

ANNO 2020



BILANCIO SOCIALE GRUPPO SELEX

IL NOSTRO IMPEGNO VERSO I CITTADINI E IL TERRITORIO



BILANCIO SOCIALE SELEX 2020
PUBBLICAZIONE REALIZZATA DA
Commissione Responsabilità Sociale d'Impresa
Selex Gruppo Commerciale
via C. Colombo, 51
20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.selexgc.it

CON IL SUPPORTO DI
Università Cattolica del Sacro Cuore
ALTIS - Alta Scuola Impresa e Società
Via San Vittore, 18
20123 Milano



PROGETTO GRAFICO REALIZZATO DA
Message | Milano
www.messagegroup.it

ANNO 2020

BILANCIO SOCIALE GRUPPO SELEX

IL NOSTRO IMPEGNO VERSO I CITTADINI E IL TERRITORIO

INDICE

LETTERA AGLI STAKEHOLDER 7

NOTA METODOLOGICA 8



CHI SIAMO



LA NOSTRA STORIA	12
Da oltre 50 anni al servizio del cliente	
LA CENTRALE NAZIONALE	13
Uno strumento per creare valore condiviso	
IL GRUPPO SELEX NEL 2020	14
AL TERZO POSTO IN ITALIA	15
Protagonisti della distribuzione moderna nazionale	
UNA PRESENZA CAPILLARE	16
Fortemente radicati nel territorio	
PUNTI VENDITA E INSEGNE PER REGIONE	18
LA RETE DI VENDITA	20
IL PIANO DI SVILUPPO 2021	21
Una rete in costante rinnovamento	

LE PERSONE



IL VALORE DELLA COLLABORAZIONE	25
LA SALUTE E LA SICUREZZA DEI DIPENDENTI	27
LA CULTURA DELLA FORMAZIONE	28
INIZIATIVE E PROGETTI	30
Imprese Associate	
L'ATTENZIONE VERSO LE DONNE	33

I CLIENTI



IL CLIENTE AL CENTRO	37
La qualità come fattore di successo	
CosìComodo:	
IL CANALE E-COMMERCE "CLICCA E RITIRA"	38
I PRODOTTI A MARCHIO	39
Il cardine della strategia di sviluppo	
EDUCAZIONE ALIMENTARE	46
LA RELAZIONE CON I CLIENTI	47
Aperti all'ascolto e alla comunicazione	
LA TUTELA DEL POTERE D'ACQUISTO	48
Sempre vicini alle famiglie	
ANDARE INCONTRO AI CLIENTI DURANTE IL CORONAVIRUS	49
INIZIATIVE E PROGETTI	51
Imprese Associate	



IL TERRITORIO



L'IMPEGNO A FAVORE DELLE COMUNITÀ

Conoscere i bisogni reali per un sostegno concreto

57

IL SOSTEGNO DI SELEX ALLA COMUNITÀ DURANTE LA PANDEMIA

64

INIZIATIVE E PROGETTI

Imprese Associate

65

L'ATTENZIONE VERSO LE DONNE

71

I FORNITORI



IL VALORE DELLA FILIERA LOCALE

Preservare la tradizione e il patrimonio alimentare

75

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLA CATENA DI FORNITURA

La tutela del lavoro lungo la filiera

76

INIZIATIVE E PROGETTI

Imprese Associate

77

L'AMBIENTE



L'IMPEGNO PER L'AMBIENTE

Una consapevolezza che cresce

83

INIZIATIVE E PROGETTI

Imprese Associate

88





LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Nei momenti più difficili si riscopre **l'importanza della famiglia, della solidarietà, della condivisione**. Vale per la famiglia intesa nel senso vero, umano del termine, e vale per un Gruppo di Imprese **coeso** come Selex, in grado di affrontare le sfide più impegnative, con generosità e capacità organizzativa.

Se è sempre stato vero che **l'unione fa la forza** e consente di battere i nemici più temibili, e non c'è dubbio che l'emergenza Covid e la pesante crisi che ne è seguita lo siano stati, è con questo spirito che Selex ha superato la prova di un 2020 entrato nella storia come una delle esperienze più sofferte.


Andiamo soprattutto orgogliosi di **aver fatto di tutto per essere vicini alle nostre comunità e garantire aiuti, reperibilità dei prodotti, convenienza**, in una situazione tanto grave quanto inedita. Se ci siamo riusciti è perché abbiamo unito le competenze e individuato le soluzioni più efficaci per tutelare la salute dei clienti. E naturalmente quella dei nostri collaboratori, sempre in prima linea, con coraggio e tanta volontà.

La strada verso la "normalità" è più lunga del previsto, ma dobbiamo guardare avanti e dare il nostro contributo alla ripresa del Paese. E lo faremo con maggiore **determinazione e positività** grazie all'ingresso nel nostro Gruppo, da gennaio del 2021, di due importanti protagonisti della scena distributiva, **Consorzio SUN - Supermercati Uniti Nazionali**, con le sue 5 Imprese associate, e **CDS - Centro Distribuzione Supermercati di Caltanissetta**. SUN è attivo nel nord e nel centro Italia con insegne storiche leader nei rispettivi territori; CDS è uno dei primi retailer regionali, presente in ben sette province della Sicilia. Insieme daremo vita a **preziose sinergie per accelerare i processi di innovazione e miglioramento**, fondamentali per vincere le sfide dei prossimi anni.

In questo grande progetto condividiamo con i nostri nuovi partner passioni, esperienze, valori. Andiamo insomma nella stessa direzione, **verso una crescita sana, sostenibile e responsabile**, per essere ancora più vicini alle famiglie che ogni giorno ci accordano la loro fiducia.

Le nostre Imprese hanno instaurato un **proficuo legame con i produttori locali, a garanzia di freschezza e a salvaguardia del territorio e dell'ambiente**. E hanno **intensificato l'impegno sulle nostre marche**, per assicurare la **massima qualità ai prezzi più convenienti**. Con queste priorità, che hanno messo sempre al centro i clienti e i loro bisogni, abbiamo in programma **investimenti ambiziosi** per il futuro, destinati allo sviluppo e all'aggiornamento della rete di vendita, all'innovazione, al mondo digitale. La nostra **piattaforma di e-commerce CosìComodo**, servizio diventato essenziale nel corso dell'emergenza sanitaria, è oggi punto di riferimento per migliaia di consumatori in numerose regioni e si espanderà ulteriormente grazie anche alla partecipazione dei nuovi Soci.

Lo sappiamo, ci aspetta un altro anno complesso, e dovremo affinare le strategie, sperimentare soluzioni, testare nuovi format. Ma l'intesa e la **collaborazione fattiva tra le Imprese**, l'allargamento della nostra famiglia e, naturalmente, la fiducia dei clienti, ci infondono ottimismo e serenità, per vivere insieme un anno straordinario e ricco di soddisfazioni. Andrà tutto bene! È il mio sentito augurio per il nuovo 2021.



Alessandro Revello
Presidente Selex Gruppo Commerciale

NOTA METODOLOGICA

Il Bilancio Sociale 2020 di Selex Gruppo Commerciale ha l'obiettivo di raccontare ai propri stakeholder, in modo chiaro ed esaustivo, le attività, i progetti e i principali risultati conseguiti dal Gruppo per l'anno 2020 (1° gennaio - 31 dicembre 2020) in ambito economico, sociale e ambientale.

Il Bilancio Sociale di Selex si caratterizza per la volontà di descrivere il percorso di condivisione della responsabilità sociale e ambientale delle singole società del Gruppo, esplicitando esempi concreti di iniziative e i risultati aggregati raggiunti nell'esercizio.

In continuità con le edizioni precedenti, il presente documento è redatto con il contributo scientifico 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, il Gruppo Selex 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 PRESENTE DOCUMENTO È SUDDIVISO IN **6 SEZIONI PRINCIPALI**:



La raccolta dei dati e delle informazioni presenti nel Bilancio è stata realizzata attraverso diversi incontri formativi (Commissioni RSI) e tramite la somministrazione di questionari tematici che hanno visto il coinvolgimento della centrale Selex e delle Imprese Associate.

Sustainable Development Goals

A partire dal 2019, il Gruppo Selex ha pensato di rivedere le proprie azioni strategiche in chiave sostenibile e, quindi, di allineare i propri obiettivi di sviluppo con quanto viene definito dalle Nazioni Unite all'interno dei Sustainable Development Goals (SDGs).

I 17 obiettivi di sviluppo sostenibile e i 169 sotto-obiettivi mirano a porre fine alla povertà e alla fame nel mondo, ad assicurare la salute ed il benessere per tutti, a fornire un'educazione di qualità, equa ed 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, tra cui l'acqua.

L'idea ormai diffusa su scala globale è che anche le aziende possano impegnarsi e dare il proprio contributo, partecipando a questa sfida e migliorandosi dal punto di vista della sostenibilità.

L'impegno del Gruppo Selex è confermato da azioni concrete di Corporate Social Responsibility e da piani di sviluppo in continuo aggiornamento, con l'obiettivo di far diventare la sostenibilità un pilastro portante per il Gruppo stesso, che diventi di anno in anno una parte integrante del proprio agire quotidiano e un incentivo, nei confronti delle imprese Socie, a migliorarsi sempre di più.

OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

17 OBIETTIVI PER TRASFORMARE IL NOSTRO MONDO



La Governance della Sostenibilità per il Gruppo

La Centrale Selex coordina le attività del **Team Responsabilità Sociale d'Impresa** formato dai rappresentanti delle Imprese Associate e della Centrale, elabora progetti di levatura nazionale valutandone l'impatto sociale e condivide le numerose iniziative attuate a livello locale diffondendo le buone pratiche in tutto il Gruppo.

Selex supporta le Imprese Socie nell'implementare la migliore strategia di responsabilità sociale, in funzione delle comunità e del territorio. In particolare, il Gruppo si è dotato di alcuni strumenti per creare e diffondere la cultura della responsabilità sociale in modo efficace, realizzando:

Newsletter

Una newsletter rivolta al personale delle sedi delle imprese socie e una rivolta al personale dei punti vendita che, con cadenza bimestrale, informano e sensibilizzano a più livelli tutto il Gruppo sui temi della Responsabilità sociale d'impresa e della Sostenibilità;

Commissione RS

Incontri e workshop dei membri della commissione, formata da rappresentanti del Gruppo e delle Imprese Socie, dedicati a condividere e pianificare iniziative a livello di Gruppo, ad approfondire specifiche tematiche di sostenibilità e a condividere le fasi fondamentali del processo di rendicontazione e l'impostazione del Bilancio Sociale.

CHI SIAMO

LA NOSTRA STORIA

LA CENTRALE NAZIONALE

IL GRUPPO SELEX NEL 2020

AL TERZO POSTO IN ITALIA

UNA PRESENZA CAPILLARE

PUNTI VENDITA E INSEGNE PER REGIONE

LA RETE DI VENDITA

IL PIANO DI SVILUPPO 2021



Da **56 ANNI**

al servizio
del Cliente

12

Imprese Associate
al dettaglio e
all'ingrosso

31.000

Addetti

12,3 MILIARDI

di fatturato

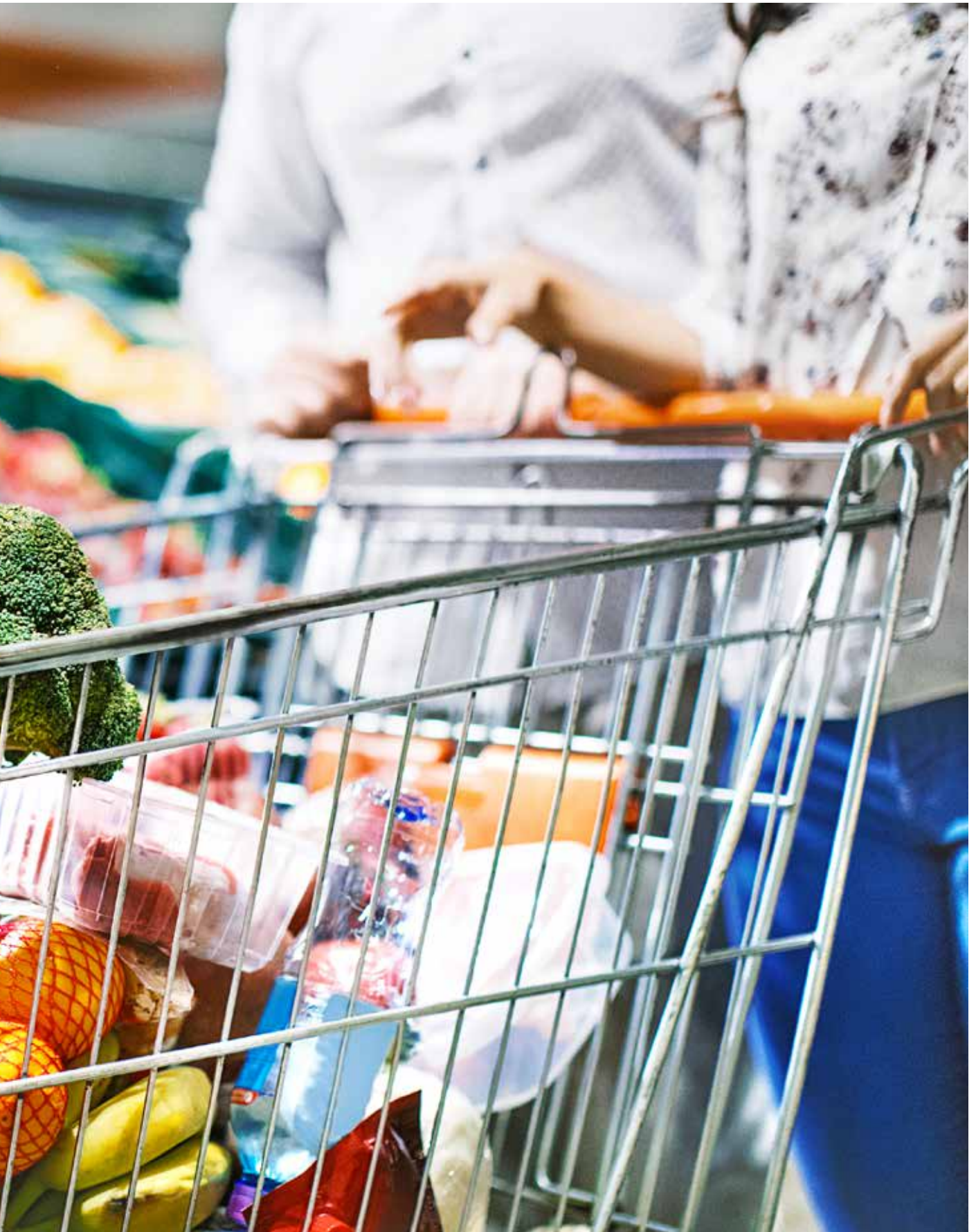
2.214

milioni di mq di
superficie di vendita

2.433

Punti vendita su
tutto il territorio
nazionale





LA NOSTRA STORIA

da oltre **50 anni** al servizio del cliente

■ 1964

Nasce l'unione volontaria A&O italiana per opera di un gruppo di grossisti alimentari. In pochi anni, le Imprese Associate crescono e si trasformano in centri di distribuzione. L'unione volontaria diventa Consorzio A&O italiano.

■ 1979

Il Consorzio costituisce Selex Gruppo Commerciale, che favorisce l'accesso di nuove Imprese e quindi la crescita su tutto il territorio nazionale. Un grande salto di qualità, che rafforza sia la collaborazione e lo scambio di know-how tra i Soci, sia il ruolo della Centrale, sempre più orientata al marketing e ai servizi. In questi anni assistiamo all'avvio di programmi promozionali e pubblicitari a livello nazionale che intensificano la collaborazione con il mondo produttivo.

■ 1984

Sono passati vent'anni dalla nascita di A&O e la distribuzione italiana ha compiuto grandi passi, rinnovandosi e consacrando il successo della formula di vendita a libero servizio. Selex consolida la sua strategia di gruppo commerciale multicanale, presente cioè con più tipologie distributive.

In concomitanza con il suo ventennale, inaugura la nuova sede a Trezzano sul Naviglio, vicino a Milano. Nel frattempo, le Imprese Associate realizzano i primi Familia, un innovativo supermercato che integra assortimenti food e non food, entrando così nel settore delle grandi superfici. Sempre negli anni Ottanta, debutta la nuova generazione di supermercati del Gruppo, i Super A&O. Una grande ventata di novità nel layout di queste moderne unità di vendita, grazie al perfezionamento del livello di servizio e alla cura dell'ambientazione, per una sempre maggiore soddisfazione della clientela.

In particolare, si impostano in modo nuovo i banchi a vendita assistita, salumeria, gastronomia, ortofrutta, macelleria, panetteria, dando più enfasi a tutto ciò che significa freschezza e qualità.

■ anni'90

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

Alle soglie del Duemila, la rete Selex è presente su tutto il territorio nazionale con oltre 1.600 punti di vendita, per un totale di quasi un milione di m2 di superficie. Il fatturato, nel 1999, è di 8.100 miliardi di lire (oltre 4 miliardi di euro). Grandi passi vengono fatti in questi anni anche nel settore dei prodotti a marca del distributore, prodotti di qualità garantiti dal marchio Selex. Le basi per entrare con il piede giusto nel Terzo Millennio sono gettate e sono tutte molto solide.

■ anni 2000

Nel 2004, a 40 anni dalla sua nascita, Selex è il quinto distributore nazionale, con un fatturato di 6 miliardi di euro e una quota di mercato del 7%, e può contare su due milioni di clienti fedeli. Altro obiettivo raggiunto in questi anni, il rafforzamento della partnership con la Centrale Internazionale EMD, European Marketing Distribution, prima tra le Centrali di acquisto in Europa.

2020

Selex è il **terzo distributore nazionale** con una **quota di mercato dell'10,3%**¹, un organico composto da circa 31.000 addetti e un **fatturato di 12,250 miliardi** di euro.

Le carte fedeltà sono pari a 6 milioni e i **prodotti a marca del distributore raggiungono circa le 5.000 referenze.**

¹ Dati fonte IRI (iper + super + superettes + discount, gennaio 2020)



LA CENTRALE NAZIONALE

L'importanza dell'innovazione

Selex Gruppo Commerciale è il gruppo associativo che riunisce **dodici Imprese** della distribuzione organizzata italiana in un'unica Centrale nazionale che promuove lo sviluppo, l'innovazione e l'efficienza dell'intero sistema attraverso la collaborazione, la condivisione di obiettivi comuni e l'implementazione di strategie.

Se **innovare** vuol dire adattarsi ad un mercato che cambia per non rischiare di rimanere esclusi, il Gruppo Selex è da sempre disposto a reinventarsi, ad osservare con grande attenzione le sfide e le opportunità che il mercato circostante offre, cercando di trovare una risposta adeguata ai nuovi bisogni dei consumatori.

Per farlo, Selex investe tempo e denaro nella ricerca di soluzioni che anticipino le richieste del mercato, con l'obiettivo di migliorarsi di anno in anno, soprattutto in quegli ambiti in cui è consapevole di poter avere un margine di approfondimento e perfezionamento. Nel cercare le linee di sviluppo più adatte e in cui crede fermamente, il Gruppo adotta non solo un taglio tattico, con la progettazione di azioni concrete e attuabili nel breve periodo, ma anche un taglio strategico, convinto che la pianificazione per il futuro possa guidarlo verso il raggiungimento di obiettivi importanti.

La missione del Gruppo Selex Commerciale è creare valore per le Imprese, consolidando il loro presidio del territorio e, parallelamente, favorire importanti sinergie tra gli Associati.

Per questo il compito principale della Centrale Selex è proprio quello di generare e massimizzare le sinergie tra gli Associati e sfruttare a pieno i vantaggi dell'essere parte di un'Associazione, supportando i Soci nelle aree più strategiche - dalle attività commerciali alle scelte di marketing e all'implementazione di nuovi servizi - in un'ottica di miglioramento della loro posizione competitiva e senza mai dimenticare le peculiarità delle realtà territoriali, fattore di successo e di distintività di Selex.

Ciascuna di queste aree prevede un modello di interazione tra la Centrale e le Imprese, con l'obiettivo di massimizzare i risultati senza perdere il valore dell'adattamento alla specifica realtà territoriale:

- ▶ Il compito dell'**area Commerciale** è il perfezionamento degli accordi negoziali in ESD Italia e in EMD Europa, l'organizzazione dei piani promozionali nazionali, la finalizzazione dei contratti per l'acquisto comune di beni e servizi e l'organizzazione strategica di sviluppo dell'assortimento dei prodotti a marca del distributore per migliorare l'offerta in termini di qualità, sicurezza e ampiezza dell'assortimento.

- ▶ Nell'**area Marketing** confluiscono gli strumenti innovativi di marketing information, database, CRM, efficienza gestionale e progetti speciali. In questa area vengono integrati anche gli innovativi canali digitali offerti dalle nuove tecnologie e la piattaforma CosiComodo, il progetto di eCommerce del Gruppo che offre un servizio clicca & ritira e la consegna a domicilio.
- ▶ L'**area Efficienza & Sinergie** mette a punto soluzioni per generare risparmi per i Soci attraverso servizi sempre più efficaci.

È infine compito della centrale promuovere le attività di formazione con l'obiettivo di accrescere e diffondere *best practice* ed esperienze all'interno delle Imprese Associate.

2,214 milioni
di mq di superficie di vendita,
l'equivalente di **310** campi da calcio

IL GRUPPO SELEX NEL 2020

12 IMPRESE
ASSOCIATE DEL DETTAGLIO
E DELL'INGROSSO

3° REALTÀ DISTRIBUTIVA
IN ITALIA

10,3%
DI QUOTA DEL MERCATO

31.000
ADDETTI

2.433
PUNTI VENDITA SUL
TERRITORIO NAZIONALE



AL TERZO POSTO IN ITALIA

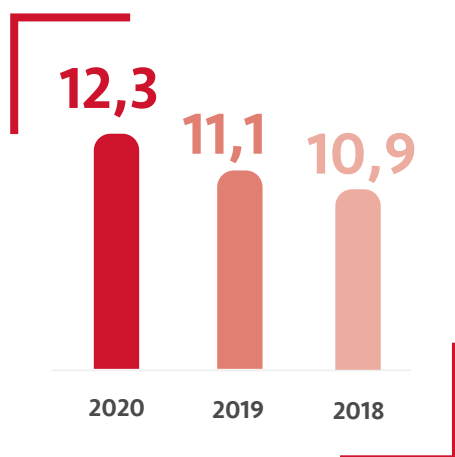
Protagonisti della distribuzione moderna nazionale

Selex, al terzo posto nella classifica dei protagonisti della distribuzione moderna nazionale, è una realtà formata da 12 Imprese associate, fortemente radicate e spesso leader nei territori in cui operano.

Con la sua rete commerciale, Selex è in grado di provvedere alle differenti esigenze dei consumatori su tutto il territorio nazionale.

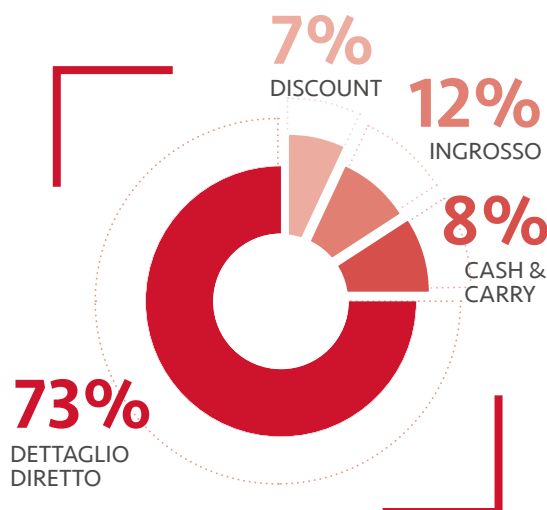


FATTURATO SELEX (in miliardi di euro)



Il forte adattamento al territorio e la capacità di interpretarne i bisogni sono i punti di forza delle Imprese Associate a Selex, grazie ai quali da anni il Gruppo ottiene risultati positivi e superiori rispetto alla concorrenza. Andamento confermato anche nel 2020 con un **fatturato pari a 12,250 miliardi di euro** e una **crescita di oltre il 10% rispetto all'anno precedente**. Selex ha continuato ad aprire nuovi punti di vendita nonché a ristrutturare quelli già esistenti, rafforzando così la sua rete commerciale e migliorandola qualitativamente.

RIPARTIZIONE DEL FATTURATO PER CANALE DI VENDITA



Questi dati testimoniano anche per il 2020 la crescita del Gruppo Selex che, nell'ultimo decennio, ha migliorato sensibilmente la sua posizione nel panorama distributivo nazionale.

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

UNA PRESENZA CAPILLARE

Fortemente radicati nel **territorio**

L'obiettivo di Selex Gruppo Commerciale e delle sue Imprese Associate è **servire al meglio i propri clienti**. Per questo, al centro delle politiche aziendali e delle attività di business, c'è il rispetto per chi ogni giorno si affida a Selex per i propri acquisti quotidiani. La selezione accurata di prodotti di qualità al miglior prezzo, la scelta attenta dei fornitori, l'aggiornamento costante dei punti vendita e la garanzia di un elevato livello di servizio sono alcuni dei principali strumenti che il Gruppo utilizza per raggiungere la propria mission.

La presenza capillare delle Imprese Associate sul territorio si concretizza, oltre che con i marchi noti e diffusi a livello nazionale **Famila** (supermercati e superstore), **A&O** (supermercati di prossimità) e **C+C** (Cash and Carry), con

una pluralità di insegne regionali, spesso leader nei contesti locali, che rappresentano sempre più un riferimento primario per i consumatori. Un'importante novità per il Gruppo è rappresentata da **Animali che Passione**, il format di Selex dedicato interamente agli animali, lanciato nel corso del 2019, il cui assortimento comprendete circa 8.000 referenze, dal petfood all'igiene e all'accessoristica.

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

IMPRESA ASSOCIATA	N° PUNTI VENDITA	REGIONE
ALì S.P.A.	114	Emilia Romagna, Veneto
ARCA S.P.A.	100	Emilia Romagna, Marche
CE.DI.MARCHE Soc. Coop.	100	Abruzzo, Marche
DIMAR S.P.A.	279	Liguria, Piemonte
G.M.F. GRANDI MAG. FIORONI SPA	182	Lazio, Marche, Toscana, Umbria
GRANDI MAG. E SUPERM. IL GIGANTE S.p.A.	144	Emilia Romagna, Lombardia, Piemonte
L'ABBONDANZA SRL	44	Marche, Toscana, Umbria
MAXI DI S.r.l.	587	Abruzzo, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte, Toscana, Trentino, Umbria, Valle d'Aosta, Veneto
MEGAMARK S.r.l.	507	Basilicata, Calabria, Campania, Lazio, Molise, Puglia
SUPER ELITE S.P.A.	48	Lazio, Marche, Umbria
SUPEREMME S.P.A.	50	Sardegna
UNICOMM S.r.l.	278	Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Veneto



E-COMMERCE



PET STORE



Selex cresce: dal 2021 anche SUN e CDS entrano a far parte del Gruppo

Le cinque imprese familiari italiane, che costituiscono il Consorzio Sun, dal primo gennaio 2021 entrano nella compagine azionaria di Selex Gruppo Commerciale che si rafforza sempre di più, **diventando così il secondo attore della distribuzione moderna nazionale a partire da gennaio 2021.**

SUN Sun – Supermercati Uniti Nazionali – riunisce alcune tra le insegne regionali più riconosciute e apprezzate del centro-nord Italia, guidate da imprenditori che hanno creduto nei territori dove sono nati e in cui lavorano da generazioni. Alfi, Cadoro, CediGros, Gruppo Gabrielli, Italbrix, sono i cinque soci che operano con 640 punti vendita e che intendono proseguire il trend di sviluppo. L'ingresso delle Imprese Sun porta a 18 i soci del Gruppo Selex e ne rafforza l'identità rispetto al mercato. **“Tra gli obiettivi dell'operazione – spiega Maniele Tasca, direttore generale di Selex Gruppo Commerciale – c'è la volontà degli imprenditori di incrementare le economie di scala e le sinergie nell'ambito commerciale, dell'organizzazione e della condivisione del know-how, per accelerare i processi di innovazione e miglioramento necessari per affrontare le sfide dei prossimi anni”.**

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

Dalla prima bottega alimentare “Romano”, CDS conta oggi 52 punti vendita di proprietà e 100 negozi affiliati in 7 diverse province dell'isola. Alessandro Revello, presidente di Selex Gruppo Commerciale, ha dichiarato: **“La Sicilia è la regione che ci mancava per il presidio totale del Paese, ma volevamo un partner solido, con una visione affine del business, prospettiva e lungimirante, e che avesse lo stesso sentimento rispetto all'attenzione al cliente, ai collaboratori, ai fornitori con i quali lavoriamo. CDS è un'azienda familiare storica, di grande eccellenza, insieme alla quale riteniamo di poter intraprendere un percorso positivo per affrontare le sfide che abbiamo davanti”.** Familia e Familia Market saranno i format iniziali dedicati ai punti di vendita di superfici medio/grandi.

PUNTI VENDITA E INSEGNE PER REGIONE

● VALLE D'AOSTA
A&O • D PIÙ • FAMILA

● PIEMONTE
A&O • C+C
D PIÙ • FAMILA
GALASSIA • IL GIGANTE
MARKET • MERCATO'
OK MARKET

● LOMBARDIA
A&O • C+C • D PIÙ
FAMILA • GALASSIA
IL GIGANTE

● LIGURIA
D PIÙ • C+C • MARKET
MERCATO' • OK MARKET

● TOSCANA
C+C • D PIÙ • EMI
GALA • HURRÀ • A&O

● LAZIO
C+C • D PIÙ • EMI
HURRÀ • ELITE

● TRENINO A.A
D PIÙ

● FRIULI V.G.
A&O • C+C • D PIÙ •
EMISFERO
FAMILA • MEGA

● VENETO
A&O • ALÌ • C+C • D PIÙ
• EMISFERO • FAMILA •
GALASSIA • MEGA

● EMILIA ROMAGNA
A&O • ALÌ • C+C • D
PIÙ • EMI • FAMILA •
GALASSIA • IL GIGANTE

● MARCHE
C+C • D PIÙ • EMI •
FAMILA • HURRÀ • SÌ
CON TE • A&O • ELITE

● UMBRIA
A&O • C+C • EMI • D
PIÙ' • FAMILA • GALA
• HURRÀ' • ELITE •
EMISFERO

● ABRUZZO
D PIÙ • SÌ CON TE

● MOLISE
DOK • FAMILA

● PUGLIA
A&O • DOK • FAMILA

● BASILICATA
A&O • DOK

● CALABRIA
A&O • DOK FAMILA

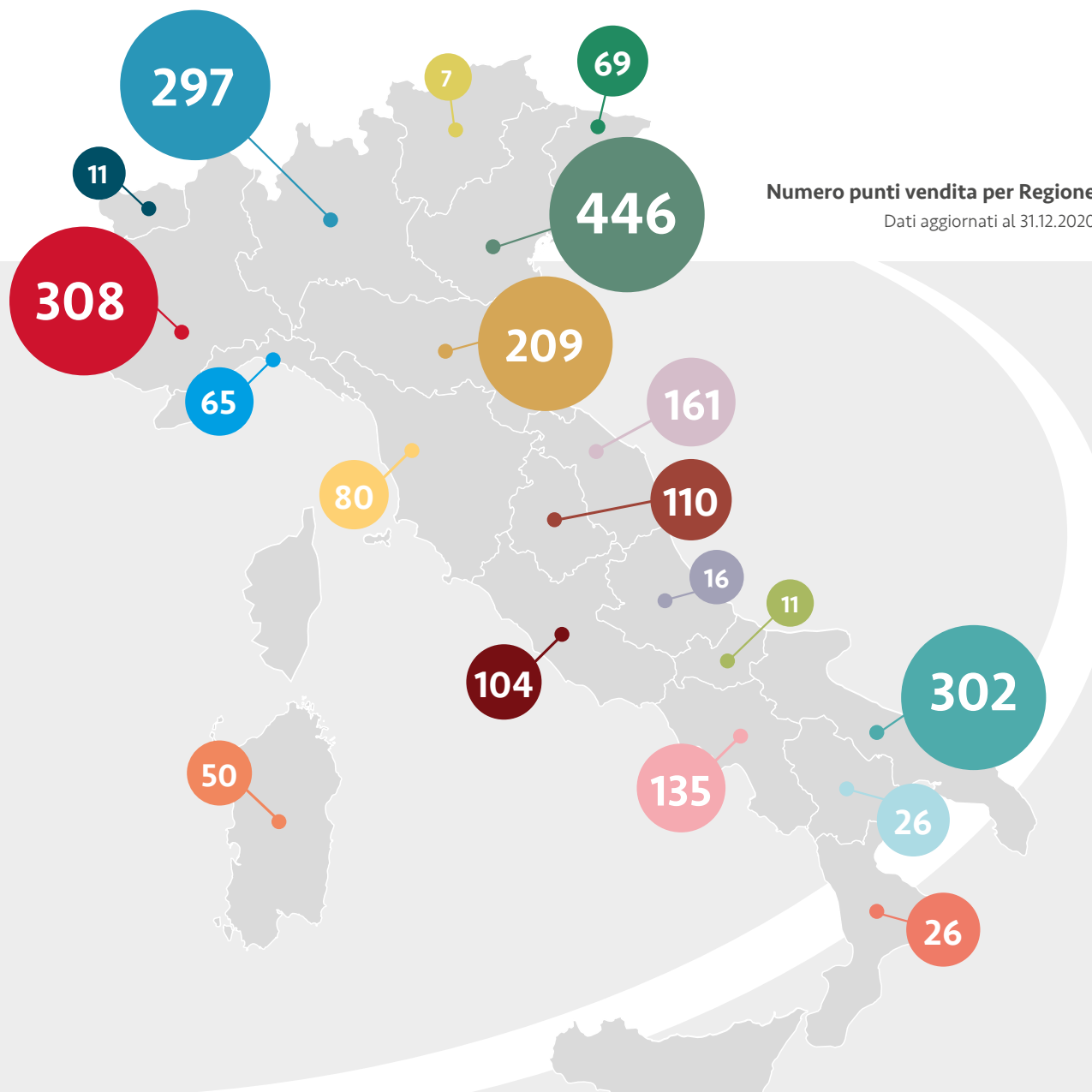
● CAMPANIA
A&O • DOK FAMILA •
SOLE365 SUPERÒ

● SARDEGNA
HARDIS • PAN

La rete commerciale, composta da **2.433 unità**, per
oltre **2,2 milioni di m² di superficie di vendita**,
riesce a presidiare capillarmente tutta la Penisola.

UNA PRESENZA CAPILLARE

Fortemente radicati nel **territorio**



**TOTALE COMPLESSIVO DEI
PUNTI VENDITA 2.433**

LA RETE DI VENDITA

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

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

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

	2020		2019		2018	
	Num.	m ²	Num.	m ²	Num.	m ²
Ipermercati	39	221.425	33	202.244	34	207.609
Superstore e mini iper	85	246.965	86	254.375	77	229.510
Supermercati integrati	300	528.633	293	519.178	280	494.067
Supermercati	812	602.727	762	566.073	761	560.970
Superettes	366	99.780	356	98.012	355	97.888
Hard e soft discount	408	256.081	401	249.647	382	235.185
Mini mercati	334	36.397	316	33.889	314	33.659
Totale Punti Vendita al dettaglio	2.344	1.992.008	2.247	1.923.418	2.203	1.858.888
Cash and carry	89	222.303	82	214.174	84	214.134
Totale della rete distributiva	2.433	2.214.311	2.329	2.137.592	2.287	2.073.022



Accanto a questi, **Animali che Passione**, con la propria rete di petshop, nel 2020, conta **20 punti vendita diretti, per un totale di 20.000 m² di superficie**

IL PIANO DI SVILUPPO 2021

Una rete in costante **rinnovamento**

Per il 2021 le Imprese del circuito Selex hanno importanti progetti di sviluppo su tutto il territorio nazionale. Sono **64 infatti le nuove aperture previste** nel corso dell'anno per **complessivi 86.861 m² di superficie** di vendita e **112 le ristrutturazioni**. Se si considera anche l'ingresso dei sei nuovi Soci, i numeri aumentano: crescono a 72 le nuove aperture, a 135 le ristrutturazioni e la quota di mercato sale a 14,4%².

Anche **Animali che Passione** e la rete di vendita dei petshop del Gruppo Selex si allarga, con la previsione di **5 nuove aperture** nel corso del 2021.

Un piano di crescita e di ammodernamento della rete esistente che si propone di rafforzare ulteriormente la presenza delle Imprese Selex sul territorio e di migliorare le performance della rete commerciale. Per la sua realizzazione sono stati **stanziati 360 milioni di euro**. La chiave per la crescita sono proprio gli investimenti volti ad innovare la rete e adattare l'offerta distributiva, in un contesto che cambia velocemente.

Piano di sviluppo 2021	Nuove aperture		Ristrutturazioni
	Num.	m ²	Num.
Ipermercati	-	-	6
Superstore e Minilper	9	24.500	9
Supermercati integrati	21	34.300	15
Supermercati	9	10.721	18
Discount	18	11.340	54
Petshop	5	2.000	-
Totale Punti Vendita al dettaglio	62	82.861	102
Cash and Carry	2	4.000	10
Totale della rete distributiva	64	86.861	112
Totale della rete distributiva, comprensiva dei 6 nuovi soci entrati in Selex	72		135

² Dati fonte IRI (iper + super + superettes + discount, gennaio 2021)

LE PERSONE

IL VALORE DELLA COLLABORAZIONE

LA SALUTE E LA SICUREZZA DEI DIPENDENTI

LA CULTURA DELLA FORMAZIONE

INIZIATIVE E PROGETTI
Imprese Associate

L'ATTENZIONE VERSO LE DONNE



31.000
collaboratori

61%
occupazione
femminile

95%
dei dipendenti
della Centrale
assunti a tempo
indeterminato

320
collaboratori
coinvolti nella
formazione
erogata dalle
Centrale

oltre
37.800
ore di formazione
erogate dalle
Imprese Associate ai
propri dipendenti







In questa sezione il Gruppo Selex si impegna a contribuire al raggiungimento dei Sustainable Development Goals numero 3, 4 e 10. Per farlo, il Gruppo Selex e le Imprese Socie:

- ▶ propongono ai propri dipendenti un pacchetto di servizi e benefit che permette di incrementare il benessere di tutti i collaboratori;
- ▶ si impegnano affinché venga prestata particolare attenzione allo sviluppo di giovani talenti;
- ▶ garantiscono il rispetto delle pari opportunità;
- ▶ promuovono iniziative volte ad aiutare le categorie più svantaggiate;
- ▶ investono il proprio impegno per garantire ai propri dipendenti un ambiente di lavoro corretto ed etico, contro ogni possibile situazione di sfruttamento;
- ▶ incrementano di anno in anno il numero di ore di formazione erogate al personale.

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

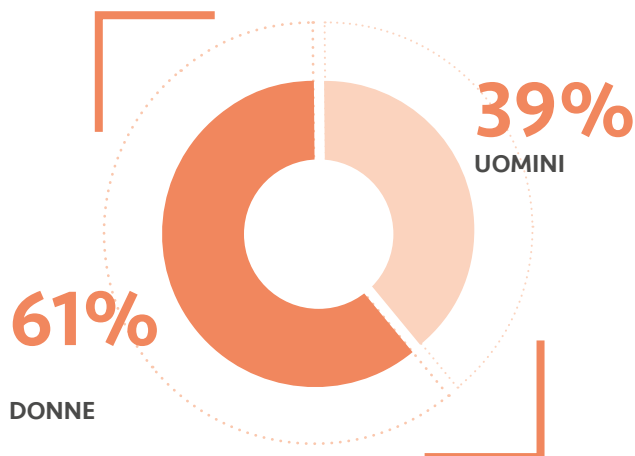
IL VALORE DELLA COLLABORAZIONE

Selex Gruppo Commerciale è una realtà nata dall'incontro e dalla volontà delle persone. Queste persone ricoprono un ruolo indispensabile per lo sviluppo, il successo e la stessa esistenza del Gruppo.

Per promuovere il valore delle persone e per migliorare ed accrescere il patrimonio di capacità e competenze di ciascun collaboratore, Selex si impegna a creare e stimolare un ambiente di lavoro che favorisca la **sicurezza e il benessere di tutti**, la **collaborazione reciproca** e lo **spirito di squadra**; un ambiente che sia privo di pregiudizi, intimidazioni, illeciti condizionamenti o indebiti disagi.

Selex Gruppo Commerciale dà un contributo significativo all'occupazione nazionale, soprattutto femminile e giovanile. Ad oggi l'organico del Gruppo è formato da 25.123³ dipendenti in tutta Italia, di cui il 61% sono donne.

DISTRIBUZIONE DELLA POPOLAZIONE PER GENERE



LE IMPRESE ASSOCIATE

Dipendenti per genere (personale assunto a tempo indeterminato e a tempo determinato)	2020
Uomini	9.857
Donne	15.211
Totale	25.068



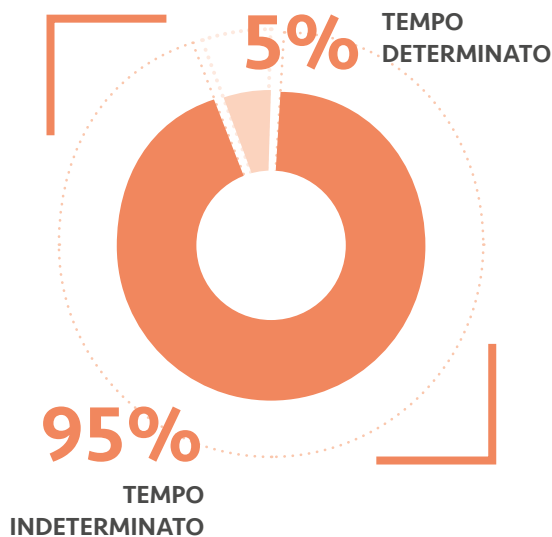
³ Il numero è stato calcolato sommando i dati forniti dalla Centrale Selex e dalle Imprese Associate al 31.12.2020, con esclusione di 3 Imprese su 12. Si stima che il numero di collaboratori del Gruppo Selex sia, dunque, pari a 31.000 persone.

LA CENTRALE SELEX

L'organico della Centrale Selex è rimasto quasi invariato rispetto a quello dello scorso anno, con 55 dipendenti, di cui il **40% donne**.

Dipendenti per genere (personale assunto a tempo indeterminato e a tempo determinato)	2020	2019	2018
Uomini	33	30	29
Donne	22	22	23
Totale	55	52	52
Dipendenti per fasce di età			
Meno di 30 anni	6	3	3
Tra 30 e 50 anni	24	23	24
Maggiore di 50 anni	25	26	25
Dipendenti per tipologia contrattuale			
Tempo indeterminato	52	52	50
Tempo determinato	3	0	2

DIPENDENTI DELLA CENTRALE SELEX IN BASE ALLA TIPOLOGIA CONTRATTUALE



In merito al **numero di dipendenti assunti nel corso dell'anno** (dall'1.01.2020 al 31.12.2020), suddiviso per fasce d'età, i dati mostrano che la percentuale maggiore di nuovi assunti, pari al 53%, si registra per persone comprese tra i 30 e i 50 anni; i giovani con meno di 30 anni, subito a seguire, sono pari a circa il 31%. Lo scopo di questo indicatore è capire quanto il Gruppo Selex contribuisce all'occupazione e, in particolare, all'**inserimento di giovani** in azienda.

Dipendenti assunti nel 2020 per fasce di età	Centrale Selex	Imprese Socie ⁴	Tot.
Meno di 30 anni	3	3.016	3.019
Tra 30 e 50 anni	1	5.219	5.220
Maggiore di 50 anni	0	1.632	1.632
Totale	4	9.867	9.871

⁴ L'informazione, aggiornata al 31.12.2020, è stata resa disponibile da 9 Imprese Associate su 12

COVID-19

INTERVENTI

LA SALUTE E LA SICUREZZA DEI DIPENDENTI

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

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

Durante il 2020, il Gruppo e le sue Insegne hanno reagito tempestivamente alle problematiche che l'**emergenza sanitaria** ha portato con sé, attivando una serie di iniziative che hanno permesso ai propri dipendenti di continuare a lavorare in maniera sicura e con tutte le precauzioni dovute. A fronte della pandemia globale che ha colpito il nostro Paese, infatti, Gruppo Selex e tutte le sue Imprese hanno reso ancor più solido il proprio sistema di salute e sicurezza, dando una priorità assoluta al tema in azienda e in tutti i propri punti vendita.

A tal proposito, la Centrale Selex ed il **100%**⁵ delle Imprese Associate hanno immediatamente provveduto ad erogare ai propri collaboratori **mascherine, guanti e gel disinfettante**, per un investimento totale di oltre 5 milioni di euro e sono stati inseriti dei termoscanner per il rilevamento della temperatura all'ingresso degli spazi aziendali. Inoltre, per separare gli ambienti comuni e, soprattutto, per dare maggiore sicurezza

a tutti i dipendenti il cui lavoro prevede un contatto diretto con il cliente, la Centrale Selex e tutte le Imprese Associate hanno inserito dei **pannelli divisorii in plexiglass** creando la giusta distanza di sicurezza all'interno degli spazi chiusi. Con la stessa ottica, è stata prevista la **rimodulazione degli uffici** e lo sviluppo di una **comunicazione interna rapida**, ma allo stesso momento anche dettagliata e rassicurante, in modo che ciascun lavoratore potesse tempestivamente organizzare la propria attività in e svolgerla nel modo più sicuro ed efficiente possibile.

Oltre a questo, la sede centrale e la totalità delle Imprese Associate hanno attivato lo **Smart Working** per i dipendenti abilitati a svolgere il proprio lavoro in modalità telematica, servizio che, nella maggior parte dei casi, prima di questa situazione non era mai stato utilizzato. Questa nuova introduzione ha permesso ai collaboratori del Gruppo di continuare a presidiare le proprie funzioni e permettere all'intero sistema di andare avanti.

Dal punto di vista delle attività legate al piano di welfare aziendale, 8 Imprese Associate su 11 hanno deciso di andare incontro ai propri dipendenti, concedendo **polizze assicurative straordinarie**, usufruibili sia per i collaboratori della sede centrale che dal personale nei punti vendita; le coperture previste sono finalizzate ad accompagnare e assistere il dipendente nell'iter di cura dal Covid-19, supportandolo lungo il percorso di recupero del pieno stato di salute. Questa attività ha registrato un investimento economico totale di 115 mila euro. Contemporaneamente, alcune Insegne hanno introdotto un **sistema di bonus integrativi** per ciascun collaboratore, per un valore complessivo di 1,1 milione di euro.

⁵ Per il calcolo delle percentuali sono state considerate le risposte al questionario fornite da 11 Imprese Associate su 12.

LA CULTURA DELLA FORMAZIONE

Selex promuove una crescita costante delle **competenze**

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

Tutte le Imprese Socie sono coinvolte da anni nel **programma di formazione permanente** finalizzato al **potenziamento delle competenze e delle abilità del personale**, elementi imprescindibili per affrontare le nuove sfide di un settore dinamico e in continuo mutamento.

La Centrale Selex svolge un'importante attività di coordinamento delle attività di formazione, organizzando seminari e giornate di studio specifiche che, nel 2020, hanno coinvolto in totale **320 partecipanti**.

LA FORMAZIONE EROGATA DALLA CENTRALE SELEX

Tema	Partecipanti	Numero di ore di formazione
Seminario Gerenti	42	24
Giornata studio ortofrutta, gastronomia e carne	77	6
Giornata di Studio RSI	15	2
Giornata Studio Follow Up Gerenti	18	2
Seminario Acquisti	57	4
Seminario Vendite	52	6
Giornata di Studio Marketing CRM	19	4
Seminario Distintività Category	19	6
Giornata di Studio Digital	21	6
Totale	320	

Formazione erogata dalla Centrale per circa **320 collaboratori** del Gruppo
Media di 7 ore di formazione per collaboratore

LA FORMAZIONE EROGATA DA PARTE DELLE IMPRESE ASSOCIATE

Ad integrazione della formazione erogata dalla Centrale, importanti programmi di formazione continua e aggiornamento professionale sono poi **sviluppati anche dalle singole Imprese Associate** presenti su tutto il territorio nazionale. Questi programmi prevedono anche il **coinvolgimento del personale dei punti vendita** con l'obiettivo di rafforzare e aggiornare le competenze per offrire un servizio sempre migliore al cliente.

La formazione erogata dalle Imprese Socie ai propri dipendenti viene stabilita sulla base delle singole specificità e in coerenza con le esigenze dei punti vendita. Nel 2020 è stata somministrata una formazione molto eterogenea, che spazia dai seminari acquisti e vendita, fino a corsi di consulenza molto più mirati a seconda dei reparti del punto vendita: consulenza gastronomica, gestione della carne, corretta predisposizione del reparto ortofrutta, gestione dell'inventario etc.

In generale, le ore di formazione che sono state erogate direttamente dalle Imprese Associate ai propri dipendenti, ad integrazione di quella offerta dalla Centrale Selex, hanno **coinvolto quasi 18.000 collaboratori, per una durata totale di oltre 37.800 ore di formazione⁶.**

Formazione integrativa per **quasi 18.000** collaboratori del Gruppo
Oltre **37.800** ore totali di formazione erogate dalle Imprese Associate ai propri dipendenti



⁶ Le informazioni, aggiornate al 31.12.2020, sono state rese disponibili da 10 Imprese Associate su 12

INIZIATIVE E PROGETTI

Imprese Associate

CE.DI.MARCHE

GRAZIE A TUTTI I COLLABORATORI 

Come ringraziamento ai suoi dipendenti per l'impegno profuso per le attività aziendali, Ce.Di. Marche ha deciso di consegnare ai dipendenti della sede e di tutti i punti vendita diretti delle gift card. Il dono è stato fatto in due occasioni successive l'una con l'altra, per un valore totale di circa 450.000 euro.

"gift card ai dipendenti per un valore totale di circa 450.000 euro"



"agevolare i collaboratori nell'attività lavorativa e stabilire un work-life balance"



DIMAR

IL BENESSERE DEI DIPENDENTI AL PRIMO POSTO

Con l'avvenire della pandemia, la Dimar S.p.A. ha messo in atto strumenti migliorativi nei confronti dei suoi collaboratori, tra cui lo smart working, la flessibilità oraria e l'aspettativa non retribuita, con l'obiettivo di agevolare i collaboratori nell'attività lavorativa e stabilire un work-life balance più equilibrato. Per ringraziare e incoraggiare i propri collaboratori dell'impegno dimostrato nell'affrontare le difficoltà causate dal Covid-19, la Dimar S.p.A. ha riconosciuto a coloro che hanno lavorato presso i punti vendita una gift card del valore di 150 euro, ha erogato un bonus straordinario nel mese di maggio 2020 per un valore di 591.600,00 euro e uno nel mese di dicembre 2020, per un ammontare di 116.800,00 euro. Infine, per aiutare ai dipendenti ad individuare le corrette modalità di gestione delle proprie funzioni in piena situazione di emergenza sanitaria, l'azienda ha attivato corsi online, specifici per ogni dipendente, con l'obiettivo di contenere il contagio da Covid-19 e lavorare in modo efficiente e sicuro.



sociale/persona



cultura/ricerca



acquisto/prodotti



sanità/covid-19



ambiente/sostenibilità



"sostegno economico e sanitario dedicato ai dipendenti"



IL GIGANTE

ASSISTERE I COLLABORATORI IN UN PERIODO DI DIFFICOLTÀ

Per assistere i propri collaboratori in un periodo difficile come quello che il Paese ha subito da marzo 2020, il Gigante ha attivato diverse iniziative: flessibilità oraria, turnazioni, introduzione dello smart working per quelle mansioni in grado di prevederlo; è stata stipulata una polizza assicurativa integrativa in caso di malattia da Covid-19, come garanzia di sostegno economico e sanitario dedicato ai dipendenti, oltre che al supporto familiare necessario. Per non dimenticarsi di tutti i collaboratori impegnati nelle attività di trasporto, che con il loro prezioso lavoro hanno contribuito a mantenere i supermercati costantemente riforniti, Il Gigante ha offerto un cestino per il pranzo con due panini imbottiti, acqua e merenda preparati con grande entusiasmo dai specialisti salumieri e panettieri dei supermercati Il Gigante.



L'ABBONDANZA

LE INIZIATIVE ATTIVATE NEL PERIODO DI EMERGENZA

A tutti i collaboratori è stata garantita la possibilità di flessibilità oraria e, per coloro i quali risultasse compatibile con la propria mansione lavorativa, L'Abbondanza ha dato la possibilità di lavorare in smart working. Per i dipendenti dei punti vendita, invece, l'azienda ha pensato di erogare dei buoni spesa nel periodo di marzo e aprile, per un valore totale di 144.770 euro, spendibili presso tutti i supermercati Gala. Inoltre, uno sconto supplementare del 5% è stato assicurato a tutti dipendenti, grazie al rilascio di una card nominativa da presentare nel momento del pagamento in cassa.

"sconto supplementare del 5% assicurato a tutti dipendenti"



MEGAMARK

GIOVANI TALENTI

"25 borse di studio del bando "Giovani talenti" ai figli più brillanti dei dipendenti"

Il Gruppo - attraverso la Fondazione Megamark - ha assegnato 25 borse di studio del bando "Giovani talenti" ai figli più brillanti dei dipendenti, per un totale di 45.000 euro, consegnati nel corso della cerimonia tenutasi a dicembre, in modalità telematica. Giunta alla decima edizione, l'iniziativa si pone come obiettivo quello di contribuire concretamente alla carriera scolastica e accademica dei giovani partecipanti. Dalla prima edizione del 2010/2011 a oggi sono stati premiati 188 studenti, stanziando borse di studio per un totale di 400.000 euro. Anche nel 2020 la Fondazione ha erogato risorse in favore dei neodiplomati, di chi ha concluso il primo anno di università in regola con gli esami, dei laureati e di chi risulta iscritto a un master o corso di formazione post lauream.

"tra le prime aziende in Italia ad assicurare i suoi oltre 7.000 dipendenti contro il ricovero da Covid-19"



GRUPPO UNICOMM

ASSICURAZIONE PER TUTTI I DIPENDENTI CONTRO IL RICOVERO DA COVID-19

Il Gruppo Unicomm (Unicomm – GMF – Arca) ha deciso di assicurare i suoi oltre 7.000 dipendenti contro il ricovero da Covid-19.

Tra le prime aziende in Italia a sottoscrivere un'assicurazione di questo tipo, i collaboratori hanno avuto la possibilità di ricevere un'indennità che prevedeva tre tipi di copertura: l'indennità da ricovero, l'indennità da convalescenza e l'assistenza post ricovero. Tra i benefit previsti all'interno dell'assistenza post-ricovero vi sono misure legate al decorso dell'infezione in senso vero e proprio, come l'invio presso la residenza di un medico generico, il trasporto in autoambulanza, il trasferimento e rientro dall' istituto di cura specialistico, ma anche misure più legate al welfare, come l'invio collaboratrice familiare o di una baby sitter a domicilio, l'accompagnamento dei figli minori a scuola, la consegna spesa a domicilio e l'invio di un pet sitter.



GRUPPO UNICOMM

CONSEGNATE 82 BORSE DI STUDIO AI FIGLI DEI COLLABORATORI PIÙ MERITEVOLI

Sono state 82 le borse di studio consegnate dal Gruppo Unicomm ai figli dei collaboratori delle tre società del gruppo (Unicomm, Arca e GMF), che si sono distinti per merito scolastico e universitario.

L'iniziativa, nata nel 2019 in occasione del cinquantesimo anniversario del Gruppo, è stata rinnovata per sottolineare quanto sia fondamentale per l'azienda investire nei giovani talenti e sulle nuove generazioni. In particolare, sono state consegnate 8 borse di studio ai figli dei collaboratori di Arca, 14 a quelli di GMF e 60 ai figli dei dipendenti di Unicomm. I giovani premiati vantano una carriera scolastica e universitaria di alto profilo, avendo ottenuto dei risultati eccellenti nel corso dell'ultimo anno. I valori delle borse di studio sono stati rispettivamente 800 euro per i neodiplomati, 1.000 euro per gli studenti che frequentano regolarmente un corso di laurea e, infine, 1.500 euro per i neolaureati in un corso di laurea triennale o magistrale. A differenza della prima edizione, la cerimonia di consegna non si è potuta svolgere nella sede centrale dell'azienda a Dueville, a causa delle restrizioni legate alla pandemia.

La consegna delle borse si è infatti tenuta tramite videoconferenza, con la partecipazione del Presidente Marcello Cestaro e del direttore commerciale Giancarlo Paola.

"82 borse di studio consegnate ai figli dei collaboratori"



L'ATTENZIONE VERSO LE DONNE

DIMAR

INSERIMENTO DI PERSONE APPARTENENTI ALLE FASCE DEBOLI, VITTIME DI VIOLENZA

Da qualche anno la Dimar S.p.A. ha promosso l'inserimento di persone appartenenti alle fasce deboli quali donne vittime della violenza, disabili e immigrati, per aiutarli nel raggiungimento dell'autonomia e dell'inclusione sociale. Per ogni inserimento si è cercato di adottare misure efficaci e adeguate, anche grazie al supporto di centri specializzati e consorzi che hanno permesso di attuare attività di tutoraggio e la piena reintegrazione e partecipazione nella società. La Dimar S.p.A. ha creato dei percorsi formativi ad hoc, mirati non tanto alle persone in questione, quanto alle squadre di dipendenti che avrebbero accolto i candidati. L'azienda si è posta sul mercato come una società evoluta, inclusiva, consapevole, in grado di superare i pregiudizi consci e inconsci della società, convinta che questa sia la strada giusta per sfruttare tutte le opportunità che si possano presentare sul proprio percorso, investendo sul continuo perfezionamento della propria cultura aziendale.

I CLIENTI

IL CLIENTE AL CENTRO

CosìComodo:
IL CANALE E-COMMERCE
"CLICCA E RITIRA"

I PRODOTTI A MARCHIO

EDUCAZIONE ALIMENTARE

LA RELAZIONE CON I CLIENTI

LA TUTELA DEL POTERE D'ACQUISTO

INIZIATIVE E PROGETTI
Imprese Associate



5.000
prodotti
a marchio Selex

992 milioni
fatturato alla vendita
dei prodotti a marchio

+13,81%
crescita del fatturato
per i prodotti a marchio
rispetto al 2019

280%
crescita dei volumi di
vendita registrata su
CosìComodo nel periodo
del lockdown

COMEMANGIO.IT

il nome del nuovo portale online per la
sensibilizzazione ai temi della corretta
alimentazione







In questa sezione il Gruppo Selex si impegna a contribuire al raggiungimento dei Sustainable Development Goals numero 2, 12 e 13. Per farlo, il Gruppo Selex e le Imprese Socie:

- ▶ promuovono linee di prodotto MDD attente all'ambiente;
- ▶ si impegnano a comunicare ai propri clienti le informazioni circa i prodotti sugli scaffali, per aiutarli a fare scelte più consapevoli;
- ▶ coinvolgono il consumatore in attività che incentivano il consumo di prodotti sani e prodotti in maniera responsabile;
- ▶ sensibilizzano i propri clienti sulle buone pratiche di consumo sostenibile e sui temi della corretta alimentazione.

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

IL CLIENTE AL CENTRO

La qualità come fattore di successo

Essere al servizio dei propri clienti e consumatori è da sempre l'obiettivo principale di Selex Gruppo Commerciale e delle sue Imprese Associate.

Per questo nei punti vendita delle Imprese Associate di Selex l'offerta di prodotti di grandi marche e di marche locali è integrata dall'assortimento di prodotti a marchio proprio, frutto di partnership e collaborazioni tra il Gruppo e diverse eccellenti realtà industriali italiane, scelte sulla base di criteri di qualità e di attenzione al territorio.

La **territorialità e l'attenzione alle filiere** sono tra i principali fattori di successo delle Imprese Associate al Gruppo. La presenza di marche locali e di un vasto assortimento di specialità gastronomiche provenienti direttamente dal territorio permette infatti al Gruppo di offrire i migliori prodotti del territorio, promuovendo e valorizzando contemporaneamente le aziende e i produttori locali. Un impegno che permette alle famiglie, grazie alla vasta gamma di prodotti a marchio proprio, di scegliere quotidianamente prodotti freschi e di stagione, frutto di

una scrupolosa selezione in base a elevati criteri di qualità e sicurezza definiti in capitolati, periodicamente rivisti e integrati.

Sulla base delle specifiche il **Servizio Controllo Qualità** svolge puntuali e rigorose verifiche, con attività di audit sui fornitori ed analisi sui prodotti. Almeno una volta l'anno oltre l'80% dei prodotti alimentari è sottoposto a scrupolosi controlli con oltre 30.000 parametri analitici.

In caso di segnalazioni di non conformità, il **Customer Care del Gruppo Selex** prende tempestivamente in carico le richieste e attiva le procedure interne ideali alla risoluzione dei problemi in concerto con i fornitori.

Il Gruppo ha inoltre un filo diretto aperto con i consumatori nel tentativo di proporre loro un'offerta sempre migliore: periodicamente, grazie al supporto di un'azienda specializzata esterna, gli articoli sono sottoposti al giudizio di panel rappresentativi di consumatori.





COSÌCOMODO: IL CANALE E-COMMERCE “CLICCA E RITIRA”

«CosìComodo» LA SPESA FATTA IN CASA

CosìComodo è il **progetto di eCommerce** del Gruppo. Con un pilota partito nel 2016, nel corso degli anni si è rapidamente evoluto raccogliendo allo stato attuale l'offerta online di **sette insegne**, tra supermercati e ipermercati, affiancando al più tradizionale servizio **clicca & ritira** anche la **consegna a domicilio**.

I negozi attivi con il servizio di ritiro in negozio sono 64, mentre i CAP serviti in modalità “a casa” sono oltre 300.

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

L'apprezzamento dei clienti si è tradotto in un **costante incremento nella fedeltà all'utilizzo del servizio**. Il 2020, con l'emergenza Covid, ha rappresentato un importante

banco di prova per il portale e i risultati sono stati più che soddisfacenti. CosìComodo ha infatti gestito con efficienza **l'aumento esponenziale delle richieste**, realizzando una **crescita dei volumi del 280% con punte del 370% durante il lockdown**.

L'andamento positivo si è confermato anche nei mesi successivi del 2020, a testimonianza del **gradimento del servizio da parte della clientela**, che ha apprezzato sia la duplice opportunità di scelta, sia la nuova impostazione del sito che consente una spesa ancora più rapida.

Importanti **novità** sono già **in fase di sperimentazione per il 2021**, tra cui il lancio della **nuova app CosìComodo**, immediata e funzionale, che consente di ordinare la spesa anche dal proprio smartphone e tablet. Inoltre, verrà introdotta la possibilità di **pagamento alla consegna anche per l'home delivery**, per rispondere alle esigenze espresse dai clienti, così come **l'implementazione del sistema di consegna a domicilio anche per i negozi più piccoli** che, a oggi, potevano attivare solo il click & collect. Previsto anche il lancio **dell'ordine telefonico**, per far sì che i clienti possano chiamare e fare via telefono la loro spesa, sfruttando la piattaforma di CosìComodo.

**7 INSEGNE
GRUPPO**
Attuali aderenti

**64 PUNTI
VENDITA**
Totale attuale

**+280% DURANTE
EMERGENZA COVID**
Crescita volumi

I PRODOTTI A MARCHIO

Il cardine della strategia di **sviluppo**

L'esperienza e l'affidabilità di Selex Gruppo Commerciale si rispecchiano fortemente nelle sue marche del distributore. Grande scelta, qualità e convenienza contraddistinguono infatti l'offerta che, con **circa 5.000 prodotti alimentari e non alimentari**, è attentamente pensata per soddisfare le esigenze di tutti. Questi prodotti sono il risultato di una selezione accurata delle aziende fornitrici. La verifica puntuale degli standard di produzione e i numerosi controlli garantiscono infatti la qualità e l'alto grado di sicurezza di ogni proposta studiata per il consumatore.

La grande varietà di prodotti è il risultato di un lungo processo di differenziazione e di un aggiornamento continuo delle proposte, per rispondere prontamente alle esigenze dei consumatori. Le marche Selex e Vale rappresentano l'assortimento più esteso di tali prodotti, completano l'offerta i marchi Sù e Vanto dedicati ai clienti dei Cash & Carry.

Il 2020 ha visto un **fatturato alla vendita di 992 milioni di euro**, un numero molto significativo e in costante crescita (**+13,81% rispetto al 2019**) che spiega come i marchi del distributore rappresentino uno dei cardini della strategia di sviluppo del Gruppo anche per il 2021. Le parole d'ordine sono: qualità e sicurezza. I risultati ottenuti sono frutto di un lavoro iniziato alcuni anni fa per elevare ulteriormente la qualità dei prodotti e ampliare gli assortimenti, soprattutto delle linee premium e specialistiche con l'obiettivo di intercettare i nuovi trend di consumo.

Negli ultimi anni sono state ampliate le linee specialistiche, con particolare attenzione al biologico e al salutistico, oltre alla linea "senza glutine" e alla linea Vegetale 100%. La qualità dei prodotti è messa al centro e la conferma deriva dall'apprezzamento dei consumatori. La sfida continua per Selex è quella di mantenersi distintiva nelle proposte tenendo sempre presente l'elemento fondamentale del giusto prezzo.

FATTURATO VENDITE PRODOTTI A MARCHIO (MILIONI DI EURO)

	2020	2019	2018
Retail	927	797	740
Cash and Carry	65	75	74
Totale	992	872	814

La strategia di sostenibilità per i prodotti Selex

Le strategie di crescita delle marche del distributore di Selex sono sempre più orientate alla sostenibilità. In particolare, **sono quattro i pilastri su cui si sta muovendo il Gruppo per assicurare alla clientela non solo massima qualità, sicurezza e convenienza, ma anche rispetto per l'ambiente e le comunità.**



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

Prodotti a marchio SELEX

I prodotti a marchio Selex offrono un'ampia scelta nell'area *food&grocery*, nonché varie merceologie non alimentari (tessili, casalinghi, ecc.).

Al marchio "base" Selex si sono affiancate nel corso del tempo diverse linee specialistiche: Saper di Sapori, Natura Chiama Selex, Primi Anni Selex, Vivi Bene Selex, Vivi Bene Selex Senza Glutine, Vegetale 100% Selex, Ego Selex- Beauty Care, Amico Mio Selex e Casa bella Selex.



NUMERO REFERENZE PRODOTTI A MARCHIO DISTINTI PER LINEA

Prodotti a marchio SELEX	2020	2019	2018
SELEX BASE	1.960	2.441	2.503
SAPER DI SAPORI	219	171	140
NATURA CHIAMA SELEX / ECO	313	233	206
VIVI BENE SELEX	74	70	66
VIVI BENE SELEX SENZA GLUTINE	20	18	19
PRIMI ANNI SELEX	51	53	55
CASA BELLA SELEX	221	254	-
EGO SELEX	41	39	-
AMICO MIO SELEX	83	81	77
VEGETALE 100% SELEX	13	13	13
Totale	2.995	3.373	3.079

I prodotti Selex

I prodotti della linea Selex “base” sono circa 2.000 e comprendono tutto quello che serve, ogni giorno, per la casa e la famiglia. Alimentari freschi, formaggi e latticini, salumi, specialità di gastronomia, pasta, gelati, surgelati, e poi tutti i prodotti di drogheria, i prodotti per l’igiene e la cura del corpo, ma anche per la pulizia della casa, fino agli accessori per la cucina, la tavola e a tanti altri articoli che risolvono le necessità di ogni giorno.

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

Tra queste, ad esempio, c’è **NATURA CHIAMA SELEX, ricca di prodotti biologici e a filiera controllata**. È una linea dedicata al rispetto del delicato equilibrio fra uomo e natura. Essa comprende prodotti ortofrutticoli da filiera controllata, coltivati con sistemi a lotta integrata, e prodotti ottenuti con materie prime da agricoltura biologica. Nel caso della filiera controllata le aziende selezionate impostano in accordo con Selex un insieme di regole e di controlli basati sui principi della sicurezza alimentare e della tracciabilità. La coltivazione a lotta integrata indica una tecnica di produzione agricola, in cui si privilegia l’uso delle risorse e dei sistemi di regolazione naturali e in cui i trattamenti fitosanitari sono accuratamente monitorati. Nell’agricoltura biologica i metodi di coltivazione e di allevamento ammettono solo l’impiego di sostanze presenti in natura e sono normati sia a livello comunitario che nazionale. Perciò gli agricoltori utilizzano essenzialmente sostanze organiche e naturali per concimare e trattare le coltivazioni, mentre gli allevatori fanno crescere gli animali rispettando le loro naturali esigenze di spazi e di alimentazione.

Natura Chiama Selex è entrata anche nel mondo della detergenza con le proposte Eco, realizzate con materie prime di origine naturale e biodegradabili, provenienti da fonti rinnovabili e confezionate in flaconi in plastica riciclata. La certificazione Ecolabel ne garantisce il ridotto impatto ambientale durante l’intero ciclo di vita. Per ridurre il consumo di plastica, ha visto la luce anche una linea **Natura Chiama Selex Eco** di monouso compostabile, che comprende piatti, bicchieri e posate.



Prodotti a marchio VALE

Sicurezza e qualità sono i requisiti di Vale, la marca del Gruppo adottata nelle aree di sovrapposizione territoriale delle Imprese Associate. La linea base propone una scelta di 1.113 prodotti, dagli alimentari alle bevande, agli articoli per l'igiene e la detergenza della persona e della casa, selezionati con cura per cercare di soddisfare le esigenze di tutti. Per rispondere alle nuove tendenze di consumo, alla linea base Vale si affiancano oggi i marchi delle linee La Natura Vale, Val'Or e Star Bene Vale.



NUMERO REFERENZE PRODOTTI A MARCHIO DISTINTI PER LINEA

Prodotti a marchio VALE	2020	2019	2018
VALE BASE	882	887	949
VALE VAL OR	55	53	52
LA NATURA VALE	131	100	84
STAR BENE VALE	9	8	3
STARE INSIEME VALE	36	15	-
Totale	1.113	1.063	1.088

Tra le linee proposte, **La Natura Vale** è la linea dedicata ai prodotti ottenuti esclusivamente con materie prime da **agricoltura biologica** e da **prodotti ortofrutticoli di filiera controllata**.



Prodotti SÙ e VANTO

600 prodotti che, per qualità e caratteristiche, sono destinati ad una clientela professionale. In particolare SÙ è il marchio dedicato al mondo alimentare della ristorazione, mentre Vanto offre articoli per la detergenza e la pulizia.



NUMERO REFERENZE PRODOTTI A MARCHIO DISTINTI PER LINEA

Prodotti a marchio C+C	2020	2019	2018
Prodotti SÙ	347	385	388
Prodotti Vanto	252	237	238
TOTALE	599	622	626



600 prodotti
per il mondo della
HO.RE.CA

Gli altri prodotti a marchio

NUMERO REFERENZE PRODOTTI A MARCHIO DISTINTI PER LINEA



CASAXCASA

Le Vie dell'Uva

LE BONTÀ
DEL PASTICCIERE.

Storie di
Gastronomia
...

NUMERO REFERENZE PRODOTTI A MARCHIO DISTINTI PER LINEA

Prodotti a marchio DI FANTASIA	2020	2019	2018
HAPPY DI	72	64	74
ARMONIA & BENESSERE	88	82	65
CASAXCASA	33	33	33
LE VIE DELL'UVA	68	71	73
LA BONTÀ DEL PASTICCIERE	9	10	10
STORIE DI GASTRONOMIA	16	12	12
TOTALE	286	272	267





EDUCAZIONE ALIMENTARE

comemangio.it
il portale che promuove
l'educazione alimentare



Il Gruppo Selex è molto attento a tema della **sensibilizzazione dei propri consumatori sul tema della corretta alimentazione** e, proprio per questo motivo, oltre a sviluppare linee di prodotto che siano sempre accuratamente controllate e di alta qualità, si è impegnato nella realizzazione del **nuovo sito web "comemangio.it"**.

Questo progetto nasce in collaborazione con l'Università Cattolica del Sacro Cuore e si propone **di aiutare il cliente a conoscere meglio il rapporto tra cibo e benessere**, attraverso un servizio di informazione completo. Comemangio.it è una piattaforma di condivisione delle conoscenze, che **coinvolge docenti, studenti ed è aggiornata con rigore scientifico da parte di un comitato ad hoc**, formato da ricercatori esperti e da ricercatori più giovani del settore.

Attraverso questo nuovo portale, il consumatore è in grado, ad esempio, di apprendere a interpretare correttamente le informazioni contenute nelle etichette di ciascun prodotto, ma anche a conoscere le migliori modalità per la conservazione del cibo, o le pratiche più corrette da adottare per ridurre gli sprechi.

Il sito è strutturato in **diverse sezioni** che permettono in maniera chiara ed estremamente visuale di selezionare la pagina più in linea con l'interesse del consumatore:

- ▶ Dieta mediterranea
- ▶ Questioni di etichetta
- ▶ Gruppi alimentari
- ▶ Come conservo
- ▶ Come cucino

Accanto a queste pagine è possibile trovare una sezione chiamata **"News"**, in costante aggiornamento, all'interno della quale i consumatori possono trovare **diverse rubriche** con riferimento alla frutta e alla verdura di stagione, alle ricorrenze e alle giornate mondiali collegate al cibo, ai falsi miti legati al mondo della sana alimentazione e tanti utili consigli per tutti i giorni per aiutare a ridurre gli sprechi in cucina.

LA RELAZIONE CON I CLIENTI

Aperti all'ascolto e alla **comunicazione**

Rispondere sempre meglio alle attese della clientela, in termini di offerta e di convenienza, attraverso l'ascolto delle aspettative e delle richieste delle famiglie e tramite una comunicazione chiara e trasparente. Per Selex Gruppo Commerciale **comprendere le esigenze della propria clientela** rappresenta un obiettivo costante, sia in termini di sviluppo commerciale che di responsabilità sociale. Per queste ragioni da diversi anni Selex progetta e sviluppa efficaci **strumenti di ascolto e comunicazione con il cliente**, integrando gli innovativi canali digitali offerti dalle nuove tecnologie con le modalità più "tradizionali" di contatto, utilizzate ancora da molti consumatori.

L'ascolto e la comunicazione con i clienti sono un'opportunità di miglioramento costante per il Gruppo Selex, che raccoglie e analizza tutte le comunicazioni dei clienti per trarre informazioni sui prodotti a marchio e sui punti vendita. Per raggiungere questi obiettivi il Gruppo ha implementato il **Contact Center** che gestisce tutti i canali di contatto diretto con i consumatori. Questo strumento è composto da un numero verde dedicato alle sole marche commerciali e da una pluralità di siti web attraverso cui è possibile far pervenire domande e richieste relative ai punti vendita.

In affiancamento a questo vi sono i **social network**: Twitter, Instagram e Facebook dove è possibile parlare e ascoltare in tempo reale i clienti e i consumatori, prendendo in carica rapidamente tutte le segnalazioni e LinkedIn attraverso il quale il Gruppo si rivolge al mondo dei professionisti.

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

Oltre al Contact Center, Selex ha deciso di adottare altre soluzioni capaci di monitorare efficacemente la soddisfazione della propria clientela. Alcune Imprese del Gruppo, infatti, svolgono **indagini di Customer Satisfaction** presso un campione rappresentativo dei propri punti vendita. Tale indagine funge da termometro della qualità dell'offerta delle Insegne e permette di valutare se le iniziative adottate nel corso dell'anno abbiano saputo ottenere l'approvazione della clientela.

Numero Verde
800 992 992



LA TUTELA DEL POTERE D'ACQUISTO

Sempre vicini alle famiglie

Tra gli obiettivi primari del Gruppo vi è senza dubbio la difesa del potere d'acquisto delle famiglie.

La vicinanza alle famiglie da parte di Selex, nel complesso contesto economico di questi anni, si traduce nell'offerta di prodotti contemporaneamente convenienti, sicuri e di qualità.

L'ottimo rapporto qualità-prezzo dei prodotti a marca del distributore, che oggi interessano la gran parte delle categorie merceologiche, assicura ai clienti un sensibile risparmio sulla spesa quotidiana. In particolare, le iniziative promozionali sui prodotti di marca rivestono un ruolo centrale tramite la proposta di importanti sconti.

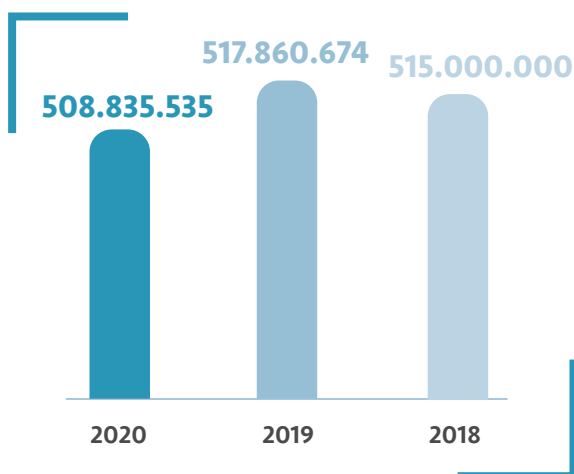
Nello specifico, le offerte e le proposte promozionali del Gruppo durante l'anno 2020 hanno permesso un risparmio di oltre 500 milioni di euro ai clienti.

Un altro importante indicatore che misura l'impegno nella tutela del potere d'acquisto della clientela è la pressione promozionale, ossia l'incidenza dei prodotti venduti in promozione sul totale delle vendite. **La pressione promozionale nel 2020 è stata pari al 26%.**

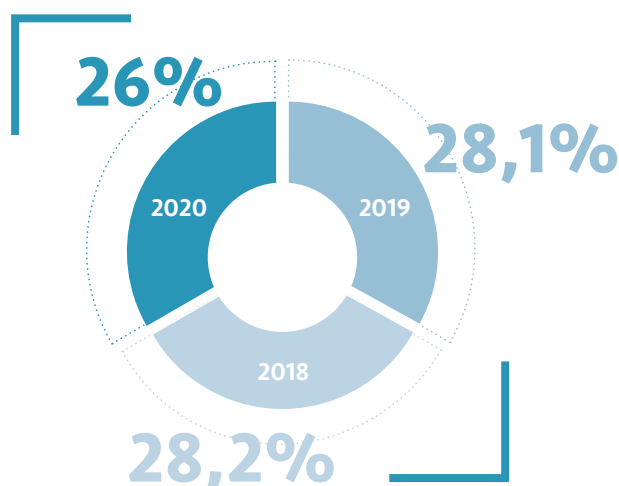
Questa diminuzione, rispetto al trend costante registrato negli anni precedenti, è da imputarsi alla diffusione del virus Covid-19; visto il periodo pandemico, infatti, tutte le catene della Grande Distribuzione Organizzata hanno ridotto la pressione promozionale con l'obiettivo di evitare gli assembramenti dei clienti all'interno dei punti vendita e favorire le spese veloci, in linea con le disposizioni nazionali per ridurre i contagi da Coronavirus.

LA CONVENIENZA IN NUMERI

RISPARMIO DELLE FAMIGLIE ITALIANE
2018 - 2020 (in euro)



LA PRESSIONE PROMOZIONALE



COVID-19

INTERVENTI

ANDARE INCONTRO AI CLIENTI DURANTE IL CORONAVIRUS

Le insegne del Gruppo Selex hanno sempre attivato numerose iniziative nei confronti dei propri clienti e, per l'emergenza da Covid-19, hanno rafforzato ulteriormente l'attenzione verso i consumatori, soprattutto per coloro che appartengono a delle classi più svantaggiate e per coloro che, a causa della diffusione del virus, si collocano all'interno delle categorie a rischio.

A tal proposito, per permettere ai propri clienti di recarsi al supermercato in totale sicurezza, il 100% delle Imprese Associate ha messo in atto un **sistema di sanificazione dei punti vendita** costante, ha inserito dei **termoscanner** per il rilevamento della temperatura in ingresso e ha creato appositi percorsi per garantire il **distanziamento sociale** tra le persone, dentro e fuori ogni punto vendita. Oltre a questo, sono state installate **colonnine con gel disinfettante** per le mani a disposizione dei clienti e il Gruppo Selex ha predisposto un **vademecum di regole per la spesa sicura**, che sintetizzano le azioni più responsabili che ciascun cittadino dovrebbe seguire prima di recarsi al proprio supermercato in fase epidemica di Coronavirus: fare la lista di ciò che è più necessario, recarsi da soli a fare la spesa con meno frequenza possibile, disinfettarsi le mani e usare dei guanti monouso, dando sempre la precedenza alle mamme in gravidanza, alle persone in difficoltà e a tutto il personale sanitario con il documento di riconoscimento.

È stato **rinforzato il sistema di consegne a domicilio** sia in termini di mezzi di trasporto che in termini di risorse ed è stata attivata una **procedura di ingressi prioritari** che favorisce le persone in difficoltà, quelle più anziane, il personale sanitario e tutti i volontari coinvolti nell'emergenza.

Inoltre, oltre il 90% delle Imprese Associate ha recepito immediatamente la proposta fatta dal Presidente del Consiglio Conte ai player della grande distribuzione, accogliendo 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 del 10% sull'acquisto di generi alimentari o prodotti di prima necessità.

Accanto a questa iniziativa, le Imprese del Gruppo hanno continuato la raccolta dei punti fedeltà da parte dei clienti e, alcune di esse, hanno deciso di donare ogni 500 punti raccolti dai propri clienti, una quota per il sostegno all'emergenza.

Per assistere le famiglie che nel periodo di emergenza si sono trovate in grosse difficoltà, Selex e le Imprese Associate hanno attivato numerose campagne di raccolte alimentari a favore di svariate ONG e hanno attivato il **"Carrello Solidale"**. A sviluppare l'iniziativa è stata soprattutto la grande generosità dei clienti, i quali, fin da subito, hanno contribuito con **donazioni alimentari di beni di prima necessità**. I prodotti sono stati ritirati e suddivisi alle famiglie bisognose grazie anche all'aiuto della rete dei volontari della Protezione Civile, delle Caritas e di altre associazioni del territorio.

In corrispondenza del periodo Pasquale, Selex ha inoltre deciso di **donare 4.500 colombe Bontà del Pasticcere** - marca del distributore - al Banco Alimentare; un prodotto di eccellenza tutto italiano, frutto di una tradizione millenaria di pasticceri e panificatori nostrani. Con l'obiettivo di sostenere e aiutare la regione più colpita dall'emergenza Covid-19, Selex ha collaborato con Banco Alimentare, che si è occupato di farle arrivare alle famiglie bisognose che vivono in Lombardia, tra cui anziani soli e nuclei in difficoltà economiche.

COVID-19

INTERVENTI



Croce Rossa Italiana

Gruppo Selex e Croce Rossa Italiana a supporto delle famiglie

In un momento storico in cui è essenziale **sostenere la produzione italiana**, Selex ha dato il via a progetti rivolti a tutti i clienti che apprezzano il buon gusto e la bellezza del nostro Paese.

Tra questi l'Italia in Tavola, operazione a premi nazionale partita nel mese di novembre 2020, che ha consentito ai clienti dei supermercati e ipermercati titolari di Carta Fedeltà di accumulare i punti utili a ottenere raffinati accessori per la casa **Made in Italy** di aziende del calibro di Pagnossin, Livellara e Mirabello, e, contemporaneamente, di partecipare al concorso che mette in palio brevi fughe rigeneranti nei borghi più belli d'Italia.

Attraverso questo progetto, il Gruppo Selex ha promosso la campagna solidale di **Croce Rossa Italiana, "Il Tempo della Gentilezza"**, nata per sostenere le famiglie in condizioni di difficoltà e disagio economico durante l'epidemia di Covid-19, donando kit alimentari di prodotti a marchio Selex, VALE, il Gigante.



INIZIATIVE E PROGETTI

Imprese Associate



CE.DI.MARCHE SPESA A CASA

Durante il periodo lockdown, alcuni punti vendita della rete SI CON TE sono riusciti ad organizzarsi con associazioni di volontariato locali per consegnare la spesa a domicilio alle famiglie in difficoltà. Complessivamente sono state preparate circa 18.500 spese per un totale di 10.000 ore di forza lavoro gratuitamente messe a disposizione delle comunità locali.

"consegnare la spesa a domicilio alle famiglie in difficoltà"



DIMAR LA SICUREZZA DEI CLIENTI NEI PUNTI VENDITA

Dal 24 febbraio 2020 Dimar ha istituito un Comitato Tecnico di Allineamento Emergenza Coronavirus (CTAEC) composto da alte professionalità e specifiche competenze, che è in consultazione continua con il Servizio Sanitario Nazionale per recepire le modalità operative da seguire in ogni singolo caso di crisi. Nel pieno rispetto dei vari decreti che si sono man mano succeduti, ha messo in campo tutte le misure possibili atte a garantire il rispetto e la tutela della salute dei propri clienti. Ad esempio, è stato attivato un servizio costante di contingentamento dei flussi all'ingresso dei propri supermercati, ogni 15 minuti un messaggio audio ricorda di rispettare le distanze di sicurezza fra i frequentatori del punto vendita e sono stati fatti investimenti al sistema di aerazione interno per garantire il ricambio costante dell'aria senza alcun ricircolo, immettendo aria fresca dall'esterno.

"misure atte a garantire il rispetto e la tutela della salute dei propri clienti"



sociale/persona



cultura/ricerca



acquisto/prodotti



sanità/covid-19



ambiente/sostenibilità



GRUPPO UNICOMM ORA BLU

Il Gruppo Unicomm (Unicomm – GMF – Arca), con il prezioso progetto “Ora Blu” si pone l’obiettivo di sensibilizzare i propri clienti e aumentare la conoscenza rispetto al fenomeno dell’autismo. L’iniziativa è dedicata alle persone con disturbo dello spettro autistico e prevede che, dalle 14:00 alle 16:00 dell’ultimo martedì di ogni mese, vengano abbassate le luci, eliminata la musica ed ogni suono, fra cui quello degli annunci degli altoparlanti e il segnale acustico alle casse, con lo scopo di creare un ambiente meno stressante per i clienti sensorialmente più sensibili. Grazie all’ora blu tante persone hanno compreso in maniera più profonda la realtà dell’autismo, ormai da molti anni in progressivo aumento ma ancor oggi poco conosciuta dalla totalità della popolazione.

"iniziativa dedicata alle persone con disturbo dello spettro autistico"



UNICOMM E GMF MEGLIO UN GRANDE SCONTO CHE UN GRANDE SPRECO

"incentivare ad una spesa consapevole"

Durante il 2020 Unicomm e GMF hanno condotto all’interno dei propri punti vendita una serie di iniziative volte a sensibilizzare maggiormente i propri clienti sul tema dello spreco alimentare e, di conseguenza, incentivare ad una spesa consapevole. Il progetto “Meglio un grande sconto che un grande spreco” prevede l’applicazione del 50% di sconto sui prodotti freschissimi e cotti di giornata al banco Gastronomia. Nel solo anno 2020 la campagna ha consentito di recuperare quasi 5 milioni di euro di prodotti e quasi 220.000 kg di pane venduti il giorno dopo per uso culinario.



L'ABBONDANZA TRASPARENZA VERSO I PROPRI CLIENTI

In un momento delicato come quello che il nostro Paese ha affrontato e sta tutt’ora affrontando a causa della pandemia da Covid-19, Gala Supermercati si è impegnato a fare tutto il possibile per mantenere alta la qualità del suo servizio e, contemporaneamente, la sicurezza per tutti i clienti. Per assicurare la massima chiarezza e trasparenza, tutti gli accorgimenti e le misure messe in atto per la salute di tutti sono stati inseriti in maniera fortemente intuitiva all’interno di una landing page del proprio sito web. All’interno dell’apposita sezione, infatti, i clienti possono conoscere facilmente gli orari di apertura del proprio punto vendita, le pratiche di sanificazione e igiene messe in atto, le regole per riservare agli aventi diritto un accesso prioritario e tutti i consigli utili per fare una spesa in modo intelligente e sicuro.

"qualità del servizio e sicurezza per tutti i clienti"



SUPEREMME INSIEME ANDRÀ TUTTO BENE

Per ricordare ai propri clienti che #insiemetuttoandràbene, Supermercati Pan, nei giorni che hanno preceduto la Pasqua 2020, ha deciso di erogare in modo gratuito in tutti gli Iperpan e i Superpan mascherine monouso ai propri clienti.

#insiemetuttoandràbene

"innovazione
trasversale
del digital e
dello smart
working"



GRUPPO UNICOMM POTENZIAMENTO DEL DIGITALE

Il considerevole aumento della richiesta di acquisti on line ha registrato incrementi molto elevati, toccando picchi del 300% e spingendo il Gruppo Unicommm (Unicommm – GMF – Arca) a potenziare il servizio CosìComodo. La domanda è esplosa e non sempre il Gruppo è stato in grado di soddisfare tutte le richieste da parte dei clienti, nonostante la straordinaria reazione della piattaforma CosìComodo. Proprio per questo motivo, nei territori in cui Gruppo Unicommm opera, è stato portato avanti un piano di sviluppo definito negli anni scorsi, che seguiva le indicazioni emerse da una roadmap elaborata nel 2018, attraverso cui erano state definite le priorità di sviluppo delle zone a maggiore vocazione digitale. L'emergenza ha accelerato così i processi e le evoluzioni digitali di Gruppo Unicommm che erano state previste per i prossimi dieci anni, non solo nel canale e-commerce, ma anche nell'innovazione trasversale del digital e nello smart working.

IL TERRITORIO

L'IMPEGNO A FAVORE DELLE COMUNITÀ

INIZIATIVE E PROGETTI
Imprese Associate

L'ATTENZIONE VERSO LE DONNE



3,9
MILIONI

Risorse investite nel
2020 per sostenere
iniziative sul territorio

1 milione

La **donazione**
effettuata dalla
Centrale Selex per
aiutare il paese ad
affrontare la pandemia
da Coronavirus

5.799

Gli istituti scolastici
che aderiscono
all'iniziativa di Selex
“**tutti per la scuola**”

50.000 euro

L'**investimento**
effettuato nel 2020
da parte di Selex
nella ricerca, per la
realizzazione di un
nuovo laboratorio
destinato alla
coltivazione di cellule
staminali

855

I **punti vendita** delle
imprese del Gruppo
che hanno aderito
al programma di
Colletta del Banco
Alimentare nel 2020







In questa sezione il Gruppo Selex si impegna a contribuire al raggiungimento dei Sustainable Development Goals numero 2,4,9 e 10. Per farlo, il Gruppo Selex e le Imprese Socie:

- ▶ partecipano a programmi di redistribuzione delle eccedenze alimentari e di donazione del cibo per i più bisognosi;
- ▶ promuovono la valorizzazione dei prodotti del territorio e dei fornitori locali;
- ▶ collaborano con associazioni sparse sul territorio per aiutare la comunità dei più svantaggiati;
- ▶ investono nel futuro delle giovani generazioni, collaborando con diverse scuole e enti culturali;
- ▶ collaborano con svariati partner per aiutare le categorie sociali più svantaggiate;
- ▶ si impegnano sul versante dell'innovazione, sostenendo la ricerca scientifica nazionale.

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

L'IMPEGNO A FAVORE DELLE COMUNITÀ

Conoscere i bisogni reali per un **sostegno concreto**

Parlare di responsabilità sociale per le Imprese Selex significa parlare delle loro radici e della vicinanza al territorio in cui operano. Un profondo legame che si traduce **nell'attenzione costante ai bisogni delle comunità e nell'impegno quotidiano verso i cittadini.**

Nel 2020 il Gruppo Selex ha proseguito con crescente convinzione il proprio percorso di impegno sui temi della responsabilità sociale, sviluppando numerosi **progetti e iniziative a livello nazionale e locale.**

Grazie alla prossimità territoriale, alla conoscenza dei bisogni reali e alla capacità di mettere le relazioni al centro del proprio agire, il Gruppo offre costantemente un sostegno concreto alle persone e alle famiglie dei territori in cui opera.

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

Nel 2020, in particolare, il Gruppo Selex ha investito risorse per sostenere iniziative sul territorio per un valore totale di **3,9 milioni**, a supporto di enti del Terzo Settore per attività sportive, culturali e sociali. A questa importante cifra, nel 2020, Gruppo Selex deve sommare le donazioni che sono state fatte dalla Centrale e dalle singole imprese socie con specifico riferimento alla **situazione di emergenza sanitaria** (si veda paragrafo *"Il sostegno di Selex alla comunità durante la pandemia"*)





La Colletta Alimentare

Selex da anni sostiene le iniziative del Banco Alimentare che fornisce ogni giorno cibo a circa 8.000 strutture caritative con l'obiettivo di aiutare oltre un milione e mezzo di persone bisognose su tutto il territorio italiano. Oltre **850 punti di vendita** della rete Selex partecipano annualmente alla **Giornata della Colletta Alimentare**, coinvolgendo i loro clienti in una maratona di generosità.

Nel 2020 sono stati **855 i punti vendita** delle imprese del Gruppo che hanno aderito al programma di Colletta Alimentare, raccogliendo **260.007 kg** di prodotti alimentari per un valore complessivo di circa **545.123 euro**.

	2020 ⁷	2019	2018
Punti vendita aderenti alla Colletta di Banco Alimentare	855	1.001	1.022
Prodotti donati (KG)	260.007	744.876	767.577
Valore stimato delle donazioni (€)	545.123	2,4 mi	2,4 mi

Fonte: Fondazione Banco Alimentare



⁷ Nel 2020 i numeri sono inferiori rispetto a quelli registrati durante gli anni precedenti poiché, su 855 punti vendita del Gruppo Selex aderenti alla Giornata Nazionale della Colletta Alimentare, è stato possibile monitorare le donazioni solo di 512 negozi. I 343 punti di vendita mancanti, infatti, hanno gestito le donazioni autonomamente, senza il supporto di Epipoli, il gruppo fintech italiano specializzato nelle carte prepagate, nei sistemi di engagement e di couponing, alla quale Banco Alimentare si è appoggiata nel corso dell'anno per sviluppare una "charity card" per le donazioni dei clienti. Per rispettare le disposizioni in materia di contagi da Coronavirus, nel 2020, Banco Alimentare ha infatti adottato una nuova forma per le donazioni per i clienti. L'Associazione ha promosso una Colletta Alimentare "dematerializzata" tramite gift card dal valore variabile di 2,5 o 10 euro, acquistabili direttamente presso i punti vendita aderenti all'iniziativa. Una modalità che ha consentito di coniugare diritto al cibo e sicurezza sanitaria attraverso la card, che è stata poi convertita in prodotti alimentari non deperibili. Questo cambio di organizzazione presso i supermercati del Gruppo Selex ha registrato in generale una minor partecipazione da parte dei clienti e, quindi, una diminuzione del dato.



Il Programma Siticibo

Alle attività delle collette, concentrate in precise giornate dell'anno, si affianca l'impegno quotidiano di molti punti vendita del Gruppo a **Siticibo**, programma della Fondazione Banco Alimentare che dal 2009 coinvolge imprese della Distribuzione Organizzata nel recupero e nella redistribuzione di cibo cotto o fresco in eccedenza a chi ne ha più bisogno. Una lodevole iniziativa **contro lo spreco alimentare e a sostegno di chi è in difficoltà**.

Sono **5 le Imprese Associate** che aderiscono al progetto e si impegnano ogni giorno a dare un nuovo valore alle eccedenze alimentari.

Grazie all'adesione di **193 punti vendita** al progetto SITICIBO, il Gruppo Selex nel 2020 ha evitato lo spreco di **889.744 kg** di cibo fresco non venduto.

IMPRESE ASSOCIATE	2020	
	Kg complessivi	PDV
IL GIGANTE	397.985	41
DIMAR	98.968	66
L'ABBONDANZA	282.960	38
ALI'	109.095	47
G.M.F. Grandi Magazzini Fioroni	736	1
TOTALE	889.744	193

Fonte: Fondazione Banco Alimentare

Inoltre, anche nel 2020, Banco Alimentare ha restituito i dati relativi non solo ai kg di cibo fresco donati direttamente dai punti di vendita diretti delle Imprese Associate, ma anche quelli forniti da parte dei Centri di Distribuzione del Gruppo. Sono stati **4 i Centri di Distribuzione che hanno aderito alla colletta, evitando lo spreco di 40.818 kg di cibo fresco non venduto**.

IMPRESE ASSOCIATE	2020	2019
	Kg complessivi	Kg complessivi
IL GIGANTE	33.677	23.794
DIMAR	996	24.072
L'ABBONDANZA	1.733	-
ALI'	4.412	27.463
TOTALE	40.818	75.329

Fonte: Fondazione Banco Alimentare



Selex e AISLA, insieme per la prima biobanca dedicata alla **SLA**

La campagna **#SelexPerLaRicerca** non si ferma. La **collaborazione tra Gruppo Selex e AISLA**, infatti, è più forte che mai. AISLA è l'Associazione Italiana Sclerosi Laterale Amiotrofica, che si pone come soggetto nazionale di riferimento per **la tutela, l'assistenza e la cura dei malati di SLA**, una malattia neurodegenerativa che attualmente colpisce circa 6 mila persone in Italia e le cui cause sono ancora sconosciute. La scarsa disponibilità di dati, legata alla rarità della malattia, rappresenta infatti uno dei principali ostacoli al progresso scientifico. Le biobanche diventano indispensabili per avere a disposizione materiale biologico e dati clinici correlati: una preziosa fonte di risorse per la ricerca di base e per la sperimentazione di terapie e nuovi farmaci.

LE TAPPE DEL PROGETTO



MAGGIO 2019

Selex si affianca ad AISLA Onlus, Associazione Italiana Sclerosi Laterale Amiotrofica, con la campagna **#SelexPerLaRicerca**. Dal 6 al 12 maggio 2019, in 700 punti vendita del Gruppo, l'1% delle vendite dei prodotti a marchio Selex è stato donato per finanziare la prima Biobanca Nazionale SLA. **Raccolti 301.628 €*.**



20 GIUGNO 2019

Inaugurata al **Policlinico Gemelli di Roma la prima Biobanca SLA nazionale** che raccoglie campioni biologici destinati alla ricerca: una preziosa fonte di risorse per le sperimentazioni. Consegnato l'assegno dell'importo della donazione.



DICEMBRE 2019

Depositati **1.000 campioni biologici**. A soli 6 mesi dalla nascita della Biobanca, grazie ai numerosi pazienti che hanno creduto nel progetto e donato le proprie linee cellulari, erano stati depositati 1.000 campioni biologici (DNA, cellule, plasma, liquor). La raccolta era stata effettuata sulla base di 100 pazienti SLA con specifiche mutazioni e fenotipi corrispondenti alla eterogeneità clinica e genetica della malattia.

Info www.biobancaaisla.org



DICEMBRE 2020

Donati a AISLA ulteriori **50.000 €** per la realizzazione di un nuovo laboratorio destinato alla coltivazione di cellule staminali per gli studi. Tutto questo rappresenta un ulteriore passo avanti sulla strada per scoprire nuove terapie e possibili nuovi farmaci.

* Da parte del Gruppo Selex è stata effettuata una donazione di 250.000 euro. A questa, si sono aggiunte le donazioni volontarie da parte dei clienti, attraverso l'acquisto delle "donocard" dedicate all'iniziativa e presenti all'interno dei punti vendita aderenti all'iniziativa, pari al valore di 4 euro l'una.



Tutti per la Scuola

L'iniziativa "Tutti per la scuola", avviata nel 2012, è rivolta alle scuole dell'infanzia e alle **scuole primarie paritarie e pubbliche di tutto il territorio nazionale**, ed è una delle attività di cui il Gruppo va più orgoglioso.

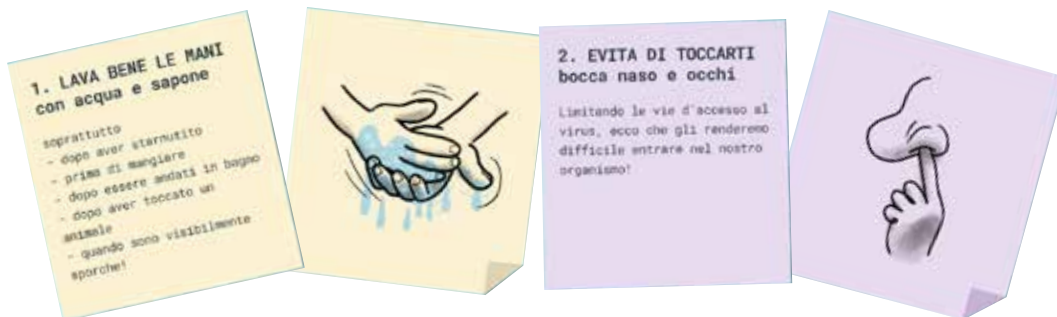
Grazie ai punti fedeltà donati dai clienti dei supermercati delle diverse insegne, le scuole possono **scegliere e ricevere gratuitamente i materiali didattici**, di consumo e tante interessanti proposte educative da un catalogo dedicato e studiato per andare incontro ai desideri dei piccoli alunni contribuendo,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



Visto il grande successo dell'iniziativa, "Tutti per la Scuola" è stata riproposta anche quest'ultimo anno e, al 31.12.2020, **il progetto ha raggiunto l'adesione di 5.799 istituti scolastici.**



La banda dei virus



Per tenere sempre viva l'attenzione su questa utile iniziativa, il progetto si arricchisce ogni anno di interessanti **proposte ludico-educative**.

Come quella lanciata nel mese di settembre e che proseguirà per tutto il 2021, **“La banda dei virus”**, per imparare divertendosi. Il progetto si propone di aiutare i più piccoli a comprendere cosa siano i virus, come la ricerca scientifica possa aiutare a difendersi e come ognuno di loro, con i propri gesti, può fare la differenza. L'iniziativa consiste nella realizzazione di un percorso educativo online, utile **per accogliere i bambini nelle classi in sicurezza e serenità**.

LA BANDA DEI VIRUS il progetto

Rubella virus
Rosolia

Vari virus
Influenza

Parainfluenza virus
Giordillo

Rhinovirus
Raffreddore

Varicella virus
Vaiolo

SARS-CoV-2
Detto Covid-19

Clicca su di me e scopri tutto sulla Banda dei Virus

Clicca su di me e scopri come difendersi dal Covid-19

Clicca sulle fotografie per conoscere i membri della banda

in collaborazione con **libri**



Le insegne del Gruppo Selex hanno scelto di fare squadra e hanno partecipato alla campagna di raccolta fondi “Arance rosse per la Ricerca”, un’iniziativa di **Fondazione AIRC per la ricerca contro il cancro e la promozione dei corretti stili di vita**, che riunisce i supermercati nazionali in un impegno corale a sostegno della migliore ricerca oncologica italiana.

AIRC è il maggiore finanziatore indipendente di ricerca oncologica in Italia e, solo nel 2020, è riuscito a raccogliere oltre 120 milioni di euro per la ricerca sul cancro, grazie all’impegno e al contributo di 4,5 milioni di sostenitori e 20.000 volontari. Sono oltre 650 i progetti di ricerca attivi e oltre 5.300 i ricercatori che trovano sostegno grazie a queste donazioni.

Grazie al supporto delle sue insegne, nel 2020, **Selex ha destinato al progetto 41.279 euro**. Nei punti vendita sparsi su tutto il territorio nazionale è stato possibile acquistare una o più reticelle di arance rosse italiane e, per ogni confezione venduta, è stata prevista una donazione di 50 centesimi a favore di AIRC.

Le arance rosse italiane sono diventate il simbolo della sana alimentazione e della prevenzione del cancro proprio grazie ad AIRC che, dal 1990, le ha scelte come protagoniste della campagna “le arance della salute” per le loro straordinarie proprietà. Le arance rosse contengono infatti gli antociani, pigmenti naturali dagli eccezionali poteri antiossidanti, e circa il quaranta per cento in più di vitamina C rispetto ad altri agrumi.

**Arance Rosse: buone per te,
buone per la Ricerca.**

COVID-19

INTERVENTI

IL SOSTEGNO DI SELEX ALLA COMUNITÀ DURANTE LA PANDEMIA

La **partecipazione pronta e tempestiva ai bisogni delle comunità** si esprime attraverso le numerose attività promosse dalla Centrale e dalle sue Imprese Associate anche nelle situazioni di emergenza.

La più recente riguarda il **contributo durante l'epidemia Covid-19**, per rispondere alle necessità immediate delle famiglie. Anche nella fase più critica, tutti i **supermercati del circuito Selex non hanno mai interrotto la loro attività**, al fine di garantire la fruibilità in piena sicurezza a tutta la popolazione italiana, e hanno adottato misure volte a sostenere i clienti più in difficoltà.

Selex e le sue Imprese Associate hanno poi dato un aiuto concreto alle strutture sanitarie sul territorio per far fronte all'emergenza. **Oltre l'80% delle Imprese ha attivato iniziative in collaborazione con Ospedali e ASL del territorio, mentre il 100% ha sviluppato progettualità con ONG del territorio.** Convinti delle capacità del sistema sanitario nazionale, infatti, gli imprenditori di Selex hanno deciso di mettere a disposizione dell'Ospedale Sacco di Milano, di ASST-Lodi, Azienda Socio Sanitaria Territoriale che comprende ospedale di Lodi e Codogno, e della Protezione Civile, **1 milione di euro per la ricerca e per interventi urgenti a favore dell'emergenza sanitaria.** Un aiuto per sostenere chi sta facendo tutto quello che è in suo potere per combattere l'epidemia e salvaguardare le vite umane. Questa donazione è un atto di responsabilità che Selex ha sentito nei confronti dell'intera comunità, naturale, oltre che doveroso, per far fronte comune in un momento di estrema difficoltà per l'intero Paese.

Inoltre, se la donazione di 1 milione di euro è stata fatta a livello nazionale da parte della Centrale Selex, **localmente si sono attivate numerose iniziative per supportare le strutture ospedaliere che hanno e stanno tutt'ora fronteggiando la crisi sanitaria.** In questo caso le Imprese Socie di Selex sono intervenute singolarmente, offrendo sostegno e supporto attraverso svariate donazioni. Per citare alcuni esempi, il Gruppo Alì, attivo con 113 punti di vendita in Veneto e in Emilia Romagna, ha voluto dare il proprio

contributo donando 1 milione di euro a sostegno dell'Ospedale di Padova, 500mila mascherine ai cittadini della Regione del Veneto e 300mila euro alla Protezione Civile del Veneto e dell'Emilia Romagna e alla Federazione Italiana dei Medici di Famiglia per l'acquisto di materiale sanitario, grazie alla collaborazione dei propri clienti e la raccolta fondi attivata ad hoc. Unicom ha destinato un contributo di 150.000 euro a due ospedali di Vicenza (San Bortolo e Santorso) e ha partecipato all'iniziativa della donazione delle 500mila mascherine della Regione Veneto (insieme ad Alì e altre catene della Grande Distribuzione). Il Gruppo Megamark di Trani ha deciso di donare 400mila euro a sostegno del sistema sanitario pugliese; il Gruppo Superemme di Cagliari ha donato un ecografo al pronto soccorso dell'Azienda Ospedaliera Brotzu e ha organizzato una raccolta fondi nei 34 punti vendita della regione a favore dell'Ospedale SS. Trinità di Cagliari; Arca ha donato 50.000 euro all'ospedale Bufalini di Cesena; il Gigante in occasione della settimana di Pasqua, in segno di gratitudine, ha deciso di distribuire agli ospedali del territorio un pacchettino contenente un cornetto e un pensiero di ringraziamento per tutti gli operatori sanitari, medici, infermieri, volontari e tutti coloro che sono impegnati in prima linea nella estenuante lotta al Coronavirus.

Accanto a questo, alcune delle imprese socie del Gruppo Selex hanno **collaborato con Spesa Sospesa**, un progetto di solidarietà che ha come beneficiari tutti i cittadini più bisognosi e che, dall'altra parte, sostiene tutte le piccole e medie imprese agro alimentari in difficoltà. Grazie alla piattaforma Regusto, le aziende hanno la possibilità di donare in maniera gratuita o vendere i prodotti a propri scaffali più prossimi alla scadenza, in modo da evitare lo spreco di cibo. Inoltre, alcuni soci Selex hanno partecipato al **"Carrello Solidale"**, un carrello destinato a raccogliere i prodotti alimentari che tutti i clienti possono donare alle famiglie in difficoltà a causa dell'emergenza. Si tratta di un'iniziativa organizzata in collaborazione con il Banco Alimentare, la Protezione Civile, le Caritas locali e altre associazioni del territorio.

INIZIATIVE E PROGETTI

Imprese Associate

"attraverso il progetto "Aiutiamo il territorio" sostiene realtà economiche messe a dura prova dalle necessarie misure di contenimento del contagio"

ALÌ
PER IL SOCIALE



La rete dei supermercati Alì e Aliper è scesa in campo attraverso il progetto "Aiutiamo il territorio". L'iniziativa vuole essere a sostegno di tutte quelle realtà economiche messe a dura prova dalle necessarie misure di contenimento del contagio. Dal 4 dicembre 2020, nei punti vendita del Gruppo, è stato possibile, con mille punti della carta fedeltà, ottenere un buono del valore di 10 euro a cui Alì ha aggiunto altri 5 euro, da spendere in tutte quelle realtà economiche maggiormente colpite dalla crisi generata dall'emergenza sanitaria. "Aiutiamo il territorio" si unisce alle diverse attività proposte da Alì Supermercati durante l'emergenza che stiamo ancora vivendo: sono state donate 500.000 mascherine ai cittadini della Regione Veneto, è stato donato 1 milione di euro all'Ospedale di Padova e 1.300 ceste Pasquali agli Ospedali Veneti impegnati nella lotta al Covid. 1 milione di euro è stato donato, durante il lockdown, a tutti i 4.000 collaboratori Alì che hanno lavorato in prima linea per garantire l'accesso ai beni di prima necessità a tutti i clienti. Attraverso la Spesa Solidale, inoltre, sono stati donati fino ad ora più di 250.000 pasti alle famiglie in difficoltà.



ALÌ
WE LOVE PEOPLE

Il progetto We Love People, nato nel 2011 dalla volontà di tendere la mano a tutte quelle realtà associative impegnate a migliorare la vita del territorio, rispondendo ai più svariati bisogni sociali, riporta i clienti al centro, consentendo, in modo democratico di esprimere la loro voce. Ogni mese l'azienda mette a disposizione 1.000€ che vengono ripartiti tra le associazioni meritevoli dei territori afferenti ai punti vendita in cui il progetto di promozione sociale è attivo. Il progetto ha permesso a 1.524 associazioni di beneficiare del contributo di Alì che, ad oggi, ammonta a 524.000 euro.

"migliorare la vita del territorio, riporta i clienti al centro"



ARCA
LAST MINUTE MARKET

Grazie alla collaborazione con Last Minute Market, Arca ha messo in contatto i propri supermercati con associazioni che erogano pasti a scopo benefico nei comuni della Romagna e delle Marche, quali ad esempio mense dei poveri e case famiglia. Nella pratica questo si traduce nel prelievo dagli scaffali e dai banchi, secondo determinate procedure, dei prodotti vicini alla scadenza (con due giorni di anticipo) che hanno un'alta probabilità di essere smaltiti come rifiuti. Questi prodotti sono ritirati direttamente dall'associazione con cadenza giornaliera e successivamente distribuiti a scopo benefico. I punti vendita che partecipano a questa iniziativa sono 31 e, complessivamente, è stata raccolta e donata una quantità di cibo pari a 221.021 kg, per un valore di 800.000 euro.

"pasti a scopo benefico nei comuni della Romagna e delle Marche"



sociale/persone



cultura/ricerca



acquisto/prodotti



sanità/covid-19



ambiente/sostenibilità

"realizzazione di un Orto botanico e di un'aula all'aperto"



CE.DI.MARCHE

ORTO BOTANICO E AULA VERDE A SCUOLA

Dal 2017 il Gruppo ha sposato il progetto di una scuola del Comune di Osimo (AN) che, partendo dal recupero di un terreno adiacente l'istituto, ha portato alla realizzazione di un Orto botanico e di un'aula all'aperto dove i giovani studenti possono imparare alcuni principi dell'agricoltura e del giardinaggio. Da allora il progetto continua ogni anno con la fornitura del materiale necessario e la presenza costante di un tecnico agronomo a supporto della scuola e degli studenti. Dal 2019, il progetto e le attività di recupero del terreno in prossimità delle scuole si sono ampliate anche a Falconara.



CE.DI.MARCHE

CRESCERE NELLA COOPERAZIONE

Dal 2018, Ce.Di.Marche ha aderito al progetto della federazione marchigiana delle Banche di Credito Cooperativo, patrocinato dalla Regione Marche con l'obiettivo di mettere in comunicazione le scuole primarie e secondarie con le cooperative del territorio. Per insegnare ai ragazzi lo spirito e le regole pratiche della cooperazione sociale, il legame fra scuola e cooperativa può prendere diverse forme. Nel 2020, ad esempio, il Gruppo ha collaborato con un Istituto di Istruzione Superiore (a Senigallia) in un progetto di marketing e di visual merchandising, ed un altro Istituto di Istruzione Superiore (a Chiaravalle) in un progetto di comunicazione e di promozione del marchio "SI' con te" sul territorio.

"mettere in comunicazione le scuole primarie e secondarie con le cooperative del territorio"

"ridurre gli sprechi alimentari"



DIMAR

OPERA BUONA

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

I TUOI PUNTI SONO PREZIOSI!
 In questo momento, che per molti è di grande difficoltà, approfitta dello **SCONTO PUNTI**.
DONA un kit alimentare **A CHI NE HA BISOGNO**.
 dal 29 Aprile al 29 Maggio 2020
300 PUNTI ANZICHÉ 400

"Un programma di promozione dello sport nelle scuole primarie"



GMF DALLO SPORT AI GIOVANI

GMF è attivo anche nel sostegno di iniziative in ambito culturale e sportivo. Nel 2020 è continuato il piano di sovvenzionamento di "EMI Basket Gubbio", squadra di serie D formata da più di 150 atleti. Attraverso questa collaborazione è stato presentato anche un programma di promozione dello sport nelle scuole primarie che, a causa della pandemia, è stato portato avanti attraverso gli strumenti di Didattica a Distanza (DAD). Inoltre, GMF ha presentato il progetto "GRIFO SCHOOL DAYS" in collaborazione con il comune di Perugia e la società Perugia calcio. In questo ambito, alcune classi delle scuole primarie hanno avuto occasione di visitare lo stadio, il museo Perugia calcio, incontrare i loro beniamini e assistere ad una partita di campionato.



GMF VICINANZA ALLE CARITAS LOCALI

Per sostenere le Caritas locali più bisognose, il Gruppo GMF si è sempre dimostrato in prima linea, attraverso l'attivazione di diversi progetti sociali. Con l'obiettivo ridurre gli sprechi alimentari, ad esempio, GMF dona a queste associazioni i propri prodotti alimentari vicini alla scadenza che rimarrebbero, altrimenti, invenduti. Accanto a questa iniziativa, per il periodo Natalizio 2020, gli oltre 1.000 dipendenti del Gruppo hanno sostenuto il progetto "1.000 auguri", donando pacchi da destinare a 1.000 famiglie assistite dalle Caritas del territorio.

"donazione di pacchi a 1.000 famiglie assistite dalle Caritas del territorio"



GRUPPO UNICOMM L'OBIETTIVO DI RIDUZIONE DEGLI SCARTI ALIMENTARI DIVENTA UN MODELLO IN GRADO DI AIUTARE LE FAMIGLIE PIÙ BISOGNOSE

Il gruppo Unicommm continua il percorso di raccolta delle eccedenze alimentari iniziato nel 2013 in collaborazione con numerose Onlus del territorio: nel 2020 donati 285.855 kg, corrispondenti ad un valore d'acquisto di oltre 700 mila euro. Ad oggi, l'iniziativa conta ben 77 punti vendita tra Veneto, Friuli-Venezia Giulia ed Emilia Romagna. A questo programma si aggiungono le attività di raccolta delle eccedenze nelle altre regioni in cui è presente il Gruppo Unicommm (Unicommm - Arca - GMF). Per ogni punto vendita l'azienda ha stipulato un'apposita convenzione con Onlus del territorio impegnate nell'aiuto della comunità, al fine di permettere la raccolta e la distribuzione delle eccedenze alimentari nelle mani delle famiglie e delle persone in stato di necessità, attraverso le modalità che ciascuna associazione decide di adottare (mense, appositi sportelli di consegna o i servizi sociali dei Comuni). I risultati più importanti sono stati raggiunti nella regione Veneto, dove si concentrano 54 punti vendita Unicommm aderenti al progetto di raccolta. Qui, il quantitativo totale della merce donata nel 2020 ammonta a quasi 245 tonnellate, che corrispondono ad un valore d'acquisto di oltre 600 mila euro.

"ridurre gli scarti alimentari all'interno dei punti vendita"

"sostiene la lotta contro il diabete"



GRUPPO UNICOMM

A SOSTEGNO DELLA RICERCA SCIENTIFICA

Gruppo Unicomm (Unicomm – GMF – Arca) ha contribuito a sostenere la lotta contro il diabete con una donazione di 25.000 euro. Inoltre, nel mese di ottobre 2020, i clienti del Gruppo hanno avuto la possibilità di sostenere la ricerca scientifica e promuovere la prevenzione accanto alla Fondazione Umberto Veronesi con una libera donazione, finanziando un anno di lavoro di un ricercatore. Attraverso questa iniziativa il Gruppo Unicomm ha donato una quota pari a 39.757 euro.



IL GIGANTE

LA COLLABORAZIONE CON BANCO ALIMENTARE

Anche durante il periodo di emergenza sanitaria, il Gigante non ha rinunciato ad essere al fianco di Banco Alimentare, a sostegno di tutti coloro che hanno continuato a lavorare per le persone bisognose. Consapevole delle difficoltà di reperimento delle protezioni contro l'epidemia, il Gigante ha donato 100.000 mascherine al Banco Alimentare della Lombardia, del Piemonte e dell'Emilia Romagna. Inoltre, il Gigante ha deciso di rinunciare anche nel 2020 alle luminarie natalizie dei propri punti vendita, convertendo le mancate spese energetiche date da questa rinuncia in alimenti che verranno distribuiti a chi attraversa momenti di difficoltà, tramite il supporto della rete di Banco Alimentare. Infine, per il terzo anno consecutivo il Gigante ha permesso ai propri clienti di donare un pasto alle famiglie più bisognose attraverso l'acquisto di una cassetta di uva bianca da 2 kg, il cui contributo è stato donato interamente al Banco Alimentare della regione Lombardia.



"a sostegno delle persone bisognose"



L'ABBONDANZA

L'IMPEGNO VERSO IL SOCIALE

"sostegno a persone adulte con deficit psico-fisici"

L'attenzione per il territorio e la vicinanza a realtà di sostegno sociale sono alcune delle caratteristiche che hanno contraddistinto fin dall'inizio l'attività del Gruppo. L'Abbondanza, tramite i propri supermercati Gala, durante il 2020 ha supportato Villa Nazarena, un centro socio riabilitativo ubicato nel cuore del piccolo centro di Pozzuolo (PG) che offre sostegno a persone adulte con deficit psico-fisici e/o intellettivi, offrendo loro assistenza socio-sanitaria, educazione e riabilitazione in regime residenziale o diurno. Il Gruppo ha offerto a Villa Nazarena donazioni per il valore di 1.165 euro, sostenendola, con il supporto del punto vendita di Castiglione del Lago, anche nel reperimento dei materiali stessi: 10.000 guanti utilizzati dagli operatori dell'Istituto nelle attività quotidiane durante il periodo di pandemia da Coronavirus. Un piccolo gesto di solidarietà a supporto del territorio locale, che si è tradotto in un aiuto concreto per far fronte al periodo di emergenza.



MEGAMARK DONAZIONI A SOSTEGNO DEL SISTEMA SANITARIO PUGLIESE

Il Gruppo Megamark di Trani, con la sua Onlus e le insegne dei supermercati A&O, Dok e Famila, ha deciso di donare 400.000 euro a sostegno del sistema sanitario pugliese. La decisione è stata presa in seguito alle disposizioni governative in tema di Coronavirus che hanno visto il nostro Paese a dover definire un piano di interventi per contribuire a fronteggiare la diffusione del contagio. Oltre ad imporre le buone pratiche all'interno dei propri supermercati, Megamark ha deciso dunque di supportare in modo concreto la sanità regionale in questa emergenza, dimostrando senso di unità e responsabilità verso l'obiettivo comune di tornare presto alla normalità.

"donati 400.000
euro a sostegno del
sistema sanitario
pugliese"



MEGAMARK INCONTRI DI DIALOGHI

Si è svolta a settembre la cerimonia di premiazione del concorso letterario promosso dalla Fondazione Megamark, aperto alle case editrici di tutta Italia e riservato agli autori esordienti alla loro prima pubblicazione nel campo della narrativa. Condutrice d'eccezione Nina Palmieri, direttamente da Le Iene. L'investimento per il premio ammonta a 14.000 euro: 5.000 al vincitore, 2.000 a ciascuno dei quattro finalisti e 1.000 euro alla menzione speciale, voluto dalla giuria degli esperti.

"concorso letterario
promosso dalla Fondazione
Megamark"



MEGAMARK ALBERO DELLA SOLIDARIETÀ

A dicembre 2020, il Gruppo con la sua Fondazione è stato promotore di un'iniziativa per la città di Bari. In una piazza sul famoso lungomare barese, è stato installato un albero alto 26 metri, fatto interamente di luminarie, con l'obiettivo di regalare speranza ai cittadini del capoluogo e di prendersi cura della propria comunità durante la pandemia da Covid-19. Per ogni giorno in cui l'albero è rimasto acceso, dall'8 dicembre al 6 gennaio, Megamark ha donato 100 spese alle famiglie bisognose dell'interland barese.

"100 spese
alle famiglie
bisognose
dell'interland
barese"



**SUPEREMME
LA TERRITORIALITÀ COME VALORE FONDAMENTALE**

Supermercati Pan sostiene il territorio sardo ed i progetti all'interno della comunità attraverso diverse iniziative: ha offerto una vetrina al birrifico Lara, azienda sarda che produce la birra artigianale Don Bat, i cui proventi vanno a finanziare il fondo omonimo, da cui vengono attinte le risorse per svariate iniziative: borse di studio per i giovani più meritevoli e infrastrutture per l'aggregazione sociale. Infine, i Supermercati Pan hanno lanciato l'iniziativa "Insieme per la Sardegna", come gesto di solidarietà e beneficenza rivolto alle famiglie sarde in difficoltà nella fase post emergenza Covid-19. Acquistando i prodotti delle aziende sarde aderenti al progetto, oltre ad avere uno sconto a scaffale, il cliente finale ha partecipato ad un intervento di sostegno economico per i più bisognosi. Le aziende aderenti a questo programma, infatti, si sono impegnate a donare direttamente alla Caritas e alla Croce Rossa della Sardegna il 5% dei prodotti acquistati dai clienti sotto forma di merce o in valore.

"sostiene il territorio sardo ed i progetti all'interno della comunità"



**SUPEREMME
SOSTEGNO AGLI OSPEDALI SARDI DURANTE IL CORONAVIRUS**

Supermercati Pan ha messo a disposizione svariate risorse per sostenere gli Ospedali del territorio. In particolare, è stata effettuata una donazione di 30.000 euro per l'acquisto di un ecografo di ultimissima generazione per l'Ospedale Brotzu di Cagliari. Al Policlinico di Monserrato, è stata donata una scorta di mascherine chirurgiche ed una somma di 20.000 euro per contribuire all'acquisto di un ecocardiografo top di gamma per l'ambulatorio di cardiologia pediatrica e di un ecografo multifunzione da utilizzare nell'area Covid neonatale. La quota raccolta al 31.12.2020 è stata pari a 81.465 euro. Il giorno 14 febbraio 2021, giornata nazionale delle cardiopatie congenite, è stato celebrato il momento della consegna dell'ecocardiografo.

"risorse per sostenere gli Ospedali del territorio"





L'ATTENZIONE VERSO LE DONNE

GRUPPO UNICOMM

DONAZIONE AL TELEFONO ROSA

I clienti dei supermercati appartenenti al Gruppo Unicomm (Unicomm - GMF - Arca) sono stati coinvolti nella raccolta fondi per l'Associazione Telefono Rosa, in occasione dell'8 marzo per la Festa della donna. Dal 5 al 15 marzo 2020, è stata predisposta una raccolta fondi che prevedeva una libera donazione da parte dei clienti. Complessivamente, da parte del Gruppo, sono stati donati 17.164,97 euro.

L'ABBONDANZA

LIBERAMENTE DONNA

La salute e il benessere delle donne sono un valore importante per Gala, che ha scelto di supportare l'associazione Libera... mente donna nelle sue attività contro la violenza di genere sul territorio. Per sostenere l'inaugurazione e l'avvio del nuovo centro antiviolenza Medusa a Città di Castello, L'Abbondanza ha donato 2.300 euro per l'acquisto di computer, software e strumenti per l'ufficio, necessari per lo svolgimento delle attività del centro. L'associazione Libera...mente Donna opera da anni sul territorio regionale dell'Umbria per il contrasto alla violenza di genere, dando sostegno, protezione e assistenza alle donne che hanno subito violenza e ai loro figli minori. Il centro antiviolenza Medusa offre accoglienza telefonica sette giorni su sette, 24 ore su 24, e accoglie gratuitamente le vittime di violenza, offrendo un sostegno specifico e personalizzato con personale competente, con una formazione specifica nel campo dell'empowerment e delle politiche di genere. Su richiesta, alle donne è offerta inoltre consulenza psicologica e legale.

CE.DI.MARCHE

COMUNICAZIONE CONTRO LA VIOLENZA ALLE DONNE

A fine novembre 2020, Ce.Di.Marche ha partecipato alla Campagna Contro la Violenza alle Donne, in collaborazione con altri partner e suoi fornitori. Per questa iniziativa, sono stati emessi 150.000 coupon in cui veniva riportato un messaggio che evocava la Giornata Contro la Violenza alle Donne del 25 novembre.

SUPEREMME

CONTRO LA VIOLENZA SULLE DONNE

Supermercati Pan dalla parte delle donne: Supermercati Pan è orgoglioso di essere tra i main sponsor dell'evento SoloWomenRun, un esclusivo circuito di running solidale tutto al femminile, organizzato da 42K SRL. La formula consolidata prevede una corsa competitiva di 10 km con classifica finale e una corsa non competitiva open di circa 5 km, da completare correndo o camminando, aperta a tutte. Ogni evento è abbinato a un progetto di responsabilità sociale individuato di volta in volta sul territorio. SoloWomenRun ha coinvolto in tutta Italia migliaia di donne e si è svolta a Trieste, Cagliari e Milano. Nel 2020, a causa della pandemia da Coronavirus, l'evento è stato rimandato. Inoltre, nel corso del 2020, Supermercati Pan ha deciso di dare visibilità tramite i propri canali social al numero nazionale 1522 per la denuncia contro le violenze subite dalle donne. Per tantissime di loro, infatti, la strada che porta alla denuncia è piena di ostacoli e paure: Supermercati Pan sostiene il loro diritto a sentirsi al sicuro, tutte le volte che vogliono dire "basta" ad ogni forma di abuso.

I FORNITORI

IL VALORE DELLA FILIERA LOCALE
LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLA
CATENA DI FORNITURA

INIZIATIVE E PROGETTI
Imprese Associate



94% **42**

Percentuale di fornitori
italiani rispetto al
totale per i prodotti a
marchio

I fornitori con
certificazioni di
origine per i prodotti
a marchio

120

Le referenze con
certificazione tra i
prodotti a marchio







In questa sezione il Gruppo Selex si impegna a contribuire al raggiungimento dei Sustainable Development Goals numero 2 e 8. Per farlo, il Gruppo Selex e le Imprese Socie:

- ▶ sono attenti a selezionare fornitori che rispettino valori condivisi per la tutela dell'ambiente e dei diritti umani, aderendo ai valori del Codice Etico del Gruppo;
- ▶ si impegnano ad includere agricoltori che sostengono una produzione sostenibile;
- ▶ promuovono pratiche leali che non ledano la filiera;
- ▶ valorizzano le produzioni locali.

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

IL VALORE DELLA FILIERA LOCALE

Preservare la tradizione e il **patrimonio alimentare**

Da sempre il Gruppo Selex ha tra i propri obiettivi la valorizzazione del tessuto produttivo e del patrimonio enogastronomico dei territori in cui opera. Per questo Selex seleziona le aziende e i produttori locali sulla base della loro capacità di rispondere alle richieste dei consumatori in termini di qualità, capacità produttiva e garanzia dei processi.

Nei punti vendita delle Imprese Associate sparsi su tutto il territorio italiano è disponibile una vasta offerta prodotti provenienti da **fornitori locali**, accuratamente selezionati prodotti ortofrutticoli freschi, stagionali e genuini a filiera corta, di tipicità ed eccellenze gastronomiche locali.

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

Nel 2020 il Gruppo ha proseguito il percorso portato avanti negli anni, valorizzando la filiera corta, attraverso la selezione dei prodotti e, quindi, dei fornitori locali, mantenendo sempre alta l'attenzione sulla qualità, la sicurezza alimentare, la correttezza etica, l'attenzione all'ambiente, anche attraverso l'organizzazione di audit presso gli stabilimenti dei propri fornitori.

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

Coltivare e valorizzare le potenzialità del Paese

Oltre il **94%** dei fornitori dei prodotti a marchio Selex sono di origine italiana.

42 sono i fornitori con certificazione d'origine da cui Selex si rifornisce quotidianamente, per garantire prodotti di alta qualità.

120 sono le referenze con certificazione d'origine, tra cui DOC, DOP e DOCG.



LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLA CATENA DI FORNITURA

La tutela del lavoro lungo la filiera

All'interno del progetto di sostenibilità del Gruppo Selex, condiviso con tutte le Imprese Socie, uno degli ambiti di azione su cui si è focalizzata l'attenzione è stato quello della filiera.

Il Gruppo Selex sottolinea sempre quanto sia importante che anche i propri fornitori si impegnino attivamente nei progetti industriali di sostenibilità, attraverso un **utilizzo di materie prime a minor impatto ambientale** e attraverso una **continua ricerca di materiali eco sostenibili**.

Inoltre, Selex ha richiesto ai propri fornitori di prestare la massima attenzione alla **tutela dei propri lavoratori**, in particolare per quanto riguarda lo sfruttamento di lavoro minorile, il rispetto dei diritti umani, della salute e sicurezza e dell'ambiente.

Al fine di favorire un mercato più trasparente ed evitare effetti distorsivi dei rapporti di filiera, Selex e tutte le Imprese Associate si impegnano a **non fare ricorso alle aste elettroniche inverse al doppio ribasso per l'acquisto di prodotti agricoli e agroalimentari**. Questo meccanismo, infatti, contribuisce a rendere più difficile l'eradicazione dello sfruttamento e del caporalato, poiché incentiva i fornitori a competere ferocemente per ottenere un rapporto di fornitura con la Grande Distribuzione, spesso spingendosi talmente al limite da non riuscire a garantire i diritti fondamentali ai lavoratori agricoli.

Infine, il Gruppo Selex ha richiesto a tutti i suoi **fornitori l'iscrizione al Protocollo del Lavoro Agricolo di Qualità, o certificazione equivalente**, per contrastare il possibile ricorso al lavoro nero e al caporalato. Si tratta di una Rete che permette di selezionare tutte le imprese agricole che si distinguono per il rispetto delle norme in materia di lavoro, legislazione sociale, imposte sui redditi e sul valore aggiunto.

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

INIZIATIVE E PROGETTI

Imprese Associate

"Codice Etico nell'acquisto di prodotti agricoli e agroalimentari"



CE.DI.MARCHE
CODICE CONDOTTA FORNITORI

L'azienda ha sottoscritto nel 2017 il Codice Etico nell'acquisto di prodotti agricoli e agroalimentari previsto nell'intesa tra Federdistribuzione e Ministero delle Politiche Agricole. Come sollecitato da tale Codice, Ce.Di.Marche ha promosso presso le proprie aziende fornitrici l'iscrizione alla Rete del Lavoro agricolo di qualità che prevede il rispetto delle norme in materia di lavoro, legislazione sociale, imposte sui redditi e valore aggiunto.



DIMAR
IL PROGETTO DA NOI A NOI

Nel 2020 la Dimar S.p.A. ha portato avanti progetto, "da noi a noi", con l'obiettivo di diminuire l'impatto ambientale sui trasporti e valorizzare le produzioni territoriali. L'iniziativa è nata per apportare maggiore benessere alle comunità locali e per sensibilizzare la clientela sull'importanza delle produzioni locali, sia per quanto riguarda la qualità del prodotto, sia per la diminuzione dell'emissioni in ambiente. L'iniziativa viene portata avanti anche attraverso una serie di rigide ispezioni presso i fornitori, per il controllo dei requisiti di appartenenza e per il controllo della tracciabilità. Il progetto "da Noi a Noi" vuole essere il racconto di tutta la meraviglia della diversità produttiva regionale e territoriale vissuta in maniera profonda da chi sa cosa vuol dire mangiare di qualità a chi quella qualità vuole viverla nel quotidiano. Sul sito dedicato danoioanoi.it è possibile conoscere più da vicino tutti i produttori locali della linea "da noi a noi" e scoprire gustose ricette con ingredienti di altissima qualità. I prodotti appartenenti a questa filiera nei punti vendita sono circa 400.

"diminuire l'impatto ambientale sui trasporti e valorizzare le produzioni territoriali"



DIMAR
SCEGLIAMO L'ITALIA E L'ITALIANITÀ

Il Gruppo Dimar sostiene la produzione e l'economia italiana per aiutare i piccoli imprenditori colpiti più duramente dalla pandemia da Coronavirus a tornare alla normalità e al proprio lavoro. Fino alla fine del mese di aprile 2020, i punti vendita del Piemonte e della Liguria ad insegna MERCATO' hanno promosso tutti i prodotti italiani, selezionando le referenze che portano avanti processi produttivi sicuri, tecnologicamente avanzati, a prezzi competitivi, in grado di preservare le tradizioni del nostro Paese.



sociale/persona



cultura/ricerca



acquisto/prodotti



sanità/covid-19



ambiente/sostenibilità

"oltre 50 specialità regionali prodotte nel rispetto della tradizione"



GMF

LA NUOVA LINEA "SAPORI UMBRI"

Grandi Magazzini Fioroni sottolinea il suo forte legame con il territorio lanciando, nei supermercati Emi, i nuovi prodotti tipici "Sapori Umbri", una nuova linea di prodotti tipici provenienti dal territorio dell'Umbria. La linea presenta una selezione di oltre 50 specialità regionali prodotte nel rispetto della tradizione. Oltre a salumi e formaggi, è possibile trovare una vasta gamma di referenze, tra cui la farina prodotta con solo grano umbro ed i legumi coltivati all'interno della regione stessa. Una scelta orientata verso la riscoperta dei sapori genuini locali, grazie anche alla collaborazione con piccoli produttori locali.



IL GIGANTE

CARNE DI QUALITÀ SUPERIORE, CERTIFICATA E TRACCIABILE

Nata dal comune impegno per offrire ai consumatori prodotti di qualità, controllati, buoni e di provenienza da allevamenti che rispettano il disciplinare di produzione qualità certificata, continua la partnership tra il Consorzio Sigillo Italiano e i supermercati Il Gigante, grazie alla quale viene rifornita quotidianamente una carne garantita. La qualità superiore della carne bovina è ottenuta grazie all'applicazione dei Disciplinari di produzione del "Vitellone e della Scottona allevati ai cereali", caratterizzati da elevati standard tecnici, allevamenti protetti, tracciabilità delle carni e sicurezza alimentare.

"offrire ai consumatori prodotti di qualità, controllati, buoni e di qualità"



L'ABBONDANZA

VALORIZZAZIONE DELLA REALTÀ PRODUTTIVA DEL TERRITORIO

Al fine di garantire ai propri clienti dei prodotti eccellenti, di alta qualità e sicuri sotto ogni punto di vista, L'Abbondanza ha adottato diverse pratiche, valide per il 100% dei propri punti di vendita. Tra questi, la presenza di un codice di condotta fornitori, l'effettuazione di audit ambientali e sociali sui fornitori per l'accertamento di standard di qualità ed il mantenimento di rapporti di fornitura di lunga durata con le PMI. Inoltre, all'interno del proprio sito web galasupermercati.it, l'azienda, nel 2020, ha creato all'interno della sezione "Scelti per te" una serie di contenuti dedicati ai produttori del territorio: Umbria, Toscana e Marche legate sotto un unico fil rouge, con l'obiettivo di valorizzare le realtà locali, facendo conoscere al cliente finale il valore delle produzioni sostenibili.



"valorizzare le realtà locali, facendo conoscere al cliente finale il valore delle produzioni sostenibili"

"la prima filiera etica certificata dall'associazione nazionale NO CAP"



MEGAMARK

IL SUCCESSO DEI PRODOTTI IAMME PER DIRE STOP AL CAPORALATO

Continua la distribuzione dei prodotti IAMME NO CAP, la prima filiera etica certificata dall'associazione nazionale NO CAP per fare qualcosa di concreto contro la piaga del caporalato. I volumi rispetto al primo anno sono incrementati del 35%. Continua quindi il progetto etico del Gruppo per dire stop al caporalato. Dopo la linea dei "rossi" (passate, pelati e salse), l'iniziativa si estende ai frutti dell'orto con l'inserimento di diversi prodotti freschi da vendere in ortofrutta. Per la raccolta vengono impiegate anche le donne e quindi la lotta al caporalato si estende anche a tutela delle lavoratrici. Per questo progetto, il Gruppo ha investito circa 470 mila euro.



MEGAMARK

SCELTE DI FORNITURA CHE FANNO BENE AL TERRITORIO LOCALE

Coerentemente con le scelte di fornitura che il Gruppo ha deciso di adottare, tra cui sistemi di produzione e cicli di produzione biologici, ad impatto zero e plastic free, il benessere animale e la tutela dell'ambiente, Megamark ha deciso di ampliare la sua rete attraverso l'inserimento di nuovi fornitori. Solo nel 2020 sono stati inseriti circa 350 nuovi fornitori locali tra Puglia, Campania e Molise. Inoltre, per sostenere l'economia italiana e la vendita dei prodotti nazionali - fortemente colpiti dall'emergenza COVID - il Gruppo si è fatto promotore della campagna di comunicazione "Made in Italy" per spingere le persone ad acquistare prodotti italiani.

"sistemi di produzione e cicli di produzione biologici"



MEGAMARK

TARALLI FATTI A MANO

Si chiamano "aMano libera" e sono i tradizionali taralli pugliesi fatti a mano da dieci ragazzi detenuti ed ex detenuti di alcune carceri italiane coinvolti nel progetto "Senza sbarre" per offrire programmi alternativi alla detenzione e sostegno a giovani che hanno fatto un'esperienza carceraria. In una masseria fortificata, circondata da circa 10 ettari di terreni e situata in contrada San Vittore, ad Andria, all'interno di un casale contadino trasformato in laboratorio tecnico agricolo, i ragazzi coinvolti nel progetto, con la collaborazione del tarallificio Tesori d'Apulia di Trani, hanno potuto apprendere l'arte della preparazione artigianale dei taralli e avviare la produzione e il confezionamento.



SUPEREMME

ITALIANITÀ E REGIONALITÀ

La regionalità è estremamente importante e il pay off che accompagna il logo di Supermercati Pan, "Sardi come voi", è l'espressione massima di questo sentimento. Superemme desidera essere protagonista dello sviluppo della Sardegna, rimanendo sempre attento alle novità nel rispetto delle tradizioni, del territorio e dei prodotti. Convinti che il legame la Sardegna sia da sempre uno dei propri punti di forza, Supermercati Pan sceglie con molta attenzione i suoi fornitori, in modo da poter garantire ai propri clienti dei prodotti che non solo rispettino l'eccellenza della terra sarda, ma che siano di altissima qualità. Il 99,4% dei propri fornitori è di origine italiana, di cui l'84% solo per prodotti alimentari. 116 sono i fornitori con certificazioni di origine, tra cui DOP, DOC, DOCG e IGP.

"rispetto delle tradizioni e dei prodotti"

L'AMBIENTE

L'IMPEGNO PER L'AMBIENTE

INIZIATIVE E PROGETTI
Imprese Associate



7.219.488

kWh

di energia elettrica
prodotta da fonti
rinnovabili

2.426

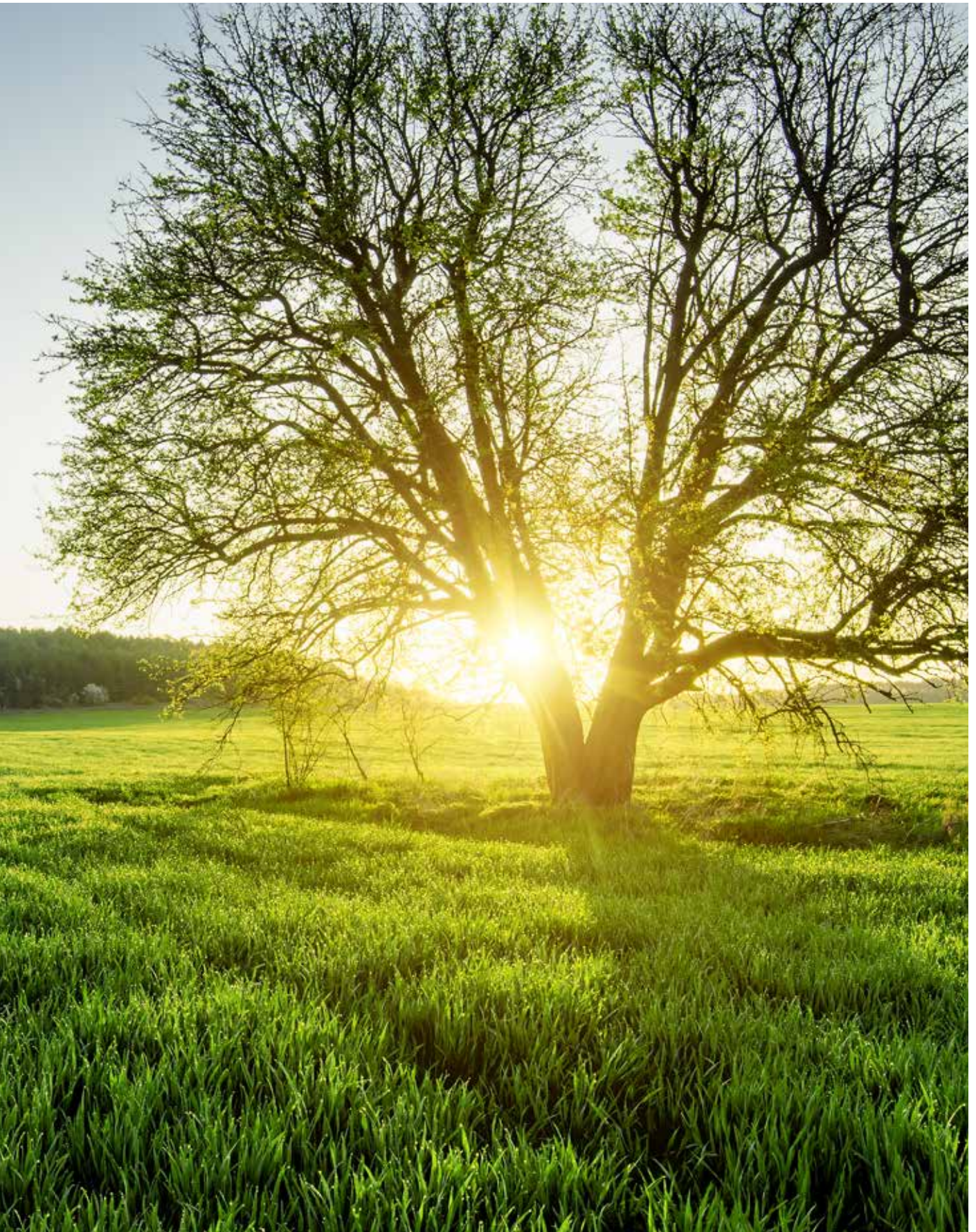
tonnellate di CO₂

evitate grazie al
fotovoltaico

100%

Incidenza percentuale dei consumi di energia
green certificata della Centrale Selex nel
2020







6 ACQUA PULITA
E SERVIZI
IGIENICO-SANITARI



7 ENERGIA PULITA
E ACCESSIBILE



12 CONSUMO E
PRODUZIONE
RESPONSABILI



13 LOTTA CONTRO
IL CAMBIAMENTO
CLIMATICO

In questa sezione il Gruppo Selex si impegna a contribuire al raggiungimento dei Sustainable Development Goals numero 6,7, 12 e 13. Per farlo, il Gruppo Selex e le Imprese Socie:

- ▶ si impegnano a tenere monitorati i consumi dell'acqua e a ridurre i rifiuti prodotti;
- ▶ promuovono la riduzione dei consumi energetici e l'utilizzo di energie rinnovabili, come il fotovoltaico;
- ▶ progettano in ottica di ottimizzazione dei propri punti vendita, puntando sull'introduzione di nuovi sistemi che minimizzino gli sprechi;
- ▶ 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.

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

L'IMPEGNO PER L'AMBIENTE

Una **consapevolezza** che cresce

Selex è da sempre consapevole degli impatti che le imprese della Grande Distribuzione hanno sull'ambiente e per questo è impegnata a gestire le proprie attività secondo i principi della sostenibilità ambientale, promuovendo stili di vita e comportamenti rispettosi dell'ambiente sia all'interno che all'esterno del Gruppo, con particolare attenzione al coinvolgimento della clientela e delle nuove generazioni.

In un'ottica di continuo miglioramento, la Centrale Selex ha deciso di iniziare un **percorso di monitoraggio relativo ai propri consumi energetici, alle conseguenti emissioni e alla gestione dei rifiuti**. Con l'intento di implementare la rendicontazione di KPI puntuali nei prossimi anni, sono stati predisposti ulteriori strumenti di monitoraggio e verranno implementate iniziative di riduzione dei consumi e delle emissioni, a cominciare dalla Centrale Selex.

L'attenzione e il continuo miglioramento in ambito ambientale è condiviso anche dalle Imprese Associate che si impegnano in diversi progetti: dalla riduzione degli impatti ambientali tramite un'efficiente gestione delle risorse alla corretta gestione dei rifiuti, passando per la riduzione degli imballaggi e la sensibilizzazione di dipendenti e clienti sulla responsabilità ambientale.

A tal proposito, la crescente sensibilità delle Imprese Socie rispetto alle tematiche di sostenibilità ha permesso un notevole **aumento dell'accuratezza dei dati nel corso degli anni**. I dati presentati nel seguente capitolo del Bilancio Sociale 2020, infatti, sono stati raccolti attraverso un sistema di monitoraggio meticoloso, non solo da parte della Centrale Selex, ma anche da tutte le sue Insegne.

I consumi energetici

CONSUMI ENERGETICI Centrale Selex	u.m.	2020	2019	2018
Gas metano	m ³	20.000	18.220	19.235
Elettrico	kWh	157.000	188.000	186.992
<i>di cui acquistato con Garanzia di Origine</i>	kWh	157.000	-	-

CONSUMI ENERGETICI Imprese Associate	u.m.	2020	2019	2018
Gas metano	m ³	18.000.000	16.170.000	18.729.924
Elettrico	kWh	780.000.000	700.000.000	689.000.000

La Centrale Selex, a partire dal 2020, ha scelto di fare un ulteriore passo verso la salvaguardia dell'ambiente, decidendo di acquistare **energia verde certificata tramite Garanzia di Origine (GO)**. La Garanzia di Origine è una certificazione elettronica, rilasciata in Italia dalla GSE (Gestore Servizi Energetici), che assicura l'origine rinnovabile

delle fonti utilizzate da impianti certificati. Grazie a questa scelta responsabile, l'incidenza dell'energia consumata da fonti rinnovabili da parte della Centrale Selex è stata, nel corso del 2020, pari al 100%, permettendo di evitare l'emissione in atmosfera di 73,14 tonnellate di CO₂.

**100% INCIDENZA PERCENTUALE
DEI CONSUMI DI ENERGIA GREEN
CERTIFICATA DELLA CENTRALE
SELEX NEL 2020**

In generale, i dati mostrano un aumento dell'11% dei consumi di elettrico e di gas metano per le Imprese Associate e dell'9,8% per il gas metano consumato da parte della Centrale Selex. Il consumo di energia elettrica per la sede centrale del Gruppo ha subito una diminuzione del 16,5%.

Questo incremento generale da parte delle Imprese Associate al Gruppo Selex a cui si assiste nel corso del 2020, è dovuto non solo all'aumento del livello di attività, ma anche dal progressivo ampliamento degli spazi e dall'inserimento

di **238 nuovi punti vendita diretti** associati al Gruppo durante l'anno.

La produzione di energia elettrica da **impianti fotovoltaici** installati presso le sedi, i centri distributivi e i punti vendita del Gruppo, ha permesso di raggiungere **7.219.488 kWh di energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili** nel 2020 ed **evitare l'emissione in atmosfera di 2.426 tonnellate di CO₂**⁹.

Le emissioni di CO₂ delle Imprese Associate

EMISSIONI CO ₂ RELATIVE ¹⁰ DERIVANTI DAI CONSUMI ENERGETICI DELLE IMPRESE ASSOCIATE				
	u.m.	2020	2019	2018
Emissioni da consumi di Gas Metano	tCO ₂ /m ²	0,018	0,016	0,019
Emissioni da consumi di Elettrico	tCO ₂ /m ²	0,127	0,122	0,120

Sulla base dei consumi di gas metano ed energia elettrica vengono calcolate le emissioni di CO₂, pari in totale a 298.420 tonnellate di CO₂. I dati, in aumento rispetto al 2019, rispecchiano perfettamente l'incremento che si è registrato per i consumi energetici.

⁹ Il dato risulta in diminuzione rispetto a quanto registrato nel 2019 a causa delle informazioni messe a disposizione per la raccolta e l'elaborazione dei dati del presente Bilancio. Nel 2020, infatti, il numero di aziende che hanno fornito il dato dei consumi energetici è stato pari a 8 su 12, rispetto alle 9 del 2019.

¹⁰ Le emissioni di CO₂ relative al 31.12.2020 prodotte dalle 12 Imprese Associate al Gruppo sono state calcolate dividendo il numero di emissioni totali (tCO₂) con i metri quadrati corrispondenti alle dimensioni totali di tutti i punti vendita delle Imprese Associate.

Confezioni sostenibili MDD e gestione dei rifiuti

All'interno del percorso **"Selex è sostenibile"** (si veda approfondimento nel capitolo *"I clienti"*, paragrafo *"La strategia di sostenibilità per i prodotti Selex"*), uno dei pilastri che è stato individuato è proprio il **rispetto per l'ambiente**, declinato, più precisamente, nell'impegno di avvalersi di **materiali riciclabili** per i propri prodotti a marchio.

Gruppo Selex, infatti, è convinto che la Marca del Distributore gioca e giocherà sempre di più in futuro un ruolo chiave e sarà destinata a farsi portatrice dei valori insiti della stessa insegna, diventando sempre di più sinonimo di qualità, sicurezza, innovazione e, soprattutto, responsabilità e sostenibilità.

Con riferimento all'**efficientamento del packaging** dei prodotti MDD, Selex dal 2020 si è posto i seguenti obiettivi:



Risparmio di materia prima: questo obiettivo è stato reso possibile grazie al contenimento del consumo di materie prime impiegate nella realizzazione degli imballaggi e, di conseguenza, grazie alla riduzione del peso, a parità di confezione;



Utilizzo di materiali riciclati e/o recuperati: Gruppo Selex si è impegnato, insieme ai suoi fornitori, per una graduale sostituzione di una quota o della totalità di materia prima vergine con materiali riciclati e/o recuperati (pre-consumo e/o post-consumo), in modo da contribuire ad una riduzione del prelievo di risorse;



Facilitazione delle attività di riciclo per i consumatori: per aiutare i propri clienti a compiere delle azioni responsabili e rendersi in prima persona parte del cambiamento positivo in cui Gruppo Selex crede, il packaging dei prodotti a marchio è stato semplificato; le confezioni sono ora composte da materiali facilmente riciclabili, smaltibili in un'unica soluzione, prediligendo il mono-materiale. In questo modo il consumatore può semplificare le fasi di recupero e riciclo del packaging e, contemporaneamente, risparmiare risorse naturali, materie prime ed energia.



Eliminazione over pack: Selex ha provveduto a semplificare non solo il packaging primario, ma anche quello accessorio, che rientra nella categoria dell'"over pack". Per farlo, sono stati eliminati gli imballi esterni apparentemente superflui, in modo da evitare sprechi inutili di materiale.



RISPARMIO IDRICO: la riduzione della plastica ha permesso un risparmio di 123.000.000 litri di acqua, pari al consumo di acqua giornaliero di 750.000 persone¹¹, mentre la riduzione carta: risparmio di 279.000 litri di acqua, pari al consumo di acqua giornaliero di 1.268 persone¹².

RISPARMIO ENERGETICO: la riduzione nel consumo di carta ha permesso un risparmio di 418.500 kWh di energia elettrica pari al consumo di 1.440 frigoriferi all'anno¹³, mentre la riduzione nel consumo di plastica ha portato ad un risparmio di 3.458.000kwh di energia elettrica, pari al consumo di 11.400 frigoriferi all'anno¹⁴.

RIDUZIONE EMISSIONI INQUINANTI: 247 tonnellate di plastica vergine diminuita e/o sostituita attraverso l'utilizzo di materiale riciclato hanno permesso di registrare un risparmio di 123 tonnellate di CO2, **pari 615.000 lampadine accese per 4 ore¹⁵. Dall'altra parte, 155 tonnellate di carta eliminata hanno portato ad un risparmio di 201,5 tonnellate di CO2, pari a 201.500 lavaggi di lavastoviglie¹⁶.**

RIFIUTI IMPRESE SOCIE ¹⁷	u.m.	2020	2019
Rifiuti carta	kg	48.939.701	47.849.537
Rifiuti plastica	kg	3.889.220	3.642.009

Per rendere confrontabili i dati del 2020 con quelli del 2019 e per mostrare ai lettori del presente Bilancio l'effettivo andamento nel consumo dei rifiuti di carta e plastica nel biennio 2019-2020, si è deciso di considerare solo quelle aziende che hanno fornito i propri dati sia per il 2019 che per il 2020, per un totale di 8 Imprese su 12.

Nonostante l'impegno del Gruppo, i dati registrati nel 2020 segnano un aumento nel consumo dei rifiuti di carta e plastica, pari rispettivamente al 2% e al 7%. Anche in

questo caso, l'incremento è individuabile nell'incremento del livello di attività da parte di tutte le Imprese Associate e nel progressivo ampliamento degli spazi.

Convinti della propria responsabilità e consapevoli dell'aumento registrato nell'ultimo anno per i rifiuti delle Imprese, il Gruppo Selex e le Insegne Associate hanno previsto specifici e mirati piani di efficientamento, con l'obiettivo di diminuire i consumi nei prossimi anni.

¹¹ 1 kg di carta riciclata = 1,8 litri

¹² 1 kg di plastica = 500 litri

¹³ Una tonnellata di carta riciclata = 2.700 kWh d'energia

¹⁴ Una tonnellata di plastica = 14mila kWh di energia

¹⁵ Per 1 ton di carta il risparmio è di 1,3 ton di CO2 equivalenti;

¹⁶ Per 1 ton di plastica si risparmiano 500 kg di CO2 equivalenti;

¹⁷ I rifiuti di carta e plastica sono stati calcolati sommando i dati dalle Imprese Associate che hanno fornito i propri dati al 31.12.2020 e al 31.12.2019. Il totale delle Imprese considerate, quindi, è di 8 Associate su 12.

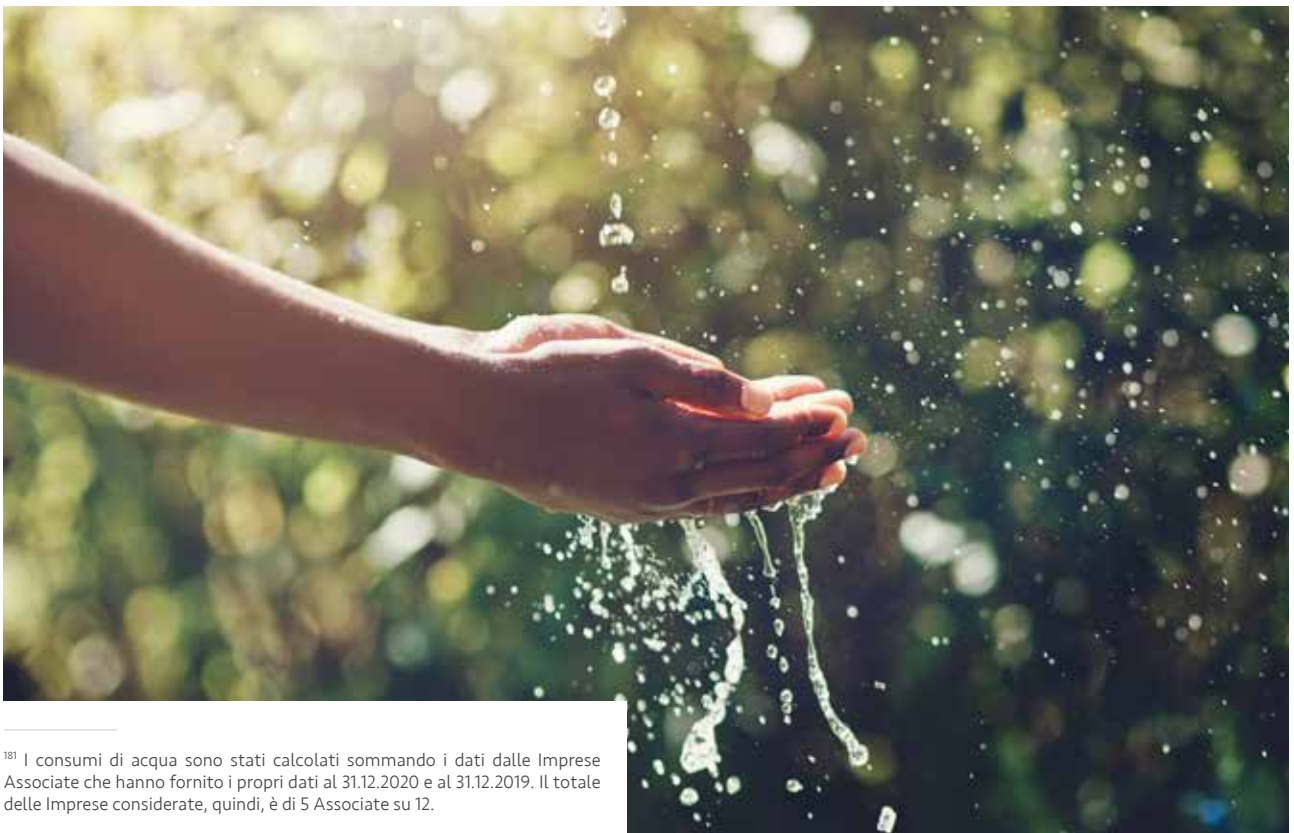
I consumi di acqua

Dal 2019 il Gruppo Selex ha deciso di inserire un nuovo indicatore ambientale, ovvero **il monitoraggio dei consumi dell'acqua**. Consapevoli dell'importanza di questa risorsa, le Imprese Associate hanno deciso di tenere monitorato il livello dei propri consumi.

Il dato che viene riportato è una somma dei consumi di acqua rilevati da parte dei punti vendita diretti, delle sedi centrali e dei centri distributivi. Anche in questo caso, per rendere confrontabili i dati del 2020 con quelli del 2019, si è deciso di considerare solo quelle aziende che hanno fornito i propri dati sia al 31.12.2019, sia al 31.12.2020.

ACQUA – MONITORAGGIO ¹⁸¹	u.m.	2020	2019
Consumi di acqua	litri	178.782.100	126.437.612

Il notevole incremento registrato, anche in questo caso, è dovuto all'aumento del livello di attività da parte delle imprese del Gruppo. Inoltre, una delle aziende socie ha espressamente dichiarato che, nel corso del 2020, i livelli di acqua consumati hanno subito un incremento a causa della costituzione di due nuovi magazzini, rispettivamente di carne e pesce, per i quali è stato necessario l'utilizzo di grandi disponibilità di acqua per il riempimento delle cisterne di refrigerazione, per le lavorazioni e le operazioni di pulizie.



¹⁸¹ I consumi di acqua sono stati calcolati sommando i dati dalle Imprese Associate che hanno fornito i propri dati al 31.12.2020 e al 31.12.2019. Il totale delle Imprese considerate, quindi, è di 5 Associate su 12.

INIZIATIVE E PROGETTI

Imprese Associate

"interventi di relamping dei punti vendita ristrutturati"



ALÌ
PER L'AMBIENTE

Nel corso del tempo Alì ha messo in atto una serie di iniziative che pongono un particolare occhio di riguardo alla tutela dell'ambiente, convinti del fatto che questa sia alla base della sicurezza alimentare e della salute delle persone. Tra questi, nel corso del 2020, ci sono stati gli interventi di relamping dei punti vendita ristrutturati, con ulteriore inserimento della domotica dove ancora assente e le attività di recupero del calore nei punti vendita ristrutturati, con eliminazione del gas naturale per il riscaldamento.



CE.DI MARCHE
UN IMPEGNO AMBIENTALE SU PIÙ FRONTI

Ce.Di.Marche dal 2013 ha avviato un percorso di riduzione delle emissioni di CO₂ attraverso l'installazione di impianti fotovoltaici nei punti vendita. Nel 2020 sono stati prodotti 254.278 kw/h di energia, pari ad una riduzione di emissione di 109.600 kg di CO₂. Dal 2011 i volantini pubblicitari di Ce.Di.Marche vengono stampati su carta che non danneggia le foreste, certificata FSC®, che segue un processo di essiccazione naturale, ai fini di ridurre l'abbattimento degli alberi. Grazie a questa iniziativa sono stati salvati 70 alberi al mese ed evitati 2.970 kg di CO₂ equivalenti al mese. Inoltre, ad aprile 2019 è stato installato presso il Superstore di Osimo un compattatore di bottiglie in plastica PET. A fronte dell'introduzione di ogni bottiglia viene erogato un omaggio di 2 centesimi di euro concesso da parte del punto vendita. Le bottiglie riciclate al 31.12.2020 sono state 144.856 e gli euro donati 2897.

"installazione di impianti fotovoltaici nei punti vendita"



CE.DI MARCHE
ATTENZIONE AI MATERIALI DI IMBALLAGGIO

"ridurre gli imballaggi e gli scarti di materie prime"

Dal 2007 Ce.Di Marche ha introdotto l'uso di cassette CPR riutilizzabili con l'obiettivo di ridurre gli imballaggi e gli scarti di materie prime. L'iniziativa ha permesso che di risparmiare annualmente circa 1600 tonnellate di cartone, corrispondenti a 24.000 alberi non abbattuti. Inoltre, l'azienda ha aderito alla campagna Club Attivo del Consorzio Nazionale di Promozione e Ricerca che promuoveva l'uso di un imballaggio in cartone ondulato caratterizzato per la sua naturalezza e per la capacità di prolungare la vita dei prodotti ortofrutticoli contenuti. L'obiettivo della campagna era quello di ridurre lo spreco alimentare lungo tutta la filiera.



sociale/persona



cultura/ricerca



acquisto/prodotti



sanità/covid-19



ambiente/sostenibilità

"iniziativa per sensibilizzare il consumatore sulle tematiche del riciclo"



DIMAR RICICLO DELLE BOTTIGLIE IN PET

In 10 dei suoi punti vendita nella provincia di Cuneo, Dimar ha introdotto la macchina che permette di raccogliere le bottiglie vuote in plastica PET, come iniziativa per sensibilizzare il consumatore sulle tematiche del riciclo e, allo stesso tempo, avere un impatto positivo sull'ambiente. Queste bottiglie vengono successivamente stoccate, trasportate ed avviate al riciclo. Introducendo nella macchina una bottiglia vuota, al cliente viene assegnato un punto. Ogni 250 punti accumulati il cliente ottiene un buono sconto da 3 euro da spendere all'interno dell'ipermercato.



DIMAR E L'ABBONDANZA COLONNINE DI RICARICA PER LE AUTO ELETTRICHE

Ecologiche, economiche, tecnologiche: le auto a propulsione elettrica sono sempre più diffuse nel nostro Paese: il Politecnico di Milano stima che ce ne saranno in circolazione 1,5 milioni entro il 2025. È per questo che Dimar e l'Abbondanza hanno scelto di offrire ai loro clienti un servizio in più: all'interno di 12 dei punti vendita diretti e grazie alla collaborazione con Enel X, Dimar ha introdotto delle colonnine per la ricarica delle auto elettriche per tutti i propri clienti. Il progetto è in estensione in altri 9 punti vendita. L'abbondanza ha introdotto questo servizio all'interno di 11 punti vendita, ma l'installazione continuerà anche nel corso del 2021, per incrementare sempre di più i punti di ricarica.

"colonnine per la ricarica delle auto elettriche per tutti i propri clienti"



"obiettivo di un'assoluta efficienza energetica"



GMF EFFICIENZA ENERGETICA DEI NUOVI PUNTI VENDITA

GMF ha intrapreso un processo di cambiamento che coinvolge l'identità dei propri punti vendita per soddisfare le esigenze dei clienti, orientando il proprio modello business sulla tematica della sostenibilità. Tutti i punti vendita in corso di realizzazione, infatti, sono stati concepiti con l'obiettivo di un'assoluta efficienza energetica, che consentirà di raggiungere risultati ben superiori ai parametri imposti per legge.



**IL GIGANTE
IL SISTEMA BEMS PER LA RIDUZIONE ED IL MONITORAGGIO DEI
CONSUMI ENERGETICI**

Tutti gli stabili, ad eccezione di 2 recentemente rilevati e che sono già in fase di programmazione, sono stati dotati di sistema BEMS (*Building energy management system*), che nasce con il compito di gestire l'accensione dell'illuminazione interna ed esterna dei locali in precise fasce orarie e in funzione dei valori di illuminazione esterna; inoltre, questo sistema permette di registrare i consumi di energia, di memorizzare le ore di funzionamento delle utenze, di controllare gli avviamenti degli impianti di condizionamento, di rilevare e registrare i valori di umidità relativa esterna ed interna e di memorizzare gli allarmi di sistema. Il sistema BEMS consente di raggiungere il massimo livello di efficienza energetica e il risparmio energetico registrato, grazie alla sua introduzione, è stato pari fino ad una percentuale del 30%.

"raggiungere il massimo livello di efficienza energetica"



**L'ABBONDANZA
PER FARE UN ALBERO**

"oltre 140 piante per riqualificare le aree verdi"

L'Abbondanza ha provveduto a piantare oltre 140 piante per riqualificare le aree verdi di Città di Castello e aiutare il territorio a compensare le emissioni di CO₂. Questo progetto è stato il contributo concreto che i supermercati Gala hanno dato all'iniziativa collettiva di forestazione urbana "Per fare un albero", promossa dal movimento apartitico UniAmo CdC, che riunisce cittadini di tutte le appartenenze di genere, religione, credo politico nell'intento di migliorare le condizioni del territorio in cui viviamo.



**L'ABBONDANZA
RISTRUTTURAZIONE PUNTO VENDITA SECONDO
CRITERI DI EFFICIENZA**

La ristrutturazione del Punto Vendita di Città della Pieve, oltre alle strutture, ha riguardato tutti gli impianti tecnologici, elettrici e frigoriferi. Sono stati installati banchi frigoriferi chiusi alimentati da centrali frigorifere con tecnologia a CO₂ per un maggiore risparmio energetico e soprattutto una maggiore impatto ambientale. È stato sostituito l'intero impianto di illuminazione tradizionale con un impianto a LED, sia per l'illuminazione della sala, sia per quella specialistica, dei reparti ed esterna. L'impianto di climatizzazione invernale a metano è stato sostituito con un impianto in pompa di calore, eliminando i costi inerenti al consumo di metano e l'abbattimento dell'inquinamento dovuto dal prodotto della combustione del gas.

"maggiore risparmio energetico e soprattutto una maggiore impatto ambientale"

"scelte sempre più responsabili e sostenibili"



MAXI DI LOGISTICA SOSTENIBILE

Maxi Di nel corso del 2020 ha prestato particolare attenzione al tema della logistica e, in ottica di scelte sempre più responsabili e sostenibili, ha intrapreso la strada delle energie rinnovabili. Per il trasporto delle merci nei propri punti vendita, l'azienda ha stretto un accordo con una società di trasporti che, per lo spostamento dei propri mezzi pesanti, utilizza come fonte di rifornimento il Bio-LNG, ovvero il biometano liquefatto, un carburante rivoluzionario 100% sostenibile e a impatto zero.



MAXI DI RIDUZIONE DEGLI IMBALLI

Per diminuire l'impiego delle materie prime e ridurre il proprio impatto ambientale, Maxi Di ha messo in atto, nel corso del 2020, un programma di riduzione degli imballaggi e di facilitazione nel riciclo per tutti quelli più difficilmente smaltibili. Ad esempio, è stato ridotto del 50% l'utilizzo della carta per le scatole dei dolci, inserendo una carta in pura cellulosa più resistente rispetto la precedente, con un impatto ecologico molto più basso; i vassoi in cartone politenati smaltibili nell'indifferenziata sono stati sostituiti con vassoi in cartone compostabile e smaltibili nell'umido; per i reparti pane/dolce/salato sono stati introdotti i sacchetti di plastica mono-materiale, al posto di quelli utilizzati precedentemente, composti da carta e da una finestra in plastica. Infine, anche per i reparti ortofrutta nei discount è stata offerta come alternativa quella di utilizzare sacchetti di carta.

"programma di riduzione degli imballaggi e di facilitazione nel riciclo"

"organizzato giornate di formazione sul tema "gestione rifiuti"



MEGAMARK LA RIDUZIONE DEGLI SPRECHI

A partire dal 2019, Megamark ha organizzato giornate di formazione sul tema "gestione rifiuti". Una delle iniziative promosse su tale tema è stato il progetto di dematerializzazione dei processi aziendali, con l'obiettivo di eliminare gli sprechi. Nel corso dell'anno 2020, il progetto è continuato in maniera efficiente e il Gruppo Megamark ha convertito in forma digitale tutte le procedure operative ed i documenti oggetto di verifica durante le ispezioni svolte dalle Autorità Competenti e necessarie ai punti vendita per lo svolgimento delle attività di routine. Questi documenti sono stati caricati sul portale ordini, facilmente accessibile dalle postazioni di ciascun punto vendita. Attraverso il processo di digitalizzazione è stato possibile eliminare la presenza di documenti duplicati, perdite di tempo ed errori, senza trascurare il notevole risparmio di carta.

"carta
proveniente da
riciclo è superiore
al 50%"



SUPEREMME
LA CARTA RICICLATA DEI VOLANTINI

A partire dal 2020, la carta dei volantini distribuiti presso i punti vendita di Supermercati Pan gode della certificazione PEFC, organizzazione globale che promuove un sistema di gestione forestale sostenibile. La percentuale di carta proveniente da riciclo è superiore al 50%.



UNICOMM
UN IMPEGNO AMBIENTALE SU PIÙ FRONTI

Nel 2020 Unicommm, in collaborazione con Verlata Lavoro Soc. Coop, ha partecipato e vinto un bando del Mipaaf per "il finanziamento di progetti innovativi, relativi alla ricerca e allo sviluppo tecnologico, nel campo della shelf life dei prodotti alimentari e al confezionamento dei medesimi, finalizzati alla limitazione degli sprechi e all'impiego delle eccedenze alimentari". Il progetto, denominato "Eccedenze sotto zero", si è posto come obiettivo quello di consentire la fruibilità di alcuni prodotti alimentari, generalmente molto deperibili, (in particolar modo carni, pesci, uova, latte e derivati), attraverso un processo di congelamento precedente alla loro data di scadenza. Tali prodotti sono stati poi distribuiti alle famiglie o agli individui la cui difficoltà economica è stata segnalata dai Servizi Sociali dei comuni di riferimento, o, ancora, alle persone senza fissa dimora nel comune di Vicenza, alle mense di solidarietà e agli utenti delle singole Onlus aderenti al progetto. La somma investita per tale progetto ammonta a circa 50.000 euro.

"limitazione degli sprechi
e all'impiego delle
eccedenze alimentari"



UNICOMM TRA LE 92 AZIENDE PREMIATE DA CONAI

Unicomm è entrata tra le 92 imprese premiate in occasione della settima edizione del “Bando CONAI per l’Ecodesign degli imballaggi nell’economia circolare – Valorizzare la sostenibilità ambientale degli imballaggi”. Il Bando è promosso annualmente da CONAI, Consorzio Nazionale Imballaggi, con il patrocinio del Ministero dell’Ambiente, e ha l’obiettivo di incentivare e valorizzare le soluzioni di packaging più innovative e ecosostenibili immesse sul mercato nel biennio precedente. Presi complessivamente i casi di innovazione dell’imballaggio che hanno concorso al premio hanno portato ad una riduzione dell’impatto ambientale degli imballaggi concretamente misurabile: meno 21% di emissioni di anidride carbonica in atmosfera, meno 18% nei consumi di energia, più 19% nel risparmio di acqua. Unicomm ha partecipato con il packaging per il confezionamento di prodotti di pescheria. Il Consorzio Nazionale Imballaggi ha messo a disposizione un monte premi di 500.000 euro, con 40.000 euro in incentivi per innovazione circolare selezionati tra i casi ammessi che hanno attivato le leve riutilizzo, facilitazione delle attività di riciclo, utilizzo di materiale riciclato e tra quelli che hanno riguardato l’ottimizzazione degli imballaggi utilizzati nel settore e-commerce.



"valorizzare la sostenibilità
ambientale degli imballaggi"

FINITO DI STAMPARE NEL
MESE DI GIUGNO 2021

SELEXGC.IT



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