

Publicata la quarta edizione del bilancio sociale di Selex

La quarta edizione del bilancio sociale di Selex illustra le numerose iniziative promosse dal Gruppo nel corso del 2016. L'intero percorso di rendicontazione è stato progettato con il supporto metodologico di Altis, Alta scuola di impresa e società dell'Università Cattolica di Milano. La prima parte del Bilancio è dedicata alla realtà del Gruppo Selex, formato da imprese profondamente legate al territorio, che instaurano con i clienti un rapporto di fiducia che va al di là dell'atto d'acquisto e che danno un contributo significativo all'occupazione: su un totale di 31 mila dipendenti in tutta Italia, oltre il 93% può contare su un contratto di lavoro a tempo indeterminato. Il personale è inoltre in costante aggiornamento professionale. Ai clienti e alla loro soddisfazione è invece dedicata la seconda parte della pubblicazione: le marche del distributore, i prezzi accessibili, le strategie messe in atto per difendere il potere d'acquisto delle famiglie. Nel 2016, la proposta promozionale ha consentito ai clienti di risparmiare oltre 384 milioni di euro. L'ultima parte del Bilancio illustra le principali iniziative di responsabilità sociale in ambiti diversi: dall'ambiente, alla ricerca, alla scuola, allo sport, accomunate dalla sensibilità verso i problemi dei cittadini e del territorio. Tra le principali campagne nazionali emerge "Tutti per la scuola", progetto che mette a disposizione degli istituti materiale didattico. Il 2016 ha visto l'esordio di "Un arcobaleno a tavola", per promuovere tra i più piccoli le corrette abitudini alimentari, attraverso un approccio ludico e divertente. A livello locale, le iniziative spaziano dalla lotta allo spreco, al sostegno allo studio, agli aiuti alle famiglie in difficoltà, alla diffusione degli alberi e del verde, al sostegno alla ricerca fino alla promozione di eventi culturali e sportivi vicini alle comunità.

