

PUBBLICAZIONE. Il gruppo riunisce 15 aziende **Selex, bilancio sociale** **Il 93% dei dipendenti è** **a tempo indeterminato**

Brendolan: «E per i clienti si lavora a tutelare il loro potere d'acquisto»

Il gruppo Selex (15 imprese associate, è al terzo posto la grande distribuzione con una quota di mercato dell'11,9%) torna a mettere in vetrina la sua responsabilità sociale verso i cittadini e il territorio approvando per la quarta volta nella sua storia il "Bilancio Sociale" che illustra «le numerose iniziative promosse dal gruppo e dalle sue imprese associate (in Veneto riunisce i marchi Ali, A&O, C+C, D Più, Galassia Emisfero, Famila, Mega) nel 2016. Dai progetti umanitari a quelli volti alla salvaguardia dell'ambiente, passando per la raccolta delle eccedenze, le collette alimentari e le campagne a sostegno della ricerca scientifica e delle scuole».

«Per noi il Bilancio sociale non vuole rappresentare una semplice rendicontazione delle attività svolte in ambito di responsabilità sociale d'impresa - sottolinea il presidente Dario Brendolan di Selex - ma sempre più uno strumento propulsivo di cambiamento e testimonianza concreta del percorso di responsabilità intrapreso dalla centrale Selex e dalle imprese socie. Il tutto in un più ampio

contesto in cui la grande distribuzione è in prima linea». L'obiettivo prioritario resta «lo sviluppo di una responsabilità sociale condivisa all'interno del gruppo», e tutto il percorso di rendicontazione «è stato progettato con il supporto metodologico di Altis, Alta scuola di impresa e società dell'Università Cattolica di Milano, polo accademico specializzato sui temi della sostenibilità».

In Selex «su un totale di 31 mila dipendenti che fanno capo al gruppo in tutta Italia, oltre il 93% può contare su un contratto di lavoro a tempo indeterminato e su un costante aggiornamento professionale». Quanto ai clienti il gruppo offre una serie di marche «sempre più diversificate per assicurare ai consumatori un'offerta aggiornata, sicura e di qualità, a prezzi accessibili, con strategie messe in atto per difendere il potere d'acquisto delle famiglie. Nel 2016, la proposta promozionale ha consentito ai clienti delle imprese Selex di risparmiare oltre 384 milioni». C'è infine l'impegno in moltissime iniziative per ambiente, ricerca, scuola e sport. ●

