

ANNO 2022



# BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ GRUPPO SELEX

IL NOSTRO IMPEGNO VERSO I CITTADINI E IL TERRITORIO



**BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ SELEX 2022**

PUBBLICAZIONE REALIZZATA DA

Commissione Responsabilità Sociale d'Impresa

Selex Gruppo Commerciale

via C. Colombo, 51

20090 Trezzano sul Naviglio (MI)

[www.selexgc.it](http://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](http://www.messagegroup.it)

ANNO 2022

# BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ GRUPPO SELEX

IL NOSTRO IMPEGNO VERSO I CITTADINI E IL TERRITORIO

# INDICE

Lettera agli stakeholder	6
Nota metodologica	8



## CHI È SELEX

La storia di Selex	14
Il secondo Gruppo della distribuzione moderna in Italia	17
La Centrale Selex	18
La diffusione capillare sul territorio	19
Punti vendita e insegne per regione	22
Format diversi per ogni necessità	25



## LE PERSONE

Il valore delle persone	29
Salute e sicurezza sul posto di lavoro	35
Promuovere il progresso attraverso la formazione	36
Iniziative e progetti	39



## I PRODOTTI A MARCHIO DEL DISTRIBUTORE

La strategia di sostenibilità	51
Le marche del distributore del Gruppo Selex	55
La filiera dei prodotti MDD	64



## I FORNITORI

L'importanza dei fornitori per le imprese del Gruppo	71
Iniziative e progetti	72



## I CLIENTI

Accrescere la soddisfazione dei clienti	83
La tutela del potere d'acquisto	90
Iniziative e progetti	92



## IL TERRITORIO E LA COMUNITÀ

Conoscere i bisogni del territorio	99
Iniziative e progetti	110



## L' AMBIENTE

Gli impatti ambientali generati dal Gruppo	127
Iniziative e progetti	130



## LE STRATEGIE DI CRESCITA

Lo sviluppo del Gruppo vuole essere sostenibile	143
Una rete in continuo rinnovamento	145
I progetti futuri	146



# LETTERA AGLI STAKEHOLDER

È con grande soddisfazione che vi presentiamo la decima edizione del nostro Bilancio di Sostenibilità volontario, che rappresenta per noi un traguardo importante, di crescente consapevolezza rispetto ai temi della Responsabilità Sociale d'Impresa, ma anche di iniziative e progettualità concrete che ogni giorno la Centrale Selex e tutte e 18 le Imprese Socie mettono in campo per integrare la sostenibilità all'interno dei propri processi aziendali.

Nel 2022 abbiamo dato importanza alla sostenibilità sociale tanto quanto alla sostenibilità ambientale, consapevoli che entrambe queste dimensioni rappresentino elementi indispensabili in un processo di miglioramento sempre più radicale.

In collaborazione con organizzazioni e realtà territoriali, ci impegniamo a supportare la collettività 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. Nel 2022 le nostre Insegne hanno investito risorse per un valore di oltre 7 milioni di euro. Nel sociale abbiamo continuato a presidiare il sostegno alle scuole dell'Infanzia e Primarie di tutta Italia, grazie all'iniziativa "Tutti per la scuola". Inoltre, tra le iniziative di solidarietà, nel 2022 un importante progetto è stato "Tutti per l'Ucraina". Se il 2022 ci ha messo davanti ad una situazione quasi immaginabile, noi di Selex abbiamo reagito in modo pronto e coeso, mostrando quanto sia importante sentirsi uniti in momenti di estrema difficoltà. Grazie alla proattiva partecipazione di tutti i nostri clienti e delle nostre Imprese Socie, in poco più di 3 settimane, abbiamo devoluto a Medici senza Frontiere un valore complessivo pari ad 1 milione e 200 mila euro.

Nell'ambito dello spreco alimentare, abbiamo continuato a fare da collettore delle nostre Imprese Socie, veicolando progetti - anche digitali tramite app - finalizzati alla riduzione degli sprechi alimentari. Nel 2022 sono stati donati oltre 2 milioni di chili di prodotti.

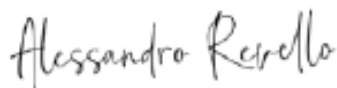
Abbiamo continuato il nostro percorso "Selex è sostenibile" e l'impegno per ridurre sempre di più l'impatto ambientale dei nostri prodotti a marca del distributore, tanto che il numero di referenze con un packaging sostenibile, nel 2022, ha raggiunto una percentuale ormai pari all'80%. Le confezioni sono state modificate riducendo lo spessore dell'imballo, sostituendo una quota o la totalità di materia vergine con materiale riciclato, convertendo gli imballi non riciclabili in riciclabili ed eliminando gli imballi in eccesso.

La nostra forza è data dallo spirito di collaborazione e dalla capacità di fare squadra che ci caratterizzano, dalle continue sinergie che promuoviamo per condividere i progressi e l'innovazione tra le nostre Imprese Socie. Per noi di Selex la sfida è crescere, all'insegna dello sviluppo sostenibile, dell'innovazione, della qualità e della coesione. È questo il nostro impegno ed è questo ciò in cui noi crediamo.

**PER NOI DI  
SELEX LA SFIDA È  
CRESCERE ISPIRATI  
DALLO SVILUPPO  
SOSTENIBILE,  
DALL'INNOVAZIONE  
E DALLA  
COOPERAZIONE,  
PROMUOVENDO  
UN PERCORSO  
VIRTUOSO ATTENTO  
ALL'AMBIENTE E  
AI VALORI DELLA  
SOLIDARIETÀ E DEL  
BENE COMUNE.**

**Alessandro Revello**

Presidente Selex Gruppo Commerciale



# NOTA METODOLOGICA

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

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

Il **Bilancio di Sostenibilità 2022 di Selex Gruppo Commerciale** si caratterizza proprio per la volontà di descrivere il percorso di condivisione della responsabilità

sociale e ambientale delle singole Imprese Socie del Gruppo, esplicitando iniziative e risultati aggregati raggiunti durante l'anno 2022.

Il presente documento, di **natura volontaria**, prende spunto dagli Standard di Rendicontazione GRI e si pone come obiettivo quello di raccontare ai propri stakeholder, in modo chiaro ed esaustivo, le attività, i progetti e i principali risultati conseguiti dal Gruppo nel periodo 1° gennaio - 31 dicembre 2022 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

 **CHI È SELEX**  **LE PERSONE**

 **I PRODOTTI A MARCHIO DEL DISTRIBUTORE**

 **I FORNITORI**  **I CLIENTI**

 **IL TERRITORIO E LA COMUNITÀ**  **L'AMBIENTE**

In ottica di una crescente trasparenza e di una rendicontazione sempre più accurata, nel 2022 Gruppo Selex ha deciso di introdurre un **capitolo nuovo rispetto alle precedenti edizioni del suo Bilancio di Sostenibilità**, quello dedicato ai **propri prodotti a marchio del distributore**. L'obiettivo è quello di garantire una rendicontazione sempre più strutturata, soprattutto con riferimento ai prodotti MDD, che sono il principale volto con il quale il Gruppo Selex si presenta ai propri consumatori.

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



# OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

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

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

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

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



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



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



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



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



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



per sostenere l'**innovazione** del territorio



per **ridurre le disuguaglianze**



per il consumo e la produzione **responsabili**



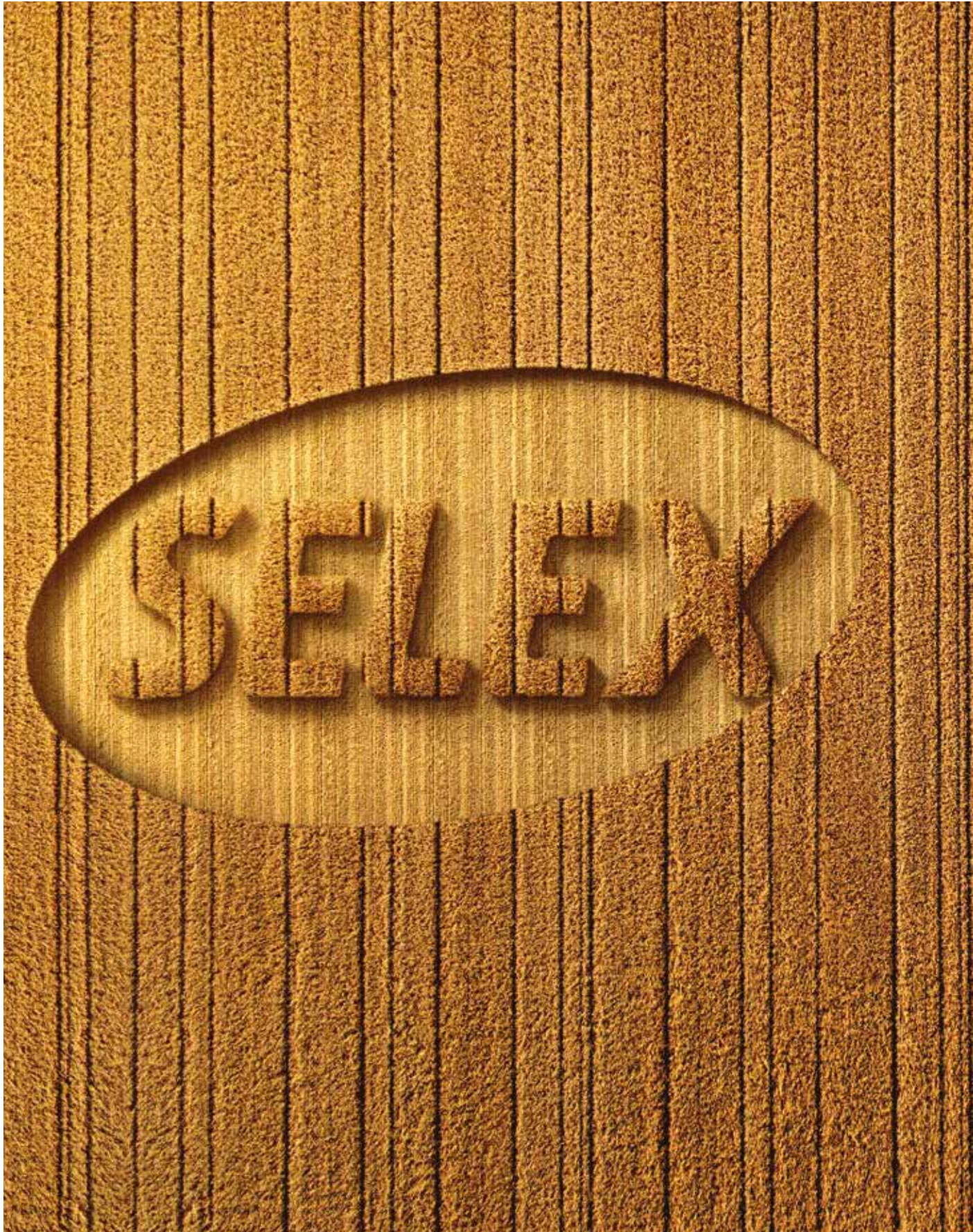
per la lotta contro il **cambiamento climatico**

L'impegno del Gruppo Selex è confermato da azioni concrete di Corporate Social Responsibility e da piani di sviluppo in continuo aggiornamento, per dare prova di come la sostenibilità sia un pilastro portante per il Gruppo stesso, diventando, di anno in anno sempre di più, 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 2022, in continuità con il 2021 e con il 2020, la Commissione RSI si è riunita periodicamente da remoto, attraverso webinar online, che hanno permesso di ridurre gli spostamenti tra le sedi delle diverse Imprese 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 **"Iniziative 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 2022 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 **"Iniziative e progetti"** sarà possibile trovare uno di questi simboli che meglio identificano la tipologia di attività raccontata.



### 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.



### 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.



### 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.



### Sanità / Covid

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



### 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.



Nel 2022

▶ **2<sup>a</sup>** REALTÀ DISTRIBUTIVA  
IN ITALIA

▶ **18** IMPRESE SOCIE  
AL DETTAGLIO E DELL'INGROSSO

▶ **5,62%**  
LA CRESCITA DI FATTURATO  
DEL GRUPPO RISPETTO AL 2021

▶ **41.000**  
ADDETTI E COLLABORATORI STIMATI

▶ **2,985** MILIONI DI MQ  
DI SUPERFICIE DI VENDITA

▶ **3.183** PUNTI VENDITA  
SUL TERRITORIO NAZIONALE



▶ **58** GLI ANNI IN CUI SELEX  
È AL SERVIZIO DEI CLIENTI

▶ **17,85** MILIARDI DI EURO  
FATTURATO DEL GRUPPO

▶ **17,51%**  
DI QUOTA DEL MERCATO

## CHI È SELEX



La storia di Selex	14
Il secondo Gruppo della distribuzione moderna in Italia	17
La Centrale Selex	18
La diffusione capillare sul territorio	19
Punti vendita e insegne per regione	22
Format diversi per ogni necessità	25

# LA STORIA DI SELEX

## Da 58 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.



### 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.

### anni 90

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



Alle soglie del Duemila, la rete Selex è presente su tutto il territorio nazionale con oltre 1.600 punti di vendita, per un totale di quasi un milione di m<sup>2</sup> 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.

### 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.



## anni 2000

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

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

## 2021

La compagine azionaria di Selex si rafforza sempre di più grazie all'ingresso nel Gruppo di cinque nuove imprese familiari italiane che costituiscono il **Consorzio Sun**: Alfi, Cadoro, Ce.di.Gros, Gruppo Gabrielli e Italbrix.

Accanto a questa operazione, Selex allarga i suoi confini anche in Sicilia, grazie all'ingresso nel Gruppo di **CDS (Centro Distribuzione Supermercati)**, una delle più importanti realtà regionali.

Grazie all'ingresso di questi nuovi Soci, Selex diventa il **secondo attore della distribuzione moderna nazionale**, con una **quota di mercato dell'14,6%**<sup>1</sup> e un **fatturato di 16,9 miliardi di euro.**

**SUN**  
SUPERMERCATI UNITI NAZIONALI

**CDS**  
centro distribuzione supermercati

<sup>1</sup> Dati fonte IRI - gennaio 2021.

## 2022

Gruppo Selex si conferma la seconda realtà della distribuzione moderna in Italia, con una quota di mercato pari al 17,51%, un fatturato di 17,85 miliardi di euro e un trend della quota di mercato dell'1,2%.







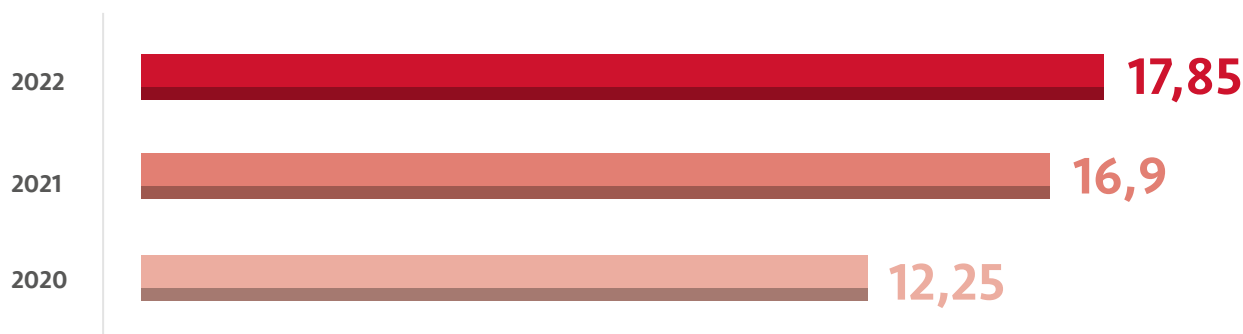


# IL SECONDO GRUPPO DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA IN ITALIA

## Protagonisti della distribuzione moderna nazionale

Nel 2022 Selex si attesta al **secondo posto** tra i protagonisti della distribuzione moderna in Italia e, con la sua rete commerciale, è in grado di provvedere alle differenti esigenze dei consumatori su tutto il territorio nazionale.

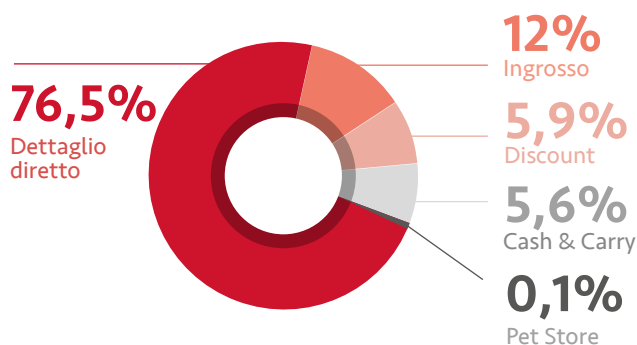
### Fatturato Selex (in miliardi di euro)



Il forte adattamento al territorio e la capacità di interpretarne i bisogni sono i punti di forza delle Imprese Socie a Selex, grazie ai quali da anni il Gruppo ottiene risultati positivi e superiori rispetto alla concorrenza. Andamento confermato anche nel 2022 con un **fatturato pari a 17,85 miliardi di euro e una crescita del 5,62% rispetto all'anno precedente, che a sua volta aveva registrato un aumento del 38% sul 2020.**

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

### Ripartizione del fatturato 2022 per canale di vendita





# LA CENTRALE SELEX: PROMUOVERE LO SVILUPPO DELLE NOSTRE 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 del Gruppo Selex Commerciale è creare valore per le Imprese, consolidando il loro presidio del territorio e favorire importanti sinergie tra gli Associati.

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

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

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

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

In particolare:

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

# LA DIFFUSIONE CAPILLARE SUL TERRITORIO

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

La presenza capillare delle Imprese 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.

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

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



La rete commerciale, composta da 3.183 unità per quasi 3 milioni di mq di superficie di vendita

























































E-commerce

  
LA SPESA FATTA IN CASA

Pet store

  
ANIMALI  
che PASSIONE

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



IMPRESA ASSOCIATA	N° punti vendita	REGIONE
ALFI	94	Emilia Romagna, Liguria, Lombardia, Piemonte
ALÌ	116	Emilia Romagna, Veneto
ARCA	107	Emilia Romagna, Marche, Toscana
CDS	125	Sicilia
CE.DI.MARCHE	107	Abruzzo, Marche
CE.DI.GROS	177	Lazio
DIMAR	280	Liguria, Piemonte
G.M.F.	186	Lazio, Marche, Toscana, Umbria
ITALBRIX	96	Lombardia
L'ABBONDANZA	43	Marche, Toscana, Umbria
IL GIGANTE	75	Emilia Romagna, Lombardia, Piemonte
MAGAZZINI GABRIELLI	240	Abruzzo, Lazio, Marche, Molise, Umbria
MAXI DI	635	Abruzzo, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte, Toscana, Trentino, Umbria, Valle d'Aosta, Veneto
MEGAMARK	499	Basilicata, Calabria, Campania, Lazio, Molise, Puglia
SUPER ELITE	55	Lazio, Marche, Umbria
SUPEREMME	51	Sardegna
SUPERMERCATI CADORO	24	Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Veneto
UNICOMM	273	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 • MERCATO' • 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

C+C • 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 • IPERTRISCONT • 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' • EMI • FAMILA • GALASSIA • IL GIGANTE • 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'

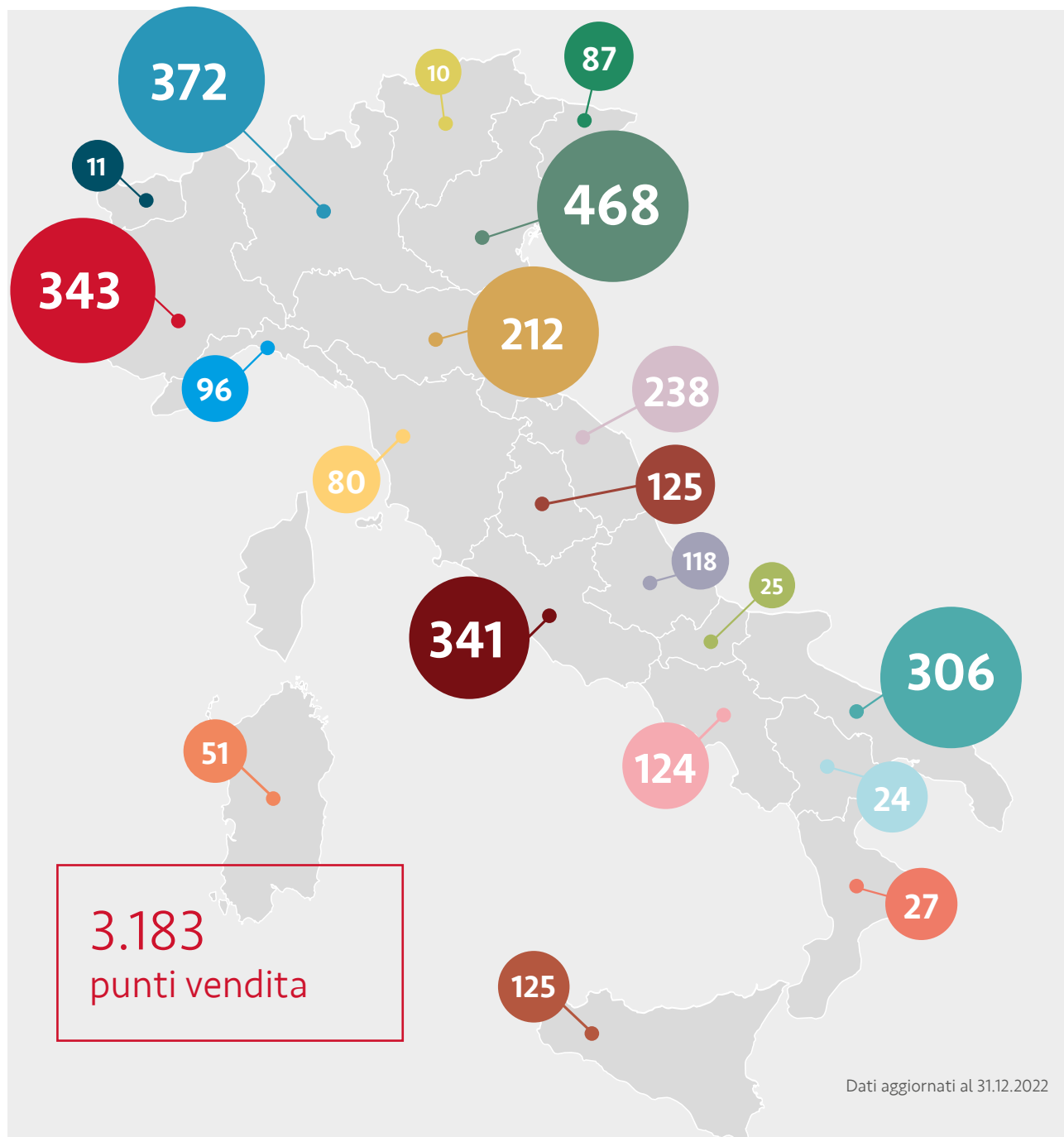
## ● SARDEGNA

HARDIS • PAN

## ● SICILIA

FAMILA • IL CENTESIMO • MAX

## Numero punti vendita per Regione





# SpesaFacile

il modo smart di fare la spesa!

## Regolamento - Servizio riservato ai titolari di Carta Club

- 1 Registrati utilizzando il monitor o chiedi al Box Informazioni
- 2 Passa la tua Carta Club e preleva il terminale che si illumina
- 3 Leggi i codici a barre dei prodotti che vuoi acquistare e posizionali comodamente nel carrello
- 4 Finita la spesa riponi il terminale nel mobile vicino alle casse
- 5 Paga senza coda alle casse riservate







## FORMAT DIVERSI PER OGNI NECESSITÀ

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

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

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

	2022		2021		2020	
	N°	m <sup>2</sup>	N°	m <sup>2</sup>	N°	m <sup>2</sup>
Ipermercati	37	215.568	38	225.962	39	221.425
Superstore e mini iper	139	410.348	135	394.701	85	246.965
Supermercati integrati	422	761.697	418	753.698	300	528.633
Supermercati	1.167	908.477	1.158	891.013	812	602.727
Superettes	504	139.389	524	145.216	366	99.780
Hard e soft discount	451	282.047	468	287.007	408	256.081
Mini mercati	363	38.895	378	41.477	334	36.397
<b>Totale Punti Vendita al dettaglio</b>	<b>3.803</b>	<b>2.756.421</b>	<b>3.119</b>	<b>2.739.074</b>	<b>2.344</b>	<b>1.992.008</b>
Cash and carry	87	217.491	86	222.658	89	222.303
<b>Totale della rete distributiva</b>	<b>3.170</b>	<b>2.973.912</b>	<b>3.205</b>	<b>2.961.732</b>	<b>2.433</b>	<b>2.214.311</b>
Animali che Passione	13	5.000	23	8.200	20	20.000



Accanto a questi, Animali che Passione, con la propria rete di petshop, nel 2022, conta 13 punti vendita diretti, per un totale di 5.000 mq di superficie.



Dati 2022

▶ **49,96%** NUOVI ASSUNTI  
SONO GIOVANI DI ETÀ INFERIORE A 30  
ANNI

▶ **60,08%**  
PRESENZA FEMMINILE NEL GRUPPO

▶ **93,08%** DEI DIPENDENTI  
DELLE IMPRESE SOCIE È ASSUNTO A  
TEMPO INDETERMINATO

▶ **+ 57%** ORE DI FORMAZIONE  
EROGATE DALLA CENTRALE SELEX ALLE  
IMPRESE SOCIE NEL 2022 RISPETTO AL 2021

▶ **18.000** COLLABORATORI  
COINVOLTI NELLA FORMAZIONE

▶ **35.000** ORE DI FORMAZIONE  
EROGATE DALLE IMPRESE SOCIE AI PROPRI  
DIPENDENTI



## LE PERSONE



Il valore delle persone	27
Salute e sicurezza sul posto di lavoro	31
Promuovere il progresso attraverso la formazione	32
Iniziative e progetti	35



# 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 ricoprono un ruolo indispensabile per lo sviluppo, il successo e la stessa esistenza del Gruppo. Promuovere il valore delle persone e accrescere il patrimonio di capacità e competenze di ciascun collaboratore è uno degli impegni in cui Selex crede fermamente e in cui, anno dopo anno, investe grandi risorse e sforzi. L'obiettivo è quello di creare un ambiente di lavoro che sia **stimolante per tutti i collaboratori**, che favorisca la **sicurezza e il benessere di tutti**, il sostegno reciproco e lo spirito di squadra; un ambiente che sia privo di pregiudizi, intimidazioni, illeciti condizionamenti o indebiti disagi.

Il 2021 è stato un anno molto significativo per Selex perché ha segnato l'ingresso di sei nuovi soci, portando un importante incremento di risorse all'intero del Gruppo. A fronte di una crescita continua e di una strutturazione sempre più significativa, nel 2022 il Gruppo Selex ha deciso di essere sempre più conforme agli Standard di Rendicontazione GRI, chiedendo alle proprie Imprese Socie di **raccogliere un nuovo indicatore specifico** che è stato rendicontato nel presente capitolo: la suddivisione dei collaboratori per genere e per categoria contrattuale.

### I numeri del Gruppo

Al 31 dicembre 2022 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 **13 Imprese Socie su 18**, una in più rispetto alla precedente edizione.

Al 31 dicembre 2022  
il Gruppo Selex conta  
oltre 41.000 collaboratori





## La Centrale Selex

L'organico della Centrale Selex è aumentato rispetto a quello dello scorso anno, con **61 dipendenti**, di cui il **42,62% donne**. Oltre a questi, nel 2022 Selex conta 3 collaboratori in stage, di cui 2 uomini e 1 donna. Dei 61 dipendenti, **60 sono assunti a tempo indeterminato** e il **90,16% rispetto al totale lavora full time**. Il part time, invece, è stato scelto solo da 6 collaboratrici (il 9,84% del totale, di cui il 100% sono donne).

Inoltre, rispetto al tema della flessibilità sul lavoro, la **sede Centrale del Gruppo Selex**, nel corso del 2022, ha ufficializzato la possibilità, previo accordo con il proprio responsabile, di poter svolgere un giorno a settimana in **Smart Working per tutti i dipendenti** che sono chiamati a compilare un file condiviso per il monitoraggio interno.

Rispetto alla distribuzione per fascia d'età, la Centrale Selex conta solo 3 collaboratori sotto i 30 anni (4,92% sul totale), mentre la maggioranza dei dipendenti è **perfettamente distribuita nella fascia tra i 30 e i 50 anni (47,54%) e oltre i 50 anni (47,54%)**.

Grazie al nuovo indicatore, introdotto per la prima volta nel 2022, è possibile rendicontare la suddivisione dei dipendenti per genere e categoria contrattuale. Nella Centrale Selex, 7 sono i Dirigenti (100% uomini), 21 i quadri, di cui il 14,29% donne e 33 il numero di impiegati, di cui il 69,70% donne.

Nel 2022 la Centrale Selex ha **assunto 7 nuovi dipendenti**, (6 donne e 1 uomo) di cui 2 sotto i 30 anni, 4 tra i 30 e i 50 anni e 1 oltre i 50 anni, mentre ha terminato rapporti di lavoro con 2 dipendenti, di cui entrambe donne.

Il **tasso di turnover complessivo** della Centrale Selex nel 2022 è pari a 14,75%, 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 2022. Il numero è in leggero calo rispetto al 2021, in cui si registrava un turnover complessivo pari al 17,86%. In particolare, il tasso di turnover in entrata è pari all'11,48%, mentre il tasso di turnover in uscita è del 3,28%.

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 dell'importo di 100 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.




**CENTRALE SELEX - Collaboratori totali divisi per contratto di lavoro e per genere nel 2022**

<b>Tempo indeterminato</b>	<b>60</b>
Donne	25
Uomini	35
<b>Tempo determinato</b>	<b>1</b>
Donne	1
Uomini	0
<b>Altre forme contrattuali</b>	<b>3</b>
Donne	1
Uomini	2
<b>Totale</b>	<b>64</b>
Donne	27
Uomini	37

**CENTRALE SELEX - Dipendenti a tempo determinato e indeterminato divisi per età e genere nel 2022**

<b>Sotto i 30 anni</b>	<b>3</b>
Donne	2
Uomini	1
<b>Tra i 30 e i 50 anni</b>	<b>29</b>
Donne	12
Uomini	17
<b>Oltre i 50 anni</b>	<b>29</b>
Donne	12
Uomini	17



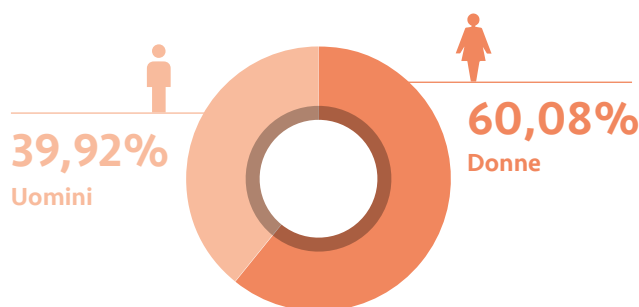


## Le Imprese Socie

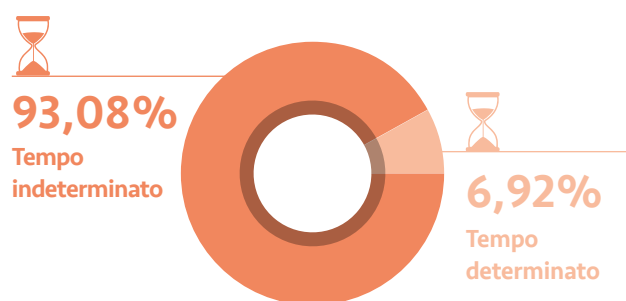
Tenuto conto del numero fornito da **13 Imprese su 18**, il totale dei dipendenti a tempo determinato e a tempo indeterminato delle Imprese Socie al Gruppo Selex è di **33.365**, di cui il **60,08% è donna** e il 39,92% è uomo.

Sul totale dei dipendenti, nel 2022 il **93,08%** ha un **contratto a tempo indeterminato**, mentre l'6,92% ha un contratto a tempo determinato.

### Distribuzione della popolazione per genere

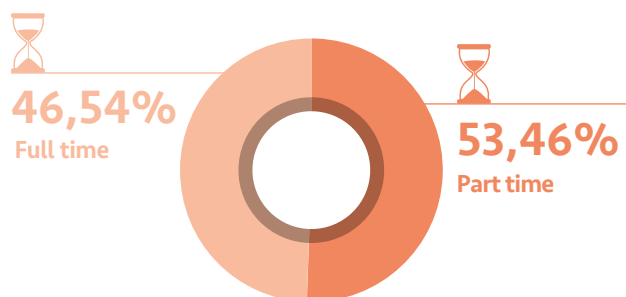


### Distribuzione della popolazione per contratto di lavoro



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.

### Distribuzione della popolazione per tipologia di impiego



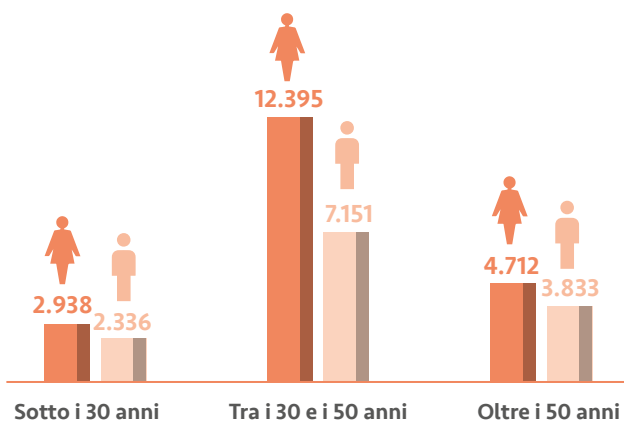




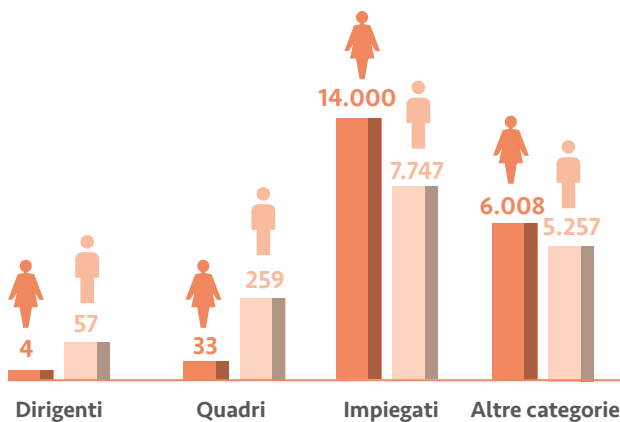
Per quanto riguarda la suddivisione della popolazione aziendale per differenza di età, si osserva che la percentuale maggiore di dipendenti, pari al **58,58%**, rientra all'interno della **fascia di età 30-50 anni**. Il 15,81% dei dipendenti è under 30, mentre il 25,61% è over 50.

Grazie al nuovo indicatore raccolto nel 2022, tra le 13 Imprese rispondenti è stato possibile identificare la presenza di 61 dirigenti aziendali (di cui solo 6,56% è donna), 292 quadri (di cui l'11,30% è donna), 21.747 impiegati (di cui il 64,38% è donna) e 11.265 collaboratori non direttamente inquadrabili nelle categorie sopra citate.

Distribuzione della popolazione aziendale per fascia d'età e genere



Distribuzione della popolazione aziendale per categoria contrattuale



In merito al **numero di dipendenti assunti nel corso dell'anno** (dall'1.01.2022 al 31.12.2022), suddiviso per fasce d'età, i dati mostrano che la percentuale maggiore di nuovi assunti, pari al 49,96%, si registra per giovani con meno di 30 anni, che hanno subito un incremento di 2.534 unità. Subito a seguire ci sono le persone tra i 30 e i 50 anni che, con un aumento di 2.131 unità, hanno registrato una percentuale di nuove assunzioni pari al 42,01%. Infine, solo l'8,02% dei nuovi assunti nel 2022 ha oltre i 50 anni.

A fronte di questi dati, si può constatare che le Imprese Socie del Gruppo Selex contribuiscono all'**inserimento di giovani** in azienda.

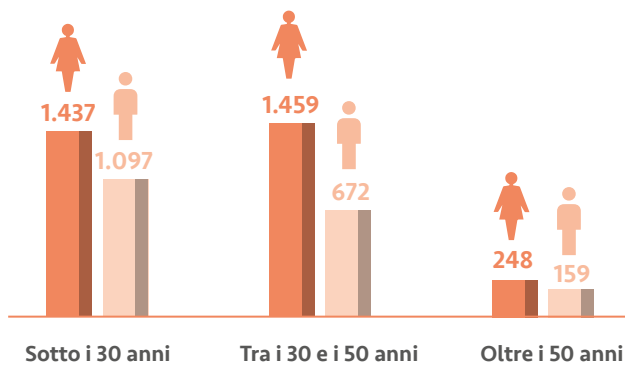
D'altro canto, nel 2022 si sono registrate 4.482 interruzioni di lavoro, di cui 2.469 donne e 2.013 uomini. In particolare, il 40,38% di queste persone avevano un'età inferiore ai 30, il 44,03% tra i 30 e i 50 anni e il 15,59% oltre i 50 anni.



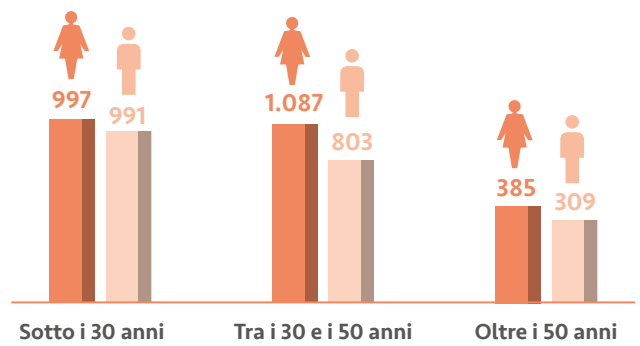
Con riferimento ai dati del **turnover**, i tassi sono stati calcolati considerando i dati delle assunzioni e dei rapporti di lavoro terminati da parte di 13 Imprese Socie su 18 che hanno fornito i dati. Il tasso di turnover complessivo del 2022 è pari a 28,63%, leggermente in aumento rispetto a quello del 2021, pari a 27,41%. Se si considera nello specifico quello in entrata il tasso è pari a 15,20% e 13,43% per quello di uscita.

I tassi di turnover più significativi sono connessi al numero di assunzioni dei giovani con meno di 30 anni: grazie alle 2.534 unità, i tassi di turnover in entrata hanno sfiorato la soglia del 50%: pari al 48,91% per le donne e al 46,96% per gli uomini.

**Nuovi assunti nel 2022 divisi per fascia d'età e genere**



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





## SALUTE E SICUREZZA SUL POSTO DI LAVORO

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

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

Durante il 2020, il tema della salute e della sicurezza ha acquisito un ruolo ancor più prioritario per tutte le Imprese del Gruppo Selex, le quali hanno reagito rapidamente alle

problematiche che l'**emergenza sanitaria** ha portato con sé, attivando una serie di iniziative che hanno permesso ai propri dipendenti di continuare a lavorare in maniera sicura e con tutte le precauzioni dovute. A fronte della pandemia globale che ha colpito il Paese, infatti, Gruppo Selex e tutte le sue Imprese hanno reso ancor più solido il proprio sistema di salute e sicurezza, dando una importanza assoluta al tema in azienda e in tutti i propri punti vendita. Nel corso del 2022 il Gruppo ha mantenuto buona parte delle iniziative messe in campo durante il 2020 e il 2021, mantenendo alta l'attenzione su queste tematiche.

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 40.000 collaboratori, nel 2022 si è verificato solo un incidente con conseguenze gravi e 767 infortuni senza gravi conseguenze<sup>1</sup>, in netta **diminuzione rispetto allo stesso dato del 2021**, che era pari a 971.



<sup>1</sup> I dati sono stati forniti da 12 Imprese Socie su 18 nel 2022.

# 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 2022, hanno coinvolto in totale **555 partecipanti, per un totale di ore di formazione erogate pari a 157 (incremento del 57% rispetto al 2021)**.

## La formazione erogata dalla Centrale Selex

Tema	Partecipanti	Numero di ore di formazione
Giornata di studio ortofrutta	20	8
Giornata di studio gastronomia	21	8
Giornata di studio carne	26	8
Giornata di studio categorie prodotto	27	6
Giornata di studio <i>crisis management</i>	27	8
Top Selex	86	12
Giornata di studio <i>follow-up</i> gerenti	46	5
Giornata di studio marketing CRM	25	6
Giornata di studio web / digital	30	12
Giornata di studio rapporti con il cliente	16	7
Giornata di studio RSI	23	6
Seminario acquisti	22	16
Seminario vendite	60	16
Seminario gerenti	43	8
Seminario posizionamento insegna	27	8
Seminario distintività <i>category</i>	24	16
Nuovi paradigmi di comunicazione	32	7
<b>Totale</b>	<b>555</b>	<b>157</b>

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



**157 ore totali di formazione erogata dalla Centrale Selex nel 2022**

**+ 57% ore di formazione erogate dalla Centrale Selex alle Imprese Socie nel 2022 rispetto al 2021**

## La **formazione sui temi RSI:** rendicontare la sostenibilità nel settore della GDO

Nel mese di luglio 2022 è stata pubblicata la nona edizione del Bilancio di Sostenibilità di Gruppo, relativamente all'anno 2021. 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 2022 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: la **rendicontazione di sostenibilità e il 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 dei cambiamenti che sono stati introdotti con la nuova Direttiva Europea, del processo di rendicontazione socio-ambientale secondo determinati e rigorosi Standard e dell'importanza di saper attivare una strategia di sostenibilità che possa aiutare le aziende nel medio-lungo termine, integrando la sostenibilità in tutte le funzioni aziendali.



## La **formazione erogata** da parte delle 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 2022 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 18.000 collaboratori, per una durata totale di oltre 35.000 ore di formazione<sup>2</sup>**.

**Quasi 18.000** collaboratori del Gruppo che hanno beneficiato della formazione integrativa

**Oltre 35.000** ore totali di formazione erogate dalle Imprese Socie ai propri dipendenti



<sup>2</sup> Le informazioni, aggiornate al 31.12.2022, sono state rese disponibili da 12 Imprese Socie su 18.



## INIZIATIVE E PROGETTI

### Imprese Socie



**ALFI**

#### UN GIGANTE PER AMICO

Un Gigante per Amico è l'Associazione senza scopo di lucro del Gruppo ALFI che, nel corso dell'ultimo anno, ha continuato ad aiutare con erogazione economiche alcune famiglie di dipendenti in situazione di grave svantaggio economico e sociale (gravi problemi di salute, disabilità ecc.).

Grazie all'iniziativa, sono state sostenute economicamente una decina di famiglie. Le risorse sono state raccolte attraverso una colletta fondi intraziendale a cui hanno partecipato tutti i dipendenti e anche grazie al conferimento del 5X1000 con le dichiarazioni dei redditi. Infine, Un Gigante per Amico ha sostenuto la creazione di un nuovo progetto a sostegno dei figli dei dipendenti aziendali, grazie alla promozione di un bando per l'erogazione di borse di studio per i figli dei dipendenti più meritevoli. Le borse di studio saranno erogate nella seconda parte del 2023.

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



**ALÌ**

#### SUPPORTA I NEO GENITORI CON UN KIT BEBÈ

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

**Kit Bebè per festeggiare insieme il lieto evento**



**CDS****FORMAZIONE DI SOSTENIBILITÀ  
ALLE FIGURE DI RESPONSABILITÀ  
IN AZIENDA**

Con l'obiettivo di creare una cultura diffusa della sostenibilità in azienda, CDS nel corso del 2022 ha investito nella formazione. Dopo aver accuratamente identificato e selezionato nell'organico dell'azienda quelle figure che saranno direttamente implicate nel processo di Rendicontazione di Sostenibilità che vedrà coinvolta l'azienda in un futuro ormai prossimo, CDS ha dato avvio a due corsi specifici, denominati "Rendicontazione socio-ambientale" e "Strategia di Sostenibilità".

**Creare una cultura diffusa della  
sostenibilità in azienda**

**CE.DI.MARCHE - ITALMARK****BUONI SPESA PER I DIPENDENTI  
DELL'AZIENDA**

Di fronte alla riduzione del valore d'acquisto dello stipendio, dovuto all'inflazione che ha toccato gravemente l'Italia nell'anno appena trascorso, Ce.Di. Marche ha scelto di essere al fianco dei suoi dipendenti erogando ad ognuno dei suoi dipendenti un contributo in buoni carburante.

Anche Italmark nel corso del 2022 ha erogato ad alcune categorie di dipendenti buoni carburante dal valore di 200 euro ciascuno.

**A fianco dei suoi  
dipendenti**

**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.

**Inserimento di persone  
appartenenti alle fasce deboli**







### GMF

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

Nel corso del 2022 è continuato il progetto grazie al quale i dipendenti di Grandi Magazzini Fioroni sono scesi in prima linea per aiutare le famiglie bisognose del territorio. Grazie al loro coinvolgimento diretto e al loro gesto di solidarietà, attraverso la Caritas territoriale, è stato possibile aiutare tutte quelle famiglie più in difficoltà nel pagamento delle case in affitto.

### Aiuto alle famiglie bisognose



### MEGAMARK

## VIAGGI STUDIO ALL'ESTERO PER I FIGLI DEI COLLABORATORI

Sono ripresi nel 2022 i viaggi studio all'estero per i figli dei collaboratori. Dal 2017 la Fondazione Megamark organizza per i figli adolescenti dei collaboratori, il progetto "Vacanze studio": un'opportunità riservata ai ragazzi tra i 13 e i 17 anni per imparare o migliorare la propria conoscenza della lingua inglese. Nel 2022 ben 30 ragazzi sono stati a Dublino.

### Viaggi studio all'estero per i figli dei collaboratori



### MEGAMARK

## ACCANTO AI NEOGENITORI

Nel 2022 si conferma il sostegno di Megamark verso la genitorialità con il progetto "più tempo per le mamme", rivolto alle collaboratrici del Gruppo che, attraverso questa iniziativa, possono usufruire di un mese in più di maternità a casa rispetto a quanto previsto dalla normativa vigente, regolarmente retribuito e a carico dell'azienda.

Sempre nell'ambito del sostegno alla genitorialità, si rinnova il progetto "la settimana dei papà", rivolto ai collaboratori del Gruppo, che prevede una settimana di ferie extra per i neo-papà regolarmente retribuita rispetto al totale delle ore di ferie maturate. Infine, Megamark eroga a tutti i neo genitori un "bonus bebè": un contributo di 1.000 euro a supporto della famiglia per festeggiare insieme l'arrivo di un nuovo figlio.

### Progetto "più tempo per le mamme"



## MEGAMARK GIOVANI TALENTI

Sono 46 le borse di studio, per un totale di 65.500 euro, consegnate nel corso della cerimonia di premiazione della dodicesima 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. Dei ragazzi premiati quest'anno nella rinnovata sede del Gruppo Megamark, dopo due anni di eventi in remoto, 21 sono pugliesi, 13 campani e 12 molisani. Sono 17 le borse di studio assegnate per i neodiplomati mentre 15 quelle per i neolaureati con titolo magistrale e sette per quelli col titolo triennale; infine, sono sette i ragazzi che hanno ricevuto la borsa di studio per corsi di formazione post-laurea.

Durante la cerimonia di premiazione è stata annunciata una strenna natalizia per i circa 3.500 collaboratori diretti del Gruppo Megamark, dei buoni da 200 euro da spendere nei punti vendita del Gruppo (300 euro a quelli con tre o più figli); un sostegno extra in un momento reso complicato dalla spirale inflazionistica in corso, oltre che un ringraziamento per i positivi risultati conseguiti nel 2023.

**Dodicesima edizione di  
"Giovani talenti"**



## MAGAZZINI GABRIELLI SOSTEGNO AI DIPENDENTI DELL'AZIENDA

Nel corso del 2022, tutti i dipendenti e i collaboratori del Gruppo hanno ricevuto un contributo per il caro-vita di 500€ attraverso una gift card. Con la stessa metodologia è stato dato un omaggio di importo inferiore anche ai soci delle cooperative di servizio. Il valore complessivo di questa erogazione straordinaria è stato di 1.240.000€.

**Contributo per il caro-vita**





## IL GIGANTE

### SI FESTEGGIA IL 50ESIMO ANNIVERSARIO CONSEGNAANDO A CIASCUN COLLABORATORE UN BUONO SPESA

Correva l'anno 1972 ed era il 21 settembre, a Sesto San Giovanni, il Presidente Giancarlo Panizza ed altri 29 commercianti alzarono la saracinesca del primo punto vendita Il Gigante. C'erano già visione, passione ed entusiasmo.

La storia e il contesto hanno visto innumerevoli cambiamenti, sottoponendo prove di adattamento e sopravvivenza sempre più complesse, ma nel 2022 il Gigante ha compiuto cinquant'anni e da mezzo secolo continua a presentarsi ad ogni sfida con l'abito più bello, ancora sotto la guida del Presidente Giancarlo Panizza, la cui lungimiranza e capacità di anticipare le soluzioni hanno reso "Il Gigante" sempre brillante, in un contesto ancor più competitivo.

Un traguardo come quello che è stato raggiunto nel 2022 non deve essere visto semplicemente come il compleanno de Il Gigante, ma anche come il compleanno di tutti i suoi collaboratori, che ne costituiscono l'anima. Proprio per questo motivo, l'azienda ha deciso di destinare ai suoi 5000 dipendenti carte regalo per la spesa al supermercato, come gesto simbolico per festeggiare insieme il raggiungimento di un anniversario così importante. L'erogazione complessiva ammonta a 800.000 euro.

**Il Gigante ha compiuto cinquant'anni e da mezzo secolo continua a presentarsi ad ogni sfida con l'abito più bello**

il gigante

Gli Specialisti del Fresco

Quest'anno **la nostra Azienda ha compiuto 50 anni.** Di strada ne abbiamo fatta tanta e la nostra storia dimostra che l'impegno costante, la correttezza e l'attenzione verso il proprio lavoro possono portare lontano. Ma un'Azienda cosa è se non l'insieme delle persone che la compongono? In questi 50 anni, **hanno lavorato per la nostra Azienda oltre 20.000 persone.** Un traguardo come quello che abbiamo raggiunto quest'anno deve riempirci di gioia e di soddisfazione e deve essere festeggiato. **E' il compleanno de Il Gigante,** è vero, ma in fondo è anche **il compleanno di tutti Noi** che ne siamo l'anima. Un compleanno non può essere davvero tale, però, se il festeggiato non riceve almeno un pensiero. Nei prossimi giorni, riceverete la carta regalo de Il Gigante ed insieme ad essa spero **Vi raggiungano il mio grazie e il mio affetto.**

Buon compleanno Il Gigante!

Il Presidente







## SUPEREMME INVESTIRE NELLA FORMAZIONE DELLE PERSONE

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

Nel 2022 Superemme ha investito grande attenzione su questi temi, tanto da registrare un aumento del 360% delle ore di formazione erogate rispetto al 2021. Un corso introdotto per la prima volta nel 2022 è stato quello per la gestione dello stato emotivo e sviluppo dell'intelligenza emotiva, in cui sono stati coinvolti circa 350 collaboratori tra cui l'intero staff di sede, dirigenti e manager fino ad arrivare ai capi reparto e vice-capi reparto.

L'obiettivo è stato quello di sviluppare le abilità personali e relazionali, per promuovere un ambiente collaborativo e partecipativo, in cui venga valorizzato il lavoro di squadra. Inoltre, l'azienda sempre nel 2022 ha promosso un corso per lo sviluppo e per il consolidamento delle capacità di leadership professionale e di team, oltre ad un corso per consolidare le competenze tecniche degli specialisti di reparto. Ad ottobre 2022 è stato fatto anche un Team Building Leader con l'obiettivo di rafforzare l'alleanza tra le persone, per accrescere il lavoro di squadra e per evolvere divertendosi con un evento davvero speciale: una regata velica.

**Valorizzare e mantenere relazioni  
di valore con clienti**



## SUPEREMME VALORIZZARE L'INCLUSIVITÀ E L'UGUAGLIANZA SUL LAVORO

Superemme ha a cuore le tematiche di Diversità e Inclusione e l'unicità delle persone rappresenta un potenziale immenso da promuovere e valorizzare.

Per dare un forte segnale di quanto questi temi rappresentino un tema fondamentale per lo sviluppo e la crescita del Gruppo, Superemme ha un Amministratrice Delegata donna; inoltre, all'interno del Consiglio di Amministrazione il 50% è rappresentato da donne, mentre il 17% delle posizioni manageriali è ricoperto da quote rosa.

**Inclusione e l'unicità delle  
persone rappresenta un  
potenziale immenso**



## UNICOMM

### WELFARE CARE MAMMOGRAFIE PER PREVENZIONE

In collaborazione con Walfarecare, l'azienda Unicomm ha portato la prevenzione del tumore al seno in molti paesi dove sono ubicati i propri punti vendita. Nel 2022 sono stati coinvolti 20 negozi e sono state eseguite 416 mammografie, 571 ecografie per un totale di 987 esami.

L'attività consiste nel mettere a disposizione dei cittadini degli spazi ambulatoriali con strumenti tecnologici di ultima generazione (mammografo digitale, ecografo portatile, workstation di refertazione, strumenti di teleradiologia) per eseguire esami di diagnostica senologica clinica e strumentale per la diagnosi precoce dei tumori del seno, gratuiti e aperti ai residenti del comune del punto vendita.

#### Spazi ambulatoriali per eseguire esami di diagnostica



## GRUPPO UNICOMM ASSICURARE TUTTI I COLLABORATORI CONTRO I DANNI DA COVID-19

Per il terzo anno consecutivo è stata rinnovata l'assicurazione per i collaboratori contro i danni causati da Covid-19.

I collaboratori del Gruppo Unicomm (Arca, GMF e Unicomm Srl) hanno avuto a disposizione un pacchetto di garanzie, fra le quali una centrale operativa 24h su 24h, tutti i giorni dell'anno per richiedere pareri medici immediati o Informazioni sanitarie telefoniche. Inoltre, nei trenta giorni successivi alle dimissioni, hanno avuto la possibilità di richiedere la prenotazione di prestazioni sanitarie, il trasporto in autoambulanza dall'ospedale al domicilio, l'assistenza infermieristica specializzata domiciliare e il counseling psicologico. Naturalmente l'assicurazione in questione è da considerarsi integrativa rispetto alle prestazioni del Servizio Sanitario Nazionale a cui tutti i cittadini italiani hanno diritto.

#### Rinnovata l'assicurazione per i collaboratori contro i danni da Covid-19

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

È finalmente tornata ad essere celebrata in presenza la tradizionale cerimonia di premiazione dei figli dei collaboratori del Gruppo Unicomm (Arca, GMF e Unicomm Srl) che si sono distinti per il merito scolastico e universitario. Sono state ben 80 le borse di studio assegnate alle ragazze e ai ragazzi.

I premi sono stati consegnati mercoledì 6 aprile 2022, presso la sede centrale a Dueville (Vi), alla presenza dei fratelli Marcello e Mario Cestaro e del direttore commerciale Giancarlo Paola. Nel corso della cerimonia le ragazze e i ragazzi hanno ricevuto non solamente l'assegno, ma anche un attestato come segno della volontà del Gruppo di investire sui giovani e sul merito. Nell'iniziativa sono state coinvolte tutte le società del Gruppo: degli 80 premiati in totale, 55 sono figli di collaboratori di Unicomm Srl, 9 di Arca Commerciale Srl e 16 di Grandi Magazzini Fioroni SpA. Le borse di studio fanno riferimento all'anno scolastico/accademico 2020/2021 e sono destinate ai neodiplomati di scuola secondaria di secondo grado e ai neolaureati triennali, magistrali o a ciclo unico.

**80 borse di studio assegnate a figli di collaboratori**



## GRUPPO UNICOMM

### INVESTIRE SUL FUTURO: UN MESE DI MATERNITÀ IN PIÙ PER LE COLLABORATRICI DEL GRUPPO

A dicembre 2022 le aziende appartenenti al Gruppo Unicomm (Arca, GMF e Unicomm Srl) hanno comunicato di riconoscere un mese in più di congedo di maternità a tutte le collaboratrici che, a partire da gennaio 2023, diventeranno madri.

Questa agevolazione è interamente a carico delle aziende del Gruppo e, naturalmente, va ad aggiungersi ai 5 mesi di maternità obbligatoria prevista per legge a carico dell'INPS. Considerando che il Gruppo Unicomm conta oggi su oltre 7.500 collaboratori, dei quali più di 5.000 sono donne, questa iniziativa potenzialmente si rivolge ad oltre il 65% delle persone che lavorano nel Gruppo. Non solo, all'interno di Unicomm oltre il 60% delle donne utilizzano forme di lavoro part-time per la conciliazione vita-lavoro. Il Gruppo è fortemente convinto che tra gli obiettivi di un'azienda ci debbano essere attività di responsabilità sociale come queste: le imprese sono parte della società e, come tali, devono contribuire alla crescita e al benessere del territorio.

**Un mese in più di congedo di maternità a tutte le collaboratrici**

## Unicomm investe sul futuro: l'azienda riconosce un mese di maternità in più alle collaboratrici

I fratelli Cestaro: «Pensiamo che sia il modo più efficace per costruire un futuro migliore per tutti noi»





Dati 2022

- ▶ **OLTRE 8.200 LE REFERENZE**  
DELLE MARCHE DEL DISTRIBUTORE DEL GRUPPO SELEX
- ▶ **1,73 MILIONI DI EURO**  
FATTURATO ALLA VENDITA DEI PRODOTTI MDD DEL GRUPPO SELEX
- ▶ **93,18% LA CRESCITA DEI FORNITORI**  
CON CERTIFICAZIONE D'ORIGINE TRA I PRODOTTI MDD RISPETTO AL 2021
- ▶ **42%**  
MATERIALE VERGINE NEGLI IMBALLAGGI CON MATERIALE RICICLATO
- ▶ **145 TONNELLATE**  
DI MATERIALE RISPARMIATO NEGLI IMBALLAGGI
- ▶ **95,15% DEI FORNITORI**  
DEI PRODOTTI MDD DEL GRUPPO SELEX SONO ITALIANI





# I PRODOTTI A MARCHIO DEL DISTRIBUTORE



La strategia di sostenibilità	51
Le marche del distributore del Gruppo Selex	55
La filiera dei prodotti MDD	64



# 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, periodicamente rivisti e integrati.

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

La proposta del Gruppo Commerciale trova il suo più grande riferimento all'interno delle sue marche del distributore.

Oltre **8.200** referenze alimentari e non alimentari delle marche del distributore del Gruppo Selex

Con **oltre 8.200 referenze alimentari e non alimentari**, Selex si impegna tutti i giorni per garantire al cliente una proposta affidabile e sicura, ma anche conveniente.

L'esperienza maturata in tutti questi anni ha permesso al Gruppo di godere di enormi successi, come dimostra il **fatturato alla vendita che, nel 2022, è stato di 1,73 miliardi di euro**, in costante crescita (**+12,6% rispetto al 2021**). Le parole d'ordine sono: qualità e sicurezza. I risultati ottenuti sono frutto di un lavoro iniziato alcuni anni fa per elevare ulteriormente la qualità dei prodotti e ampliare gli assortimenti, soprattutto delle linee premium e specialistiche con l'obiettivo di intercettare i nuovi trend di consumo.

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

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

	2022	2021	2020
Retail	1.613	1.450	1.379
Cash and Carry	113	82	64
<b>Totale</b>	<b>1.726</b>	<b>1.532</b>	<b>1.443</b>





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

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

### 4 pilastri fondamentali per sostenere la sostenibilità

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







## LE MARCHE DEL DISTRIBUTORE DEL 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% Selex.



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

Prodotti a marchio SELEX	2022	2021	2020
SELEX BASE	2.130	2.100	1.960
SAPER DI SAPORI	212	207	219
NATURA CHIAMA SELEX	412	468	313
VIVI BENE SELEX	89	79	74
VIVI BENE SELEX SENZA GLUTINE	20	20	20
PRIMI ANNI SELEX	47	44	51
CASA BELLA SELEX	227	240	221
EGO SELEX	53	49	41
AMICO MIO SELEX	82	84	83
VEGETALE 100% SELEX	13	13	13
<b>Totale</b>	<b>3.285</b>	<b>3.304</b>	<b>2.995</b>



## Prodotti a marchio **Selex**

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

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

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

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







## Prodotti a marchio VALE

VALE è la seconda marca del distributore del Gruppo Selex. Sicurezza e qualità sono i principi fondamentali, i requisiti di questa linea, che propone una scelta di 1.053 prodotti, dagli alimentari alle bevande, agli articoli per l'igiene e la detergenza della persona e della casa, selezionati con cura per cercare di soddisfare le esigenze di tutti.

Tra le linee proposte, **La Natura Vale** è la linea dedicata ai prodotti ottenuti esclusivamente con materie prime da **agricoltura biologica e da prodotti ortofrutticoli di filiera controllata**. Completa l'assortimento la linea di alta gamma Val Or, i prodotti salutistici sotto il marchio Star Bene Vale e i prodotti dedicati ai nostri amici animali con il marchio Stare Insieme Vale.

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

Prodotti a marchio Vale	2022	2021	2020
VALE BASE	823	826	882
VALE VAL OR	64	55	55
LA NATURA VALE	136	128	131
STAR BENE VALE	19	15	9
STARE INSIEME VALE	40	39	36
<b>Totale</b>	<b>1.082</b>	<b>1.063</b>	<b>1.113</b>





## 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.



**il gigante**

## Prodotti a marchio **CONSILIA**

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.

Il punto di forza della marca è la costante ricerca e incremento di prodotti dedicati a chi desidera fare scelte più **eco-sostenibili** da affiancare ai già presenti prodotti BIO: dai detersivi ecologici per la casa, realizzati da fonti rinnovabili con materie prime solo vegetali e biodegradabili e confezionati in plastica riciclata, ai detersivi per la persona, creme mani e corpo della linea Consilia BIO, priva

di PEG, silicani e coloranti artificiali. Tutti questi prodotti vantano le certificazioni AIAB Bio Eco Cosmesi e VeganOK.

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



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

Prodotti a marchio CONSILIA	2022	2021
Consilia base	1.843	1.809
Consilia Optima	163	167
Primi prezzi	169	236
<b>TOTALE</b>	<b>2.175</b>	<b>2.212</b>

**Consilia**  
il nostro miglior consiglio



## Prodotti a marchio SÙ e VANTO

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. Dagli oli alla pasta, al riso, ai surgelati: quasi 400 prodotti dall'ottimo rapporto qualità-prezzo e dall'elevato contenuto di servizio. La linea Vanto è dedicata ai professionisti del pulito ed è composta da articoli per la detergenza studiati per la clientela professionale.



### Numero referenze prodotti a marchio distinti per linea

Prodotti a marchio C+C	2022	2021	2020
Prodotti SÙ	373	389	347
Prodotti Vanto	221	213	252
<b>TOTALE</b>	<b>594</b>	<b>602</b>	<b>599</b>

## Gli altri prodotti a marchio



### Numero referenze prodotti a marchio distinti per linea

Prodotti a marchio DI FANTASIA	2022	2021	2020
HAPPY DI	56	61	72
ARMONIA & BENESSERE	99	95	88
CASAXCASA	-	33	33
LE VIE DELL'UVA	71	71	68
LA BONTÀ DEL PASTICCIERE	10	9	9
STORIE DI GASTRONOMIA	17	17	16
<b>TOTALE</b>	<b>253</b>	<b>286</b>	<b>286</b>



## Confezioni sostenibili MDD: il percorso di Selex

Continua anche nel 2022 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 marchio del distributore del Gruppo, in modo tale da ridurre l’impatto ambientale dei suoi prodotti.**

In particolare, al 31.12.2022, le referenze a marca del distributore con confezione sostenibile sono state:

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

Linea prodotto	N. referenze totali	N. referenze con packaging sostenibile	%
Marchio Selex	3.058	2.556	83,58%
Marchio Vale	1.053	973	92,40%
Marchio Consilia	2.208	1.533	69,43%
Marchio C+C	577	513	88,91%
Marchio Di Fantasia	251	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.





Rispetto agli obiettivi che Selex si è posta, nel 2021 e nel 2022 sono stati conseguiti i seguenti risultati:

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





## Selex dal 2020 si è posta i seguenti obiettivi



### RISPARMIO DI MATERIA PRIMA

Contenimento del consumo di materie prime impiegate nella realizzazione degli imballaggi e, di conseguenza, riduzione del peso a parità di confezione.

**145 TONNELLATE**

di materiali risparmiati negli imballaggi

**RIDUZIONE 14%**

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.

**910 TONNELLATE**

di materiali risparmiati negli imballaggi

**42% MATERIALE VERGINE**

negli imballaggi con materiale riciclato



### FACILITAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI RICICLO PER I CONSUMATORI

Il packaging dei prodotti a marchio 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.

**382 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.

**171 TONNELLATE**

di over pack eliminato dagli imballaggi





## Premio CONAI per il packaging della mozzarella a marchio Selex



**In particolare, la modifica al packaging della mozzarella a marchio Selex è stata premiata da CONAI, il Consorzio Nazionale Imballaggi per l'ecodesign.**

Questo successo è il frutto dell'impegno di Selex per ottimizzare l'impatto ambientale di tutte le confezioni dei propri prodotti a marchio con l'obiettivo di diventare sempre più sostenibile.

Selex è stata premiata da CONAI come una delle cinque super-vincitrici per l'applicazione di nuove tecnologie, che hanno permesso alla confezione di mozzarella di abbandonare il film multistrato in poliammide e polietilene e optare per un film monopolimero in polipropilene, riducendo lo spessore dell'imballaggio e abbattendo fino al 4% il suo peso.

Oltre all'importante riconoscimento, CONAI ha premiato Selex e le altre quattro super-vincitrici con un premio speciale di 10.000 euro ciascuna.





# 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 95,15% DEI FORNITORI**  
dei prodotti a marchio del Gruppo Commerciale Selex sono di origine italiana

▶ **85 SONO I FORNITORI**  
con certificazione d'origine da cui il Gruppo si rifornisce quotidianamente, per garantire prodotti di alta qualità **(+93,18% rispetto al 2021)**

▶ **253 SONO LE REFERENZE**  
tra le marche del distributore con certificazione d'origine, tra cui DOC, DOP e DOCG **(+ 31,77% rispetto al 2021)**





## La **tutela del lavoro** lungo la filiera

Sui propri **prodotti a marchio 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 un nuovo documento che viene inviato a tutti i nuovi fornitori in corso di valutazione.**

### REQUISITI DI PARTECIPAZIONE

Tale documento sintetizza l'impegno di Selex Gruppo Commerciale circa la sostenibilità in termini di requisiti del fornitore circa le certificazioni, l'ingredientistica e i 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 Organizzazione<sup>3</sup>;
- ▶ **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.

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





La strategia di sostenibilità del Gruppo Selex conta **quattro pilastri** di azione prioritari su cui focalizzare l'attenzione: ogni anno, per ognuno di questi pilastri, vengono fissati degli obiettivi da raggiungere.

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

Inoltre, Selex ha richiesto ai fornitori dei marchi del distributore di prestare la massima attenzione alla **tutela dei propri lavoratori**, in particolare per quanto riguarda lo sfruttamento di lavoro minorile, il rispetto dei diritti umani, della salute e sicurezza e dell'ambiente: proprio per questo motivo Selex Gruppo Commerciale ha deciso di richiedere a tutti i fornitori le cui produzioni richiedono ancora molto lavoro manuale delle certificazioni specifiche a tutela di quanto sopra.

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.

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





▶ **VALORIZZARE**  
LA FILIERA CORTA

▶ **FAVORIRE**  
IL MERCATO ITALIANO

▶ **PROMUOVERE**  
LE ECCELLENZE GASTRONOMICHE LOCALI



## I FORNITORI



L'importanza dei fornitori per le imprese del Gruppo	71
Iniziative e progetti	72



# 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 PER LE IMPRESE DEL GRUPPO

Se del rapporto con i fornitori a marca del distributore del Gruppo Selex se ne è ampiamente parlato nel capitolo dedicato ai prodotti MDD, questa sezione vuole focalizzare l'attenzione sul **rapporto tra le Imprese Socie del Gruppo Selex e i propri fornitori locali**.

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

Nel 2022 è proseguito il percorso portato avanti negli anni, valorizzando la **filiera corta**, attraverso la selezione dei prodotti e, quindi, dei fornitori con i quali ciascuna delle Imprese Socie ha instaurato rapporti più o meno duraturi.

All'interno dei punti vendita delle Imprese Socie è disponibile una vasta offerta di prodotti provenienti da **fornitori locali**, accuratamente scelti, in grado di assicurare prodotti ortofrutticoli freschi, stagionali e genuini a filiera corta, di tipicità ed **eccellenze gastronomiche locali**.

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

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





## INIZIATIVE E PROGETTI

# Imprese Socie

**ALFI**

### LE PERLE DI GULLI

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

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

Nel 2022, Alfi ha rinnovato l'incarico alle agenzie di tecnologia alimentare 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.

**Dare valore alle produzioni locali**

**ALÌ**

### A FIANCO DEI PRODUTTORI LOCALI

Nei punti vendita Alì si cerca di dare una spiccata attenzione ai fornitori locali, coloro che riescono a garantire prodotti eccellenti, di alta qualità e che valorizzano il territorio in cui viviamo.

Per stare a fianco di questi produttori locali e di queste aziende agricole, Alì ha ideato degli allestimenti ad hoc all'interno dei propri negozi, che diano spazio ai prodotti locali.

**Allestimenti ad hoc per i prodotti locali**





## CDS PROGETTO GAL

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.

**GAL TERRE NORMANNE**  
**un consorzio che unisce piccoli**  
**produttori della Sicilia**



## CDS ATTIVITÀ DI MONITORAGGIO FITOSANITARIO DELLE PRODUZIONI ORTOFRUTTICOLE

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

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





## DIMAR PROGETTO LOCALISMO "DA NOI A NOI"

Nel 2022 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.

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

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

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

**Diminuire l'impatto ambientale  
sui trasporti**



## DIMAR STESURA DI CAPITOLATI DI FORNITURA

Per la realizzazione e il controllo di alcune filiere di produzione legate al mondo ittico e al mondo della carne, Dimar ha realizzato degli audit specifici di filiera che hanno colpito non solo sui fornitori dei prodotti finiti, ma anche sui fornitori del settore primario (ad esempio i fornitori che hanno l'allevamento dei bovini, i fornitori che si occupano direttamente della gestione del pesce e i fornitori oviavicoli). In particolare, questi audit sono stati fatti sia per tutti i prodotti "senza marchio" all'interno dei punti vendita (carne, pesce, ortofrutta, gastronomia, panetteria e pasticceria), ma anche sui fornitori dei prodotti a marchio proprio Dimar e per quei fornitori locali con cui l'azienda collabora.

**Audit specifici di filiera**



GMF

## ESALTARE LE SPECIALITÀ REGIONALI

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

Una scelta orientata verso la riscoperta dei sapori genuini locali, grazie anche alla collaborazione con piccoli produttori locali. Per monitorare l'eccellenza dei prodotti, GMF prevede una costante attività di audit e di verifica di tutti gli Standard previsti dal capitolato di produzione. Oltre a questo, GMF è impegnata per ricercare fornitori locali anche per il settore ortofrutta, per quello delle carni, dei salumi, formaggi e di tutta la gastronomia, incentivando il consumo del prodotto di stagione. In generale, l'attenzione è quella di sensibilizzare il consumatore a fare delle scelte "locali", che valorizzino le specialità del territorio italiano e dei fornitori regionali.

### Progetto

### "Consorzio Sigillo Italiano"



MEGAMARK

## PROMOTORI DI PROGETTI ETICO-COMMERCIALI

Il primo progetto del Gruppo Megamark si chiama "Amano libera" e prevede la commercializzazione dei tradizionali taralli pugliesi fatti a mano da un gruppo di ragazzi detenuti ed ex detenuti di alcune carceri italiane coinvolti nel progetto "Senza sbarre" per offrire programmi alternativi alla detenzione e sostegno a giovani che hanno fatto un'esperienza carceraria. I taralli sono venduti in tutti i supermercati del Gruppo e nel 2022 sono stati acquistati oltre 160 mila confezioni. A questo progetto lavorano nel tarallificio circa 40 persone di diversa provenienza, tutti accomunati da una grande volontà di riscatto sociale. Il progetto, infatti, si pone come obiettivo quello di dare una seconda possibilità e, allo stesso tempo, di ridurre il rischio per le stesse persone di tornare a delinquere. Il secondo progetto è "IAMME", realizzato in collaborazione con l'associazione NO CAP e sviluppato con fornitori locali controllati da NO CAP. Questo progetto mira a contrastare la piaga del caporalato.

Grazie al progetto "IAMME", il Gruppo vende nei propri negozi passate, salse e pomodori pelati, oltre ad una vasta gamma di prodotti di ortofrutta a seconda della stagionalità. Nel 2022 sono stati acquistati oltre 130 mila pezzi di prodotti grocery (salse, passate e pelati) e più di 600.000 confezioni di prodotti ortofrutta (zucchine, finocchi, insalate IV gamma, fragole, arance, peperoni, cavolfiori, etc.). Il progetto punta a ridare dignità a tutti i lavoratori, garantendo loro una paga dignitosa e un regolare contratto di lavoro.

### Progetto "Amano libera"





## MEGAMARK FORNITORI LOCALI & FORNITORI BIO

Nel 2022 il Gruppo Megamark ha inserito nel suo parco fornitori 56 nuovi partner locali, di cui 19 per la Puglia, 36 per la Campania e 1 per la Calabria. Nel Molise è stato portato avanti un progetto di valorizzazione di un fornitore locale con l'iniziativa "I Molisani": si tratta di 7 prodotti appartenenti alla categoria ortofrutta che cambiano a seconda della stagionalità, coltivati nella regione del Molise ed evidenziati a scaffale con il cartellino "prodotto locale" in un'esposizione preferenziale. Inoltre, nel 2022, Megamark ha iniziato a collaborare con un nuovo fornitore di prodotti bio, grazie al quale è stato possibile inserire a scaffale 6 nuove referenze biologiche tra estratti e salse humus.

### Progetto di valorizzazione con l'iniziativa "I Molisani"



## MAGAZZINI GABRIELLI SICUREZZA ALIMENTARE

Magazzini Gabrielli ritiene di fondamentale importanza il tema della sicurezza alimentare e della tracciabilità dei prodotti commercializzati. A tal proposito, l'intera filiera è chiamata a rispettare rigidi protocolli e normative stringenti. Ogni anno e con cadenza quotidiana vengono effettuati controlli riguardanti l'igiene e la salubrità, per assicurare la completa trasparenza. Grazie all'operatività HACCP, l'azienda ha la possibilità di mettere in atto un insieme di procedure che mirano a garantire la sicurezza alimentare nelle varie fasi di produzione, vendita, trasporto e somministrazione di alimenti. Nel 2022, ad esempio sono stati effettuati 715 tamponi - ovvero analisi delle superfici di lavorazione, delle celle frigo, degli utensili e di tutti i macchinari - per valutare l'eventuale stato di contaminazione microbiologico e 71 prelievi di acqua per verificare lo stato di conformità.

### Sicurezza alimentare e della tracciabilità



## MAGAZZINI GABRIELLI FORNITORI LOCALI

La partnership con i fornitori locali rappresenta una leva strategica per la Magazzini Gabrielli, che ha da sempre l'obiettivo di crescere insieme al proprio territorio.

Valorizzare i localismi vuol dire condividere tradizioni e valori, consolidare sinergie, sperimentare e sviluppare progetti sempre nel rispetto degli alti standard qualitativi e di sicurezza necessari.

Nel 2022 il fatturato complessivo realizzato con i fornitori di merce locali è stato pari a 125,7 milioni di euro, con una crescita del 10,6% rispetto al dato del 2021, anno in cui il fatturato era di 113,6 milioni di euro.

**Condividere tradizioni e valori**



## PASSIONE PER LA NOSTRA TERRA

Dall'amore e dal rispetto per il nostro territorio, nasce la linea Fatti Buoni, **prodotti accuratamente selezionati** che prediligono la filiera corta, realizzati con tutta la sapienza e l'esperienza di chi tramanda con cura la tradizione.





## IL GIGANTE LA NUOVA LINEA DI PRODOTTI A MARCHIO "ASSAGGI E PAESAGGI"

Nel 2022 il Gigante ha lanciato una nuova linea di prodotti a marchio chiamata "Assaggi e Paesaggi".

La linea è volta a ricercare e portare sulla tavola dei consumatori prodotti di alta qualità e della migliore cultura gastronomica del luogo, nonché autentici perché racchiudono i veri sapori della tradizione.

Assaggi e Paesaggi ambisce a far conoscere e gustare le eccellenze alimentari del territorio, scelte con cura, guidando il cliente in un percorso ideale che unisce le migliori esperienze culinarie italiane e dal mondo.

**"Assaggi e Paesaggi"  
prodotti di alta qualità**



Assaggi  
e paesaggi

# UN PERCORSO ALLA SCOPERTA DI LUOGHI E SAPORI



Assaggi e Paesaggi ti porta a conoscere e gustare le eccellenze alimentari di un territorio, scelte con cura guidandoti in un percorso ideale che unisce la passione per il buon cibo alla voglia di vivere le migliori esperienze culinarie.

[www.assaggiapaesaggi.it](http://www.assaggiapaesaggi.it)



## SUPEREMME PROMUOVERE L'ECONOMIA DEL TERRITORIO

Il localismo ci sta a cuore. Il pay off che accompagna il logo di Superemme, "Sardi come voi", è l'espressione massima di questo sentimento.

Il Gruppo desidera essere protagonisti dello sviluppo della Sardegna, pronti ad accogliere la novità, il progresso e l'innovazione, sempre nel rispetto del territorio, dei prodotti e delle millenarie tradizioni locali.

Nel 2022 il 99% dei fornitori totali di Superemme è localizzato in Italia, di cui il 24% 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"**





## GRUPPO UNICOMM LA COLLABORAZIONE CON IFCO

IFCO, leader mondiale nella fornitura di soluzioni di imballaggio in plastica riutilizzabili per alimenti freschi, ha istituito una certificazione di sostenibilità per i retailer in Europa e Nord America. IFCO è tra le società di logistica più sostenibili a livello mondiale e traina il settore verso una sempre maggiore responsabilità sociale (CSR).

Per questo, i retailer che ricevono il certificato di sostenibilità di IFCO beneficiano di prove tangibili e credibili del loro impegno per la protezione dell'ambiente e per la sostenibilità. Il Gruppo Unicomm, con le sue aziende Arca, GMF e Unicomm Srl, è impegnato da anni nell'utilizzo di imballaggi sostenibili e, anche nel 2022, ha ricevuto il certificato di sostenibilità IFCO, prova tangibile e credibile dell'impegno per la protezione dell'ambiente e per la sostenibilità.

### Utilizzo degli imballaggi sostenibili

## 2021 RISPARMI AMBIENTALI

### Prosperare insieme grazie all'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 Unicomm

Insieme abbiamo risparmiato:

1.745.087

kg di CO<sub>2</sub>e



eliminazione dalle

strade di

1.027

auto all'anno

31.120

m<sup>3</sup> d'acqua



691.545

docce da

5 minuti

110.945

GJ di energia



58.634

lampadine

all'anno

891.248

kg di rifiuti solidi



Rifiuti solidi prodotti

quotidianamente da

685.576

persone

158.544

kg di danni ai prodotti



264.241

pasti di

media entità



I risparmi ambientali effettuati grazie alle RPC IFCO sono stati quantificati in base agli studi di valutazione del ciclo di vita (Life Cycle Assessment o LCA) condotti da Franklin Associates and Fraunhofer IBP ai sensi dello standard ISO 14040/14044 e verificati da esperti indipendenti. I risparmi in termini di sprechi alimentari sono stati quantificati in base a uno studio condotto dal Fraunhofer Institute e dall'Università di Bonn.

Michael Pooley

Chief Executive Officer

Iñigo Canalejo

Vice President ESG

Francesca Amadei

Vice President South Europe



Dati 2022

▶ **5% CRESCITA FATTURATO**  
DELLE MARCHE DEL DISTRIBUTORE DEL  
GRUPPO SELEX

▶ **20% CRESCITA DEI CLIENTI**  
REGISTRATI SULLA PIATTAFORMA  
COSÌCOMODO

▶ **COMEMANGIO.IT**  
IL PORTALE DEL GRUPPO SELEX CHE  
PROMUOVE L'EDUCAZIONE ALIMENTARE

▶ **OLTRE 722 MILIONI DI EURO**  
IL RISPARMIO GENERATO DA SELEX  
VERSO LE FAMIGLIE ITALIANE GRAZIE  
ALLE ATTIVITÀ DI PROMOZIONE





## I CLIENTI



Accrescere la soddisfazione dei clienti	83
La tutela del potere d'acquisto	90
Iniziative e progetti	92



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

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

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

I numeri verdi sono due:

Numero Verde  
**800 992 992**

il numero verde per i prodotti a marchio del distributore Selex

Numero Verde  
**800 903 901**

il numero verde per i prodotti a marchio Consilia (novità 2022)

Il **Customer Care** del Gruppo Selex prende tempestivamente 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

Oltre ai numeri verdi grazie ai **social network**: Twitter, Instagram e Facebook dove è possibile parlare e ascoltare in tempo reale i clienti e i consumatori, prendendo in carica rapidamente tutte le segnalazioni. Tramite LinkedIn il Gruppo comunica con il mondo dei professionisti.

Questa differenziazione degli strumenti permette al Gruppo di tracciare tutte le richieste, di rispondere con tempismo alle domande dei consumatori e di analizzare i dati raccolti secondo varie direttrici (per prodotto, per punto vendita, per cliente).

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



## 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.

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 40.000 determinazioni analitiche<sup>4</sup> effettuate**. I risultati di tali analisi vengono valutati e condivisi con i fornitori. Inoltre, è garantito un costante aggiornamento in ambito normativo di settore a cura di Studi Legali e con a partecipazione a corsi di formazione e seminari.

Grazie al supporto di un'Azienda specializzata, Selex ha sviluppato un sistema di comunicazione/contatto diretto con i propri consumatori per la **raccolta continua di nuovi feed back dall'esterno**. Con una frequenza periodica i prodotti a marchio del distributore sono sottoposti al giudizio di un panel rappresentativo di consumatori. Grazie a questa attività il Gruppo Selex ha la possibilità di cogliere importanti spunti per migliorare l'offerta dei suoi prodotti sugli scaffali.

<sup>4</sup> Con determinazioni analitiche si intende la somma di tutte le attività svolte in laboratorio



**Così Comodo**  
LA SPESA FATTA IN CASA

## IL PORTALE COSÌCOMODO PER UNA SPESA SEMPRE PIÙ PRATICA E VELOCE

CosìComodo è il progetto di eCommerce del Gruppo. Con un pilota partito nel 2016, nel corso degli anni si è rapidamente evoluto raccogliendo al 31.12.2022 l'offerta online di 6 soci Selex, per un totale di 9 Insegne, tra supermercati e ipermercati, affiancando al più tradizionale servizio clicca & ritira anche la consegna a domicilio.



**I negozi attivi con il servizio di ritiro in negozio sono 77, quelli con il servizio "drive" sono 42, mentre i CAP serviti in modalità "a casa" sono oltre 650.**

**+ 5% FATTURATO**

**+ 2% INCREMENTO**

ORDINI DEI CLIENTI FEDELI

**+ 50% NUOVI CLIENTI**

SULLA PIATTAFORMA

**+ 60% ORDINI**

DA SMARTPHONE SULLE VENDITE TOTALI

L'esperienza ha reso estremamente performante CosìComodo. Il suo successo è stato consolidato anche da continui investimenti evolutivi, capaci di creare un ecosistema tecnologico di alto livello che supporti la vendita al cliente fin dalla acquisizione dell'ordine online, passando alla gestione del prelievo della merce fino alla consegna, con sistemi di assistenza e instradamento della delivery.

L'apprezzamento dei clienti si è tradotto in un **costante incremento nella fedeltà all'utilizzo del servizio**. Il 2020, con l'emergenza Covid, ha rappresentato un importante banco di prova che ha registrato un **aumento esponenziale delle richieste**, realizzando una **crescita dei volumi del 280% con punte del 370% durante il lockdown**. **L'andamento positivo si è confermato nel 2021**, concludendo l'anno con una crescita del 23,5%.

Dati 2022





## Alcuni progetti lanciati nel 2022

**MIGRAZIONE SU NUOVA PIATTAFORMA** ECOMMERCE IN CLOUD

SISTEMA DI **E-MAIL MARKETING** AUTOMATION INTEGRATO E AUTOMATIZZATO

**INTEGRAZIONE** TRA VOLANTINO SFOGLIABILE ONLINE E SCHEDA PRODOTTO ACQUISTABILE SU ECOMMERCE DELL'INSEGNA

**NUOVE MECCANICHE PROMOZIONALI**

SISTEMA DI **DIGITAL ADOPTION** PER GUIDARE GLI UTENTI PASSO PASSO NELLA SCOPERTA DELLE NUOVE FUNZIONALITÀ

**EVOLUTIVE AL SISTEMA DI PICKING E DI DELIVERY**

**MIGLIORAMENTO DELLE PERFORMANCE** COMPUTAZIONALI PER VELOCIZZARE LA NAVIGAZIONE UTENTE

**REVISIONE E SEMPLIFICAZIONE** DEL TERZO STEP DEL CHECKOUT (PAGAMENTI)

Importanti **novità** sono già **in fase di sperimentazione per il 2023**, tra cui una piattaforma integrata per suggerire i prodotti più affini al comportamento d'acquisto dell'utente e un sistema di checkout per le app IOS e Android, o anche il lancio della campagna di brand awareness a livello nazionale.



 **comemangio.it**

Il portale che promuove  
l'educazione alimentare



 **comemangio.it**

Come conservo



 **comemangio.it**

Come cucino







## EDUCARE IL CONSUMATORE ALLA SANA ALIMENTAZIONE

### Il portale che promuove l'**educazione alimentare**

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



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

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

Nel 2022 è stata portata avanti l'attività editoriale all'interno della sezione **"News"**, all'interno della quale i consumatori possono trovare **diverse rubriche costantemente aggiornate**, con una frequenza di due volte al mese. All'interno di questa sezione è possibile trovare tante curiosità sulla frutta e sulla verdura di stagione, le ricorrenze e le giornate mondiali collegate al cibo, i falsi miti legati al mondo della sana alimentazione e tanti utili consigli per tutti i giorni per aiutare a ridurre gli sprechi in cucina.



# LA TUTELA DEL POTERE D'ACQUISTO

## Il nostro **rapporto qualità – prezzo**

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

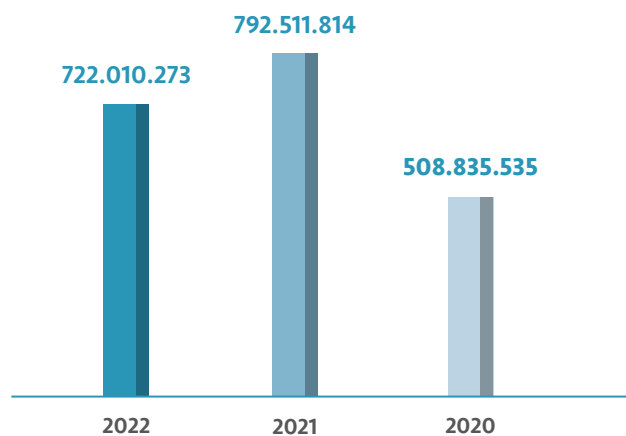
L'offerta di prodotti convenienti, sicuri e di qualità assicura ai clienti un sensibile risparmio sulla spesa quotidiana. Le iniziative promozionali sui prodotti di marca rivestono un ruolo centrale tramite la proposta di importanti sconti.

**Nello specifico, le offerte e le proposte promozionali del Gruppo durante l'anno 2022 hanno permesso un risparmio di oltre 722 milioni di euro ai clienti.**

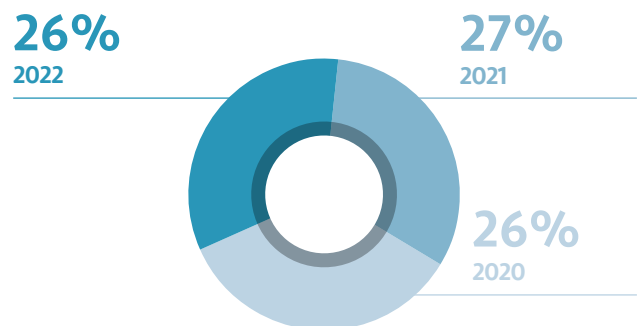
Un altro importante indicatore che misura l'impegno nella tutela del potere d'acquisto della clientela è la pressione promozionale, ossia l'incidenza dei prodotti venduti in promozione sul totale delle vendite.

**La pressione promozionale nel 2022 è stata pari al 25,80%.**

### **Risparmio** delle famiglie italiane 2020- 2022 (in euro)



### **Pressione promozionale** (in %)





## SPESA DIFESA

### LA CAMPAGNA DI SELEX PER COMBATTERE L'INFLAZIONE



Considerando il difficile contesto socioeconomico per il nostro Paese, Selex, in quanto leader di mercato, crede fortemente che sia necessario mettersi al servizio dei propri consumatori, con l'obiettivo di proteggere il potere d'acquisto delle famiglie. È a questo proposito che, a febbraio 2022, Selex Gruppo Commerciale ha lanciato SPESA DIFESA, una campagna nazionale che pone l'accento sulla qualità oggi ancora più conveniente dei prodotti Selex ([www.prodottiselex.it](http://www.prodottiselex.it)).

Grazie a questa iniziativa, Selex ha voluto difendere i consumatori dal rincaro dei prezzi, con iniziative dedicate sui prodotti a marchio acquistabili in tutti i supermercati del Gruppo e tramite l'e-commerce COSICOMODO.IT.

Il protagonista di questa campagna è il supereroe della convenienza, armato di "scudo anti inflazione", che difende i consumatori contro i rincari nel carrello della spesa. Nella lotta, lo scudo raffigura il logo di Selex Gruppo Commerciale ed è diventato il simbolo dell'ampia gamma di prodotti a marchio del distributore.

Dopo la pianificazione dello spot principale in televisione, l'eroe protagonista ha affrontato nuove avventure in una serie di cortometraggi rilanciati sui canali digital e sulla tv On Demand. Si tratta di un linguaggio inedito per la Grande Distribuzione Organizzata che il Gruppo Selex ha deciso di sfruttare per la prima volta grazie ai meccanismi dei cinematici hollywoodiani, per portare tra le corsie dei supermercati il personaggio in grado di proteggere la qualità e il valore degli acquisti.

# INIZIATIVE E PROGETTI

## Imprese Socie

**ALFI**

### TRASPARENZA VERSO I CLIENTI

Nell'anno 2022 Alfi si è impegnata per implementare sul proprio sito una sezione dedicata interamente al richiamo dei prodotti sul commercio e, contemporaneamente, ha migliorato ed ottimizzato la parte relativa al marchio "Perle di Gulli" con cui esprime il proprio posizionamento rispetto ai prodotti Made In Italy.

**Prodotti Made In Italy**

**MEGAMARK**

### A DIRETTO CONTATTO CON IL CLIENTE

Megamark nel 2022 ha implementato i suoi canali social e ha creato per la prima volta un nuovo canale di comunicazione con il cliente finale. Si tratta di un metodo veloce ed immediato ormai utilizzato dalla maggior parte dei consumatori: WhastApp.

Tramite questo canale, Megamark è in grado di comunicare ai propri clienti le iniziative promozionali, le extra offerte e tanto altro ancora. A dicembre 2022, ad esempio, il concorso con i buoni spesa è stato gestito specialmente tramite questo nuovo canale social.

**Nuovo canale di comunicazione con il cliente**





## MAGAZZINI GABRIELLI

### FAVORIRE LA DIGITALIZZAZIONE DEI NOSTRI SERVIZI VERSO IL CLIENTE

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

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

Nel corso del 2022 è stato registrato un aumento delle attività di CRM in quanto rivolte ad un numero più ampio di consumatori grazie allo sviluppo di iniziative riservate a target di clienti individuati sulla base di parametri diversi dalla spesa, come ad esempio la sensibilità alle operazioni a punti. Inoltre, nel corso del 2022 la Magazzini Gabrielli ha deciso di incrementare la percentuale di sconto alla cassa destinata a tutti i dipendenti e collaboratori del Gruppo, portandola dal 5% al 10%.

### “Marketing ONE to ONE”



ENTRA NEL  
**MONDO UNIKA!**



**TANTI VANT@GGI**  
SEMPRE A PORTATA DI MANO  
Sconti riservati, catalogo premi e raccolte punti.

Registrati entro il **29 Giugno** e  
**RICEVI UN BUONO SCONTO DA 5 €.**

- 1 Scarica l'**APP OASI TIGRE**
- 2 Imposta il tuo supermercato  
**TIGRE DI ROMA VIA CARCANI**  
come negozio preferito



**RICEVI LA TUA CARTA UNIKA DIGITALE**

Entro 1 settimana dalla registrazione,  
riceverai il **buono sconto**

#UNIKAMBIENTE | #UNIKAPUNTI | #UNIKASCONTI





## 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.

### Campagna "Prezzi Bassi Sempre"



## SUPEREMME COMBATTERE L'INFLAZIONE

Dato il momento storico di grande difficoltà che il nostro Paese sta affrontando, Superemme ha profuso un grande sforzo per cercare di 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, limitando al massimo l'impatto sul potere d'acquisto dei clienti. Superemme sui suoi prodotti in esclusiva della MDD ha assorbito il 50% dell'aumento dei costi, garantendo sempre più offerta di qualità a prezzi convenienti. In modo simile ha operato su frutta e verdura, dove è stato assorbito circa il 35% dei maggiori costi. Inoltre, Superemme ha promosso in tutti i Supermercati Pan il concorso "puoi vincere la spesa per un anno" con il quale è stata garantita una vittoria di oltre 3.500 buoni spesa per un montepremi complessivo di 70.000 euro.

### Ridurre e rallentare la crescita dei prezzi



## SUPEREMME INNOVAZIONE DI REPARTO

Nel percorso di innovazione e sostenibilità che Superemme sta promuovendo in tutta la rete, vengono sposati proattivamente tutti i progetti che consentono di accrescere l'innovazione tecnologica nel punto vendita, migliorare la comunicazione con i clienti e ridurre i materiali di consumo. A tal proposito, nel 2022 sono stati introdotti due nuovi strumenti digitali. Da una parte il Gruppo si è impegnato per implementare una piattaforma web per la pubblicazione del volantino digitale con l'obiettivo di razionalizzare e ottimizzare le numeriche dei volantini distribuiti. Grazie a questo progetto è stato possibile ridurre le copie cartacee stampate registrando un notevole risparmio di carta ed inchiostro. Il secondo progetto sviluppato ha avuto come ambito quello della "digital strategy" che ha permesso di tracciare con precisione il profilo dei clienti, creando relazioni più profonde e aumentando la fidelizzazione degli stessi.

### Innovazione e sostenibilità



## UNICOMM E GMF RISPONDERE ALLE ESIGENZE DI ALCUNE PARTICOLARI CATEGORIE DI CONSUMATORI

Anche durante il 2022, in alcuni Supermercati di Unicom e di GMF sono stati dedicati degli sconti ad alcune fasce di consumatori: il martedì è, ormai da diversi anni, il giorno in cui i clienti over 65 possono usufruire di uno sconto pari al 10% del totale della propria spesa mostrando la carta Argento.

### Sconti ad alcune fasce di consumatori



**MEGLIO UN GRANDE SCONTO CHE UN GRANDE SPRECO**  
non buttiamo cibo è un bene prezioso.

Ogni sera, un'ora prima della chiusura, **SCONTO 50%** su carne e pizza, cucinati in giornata.

**AVERE CIBO NON È MAI SCONTATO!**





UNICOMM E GMF

## MEGLIO UN GRANDE SCONTO CHE UN GRANDE SPRECO

Durante il 2022, Unicommm e GMF hanno condotto all'interno dei propri punti vendita una serie di iniziative volte a sensibilizzare maggiormente i propri clienti sul tema dello spreco alimentare per incentivare ad una spesa consapevole.

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

**Incentivare ad una spesa consapevole**



## GRUPPO UNICOMM AUTISMO: ORA BLU NEI SUPERMERCATI

L'Ora Blu, prende il nome dal colore blu simbolo della Giornata Mondiale della Consapevolezza dell'Autismo che ricorre il 2 aprile di ogni anno. L'Ora Blu è un importante appuntamento per le persone nello spettro autistico e per i loro cari.

Da qualche anno si svolge ogni ultimo martedì del mese nei punti vendita Emisfero, Famila ed Emi, dalle ore 16.00 alle ore 18.00: le luci, i suoni e la musica sono attenuati per diminuire gli stimoli sensoriali e migliorare l'accoglienza e l'inclusione delle persone con autismo. Le famiglie riconoscono il valore dell'iniziativa "Ora Blu" che rappresenta un momento di sensibilizzazione dell'opinione pubblica circa un disturbo che riguarda una quota sempre maggiore della popolazione. Il supermercato, normalmente ricco di stimoli sonori e visivi, diventa una occasione informativa e conoscitiva delle diverse tipologie di funzionamento dell'autismo con caratteristiche specifiche riguardanti il comportamento, la comunicazione verbale e non verbale, l'interazione sociale, l'ipersensibilità sensoriale.

### Giornata Mondiale della Consapevolezza dell'Autismo

**OGNI ULTIMO MARTEDÌ DEL MESE**

**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



Dati 2022

▶ **7.388.847 EURO**  
RISORSE INVESTITE PER SOSTENERE  
INIZIATIVE SUL TERRITORIO

▶ **1 MILIONE E 200 MILA EURO**  
DEVOLUTI IN MENO DI 3 SETTIMANE A  
SOSTEGNO DEL POPOLO UCRAINO

▶ **OLTRE 2 MILIONI DI KG**  
DI PRODOTTI DONATI DAL GRUPPO

▶ **OLTRE 125.000 EURO**  
SOSTEGNO AD AIRC CON LE "ARANCE  
ROSSE PER LA RICERCA" NEL 2022





# IL TERRITORIO E LA COMUNITÀ



Conoscere i bisogni del territorio  
Iniziative e progetti

99  
110



# 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 la promozione di iniziative di inclusione sociale e di sostegno concreto al territorio nazionale è sempre stato un elemento centrale e caratterizzante nel rapporto con le proprie Imprese Socie. Per Selex, infatti, parlare di inclusione sociale vuol dire raccontare della vicinanza al territorio e considerando il profondo legame che lega le singole Imprese Socie ai propri consumatori, è inevitabile che il Gruppo Selex ponga l'impegno alla comunità locale come uno dei pilastri più importanti su cui investire risorse e dedicare nuove progettualità.

Nel 2022 il Gruppo Selex ha proseguito con crescente convinzione il proprio percorso di impegno sui temi della responsabilità sociale, sviluppando numerose iniziative a livello nazionale e locale.

Nel 2022 le Insegne del Gruppo Selex<sup>5</sup> hanno investito risorse per sostenere iniziative sul territorio per un valore totale di **7.388.847 euro**, a supporto di enti del Terzo Settore per attività sociali, sportive e culturali.

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

**Nel 2022, come illustrato sotto, sono molti i progetti che sono stati sviluppati da parte della Centrale Selex a cui hanno aderito le singole Imprese Socie.**

**7.388.847 EURO**

risorse investite nel 2022 per sostenere iniziative sul territorio



<sup>5</sup> Le aziende che hanno fornito il dato sulle donazioni e sponsorizzazioni effettuate nel 2022 sono 13 su 18.





## UN PAESE IN DIFFICOLTÀ TUTTI PER L'UCRAINA

**A fine marzo 2022 la Centrale Selex ha lanciato un appello nazionale a tutte e 18 le sue Imprese Socie, chiedendo ai clienti di essere insieme "Tutti per l'Ucraina".**

Un progetto di solidarietà che in poco più di 3 settimane, grazie al **coinvolgimento di 14 Imprese Socie, sparse sul territorio con oltre 2.000 punti vendita**, (Famila, A&O, Dok, Elite, Emi, Emisfero, Gala, Il Gigante, Italmark, Mega, Mercatò, Pan, Si con te, Galassia, Dipiù), ha ottenuto un risultato importante. Con la donazione di 2€ da parte dei Clienti, che molte Imprese Socie hanno raddoppiato, oggi il Gruppo Selex è in grado **devolvere a Medici senza Frontiere un valore complessivo pari a 738.086 euro.**

**738.086 EURO**

devoluti a Medici senza Frontiere

La donazione ha sostenuto l'intervento di Medici Senza Frontiere ai **bisogni medici e umanitari della popolazione in Ucraina, dei rifugiati in Polonia, Ungheria, Moldavia, Slovacchia, Bielorussia e Russia e nell'accoglienza delle persone in fuga in Italia**, anche attraverso il supporto psicologico e socio-sanitario.

L'operazione nazionale "Tutti per l'Ucraina" è stata inoltre affiancata da **iniziative regionali che alcuni Soci hanno promosso** per sostenere Enti attivi nell'emergenza come **Caritas, Spesa Sospesa, Croce Rossa Italiana**, arrivando così ad oltrepassare complessivamente **1 milione e 200 mila euro di donazioni.**

Si sono infatti aggiunte anche le donazioni raccolte dalle nostre aziende venete **Ali e Cadoro** che hanno scelto la Croce Rossa italiana, alla quale hanno devoluto in totale 230.000 euro. In Puglia, **Megamark** ha istituito il bando Orizzonti Solidali a favore della popolazione dell'Ucraina rifugiata nella regione: a disposizione delle Associazioni del Terzo settore 250.000 euro.

**LA POPOLAZIONE  
UCRAINA  
HA BISOGNO  
DI NOI.  
DONA ALLA CASSA **2**  
EURO**





## IL SOSTEGNO ALLE SCUOLE E ALLA SOSTENIBILITÀ CON: **TUTTI PER LA SCUOLA**



**1.545**  
**ATTREZZATURE**  
**DONATE NEL 2022**

**5.979** ISTITUTI SCOLASTICI  
ADERENTI AL PROGETTO  
"TUTTI PER LA SCUOLA"

**77.865** EURO  
IL VALORE DELLE ATTREZZATURE  
DONATE NELLE SCUOLE NEL 2022

A distanza di **10 anni dal primo debutto**, nel 2022 il Gruppo Selex ha rinnovato l'iniziativa "Tutti per la scuola", un progetto rivolto alle scuole dell'infanzia e alle scuole primarie paritarie e pubbliche di tutta Italia. Il progetto nasce per **aiutare le scuole a trovare una soluzione alternativa alla mancanza di disponibilità di materiali didattici** a causa dei tagli che si ripercuotono sulla "cassetta degli attrezzi" degli insegnanti.

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



Nel 2021, in corrispondenza dell'anno scolastico 2021/2022, "Tutti per la Scuola" ha promosso un progetto chiamato **"Happy Green School"**, dedicato alle scuole primarie di tutta Italia. Questa iniziativa si è posta come obiettivo quello di promuovere l'educazione alla sostenibilità nelle scuole del territorio nazionale.

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

**1.512** ISTITUTI SCOLASTICI  
ADERENTI AL PROGETTO  
"HAPPY GREEN SCHOOL"

**700** IL NUMERO DI INSEGNANTI  
COINVOLTI NELLE SCUOLE

**41** LE CLASSI PARTECIPANTI  
AL CONTEST PER LA REALIZZAZIONE  
DELLA SCUOLA SOSTENIBILE PER IL  
FUTURO

**15** LE CLASSI  
VINCITRICI DEL CONTEST

**39.335** EURO  
IL VALORE COMPLESSIVO DONATO PER LA  
REALIZZAZIONE DEI PROGETTI VIRTUOSI  
SELEZIONATI

Per tenere alta l'attenzione su queste tematiche, all'interno del progetto "Happy Green School" è stata integrata anche una proposta ludico-educativa di grande valore: il lancio di un contest per le classi, che ha attivato i bambini e le loro famiglie per realizzare un **progetto di scuola sostenibile per il futuro**.

# LO SAPEVI CHE POSSIAMO FINANZIARE LA SCUOLA DEI TUOI FIGLI?

SCOPRI COME, SCATTA UNA FOTO A QUESTA LOCANDINA  
E CONDIVIDILA CON I TUOI AMICI E REFERENTI SCOLASTICI



Le scuole hanno avuto la possibilità di iscriversi al contest e di presentare il proprio progetto fino al 14 marzo 2022, raccontando la loro visione di sostenibilità con interventi concretamente realizzabili all'interno del loro edificio scolastico, una lista di strumenti necessari e una previsione di budget per realizzare il progetto.

Le **41 classi partecipanti** all'iniziativa sono arrivate da ogni parte dell'Italia e i **15 progetti più virtuosi** sono stati selezionati da una giuria sulla base di criteri ben definiti, tra cui: l'integrazione della sostenibilità nella proposta di progetto, l'originalità della soluzione proposta, la creatività, la capacità e l'idoneità per la concreta realizzazione del progetto e la replicabilità presso altri istituti in tutta Italia.

I vincitori sono stati annunciati nel mese di maggio 2022 e le loro iniziative sono state **finanziate da Selex**, nell'ambito del progetto "Tutti per la scuola" per il **valore di 36.886 euro** a cui si sono aggiunti ulteriori 2.449 euro donati dalle famiglie tramite piattaforma gofoundme.com, raggiungendo così il **valore complessivo di 39.335 euro**.



## Lotta allo spreco alimentare



### IL PROGETTO **TOO GOOD TO GO**

#### Too Good To Go

Nell'ultimo anno il nostro Paese ha dovuto rispondere ad un'esponentiale crescita dell'inflazione globale, che sta generando forti preoccupazioni nella popolazione.

È all'interno di questo scenario che si stanno quindi modificando le abitudini di consumo degli italiani, come dimostrano i dati sull'anno passato di Too Good To Go, il più grande marketplace al mondo per le eccedenze alimentari. Dall'inizio dell'inflazione nel 2022 ad oggi, Too Good To Go ha infatti registrato un importante incremento dell'utilizzo dell'app da parte degli utenti, che trovano nella piattaforma

la **garanzia di consumare cibo di qualità ad un costo vantaggioso**, un terzo del prezzo al dettaglio, **riducendo allo stesso tempo gli sprechi alimentari lungo la filiera**.

Nel 2022, l'app di Too Good To Go ha segnato un incremento del +51% di download, arrivando a contare a fine anno in Italia quasi 6 milioni di utenti (5.862,653). Il servizio ha interessato anche i commercianti, con una crescita del 40% delle aziende e negozi partner che nel 2022 hanno iniziato ad utilizzare Too Good To Go per i loro prodotti.

**+51% DOWNLOAD**  
dell'app di Too Good To Go

**34.570 PASTI SALVATI**  
Magic Box vendute







Fra le realtà che si sono unite alla mission anti-spreco dell'app vi sono alcune insegne del Gruppo Selex: **Famila, Gala Supermercati, Mercatò, Sole365, A&O, Supermercati Pan, Tigre e Dok.**

Le insegne	2022 <sup>6</sup>		
	Store sull'App	Pasti salvati (magic box vendute)	CO <sub>2</sub> Risparmiata <sup>7</sup> (kg)
di cui: MERCATÒ	13	4.456	11.140
di cui: TIGRE	26	6.477	16.193
di cui: GALA	2	1.245	3.113
di cui: FAMILA	4	6.918	17.295
di cui: SOLE 365	51	14.787	36.968
di cui: DOK	3	123	308
di cui: PAN	1	7	18
di cui: A&O	6	557	1.393
<b>TOTALE</b>	<b>106</b>	<b>34.570</b>	<b>86.428</b>

Fonte: Fondazione Too Good To Go



<sup>6</sup> I dati indicati all'interno della tabella provengono dal report di Too Good To Go e fanno riferimento al periodo 1.1.2022 - 31.12.2022.

<sup>7</sup> Come specificato da Too Good To Go all'interno del report riassuntivo: Magic Box venduta = 2,5 kg di CO<sub>2</sub> 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



Anche per il 2022 Selex ha continuato la collaborazione con Banco Alimentare che promuove il recupero delle eccedenze alimentari e la redistribuzione alle strutture caritative che sostengono le persone in difficoltà.

Solo nel 2022 Banco Alimentare è riuscito a raccogliere 110.000 tonnellate di cibo, salvandone dallo spreco 42.500, donandole a oltre 1 milione e 750 mila persone e famiglie bisognose su tutto il territorio italiano. 1.340 punti di vendita della rete Selex hanno aderito alla Giornata della Colletta Alimentare, il più

partecipativo evento di solidarietà promosso da Banco Alimentare e reso possibile solo grazie al contributo e al coinvolgimento dei clienti del Gruppo in una maratona di generosità.

**Nel 2022 sono stati 1.340 i punti vendita delle imprese del Gruppo che hanno aderito alla Giornata Nazionale della Colletta Alimentare, raccogliendo 883.933 kg di prodotti alimentari per un valore complessivo di circa 3.362.000 euro.**

	2022	2021	2020 <sup>8</sup>
Punti vendita aderenti alla colletta di Banco Alimentare	1.340	674	855
Prodotti donati (kg)	883.933	514.686	260.007
Valore stimato delle donazioni (Euro)	3.362.000	2.570.000	545.123

Fonte: Fondazione Banco Alimentare

<sup>8</sup> Nel 2020 i numeri sono inferiori rispetto a quelli registrati durante gli anni precedenti poiché, su 855 punti vendita del Gruppo Selex aderenti alla Giornata Nazionale della Colletta Alimentare, è stato possibile monitorare le donazioni solo di 512 negozi. I 343 punti di vendita mancanti, infatti, hanno gestito le donazioni autonomamente, senza il supporto di Epipoli, il gruppo fintech italiano specializzato nelle carte prepagate, nei sistemi di engagement e di couponing, alla quale Banco Alimentare si è appoggiata nel corso dell'anno per sviluppare una "charity card" per le donazioni dei clienti. Per rispettare le disposizioni in materia di contagi da Coronavirus, nel 2020, Banco Alimentare ha infatti adottato una nuova forma per le donazioni per i clienti. L'Associazione ha promosso una Colletta Alimentare "dematerializzata" tramite gift card dal valore variabile di 2,5 o 10 euro, acquistabili direttamente presso i punti vendita aderenti all'iniziativa.



## 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 2022 ha evitato lo spreco di 1.110.741 kg di cibo fresco non venduto.**

	2022
<b>IMPRESE SOCIE</b>	<b>Kg complessivi</b>
IL GIGANTE	508.900
DIMAR	112.890
L'ABBONDANZA	331.830
ALI'	157.121
<b>TOTALE</b>	<b>1.110.741</b>

**1.110.741 KG**  
SPRECO DI CIBO EVITATO

**4 CENTRI DI DISTRIBUZIONE**  
CHE HANNO ADERITO ALLA COLLETTA

Inoltre, anche nel 2022, 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 44.929 kg di cibo fresco non venduto.**

	2022	2021	2020
<b>IMPRESE SOCIE</b>	<b>Kg complessivi</b>	<b>Kg complessivi</b>	<b>Kg complessivi</b>
IL GIGANTE	20.867	25.711	33.677
DIMAR	11.954	29.023	996
L'ABBONDANZA	2.251	5.366	1.733
ALI'	9.857	33.203	4.412
<b>TOTALE</b>	<b>44.929</b>	<b>93.303</b>	<b>40.818</b>



## SPESASOSPESA.ORG PROGETTO DI SOLIDARIETÀ CIRCOLARE

SpesaSospesa.org è un progetto di sostenibilità e di solidarietà per supportare famiglie economicamente più svantaggiate. Grazie al progetto SpesaSospesa.org le aziende che producono beni di prima necessità alimentari e non alimentari e 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.



### REGUSTO

SpesaSospesa.org, infatti, si basa sull'innovativa piattaforma digitale Regusto, che permette di mettere in contatto in tempo reale le aziende della produzione e della Grande Distribuzione con gli enti non profit sul territorio, agevolando le donazioni e il recupero dei prodotti a rischio spreco 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. Inoltre, la piattaforma Regusto digitalizzando i flussi, fornisce preziose statistiche e indicatori di impatto sociale, ambientale ed economico. 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 di verificare quello che avviene nel proprio territorio.

**Sono 3 le Imprese Socie del Gruppo Selex** che hanno contribuito a distribuire prodotti attraverso la piattaforma Regusto (Sole365, GMF e L'Abbondanza), oltre che la **Centrale Selex** con le sue donazioni di prodotti a marchio del distributore. Grazie a loro, nel 2022:

	2022
PRODOTTI DISTRIBUITI (kg)	27.116
PASTI SALVATI EQUIVALENTI	44.112
CO <sub>2</sub> RISPARMIATA (kg)	33.719

Fonte: Regusto





## SELEX AL FIANCO DI AIRC



### DAL 3 AL 16 FEBBRAIO 2022 ARANCE ROSSE PER LA RICERCA

Ogni giorno, in Italia, mediamente mille persone ricevono una diagnosi di tumore. I casi di screening rinviati o non eseguiti e tutti i rallentamenti nelle procedure diagnostiche per problemi legati alla pandemia si sono tradotti in una riduzione delle diagnosi precoci e, quindi, in una minore attenzione alle diagnosi di tumore. Ma la prevenzione è uno strumento fondamentale e deve iniziare dal momento della scelta e dell'acquisto di cosa mangiare. Per questo motivo è essenziale sensibilizzare il pubblico attraverso campagne educative e informative, che aiutino i consumatori 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 49 aziende aderenti al progetto con oltre 8.000 punti vendita sparsi sul territorio nazionale, nel 2022 sono state vendute 809.000 reticelle dedicate ad AIRC e sono stati raccolti 430.000 euro tramite le raccolte fondi.

In particolare, il Gruppo Selex, con le sue **17 Insegne aderenti** (Alfi, Arca, Cadoro, Ce.Di.Gros, Ce.Di.Marche, CDS, Dimar, GMF, Il Gigante, Italmark, L'Abbondanza, Magazzini Gabrielli, Maxi Di, Megamark, Super Elite, Superemme e Unicomm), ha contribuito con la vendita di oltre 250.000 reticelle e, quindi, più di 125.000 euro donati a sostegno della ricerca oncologica di AIRC.

GRAZIE AL PREZIOSO CONTRIBUTO DEI PROPRI CLIENTI, IL GRUPPO SELEX, DAL 2017, È RIUSCITO A DISTRIBUIRE OLTRE 680.000 RETICELLE DI ARANCE, PER OLTRE 341.000 EURO DONATI AD AIRC.



## INIZIATIVE E PROGETTI

# Imprese Socie

**ALFI**

### PROMOZIONE DELLO SPORT E DELLA SALUTE

Fare sponsorizzazione non vuol dire solamente elargire denaro, o almeno, non nel caso di Alfi. L'azienda, infatti, nel 2022 si è impegnata a fare da sponsor ad eventi e associazioni sportive di vario livello, ma promuovendo allo stesso tempo l'importanza del legame tra sport e salute e tra salute e buona alimentazione.

**Sponsor ad eventi e associazioni sportive**

**ALÌ**

### WE LOVE PEOPLE

Il progetto We Love People, nato nel 2011 dalla volontà di tendere la mano a tutte quelle realtà associative impegnate a migliorare la vita del territorio, rispondendo ai più svariati bisogni sociali, riporta i clienti al centro, consentendo, in modo democratico di esprimere la loro voce.

Periodicamente l'azienda mette a disposizione 1.000€ che vengono ripartiti tra le associazioni meritevoli dei territori afferenti ai punti vendita in cui il progetto di promozione sociale è attivo. Il progetto, nel 2022, ha permesso 639 nuove associazioni un sostegno economico attraverso un contributo di 213.000€.

**Migliorare la vita del territorio**

**ARCA**

### UNA CORSA DI SOLIDARIETÀ PER DIFFONDERE LA LOTTA CONTRO LA VIOLENZA SULLE DONNE

Il 24 settembre 2022, Arca, attraverso l'insegna Famila, ha sostenuto un appuntamento speciale: la Pink RAnning, una corsa "in rosa", aperta a uomini e donne, uniti per lanciare un segnale forte e un messaggio chiaro per la lotta contro la violenza verso le donne. Questo evento, su scala nazionale, è stato organizzato con il coinvolgimento di Linea Rosa e di tutta la sua rete associativa ed è stato pensato per utilizzare il canale dello sport e, in particolare, del running come cassa di risonanza per un problema sociale sempre più difficile da combattere.

**Pink RAnning, una corsa "in rosa"**





ARCA

## PROMUOVERE LA CULTURA E IL SAPER FARE SUL TERRITORIO ROMAGNOLO

Il Teatro di Figura ha una lunga tradizione che la Famiglia Monticelli coltiva da ben cinque generazioni dando vita a una personale ricerca artistica, originale sia nell'impiego dei materiali che nelle tecniche di animazione, nutrita dall'amore e dalla cura di un antico saper fare. Per questo motivo, Arca, per la stagione 2022 / 2023, ha deciso di sponsorizzare, attraverso l'insegna FAMILIA, gli spettacoli itineranti che si svolgeranno sul territorio Romagnolo de "La casa delle Marionette", museo e laboratorio della compagnia Teatro del Drago, il luogo in cui, circondati da più di un secolo di storia, prendono vita nuovi spettacoli e iniziative per rinnovare e far crescere il desiderio di conoscenza di bambini e adulti.

### Spettacoli itineranti sul territorio Romagnolo



CDS

## PROMOZIONE DELLO SPORT

Nel 2022 CDS è stata sponsor della società iscritta alla federazione italiana di Pallavolo e inserita nell'ambito dei campionati federali nazionali, oltre che a tutti i campionati di categoria (under 13/15/17/19) con svolgimento in ambito interprovinciale (Agrigento e Caltanissetta).

### Sponsor della società iscritta alla federazione italiana di Pallavolo



## CE.DI.MARCHE

### CRESCERE NELLA COOPERAZIONE

Dal 2018 Ce.Di.Marche aderisce al progetto della federazione marchigiana delle Banche di Credito Cooperativo, patrocinato dalla Regione Marche che mette in comunicazione le scuole primarie e secondarie con le cooperative del territorio. L'obiettivo è quello di insegnare ai ragazzi lo spirito e le regole della cooperazione sociale. All'interno del progetto la collaborazione fra scuola e cooperativa può prendere diverse forme.

Nel 2022, il primo post Covid-19, sono stati ripresi alcuni progetti di collaborazione come quello in collaborazione con l'Istituto di Istruzione Superiore (Senigallia), con il quale è stata svolta un'attività didattica sulla sostenibilità ambientale ed il recupero di materie prime ed imballaggi; gli studenti hanno commissionato la realizzazione di shopping bag riutilizzabili in cotone personalizzandole con i loghi creati per l'iniziativa; in collaborazione con alcuni PDV della rete, sono state effettuate delle iniziative di sensibilizzazione rivolte a tutti i clienti con la somministrazione di un questionario sulla sostenibilità e la vendita delle borse riutilizzabili. Ancora, con un altro Istituto di Istruzione Superiore (Chiaravalle) alcune classi ad indirizzo Sociale/Marketing hanno approfondito il tema della sostenibilità ambientale e sociale attraverso il recupero dei prodotti alimentari vicini alla scadenza e di altri beni (mobili inutilizzati, vestiti, giocattoli, ecc.) che possono ancora essere messi a disposizione di persone in difficoltà economica e sociale.

L'attività si è concretizzata con una giornata di collaborazione presso alcune strutture collegate alla Caritas di Senigallia: un gruppo di studenti ha collaborato con il "Centro di Solidarietà" preparando e servendo colazioni, sistemando gli abiti usciti dalla lavanderia; un secondo gruppo ha lavorato nell'Orto della Solidarietà raccogliendo frutta e verdura e preparando i contenitori da consegnare alla mensa, e presso il "Centro di ascolto"; un terzo gruppo si è recato al magazzino "Rikrea" per collaborare alla sistemazione e riassetto dei mobili usati che possono avere una seconda vita. Infine, un progetto è stato portato avanti con una scuola secondaria di primo grado (Falconara): una classe è stata ospitata in due occasioni presso il nostro Superstore; nella prima occasione i ragazzi hanno assistito ad un incontro in-formativo tenuto dal nostro responsabile formazione sul tema del consumo sostenibile; nella seconda occasione sono stati loro attivi per portare informazioni utili e promuovere presso la clientela uno stile di vita più sostenibile.

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







## 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.

È proprio in occasione di questo evento che il gruppo Ce.Di.Marche, nel 2022, ha voluto portare all'attenzione di tutti i partecipanti tematiche di sensibilizzazione la riduzione dell'uso di carta e la valorizzazione dei piccoli produttori/artigiani locali. Inoltre l'azienda ha curato, per tutta la durata dell'evento itinerante, la vendita delle magliette sponsorizzate Anfass (Associazione Nazionale Famiglie di Persone con Disabilità Intellettiva e/o Relazionale) con devoluzione di tutto il ricavato a favore dell'associazione.

**RisorgiMarche:  
emozione e senso di comunità**



## CE.DI.MARCHE AIUTO ALLE CARITAS CITTADINE

Dal 2010 Ce.Di.Marche dona alla Onlus 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 2022 il totale della merce donata è stato di circa 47.100 kg, pari ad un valore di 66.000 €. Oltre a questo, nel periodo delle feste di fine anno, Si con te ha lanciato la campagna "Si, Dono con te" grazie alla quale, ad integrazione del catalogo premi, è stata data l'opportunità ai clienti di tramutare i propri punti in pacchi dono per le Caritas della regione. L'iniziativa ha permesso di consegnare circa 650 pacchi per un valore indicativo di 15.000€.

### A sostegno delle Caritas locali



## DIMAR OPERA BUONA

"Opera Buona" è un progetto nato in circa 100 punti vendita distribuiti tra le province di Cuneo, Asti, Savona, Imperia, Torino, Vercelli e Alessandria con l'obiettivo ridurre gli sprechi alimentari. Attraverso l'iniziativa "Opera buona", sono stati donati ad alcune Onlus, associazioni non profit e comunità sul territorio i prodotti alimentari non più vendibili o perché in scadenza, o a causa di confezioni difettose. Questa attività è stata gestita direttamente dai punti di vendita associati e, attraverso un coordinamento generale della fondazione Banco Alimentare, la merce da devolvere è stata consegnata direttamente all'associazione interessata. Nel 2022 la merce donata dall'insegna Mercatò è stata pari a 80.189,27 kg.

### Ridurre gli sprechi alimentari



## Recuperiamo il pane.



OGNI GIORNO IL PANE AVANZATO NEI NOSTRI PUNTI VENDITA VIENE CEDUTO AD AZIENDE LOCALI CHE LO TRASFORMANO IN INGREDIENTI PER MANGIMI: **UNA NUOVA VITA AL PANE E UN MINORE IMPATTO AMBIENTALE.**



### DIMAR RECUPERIAMO IL PANE

Ogni giorno in tutti i punti vendita di Dimar il pane avanzato viene ceduto ad aziende locali che lo trasformano in ingredienti per mangimi. Nel 2022 abbiamo recuperato e trasformato 234.110 kg di pane.

**Recuperato e trasformato  
234.110 kg di pane**



### GMF VICINANZA ALLE CARITAS LOCALI

Per sostenere le Caritas locali più bisognose e altri enti impegnati in prima linea a sostegno del territorio, GMF si è sempre dimostrata in prima linea, attraverso l'attivazione di diversi progetti sociali. Con l'obiettivo ridurre gli sprechi alimentari, ad esempio, GMF dona a queste associazioni i propri prodotti alimentari vicini alla scadenza che rimarrebbero, altrimenti, invenduti. Inoltre, GMF rifornisce merci per gli empori della solidarietà del Comune di Perugia, Foligno e Assisi.

**Merci per gli empori della  
solidarietà**



## Il cibo è prezioso. Non sprechiamolo.



MERCATO' COLLABORA CON BANCO ALIMENTARE PER AIUTARE LE FAMIGLIE PIÙ BISOGNOSE DEL SUO TERRITORIO. IN TUTTI I PUNTI VENDITA, I PRODOTTI VICINI ALLA SCADENZA O CON CONFEZIONI DIFETTOSE, MA ASSOLUTAMENTE BUONI, SONO DESTINATI IN BENEFICENZA. UN GESTO IMPORTANTE PER LE PERSONE IN DIFFICOLTÀ E PER LA SALUTE DELL'AMBIENTE.





### L'ABBONDANZA

## LA BELLEZZA DELLA CULTURA ANTICA

Ci sono opere che appartengono al nostro territorio, anche se si trovano altrove. Grazie anche al contributo di Gala, l'Associazione Chiese Storiche ha potuto riprodurre una copia del dipinto "L'Adorazione dei Pastori" che Luca Signorelli realizzò nel 1496 per la chiesa di San Francesco a Città di Castello e che dal 1882 è di proprietà della National Gallery di Londra.

Luca Signorelli lavorò molti anni nella città di Castello e dipinse molte opere, di queste è rimasta solo "Il Martiro di San Sebastiano", conservato nella Pinacoteca di Città di Castello. Con questa iniziativa si è voluto riportare al proprio territorio un'opera importante, che anche il Vasari aveva ammirato, descrivendola come dipinta con "amore" e "disegno". "L'Adorazione dei Pastori" dipinge la scena della Natività concentrandosi sulle figure dei pastori che venerano il bambino. Per la sua riproduzione è stata coinvolta la Bottega Tifernate, che ha saputo riprodurre con maestria e fedeltà l'opera originale. "L'Adorazione dei Pastori" torna così nella sua originale collocazione, la chiesa di San Francesco, in tempo per le celebrazioni per i 500 anni dalla morte di Luca Signorelli, nel 2023: un'iniziativa importante per il territorio e per il suo patrimonio, alla quale Gala è orgogliosa di aver partecipato.

**Un'iniziativa importante per il territorio e per il suo patrimonio**



### L'ABBONDANZA

## SOSTENERE IL COMITATO PER LA VITA DANIELE CHIANELLI

Il Comitato per la vita Daniele Chianelli è nato per sostenere la ricerca sulle leucemie e i tumori dei bambini e supportare i malati dei reparti di Oncoematologia pediatrica ed Ematologia dell'ospedale Santa Maria della Misericordia di Perugia e le loro famiglie. La donazione effettuata da L'Abbondanza ha avuto come focus quello di sostenere le attività dedicate al benessere psicofisico dei piccoli pazienti del Residence Chianelli, come Teatroterapia, Musicoterapia, Arteterapia e Drumcircle: esperienze significative che permettono di alleviare il disagio delle lunghe giornate di degenza, esplorare e affrontare le proprie emozioni e sostenere il processo di guarigione. Al 31.12.2022, L'Abbondanza ha donato al Comitato Daniele Chianelli 20.000 euro, di cui 10.000 euro grazie alla raccolta fondi "albero della ricerca" e 10.000 donati da Gala.

**Sostenere la ricerca sulle leucemie e i tumori dei bambini**



## MEGAMARK CONCORSO LETTERARIO "INCONTRI DI DIALOGHI"

Nel 2022 il concorso letterario promosso dalla Onlus del Gruppo Megamark è giunto alla settima edizione. Il bando, pubblicato a febbraio, è aperto alle case editrici di tutta Italia ed è riservato agli autori esordienti alla loro prima pubblicazione nel campo della narrativa. Nel 2022 sono arrivati oltre 75 romanzi pubblicati da 60 case editrici italiane. Il concorso si avvale di due giurie; la prima è quella degli esperti, una giuria di qualità formata da esperti della comunicazione, critici letterari ed esponenti del mondo universitario. A loro è affidato il compito di leggere e valutare tutti i romanzi in gara e selezionare una rosa di finalisti. Definita la cinquina, la seconda giuria (composta da 40 lettori che si autocandidano) legge i cinque romanzi finalisti per decretare con il proprio voto, il vincitore a cui va un premio di 5.000 euro. A ciascuno degli altri finalisti la Fondazione riconosce un premio di 2.000 euro. Nel 2022 ha vinto la settima edizione "La casa capovolta" di Elisabetta Pierini, Edizioni Hacca e la cerimonia di premiazione è stata condotta da Debora Villa.

**Concorso letterario riservato  
agli autori esordienti**



## MEGAMARK RACE FOR THE CURE

Nel 2022 Megamark ha sostenuto RACE FOR THE CURE, l'evento simbolo della Komen Italia, ovvero la più grande manifestazione per la lotta ai tumori del seno in Italia e nel mondo. Si svolge sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica, a Roma, al Circo Massimo, e in altre 5 città italiane: Bari, Bologna, Brescia, Napoli Matera. Grazie a questa manifestazione sociale è stato possibile negli ultimi 23 anni dare avvio in tutta Italia ad oltre 1500 nuovi progetti di ricerca, prevenzione e sostegno alle donne che vivono l'esperienza di un tumore del seno.

**Manifestazione per la lotta  
ai tumori del seno**





### MEGAMARK

## ORIZZONTI SOLIDALI PREMIA INIZIATIVE DI SOSTENIBILITÀ

Orizzonti Solidali nasce dall'Impegno della Fondazione Megamark, con l'obiettivo di valorizzare quelle associazioni impegnate in azioni di volontariato e sostenere quei progetti che rientrano nell'ambito dell'assistenza, della sanità dell'ambiente e della cultura e che hanno come perimetro di sviluppo il territorio pugliese.

Le iniziative premiate durante il bando 2022 sono state destinate esclusivamente a progetti di accoglienza e assistenza dei profughi ucraini rifugiatisi nella regione Puglia e, per queste, Fondazione Megamark ha stanziato 250.000 euro.

**Sostenere progetti nell'ambito dell'assistenza, della sanità dell'ambiente e della cultura**



### MAGAZZINI GABRIELLI

## SOSTEGNO ALL'ASSOCIAZIONE IOM DI ASCOLI PICENO

L'Associazione "IOM ASCOLI PICENO" opera dal 1996 con lo scopo principale di svolgere assistenza domiciliare gratuita dei malati oncologici. Magazzini Gabrielli ha sostenuto nel 2022 il ritorno di Trapianto Prevenzione, per tre anni sospeso a causa del Covid, progetto volto a veicolare una cultura della prevenzione e dell'informazione che ha visto, in alcune giornate dedicate all'iniziativa, unità mobili destinate ad accogliere centinaia di donne per effettuare controlli diagnostici gratuiti tra cui mammografie, visite ginecologiche e pap-test.

La donazione relativa al progetto di prevenzione è stata di 7.000 euro, ai quali si sono aggiunti circa 4.000 euro per l'acquisto di tablet per agevolare il lavoro dei professionisti dell'equipe di assistenza domiciliare in continuazione della donazione precedentemente fatta denominata "Cartella digitalizzata".

**Assistenza domiciliare gratuita dei malati oncologici**





## MAGAZZINI GABRIELLI PROGETTO INFANZIA

Dal 2017 l'azienda ha dato vita al Progetto Infanzia, iniziativa che risponde alle esigenze delle famiglie dei bambini della fascia 0-3 anni.

Il progetto ha visto nella fase iniziale un'analisi delle esigenze reali della Prima Infanzia, confrontando l'opinione delle famiglie con le necessità degli asili nido del comune di Ascoli Piceno, per poi concretizzarsi attraverso un intervento mirato ovvero l'omaggio a tutti gli istituti comunali e gran parte degli istituti paritari di pannolini, in modo da esonerare i genitori da doverli portare a scuola, oltre che prodotti per l'igiene e di una fornitura di giochi.

Il progetto è evoluto nel corso degli anni andando a coinvolgere nuovi comuni ovvero San Benedetto del Tronto, Roseto e Giulianova ai quali viene garantita la fornitura di pannolini per l'intero anno scolastico e di prodotti igienizzanti. Nel 2022 la donazione è stata di circa 25.000 euro. Per la Magazzini Gabrielli Spa questo progetto rappresenta da anni il concretizzarsi della propria idea di attenzione al territorio, che quando diventa cura delle esigenze dei più piccoli assume un valore fortemente simbolico.

### **Progetto Infanzia, iniziativa per le famiglie dei bambini della fascia 0-3 anni**





## MAGAZZINI GABRIELLI RISPONDERE ALLE ESIGENZE DELLA COMUNITÀ CIRCOSTANTE

Nell'ambito della risposta alle esigenze delle realtà locali, sono state realizzate diverse iniziative, alcune delle quali a sostegno della città di Ascoli Piceno. L'azienda ha infatti voluto promuovere la cultura e le tradizioni della città, sostenendo la Quintana, manifestazione storica per eccellenza, con un contributo alla cena dei sestieri, per regalare un momento di spensieratezza e riconfermare una tradizione di grande importanza per la città.

Ad essa si è aggiunta la sponsorizzazione di Asculum Festival, evento con tanti appuntamenti, interviste, talk, percorsi esperienziali sul benessere e l'equilibrio personale, e la donazione di buoni acquisto per i vincitori del concorso "letture contagiose" della Scuola Secondaria di 1° Grado "Ceci" di Ascoli Piceno, che ha avuto l'obiettivo di stimolare i ragazzi ad esplorare il mondo attraverso la lettura. In tale ambito l'azienda ha inoltre devoluto in gift card l'equivalente di circa 27.500 euro al Comitato di Ascoli Piceno della Croce Rossa Italiana, che ha destinato tale donazione al sostegno degli Istituti Scolastici Locali. Con un contributo di € 30.000 l'azienda ha supportato il progetto "Ascoli Capitale della Cultura 2024" entrando a far parte del Comitato per la promozione delle Candidatura che ha visto la città di Ascoli Piceno arrivare tra le 10 finaliste.

Infine, si sono volute sostenere anche le festività principali dell'anno con il contributo alla Colazione di Pasqua della città e le luminarie natalizie, non solo per il comune di Ascoli Piceno ma anche per quello di San Benedetto del Tronto e, in risposta alle esigenze concrete del territorio, è stato donato un carrello per le emergenze per l'Ospedale "Mazzoni" di Ascoli Piceno. A tali iniziative si sono aggiunte una serie di minori contributi per rispondere ai bisogni dei diversi territori in cui sono presenti i punti vendita.

**Promuovere la cultura e le  
tradizioni della città**



## MAGAZZINI GABRIELLI SOSTEGNO ALLE ORGANIZZAZIONI INTERNAZIONALI

Anche in ambito internazionale, la Magazzini Gabrielli conferma la sua sensibilità alle tematiche sociali e in particolare a quelle che interessano i più piccoli. Sono 13,6 milioni i bambini con meno di 5 anni in pericolo di vita, a causa della malnutrizione acuta e grave. Ben 59 milioni quelli che rischiano di essere gravemente malnutriti entro quest'anno. Situazione reso ancor più grave dallo scoppio della guerra Russia-Ucraina verificatosi ad inizio 2022. Di fronte a questa realtà, l'azienda ha contribuito concretamente alla causa, con una donazione di euro 60.000 a favore di SAVE THE CHILDREN con l'obiettivo di garantire cibo terapeutico, acqua, cure mediche ed assistenza a bambine e bambini di tutto il mondo. A questo si è aggiunta una donazione di beni di prima necessità alla Fondazione Bocelli, che ha accolto alcune famiglie e bambine ucraini.

**Donazione a favore di  
SAVE THE CHILDREN**





# Grazie

PER AVER DONATO  
I TUOI PUNTI  
blucard 2022 al

 **Comitato  
Maria Letizia Verga**  
PER LO STUDIO E LA CURA DELLA LEUCEMIA DEL BAMBINO

— ODV —

**Insieme ai nostri clienti  
ABBIAMO DEVOLUTO  
oltre 82.000 euro**

**PER L'ASSISTENZA AI BAMBINI  
CON LEUCEMIA E LINFOMA  
E LE LORO FAMIGLIE**

[www.comitatomarialetiziverga.it](http://www.comitatomarialetiziverga.it)  
dato aggiornato al 25.05.2023

**il gigante**



## IL GIGANTE SOSTENIAMO LA RICERCA

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

Nel 2022 Il Gigante ha donato al Comitato la quota di oltre 82.000 euro, grazie al generoso contributo dei propri clienti, che, attraverso la raccolta punti del catalogo premi blucard 2022, hanno potuto contribuire in prima persona al progetto di assistenza ai bambini con leucemia e linfoma, attraverso l'ospitalità nel residence Maria Letizia Verga di Monza (MB), struttura abitativa di accoglienza studiata per rispondere alle necessità dei bambini in cura e alle loro famiglie.

**Per lo studio e la cura della  
leucemia del bambino**



## SUPEREMME SUPPORTO ALLA SANITÀ PEDIATRICA AIUTANDO I PIÙ PICCOLI

A novembre 2022 Superemme ha iniziato una raccolta fondi per sostenere il reparto di pediatria dell'ospedale Brotzu di Cagliari. Grazie al generoso contributo dei clienti, il Gruppo è riuscito a raccogliere oltre 27.000 euro, a cui si devono aggiungere ulteriori 20.000 euro donati direttamente dall'azienda. Grazie a questa importante donazione, pari a 47.000 euro, è stato possibile acquistare un endoscopio digestivo e un colonscopio per il dipartimento pediatrico dell'ospedale Brotzu. L'attività si è affiancata ad un'iniziativa parallela di sponsorizzazione, la "Mezza Maratona Cagliari Respira" che è stata portata avanti a supporto dello stesso ospedale nel corso del 2022. Presso tutti i Supermercati della rete Pan, infatti, è stato possibile acquistare il pettorale per partecipare alla gara di 6 km ad un prezzo pari a 12 euro, di cui 4 interamente donati alla campagna di raccolta fondi per l'ospedale Brotzu.

**Raccolta fondi per il reparto di  
pediatria dell'ospedale Brotzu  
di Cagliari**

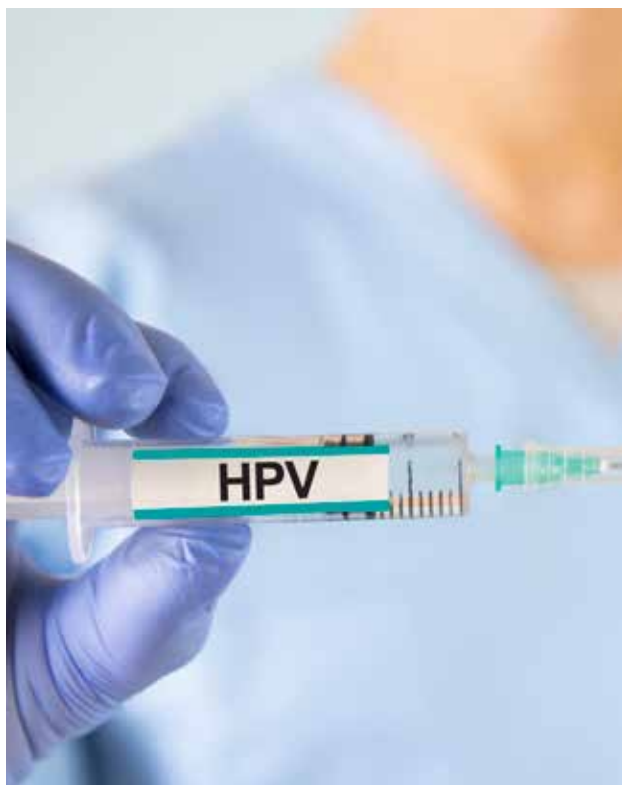




## SUPEREMME IL PROGETTO DI SOLIDARIETÀ “VICINO A TE”

Vicino a te è un progetto che ha come scopo quello di rendere i clienti protagonisti di attività solidali con un alto valore sociale. Nel 2022 Superemme ha deciso di sostenere più Associazioni sul territorio in ambito: salute, sport, scuola e famiglia, parità di genere, assistenza ai più bisognosi e alle persone malate di Alzheimer, genitorialità, volontariato e primo soccorso, sostegno agli animali e all'ambiente e clownterapia negli ospedali. Ciascuna di queste Associazioni è stata scelta direttamente dai clienti dei SuperPan e IperPan che, al momento del pagamento in cassa, per qualsiasi importo speso, hanno avuto la possibilità di esprimere la propria preferenza rispetto ad uno dei progetti selezionati per il Comune di appartenenza del Punto di Vendita; a completamento dell'iniziativa, Superemme ha ripartito il contributo stanziato secondo le preferenze espresse dai clienti, mettendo 1.000 euro a disposizione per ogni attività selezionata per un totale nel 2022 di euro 4.000 donati a 12 associazioni.

**I clienti protagonisti di  
attività solidali**



## SUPEREMME INSIEME ALLA FONDAZIONE UMBERTO VERONESI (HPV)

Nel corso del 2022, grazie alle donazioni effettuate in cassa dai propri clienti, Superemme ha sostenuto la Fondazione Umberto Veronesi nel promuovere la divulgazione del vaccino contro il PapillomaVirus. Con l'acquisto del simbolico braccialetto rosa a fronte di una donazione minima di 2 euro, da parte dei clienti sono stati raccolti euro 10.768,4 euro, ai quali si aggiungono ulteriori 5.000 euro donati direttamente dall'azienda.

**Promuovere la divulgazione  
del vaccino contro il  
PapillomaVirus**



TUTTI A SCUOLA

# CORSO DI GENTILEZZA

BUONE NORME DI COMPORTAMENTO



UNICOMM

## CORSO DI GENTILEZZA, BUONE NORME DI COMPORTAMENTO

Quando è stato proposto a Unicommm di aderire a questo progetto per i bambini delle prime classi della Città di Vicenza, l'azienda ha ritenuto importante poterci essere in prima linea, aderendo senza esitazione per il secondo anno consecutivo. Secondo Unicommm, infatti, se è vero che il futuro deve essere costruito, è anche vero che i piccoli e i bambini di oggi sono il punto di partenza da cui iniziare questo percorso. Ed è per questo che la cosa importante è farli stare bene, aiutarli a crescere e dare un contributo attraverso la formazione. Il corso di gentilezza, infatti, ha come obiettivo quello di insegnare l'educazione delle buone maniere ai più piccoli, anche attraverso il rispetto degli altri.

**Insegnare l'educazione delle buone maniere ai più piccoli**



UNICOMM E ARCA

## CONTINUA LA RACCOLTA DELLE ECCEDENZE ALIMENTARI

Unicommm continua il percorso di raccolta delle eccedenze alimentari iniziato nel 2013 in collaborazione con numerose Onlus del territorio: nel 2022 sono stati donati 311.000 kg di cibo, corrispondenti ad un valore d'acquisto di quasi 1.000.000 di euro. Per ogni punto vendita Emisfero, Famila, Mega, A&O e C+C cash and carry, l'azienda ha stipulato un'apposita convenzione con Onlus locali che, tramite l'impegno dei volontari, ridistribuiscono le eccedenze alimentari direttamente nelle mani delle famiglie e delle persone in stato di necessità, attraverso le modalità che ciascuna associazione decide di adottare (mense, appositi sportelli di consegna o i servizi sociali dei Comuni).

Anche Arca, con la sua rete di 33 punti vendita coinvolti tra Famila e Market, è da anni impegnata nella raccolta di alimenti prossimi alla scadenza per donarli a enti come case-famiglia o mense dei poveri affinché vengano trasformati in pasti. Nel 2022 la raccolta ammonta ad un valore di oltre 900.000€.

**Collaborazione con numerose Onlus del territorio**



## GRUPPO UNICOMM DONAZIONE TELEFONO ROSA

I clienti dei supermercati del Gruppo Unicommm (Arca, GMF e Unicommm Srl) sono stati coinvolti nella raccolta fondi a favore dell'Associazione Telefono Rosa, in occasione dell'8 marzo, la Festa della Donna.

Nel 2022 il Gruppo ha donato oltre 19.000 euro. In tale occasione nei supermercati Emisfero, Famila, Mega ed Emi è stato distribuito un segnalibro per agevolare il contatto con Telefono Rosa a tutte le donne vittime di violenza e ai loro familiari.

### Raccolta fondi per l'Associazione Telefono Rosa



## GRUPPO UNICOMM SOSTEGNO ALLA FONDAZIONE VERONESI

Anche nell'ottobre 2022, il Gruppo Unicommm (Arca, GMF e Unicommm Srl) ha rinnovato il suo sostegno alla ricerca sui tumori femminili con una raccolta fondi nei supermercati Famila ed Emi e negli ipermercati Emisfero dove i clienti hanno potuto contribuire con una donazione alle casse per sostenere il lavoro quotidiano di eccellenti ricercatori impegnati nello studio e nella cura dei tumori femminili.

Grazie al contributo di tutti, nel 2022 sono stati donati 40.000 euro da parte di tutto il Gruppo per finanziare la ricerca d'eccellenza sui tumori femminili. Da qualche anno Unicommm si fa inoltre portavoce di un importante messaggio: ricordare alle donne l'importanza di fare prevenzione. L'impegno del Gruppo, in collaborazione con la Fondazione, si estende anche ad un'attività di divulgazione per i propri dipendenti in tema di salute e corretti stili di vita.

### Sostegno alla ricerca sui tumori femminili





Dati 2022

- ▶ **18,5 MLN DI KWH**  
DI ENERGIA ELETTRICA PRODOTTA DA  
FOTOVOLTAICO
- ▶ **5.817 TONNELLATE DI CO<sub>2</sub>**  
EVITATE GRAZIE AL FOTOVOLTAICO
- ▶ **20,43%**  
INCREMENTO DELLE EMISSIONI EVITATE DA  
FOTOVOLTAICO NEL 2022 RISPETTO AL 2021



## L'AMBIENTE



Gli impatti ambientali generati dal Gruppo  
Iniziative e progetti

127  
130



# 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**

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

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

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

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

Con specifico riferimento alla Centrale Selex, nel 2022 la sede ha portato avanti un'iniziativa di rifacimento di alcuni bagni sostituendo l'impianto tradizionale con **luci a sensore e rubinetti con sensore mani.** Questa attività di rifacimento, sui 4 piani della Centrale, è stata realizzata in quasi tutto l'edificio, con fine programmata per il 2023.

Accanto a questo, all'interno del parcheggio della sede a Trezzano sul Naviglio sono state create **due torrette per la ricarica delle auto elettriche.** Queste torrette sono a disposizione delle **due auto elettriche** di cui il parco auto della Centrale Selex si è dotato nel 2022, a disposizione dei dirigenti della Centrale Selex. Su 15 macchine incluse nel parco auto, al 31.12.2022, due sono elettriche.

## I consumi energetici del Gruppo

CONSUMI ENERGETICI Centrale Selex	u.m.	2022	2021	2020
Gas metano	m <sup>3</sup>	20.200	20.171	20.000
Elettrico	kWh	197.510	160.000	157.000
di cui acquistato con Garanzia di Origine	kWh	197.510	160.000	157.000

CONSUMI ENERGETICI Imprese Socie <sup>9</sup>	u.m.	2022	2021	2020
Gas metano	m <sup>3</sup>	23.700.000	17.770.000	18.000.000
Elettrico	kWh	1.100.000	827.554.000	780.000.000

<sup>9</sup> I consumi energetici dell'anno 2022 sono stati calcolati stimando il dato dei soci SUN rispetto alle 12 Imprese Socie che fornivano il dato tramite mandato alla Centrale Selex nel 2021 e 2020.

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 CO<sub>2</sub>. Nel 2022, invece, il consumo di energia verde certificata ha permesso di **evitare 62,22 tonnellate di CO<sub>2</sub>**.

In generale, i dati del 2022 relativamente alla tabella delle Imprese Socie non sono direttamente paragonabili a quelli del biennio precedente (2021-2020). 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 2022 e il 2021 nei consumi di gas metano e un aumento di energia elettrica pari al 23,44%.

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 **18.466.830 kWh di energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili** nel 2022 ed **evitare l'emissione in atmosfera di 5.817 tonnellate di CO<sub>2</sub>, registrando un aumento del 20,43% rispetto ai valori del 2021.**

# 100%

Incidenza percentuale dei consumi di energia green certificata della centrale selex nel 2022

## Le emissioni di CO<sub>2</sub> delle Imprese Socie

EMISSIONI CO <sub>2</sub> <sup>10</sup>	u.m.	2022	2021	2020
Emissioni da consumi di Gas Metano	tCO <sub>2</sub>	47.773	35.919	36.408
Emissioni da consumi di Elettrico	tCO <sub>2</sub>	346.500	260.680	262.080
Emissioni evitate grazie al fotovoltaico	tCO <sub>2</sub>	502.227	4.830	2.426

Sulla base dei consumi di gas metano ed energia elettrica vengono calcolate le emissioni di CO<sub>2</sub>, pari in totale a 394.273 tonnellate.

<sup>10</sup> Le emissioni calcolate nella seguente tabella sono strettamente correlate ai consumi energetici dell'anno 2022, calcolati a loro volta stimando il dato dei soci SUN rispetto alle 12 Imprese Socie che fornivano il dato tramite mandato alla Centrale Selex nel 2021 e 2020.





## La gestione dei rifiuti delle Imprese Socie

RIFIUTI IMPRESE SOCIE <sup>11</sup>	u.m.	2022	2021	2020
Rifiuti carta	kg	79.394.501	43.301.139	48.939.701
Rifiuti plastica	kg	6.161.340	3.112.390	3.889.220

Nel 2022 si è registrato un aumento dei rifiuti prodotti da parte delle Imprese Socie. Il dato ha registrato un aumento soprattutto in virtù del fatto che due Imprese Socie hanno tenuto traccia con attenzione ai chili di carta e plastica

prodotta, aggiungendosi al numero totale di Imprese Socie che monitorano il dato rispetto al 2021 (14 su 18 totali rispetto alle 12 del 2021).

## I consumi di acqua delle Imprese Socie

ACQUA – MONITORAGGIO <sup>12</sup>	u.m.	2022	2021	2020
Consumi di acqua	L	722.580.929	521.075.635	240.433.638

Nonostante il Gruppo Selex abbia deciso di iniziare a monitorare i consumi di acqua a partire dal 2019, alcune delle Imprese Socie non hanno ancora migliorato i propri sistemi di monitoraggio interni, rendendo difficile avere dati costanti e accurati al 31.12 di ogni anno. In particolare, nel

2022 i consumi di acqua sono stati monitorati da 10 Imprese su 18, mentre nel 2021 da 9 Imprese su 18, mentre nel 2020 il dato veniva calcolato su 6 Imprese Socie su 12.

Nel 2022 è stato registrato un notevole aumento del numero dei litri di acqua consumata dal Gruppo, pari al 38% rispetto al 2021.



<sup>11</sup> 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 2022 il totale delle Imprese considerate è stato pari a 14 su 18, mentre nel 2021 le Imprese erano pari a 12 su 18, mentre nel 2020 le Imprese erano 9 su 12.

<sup>12</sup> I consumi di acqua sono stati calcolati sommando i dati dalle Imprese Socie che hanno fornito i propri dati al 31.12 dell'ultimo triennio. Il totale delle Imprese considerate, è di 10 Imprese su 18 per il 2022, 9 Imprese su 18 nel 2021 e di 6 Imprese su 12 per il 2020.



# INIZIATIVE E PROGETTI

## Imprese Socie



ALÌ

### LA CERTIFICAZIONE AMBIENTALE ISO 14001

Nel corso del tempo Alì ha messo in atto una serie di iniziative che pongono un particolare occhio di riguardo alla tutela dell'ambiente. Tra questi, nel corso del 2022, ci sono stati gli interventi di relamping dei punti vendita ristrutturati, con ulteriore inserimento della domotica dove ancora assente, le attività di recupero del calore nei punti vendita ristrutturati, con eliminazione del gas naturale per il riscaldamento e l'inserimento di banchi frigo con le porte per evitare la dispersione del freddo.

Inoltre, nel 2021 i centri logistici di via Olanda e via Svezia di Alì Supermercati hanno ottenuto un importante riconoscimento: la conformità alla certificazione ISO 14001, rinnovata nel 2022. La ISO 14001 è una norma internazionale ad adesione volontaria, applicabile a qualsiasi tipologia di Organizzazione pubblica o privata, che specifica i requisiti di un sistema di gestione ambientale. Per ottenere questa certificazione, un'azienda deve realizzare un'analisi ambientale e, dunque, raggiungere un'approfondita conoscenza degli aspetti ambientali che un'organizzazione deve effettivamente gestire e valutare la significatività degli impatti.

**Iniziativa riguardo alla tutela dell'ambiente**



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 31.12.2022 sono oltre 52.000 gli alberi complessivi donati insieme ai clienti e 2.800 le tonnellate di CO<sub>2</sub> catturate dagli alberi già messi a dimora.

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

L'ACCENTO IN AMBIENTE

**52.469\***  
alberi donati al nostro territorio

Tuteliamo l'ambiente per le future generazioni insieme ai nostri clienti

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

dal lunedì nasce il bene.

**Alì**  
MIGLIORA LA VITA!

Conferma Alì Ambiente (certificata) di conformità al sistema di gestione ambientale ISO 14001, autorizzata a certificare e a fare da garante per i clienti. Alì Ambiente è un marchio registrato di Alì Supermercati. Alì Supermercati è un marchio registrato di Alì Supermercati. Alì Supermercati è un marchio registrato di Alì Supermercati. Alì Supermercati è un marchio registrato di Alì Supermercati.



CDS

## LE INIZIATIVE DI SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Con l'iniziativa "Più foglie meno fogli", adottata da i supermercati ad insegna Famila, CDS, nell'ottica di dare un maggiore contributo alla riduzione degli impatti di carattere ambientale generati dall'azienda, ha previsto sia la riduzione delle numero delle pagine del suo volantino promozionale, portandole da 24 a 16, 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 degli alberi in cartonato dotati di un QR code per agevolare la scansione della versione digitale. La stessa strategia è stata adottata per i carrelli della spesa e per le casette postali. Inoltre, per migliorare l'efficienza energetica è stato previsto un piano di relamping led per tutti i punti vendita della rete e, per il contenimento dei consumi sono stati rivisti gli orari di accensione e spegnimento degli strumenti elettronici e dei sistemi di refrigerazione e riscaldamento.

Nel 2022 è stato previsto un sistema di controllo in telegestione delle celle frigorifere del 70% dei punti di vendita della rete. Infine, l'azienda ha continuato anche nel corso del 2022 la campagna di reso, recupero e valorizzazione degli imballaggi di cartone e plastica prodotti nei 49 punti vendita diretti nei 2 Centri di Distribuzione. Questa attività di riduzione degli imballaggi conferiti ai gestori pubblici e di valorizzazione degli stessi attraverso una fase di riduzione volumetrica ha portato al riutilizzo in piattaforme specializzate di alcune migliaia di tonnellate di prodotti che sono stati reinseriti nel mercato.

**"Più foglie meno fogli"**



CADORO

## LE INIZIATIVE DI SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

I supermercati Cadoro sono impegnati in prima linea per la riduzione del consumo energetico attraverso non solo gli aggiornamenti tecnologici e delle apparecchiature, ma anche attraverso programmi di sensibilizzazione e formazione dei propri dipendenti sull'importanza di comportamenti responsabili che, quotidianamente, possono apportare un risparmio energetico. Oltre a questo, l'azienda è impegnata nella produzione di energia rinnovabile, nella gestione efficiente dell'acqua nei punti vendita e nelle sedi, in attività di riciclo e riutilizzo degli imballaggi e anche nella pianificazione efficiente degli ordini al fine di ridurre al massimo le eccedenze di magazzino.

### Riduzione del consumo energetico





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

Ce.Di.Marche nel 2013 ha avviato un percorso di riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> che ha visto, nel 2021, il raggiungimento di un importante step: la creazione di un secondo impianto fotovoltaico sopra i nuovi magazzini del Gruppo. Grazie a questi impianti, nel 2022, sono stati prodotti 430.000 kw/h di energia pulita, pari ad una riduzione di emissione di 180.600 kg di CO<sub>2</sub>. Inoltre, dal 2011 i volantini pubblicitari di Ce.Di. Marche vengono stampati su carta che non danneggia le foreste, certificata FSC®, che segue un processo di essiccazione naturale, ai fini di ridurre l'abbattimento degli alberi.

I volantini sono stampati anche con il procedimento di stampa COLDSET nel quale l'inchiostro è bagnato con acqua nebulizzata e con bassissimo impiego di additivi chimici. Questo non solo riduce il rilascio di circa il 97% di composti organici volatili dannosi per l'ozono e riduce notevolmente le immissioni di sostanze negli scarichi, ma permette anche di salvare ogni mese circa 70 alberi dall'abbattimento, per una riduzione di circa 2.970 kg di CO<sub>2</sub>. In totale nel 2022 sono stati stampati 99.000 copie di volantini in meno pari a circa 4 tonnellate di carta, contribuendo al salvataggio di 210 alberi non abbattuti. Infine, ad aprile 2019 è stato installato presso il Superstore di Osimo un compattatore di bottiglie in plastica PET.

A fronte dell'introduzione di ogni bottiglia viene erogato un omaggio di 1 centesimo di euro concesso da parte del punto vendita. Nel 2021, a fronte dell'introduzione di 88.804 bottiglie/flaconi sono stati donati come sconti sulla spesa ai clienti 888,04 euro.

**Riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub>**



## CE.DI.MARCHE ATTENZIONE AL MATERIALE DI IMBALLAGGIO

Prosegue l'impegno di Ce.Di.Marche nella riduzione dei materiali di imballaggio usa e getta a favore di quelli riutilizzabili. La collaborazione con CPR System, iniziata nel 2017, ha permesso all'azienda di risparmiare circa 1.600 tonnellate di cartone ogni anno, pari a circa 24.000 alberi non abbattuti. Ce.Di. Marche effettua un monitoraggio attento, tracciando ogni movimentazione giornaliera e facendo degli inventari annuali. Nel 2022 Ce.Di.Marche ha scelto di sensibilizzare i suoi clienti alla tutela dell'Ambiente, con brevi messaggi stampati nei coupon Catalina. I messaggi, semplici indicazioni su come si può tutelare l'ambiente con piccoli accorgimenti quotidiani, nei due periodi dal 18 al 22 marzo e dal 26 maggio al 5 giugno, hanno raggiunto complessivamente 187.000 clienti.

**Riduzione dei materiali di  
imballaggio**





**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 200 punti si ottiene un buono sconto di 3 euro, utilizzabile su una spesa minima di 20 euro. In questi anni, tante persone hanno scelto il progetto Supermarket e, solo nel 2022, sono state raccolte e riciclate 4.224.689 bottiglie.

### Riciclo delle bottiglie PET



**DIMAR**

## COLONNINE DI RICARICA PER LE AUTO ELETTRICHE

Ecologiche, economiche, tecnologiche: le auto a propulsione elettrica sono sempre più diffuse nel nostro Paese: il Politecnico di Milano stima che ce ne saranno in circolazione 1,5 milioni entro il 2025. È per questo che Dimar ha scelto di offrire ai propri clienti un servizio in più: all'interno di 12 dei punti vendita diretti e grazie alla collaborazione con Enel X, Dimar ha introdotto delle colonnine per la ricarica delle auto elettriche per tutti i propri clienti. Il progetto si era posto come obiettivo quello di estendere le installazioni in altri 9 punti vendita entro la fine del 2021 e, al 31.12.2021, è stato raggiunto il 90% delle installazioni previste. Al 31.12.2022, oltre al completamento dell'installazione delle colonnine previste nel primo progetto, sono state concordate e in fase di realizzazione installazioni ad alta velocità di ricarica in ulteriori 7 siti.

### Colonnine per auto elettriche



**GMF**

## EFFICIENTAMENTO ENERGETICO

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.

### Tecnologia Led



**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.

### Ridurre i consumi



## IL GIGANTE NUOVI IMBALLAGGI REALIZZATI CON MATERIALE RICICLATO

A partire dal 2021 il Gigante ha sostituito i vassoi nei quali erano contenute tutte le proprie produzioni di cucina con nuove vaschette. Si chiamano C-PET Evolve e sono composte fino all'80% da materiale PET riciclato. Queste vaschette si differenziano per colore, in quanto riflettono la miscela delle bottiglie e dei vassoi che sono stati riciclati per produrre quel particolare risultato finale. Nel 2022 è proseguito il progetto anche nel reparto macelleria e pescheria dei punti vendita dell'azienda, utilizzando per il confezionamento dei prodotti freschi vassoi in polistirolo con materiale riciclato fino al 50%.

**C-PET Evolve**  
vaschette composte all'80% da  
materiale PET riciclato



**SCELTE PIÙ CONSAPEVOLI**  
*per il nostro pianeta*



**LE NOSTRE SPECIALITÀ SONO SERVITE  
NELLE NUOVE VASCHETTE C-PET Evolve  
COMPOSTE FINO ALL'80%  
DA MATERIALE PET RICICLATO.**



## ITALMARK PULIAMO IL MONDO

Nel 2022 Italmark ha promosso un'iniziativa in partnership con Legambiente, chiamata "Puliamo il Mondo" che si è posta come obiettivo quello di raccogliere 15.000 euro per fornire a cinquanta classi il kit necessario per la pulizia delle bellissime spiagge dei laghi di Garda e Iseo. La prima azione di pulizia ha preso forma il primo ottobre 2022 sulle rive di Toscolano Maderno grazie all'opera dei volenterosi alunni della scuola primaria Tito Speri. I 39 ragazzi hanno iniziato con la pulizia di Parco Bernini per poi proseguire con pulizia della spiaggia adiacente alla villa Romana. Le attività sono state coordinate dal circolo Legambiente per il Garda. Una piccola azione, a cui ne seguiranno altre, ad aprire la via verso una consapevolezza diversa nella relazione con l'ambiente.

**Pulizia delle spiagge dei laghi di  
Garda e Iseo**



## 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.

### **Progetto Extinction, il primo profumo d'ambiente a rischio estinzione**

**SE RIMANI A CASA  
INVECE DI SCENDERE  
IN STRADA PER IL CLIMA,  
ABBIAMO QUALCOSA PER TE.**



### **L'ABBONDANZA SENZA LE LUMINARIE, PER UN NATALE PIÙ AUTENTICO**

Quello del 2022 non è stato un Natale come tutti gli altri: L'Abbondanza si è sentita chiamata a fare la propria parte per contenere i consumi e far fronte a una situazione di difficoltà energetica che ha visto e che continua a vedere tutt'oggi coinvolte aziende e famiglie.

Accanto alla regolamentazione già prevista, che prescrive degli orari per l'accensione delle insegne e l'ottimizzazione dell'uso di alcune apparecchiature, Gala ha voluto dare un segnale in più: ecco perché per il Natale 2022 non sono state accese le consuete luminarie natalizie nei punti vendita. L'obiettivo è stato quello di contribuire allo sforzo collettivo del contenimento energetico e per festeggiare il Natale in modo meno sfarzoso e più autentico, soprattutto pensando alle famiglie che vivono situazioni di difficoltà e alle quali L'Abbondanza vuole continuare a garantire una spesa conveniente.

### **Contenimento energetico**



## L'ABBONDANZA INSIEME PER SALVARE LE API

L'Abbondanza, con i suoi supermercati Gala, è partner di "Save the Queen", la campagna di Legambiente per la salvaguardia delle api in pericolo di estinzione. Le api e gli insetti impollinatori svolgono un ruolo fondamentale per la conservazione della biodiversità, contribuendo alla riproduzione della flora spontanea. L'azione degli impollinatori favorisce anche l'agricoltura, incrementandone la produttività.

Purtroppo, 58 delle 130 specie di api esistenti rischiano l'estinzione, minacciate dall'utilizzo di pesticidi pericolosi, dall'inquinamento, dal degrado dei loro habitat, dai cambiamenti climatici che mutano l'equilibrio delle fioriture. Nel 2022, grazie ai punti del programma fedeltà donati dai clienti, L'Abbondanza ha contribuito alla campagna "Save the Queen" di Legambiente donando 3 nuove arnie didattiche B-box, per un valore complessivo di 3.000 euro, a tre istituti scolastici del territorio locale. L'arnia didattica è particolarmente importante per le scuole che sono state scelte, perché la tematica della salvaguardia dell'ambiente, nel quale il ruolo delle api è così rilevante, è fondamentale nel piano formativo. Grazie a questo dono, sarà possibile effettuare esercitazioni sicure e osservazioni più accurate degli insetti, in modo da dare ai ragazzi un'idea più concreta del processo di apicoltura.

**"Save the Queen"**



## L'ABBONDANZA INVESTIMENTI IN ENERGIA RINNOVABILE

Prendersi cura del proprio territorio significa anche fare attenzione all'ambiente e alla sostenibilità. Da questa esigenza è nato l'intervento realizzato in località Cinquemiglia a Città di Castello, sul deposito di Gala, dove è stato installato un impianto fotovoltaico da 499,36 kWp grazie al contributo del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale. Grazie a questo intervento L'Abbondanza sarà in grado di produrre energia elettrica da fonti rinnovabili per far fronte al proprio fabbisogno interno, aumentando la propria autosufficienza in un periodo in cui il tema del risparmio energetico e dell'utilizzo di fonti "pulite" è particolarmente importante per il territorio e per tutto il pianeta.

**Risparmio energetico e  
utilizzo di fonti "pulite"**







## MAGAZZINI GABRIELLI IL MONITORAGGIO DEI CONSUMI COME PUNTO DI PARTENZA

Per essere considerata davvero sostenibile e poter creare valore, l'azienda deve saper interpretare in modo innovativo i segnali provenienti dall'esterno e rispondere in maniera pertinente ad essi.

Tra le tante iniziative consolidate ed estemporanee, la Magazzini Gabrielli nel 2022 ha avviato interventi volti ad ampliare i sistemi di monitoraggio energetico dei consumi elettrici all'interno dei punti vendita. In particolar modo si è proceduto con l'installazione di centraline per monitorare ed analizzare i principali elementi di costo (consumo generale, frigoriferi, condizionamento, illuminazione, forza motrice/lavorazioni, gastronomia). L'intervento ha riguardato sia i punti vendita che erano già dotati di questi sistemi e per i quali si è proceduto con un ampliamento dei misuratori installati, sia i punti vendita che erano totalmente sprovvisti di tale sistema e per i quali si è proceduto con l'installazione di tutta la componentistica necessaria.

L'obiettivo è quello di rendere il monitoraggio dei consumi un'attività sistematica nella gestione di tutti i punti vendita in quanto il punto di partenza per poter mettere in atto buone pratiche di risparmio energetico deve essere necessariamente la conoscenza approfondita dei consumi stessi.

### Monitoraggio dei consumi



## MAGAZZINI GABRIELLI REGOLE DI BUONA PRATICA

Ad aprile 2022 Magazzini Gabrielli ha avviato una campagna di sensibilizzazione interna al Gruppo che ha coinvolto il personale impiegato nei vari punti vendita. Sono stati inviati ai vari direttori dei dépliant con una raccolta di "regole di buona pratica" da mettere in atto all'interno di ciascun punto vendita al fine di incrementare il risparmio energetico e diminuire gli sprechi dovuti a cattive abitudini gestionali. Contestualmente a tale iniziativa si è proceduto con una campagna di sopralluoghi nei vari punti vendita per verificare ed eventualmente ottimizzare la gestione dell'illuminazione e del riscaldamento/condizionamento.

### Campagna di sensibilizzazione



## MEGAMARK PER LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

I nuovi negozi e quelli in ristrutturazione sono realizzati secondo i canoni della sostenibilità ambientale nell'ottica del miglioramento dell'efficienza energetica: impianti di refrigerazione intelligenti di ultima generazione che utilizzano un sistema di climatizzazione - inverno ed estate - a vantaggio dell'ambiente e a beneficio dell'effetto serra, con costi di gestione e manutenzione più contenuti. L'illuminazione è a LED e gli impianti fotovoltaici, dove presenti, consentono di generare energia e ridurre il fabbisogno energetico dei punti di vendita. I banchi frigo sono chiusi, questo permette un risparmio energetico fino al 65% oltre a garantire la perfetta temperatura per conservare i prodotti al loro interno.

Continua l'intervento di sanificazione dell'aria e dell'acqua con l'ozono che consente una pulizia profonda e previene la formazione di batteri e muffe. Sempre più negozi adottano le etichette prezzo elettroniche con notifica automatica sullo scaffale per offrire un servizio chiaro, aggiornato e corretto al consumatore e per una concreta riduzione nell'utilizzo di carta e toner delle stampanti.

**I nuovi negozi sono realizzati  
secondo i canoni della  
sostenibilità ambientale**



## SUPEREMME UNA FACCIATA VENTILATA E UN DUPLICE BENEFICIO

Un progetto virtuoso che Superemme ha portato a termine nel 2022 è quello sviluppato presso l'Iperpan di Carbonia, completamente ristrutturato nell'anno, sul quale è stata applicata una facciata ventilata Buchtal di circa 135 mq, corrispettivo di 10 alberi piantati.

La Facciata Ventilata svolge la duplice funzione di ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub> e i consumi elettrici prodotti dall'edificio. In particolare, questo investimento sarà in grado di evitare l'emissione di circa 193 Kg di CO<sub>2</sub> all'anno e, contemporaneamente, di risparmiare il fabbisogno energetico per il riscaldamento e per il raffrescamento. In un solo anno si stima una riduzione del 5% dei consumi elettrici della climatizzazione invernale e una riduzione del 12% di quelli della climatizzazione estiva.

**Ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub>**



## SUPEREMME LA COLLABORAZIONE CON PLASTIC FREE ONLUS PER SALVAGUARDARE L'AMBIENTE

Plastic Free Onlus è un'associazione di volontariato nata con l'obiettivo di informare e sensibilizzare le persone rispetto alla pericolosità che la plastica può provocare se non correttamente smaltita e gettata nell'ambiente. Grazie alla collaborazione nata nel 2022, Superemme ha partecipato al "clean day" una passeggiata ecologica di sensibilizzazione sui temi ambientali con i bambini di alcune classi dell'istituto



comprensivo di Cagliari presso la Pineta di Su Siccu a Cagliari. Sono stati rimossi rifiuti plastici e di vario genere non pericoloso dispersi nell'ambiente. Inoltre, in occasione della giornata mondiale dell'ambiente, il Gruppo ha aderito all'evento "Italy Walk" che ha coinvolto 90 passeggiate ecologiche in tutta Italia - di cui 9 in Sardegna - per rimuovere dall'ambiente plastica e altri rifiuti non pericolosi.

### "clean day"



## GRUPPO UNICOMM LA CREAZIONE DI NUOVE AREE BOSCHIVE A VICENZA

Si è concluso nei primi giorni di dicembre il progetto "Chi pianta un albero fa crescere il futuro" in collaborazione con PlanBee, Séola - Azienda Agricola Biologica - e Green Future Project al quale hanno aderito i punti vendita Famila, Emi, Emisfero e A&O per sostenere la creazione di aree verdi nella città di Vicenza.

Il progetto è nato dalla necessità di rimettere la natura al centro della nostra vita e, collaborando con le Associazioni non profit presenti nel territorio, sono state create aree verdi, dando dimora a 280 nuovi alberi, incrementando così il patrimonio vegetazionale della città di Vicenza. L'iniziativa è stata estesa anche alle città di Cesena e Perugia. Nel capoluogo umbro, invece, dopo la delibera del Comune di Perugia, sono stati avviati i lavori per la preparazione di riqualificazione di uno spazio verde inutilizzato nel quartiere di Ponte della Pietra.

### "Chi pianta un albero fa crescere il futuro"



## GRUPPO UNICOMM GLI ECOCOMPATTATORI PER IL PET

Ad ottobre 2021, Gruppo Unicomm (Arca, GMF e Unicomm Srl) ha sottoscritto con il consorzio CORIPET una convenzione che ha come oggetto il posizionamento presso alcuni negozi della società di eco-compattatori per la raccolta del PET. Il progetto prevede l'utilizzo di appositi compactatori per mezzo dei quali i consumatori possono conferire le bottiglie in PET, consentendone il successivo avvio al riciclo a ciclo chiuso, in linea con i principi dell'economia circolare e della green economy. L'obiettivo è consentire il raggiungimento dei nuovi e specifici obiettivi sulle bottiglie in PET previsti dalla Direttiva (UE) 2019/904 sulla riduzione dell'incidenza di determinati prodotti di plastica sull'ambiente, secondo cui, dagli anni 2025 e 2030, le bottiglie dovranno contenere almeno, rispettivamente, il 25% e il 30% di R-PET. Per ogni bottiglia conferita, i clienti dei punti vendita del Gruppo Unicomm ricevono 1 punto sull'app Coripet, che deve essere associata alla carta fedeltà dell'insegna dove è posizionato l'eco-compattatore, e, al raggiungimento di tot punti, ricevono un vantaggio (ad es. buono sconto). Nel 2022, nei punti vendita del Gruppo Unicomm sono stati raccolti 34.500 kg circa di bottiglie in PET.

### Economia circolare e della green economy





Dati 2022

- ▶ **340 MILIONI DI EURO**  
VALORE STANZIATO DA SELEX PER IL POTENZIAMENTO DELLA RETE COMMERCIALE NEL 2023
- ▶ **62 NUOVE APERTURE**  
PREVISTE DALLA RETE SELEX NEL 2023
- ▶ **VALORIZZAZIONE DELLO SPORT ITALIANO**  
CON INIZIATIVE E PROGETTUALITÀ MIRATE NEL 2023



# LE STRATEGIE DI CRESCITA



Lo sviluppo del Gruppo vuole essere sostenibile	143
Una rete in continuo rinnovamento	145
I progetti futuri	146





# LO SVILUPPO DEL GRUPPO VUOLE ESSERE SOSTENIBILE

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

Questa aspirazione ha radici solide e concrete, tanto che la Centrale Selex ha in mente delle importanti attività per il prossimo futuro non solo per la Sede stessa, ma anche per il perimetro dell'interno Gruppo e, quindi, di tutte e 18 le sue Imprese Socie.

Nel Bilancio del 2021 era stato, per la prima volta, dichiarato un processo di transizione verso una sempre più integrata sostenibilità all'interno del Gruppo.

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



Lo sviluppo tracciato seguiva uno schema qui si seguito sintetizzato:

## Definire il livello di partenza guardando il mercato

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

## Definire i temi cruciali e le priorità interne al Gruppo

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

## Definire un piano di implementazione e una strategia comune

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



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**.

A tal fine, il Gruppo Selex ha sviluppato un **percorso formativo** ad hoc rispetto a queste tematiche (si veda il Capitolo "Le persone", paragrafo "Promuovere il progresso attraverso la formazione", box "La formazione sui temi RSI: rendicontare la sostenibilità nel settore della GDO"), anche grazie al supporto di ALTIS Advisory - Spin off dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, introducendo le Imprese Socie ai cambiamenti della normativa circa l'obbligatorietà della rendicontazione di sostenibilità ed incentivando le sue Imprese Socie ad intraprendere un percorso già a partire dall'anno 2023.

Oltre al percorso formativo, la Centrale Selex si è da sempre impegnata ad essere la promotrice verso il Gruppo delle 18 Imprese Socie di progetti ed iniziative rispetto ai temi della Responsabilità Sociale di Impresa, verso i quali fosse realmente importante investire risorse ed impegno. Dopo un percorso di riflessione strategico, la Centrale Selex ha individuato e selezionato un'area di impegno verso il quale concentrare l'attenzione a partire dal 2023: il sostegno allo **Sport italiano dilettantistico**.

Le Associazioni sportive dilettantistiche, rappresentano sul territorio italiano, per capillarità e numero di famiglie coinvolte, un pilastro fondamentale nella vita delle comunità locali: **lo sport si riflette quotidianamente nelle vite di tutti, diventando fattore centrale di condivisione e partecipazione sociale**.

Per queste ragioni, il Gruppo Selex coinvolgerà a partire dal 2023 tutti i propri stakeholder in una grande iniziativa rivolta sia alle famiglie, che alle Associazioni Sportive. Sostenere insieme lo Sport, significa confermare l'impegno quotidiano del Gruppo a favore del territorio in cui operiamo.

**TUTTI IN CAMPO**







# UNA RETE IN CONTINUO RINNOVAMENTO

Per il 2023 le Imprese del circuito Selex hanno importanti progetti di sviluppo su tutto il territorio nazionale. Sono **62 infatti le nuove aperture previste** nel corso dell'anno per **complessivi 85.365 m<sup>2</sup> di superficie** di vendita.

Anche **Animali che Passione** e la rete di vendita dei petshop del Gruppo Selex si allarga, con la previsione di **una nuova apertura** nel corso del 2023.

Un piano di crescita e di ammodernamento della rete esistente che si propone di rafforzare ulteriormente la presenza delle Imprese Selex sul territorio e di migliorare le performance della rete commerciale. Per la sua realizzazione sono stati **stanziati 340 milioni di euro**.

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

## Piano di sviluppo 2023

	Nuove aperture	
	Num.	m <sub>2</sub>
Superstore e Miniper	12	31.500
Supermercati integrati	8	13.084
Supermercati	19	22.841
Discount	20	10.190
<b>Totale Punti Vendita al dettaglio</b>	<b>59</b>	<b>77.615</b>
Cash and Carry	3	7.750
<b>Totale della rete distributiva</b>	<b>62</b>	<b>85.365</b>
Petshop	1	364





# I PROGETTI FUTURI



## CDS RENDICONTARE LA SOSTENIBILITÀ

La strategia di sostenibilità che l'azienda intende seguire per i prossimi anni (2023, 2024 e 2025) è quella di seguire un percorso strutturato di rendicontazione ESG. Il Bilancio di Sostenibilità 2023 del Gruppo potrà così essere pubblicato nella primavera 2024 anticipando l'obbligo normativo di due anni.

Questo «esercizio» consentirà all'azienda di testare la qualità dei sistemi di raccolta dati interni, metabolizzare il processo di rendicontazione e prevedere gli opportuni miglioramenti in vista dell'entrata in vigore dell'obbligo normativo.



## L'ABBONDANZA EFFICIENTAMENTI ENERGETICI COSTANTI

Per ogni ristrutturazione e ammodernamento sarà sempre previsto un intervento di efficientamento energetico, secondo fattibilità, come ad esempio l'installazione di pannelli solari, la sostituzione delle componenti impiantistiche più obsolete oltre la sostituzione dei banchi frigo esistenti con banchi chiusi da vetrine. A partire dal 2024 in avanti sarà incaricata un'azienda esterna per effettuare ispezioni e controlli (audit) presso i fornitori del Gruppo.



## MEGAMARK IMPORTANZA DEL BIOLOGICO

Nel 2023 il Gruppo Megamark avvierà un progetto per la vendita di prodotti biologici sfusi all'interno dei propri reparti ortofrutta. Tale modalità permetterà di raggiungere alcuni obiettivi: minor costo dei prodotti, incentivo per i fornitori a produrre biologico con minor aggravio di acquisti per attrezzature specifiche per il confezionamento, valorizzazione dei fornitori locali (l'80% del bio, infatti, viene prodotto al sud), maggior rispetto del territorio e della salute umana. Per poter vendere il biologico nella modalità sfuso Gruppo Megamark ha dovuto superare delle attente verifiche all'interno di ognuno dei suoi punti vendita e di tutti i suoi magazzini, da parte dell'Ente certificatore ICEA. Tale certificazione è già attiva su tutte le società del Gruppo.



### MEGAMARK

## ATTENZIONE ALL'AMBIENTE

Megamark ha attivato un progetto relativo alla raccolta degli oli esausti da parte dei clienti e/o utenti, i quali tramite stazioni di raccolta dedicate che verranno posizionate nel prossimo futuro presso i punti vendita diretti del Gruppo, potranno smaltire in modo corretto quanto prodotto a livello domestico. Oltre a questo, Megamark ha implementato l'etichettatura ambientale per tutti i preincarti generati presso i punti vendita. Prossimamente i clienti, tramite un QR Code apposto sul preincarto, potranno ottenere informazioni relative al corretto smaltimento degli imballaggi.



### MAGAZZINI GABRIELLI

## PUNTARE SUI DIPENDENTI

Magazzini Gabrielli intende creare per il prossimo futuro un piano di incentivi per i propri collaboratori attraverso l'inserimento in azienda di iniziative di contributo a sostegno dei neogenitori e, contemporaneamente, ad attività mirate al volontariato aziendale.



### IL GIGANTE

## FOTOVOLTAICO

Il Gigante sta portando avanti uno studio e una valutazione interna con l'obiettivo di adottare impianti fotovoltaici in alcuni siti per i prossimi anni.



### SUPEREMME

## VERSO LA FORMALIZZAZIONE E UNA TRASPARENZA SEMPRE MAGGIORI

Superemme è costantemente impegnata a ricercare ed individuare e, quindi, per quanto possibile, prevedere e ridurre, i rischi correlati alle ordinarie attività sociali e alle eventuali violazioni di legge o di qualsiasi altra disposizione inerente che si sta evolvendo in un vero e proprio Modello di Organizzazione Gestione e Controllo (MOG) di cui Superemme intende dotarsi, a partire dal 2024, in conformità al dettato del D.lgs. 231/2001. Nella medesima prospettiva, la gestione dei rischi verrà sviluppata in conformità ai principi dell'accountability, facendo sì che ciascuna criticità sia gestita dai responsabili dei processi aziendali che ne sono interessati.



## SUPEREMME UN IMPEGNO PER L'AMBIENTE SU PIÙ FRONTI

Superemme continua il suo impegno sulla ristrutturazione alla rete di vendita per adeguarla ai nuovi format e sullo sviluppo con l'apertura di nuovi punti vendita.

Si impegna ad inserire per le realizzazioni future il Progetto della facciata ventilata che già nel 2023 saranno realizzate su altri 2 punti vendita, permettendo di risparmiare notevolmente in termini di consumo energetico e, contemporaneamente, di evitare la produzione di emissioni inquinanti. Inoltre, si prevede di estendere il numero di interventi per l'installazione di Impianti Fotovoltaici rispetto agli ultimi 5 realizzati nel 2022 al fine di incrementare la percentuale di energia prodotta e ridurre l'emissione di CO<sub>2</sub>.

Nel 2023 Superemme porterà ad estendere su tutta la rete Pan altri progetti in corso, tra cui:

- ▶ la presenza di "isole ecologiche" per migliorare la gestione dei rifiuti mantenendo le aree interessate pulite, ordinate e facilitare il recupero dei materiali;
- ▶ le "etichette elettroniche" sostituendo definitivamente quelle cartacee e riducendo così i materiali di consumo.



## SUPEREMME LA CULTURA DEL MIGLIORAMENTO CONTINUO A TUTTI I LIVELLI

Il percorso intrapreso da Superemme negli ultimi anni è quello di passare da una visione gerarchica e verticale ad una logica orizzontale, basata su lavori in team e dove la responsabilità sia condivisa a tutti i livelli.

Superemme è convinta che grandi risultati si ottengano con persone motivate e le leve motivazionali oggi sono molto diverse dal passato. Oltre che sulla formazione tecnica, Superemme sta investendo sulle soft skills delle proprie persone partendo dai responsabili di funzione, passando poi ai capi reparto e ai referenti di cassa per accrescere sempre di più il servizio offerto alla clientela.



**SELEXGC.IT**



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