Lo sviluppo futuro, quindi, prevede per le aziende del Gruppo l'implementazione di un percorso di **consapevolezza sempre più integrata**.

Le Imprese e la Centrale stessa sono **coscienti dell'impegno** richiesto, ma pronte a sviluppare sempre di più quei **presidi** e quegli **strumenti** per rendere la sostenibilità una nuova leva strategica, per dimostrare a tutti gli stakeholder come la sostenibilità ambientale, sociale ed economica possa diventare un valore aggiunto.

Per far sì che questo accada, la Centrale Selex si è fatta rappresentante di questo impegno e, anche per il 2024, ha promosso un percorso formativo specifico su queste tematiche di sostenibilità, con il supporto di ALTIS Advisory - Spin off dell'Università Cattolica del Sacro Cuore.

Questo programma formativo ha come obiettivo quello di supportare le aziende socie nel percorso di transizione verso la CSRD, rendendo sempre aggiornate le Imprese Socie circa i cambiamenti normativi riguardanti l'obbligatorietà della rendicontazione di sostenibilità e incoraggiando le Imprese Socie a dotarsi delle procedure, dei sistemi di monitoraggio e delle iniziative da adottare per **una maggiore trasparenza e responsabilità**, dimostrando il proprio impegno concreto.

La propositività delle Imprese Socie verso le pratiche di rendicontazione sostenibile riflette la volontà di queste ultime a **contribuire attivamente agli obiettivi di sviluppo sostenibile** del Gruppo Selex, rafforzando la posizione dell'intero **Gruppo come promotore del percorso di sostenibilità**.





In generale, la Centrale Selex e le sue 18 Imprese Socie hanno tracciato un percorso di sviluppo che segue una triplice direzione:

1

Rafforzamento della governance e dei presidi di sostenibilità

Per migliorare la gestione dei propri impatti, dei rischi e delle opportunità, in conformità a quanto indicato nella nuova Direttiva CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), le Imprese Socie e la Centrale Selex si impegnano a rafforzare la governance di sostenibilità, mediante la creazione di Comitati, Commissioni e/o tavoli di lavoro ad hoc, con i principali responsabili aziendali. L'obiettivo è sviluppare presidi, politiche e sistemi di monitoraggio che rendano le aziende sempre più trasparenti e "pronte" alla comunicazione dei propri risultati ESG, anche in ottica di pianificazione strategica futura.

2

Implementazione di progetti per rendere i punti vendita sempre più sostenibili

Le Imprese Socie, con il supporto della Centrale, si impegnano per identificare un Gruppo di Lavoro sui temi della sostenibilità applicata al punto vendita sostenibile con l'obiettivo di approfondire nuove progettualità. I temi trattati sono, ad esempio, il risparmio energetico, la sostenibilità dell'involucro edilizio e degli impianti, l'illuminazione, la transizione al fotovoltaico, i materiali eco-sostenibili, etc.

3

Rafforzamento del proprio employer branding con iniziative mirate

Le Imprese Socie e la stessa Centrale Selex si impegnano per avviare momenti di coinvolgimento attivo dei propri dipendenti, anche attraverso indagini di clima. L'obiettivo è quello di dare l'opportunità a tutti i dipendenti di esprimere il proprio punto di vista sull'azienda di cui fanno parte, sull'organizzazione e sul proprio ruolo, evidenziando i punti di forza e le aree di miglioramento.

creare
consapevolezza
verso la rendicontazione di
sostenibilità

Nel corso del 2022 il Gruppo Selex, dopo aver osservato con attenzione il settore di riferimento, ha sviluppato un **percorso ben definito per le sue Imprese Socie**, con l'obiettivo di creare consapevolezza verso un tema con una valenza **strategica e operativa** fondamentale: quello della **rendicontazione di sostenibilità**.



I PROGETTI FUTURI

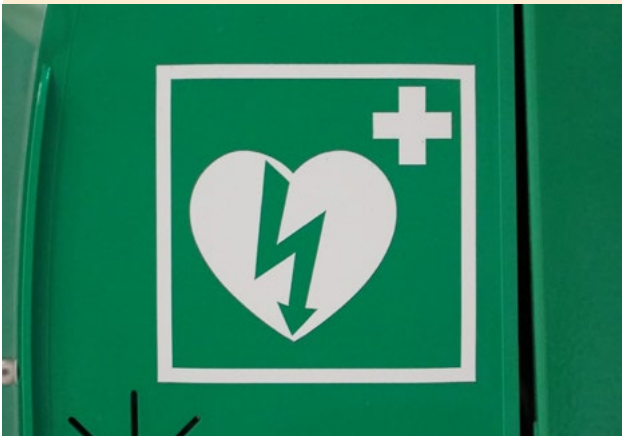


CDS

L'INSTALLAZIONE CAPILLARE DEI DAE NEI PUNTI VENDITA DELLA RETE

La CDS è altamente consapevole dell'importanza di prevenire infortuni o altri eventi accidentali all'interno dei punti vendita, non solo per i dipendenti, per i quali vengono implementate tutte le misure previste dalla legge per i luoghi di lavoro, ma anche per i clienti diretti. Per questo motivo, è stata fortemente voluta l'installazione, che avverrà nel corso del 2024, di defibrillatori semiautomatici (DAE) progettati appositamente per trattare le emergenze di arresto cardiaco improvviso, nei 31 punti vendita della rete CDS meno prossimi ai servizi di pronto soccorso, per garantire un intervento rapido in caso di necessità.

Per rendere più efficace l'installazione, è prevista l'erogazione di una formazione specifica agli operatori di negozio, in modo che siano preparati ad affrontare situazioni di emergenza e a fornire un supporto immediato fino all'arrivo delle figure competenti. Con questo investimento non solo si vuole migliorare la sicurezza degli spazi commerciali, ma si vuole anche dimostrare l'impegno concreto nel tutelare la salute e la sicurezza delle persone all'interno dei supermercati.



CE.DI.GROSS

IMPIANTO FOTOVOLTAICO E NUOVO MAGAZZINO PER L'AUTOSUFFICIENZA ENERGETICA

Nel primo trimestre del 2024, Ce. Di. Gros S.C. a R.L. intraprenderà un significativo passo verso la sostenibilità ambientale con l'installazione di un impianto fotovoltaico che coprirà l'intera superficie superiore della sede. Questo impianto garantirà l'autosufficienza energetica dell'azienda e permetterà anche l'immissione in rete di energia elettrica pulita prodotta in eccesso, contribuendo così alla riduzione dell'impatto ambientale.

Parallelamente, sempre nel 2024, Ce. Di. Gros S.C. a R.L. inaugurerà un nuovo magazzino di circa 60.000 mq, destinato allo stoccaggio di categorie merceologiche che richiedono refrigerazione. Anche questo magazzino sarà dotato di un impianto fotovoltaico, assicurando l'autosufficienza energetica della struttura. L'integrazione di tecnologie avanzate per la refrigerazione e la produzione di energia rinnovabile rappresenterà un'importante evoluzione verso una gestione più sostenibile delle risorse, riducendo significativamente l'impronta ecologica dell'azienda.



CE.DI.GROSS BENESSERE ANIMALE

Nel 2024, il Gruppo GROS si impegnerà a rafforzare la propria responsabilità sociale aziendale concentrandosi sul benessere animale. Riconoscendo gli effetti negativi del confinamento in gabbia delle galline, il gruppo e tutte le sue insegne adotteranno misure decisive per eliminare completamente dal proprio approvvigionamento le uova provenienti da allevamenti in gabbia. Questo impegno si estenderà a tutte le forme di uova, incluse quelle in guscio, liquide e ovoprodotti, dimostrando la dedizione del Gruppo GROS a pratiche più etiche e sostenibili nel settore alimentare.



MAGAZZINI GABRIELLI ESPANSIONE DEGLI IMPIANTI FOTOVOLTAICI NEL 2024

Nel 2023, il Gruppo Gabrielli ha avviato la realizzazione di nuovi impianti fotovoltaici in sette punti vendita situati a Zagarolo, Corciano, Vasto, Pescara Arapietra, Ascoli, Osimo e CastelFidardo che verrà conclusa nel 2024. L'installazione di questi impianti rappresentano un passo significativo verso l'incremento della produzione di energia da fonti rinnovabili, contribuendo a ridurre l'impatto ambientale e a promuovere la sostenibilità. La messa a punto di impianti fotovoltaici nei punti vendita permette non solo di diminuire la dipendenza dalle fonti energetiche tradizionali ma anche di migliorare l'efficienza energetica complessiva dell'azienda.



SUPEREMME LA CORRETTA GESTIONE DEI RIFIUTI LUNGO LA CATENA DEL VALORE

Nel 2024, con l'obiettivo di facilitare sempre più la corretta gestione dei rifiuti e favorire il riciclo dei materiali, Superemme ha previsto l'introduzione di una pressa per il riciclo del polistirolo. Per contribuire attivamente alla corretta gestione dei rifiuti anche a valle della catena del valore, ovvero da parte dei clienti, nel 2024 Superemme sosterrà un progetto per facilitare la raccolta post-consumo di bottiglie in plastica PET.



SUPEREMME UN'AZIENDA ORIENTATA ALLE PERSONE

Per dare sempre più concretezza all'impegno preso e diventare sempre più un'azienda orientata alle Persone, Superemme ha deciso di sviluppare un approccio più human centred che vedrà la riorganizzazione ed evoluzione dell'Ufficio del Personale, per strutturare e diffondere tale cultura in un clima positivo. È stato creato un piano di investimento ad hoc sulla formazione e, entro la prima metà del 2024, sarà inaugurata la EMME Academy, con l'obiettivo di sviluppare le competenze dei Dipendenti e di valorizzarle a tutti i livelli dell'organizzazione. L'azienda è convinta che questo progetto possa alimentare un clima positivo e professionale, migliorando la qualità del servizio offerto ai Clienti e contribuendo a consolidare la reputazione sul Territorio. L'Academy interna permetterà altresì di preparare al meglio i Dipendenti a ricoprire ruoli di maggiore responsabilità all'interno dell'organizzazione, trattenere i talenti e rispondere al mercato dei mestieri e della distribuzione, oggi in profonda trasformazione.





50 COPIE STAMPATE NEL
MESE DI SETTEMBRE 2024

Publicato su
bilanciosocialegrupposelex.it

SELEXGC.IT



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