

GRUPPO
VeGé



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

2019-2020

CON IL SUPPORTO METODOLOGICO DI

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore





*Perché parlare di noi
significa parlare
del mondo che cambia*

CON IL SUPPORTO METODOLOGICO DI
UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore



SOMMARIO

	LETTERA AGLI STAKEHOLDER	4			
	NOTA METODOLOGICA	6			
	Il perimetro, lo scopo e i contenuti del Bilancio di Sostenibilità	8			
	Il dialogo con gli stakeholder	11			
	La matrice di materialità	12			
1	CHI SIAMO	16			
	Da più di 60 anni protagonisti della distribuzione in Italia	17			
	La Centrale di Gruppo VEGÉ	19			
	Le imprese socie	22			
	Il Consiglio di Amministrazione	26			
	Gestione trasparente e <i>compliance</i>	27			
	Le partnership nazionali e internazionali	28			
2	L'IMPATTO ECONOMICO	30			
	Un Gruppo in continua espansione	31			
	Gruppo VEGÉ cresce anche nel biennio 2019/2020	32			
3	L'ATTENZIONE E LA VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE	34			
	La popolazione aziendale	35			
	I numeri della Centrale VEGÉ	37			
	La salute e la sicurezza dei dipendenti	39			
	La comunicazione interna	42			
	La tutela della privacy dei dipendenti	42			
	VEGÉ Academy per la formazione e lo sviluppo delle risorse umane	43			
	I progetti delle Imprese associate	46			
			4	L'ATTENZIONE AL CLIENTE	48
				La relazione con il cliente	49
				Prodotti a marchio VEGÉ	53
				I progetti delle imprese associate	55
			5	I RAPPORTI CON I FORNITORI	58
				Modalità di scelta dei fornitori	60
				Oh! Vita: una linea di prodotti sostenibile lungo tutta la catena di fornitura	61
				Italianità: una scelta sicura anche durante la pandemia...	62
				I progetti delle Imprese associate	63
			6	L'IMPEGNO PER LA COMUNITÀ	66
				Le partnership	67
				I progetti delle Imprese associate	71
			7	L'IMPATTO AMBIENTALE	76
				Gruppo VEGÉ rispetta l'ambiente	77
				Il monitoraggio dei consumi	80
				I progetti delle imprese associate	81
			8	EMERGENZA SANITARIA E COVID-19	88
				Le iniziative a favore del personale	89
				Le iniziative a favore dei clienti	90
				Le iniziative a favore della comunità	91
				I progetti delle imprese associate	92
			9	UNO SGUARDO STRATEGICO AL FUTURO	96
				Gli obiettivi di sostenibilità di Gruppo VEGÉ	98



LETTERA AGLI STAKEHOLDER

*Il mestiere più bello per l'uomo
è quello di unire gli uomini*
(Antoine de Saint-Exupéry)

*Perché parlare di noi
significa parlare
del mondo che cambia*
(#IoSonoVéGé)

Il terzo Bilancio di Sostenibilità del Gruppo VéGé esce in un momento difficile per la storia economica e sociale del nostro Paese. Eppure mai come adesso siamo consapevoli del nostro ruolo e della funzione che svolgiamo all'interno della Comunità.

Viviamo una crisi sanitaria che porterà necessariamente a delle trasformazioni profonde che incideranno sul nostro modo di vivere, produrre, consumare.

La redazione del Bilancio di Sostenibilità raccoglie e presenta i risultati, i progetti e le iniziative messe in atto durante gli esercizi 2019 e 2020 e costituisce un momento fondamentale per riflettere tutti insieme sull'identità, i valori e le prospettive future di sviluppo di tutto il Gruppo e delle sue imprese socie e per migliorare gli strumenti che abbiamo per identificare e raggiungere obiettivi sempre più ambiziosi.

Oggi sappiamo che non siamo più "solo" dei punti di vendita. Siamo un simbolo di speranza, fiducia, normalità. Le nostre insegne sempre aperte, sono diventate nelle settimane più buie del lockdown un presidio di sicurezza e un luogo di educazione per la prevenzione dal contagio.

I punti di vendita all'interno delle città, i quartieri, le periferie, i piccoli centri sono antenne di prossimità che contribuiscono a determinare la base della coesione sociale di un territorio e a definire la catena del valore di tutto il sistema.

Oggi sappiamo che insieme siamo tutti più forti.

Il nostro Bilancio racconta che siamo sulla strada giusta per capire e interpretare il mondo che cambia. Dice in che modo lavoriamo per l'espansione del Gruppo che ogni anno diventa sempre più grande e sempre più performante, racconta tutto quello che facciamo per garantire e tracciare le nostre filiere produttive, la sostenibilità dei prodotti a scaffale, il giusto prezzo per una giusta convenienza, la relazione con i clienti e la sicurezza a partire da tutti i nostri collaboratori, le modalità di scelta dei fornitori, il sostegno al made in Italy, l'attenzione alla nutrizione, l'educazione alimentare e il benessere con il lancio della nuova linea di prodotti Ohi Vita.

Racconta come abbiamo reagito alla pandemia. E anche in questa occasione voglio ringraziare tutti i nostri dipendenti e collaboratori che hanno accettato la sfida consapevole dell'importanza del loro ruolo.

Sono orgoglioso delle nostre iniziative di responsabilità sociale. Siamo in prima fila nella battaglia contro lo spreco alimentare, a favore della scuola e dell'educazione dei nostri figli, per la salvaguardia dell'ambiente e dei territori, attenti ai valori della solidarietà e del bene comune.

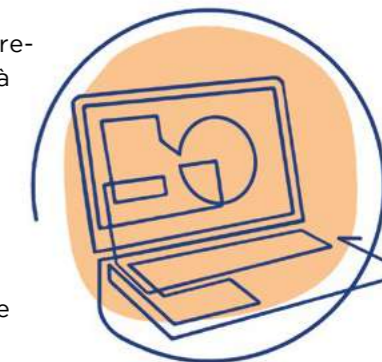
La sostenibilità è il faro che guida tutti i nostri progetti di innovazione, l'identità strategica che definisce il successo delle nostre insegne, in grado non solo di portare benefici al sistema sociale e ambientale in cui ciascuna opera, ma di generare vantaggi competitivi e rispondere meglio alle aspettative dei consumatori che da tempo dimostrano di voler scegliere sempre di più consapevolmente prodotti e servizi che rispettano la sostenibilità ambientale, sociale ed economica.

Nicola Mastromartino

NOTA METODOLOGICA

Nel percorso di integrazione della responsabilità sociale d'impresa (*Corporate Social Responsibility*, CSR) e della sostenibilità all'interno della strategia aziendale, il **Bilancio di Sostenibilità** rappresenta per **Gruppo VéGé** uno strumento imprescindibile.

L'edizione attuale raccoglie e presenta i risultati, i progetti e le iniziative messe in atto durante gli esercizi **2019** e **2020** e vuole essere uno strumento non solo di rendicontazione socio-ambientale, ma anche una riflessione sull'identità, sui valori e sulle prospettive future di tutto il Gruppo e delle sue imprese socie.



La redazione del Bilancio di Sostenibilità costituisce un momento fondamentale di riflessione e di dialogo, sia all'interno sia all'esterno del Gruppo e risulta anche un necessario strumento di lavoro per migliorare l'organizzazione interna, per definire nuovi obiettivi e per continuare a mettere a fuoco la **mission** e l'identità di Gruppo.

La Centrale VéGé e le imprese socie hanno realizzato un documento sempre più conforme alle linee guida internazionali più aggiornate a cura del **Global Reporting Initiative (GRI)** per la rendicontazione delle informazioni di CSR. Per tale motivo, la matrice di materialità, costruita con gli stakeholder nel 2015, è stata aggiornata con il coinvolgimento del **top management** e di alcune categorie di **stakeholder esterni**, ritenute fondamentali per il Gruppo stesso.

Alla redazione del Bilancio di Sostenibilità partecipa per buona parte dell'anno un Gruppo di lavoro rappresentativo di tutte le realtà dell'azienda, che si adopera per fornire i dati e gli indicatori ai fini della reportistica di responsabilità socio-ambientale. Anche le imprese socie contribuiscono alla costruzione del documento attraverso il racconto di alcuni progetti di responsabilità sociale d'impresa messi in atto, raccolti durante alcune interviste ad hoc.

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

Il documento verrà condiviso sia internamente che esternamente all'azienda, per rendere partecipi i dipendenti e gli stakeholder delle iniziative di CSR messe in atto da **Gruppo VEGÉ e dalle sue imprese**, da sempre impegnate **nel contribuire alla diffusione della sostenibilità**.

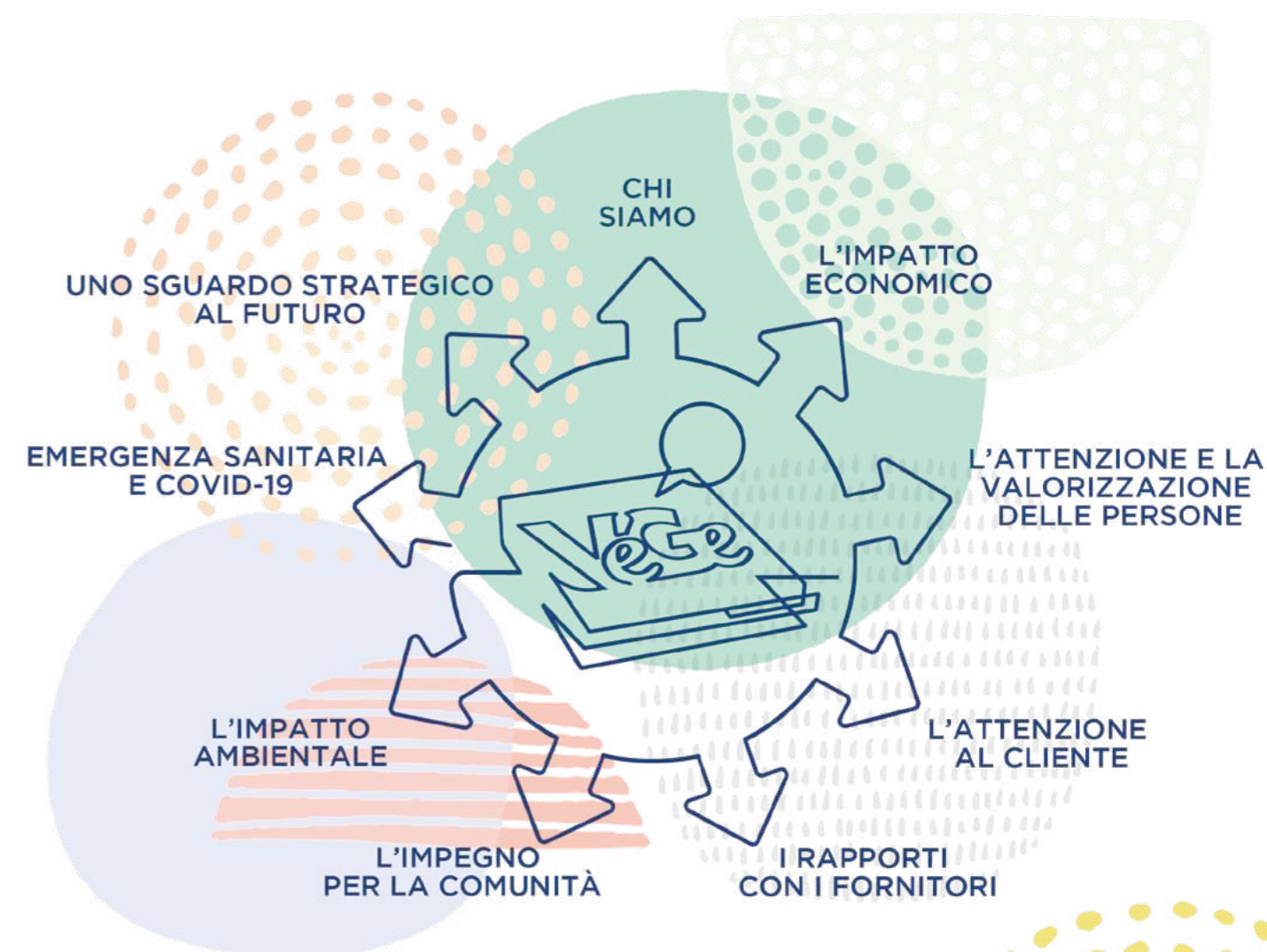
Per ogni eventuale commento, consiglio, richiesta e proposta di miglioramento sui contenuti presentati è possibile fare riferimento all'ufficio **Marketing** e scrivere all'indirizzo e-mail **info@gruppovege.it**.

Il perimetro, lo scopo e i contenuti del Bilancio di Sostenibilità

Il Bilancio di Sostenibilità di Gruppo VEGÉ presenta le attività, i progetti e i risultati ottenuti nel corso degli esercizi 2019 e 2020 (dal 1° gennaio 2019 al 31 dicembre 2020) in ambito **economico, sociale e ambientale**. Riporta inoltre le iniziative e gli impegni promossi nei confronti dei **principali stakeholder**, nonché delle **imprese del Gruppo**.

Il Bilancio di Sostenibilità 2019 e 2020 si compone di **9 capitoli** che descrivono il mondo Gruppo VEGÉ, le imprese, i risultati realizzati e l'impegno profuso sui temi della sostenibilità. Considerando il delicato momento che il nostro Paese ha vissuto e sta tutt'ora vivendo a causa della diffusione del virus **Covid-19**, Gruppo VEGÉ ha deciso di dedicare un capitolo del proprio Bilancio di Sostenibilità alle principali iniziative messe in atto dalla Centrale VEGÉ e da tutte le sue imprese socie nel corso del 2020 per contrastare la pandemia e per reagire all'emergenza sanitaria.

Una novità che caratterizza quest'ultima edizione del Bilancio di Sostenibilità di Gruppo VEGÉ è **l'introduzione dei Sustainable Development Goals (SDGs)**. Gli SDGs sono stati formulati da più di 190 Paesi membri delle Nazioni Unite e si concretizzano in 17 obiettivi e in 169 sotto-obiettivi specifici di sviluppo sostenibile, da raggiungere entro il 2030. Messi insieme, coprono tutti gli ambiti d'intervento dell'azione sociale e ambientale: mirano a porre fine alla povertà e alla fame nel mondo, ad assicurare la salute e il benessere delle persone, a fornire un'educazione di qualità, equa e inclusiva, a raggiungere l'uguaglianza di genere e a garantire a tutta la popolazione del mondo la disponibilità e la gestione delle risorse che il pianeta offre.



L'idea di Gruppo Végé è quella di impegnarsi ad **allineare i propri obiettivi di sostenibilità con quanto viene definito dalle Nazioni Unite**, partecipando a questa sfida e contribuendo allo sviluppo sostenibile.



Infatti, Gruppo Végé si impegna nella realizzazione di attività legate alla sostenibilità con la volontà di operare in modo sostenibile sul territorio, a livello locale e nazionale, per consentire al Gruppo e alle singole imprese di crescere in maniera organica e stabile e contribuire sempre più all'impegno nella **lotta allo spreco**, nella **sicurezza alimentare e nell'educazione a una corretta alimentazione**. L'aspirazione di Gruppo Végé non si limita alla promozione e alla creazione di nuove iniziative, ma, nel suo percorso di crescita, punta a diventare maestro dei valori della sostenibilità verso i clienti per creare un circolo virtuoso di buone pratiche in tutto il sistema.

Il dialogo con gli stakeholder



Il primo Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Végé pubblicato nel 2015 ha rappresentato uno strumento non solo di monitoraggio e condivisione, ma soprattutto di incentivo nello sviluppo di un percorso sostenibile da parte anche delle imprese socie.

Nel corso degli anni, il Gruppo ha continuato a **informare e sensibilizzare** in maniera continuativa **le imprese e i clienti**, ricoprendo il ruolo di **facilitatore** nella condivisione tra le imprese, di attività con obiettivi di sostenibilità.

A oggi, **Gruppo Végé** ha rapporti con diversi stakeholder - in primis le imprese e i dipendenti - con cui vuole creare delle **relazioni stabili, serene e solide**. L'azienda ha con il tempo concretizzato una serie di iniziative che puntano a creare un engagement continuo e concreto, attraverso una elevata **trasparenza** che rende maggiormente disponibili agli stakeholder i dati dell'attività.

Numerosi sono gli **incontri** che vengono realizzati per confrontarsi su progetti passati, presenti e futuri e per condividere le principali iniziative che coinvolgono il Gruppo nella sua totalità. Confrontarsi con gli stakeholder significa anche comunicare con i **clienti finali**, in collaborazione con le imprese, valutando **piani di marketing e commerciali ad hoc**, proposti dalla sede centrale e implementati dalle singole imprese.

Di fondamentale importanza anche il confronto con le **risorse umane dell'azienda**, affinché l'attività lavorativa sia ogni giorno sicura e le mansioni siano eque e ben distribuite, con l'obiettivo di creare un ambiente di lavoro proficuo e al contempo accogliente, nonché adatto alla **conciliazione famiglia-lavoro**.



La matrice di materialità

La matrice di materialità rappresenta in forma sintetica gli aspetti rilevanti (detti “materiali”) per Gruppo VEGÉ e per i suoi stakeholder.

In particolare, la matrice di materialità è l’esito di un **percorso strutturato di coinvolgimento** del management e degli stakeholder, che, attraverso la valutazione puntuale della rilevanza di un elenco di aspetti di sostenibilità, ha permesso di individuare gli aspetti più rilevanti e, quindi, quelli da rendicontare nel presente Bilancio di Sostenibilità.

Il processo di coinvolgimento degli stakeholder è stato effettuato nel 2015 per la pubblicazione del primo Bilancio di Sostenibilità del Gruppo ed è stato **rinnovato nel 2020** per l’aggiornamento della materialità pubblicata nel presente Bilancio.

Per definire la matrice di materialità del Gruppo VEGÉ e i relativi aspetti da rendicontare è stato coinvolto il **top management**, e alcune categorie di **stakeholder esterni**, ritenute fondamentali per il Gruppo stesso.

Tra questi sono stati coinvolti anche Federdistribuzione (l’organizzazione che rappresenta la grande distribuzione organizzata in Italia operante nei settori alimentare e non alimentare) e Konsumer (un’associazione per la difesa dei diritti dei consumatori e utenti, nonché di promozione sociale e senza fini di lucro).

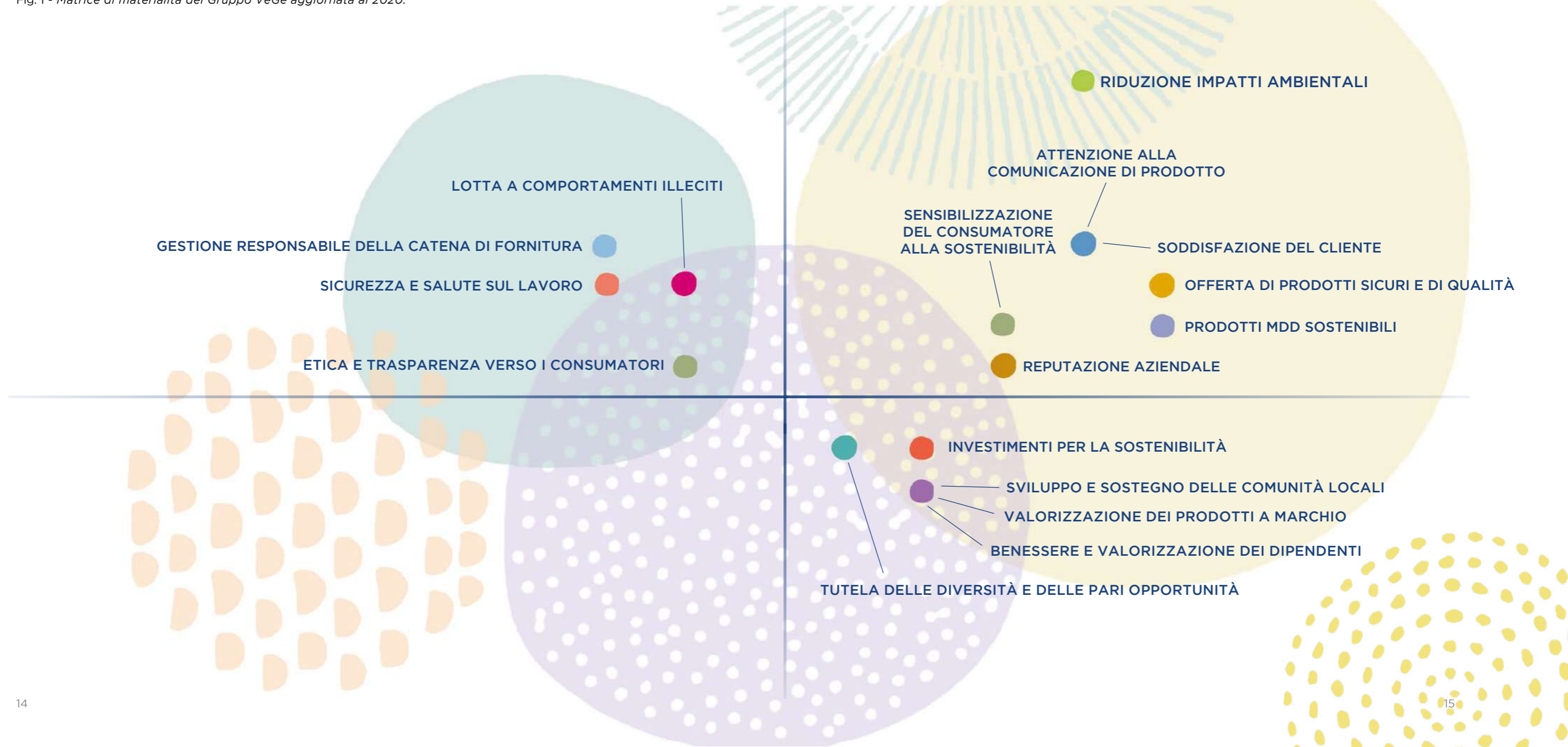
L’elenco dei parametri oggetto di valutazione è stato costruito sulla base degli aspetti definiti dai **GRI Standards** più aggiornati con l’integrazione di temi emersi come particolarmente rilevanti per il settore della GDO. Gli aspetti che risultano essere materiali si collocano nel quadrante in alto a destra della matrice, detto “quadrante della materialità”.

Rappresentano una priorità strategica e, pertanto, devono essere rendicontati chiarendone i nessi con la strategia dell’impresa. Il quadrante della materialità è stato definito attraverso un’analisi quantitativa, che ha individuato nella media delle valutazioni espresse dagli stakeholder (interni ed esterni) il limite inferiore degli assi.

La matrice di materialità è stata poi **approvata da parte dell’Amministratore Delegato** del Gruppo, Giorgio Santambrogio.

La riduzione degli impatti ambientali, la soddisfazione del cliente, la trasparenza verso i propri consumatori e la capacità di innovare in chiave sostenibile i propri prodotti a marchio, sono solo alcuni dei temi prioritari per VEGÉ che, con impegno e dedizione, si occupa di migliorare di anno in anno.

Fig. 1 - Matrice di materialità del Gruppo Végé aggiornata al 2020.



1 CHI SIAMO

Da più di 60 anni protagonisti della distribuzione in Italia

La storia di Gruppo VÉGÉ, dall'olandese "Verkoop Gemeenschap", "Vendere Insieme", inizia in una cittadina dei Paesi Bassi chiamata Breda, quando nel 1925, il visionario imprenditore Theo Albada Jeigersma decide di aprire il primo negozio dedicato a prodotti grocery. **L'esperienza italiana di Gruppo VÉGÉ nasce il 20 maggio del 1959.**



La storia di Gruppo VÉGÉ

1959

Gruppo VÉGÉ nasce come Unione Volontaria e prima organizzazione italiana a utilizzare una forma di associazionismo basata sull'integrazione tra ingrosso e dettaglio. La formula innovativa proposta dal Gruppo rafforza fin da subito la connotazione dei punti vendita al dettaglio associati, riunendoli sotto una comune insegna, sviluppando così una **politica di Gruppo rivoluzionaria.**



1979

Nel 1979, all'interno del Gruppo, **viene costituita la divisione Cash & Carry** che in breve dà vita alla più estesa catena Cash&Carry sul territorio nazionale con l'insegna **Pantamarket**. Dalla costituzione di quest'ultima, il Consorzio VÉGÉ non si identifica più solo con l'Unione Volontaria, ma svolge la sua funzione distributiva con due diverse strutture: il Centro di Distribuzione e il Cash & Carry. Sempre in questi anni Gruppo VÉGÉ crea il marchio **SIDIS** (acronimo di Sistema di Discount), format nato in risposta alla situazione economica e all'atteggiamento degli italiani nei confronti dei consumi.



1987

Negli anni Ottanta, **Gruppo VéGé è un attore determinante nel processo di abbassamento del costo della vita**, nonché di quello di modernizzazione della rete distributiva italiana. Gruppo VéGé ha sempre promosso innovazione e progresso, per migliorare le condizioni di vita dei consumatori italiani ed è uno dei primi gruppi ad aderire al Piano triennale nazionale per l'intermediazione commerciale.

1996

Gruppo VéGé e Gruppo Selex danno vita a Euromadis (European Marketing Distribution). Euromadis rappresenta la vera e propria centrale associativa che unisce i due gruppi che risultano partner con una quota paritetica del 50%. Il nuovo Gruppo si colloca al secondo posto della distribuzione italiana con 59 imprese associate, 3.117 punti vendita e una quota di mercato pari a 12,2%.

1999

L'anno 1999 segna la **conclusione del progetto Euromadis** e la separazione dei due gruppi partner. A seguito della conclusione del progetto **nasce Interdis**, erede di VéGé che prosegue un percorso di innovazione incentrato sempre sul consumatore.

2014

Interdis, a inizio 2014, **riunisce 21 imprese** fortemente radicate sul territorio e l'insegna nazionale utilizzata dal Gruppo nel canale supermercato è **Sidis**, a cui si aggiungono insegne regionali quali **Dimeglio, Etè, Isa e Migross**. Nei primi mesi del 2014 Interdis cambia nuovamente nome, per percorrere ancora una volta una strada di successo valorizzando fortemente le proprie radici: **Gruppo VéGé torna al centro della scena**.



2018

Il Gruppo sigla l'accordo per entrare a far parte del Comitato Acquisti Centralizzati Internazionali di **Gruppo IFA, leader nel settore della distribuzione** di prodotti alimentari e di largo consumo in Spagna. In questo modo il Gruppo si espande in sud Europa e ritorna a essere internazionale. Sempre nel corso di questo anno, dall'alleanza tra Carrefour Italia, Gruppo VéGé e Gruppo Pam **nasce la nuova centrale d'acquisto AICUBE**.

2019

Gruppo VéGé festeggia i suoi **60 anni** come primo Gruppo della Distribuzione Organizzata nato in Italia.



2020

Dopo aver percorso una strada di successo valorizzando le proprie radici, con la creazione di una GDO innovativa, oggi il Gruppo risulta essere il **quarto distributore nazionale** con una quota di 9,28% contemplando anche le vendite AFH. *(Fonte: elaborazione interna dei dati GNLC settembre 2020 e GNCC novembre 2020 Nielsen)*

La Centrale di Gruppo VéGé

La **missione** del Gruppo è quella di valorizzare il cliente finale in ogni fase del suo percorso d'acquisto, attraverso il raggiungimento dell'eccellenza nei servizi di marketing e commerciale forniti alle imprese socie del Gruppo; servizi finalizzati a ottimizzare l'operato dei punti di vendita al dettaglio e all'ingrosso, sfruttando le specificità dei territori presidiati.

Gruppo VéGé è orgoglioso di servire i propri clienti-consumatori attraverso una molteplicità di offerta: imprese diverse, insegne diverse, format diversi, assortimenti diversi, posizionamenti diversi. È la **capacità di ascolto e comprensione** del micro territorio, caratteristica fondamentale dell'imprenditore della Distribuzione Organizzata, la chiave di volta del successo di VéGé. La saggia profilazione e relativa segmentazione dell'offerta commerciale diventano così la nuova eccellenza del retail. L'obiettivo che Gruppo VéGé si pone è quello di favorire lo sviluppo e la competitività dei suoi soci, di conseguire un'elevata **espansione**



del network delle aziende che lo compongono su tutto il territorio italiano, mantenendo sempre un equilibrio ottimale tra la numerosità delle imprese e la solidità patrimoniale dei singoli associati.

Gruppo Végé è, quindi, una perfetta alchimia tra le esigenze delle singole imprese (vere dominus del retail) e la capacità di proporre un saggio e performante **Mini-no Comune Multiplo progettuale** che valorizzi ulteriormente le valenze delle diverse insegne.

Gruppo Végé ha come oggetto sociale:

- ✓ Lo studio, l'elaborazione e il coordinamento delle **POLITICHE COMMERCIALI**, assortimenti e di marketing;
- ✓ Lo svolgimento di attività e iniziative intese a conferire a tutti i suoi soci **FORZA E PRESTIGIO DI GRUPPO**;
- ✓ L'organizzazione e la gestione in comune, svolta direttamente o per il tramite di altri soggetti a ciò delegati, dell'attività di **CONVENZIONAMENTO E CONTRATTAZIONE COLLETTIVA**;
- ✓ Il coordinamento e la gestione di iniziative finalizzate alla diffusione e alla razionalizzazione dell'**ORGANIZZAZIONE COMMERCIALE** dei suoi soci, allo sviluppo delle loro funzioni e all'**AMMODERNAMENTO DELLA RETE DI VENDITA**;
- ✓ La **GESTIONE DELLE LICENZE D'USO** dei marchi e segni distintivi;
- ✓ L'erogazione di servizi di **FORMAZIONE PROFESSIONALE**;
- ✓ Lo **SVILUPPO DI ATTIVITÀ COMMERCIALE DI ACQUISTO E VENDITA AI SOCI** di generi alimentari e beni di largo consumo e comunque di tutti quei prodotti abitualmente presenti nei punti di vendita della moderna distribuzione organizzata.



Il marketing centralizzato

Gruppo Végé supporta le proprie consorziate attraverso la condivisione di conoscenze e best practice e la realizzazione di soluzioni di marketing che si concretizzano in campagne di comunicazione istituzionali, promozionali, l'advertising relativo alla marca del distributore Végé e azioni tattiche in punto di vendita. Queste iniziative permettono alle aziende di avere un vantaggio in termini di qualità e costi dei servizi. La strategia centralizzata ha l'obiettivo di **comunicare efficacemente e capillarmente**, sia sotto il profilo corporate che sotto il profilo consumer, attraverso l'uso organico e integrato di tutti i canali a disposizione online e offline.

Gruppo Végé sviluppa - per tutti i punti di vendita al dettaglio del Gruppo - la linea di Marca del **Distributore (MDD) Végé**. A supporto della MDD il marketing sviluppa e studia il packaging dei prodotti da lanciare sul mercato e le eventuali rielaborazioni richieste dalla legge o dal mercato stesso; inoltre vengono realizzate diverse iniziative di **concept brand** e di **loyalty management**, attraverso diversi strumenti di comunicazione: sito web, canali social, numero verde dedicato, consumer magazine, coupon sconto, concorsi e iniziative di co-marketing nazionali.

Le imprese socie

Gruppo VéGé rappresenta una **scelta innovativa** nel panorama della moderna distribuzione associata italiana. Il Gruppo, in continua crescita, nel biennio 2019/2020 era composto dalle seguenti Imprese Socie, tutte accomunate da una strategia coerente con il modello dell'Impresa familiare e il solido presidio dei bacini territoriali in cui ciascuna Impresa opera:



ELENCO IMPRESE DEL GRUPPO	N° PUNTI VENDITA 2020	N° PUNTI VENDITA 2019	REGIONE
American Cash Srl	1	-	Campania
Asta Srl	14	16	Lombardia, Veneto
Bava Srl	39	35	Campania
Bennet Spa	73	-	Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Liguria, Lombardia, Piemonte, Veneto
Caputo Saverio & Figli Srl	5	5	Calabria
Caramico Gaetano & C. Spa	43	44	Basilicata, Campania, Lazio, Puglia
Centrodet Spa	61	55	Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lombardia, Trentino Alto Adige, Veneto
Colonial Sud Spa	67	77	Campania, Lazio
Comipro Consorzio	382	380	Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Lombardia, Marche, Molise, Piemonte, Puglia, Sardegna, Sicilia, Toscana, Umbria, Veneto
Detercart Lombardo Srl	87	88	Calabria, Sicilia
Erregi Srls	7	7	Sicilia
Fratelli Arena Srl	192	184	Calabria, Sicilia
Fratelli Morgese Srl	23	23	Campania
Gambardella Srl	120	115	Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Lazio, Molise, Puglia
Gargiulo & Maiello Spa	121	124	Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia, Piemonte, Puglia, Sardegna, Sicilia, Toscana, Umbria
GDA spa	117	183	Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Lazio, Molise, Puglia
GFE Srl	24	24	Liguria, Toscana

ELENCO IMPRESE DEL GRUPPO	N° PUNTI VENDITA 2020	N° PUNTI VENDITA 2019	REGIONE
GRD Scarl	75	70	Sicilia
Grossy Srl	13	13	Sicilia
Gruppo Enzo Feri Srl	45	45	Puglia
Gruppo Vega Soc.Cop.	312	287	Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lombardia, Veneto
ISA Spa	344	369	Sardegna
In. Prof	275	228	Basilicata, Calabria, Campania, Lazio, Puglia, Sicilia, Trentino Alto Adige, Veneto
Market Ingross Srl	29	29	Emilia Romagna, Lombardia
METRO Italia Cash & Carry Spa	49	-	Abruzzo, Campania, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte, Puglia, Sardegna, Sicilia, Toscana, Trentino Alto Adige, Umbria, Veneto
Migross Spa	101	101	Emilia Romagna, Lombardia, Veneto
Mio Mercato Srl	-	31	Sicilia
Moderna 2020 Srl	169	167	Basilicata, Calabria, Campania, Puglia
Scelgo SpA	6	-	Abruzzo, Marche, Molise
Multicedi mcN Scarl	102	104	Lombardia, Piemonte
Multicedi Srl	538	508	Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Lazio, Molise, Puglia
Nocera Bros Srl	53	53	Campania
Rossi Srl	35	38	Emilia Romagna, Lombardia, Veneto
Scudo Scarl	81	81	Basilicata, Calabria, Campania, Puglia
SIDI Piccolo Srl	17	17	Campania
Supermercati Tosano Cerea Srl	15	15	Emilia Romagna, Lombardia, Veneto

La rete commerciale è composta da 3.635 punti di vendita (supermercati, ipermercati, superette, discount, specializzati e Cash&Carry) dislocati in modo capillare con insegne su tutto il territorio nazionale, per un totale di oltre 1.76 mln di mq² di superficie nel 2019 e oltre 2.64 mln di mq² nel 2020.

Nel 2020, Gruppo VEGÉ si configura come uno dei più importanti network di vendita del nostro Paese.

In particolare, il Gruppo è **leader** di mercato in **Campania, Basilicata e Sicilia** ed è secondo in Sardegna e Veneto, a testimonianza del forte legame con il territorio.

Le imprese di **Gruppo VEGÉ** sono aziende accomunate non solo da una strategia coerente con il modello dell'impresa familiare e da un solido presidio sul territorio di pertinenza, ma anche dall'attenzione verso le **iniziative di sostenibilità**, in un'ottica di continuo miglioramento. Infatti, l'attuazione delle best practice di sostenibilità è insita nella natura stessa di tali business, da sempre più presenti e vicini alle persone, alla società e all'ambiente.

La rendicontazione delle iniziative di sostenibilità adottate dalle imprese socie, è stata portata a termine attraverso la realizzazione di **interviste ad hoc**, con l'obiettivo di **mappare l'attuazione di politiche o azioni specifiche**. I risultati emersi sono riportati all'interno dei capitoli di questo Bilancio, suddivisi per area tematica, insieme alla descrizione delle buone pratiche più rappresentative realizzate in termini di sostenibilità.

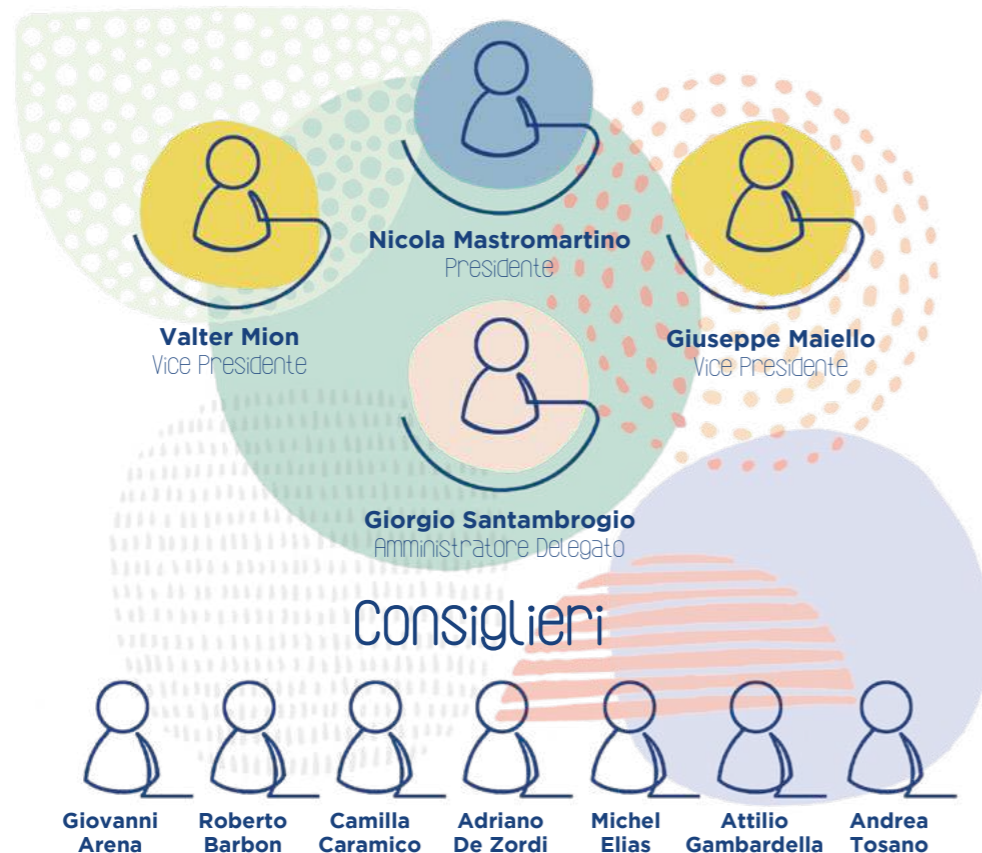


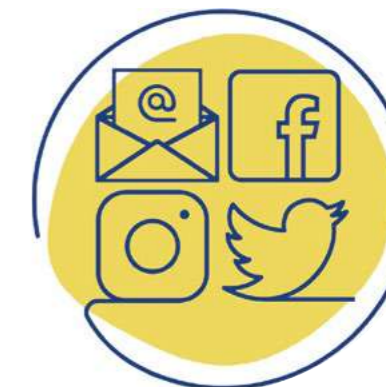
Fig. 2 - Composizione del CdA di Gruppo Végé al 31 dicembre 2020.

Il Consiglio di Amministrazione

Il **Consiglio di Amministrazione** è un organo collegiale nominato dall'Assemblea dei Soci, a cui compete la gestione dell'azienda (vedi Fig. 2). Al Consiglio sono attribuite funzioni inerenti i poteri di gestione, limitando la competenza dell'assemblea a determinati atti, per esempio la nomina e revoca degli amministratori, l'approvazione dei bilanci, le modifiche dello statuto. Il CdA non si occupa della direzione quotidiana dell'azienda, competenza invece in capo al management. Al CdA della controllata VÉGÉ Retail Srl sono delegate alcune funzioni atte a rendere più tempestive alcune decisioni aziendali e facilitare di conseguenza l'operatività degli uffici di sede.

Gestione trasparente e compliance

La gestione delle segnalazioni da parte di terzi è così strutturata: i contenziosi vengono gestiti da diverse unità aziendali in base alle tematiche a cui fanno riferimento. Ricevuta la segnalazione, l'unità competente provvede a effettuare un'analisi approfondita e una valutazione che ha lo scopo anche di trarre eventuali azioni di miglioramento da implementare, nell'ambito delle procedure organizzative o dell'offerta commerciale o degli aspetti relazionali. Le **segnalazioni da parte dei clienti** vengono raccolte tramite **e-mail, numero verde e canali social**; la gestione avviene a cura dell'unità aziendale di competenza oppure, se necessario, viene inoltrata direttamente alle imprese di pertinenza. Può succedere anche che, nel caso di piccoli reclami e segnalazioni locali, questi possano essere raccolti e gestiti direttamente nei punti vendita della rete.



Nel corso del periodo di rendicontazione, non sono stati registrati all'interno della società incidenti o atti illeciti riconducibili a fenomeni di corruzione, comportamenti anti-competitivi e anti-trust, violazioni di leggi sul monopolio. Inoltre, non si sono verificati incidenti dovuti alla non conformità, ai regolamenti e codici volontari in tema di comunicazione di marketing, pubblicità, promozione e sponsorizzazione. Infine, non sono pervenuti a Gruppo VÉGÉ reclami legati all'impatto ambientale, sociale, sulla società e sui servizi erogati dall'azienda.

Le partnership nazionali e internazionali

La nuova AICUBE 4.0 tra Gruppo Végé e Carrefour

Nel 2018 dall'alleanza tra Carrefour Italia, Gruppo Végé e Gruppo PAM ha portato alla costituzione della centrale d'acquisto AICUBE, acronimo di Associazione Imprese Internazionali Indipendenti, in sostituzione della precedente AICUBE (Associazione Imprese Italiane Indipendenti). Gli obiettivi immediati di AICUBE riguardavano la definizione di accordi di base con i principali fornitori comuni, l'identificazione di sinergie sulla Marca del Distributore mainstream e la condivisione di politiche comuni verso i co-packer, per quanto attiene la Marca del Distributore premium.

Con un anno di anticipo rispetto all'originaria scadenza, nell'estate del 2020 AICUBE si è sciolta per contestuale volontà di Carrefour, PAM e Végé. Nell'autunno dello stesso 2020, **Carrefour e Gruppo Végé** hanno deciso di dare vita ad **AICUBE 4.0**, che mantiene uguale identità e obiettivi rispetto all'alleanza precedente.



ASSOCIAZIONE IMPRESE INTERNAZIONALI INDIPENDENTI



L'accordo con IFA

A partire da febbraio 2018, Gruppo Végé ha siglato l'accordo per entrare a far parte del **Comitato Acquisti Centralizzati Internazionali di Gruppo IFA**, leader nel settore della distribuzione di prodotti alimentari e di largo consumo in Spagna. A questa intesa hanno aderito fin da subito anche IFA Retail, controllata dal Gruppo IFA e Sonae, il leader della GDO portoghese.

Gli obiettivi non sono solo di natura commerciale ed economica: la condivisione di impegni e progettualità specifiche insieme alle altre società permette di ottenere miglioramenti anche a vantaggio dei consumatori, in ciascuno dei Paesi in cui sono presenti i tre Soci. Attraverso questa alleanza, infatti, è stata garantita la presenza sugli scaffali dei prodotti originari delle singole realtà aderenti, ampliando decisamente l'offerta al pubblico.

A oggi questa partnership vanta circa 10.000 punti vendita fra Spagna, Portogallo e Italia, mettendo a disposizione per gli utenti finali, tramite diverse insegne multicanale, oltre 6 milioni mq di superficie di vendita, per un valore ricavi alle casse che sfiora i 30 miliardi di Euro. Protagonisti di questa alleanza, oltre ai componenti del Comitato Direttivo, uno per Paese, sono le persone, i collaboratori che superano nell'insieme le 100.000 unità.



2 L'IMPATTO ECONOMICO

Un Gruppo in continua espansione

Gruppo Végé è una realtà in continua espansione all'interno del settore della GDO italiana. Nel 2019 il Gruppo ha registrato una **quota di mercato pari al 5,5%**, che nel 2020 è aumentata fino al **7,2%**, **posizionandosi al quarto posto della classifica delle grandi realtà distributive in Italia.**

Anche i dati relativi al **fatturato** testimoniano una **crescita costante**, passando dai 3mld nel 2018, ai 7,5 mld nel 2019, fino agli 11,25 mld nel 2020.

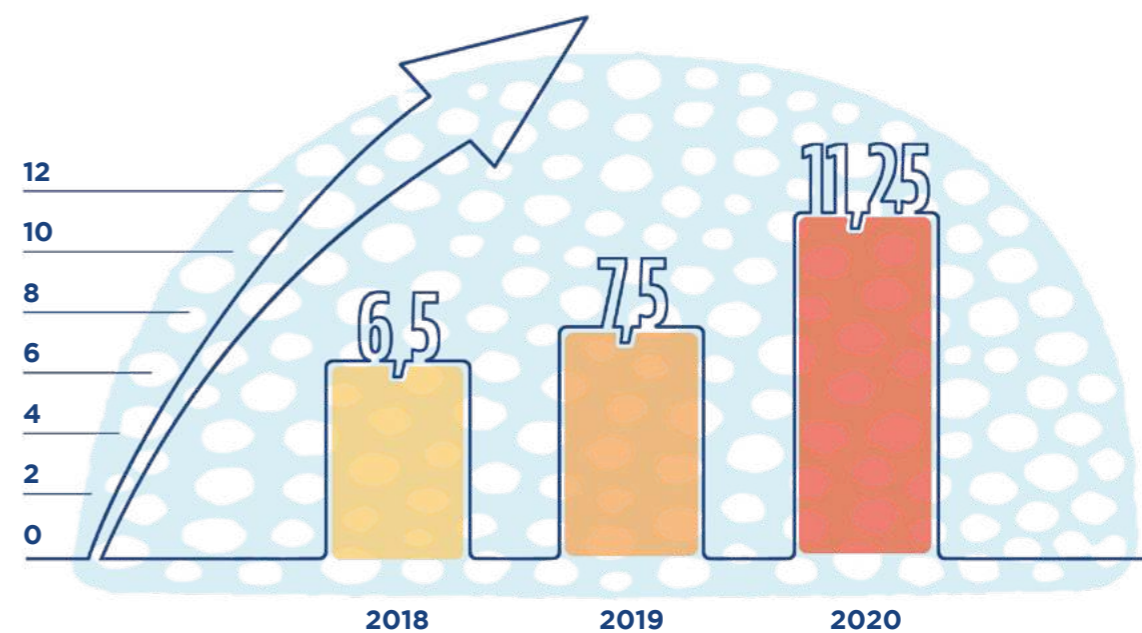


Fig. 3 - Fatturato del Gruppo Végé (in miliardi di Euro).

UN BENVENUTO

AI QUATTRO NUOVI SOCI DI GRUPPO VÉGÉ PER IL 2020

Nel 2020, Gruppo Végé ha dato il benvenuto a quattro nuove e importanti insegne: **AMERICAN CASH**, **BENNET**, **METRO** e **MULTICASH** (diventato successivamente **SCELGO**). Queste acquisizioni, come ha dichiarato il Presidente di Gruppo Végé Nicola Mastromartino, portano con sé dei considerevoli risultati non soltanto a livello di Gruppo, ma anche in termini di soddisfazione dei consumatori: **“È UN DATO DI FATTO CHE SIAMO IL GRUPPO DISTRIBUTIVO CHE PIÙ DI TUTTI È CRESCIUTO IN QUESTI ANNI E CONTINUEREMO A FARLO CONCRETAMENTE ANCHE IN FUTURO”**.

Gruppo Végé cresce anche nel biennio 2019/2020

Il seguente prospetto, tratto dai Bilanci di Esercizio 2019 e 2020, mostra il valore economico direttamente generato da Gruppo Végé attraverso la riclassificazione del conto economico di **Gruppo Végé Società Cooperativa**, società Capogruppo, e delle sue controllate, **Végé Retail S.r.l.** e **Végé Brands S.r.l.**, redatto applicando il metodo del consolidamento integrale.

	2020	2019
Valore economico direttamente generato	43.634.564	38.783.967
Ricavi delle vendite e prestazioni	43.514.451	36.126.693
Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni	0	0
Contributi in conto esercizio	0	0
Altri ricavi e proventi	226.225	2.657.209
Proventi Finanziari	172	65
Risultato gestione straordinaria	0	0
Rettifiche di valore di attività finanziarie	-106.284	0
Valore economico distribuito	40.805.372	37.793.887
Costi operativi riclassificati	37.438.789	34.775.239
Materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	2.525.398	2.980.456

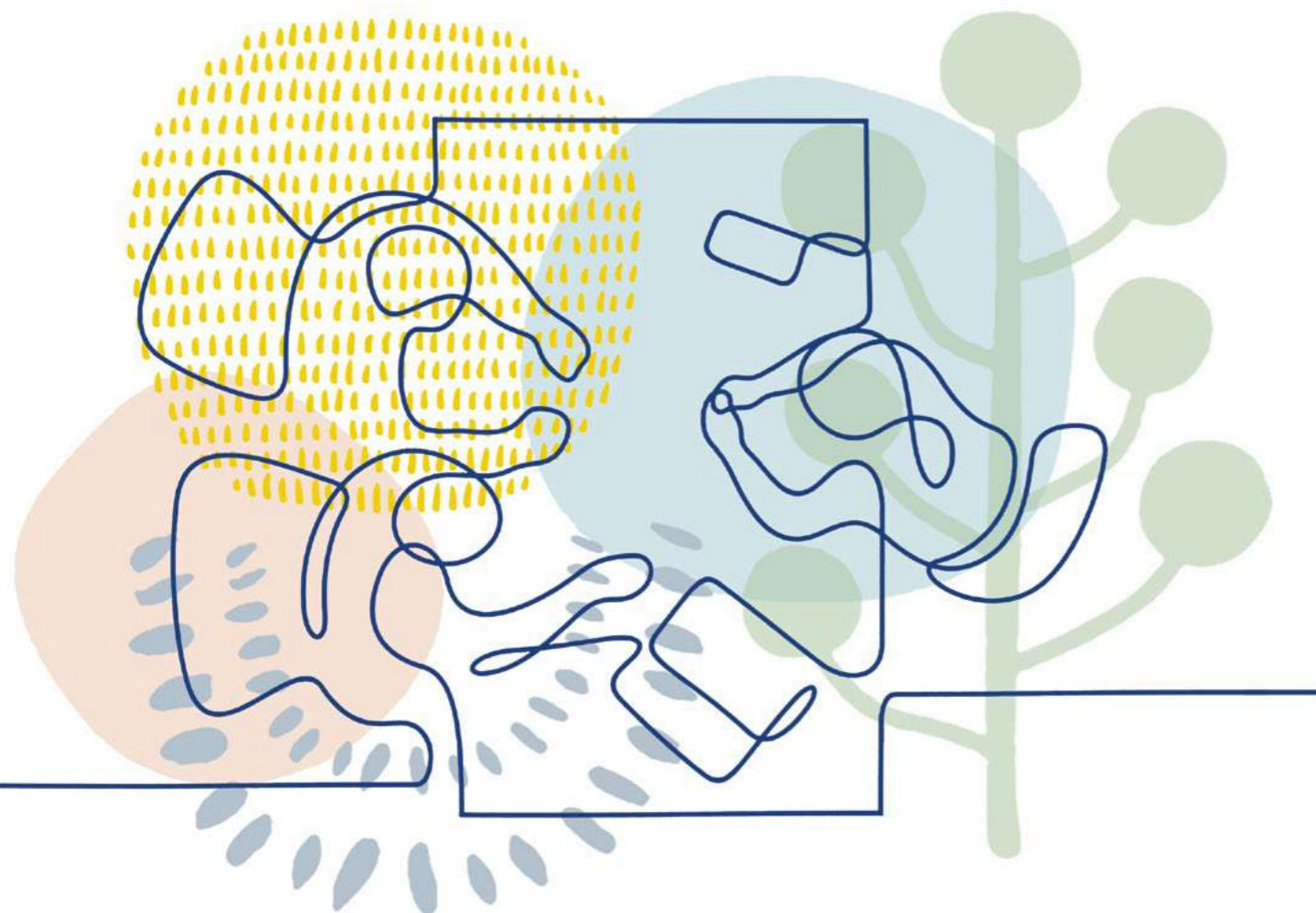
	2020	2019
Costi per servizi	33.651.531	29.065.068
Costi per godimento di beni di terzi	110.234	102.087
Oneri diversi di gestione	1.151.626	2.627.628
Remunerazione del personale	3.176.956	2.958.602
Costi del personale	3.176.956	2.958.602
Remunerazione dei finanziatori	119	13.638
Interessi ed altri oneri finanziari	119	13.638
Remunerazione degli azionisti	0	0
Distribuzione degli utili dell'anno	0	0
Remunerazione della Pubblica Amministrazione	189.508	46.408
Imposte	189.508	46.408
Comunità	0	0
Liberalità, sponsorizzazioni e collaborazioni	0	0
Valore economico trattenuto	2.829.192	990.080
Ammortamenti e svalutazioni	463.942	483.332
Risultato d'esercizio destinato a riserve	2.365.250	506.748

Il seguente prospetto mostra la **distribuzione del valore economico** direttamente generato **agli stakeholder interni ed esterni**:

	2020		2019	
Valore economico trattenuto	2.829.192	6,5%	990.080	2,6%
Valore economico distribuito	40.805.372	93,5%	37.793.887	97,4%
Costi operativi riclassificati	37.438.789	85,8%	34.775.239	89,7%
Remunerazione del personale	3.176.956	7,3%	2.958.602	7,6%
Remunerazione dei finanziatori	119	0,0%	13.638	0,0%
Remunerazione della Pubblica Amministrazione	189.508	0,4%	46.408	0,1%

3

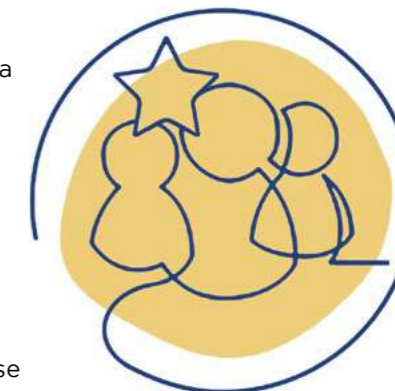
L'ATTENZIONE E LA VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE



La popolazione aziendale

Le risorse umane sono elemento indispensabile per l'esistenza di una realtà come **Gruppo VEGÉ** che si fonda su una **filosofia collaborativa** e ne costituiscono, pertanto, il maggior patrimonio e l'**imprescindibile fattore di sviluppo e crescita**.

La **dedizione** e le **competenze** dei collaboratori sono valori e condizioni determinanti per il futuro del Gruppo VEGÉ e sono la fonte della sua reputazione all'esterno. Gruppo VEGÉ è caratterizzato da una diffusione territoriale che copre tutto il Paese attraverso le sue imprese: questo non sarebbe possibile se non esistesse un **coordinamento centrale** costituito dai dipendenti e collaboratori della sede centrale che svolgono il proprio lavoro con impegno e professionalità.



Gruppo VEGÉ offre a tutti i potenziali collaboratori, le **medesime opportunità** di lavoro, facendo in modo che tutti possano godere di un trattamento equo, basato unicamente su criteri di **professionalità, competenza e merito**, senza discriminazione alcuna. La selezione del personale è svolta secondo criteri - frutto di meccanismi volti al rispetto delle pari opportunità - che rifiutano ogni tipo di discriminazione e pressione di qualsiasi provenienza, al fine di favorire l'assunzione o l'affidamento di incarichi a persone sulla base di scelte oggettive e di specificità legate alla **figura professionale** da inserire nell'organico. Per la ricerca dei profili da selezionare vengono utilizzati diversi canali che possono coinvolgere società di *head hunter* o di ricerca diretta e mirata.

Una volta concluso il processo di selezione, **l'inserimento del dipendente viene accompagnato da iniziative mirate** a informare la nuova risorsa riguardo tutto ciò che le possa permettere un'inclusione in azienda rapida ed efficace. In particolare, vengono realizzati **colloqui con i responsabili** delle varie aree aziendali in modo tale che il neo assunto possa conoscere globalmente l'azienda ed è previsto **un periodo di affiancamento** al responsabile al fine di agevolare il corretto adattamento della persona al lavoro in team.

Per tutto il periodo di lavoro, l'impegno nello sviluppo delle capacità e delle competenze di ciascun collaboratore si concretizzano in un costante impegno nella **formazione**, come descritto più dettagliatamente nel capitolo dedicato, affinché l'energia e la creatività dei singoli trovino piena espressione per la realizzazione del proprio potenziale.

La definizione dei risultati da ottenere direttamente e l'individuazione degli **obiettivi collettivi** avvengono sempre attraverso il coinvolgimento di tutti i collaboratori, secondo uno spirito di parità. Per quanto riguarda le eventuali differenze nelle retribuzioni, queste fanno riferimento unicamente ai rapporti derivanti dalle funzioni svolte e dall'anzianità di servizio maturata.

Inoltre, Gruppo Végé è profondamente impegnato nella **tutela delle condizioni di lavoro**, proteggendo l'integrità psicofisica dei propri collaboratori e rispettando la loro personalità, facendo in modo che non si verifichino illeciti condizionamenti o indebiti disagi.

SUPPORTIAMO

IL RAGGIUNGIMENTO DEI SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Il contenuto di questa sezione illustra come il Gruppo Végé supporta il **raggiungimento dei Sustainable Development Goals n. 3, 4, 8 e 10**. Per farlo il Gruppo Végé e le imprese associate:

- ✓ **GARANTISCONO** il rispetto delle normative in materia di prevenzione e prevenzione dei rischi, per assicurare la salute e l'incolumità dei propri dipendenti;
- ✓ **SI IMPEGNANO** per sviluppare un sistema di welfare aziendale che assicuri il benessere dei propri collaboratori;
- ✓ **PROMUOVONO** un ambiente di lavoro equo, basato unicamente su criteri di professionalità, merito e competenza per tutti i lavoratori;
- ✓ **SI IMPEGNANO** a prevenire e contrastare tutte le situazioni di possibile sfruttamento del lavoro;
- ✓ **GARANTISCONO** il rispetto delle pari opportunità;
- ✓ **INCREMENTANO** di anno in anno l'impegno nello sviluppo delle capacità e delle competenze di ciascun collaboratore concretizzandolo in un costante investimento nella formazione erogata.



I numeri della Centrale Végé

DIPENDENTI PER GENERE

	2020	2019
Uomini	13	14
Donne	19	17
TOTALE	32	31

Tab. 1 - Distribuzione popolazione aziendale della Centrale per genere.

DIPENDENTI PER FASCE DI ETÀ

	2020	2019
Meno di 30 anni	4	3
Tra 30 e 50 anni	21	19
Maggiore di 50 anni	7	9
TOTALE	32	31

Tab. 2 - Distribuzione popolazione aziendale della Centrale per fascia di età.

Al 31 dicembre 2020 i collaboratori del Gruppo Végé sono 32, di cui 19 donne. Questo vuol dire che il 59% della popolazione è rappresentato da donne e il restante 41% da uomini. Per venire incontro alle esigenze di conciliazione del tempo lavorativo e della vita familiare, alcune collaboratrici beneficiano della riduzione oraria.

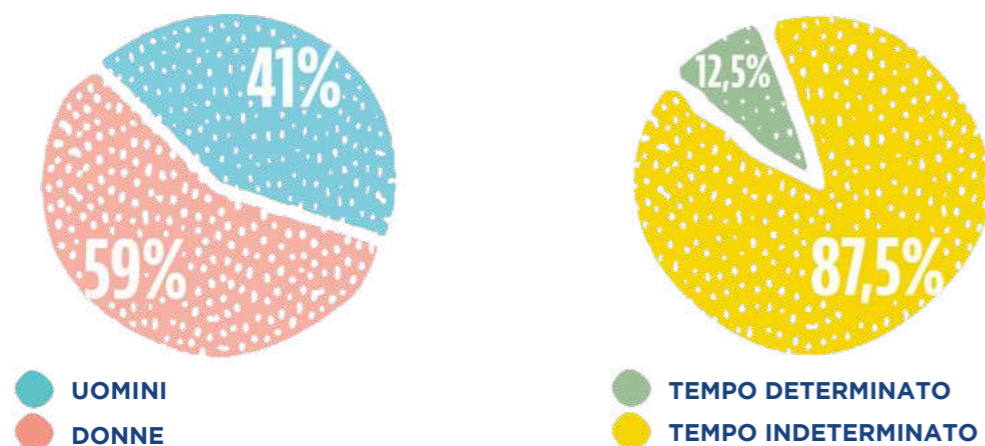


Fig. 4 - Distribuzione della popolazione per genere e per categoria contrattuale.

Tra il 2019 e il 2020 si registra un incremento della popolazione aziendale solo di una unità. La maggioranza dei dipendenti ha un'età compresa tra i 30 e i 50 anni. Dei 32 dipendenti al 31.12.2020, 28 sono assunti a tempo indeterminato (87,5%) e il restante 12,5% a tempo determinato. Oltre a questi, la Centrale VÉGé conta **4 stagisti** (2 uomini e 2 donne) al 31.12.2020, due in meno rispetto all'anno precedente.

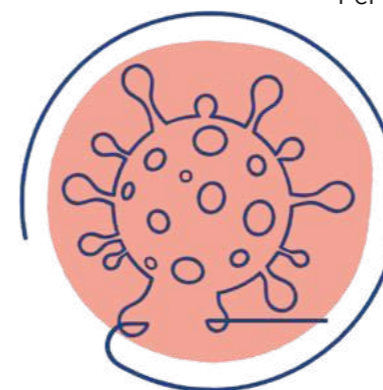
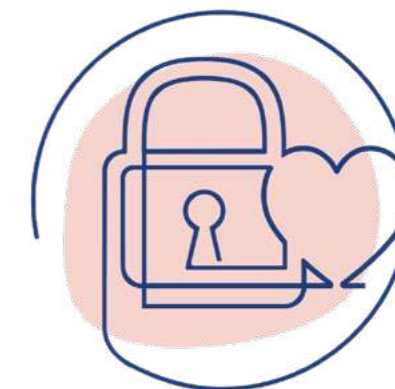
Per quanto riguarda il **turnover**, i dipendenti assunti nel corso del 2020 sono stati 4. Di questi, 2 con un'età inferiore ai 30 anni e 2 tra i 30 e i 50 anni. Anche per il 2019 il numero di dipendenti assunti è stato pari a 4, di cui 1 di età inferiore ai 30 anni. Nel 2020, i dipendenti che hanno cessato il rapporto di lavoro sono stati 3, di cui 2 per pensionamento e, nel 2019, i rapporti interrotti con la Centrale VÉGé sono stati 2, di cui solo 1 per pensionamento.

TURNOVER	2020	2019
Numero di dipendenti che hanno cessato il rapporto di lavoro	3	2
Numero di dipendenti assunti nell'anno	4	4
di cui: meno di 30 anni	2	1
di cui: tra 30 e 50 anni	2	2
di cui: più di 50 anni	0	1

La salute e la sicurezza dei dipendenti

La **salute** e la **sicurezza** sul lavoro sono una priorità per Gruppo VÉGé nella convinzione che condizioni di lavoro sicure, sane e rispettose della dignità individuale siano un **prerequisito indispensabile** sia per garantire lo sviluppo umano delle persone in ambito lavorativo, sia per il raggiungimento degli obiettivi di business con efficienza ed efficacia.

Per questo, Gruppo VÉGé promuove tutte le azioni necessarie a garantire la **salute** e l'**incolumità** dei propri dipendenti e collaboratori, in tutte le situazioni dove svolgono la propria attività, nel rispetto della normativa vigente in materia di **prevenzione** e **protezione**. Gruppo VÉGé è costantemente impegnato a garantire condizioni e ambienti di lavoro sicuri e salubri e tutti i collaboratori partecipano nell'ambito delle proprie mansioni alla diffusione di una **cultura della sicurezza** e della **consapevolezza dei rischi**, realizzando comportamenti responsabili e rispettosi del **sistema di sicurezza** adottato e delle procedure aziendali che ne formano parte.



Per il biennio 2019-2020, a fronte della **pandemia** che ha colpito il nostro Paese, il tema della salute e sicurezza dei dipendenti è diventato, ancor più del solito, una priorità assoluta per il Gruppo. Gruppo VÉGé ha attivato una serie di iniziative che hanno permesso ai propri dipendenti di continuare a lavorare in maniera efficiente, ma con tutte le precauzioni dovute. A tal proposito, per i dipendenti della sede centrale, è stato avviato lo **smart working** dal mese di marzo 2020. Questa nuova introduzione ha permesso ai dipendenti di continuare a presidiare le proprie funzioni e svolgere il proprio lavoro senza creare inefficienze nell'intero sistema. Inoltre, dal punto di vista delle iniziative legate al welfare aziendale, la centrale VÉGé ha stipulato una **polizza assicurativa per indennità da convalescenza e diaria aggiuntiva** per i collaboratori contagiati dal virus Covid-19.

Inoltre, **Gruppo Végé si impegna a:**

- ✓ **TUTELARE LA SICUREZZA E LA SALUTE DEI PROPRI DIPENDENTI** attraverso la sicurezza di tutte le attività poste in essere;
- ✓ **INFORMARE E FORMARE** tutti coloro che prestano la propria attività lavorativa per la società circa i rischi connessi alla sicurezza, assicurando tutti i mezzi e i dispositivi di protezione individuali richiesti dalla normativa vigente;
- ✓ **MONITORARE CONTINUATIVAMENTE** e riesaminare periodicamente le prestazioni e l'efficienza del proprio sistema a presidio dei rischi connessi alla sicurezza.

Gruppo Végé reputa la tutela della salute e della sicurezza del personale un parametro fondamentale per garantire la qualità del servizio erogato. Infatti, **salute, sicurezza e dignità** delle persone, oltre che a mantenere un **clima interno sereno** e contenere l'assenteismo, contribuiscono a garantire **migliori performance** sia in termini di quantità sia di qualità delle attività rivolte ai clienti e agli stakeholder esterni in generale.

Di conseguenza, la salute e la sicurezza dei dipendenti si riflettono direttamente sia sulla sicurezza e la qualità di vita dei clienti che usufruiscono del servizio, sia sulla **valorizzazione e la salvaguardia del territorio e dell'ambiente** in cui l'azienda opera.

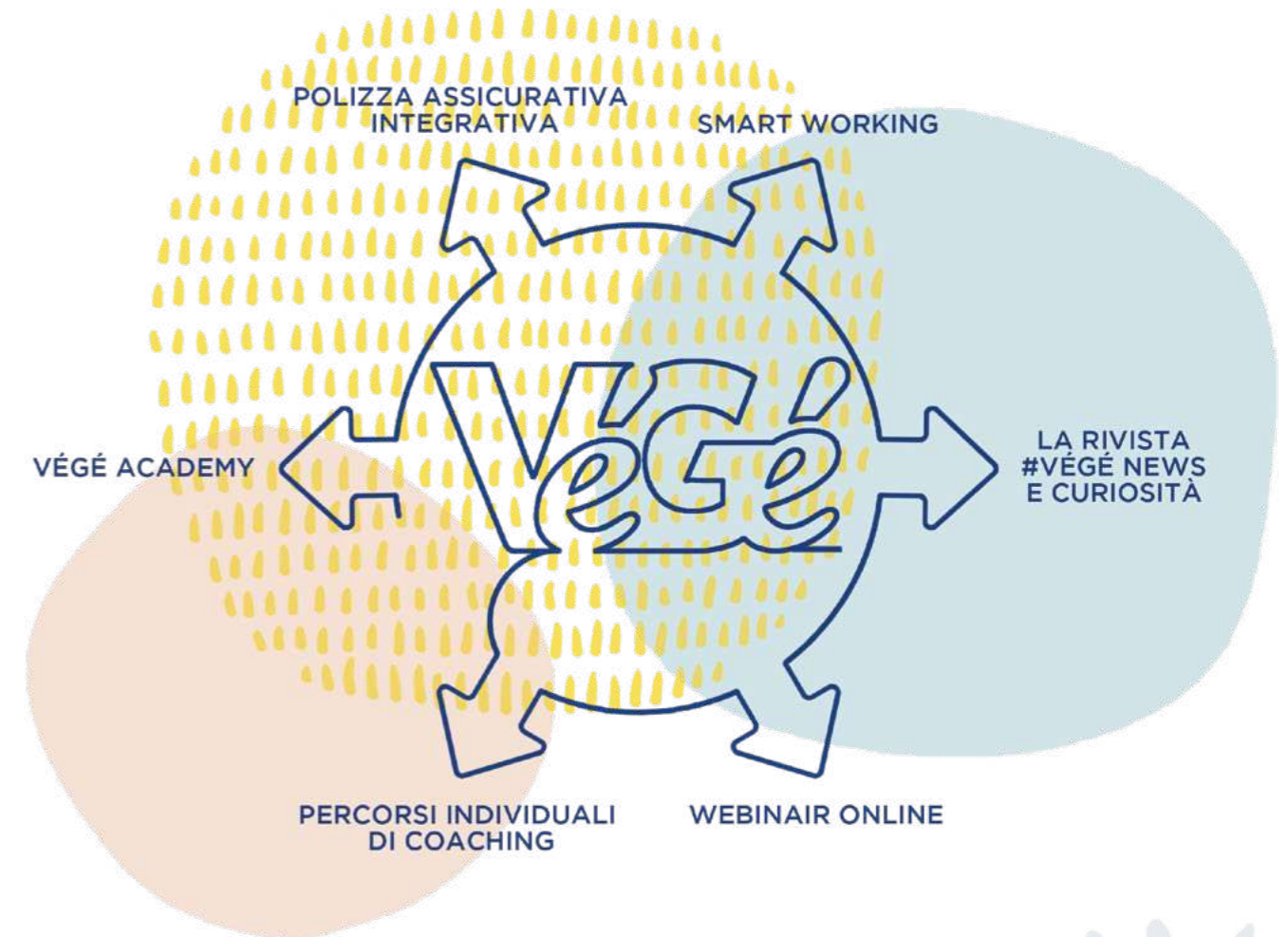


Fig. 5 - Alcuni dei servizi che Gruppo Végé offre ai suoi dipendenti.

La comunicazione interna

Gruppo VéGé utilizza tutti gli strumenti di comunicazione interna rivolta ai dipendenti sia della sede centrale sia delle singole imprese socie **per condividere le scelte e i processi** di cambiamento in atto, ma anche per creare e **mantenere un clima consapevole e positivo**. Tale comunicazione influisce in modo diretto sui risultati di business ed è fonte di reputazione aziendale creata e consolidata dai dipendenti stessi.

Gruppo VéGé adotta un modello di comunicazione interna che cerca di essere il più possibile efficiente ed efficace oltre che sostenibile attraverso l'utilizzo di strumenti informatici, che limitino al minimo l'utilizzo della carta.

Un esempio concreto di come viene realizzata la comunicazione interna è l'*house organ* "**#VéGé: news e curiosità dal mondo VéGé**", la rivista che intende raggiungere tutti i collaboratori senza distinzione, parlando con una voce unitaria e istituzionale. Il magazine ha una cadenza bimestrale e presenta contenuti che riguardano l'andamento generale dell'attività, i valori, la *mission* e gli obiettivi del Gruppo, informazioni provenienti direttamente dalle imprese socie e news di settore.



La tutela della privacy dei dipendenti

In accordo con la normativa sulla privacy (d.lgs. 196/2003, c.d. Codice della Privacy, modificato dal Regolamento (Ue) 679/2016), **Gruppo VéGé** garantisce la **sicurezza dei dati e delle informazioni**, attraverso procedure idonee a minimizzare i rischi da trattamento illecito e promuove cicli di formazione sul tema per i responsabili e gli incaricati del trattamento.

VéGé Academy per la formazione e lo sviluppo delle risorse umane

Per garantire la massima professionalità e competenza delle persone, Gruppo VéGé ne cura l'**aggiornamento e la formazione** al fine di favorirne la **crescita professionale e personale**. In questa ottica, VéGé ha lanciato la **VéGé Academy**. VéGé Academy vuole essere un vero e proprio laboratorio dove gettare le basi del futuro, partendo dalla valorizzazione del capitale umano distribuito tra gli associati, per essere pronti ad affrontare con unità di visione le sfide del mercato.

La **VéGé Academy** è un'unità di formazione centralizzata, una sorta di scuola interna dove sia i collaboratori della sede centrale, sia i manager e dipendenti delle imprese socie possono perfezionare le loro conoscenze e valorizzare la propria professionalità attraverso percorsi personalizzati d'eccellenza. Inoltre, il modello dell'Academy rappresenta un vero e proprio **facilitatore delle condivisioni e acceleratore del potenziale**, il luogo dove i collaboratori, gli imprenditori di oggi e di domani, possono scambiarsi esperienze e liberare le loro capacità creative e innovative grazie alla continuità tra l'apprendimento e l'applicazione immediata.

La VéGé Academy è nata con dei **valori ben definiti**:



IDENTITÀ per costruire un senso di appartenenza forte basato sui valori di Gruppo VéGé

COMPETENZA per consolidare e mettere in rete il know-how (tecnico e soft skill) all'interno di una comunità di imprenditori guidati da una visione comune

INNOVAZIONE per trasformare il business e affrontare le sfide del mercato, valorizzando e condividendo le idee e le pratiche d'eccellenza all'interno di Gruppo VéGé.



Nel biennio 2019-2020 le iniziative formative si sono sviluppate lungo tre assi:

1. formazione dei giovani imprenditori e manager delle imprese associate;
2. formazione del personale di sede centrale;
3. formazione rivolta ai titolari e al personale delle imprese associate.

Per quanto riguarda i **giovani imprenditori** è stato realizzato il secondo percorso Mini Master dal titolo: *“Fare Impresa nel Retail 5.0”*, che ha ottenuto un ottimo riscontro sia in termini di partecipazione sia di interesse. All'interno del percorso sono state affrontate varie tematiche, tra cui la sostenibilità e la distintività verso il cliente e il territorio, la *digital innovation* e l'omnicanalità, i big data e gli strumenti innovativi.

In relazione alla formazione del **personale di sede** è stato realizzato un progetto incentrato sulla comunicazione a 360° che si è articolato su moduli di approfondimento che hanno preso in esame vari aspetti della comunicazione: da quella relazionale sino all'utilizzo della comunicazione professionale attraverso i social. Tale formazione ha coinvolto tutto il personale di sede. A valle del progetto stesso sono stati attivati dei **percorsi individuali di coaching**, che sono proseguiti on line anche durante il periodo di *remot working* dettato dalla situazione di pandemia mondiale. Questa modalità ha garantito un supporto alle persone che si trovavano a vivere una nuova condizione di organizzazione del lavoro.

Per quanto riguarda le **imprese associate** la formazione si è sviluppata attraverso dei **workshop dedicati** che hanno consentito uno stimolante scambio di esperienze tra le imprese del Gruppo. Tra le tematiche affrontate: negoziazione con i fornitori, gestione degli assortimenti, delle promozioni, dei nuovi trend di consumo e delle principali leve gestionali dei punti di vendita.

Durante il lungo periodo di emergenza sanitaria, VEGÉ Academy ha tempestivamente trasformato la modalità di erogazione utilizzando il **canale on line**.

Ciò ha consentito, attraverso interventi mirati, di raggiungere un **numero elevato di partecipanti** garantendo una formazione sui temi di maggiore attualità.



Tra le tematiche affrontate:

- ✓ **E-COMMERCE:** l'impatto dell'emergenza Covid-19 sulle modalità e abitudini di acquisto;
- ✓ **STRATEGIE E STRUMENTI** per una logistica efficace e resiliente;
- ✓ come **RICONQUISTARE IL CLIENTE** nel post Covid-19;
- ✓ **COMUNICAZIONE A DISTANZA** e gestione web meeting.

La partecipazione è stata particolarmente elevata e attenta. Questo dato è un indicatore molto importante della **qualità della formazione erogata**, oltre a essere un segnale forte del bisogno di approfondire, confrontarsi e affrontare in modo efficace i temi che rappresentano le sfide più importanti nell'ambito della GDO.

Tenuto conto che tutte le imprese socie hanno dovuto affrontare nel periodo dell'emergenza sanitaria le difficoltà dell'essere in prima linea a dare risposte efficaci rispetto alle nuove tendenze di consumo e modalità di acquisto, la partecipazione agli incontri formativi ha segnato una significativa controtendenza: la "fretta" ha lasciato il passo a un concetto di "rapidità" che a sua volta richiede riflessione, approfondimento, confronto per mettere a punto strategie efficaci e mirate.

La formazione è stata una risposta adeguata capace di interpretare le esigenze delle persone che, anche in un clima di emergenza, hanno compreso e valutato utile la costruzione della propria crescita personale.

I progetti delle imprese associate

Tra le iniziative che vengono sviluppate dalle imprese associate con particolare riferimento all'area collaboratori, ci sono quelle azioni che aspirano a un **maggior coinvolgimento dei collaboratori**, a valorizzare il loro apporto all'azienda e favorire un clima di benessere in azienda.

Si concretizzano, quindi, in progetti in ambito di flessibilità organizzativa, conciliazione famiglia-lavoro, per una migliore gestione dei tempi che permetta agli individui di conciliare le necessità lavorative con i propri bisogni.

CENTRODET

Agevolazioni per la spesa di tutti i dipendenti

Ai **dipendenti Centrodet** viene data una **carta "fidelity"** che permette di ottenere degli sconti agevolati, che vanno oltre quelli garantiti a tutti i clienti e sono validi su tutti i prodotti. Quando il dipendente esibisce alla cassa la propria carta fidelity, allo scontrino viene ulteriormente applicato un **sconto dipendente** (vincolo a consumo familiare).



F.LLI MORGESE

Il benessere e la valorizzazione del personale come impegno primario

Al fine di coniugare il raggiungimento dei risultati di business a un migliore bilanciamento vita-lavoro dei dipendenti, la F.Ili Morgese ha sviluppato negli ultimi anni una serie di iniziative come lo **Smart Working**, il **Part-time verticale e orizzontale** ed è work in progress anche il **"Welfare aziendale"**. Nel 2019, ad esempio, l'azienda ha riconosciuto la possibilità di lavorare da remoto ai propri dipendenti su semplice richiesta, compatibilmente con le attività e le funzioni svolte. Come ulteriore misura a sostegno delle famiglie e della genitorialità, ha concesso l'accesso al part-time a **lavoratrici madri e lavoratori padri** fino al compimento del terzo anno di vita del figlio ed estende i congedi parentali e i permessi per assistenza e decesso ai congiunti gravemente infermi e a tutte le convivenze stabili idoneamente comunicate. La F.Ili Morgese

promuove queste iniziative attraverso il **dialogo diretto** con i propri dipendenti.

Inoltre, l'azienda è in contatto con dei professionisti del settore per dare la possibilità ai propri dipendenti di avere **assistenza legale gratuita** in caso ne avessero bisogno. Inoltre, si stanno identificando soluzioni idonee a promuovere il valore delle persone attraverso l'offerta di **servizi concreti di sostegno al potere di spesa dei dipendenti**, attraverso convenzioni per acquisti di beni e servizi a sostegno della vita familiare dei dipendenti e dei loro familiari: vacanze, buoni libro, palestra e sport. Questi programmi hanno l'obiettivo non solo di **supportare le persone nella loro vita privata**, ma anche di **promuovere responsabilizzazione, autonomia e orientamento ai risultati**.



TOSANO

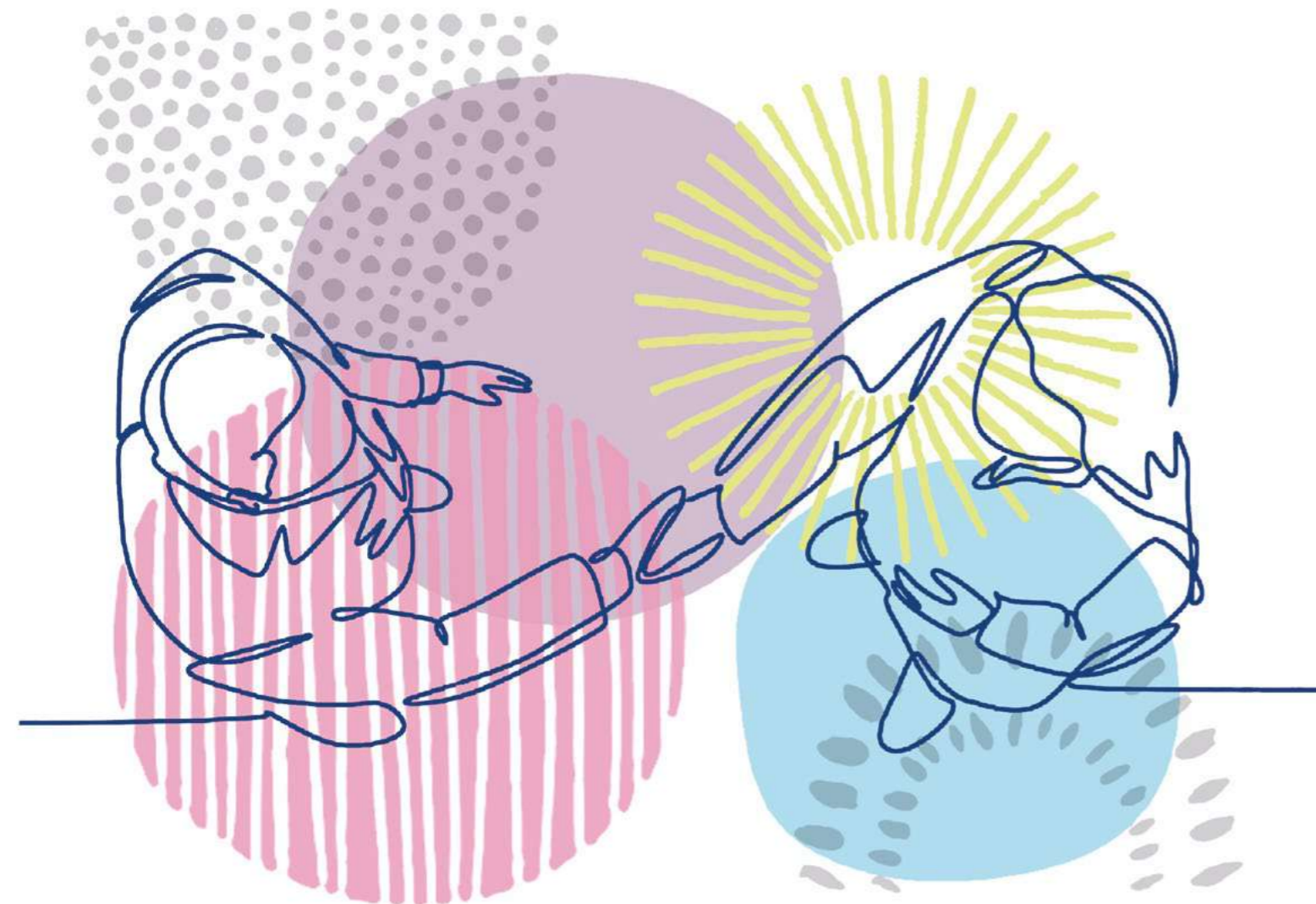
Un centro estivo divertente e creativo per i figli dei dipendenti

Nei mesi di luglio e agosto 2020, Tosano ha organizzato un **centro estivo** per i figli dei propri dipendenti con un'età compresa dai 3 ai 14 anni. Del tutto gratuito, il cosiddetto "grest" è stato realizzato a Cerea (Verona) e ha visto il coinvolgimento della cooperativa sociale Gradiente, esperta nel settore educativo e socio-sanitario. Una preziosa opportunità regalata ai più giovani, che hanno potuto così passare un'estate all'insegna del **divertimento** e della **socializzazione**, in **totale sicurezza**.

Questa iniziativa è stata pensata per favorire una **miglior conciliazione lavoro-famiglia** a tutti i dipendenti Tosano, che, in questo modo, hanno continuato a lavorare senza la difficoltà di dover gestire a casa i propri figli. Un'esperienza particolarmente positiva e molto apprezzata che ha coinvolto i partecipanti in laboratori, giochi e numerose attività ludico-ricreative.



4 L'ATTENZIONE AL CLIENTE



La relazione con il cliente

Gruppo VÉGÉ non ha clienti finali diretti ma, grazie al radicamento territoriale delle sue imprese socie, riesce a mantenere il proprio ruolo di **leader** di mercato **nel rapporto con i consumatori**. Risulta pertanto fondamentale supportare le aziende socie con strategie orientate alla costruzione di rapporti di fiducia e relazioni di lungo periodo con i propri clienti.

In particolare Gruppo VÉGÉ utilizza, direttamente sui punti di vendita, diversi strumenti di comunicazione, tra cui operazioni di innovazione digitale, con una **customer experience** sia online che offline.



Il magazine VÉGÉ

Gruppo VÉGÉ realizza un **magazine trimestrale** che raccoglie contenuti di interesse su ricette, salute e benessere, consigli per non sprecare il cibo, iniziative di solidarietà e informazioni sui prodotti a marchio. Il magazine "**VÉGÉ per Voi**" è realizzato e gestito a livello centrale e viene veicolato ai clienti finali sia attraverso i punti vendita delle imprese socie sia online, per favorirne una capillare accessibilità e fruizione. All'interno della sezione del sito "VÉGÉ per voi", infatti, i clienti possono trovare numerosi articoli, tratti direttamente dal magazine del Gruppo.

DATI RELATIVI AL 2020

- ✓ 4 uscite
- ✓ 300.000 copie a numero
- ✓ Distribuzione: oltre 1.200 PdV
- ✓ Fogliatura: 48 pagine + 4 di copertina
- ✓ Pubblicità: 12 pagine

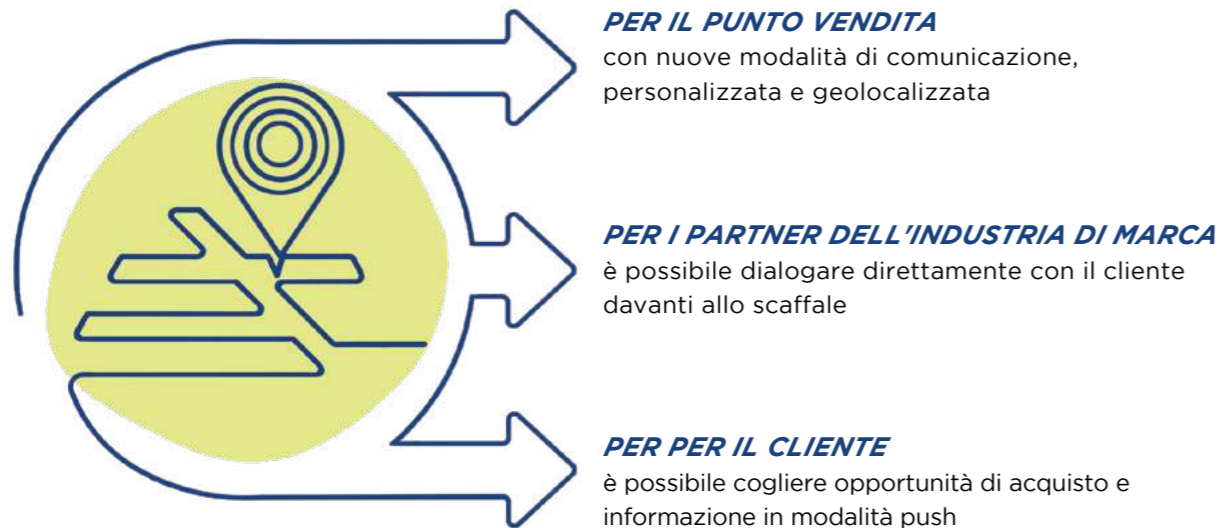


Le Proximity Stories

Le *Proximity Stories* sono degli strumenti di comunicazione digitale che permettono di raggiungere il consumatore che, a causa di molteplici *touchpoint* a disposizione, risulta essere sfuggente, elaborando così un **contenuto su misura** che viene erogato su un **mix di canali diversi**, in base alla distanza dal punto di vendita.

Attraverso le *Proximity Stories*, infatti, è possibile creare e veicolare una comunicazione in tempo reale, geolocalizzandola e personalizzandola, in grado di raggiungere il cliente durante tutte le sue fasi del processo di acquisto, sia *near store* che *near product*.

Questo sistema consente di comunicare con il cliente durante la shopping experience, offrendo grandi potenzialità per tutti gli attori coinvolti, ottenendo un risultato tre volte "win":



Il Gruppo intende rafforzare ulteriormente la comunicazione di prossimità in modo da essere sempre più efficienti ed efficaci verso il target di riferimento.

Attraverso questo nuovo ecosistema digitale, Gruppo Végé si pone come obiettivo quello di creare uno **spazio di comunicazione differenziante rispetto ai competitor** e diventare il punto di riferimento per i clienti-consumatori su temi legati al mondo del *food*, supportandoli durante tutta la fase del processo d'acquisto.



SUPPORTIAMO

IL RAGGIUNGIMENTO DEI SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Il contenuto di questa sezione illustra come il Gruppo Végé supporta il **raggiungimento dei Sustainable Development Goals n. 12 e 13**. Per farlo il Gruppo Végé e le imprese associate:

- ✓ **PROMUOVONO** linee di prodotto MdD attente al tema della sostenibilità sociale e ambientale;
- ✓ **SI IMPEGNANO** di anno in anno ad assicurare un incremento qualitativo dei prodotti MdD;
- ✓ **SI IMPEGNANO** a comunicare ai propri clienti in modo trasparente, per aiutarli a fare scelte di acquisto 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.

Lotta allo spreco: Too Good To Go

Un terzo del cibo prodotto nel mondo viene sprecato e ogni anno 1.3 miliardi di tonnellate di cibo vengono gettate via con gravi conseguenze economiche e ambientali. Se lo spreco alimentare fosse considerato un paese sarebbe responsabile dell'8-10% delle emissioni a livello globale, al terzo posto dopo Stati Uniti e Cina.



Solo in Italia, si sprecano ogni anno oltre 10 milioni di tonnellate di cibo, pari a circa **15 miliardi di euro**, provocando un grave danno economico e ambientale, ma soprattutto una distorsione inaccettabile nella redistribuzione delle risorse alimentari del pianeta [Dati: Eurispes - 2019].

Gruppo VEGÉ crede molto nella lotta contro lo spreco alimentare e, per questo motivo, ha deciso di partecipare a questa concreta iniziativa non solo attraverso la partecipazione di punti di vendita che utilizzano l'applicazione, ma anche come **ente aderente al Patto Contro lo Spreco alimentare**.

Aderire a Too Good To Go permette al Gruppo di **sensibilizzare i propri clienti** su un tema centrale come quello dello spreco alimentare, spingendoli ad adottare comportamenti responsabili.

Scaricare l'applicazione diventa per tutti i clienti il modo più semplice per diventare protagonisti della lotta antispreco, poiché, a un prezzo fantastico, è possibile mangiare e fare del bene al pianeta.

Prodotti a marchio VEGÉ

La prima esperienza sulla marca commerciale in **VEGÉ** è datata 1959. Quasi simultaneamente alla nascita dell'unione volontaria VEGÉ, infatti, prendono corpo i prodotti a marchio esclusivo, dando vita così a una vasta gamma di oltre **800 prodotti a marchio VEGÉ**, che spazia dal *food* fresco fino al *non food*.

I prodotti a marchio del distributore VEGÉ sono disponibili per tutti i punti vendita al dettaglio della rete del Gruppo. L'offerta di questi prodotti rappresenta non solo il brand in tutte le sue sfaccettature ma soprattutto una **garanzia di qualità da 60 anni**.

Ultimato il processo di *rebranding* che ha portato da Delizie a Delizie VEGÉ e infine a VEGÉ, infatti, la MdD del Gruppo ha potuto giovare del lavoro di riorganizzazione compiuto anche sull'assortimento, che ha consentito un generale **incremento qualitativo** percepito positivamente dai consumatori finali. Questo ha permesso di ottenere risultati più che soddisfacenti presso tutti i punti vendita sul territorio. Tutti i prodotti della linea MdD sono sostenuti da importanti campagne di comunicazione istituzionali, nazionali e locali, oltre che da campagne di offerte promozionali. Continua l'offerta di *every day low price*, detta **Ribassati & Garantiti**, dove alla convenienza si affianca la garanzia di qualità tipica dei prodotti VEGÉ.



LINEE DI PRODOTTO MDD VEGÉ	2020	2019
Mainstream VEGÉ	704	682
Brand Ohi Vita	57	11
Marchi fantasia	14	9
PI locali dei Soci	66	41
TOTALE	841	743

La linea Ohi Vita

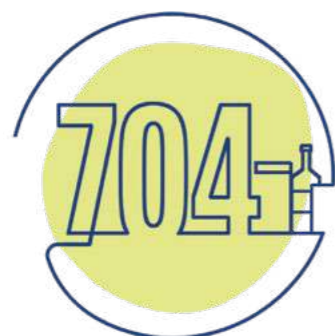
Oltre ai prodotti *mainstream*, in ottica di *continuous improvement*, Gruppo VEGÉ ha ampliato e migliorato l'offerta dei **prodotti sostenibili** presenti sugli scaffali dei punti vendita. La creazione della linea **Ohi Vita** ne è la dimostrazione concreta: una linea pensata per chi preferisce alimenti nel segno del **benessere e del rispetto dell'ambiente**, senza rinunciare alla **qualità** e al **giusto prezzo**.

Scegliere i prodotti Ohi Vita significa scegliere con cura ciò che si decide di mangiare rispettando le proprie esigenze e i propri desideri, per stare bene con sé stessi e con l'ambiente che circonda tutti noi, compiendo un atto consapevole di benessere e sostenibilità.

La gamma di prodotti di Ohi Vita si divide in quattro linee: biologico, *free from* (senza lattosio e senza antibiotici), *rich in* (ricchi di fibre) e funzionale.



VéGé



Mainstream VéGé



Ohi Vita

Fig.6 - Numero di prodotti VéGé, Mainstream e Ohi Vita orientati al benessere e al rispetto per l'ambiente nel 2020.

I progetti delle imprese associate

Per le imprese socie il rapporto con i clienti è fondamentale per acquisire fiducia ed essere economicamente sostenibili. Per questo motivo le iniziative maggiormente attuate riguardano le azioni finalizzate alla creazione di un **rapporto diretto** con il cliente, che consente di rispondere alle aspettative in maniera chiara e **trasparente**. Tale risultato può essere raggiunto attraverso il presidio di profili ufficiali sui social network, la creazione di una newsletter, di un servizio telefonico di ascolto per i consumatori, come ad esempio un numero verde, oltre che l'attivazione di un servizio per la gestione delle segnalazioni sulla privacy. Inoltre, le imprese socie dichiarano di rispondere alle necessità dei propri clienti anche attraverso servizi dedicati come, ad esempio, acquisti online, spesa a domicilio, agevolazioni nella spesa per anziani o disabili.

BENNET DRIVE e BENNET CONSEGNA A DOMICILIO, due servizi per agevolare la spesa dei propri clienti

Bennet drive è il **servizio di spesa veloce** che permette ai clienti di passare a ritirare in punto vendita la spesa fatta online, **senza scendere dall'auto**. Il servizio risponde ai principi di comodità, velocità e qualità, e il sistema è progettato per assicurare la migliore esperienza possibile: il cliente, quando si presenta al drive, ritira la spesa al massimo in **tre minuti e mezzo**.



I freschi e i surgelati vengono stoccati nelle strutture refrigerate, che garantiscono il mantenimento della catena del freddo, e chi prepara l'ordine lo fa con la massima cura, scegliendo solo i prodotti con le date di scadenza più lontane. Nel corso del 2020 sono stati inaugurati 12 punti Bennet drive, portando il totale a 45.

Questo dato rende Bennet la **prima azienda italiana per numero di punti di ritiro in auto**. Accanto a questo servizio, l'azienda gode del **servizio Bennet Consegna A Domicilio** per le consegne a domicilio, attivo nella provincia di Lodi e di Pavia che affianca la rete del clicca e ritira. Tra il 2019 e il 2020 il numero di clienti di Bennet Consegna A Domicilio è **aumentato del 51%**. Per garantire un servizio così ambizioso, l'azienda ha erogato alle proprie persone una **formazione dedicata** sia all'utilizzo dei software, sia ai processi di gestione delle consegne al drive per le preparazioni degli ordini di spesa.

GARGIULO & MAIELLO: Il punteggio più alto nel rating di legalità premi, la trasparenza dell'azienda e la sua grande attenzione al rapporto con i clienti

Con grande soddisfazione, la Gargiulo e Maiello SpA annuncia di aver ricevuto dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) il punteggio più alto del **rating di legalità, pari a tre stelle**. Il rating di legalità è un indicatore sintetico del rispetto di elevati standard di legalità da parte delle imprese che ne abbiano fatto richiesta. Tale riconoscimento prende la veste di un punteggio compreso tra un minimo di una e un massimo di tre "stellette".

I requisiti che l'AGCM riconosce all'impresa per migliorare il proprio rating sono ampi e diversificati e riguardano una serie di campi, tra i quali la gestione del rischio aziendale (un esempio è il Modello Organizzativo 231/2001), la **responsabilità sociale d'impresa e la sostenibilità**, la prevenzione e gestione della corruzione, il pieno rispetto della legalità e l'attenzione ai rapporti coi clienti. In particolare, l'Autorità ha valutato l'impegno profuso dalla Gargiulo & Maiello incrementando il precedente punteggio di due stelle e portando il rating a tre stelle.

F.LLI MORGESE: Digitalizzazione del volantino e tanti contenuti interattivi per i propri clienti sul sito web

Dopo aver condotto un'analisi sull'interessamento dei propri clienti alla lettura del volantino cartaceo, la F.Lli Morgese ha deciso di ripensare completamente la modalità di diffusione del proprio volantino, non distribuendolo più presso il domicilio delle persone. Questa scelta ha permesso di **ridurre più di 100 mila stampe ogni 2 settimane** e, inoltre, ha permesso di **accelerare il processo di digitalizzazione** dell'azienda, basato non solo sul volantino interattivo tramite sito web, ma anche attraverso i social media, il sistema WhatsApp e le piattaforme di settore web promozionale.

Dal volantino interattivo è possibile cercare le offerte più convenienti che si possono trovare nei punti vendita, ma non solo: è possibile intrattenersi con **video promozionali**, o scoprire curiose **ricette per poter consumare al meglio i prodotti** che si decidono di acquistare. L'azienda ha notato un crescente interessamento, che vuole continuamente essere coltivato attraverso l'aggiornamento del volantino interattivo ogni due settimane.

TOSANO vicino ai clienti, per una spesa più comoda

Costantemente vicini ai clienti, sia attraverso assortimenti di qualità a prezzi convenienti, sia tramite iniziative e servizi **per migliorare la shopping experience**.

Si chiama **Iper Tosano Bus** il servizio che l'impresa socia di Gruppo VEGÉ ha messo a disposizione della clientela, in maniera continuativa e del tutto gratuita, per rendere ancora più facili gli spostamenti da e per l'ipermercato di Jesolo.

La navetta consente di raggiungere il negozio passando da diversi punti della città, in più fasce orarie, dalla mattina fino al tardo pomeriggio.

5 I RAPPORTI CON I FORNITORI

Gruppo VEGÉ pone grande attenzione alla selezione e alla scelta dei propri fornitori che non solo rappresentano uno stakeholder importante per tutta l'azienda, ma assumono un ruolo chiave quando si tratta della realizzazione del **prodotto a Marchio Del Distributore (MdD)**. Per questo motivo c'è molta attenzione nel richiedere ai propri fornitori sempre **prestazioni di alta qualità e affidabilità**. Le imprese che rientrano nell'elenco fornitori di Gruppo VEGÉ operano nei seguenti ambiti:



CATEGORIE	TOTALE	%
ALIMENTARI	76	17,97
BEVANDE	87	20,57
CURA CASA	27	6,38
CURA PERSONA	40	9,46
DOLCIARIO	70	16,55
FRESCHI	36	8,51
FRESCHISSIMI	34	8,04
PET CARE / PET FOOD	6	1,42
SALUMI	27	6,38
SURGELATI	20	4,73
TOTALE	423	100



Fornitori Totali



Fornitori Italiani

Fig. 7 - Numero di fornitori per prodotti alimentari MdD del gruppo VEGÉ nel 2020.

SUPPORTIAMO

IL RAGGIUNGIMENTO DEI SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Il contenuto di questa sezione illustra come il Gruppo Végé supporta il **raggiungimento dei Sustainable Development Goals n. 2, 8 e 12**. Per farlo il Gruppo Végé e le imprese associate:

- ✓ **SELEZIONANO** fornitori che rispettino sia la tutela ambientale sia quella dei diritti umani;
- ✓ **SI IMPEGNANO** per diminuire e monitorare la presenza di prodotti chimici e antibiotici utilizzati nelle fasi di produzione dei prodotti, coinvolgendo anche i propri fornitori;
- ✓ **SI IMPEGNANO** a includere agricoltori che sostengono una produzione sostenibile;
- ✓ **PROMUOVONO** pratiche leali che non ledano la filiera;
- ✓ **VALORIZZANO** le produzioni nazionali e locali.



Modalità di scelta dei fornitori

I criteri fondamentali per la selezione dei fornitori e la determinazione delle condizioni d'acquisto di beni e servizi sono quelli della **qualità, prezzo e garanzie fornite**. Le valutazioni vengono effettuate sempre secondo imparzialità e obiettività.

Accanto a questi criteri spesso viene aggiunta anche una valutazione riguardante la **sostenibilità**, in particolare riferita alla **dimensione ambientale** chiedendo ai fornitori di comunicare i propri consumi energetici nell'ottica della riduzione degli impatti ambientali.

Allo stesso modo, si cerca di preferire dove possibile, **fornitori locali** scelti in base a **criteri di prossimità in modo tale da avere una catena di fornitura corta con benefici sia**

in termini economici, ma anche sociali e ambientali riducendo l'impatto della logistica per il trasporto e generando ricadute positive per tutto il territorio.

Criteri di questo tipo sono applicati anche per gli **imballi logistici** che non essendo personalizzati, permettono di ridurre i danni ambientali causati dagli inchiostri e da altre finiture applicabili.

Ohi Vita: una linea di prodotti sostenibile lungo tutta la catena di fornitura



Ohi Vita è una linea di prodotti che ha scelto la **sostenibilità** e ne ha fatto il suo modo di essere. Dalla coltivazione degli alimenti all'allevamento degli animali, dalle forme di lavorazione all'efficientamento dei consumi di risorse ed energia, dalla stagionalità al rispetto della territorialità sino alla razionalizzazione dei trasporti e alla scelta di nuove forme di packaging sempre più facili da smaltire e recuperare: questo è quello che garantisce la linea di prodotti Ohi Vita di Gruppo VEGÉ.



Ohi Vita conosce tutti i produttori, le loro storie, l'attenzione ai metodi di lavorazione, il rispetto degli standard qualitativi e l'impegno per la tutela dell'ambiente in cui operano.

E lo dichiara in etichetta perché la qualità di un alimento, la sua ricchezza e vitalità dipendono anche dalla storia, dalla tradizione e dalle caratteristiche del territorio in cui questo alimento viene prodotto e trasformato. Tra i prodotti della linea "Free from" e "Biologico", Ohi vita propone le **uova fresche 100% italiane**, a filiera certificata da galline allevate a terra, con mangimi no Ogm e senza l'uso di antibiotici fin dal pulcino.

Italianità: una scelta sicura anche durante la pandemia di Coronavirus

A seguito del lockdown e delle regole di ingresso nei supermercati, sin dal mese di marzo 2020, la sede di Gruppo VÉGÉ si è attivata per favorire la ricerca dei cosiddetti diversi **materiali DPI** (dispositivi di protezione individuale), in uso **per l'accesso alle strutture di vendita**.

Nella prima fase dell'emergenza sanitaria, le **mascherine** e il **gel igienizzante** sono stati i prodotti di prima necessità e il Gruppo ha immediatamente individuato un perimetro di aziende per la produzione di questi prodotti, che potesse garantire un'adeguata fornitura in caso di bisogno.

Le realtà che sono state selezionate sono tutte di origine italiana e, prevalentemente, aziende che hanno riconvertito la loro produzione in attesa di riprendere le normali e originarie attività. Rispetto alla forte e ampia offerta proveniente dai paesi asiatici, Gruppo VÉGÉ si è adoperato per **privilegiare esclusivamente aziende italiane**, naturalmente in possesso di tutte le certificazioni atte all'idoneità e all'uso di tali dispositivi.



I progetti delle imprese associate

La capillarità territoriale, che consente alle aziende di Gruppo VÉGÉ di presidiare il territorio di appartenenza e **valorizzare le relazioni con fornitori e produttori locali**, ha da sempre contraddistinto le aziende socie.

Queste, infatti, promuovono azioni nei confronti della loro catena di approvvigionamento che vanno oltre a quelle previste per legge e si concretizzano nella **valorizzazione dei prodotti locali**, nella promozione dell'**efficienza di filiera** e nel sostegno a una tipologia di **filiera etica e controllata**.



F.LLI MORGESE: Protocollo sul benessere animale CReNBA

F.lli Morgese ha deciso di condurre un test all'interno di tre punti vendita diretti, con l'obiettivo di dare ai propri clienti maggiore garanzia per quanto riguarda il tema della **gestione responsabile della catena di fornitura**.

L'azienda ha adottato alcuni rigorosi standard per sottostare al **protocollo CReNBA**, Centro di Referenza Nazionale per il Benessere Animale. Il metodo CReNBA è un sistema di valutazione degli allevamenti e la check-list che viene utilizzata per l'assegnazione del punteggio prevede una valutazione da parte di medici veterinari che, per ottenere la qualifica, devono seguire un apposito corso di formazione.

Questo metodo si propone di fornire un quadro il più oggettivo possibile della situazione dell'allevamento, andando a considerare vari aspetti, da quelli più strutturali e manageriali, a quelli di biosicurezza degli animali stessi.

ISA: I pomodori Casar ottengono per la prima volta in Italia la certificazione “pesticide free”

Gruppo ISA è un leader nella distribuzione in **Sardegna** e ha da sempre un **fortissimo legame** con il **proprio territorio e con le piccole realtà locali**. Grazie a una conformazione territoriale e climatica unica, caratterizzata dalla vicinanza del mare e dalla presenza di forti venti che allontanano gli inquinanti atmosferici e ostacolano lo sviluppo di muffe sulle colture, la Sardegna è un territorio che permette un ridotto ricorso ai pesticidi rispetto a varie altre realtà agricole italiane ed europee.

Nel tentativo di sfruttare queste favorevoli peculiarità a sostegno del miglioramento delle caratteristiche igienico-sanitarie delle conserve di pomodoro sarde, è nata una collaborazione promossa dall'agenzia regionale per la ricerca in agricoltura della Sardegna (Agris) che ha visto coinvolti il Dipartimento di scienze della vita e dell'ambiente dell'Università di Cagliari e l'industria conserviera della Sardegna Casar, di cui Gruppo ISA detiene il 100% della proprietà.

Grazie al lavoro svolto è stato possibile mettere a punto un sistema di **controllo sull'intera filiera del pomodoro Casar**, per una maggior tutela e garanzia dei consumatori, che permette di acquisire elementi utili **per ridurre l'uso dei pesticidi** e spingere i produttori agricoli verso tecniche di difesa sempre più **eco-compatibili**.

Questa collaborazione, iniziata nel 2013, ha permesso a Casar di ottenere nel 2019 la certificazione **“pesticide free”** su vari prodotti. Il marchio assicura ai consumatori un'elevatissima sicurezza igienico-sanitaria delle produzioni perché utilizza gli stessi **severissimi parametri di controllo** dei residui di pesticidi impiegati per garantire le produzioni biologiche e gli alimenti per l'infanzia, ovvero una presenza massima di residui di pesticidi sulle conserve inferiore a 10 parti per miliardo e fino a 300 volte inferiore ai limiti di legge, già di per sé fortemente cautelativi per la salute umana.

MIGROSS: Il coinvolgimento dei fornitori

Migross ha lanciato a fine 2020 un portale specifico con l'obiettivo di creare **maggiore coinvolgimento nei confronti** dei propri fornitori, in modo da tenerli sempre ingaggiati e, contemporaneamente, di ascoltare le **proposte di miglioramento** in ottica di ottimizzazione della filiera.

Questo portale permetterà a tutti i fornitori di Migross – locali e non – di proporre delle iniziative commerciali attraverso una **piattaforma strutturata**, che viene gestita direttamente dall'azienda in maniera efficiente.



6 L'IMPEGNO PER LA COMUNITÀ



Le partnership

Gruppo Végé crede fermamente nella sua capacità di poter contribuire con dedizione e convinzione sui temi della responsabilità sociale e lo fa sviluppando numerose attività e progettualità sia a livello nazionale sia locale. L'attività di Gruppo Végé si rivolge costantemente alle comunità locali per la promozione di **partnership** e **collaborazioni** in ambito sociale che possano contribuire a generare effetti positivi per tutti.

L'obiettivo principale è quello di dare **un aiuto concreto alle realtà più bisognose** e, allo stesso tempo, quello di **sensibilizzare i clienti** in maniera costruttiva e continuativa su tematiche importanti di responsabilità sociale.



SUPPORTIAMO

IL RAGGIUNGIMENTO DEI SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Il contenuto di questa sezione illustra come il Gruppo Végé supporta il **raggiungimento dei Sustainable Development Goals n. 1, 2, 4, 10 e 17**. Per farlo il Gruppo Végé e le imprese associate:

- ✓ **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 scuole ed enti culturali;
- ✓ **PROMUOVONO** la valorizzazione della comunità locale e del territorio;
- ✓ **COLLABORANO** con partner per aiutare le categorie sociali più svantaggiate;
- ✓ **PROMUOVONO** e incoraggiano i partenariati multilaterali tra soggetti pubblici e privati che condividono conoscenze, competenze e tecnologie per lo sviluppo dei Paesi più in difficoltà.



Noi amiamo la scuola

Nata nel 2017, **Noi amiamo la scuola** è l'iniziativa organizzata da Gruppo VEGÉ con il supporto di una rete di scuole facente parte del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (Rete Itasf).

Il rinnovo del progetto "Noi amiamo la scuola" testimonia l'attenzione di VEGÉ per il territorio in cui opera e l'attenzione per la formazione e l'istruzione.

L'iniziativa coinvolge gli studenti delle scuole statali primarie e secondarie e le relative famiglie, prevedendo la possibilità, per i singoli istituti, di richiedere in premio materiale di consumo e tecnologico utile all'attività didattica, scegliendo da un catalogo dedicato.

In particolare, ogni 15 euro di spesa e multipli con scontrino unico, le famiglie, residenti nei comuni coinvolti nell'iniziativa, possono raccogliere delle card con dei codici in formato digitale, che, a loro volta, possono essere scannerizzati attraverso un QRcode dall'APP dedicata, oppure inseriti sul sito web dell'iniziativa www.noiamiamolascuola.it. Le scuole, iscritte nel sito dedicato, ricevono direttamente online tutti i codici raccolti e, attraverso questi, scelgono e richiedono uno o più premi del catalogo, selezionando tra strumenti elettronici, attrezzature sportive, materiale didattico o giochi e intrattenimento, in base a quanto raccolto.

Al 31.12.2020 le scuole iscritte all'iniziativa sono 5.825 e i premi che sono stati consegnati sono più di 14.000.

Inoltre, grazie al contributo dei propri clienti e, quindi, attraverso le iniziative di raccolta punti nei punti vendita diretti, **le imprese socie di Gruppo VEGÉ sostengono numerosi progetti**: i clienti possono utilizzare i loro **punti spesa** per effettuare delle **donazioni**, scegliendo le associazioni benefiche dal catalogo della raccolta stessa. Tra le iniziative proposte nel **biennio 2019-2020 da Gruppo VEGÉ sono presenti**:

Il Banco Alimentare Zoologico Onlus - Balzoo

Il Banco Italiano Zoologico Onlus è una associazione non-profit che opera in tutta Italia per **sfamare migliaia di cani e gatti** e dare loro una speranza di vita. Inoltre, per evitare ulteriori abbandoni, aiutano centinaia di famiglie in difficoltà economica con animali domestici offrendo sostegno concreto.



Negli ultimi 12 mesi sono stati **distribuiti oltre 2,5 milioni di pasti e sfamato 30.000 animali**. Ogniqualevolta un cliente di Gruppo VEGÉ dona i suoi punti accumulati permette di fornire 4 kg di cibo secco e 1 kg di cibo umido per cani e/o gatti sufficiente per sfamare 1 cane per 10 giorni o 1 gatto per 20 giorni.



Medici Senza Frontiere

MSF è una realtà di grande valore per l'azione rivolta alle popolazioni colpite da **continui conflitti** ed escluse dall'**assistenza sanitaria**. In particolare, il sostegno di Gruppo VEGÉ è rivolto ai progetti che riguardano il contrasto alla malaria e alla malnutrizione e in particolare la **cura dei bambini della Prefettura di Kouroussa** in Guinea.

La Guinea è uno dei Paesi meno sviluppati al mondo, collocandosi al 183° posto su 188 Paesi (Rapporto Annuale delle Nazioni Unite sull'Indice di Sviluppo Umano 2016). Inoltre, gli indicatori di salute sono molto bassi, specialmente tra i gruppi più vulnerabili come le madri e i bambini al di sotto dei 5 anni. Nella Prefettura di Kouroussa ci sono un totale 46.017 bambini con meno di 5 anni, pari a quasi il 15% di tutta la popolazione.

L'obiettivo del progetto è assicurare la diagnosi e il **trattamento** della **malaria** e della **malnutrizione nei bambini** con un'età inferiore ai 5 anni, assicurando loro sia l'accesso alle cure sia nei centri medici, sia il trasferimento nell'ospedale di Kouroussa per i casi più gravi o con complicazioni.

Emergency EMERGENCY

EMERGENCY lavora in diverse regioni d'Italia in collaborazione con le aziende sanitarie locali. Da nord a sud, isole comprese, offre **cure mediche** gratuite e di elevata qualità, **educazione sanitaria e servizi di orientamento socio-sanitario** alle persone in stato di bisogno; a seconda del contesto attiva un servizio di supporto psicologico come nel progetto sisma in favore delle vittime del terremoto in Italia centrale. I clienti di Gruppo VÉGÉ che donano i loro punti accumulati sostengono il lavoro di Emergency donando **2 kit visita a pazienti** appartenenti a **fasce deboli** della popolazione: sono anziani che vivono in stato di indigenza e isolati dalle realtà circostanti, sono bambini, senzatetto, migranti, donne vittime di tratta e sfruttamento sessuale.

A ogni visita di medicina di base sono presenti medico, infermiere e mediatore culturale perché spesso esistono barriere linguistiche o culturali da superare. Ogni ambulatorio è allestito come previsto da standard di Emergency con dotazione tecnica e materiale di consumo sanitario (guanti, garze, teli monouso, mascherine, siringhe, etc.). Il costo di farmaci e materiale di consumo sanitario è di circa 2,50 euro per visita.

Il Banco Alimentare



Ogni anno Gruppo VÉGÉ collabora con il **Banco Alimentare** in occasione della **Giornata Nazionale della Colletta Alimentare**. Il numero dei punti vendita coinvolti e il valore dei cibi raccolti dimostra la grande sensibilità dei clienti e di tutta la società al problema della povertà e della lotta allo spreco alimentare, che si concretizza attraverso il gesto del fare la spesa per chi è più bisognoso.



Dal 2020, per garantire la continuità di questa ricorrenza tutelando la sicurezza di chi dona e di chi riceve, Banco Alimentare ha scelto **Epipoli**, il gruppo fintech italiano specializzato nel mercato delle carte prepagate, nei sistemi di engagement e di couponing che ha infatti sviluppato la nuova **charity card del Banco Alimentare** rendendo la Colletta Alimentare digitale. Gruppo VÉGÉ si è adattato subito a questa nuova modalità. **Per sostenere le famiglie più bisognose a fronteggiare l'emergenza sanitaria, Gruppo VÉGÉ ha stanziato una donazione di 50.000 euro a Banco Alimentare** (si veda il capitolo "Emergenza sanitaria e Covid-19").

I progetti delle imprese associate

L'area comunità riguarda le iniziative che mirano a sostenere la comunità locale per promuoverne lo sviluppo attraverso la creazione di circoli virtuosi, l'incremento della coesione sociale e la sollecitazione dell'esercizio attivo della cittadinanza. Le azioni dedicate al raggiungimento di tali obiettivi si concretizzano in **donazioni a enti e soggetti con finalità sportive e sociali**, attraverso l'esternalizzazione completa delle attività e la partecipazione in termini di finanziamenti pro bono, o in iniziative più strutturate sotto forma di **partnership, patrocinii** o **finanziamenti** per eventi, società sportive, concorsi, feste e ricorrenze particolari, che vedono coinvolta l'azienda socialmente direttamente. **L'attenzione alla comunità** e al mondo sportivo è presente in modo rilevante tra le imprese di **Gruppo VÉGÉ**. Il ruolo delle imprese va oltre i loro obiettivi di business, in quanto ambisce anche alla creazione di **relazioni con il territorio** e alla produzione di **impatti positivi** sui soggetti che lo popolano, con particolare attenzione alle nuove generazioni.

ASTA vicina alle realtà giovani e sportive del territorio

ASTA S.p.A. è da sempre molto vicina alle realtà che operano sul proprio territorio. L'interesse al **mondo dello sport**, in particolare, nasce dalla vicinanza con i valori che questo rappresenta e trasmette: collaborazione, miglioramento continuo delle proprie capacità, raggiungimento degli obiettivi e senso di appartenenza. Il piano di sponsorizzazione di ASTA S.p.A. vede coinvolte due squadre di calcio locali a livello dilettantistico, rafforzando il lavoro e l'entusiasmo della società, in particolare nel settore giovanile.



BAVA: sponsor ufficiale della squadra di pallavolo femminile di serie B

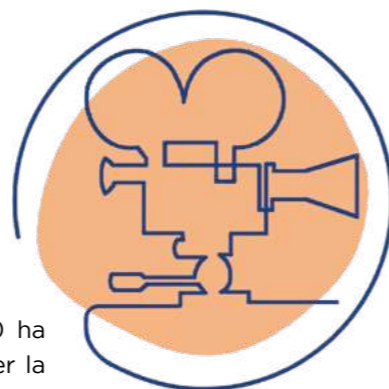
La famiglia Bava è da sempre molto appassionata di diverse discipline sportive come il calcio, la pallavolo, il basket e il motociclismo. Per questo motivo, coerentemente con il posizionamento e volendo essere **fortemente radicata sul territorio**, Bava Srl è da anni sponsor di alcune società sportive. Un esempio virtuoso di questo impegno nel mondo dello sport è rappresentato dall'accordo di partnership, come main sponsor, con la squadra femminile di Pallavolo Pozzuoli, che gareggia in serie B.

MODERNA 2020: il cortometraggio premiato che racconta l'anima della città di Salerno

Eté Supermercati, la rete di vendita di Moderna 2020, ha sostenuto con grande orgoglio un eccellente progetto culturale che racconta poeticamente l'anima della **città di Salerno**. Il cortometraggio fa parte del **progetto d'arte cinematografica** "All'Ombra dei luoghi" ideato da Biancamaria Savo.

Era stato già vincitore del bando 2018 sezione Arte e Cultura indetto dalla Fondazione Carisal e lo scorso 23 settembre 2020 ha vinto, insieme ad altre sei opere, il premio "Albero Andronico" per la sezione cortometraggi tenutosi in Campidoglio e trasmesso in streaming per l'emergenza Covid-19.

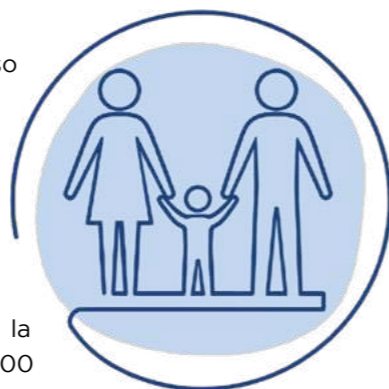
Il cortometraggio è stato reso pubblico il 21 settembre 2020, in ricorrenza dei festeggiamenti per il Santo Patrono Matteo, protettore della città.



MULTICEDI: le collaborazioni che creano valore

Multicedi è impegnata sul fronte della solidarietà attraverso un team dedicato che promuove l'adesione alle iniziative di responsabilità sociale, come la collaborazione con l'**Associazione Shalom**, una rete di **"servizi per la famiglia"** che va dalla mediazione familiare alla scuola per genitori, allo sportello di orientamento e informazione.

L'azienda, durante tutto l'anno, si impegna a donare generi alimentari a questa associazione e, contemporaneamente, la sostiene grazie al contributo dei propri clienti: con soli 500 punti, Multicedi, tramite i suoi punti vendita Decò, devolve 1 euro all'Associazione Shalom per ogni astuccio di pennarelli scelto nel catalogo premi.



Multicedi sostiene anche il sogno di Carlo Petrella e la sua Locanda del Gigante, centro di recupero per tossicodipendenti immersa nell'agro acerrano. Multicedi sceglie di stare al fianco di chi dimostra di amare, ogni giorno, questa terra, aiutando questi ragazzi al **reinserimento nella società**, facendo svolgere loro alcuni lavori, come quello legato alla coltivazione della terra.

Lo scopo è quello di recuperare il terreno attraverso la coltivazione di frutta e ortaggi di vario genere. Multicedi si inserisce andando a ritirare la frutta e la verdura e donandoli alla Caritas. Si tratta di una vera e propria **attività solidale circolare**: Multicedi è il tramite dai ragazzi che fanno beneficenza attraverso la coltivazione della terra, a chi dà in beneficenza, ovvero le Caritas del territorio.

Infine, **Multicedi è al fianco delle donne** con Spazio Donna, una Onlus attiva sul territorio di Caserta che **si impegna per l'autonomia, la libertà e la consapevolezza delle donne**. Le volontarie dell'associazione lavorano gratuitamente 24 ore su 24 nell' ascolto attivo, nella consulenza legale e psicologica delle donne e dei loro bambini. La Onlus, a chi vuole fuggire dalla violenza, garantisce accoglienza e ospitalità, misure contro la povertà, sostegno scolastico, formazione al lavoro, inserimento sociale e lavorativo e assistenza sanitaria.



ROSSI: un impegno per la comunità su più fronti

Rossi Srl è una società di distribuzione con un **forte interesse per lo sport e per il territorio**. Nell'ultimo biennio si è volta a sostegno della squadra di pallavolo locale Campodarsego, in modo da avere la possibilità di unire il proprio nome a un qualcosa di emotivamente coinvolgente, di avvincente, di notevole impatto per il pubblico, per il territorio e per i propri clienti quali sono gli eventi sportivi. Inoltre, Rossi Srl collabora con l'**Associazione Movimento per la Vita**, che si occupa di dare un sostegno e un aiuto alle madri in condizioni di difficoltà, che si trovano costrette a valutare scelte estreme a causa di gravi problemi economici e a tutte quelle famiglie con bambini piccoli in difficoltà. In particolare, l'azienda ha messo a disposizione presso i propri punti vendita degli angoli di **raccolta di prodotti per neonati** da destinare all'Associazione.



SCELGO: le attività che hanno come obiettivo quello di aiutare tutta la comunità

Da oltre 10 anni, l'azienda ha scelto di partecipare al progetto AVSI, attraverso l'**adozione a distanza di 15 bambini del Kenya**.

Il sostegno a distanza con AVSI si declina in interventi diversi a seconda delle necessità: nella risposta a bisogni essenziali come **cibo, casa, cure sanitarie, educazione**, oppure in corsi di alfabetizzazione, promozione di associazioni di risparmio e credito, offerta di formazione professionale e avvio di attività generatrici di reddito, rivolte anche ai genitori dei minori sostenuti.

VEGA supporta attività a carattere sociale e sportivo

La società Vega negli ultimi anni si è distinta anche per **sostenere il mondo dello sport**. L'attività sportiva, infatti, è un elemento importante per la crescita e la **formazione dei giovani fin dai primi anni di età**. Le società sportive rientrano tra le cosiddette agenzie educative proprio per lo scopo intrinseco che le contraddistinguono.

Le collaborazioni verso il mondo dello sport sono state con la Treviso Basket, società che milita nel massimo campionato e con il Mogliano Veneto Rugby, storica società che annovera molti successi a livello nazionale.

Inoltre, come attività di carattere sociale, durante il periodo natalizio 2019, Vega si è prodigata nella **consegna di giocattoli per i bambini del reparto Pediatrico dell'Ospedale di Treviso** e, a Natale del 2020, sono stati consegnati **100 orsetti in peluche**.



7 L'IMPATTO AMBIENTALE



Gruppo VÉGÉ rispetta l'ambiente

Gruppo VÉGÉ è da sempre consapevole degli impatti che le imprese della grande distribuzione hanno sull'ambiente e, per questo, **si impegna a condurre le proprie attività secondo le buone pratiche della sostenibilità ambientale.**

Inoltre, considerato il grande potenziale comunicativo nei confronti della clientela, il gruppo è impegnato anche in **campagne di sensibilizzazione** verso i clienti e azioni concrete volte a diffondere i principi del rispetto ambientale.

Per quanto riguarda la prima linea d'intervento, i punti vendita delle imprese si impegnano in numerosi progetti di **riduzione degli impatti ambientali e l'utilizzo efficiente delle risorse naturali**: dalla corretta gestione dei rifiuti alla riduzione degli imballaggi, dalla diminuzione del consumo di carburante per il trasporto delle merci all'ottimizzazione dei consumi energetici degli edifici anche investendo in energie alternative.

D'altra parte, promuovere stili di vita e comportamenti rispettosi dell'ambiente all'interno e all'esterno del Gruppo, in particolare coinvolgendo la propria clientela e le nuove generazioni, è parte fondamentale della responsabilità sociale del Gruppo, che mette in pratica diverse azioni lungo la seconda linea d'intervento.

Dipendenti e clienti sono incoraggiati a rendere le loro **abitudini di vita e di consumo più sostenibili** e a porre attenzione al futuro del pianeta e al benessere delle future generazioni, con la convinzione che con piccoli gesti quotidiani si possa fare la differenza e contribuire a ridurre sprechi di risorse e di energia e, di conseguenza, la degradazione dell'ambiente.



SUPPORTIAMO



IL RAGGIUNGIMENTO DEI SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Il contenuto di questa sezione illustra come il Gruppo Végé supporta il **raggiungimento dei Sustainable Development Goals n. 6, 7, 12 e 13**. Per farlo il Gruppo Végé e le imprese associate:

- ✓ **SI IMPEGNANO** a tenere monitorati i consumi dell'acqua;
- ✓ **SI IMPEGNANO** in numerosi progetti di utilizzo efficiente delle risorse naturali;
- ✓ **PROMUOVONO** la riduzione dei consumi energetici;
- ✓ **PROMUOVONO** stili di vita e comportamenti rispettosi dell'ambiente all'interno e all'esterno del Gruppo, in particolare coinvolgendo la propria clientela e le nuove generazioni;
- ✓ **PROGETTANO** in ottica di ottimizzazione dei propri punti vendita, puntando sull'introduzione di nuovi sistemi che minimizzino gli sprechi;
- ✓ **PIANIFICANO** un corretto sistema di riutilizzo/riduzione degli imballaggi;
- ✓ **PROPONGONO E ADERISCONO** a campagne informative contro lo spreco, a favore di un consumo più responsabile e attento all'ambiente.

Ripuliamo le spiagge

Gruppo Végé ha intrapreso un nuovo percorso di responsabilità sociale d'impresa che lo vede impegnato in iniziative su scala nazionale mirate alla **salvaguardia del territorio** e alla **promozione di stili di consumo sostenibili**. Il progetto **Ripuliamo le spiagge** prevedeva la pulizia straordinaria di 60 spiagge attraverso la rimozione dei rifiuti; un vero e proprio tour per sensibilizzare sul futuro dei litorali e del mare, in collaborazione con Legambiente, che ha toccato tutto lo Stivale e coinvolto anche i cittadini che hanno partecipato attivamente iscrivendosi sul sito www.ripuliamolespiagge.it.

La regione dalla quale il tour è partito è stata la Campania: dal 2 al 10 settembre 2019 sono state ripulite ben 16 spiagge nelle province di Napoli, Caserta e Salerno. Dopo la tappa inaugurale il progetto si è sviluppato su tutto il territorio nazionale coinvolgendo molte città tra cui Messina, Palermo, Bari, Sassari, Genova, Venezia e Ravenna per giungere, il 17 ottobre, a Terracina, ultima tappa dell'iniziativa.

Sulle **93 spiagge monitorate** sono state rilevate **34 stoviglie ogni 100 metri** di spiaggia (tra piatti, bicchieri, posate e cannucce) e **raccolte oltre 10.000 tra bottiglie e contenitori di plastica** per bevande, inclusi i tappi.

A questa iniziativa hanno partecipato non solo i **dipendenti di Gruppo Végé** ma anche i **cittadini**. All'interno dei punti vendita delle imprese socie del Gruppo, infatti, i clienti sono stati invitati a partecipare alla pulizia di una spiaggia sul loro territorio.



"Il coinvolgimento dei cittadini e dei consumatori è un passo fondamentale nel contrasto all'emergenza mondiale dei rifiuti in mare. Grazie a campagne di pulizia come questa, tutti possono fare un gesto concreto per l'ambiente. Al contempo, l'obiettivo è quello di prevenire l'arrivo dei rifiuti in mare e sulle spiagge, cambiando i nostri stili di vita e di consumo, quotidianamente."

Stefano Ciafani - Presidente di Legambiente

Il monitoraggio dei consumi

PRINCIPALI CONSUMI DELLA CENTRALE VÉGÉ	U.M.	2020	2019
Consumi di energia elettrica	kWh	220.435	170.429
Emissioni da elettrico	tCO ₂ /kWh	74,07	61,18
Consumi di acqua	litri	412	386

Nell'ottica dell'attenzione all'ambiente e alla gestione dei consumi, la Centrale VÉGé ha intrapreso un percorso di **monitoraggio dei propri consumi**, con specifico riferimento a quelli energetici, alle conseguenti emissioni e, infine, ai consumi d'acqua.

Nonostante l'impegno del Gruppo, i dati registrati segnano un aumento dal 2019 al 2020 nel consumo energetico e in quello idrico, rispettivamente del +29,34% e del +6,74%.

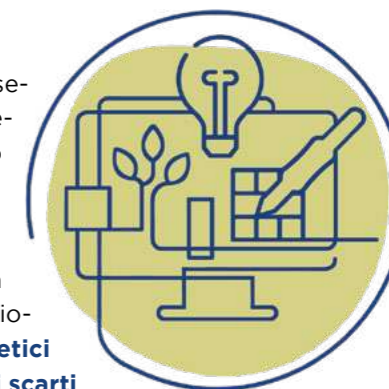
Convinti della propria responsabilità e consapevoli dell'aumento registrato nell'ultimo anno, **Gruppo VÉGé ha previsto specifici e mirati piani di efficientamento, con l'obiettivo di diminuire i consumi nei prossimi anni.**

I progetti delle imprese associate

L'impegno nella sostenibilità ambientale si realizza con una serie di azioni volte a ridurre l'impatto ambientale delle imprese. Questo approccio si concretizza, per le aziende di Gruppo VÉGé, non solo con iniziative mirate, ma anche con un cambiamento generalizzato del comportamento e delle abitudini.

Le politiche ambientali sono infatti decisamente rilevanti per la strategia aziendale delle imprese facenti parte della distribuzione organizzata, sia in termini di **risparmio dei consumi energetici** e di risorse e dei relativi costi, sia di **gestione dei rifiuti e degli scarti alimentari**.

Le aziende del gruppo dimostrano una grande consapevolezza rispetto al tema della **sostenibilità ambientale** che riveste da diversi anni un ruolo prioritario per risorse e impegno dedicati.



CENTRODET: la diminuzione dei consumi energetici attraverso scelte responsabili e sostenibili

Per favorire l'efficientamento energetico, Centrodet ha pensato a un **progetto di relamping**; in particolare, tutte le nuove aperture effettuate da un paio d'anni, sono state predisposte con un sistema di **illuminazione 100% LED**; d'altro canto, anche nei punti vendita più vecchi, si sta via via sostituendo l'incandescenza o il neon classico con impianti a LED di ultima generazione, per **diminuire i consumi e gli sprechi**. Accanto a questa iniziativa, Centrodet ha effettuato importanti investimenti sui suoi sistemi di riscaldamento tradizionali, i quali sono stati completamente sostituiti con sistemi di riscaldamento inverter, che permettono la regolazione automatica del calore in base alla temperatura dell'ambiente: l'obiettivo è stato quello di diminuire i consumi, ma soprattutto lo spreco di calore. Infine, con riferimento ai consumi di energia elettrica, l'azienda sta cercando di eliminare sempre di più i consumi a gas metano per passare ad un'alimentazione basata sul **fotovoltaico**.



ERREGI e i suoi programmi di riduzione degli impatti ambientali, a partire dal progetto di dematerializzazione di volantini e documenti

Per diminuire i propri impatti ambientali, Erregi ha deciso di **sostituire tutti i banchi frigo con tecnologie con controllo da remoto per il risparmio energetico**. Questo investimento ha previsto la sostituzione di trenta banchi, distribuiti all'interno di tutti e sei i punti vendita.

Accanto a questo, Erregi ha fatto partire un'iniziativa legata alla **dematerializzazione dei documenti**. È un progetto molto importante per l'azienda, non solo da un punto di vista economico, ma anche da quello ambientale: l'azienda è convinta che diminuire la carta in circolazione può portare non solo a un miglioramento della qualità del lavoro e della gestione degli spazi, ma permetterebbe all'azienda di creare una **solida cultura** attorno al tema della **lotta allo spreco di materie prime**.

Per aiutare i dipendenti a fare realmente questo cambio di mentalità, Erregi ha organizzato un vero e proprio **corso di formazione e sensibilizzazione nei confronti di tutti i dipendenti**, dall'amministrazione al personale addetto agli invii degli ordini.

L'intenzione è quella di ampliare questa formazione anche ai responsabili dei punti vendita affinché tutta la grande famiglia Erregi riesca a cambiare il proprio modo di lavorare sulla base di una cultura nuova, che guardi all'importanza degli impatti ambientali e che combatta ogni giorno contro lo spreco delle risorse.

Come segno concreto di questo cambiamento, l'azienda, dal 2019, ha optato per l'**eliminazione totale dei volantini distribuiti nei punti vendita**; il catalogo delle offerte a disposizione dei clienti si può trovare sul sito web dell'azienda o tramite l'apposita app sul telefono con l'obiettivo di sensibilizzare anche il consumatore al tema dello spreco della carta.

F.LLI MORGESE: la diminuzione degli impatti ambientali come pilastro di sviluppo e di crescita sostenibile

All'interno del gruppo Morgese, dall'inizio del 2020, si è intrapreso un processo di cambiamento con la nuova generazione che coinvolge l'identità dei propri punti vendita per soddisfare le esigenze dei clienti, orientando il proprio modello business sulla tematica della **sostenibilità** e della **digitalizzazione**.

Il tema della riduzione degli impatti ambientali è un pilastro prioritario per la famiglia Morgese, tanto che, nell'ultimo anno, sono molti i progetti in tale ambito; tutti i punti vendita sono dotati di presse per lo **smaltimento autonomo dei rifiuti di cartone** e, per quanto riguarda i rifiuti di plastica, il Gruppo ha stretto un **accordo con i Comuni** per il ritiro del materiale.

Ancora, all'interno dei punti vendita vengono utilizzate lampade con **tecnologie a LED** fornite da aziende leader sul mercato e, nel corso del 2020, è iniziato un **processo di rebranding**, con l'installazione delle nuove insegne esterne a LED per tutti i punti vendita con funzione crepuscolare per l'accensione.

Infine, per quanto riguarda le centrali frigorifere, l'azienda è dotata di compressori e impianti di condizionamento che garantiscono una **riduzione del consumo elettrico**.

GFE ristruttura uno dei suoi punti vendita con l'inserimento di un refrigerante naturale

A febbraio 2019, GFE ha portato a termine la ristrutturazione completa di uno tra i suoi punti di vendita con l'obiettivo di inserire, in accordo con le nuove normative, un **refrigerante** che fosse **naturale**. Grazie a questo progetto, GFE ha eliminato i refrigeranti sintetici presso il punto vendita, lasciando spazio a quelli naturali, basati sull'utilizzo di CO₂.

MIGROSS: un nuovo store basato sui concetti di efficienza energetica e riduzione dei consumi

Migross, nel giugno 2020 ha lanciato un nuovo **concept di super store, pionieristico e all'avanguardia**. Ogni parte dello store è stato appositamente progettato per mirare alla riduzione dei consumi e ad una sempre maggiore **efficienza energetica**.

In particolare, sono stati installati pannelli fotovoltaici da 184 kWp che permettono una produzione di energia netta annua di 209.488,30 kWh; tutta l'acqua calda sanitaria viene prodotta con recupero dell'energia termica dai condensatori del freddo alimentare; l'impianto di climatizzazione interna avviene tramite pompa di calore dalle massime prestazioni e l'illuminazione interna ed esterna è al 100% full led. Anche la realizzazione dei nuovi punti vendita e la ristrutturazione di quelli già esistenti avviene tenendo bene a mente i criteri di efficienza e riduzione dell'impatto ambientale.

Accanto a queste iniziative strutturali, l'azienda ha messo in atto numerose iniziative pensate in ottica di una sempre **maggiore integrazione della responsabilità sociale d'impresa**. Tra queste, la realizzazione di sacchetti a marchio Migross riutilizzabili a disposizione della propria clientela, la stampa di volantini su carta riciclata al 100% e certificata PEFC, l'impiego di cassette riutilizzabili nei reparti di ortofrutta e macelleria e, ancora, la predisposizione di colonnine per la ricarica delle automobili elettriche all'interno dei parcheggi di alcuni punti vendita.

MULTICEDI trasforma la plastica PET in buoni spesa

Multicedi crede fortemente nella capacità di poter fare la differenza e, per fronteggiare un problema ambientale ormai estremamente diffuso, quello dell'**inquinamento da plastica**, ha deciso di creare un sistema incentivante per i propri consumatori affinché siano costantemente incoraggiati a smaltire la plastica nel modo corretto.

In particolare, **in 21 punti vendita Decò**, sono stati installati degli eco-compattatori che prevedono **un riciclo delle bottiglie di plastica PET in rapporto 100:100**. Ogni 200 bottiglie di plastica PET raccolte tramite le apposite macchine, il consumatore accumula punti che **si trasformano in buoni spesa**.

Questa attività viene gestita anche attraverso la collaborazione con i Comuni, perché tutto il PET recuperato dalle macchine di riciclo Decò viene immesso direttamente nella raccolta differenziata comunale e smaltita in modo ottimale.

PICCOLO: scelte consapevoli per ridurre gli impatti ambientali

Piccolo è la catena campana di supermercati che conta 16 store tra l'area Vesuviana e Sarno (SA) e che vanta la **leadership di mercato per la qualità dei prodotti freschi**. A partire dal 2020, l'azienda ha scelto di **rinnovare i packaging per il banco servito dei freschi** nei propri punti vendita. Piccolo è passato a Eco Packaging System, l'innovativo sistema di confezionamento di Esseoquattro che riduce l'impatto del packaging sull'ambiente, mantenendo le elevate proprietà salvafreschezza degli alimenti.

Per ottenere questo risultato, il Reparto Ricerca e Sviluppo di Esseoquattro ha lavorato sui supporti e sugli inchiostri, individuando materiali e prodotti maggiormente eco friendly, e sulla coprenza delle stampe, per trovare il giusto equilibrio tra estetica ed ecosostenibilità.



SCELGO: riduzione dei consumi energetici e delle emissioni in atmosfera

All'interno dei punti vendita sono stati realizzati degli interventi volti all'efficientamento degli impianti esistenti **per ottenere un risparmio sui consumi e conseguire un beneficio ambientale.**

I principali interventi sono stati due: presso il punto vendita di Cepagatti (PE) è stato adottato **un sistema di chiusura di tutti i murali frigo con sportelli in vetro al fine di conseguire un risparmio energetico** (registrato pari a 120.000 kWh) e **conseguente abbattimento della CO₂ in atmosfera.** Inoltre, presso il punto vendita di Civitanova Marche (MC), sono stati **ammodernati gli apparecchi frigoriferi adibiti alla conservazione e vendita dei prodotti alimentari** con l'applicazione di sportelli di chiusura in vetro termico e l'installazione di un nuovo sistema di monitoraggio delle temperature e segnalazione allarmi. Inoltre, si effettuerà la riqualificazione della centrale frigorifera.

L'insieme degli interventi hanno portato un **risparmio energetico complessivo di circa 300.000 kWh**, a cui si aggiungono i **Titoli di Efficienza Energetica o Certificati Bianchi**, concessi e autorizzati, che equivalgono a un risparmio di ulteriori 500.000 kWh/anno di energia elettrica, un quantitativo di 0.4332 Kg/kWh di CO₂ in meno in atmosfera e una riduzione delle emissioni di inquinanti in ambiente pari a circa 200 tonnellate di CO₂.



VEGA: le attività di green economy

Il nuovo Polo logistico, attivo da luglio 2019 presso il Comune di Mogliano Veneto, è una struttura in linea con la più attuale e pressante necessità di uno sviluppo sempre più sostenibile. È collocato all'interno di un'area di 126.000 mq dove la parte "a verde" è pari a 30.000 mq, per un minor impatto ambientale.

Dal punto di vista edile, la struttura è stata realizzata ponendo particolare attenzione **all'isolamento energetico e allo sfruttamento dell'illuminazione naturale.** Inoltre, dal punto di vista impiantistico, la struttura presenta numerosi accorgimenti al fine di limitare l'impatto, tra cui l'**installazione di pannelli fotovoltaici** che hanno permesso di evitare l'emissione di circa 270.000 kg di CO₂ e registrare un risparmio di energia pari al 20% del consumo.

Accanto a questo, per favorire l'**eliminazione della plastica dagli ambienti di lavoro**, tutto il personale impiegato presso la sede centrale è stato dotato di una borraccia riutilizzabile in alluminio allo scopo di eliminare completamente l'uso delle bottigliette di plastica; i distributori automatici di bevande calde utilizzano i bicchieri e i "bastoncini" in materiale biodegradabile e, presso la sede, sono state create delle "isole ecologiche" per la raccolta differenziata di carta, plastica e umido.

8 EMERGENZA SANITARIA E COVID-19

Le iniziative a favore del personale

Il Gruppo e le imprese socie hanno reagito tempestivamente alle difficoltà 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 efficiente**, ma **con tutte le precauzioni dovute**.

Oltre alla **misurazione della temperatura all'ingresso**, ogni azienda ha provveduto a erogare i dispositivi di protezione personale, come le **mascherine protettive**, a tutti i propri dipendenti, garantendo i presidi di sanificazione e la consegna di confezioni di guanti monouso, al bisogno. Inoltre, le imprese socie hanno dichiarato di aver predisposto all'interno di tutte le aree di lavoro colonnine con **gel igienizzante per le mani**.

In riferimento alla gestione degli spazi, Gruppo VEGÉ e le imprese socie hanno svolto numerosi investimenti in termini di **rimodulazione degli spazi**; per i collaboratori della sede sono state integrate **barriere in plexiglass** negli spazi comuni, come ad esempio all'interno delle sale riunioni o delle mense e, in alcuni casi, sono stati fatti investimenti agli impianti di condizionamento, per garantire un **ricircolo dell'aria** più frequente negli spazi chiusi. Anche per i collaboratori dei punti vendita è stata garantita la medesima premura: sono state inserite le indicazioni per **regolare i flussi d'entrata** e il numero di persone per la **capienza massima dei negozi**, sono stati creati appositi **percorsi con distanziamento**, dei **tracciati tramite segnaletica orizzontale** e sono state inserite delle barriere in plexiglass per assicurare ai dipendenti in cassa di svolgere il proprio lavoro nella massima serenità.

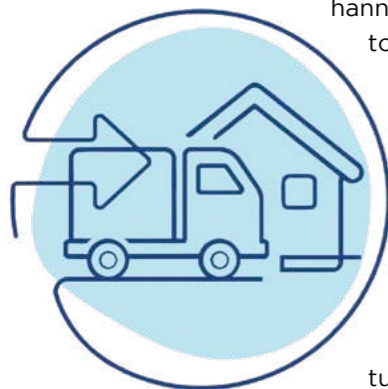
Inoltre, a sostegno dei lavoratori e delle loro famiglie, il Gruppo ha adottato una **copertura assicurativa integrativa** che prevede l'assistenza sanitaria in caso di positività al Covid-19 e, per ringraziarli dell'immenso sforzo che hanno e stanno tutt'ora approfondendo, VEGÉ ha pensato a un **bonus integrativo**, per ciascun collaboratore, variabile a seconda di ogni impresa. Queste misure si sommano a quelle intraprese da ciascuna azienda socia, che, indipendentemente dal Gruppo, ha dichiarato di aver implementato un sistema di bonus integrativi variabili e di **assistenza sanitaria integrativa** nei confronti dei propri dipendenti. In questo modo si è voluto ampliare la copertura assicurativa concedendo il rimborso per le prestazioni mediche e per le vaccinazioni antinfluenzali, oltre a riconoscere una copertura sanitaria in caso di contagio dal virus.



Ancora, la quasi totalità delle imprese socie ha attivato la modalità di smart working per i dipendenti delle diverse sedi abilitati a svolgere il proprio lavoro in remoto. Questa nuova introduzione ha permesso ai collaboratori di continuare a svolgere le proprie mansioni e permettere all'intero sistema di andare avanti.

Non sono mancati esempi di imprese socie che, nei confronti del personale, hanno organizzato dei corsi online di formazione per conoscere meglio le nuove regole per lo svolgimento delle attività aziendali e per trovarsi pronti e preparati rispetto a tutte le procedure da seguire nel momento della riapertura dei negozi.

Le iniziative a favore dei clienti



Considerando la situazione di emergenza sanitaria, le insegne del Gruppo VEGÉ hanno rafforzato ulteriormente l'attenzione verso i consumatori, soprattutto per coloro che appartengono alle classi più deboli e per coloro che, a causa della diffusione del virus, si collocano all'interno delle categorie a rischio. A tal proposito, alcune delle imprese socie hanno dichiarato di aver rinforzato il proprio sistema di **consegne a domicilio** sia in termini di mezzi di trasporto sia in termini di risorse e attivato una procedura di **ingressi prioritari** che favorisca le persone in difficoltà (come ad esempio gli anziani, il personale medico, le donne in gravidanza e tutti i volontari coinvolti nell'emergenza).

Inoltre, le imprese associate hanno accolto nei supermercati, sparsi su tutto il territorio nazionale, l'iniziativa che prevede di offrire un "extra sconto" su acquisti effettuati con i **buoni spesa distribuiti dai Comuni**. Questo sistema ha permesso di aiutare le famiglie più bisognose, garantendo loro uno sconto extra sull'acquisto di generi alimentari o prodotti di prima necessità.

Le iniziative a favore della comunità

Gruppo VEGÉ e le proprie imprese associate, nel corso del 2020, hanno deciso di dare un segnale concreto di vicinanza al Paese che ha vissuto un momento di emergenza senza precedenti nella storia. Attraverso una serie di donazioni, il Gruppo, nel suo complesso, è riuscito a **stanziare una quota complessiva di 1.500.000 euro**, per testimoniare concretamente la vicinanza alle comunità, ai loro territori, ai sistemi sanitari locali e nazionale. Di questi, la Centrale VEGÉ ha destinato e **donato 600.000 euro direttamente alla Croce Rossa Italiana**, in prima linea dall'inizio dell'allerta Covid-19 in modo capillare su tutto il territorio nazionale attraverso migliaia di volontari e operatori che hanno lavorato e stanno tutt'ora lavorando senza sosta per sostenere la popolazione.



Infine, Gruppo VEGÉ ha stanziato una donazione di **50.000 euro a Banco Alimentare**; come si legge all'interno della pagina del loro sito web, "nel 2020 Banco Alimentare ha registrato sia una crescita del bisogno come conseguenza della pandemia, sia un aumento della sensibilità e del desiderio di collaborare delle aziende. Le aziende donatrici di eccedenze a Banco Alimentare sono state circa 1.600, aumentate di circa il 40% nel 2020".

Accanto alle donazioni, le imprese socie del Gruppo hanno collaborato con **Spesa Sospesa**, un progetto di solidarietà che ha come beneficiari tutti i cittadini più bisognosi e che, contemporaneamente, sostiene tutte le piccole e medie imprese agroalimentari in difficoltà.

Grazie alla **piattaforma Regusto**, le aziende hanno la possibilità di donare o vendere prodotti alimentari e non, in modo da prevenire e ridurre lo spreco alimentare agendo secondo le logiche dell'economia circolare.

I progetti delle imprese associate

ASTA rafforza il sistema di consegne a domicilio durante la pandemia

Asta, tramite i suoi punti vendita Ortofrutticola, **è sempre stata in prima linea per dare sostegno al prossimo anche in fase emergenza Covid**. A tal proposito, per i comuni di Sabbioneta, Casalmaggiore, Viadana, Bozzolo, Commessaggio, Gazzuolo, Rivarolo Mantovano, Gussola, Martignana di Po, Torricella del Pizzo, Casteldidone, Rivarolo del Re è stato rafforzato il sistema di consegne a domicilio per tutti i propri clienti. Uno sforzo organizzativo che ha visto impegnate 15 persone distaccate dal loro abituale lavoro, per un investimento di risorse di 100.000 euro. Il servizio di spese a domicilio si è potuto realizzare solo ed esclusivamente grazie all'intraprendenza e alla dinamicità del personale dipendente che ha abbandonato la propria abituale funzione per mettersi a "servizio del servizio".

BENNET assiste i propri collaboratori e i propri clienti durante il difficile periodo di emergenza da Coronavirus

Prendersi cura delle persone e promuovere **un ambiente di lavoro sicuro** è da sempre uno dei più importanti obiettivi di Bennet. Per questo, con il fine di garantire il benessere dei propri collaboratori durante l'emergenza sanitaria, è stata stipulata una **polizza assicurativa integrativa** a copertura degli oneri legati al Covid-19, quali possono essere le spese mediche e le spese per la babysitter. Anche nei confronti dei propri dipendenti, Bennet ha lanciato l'iniziativa **"Resto a Casa con Bennet"**. Con questa campagna, l'azienda ha pensato di omaggiare i propri clienti con **premi digitali per attività di intrattenimento a casa**, per superare più serenamente il periodo più difficile della quarantena. Sono stati oltre 28.000 i clienti fedeli di Bennet coinvolti nell'iniziativa a cui sono stati regalati premi, tra cui audiolibri per bambini, musica in streaming, app per allenarsi a casa e abbonamenti a riviste online.

COLONIAL SUD dona in beneficenza oltre 2.000 spese

Colonial Sud, nel corso dell'anno 2020, per venire incontro alle necessità delle persone più duramente colpite dall'emergenza sanitaria, ha deciso di contribuire **donando in beneficenza oltre 2.000 spese**, composte da generi alimentari di prima necessità, da distribuire tramite le associazioni di volontariato per la **suddivisione e l'assegnazione ai più bisognosi**.

G&M: il progetto "Idea Bellezza 4charity"

Gargiulo & Maiello, coerentemente con la propria attività, ha deciso di scendere in campo nel periodo di emergenza da Covid-19, **donando circa 20.000 prodotti** di profumeria, cosmetica e igiene della persona, divisi in kit contenenti ciascuno 10 prodotti di prima necessità, tra cui sapone per le mani, spazzolini da denti, bagnoschiuma, shampoo, etc. Questi prodotti sono stati divisi, inscatolati e omaggiati alla **Croce Rossa di Napoli** e ad altre associazioni locali in diretto contatto con la **Caritas di Napoli**.



GRUPPO ISA per l'emergenza Covid-19

Il Gruppo ISA, nel corso del 2020, ha contribuito all'emergenza con numerose azioni poste in essere sul territorio sardo. In primo luogo, ha supportato con **donazioni monetarie alcuni ospedali, associazioni di volontariato e organizzazioni non profit operanti in Sardegna**. Ha donato inoltre **viveri e buoni spesa per la spesa domestica a diversi Comuni e associazioni come la Caritas**. In accordo con il Gruppo Vegè, ha aderito alla richiesta del Presidente Giuseppe Conte di aumentare la capacità di spesa dei voucher di emergenza messi a disposizione dal Governo attraverso i Comuni, offrendo un ulteriore **sconto fino al 10% alla cassa**.

Infine, a dicembre 2020, il Gruppo ISA ha premiato tutti i suoi **collaboratori con un premio straordinario di 200 euro**. Nonostante il complesso e difficile anno, il Gruppo ha ritenuto fondamentale promuovere iniziative di welfare per migliorare il benessere dei propri collaboratori.

MIGROSS dona agli operatori della Croce Rossa delle teglie di pizza

Per dare sostegno agli operatori sanitari a disposizione sul territorio, che nei mesi di lockdown sono stati impegnati quotidianamente nella lotta contro il Coronavirus, Migross ha pensato di dare un contributo concreto, **mettendo a disposizione il proprio reparto pizzeria/focacceria interno**. A tal proposito, con una cadenza di ogni 2 giorni, agli operatori della Croce Rossa Italiana sono state donate delle **teglie di pizza**.

MODERNA 2020 aiuta la pasticceria Sal De Riso e vende le colombe pasquali per aiutare gli Ospedali campani

Il primo lockdown ha segnato un periodo difficile per molte attività commerciali che, con la chiusura forzata delle proprie attività, si sono trovate a dover fare i conti con delle enormi perdite del proprio fatturato. A tal proposito, Moderna 2020 ha deciso di intervenire per **aiutare la pasticceria locale Sal de Riso**. Per farlo, ha comprato le sue colombe di pasticceria e le ha vendute all'interno dei propri punti vendita. Una parte dell'incasso è stata devoluta agli ospedali della Campania (Salerno e Napoli).

In questo modo, la Colomba firmata Sal De Riso è arrivata sugli scaffali del Gruppo, promettendo un'immensa bontà di gusto che si affianca a un'immensa bontà d'animo.

MULTICEDI: le iniziative per contrastare la diffusione del Coronavirus

L'azienda ha attivato molte attività durante il periodo di emergenza sanitaria. Nei confronti delle famiglie più bisognose, ad esempio, ha preparato alcuni **"pacchi dono"** contenenti prodotti di prima necessità, ha aderito al progetto **"spesa sospesa"**, ha rafforzato la collaborazione con Croce Rossa e Banco Alimentare. Inoltre, Multicedi ha fatto una donazione di **130.000 euro alle ASL campane e all'Ospedale Cotugno**.

PICCOLO assicura prezzi scontati su tutte le categorie di prima necessità: un gesto per le famiglie più in difficoltà nei mesi di lockdown

Per andare incontro alle esigenze dei clienti che si sono scontrati con il lungo periodo di lockdown, Piccolo ha pensato di **rendere più accessibile il prezzo per alcune categorie di prodotto**. Durante tutto il periodo di emergenza sanitaria, infatti, non solo non ha mai aumentato il prezzo dei prodotti sugli scaffali, ma, anzi, ha pensato un sistema di **ribassamento dei prezzi** per più di 3.000 articoli di prima necessità.

L'obiettivo di questa campagna è stato quello di **permettere una spesa più equa**, anche per coloro che si trovavano in difficoltà economica in un periodo molto delicato per il nostro Paese.

TOSANO in prima linea durante l'emergenza sanitaria

Sin da marzo 2020, con l'inizio dell'emergenza sanitaria, Supermercati Tosano ha tempestivamente provveduto a **equipaggiare i propri dipendenti con gli opportuni dispositivi di protezione individuale**, diventando la prima azienda del settore GDO a disporre di 400.000 mascherine per uso quotidiano. Contestualmente, **ha creato un ufficio Covid interno**, con l'obiettivo di supportare l'intera popolazione aziendale durante l'emergenza, **per gestire qualsiasi necessità** e poter coordinare tutte le attività lavorative con continuità e sicurezza.

Al fine di venire incontro alle esigenze di una nutrita parte della propria clientela, per esempio i tanti anziani isolati in pieno lockdown, l'azienda ha creato in pochissimo tempo il **servizio di SPESA FACILE**, che prevedeva un basket di prodotti di prima necessità, **ordinabili direttamente al telefono e consegnati a domicilio**; anche la realizzazione del servizio di Spesa Online, già previsto da tempo, si è concretizzato con tempistiche più rapide del previsto e reso disponibile nel medesimo periodo.

La situazione emergenziale ha inoltre spinto l'azienda a dare **contributi a fondo perduto nei confronti di chi si è trovato in maggiore difficoltà: ai Bonus Spesa** elargiti dai Comuni e convertiti in Gift Card, **Supermercati Tosano ha aggiunto il 10% del valore nominale delle stesse, donando in questo modo oltre 170 mila euro** di possibilità in più di acquisto. Ha incrementato, inoltre, del 10% anche le donazioni elargite dai propri fornitori in supporto ad associazioni no profit del territorio, dedite all'assistenza delle fasce di popolazione economicamente più svantaggiate e colpite dall'emergenza, aumentando il contributo donato di ulteriori 750 euro.

VEGA accanto agli Ospedali in difficoltà durante il Coronavirus

Nel periodo di maggio 2020, a causa dell'emergenza Covid 19, Vega si è fatta promotrice di una importante iniziativa, **donando 6 posti letto completi per Terapia Intensiva per l'Ospedale di Treviso**.

Ad Aprile del 2020, **ha provveduto a consegnare una importante quantità di uova Pasquali destinati al personale medico** dei reparti di Terapia Intensiva, Pneumologia e Pediatria e **ai bambini** di quest'ultimo reparto dell'Ospedale Cà Foncello di Treviso.

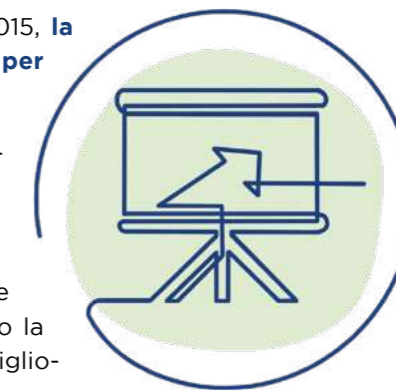
9

UNO SGUARDO STRATEGICO AL FUTURO



Dall'inizio del percorso di rendicontazione, avviato nel 2015, **la sostenibilità ha acquisito sempre maggior rilevanza per Gruppo Végé.**

Riconoscendo il valore aggiunto derivante dall'adozione di buone pratiche di Responsabilità Sociale d'Impresa, il Gruppo ha iniziato a integrare trasversalmente progetti di sostenibilità, stringendo sempre nuove collaborazioni di valore e attivando, anche dal punto di vista dei consumi, attività di monitoraggio sempre più accurate, con l'obiettivo di sensibilizzare sul tema non solo la stessa Centrale, ma tutte le imprese associate, in ottica di un miglioramento continuo nel medio-lungo termine.



Gruppo Végé, nel tempo, ha appreso che la **sostenibilità è diventata una vera e propria leva strategica per il successo delle sue aziende**, in grado non solo di portare benefici al sistema sociale e ambientale in cui le stesse operano, ma capace generare vantaggi competitivi e rispondere meglio alle aspettative dei consumatori, ormai sempre più attenti alle tematiche di sostenibilità ambientale, sociale ed economica.

Gli obiettivi di sostenibilità di Gruppo VÉGé

Diversi sono gli obiettivi che Gruppo VÉGé intende perseguire:

- ✓ **ATTIVITÀ CHE SEMPRE PIÙ DIANO RILEVANZA ALLA SOSTENIBILITÀ E SIANO CON ESSA IMPRESCINDIBILMENTE LEGATE;**
- ✓ Sviluppo e mantenimento di **PRODOTTI SOSTENIBILI**, con una crescente **QUALITÀ**;
- ✓ **INFORMAZIONE SEMPRE PIÙ CHIARA E DETTAGLIATA** ai clienti circa le provenienze e le lavorazioni dei singoli prodotti;
- ✓ **SENSIBILIZZAZIONE E EDUCAZIONE ALIMENTARE** attraverso strumenti di comunicazione on e off line;
- ✓ **ATTENZIONE AL RIUTILIZZO** di prodotti e confezioni;
- ✓ Mantenimento di attività rivolte alla clientela con **FINALITÀ SOCIALI**, tra cui "Noi amiamo la scuola", una collezione punti a favore delle scuole del territorio;
- ✓ **MANTENIMENTO E AMPLIAMENTO DELLE ATTIVITÀ DI SOSTEGNO** a enti e associazioni concretamente attive nella comunità, tra le quali Balzoo, Medici Senza Frontiere, Emergency e Banco Alimentare.

Per Gruppo VÉGé risulta prioritario formulare un piano strategico di investimenti in progetti affini ai suoi valori e al concetto di **Responsabilità Sociale d'Impresa**, di cui si fa promotore.

Le aziende del Gruppo sono convinte che soltanto attraverso una pianificazione a lungo termine che preveda il costante rinnovamento delle iniziative da realizzare possano essere raggiunti gli obiettivi di sostenibilità che si pone.

Le azioni progettate riguardano sia aspetti sociali che aspetti ambientali e si pongono, tra i tanti, gli obiettivi di **migliorare i contesti delle comunità** dei territori dove le aziende del Gruppo operano, di **promuovere prodotti e materie prime sostenibili e di curare l'ambiente naturale italiano**.



VéGé Retail S.r.l. Società Unipersonale
Via Lomellina 10, 20133 Milano
Tel. 02 752961



info@gruppovege.it
www.gruppovege.it

Realizzazione Editoriale

Sunny Milano

Contributo Scientifico

ALTIS Unicatt

Illustrazioni

Alberto Ipsilanti

Realizzazione grafica

Eurologos Milano/VM6

Milano, Luglio 2021

GRUPPO
VeGé