

ANNO 2019



BILANCIO SOCIALE GRUPPO SELEX

IL NOSTRO IMPEGNO VERSO I CITTADINI E IL TERRITORIO





BILANCIO SOCIALE SELEX 2019
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

INDICE

LETTERA AGLI STAKEHOLDER
5

NOTA METODOLOGICA
6

	Emergenza SANITARIA 8
	SELEX E L'EMERGENZA SANITARIA DOVUTA AL CORONAVIRUS
	Le iniziative a favore del personale 9
	Le iniziative a favore del sistema sanitario 10
	Le iniziative a favore dei clienti 11

	Chi SIAMO 13
	LA NOSTRA STORIA 14
	Da oltre 50 anni al servizio del cliente
	LA CENTRALE NAZIONALE 15
	Uno strumento per creare valore condiviso
	IL GRUPPO SELEX NEL 2019 16
	AL TERZO POSTO IN ITALIA 17
	Protagonisti della distribuzione moderna nazionale
	UNA PRESENZA CAPILLARE 18
	Fortemente radicati nel territorio
	PUNTI VENDITA E INSEGNE PER REGIONE 19
	LA RETE DI VENDITA 20
	IL PIANO DI SVILUPPO 2020 21
	Una rete in costante rinnovamento

	Le PERSONE 23
	LE NOSTRE PERSONE 24
	Il valore della collaborazione
	LA CULTURA DELLA FORMAZIONE 26
	Per una crescita costante delle competenze
	ATTIVITÀ E PROGETTI delle Imprese Associate 28
	L'ATTENZIONE VERSO LE DONNE 29

	I CLIENTI 31
	IL CLIENTE AL CENTRO 32
	La qualità come fattore di successo
	CosìComodo:
	IL CANALE E-COMMERCE "CLICCA E RITIRA" 33
	I PRODOTTI A MARCHIO 34
	Il cardine della strategia di sviluppo
	Prodotti a marchio SELEX 35
	Prodotti a marchio VALE 39
	Gli altri prodotti a marchio 41
	Prodotti SÙ e VANTO 43
	LA RELAZIONE CON I CLIENTI 44
	Aperti all'ascolto e alla comunicazione
	LA TUTELA DEL POTERE D'ACQUISTO 45
	Sempre vicini alle famiglie
	ATTIVITÀ E PROGETTI delle Imprese Associate 46
	L'ATTENZIONE VERSO LE DONNE 47

	IL TERRITORIO 49
	L'IMPEGNO A FAVORE DELLE COMUNITÀ 50
	Conoscere i bisogni reali per un sostegno concreto
	ATTIVITÀ E PROGETTI delle Imprese Associate 55
	L'ATTENZIONE VERSO LE DONNE 59

	I FORNITORI 61
	IL VALORE DELLA FILIERA LOCALE 62
	Preservare la tradizione e il patrimonio alimentare
	LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLA CATENA DI FORNITURA 63
	La tutela del lavoro lungo la filiera
	ATTIVITÀ E PROGETTI delle Imprese Associate 64

	L' AMBIENTE 67
	L'IMPEGNO PER L'AMBIENTE 68
	Una consapevolezza che cresce
	I consumi energetici 69
	Le emissioni di CO ₂ 69
	I rifiuti 70
	I consumi di acqua 71
	ATTIVITÀ E PROGETTI delle Imprese Associate 72



Alessandro Revello
Presidente Selex Gruppo Commerciale

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

“ Nel 2019 il Gruppo Selex ha superato gli undici miliardi di euro di fatturato e questo risultato, oltre a portare enorme soddisfazione e orgoglio, fa percepire ancora di più il **senso di responsabilità** che il Gruppo ha verso tutti gli stakeholder con cui si interfaccia.

I risultati che il Gruppo ha raggiunto nel corso dell'anno dipendono dall'impegno costante che la Centrale Selex e tutte le Imprese Associate mettono nel proprio agire quotidiano, per **creare un cambiamento positivo** che possa essere percepito non solo dai propri dipendenti, ma da tutta la comunità circostante. È proprio per questo motivo che **il Gruppo considera la sostenibilità un pilastro portante per le scelte di ogni giorno.**

Per festeggiare il proprio **55° anniversario**, il Gruppo Selex ha deciso di convocare una **speciale convention con i Fornitori della Marca del Distributore**, per individuare insieme quale sia la strada da seguire ed i valori ormai imprescindibili a cui Selex non vuole rinunciare: innovazione, sicurezza, qualità per i propri clienti, efficienza, comunicazione trasparente, sana competitività e crescita sostenibile.

Le azioni intraprese hanno come obiettivo principale quello di presidiare e monitorare in modo sempre più attento alcuni ambiti di azione che sono prioritari per il Gruppo: la **qualità degli ingredienti**, la **tracciabilità della filiera**, il **rispetto per l'ambiente** e l'**educazione del consumatore verso comportamenti responsabili e sostenibili.**

Sono queste le aree su cui Selex ritiene fondamentale fare degli importanti passi in avanti, in modo da confermare il proprio impegno ad **integrare la sostenibilità nella strategia del Gruppo**, consapevole che la Grande Distribuzione moderna si trovi in prima linea per affrontare con determinazione le sfide future.

Questo evento si colloca all'interno di un percorso più ampio che il Gruppo Selex sta seguendo e che ha trovato **risvolti concreti** sia nell'offerta di prodotti offerti sugli scaffali, sia nella promozione di numerose iniziative rivolte a tutti gli ambiti che Selex presidia e di cui si sente un attore responsabile.

La costante **ricerca di miglioramento, di qualità e trasparenza**, si traduce in una relazione privilegiata con i clienti, in una costante creazione di valore per le Imprese Associate, in attività e progetti di solidarietà, in un'efficace sinergia con le comunità che tutto il Gruppo ha il piacere di servire e in una sempre crescente attenzione verso l'ambiente.

Questo Bilancio Sociale, arrivato ormai alla sua settima edizione, si propone di offrire una concreta testimonianza dell'impegno di responsabilità intrapreso dalla Centrale Selex e dalle sue Imprese Socie.

In considerazione del delicato momento che il nostro Paese sta vivendo a causa dell'emergenza sanitaria ed economica legata al virus Covid-19, il Gruppo Selex ha deciso di dedicare una sezione speciale del Bilancio Sociale alle principali iniziative messe in atto dal Gruppo a partire dai primi mesi del 2020, a favore dei dipendenti, dei clienti e della comunità, per rispondere alle necessità immediate e far ripartire l'intero Paese più forte che mai.

”

Alessandro Revello
Presidente Selex Gruppo Commerciale

NOTA METODOLOGICA

Il Bilancio Sociale 2019 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 2019 (1° gennaio - 31 dicembre 2019) 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 metodologico di ALTIS - Università Cattolica del Sacro Cuore, l'Alta Scuola Impresa e Società specializzata in ricerca, formazione e consulenza sui temi del management responsabile. In particolare, 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:



A questi capitoli si aggiunge una sezione del tutto speciale, dedicata interamente alle principali iniziative messe in atto dal Gruppo Selex nei primi mesi del 2020 per contrastare la diffusione del virus Covid-19.

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



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

UNA NOVITÀ CHE HA CARATTERIZZATO QUESTA ULTIMA EDIZIONE DEL BILANCIO SOCIALE DEL GRUPPO SELEX È STATA L'INTRODUZIONE DEI SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGS).

Integrazione dei Sustainable Development Goals

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.

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.

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.



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.

La Governance della Sostenibilità per 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 RSI**
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.

SELEX E L'EMERGENZA SANITARIA DOVUTA AL CORONAVIRUS

Le iniziative a favore del personale

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 efficiente, ma con tutte le precauzioni dovute. A tal proposito, per i dipendenti delle diverse sedi abilitati a svolgere il proprio lavoro in modalità telematica, è stato attivato il **servizio di Smart Working** che, 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**, alcune Imprese Associate 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. Contemporaneamente, alcune Insegne hanno introdotto un **sistema di bonus integrativi** per ciascun collaboratore, per un valore compreso tra i 100 e i 250 euro.

Per garantire l'operatività dei propri dipendenti all'insegna della totale salute e sicurezza sanitaria, il Gruppo ha immediatamente previsto la **rimodulazione di tutti gli uffici** e lo **sviluppo di una comunicazione interna rapida**, ma allo stesso momento anche dettagliata e rassicurante, in modo che ciascun lavoratore possa tempestivamente organizzare la propria attività in corso e svolgerla nel modo più sicuro ed efficiente possibile.

Infine, alcune Imprese del Gruppo hanno deciso di **offrire un "kit pasto"** a tutti quei dipendenti che, con diligenza e tenacia, hanno continuato a trasportare i prodotti dei propri supermercati, come gesto di gratitudine e solidarietà.

In piena fase epidemica di Coronavirus, il Gruppo Selex, quale operatore della filiera alimentare, non ha mai interrotto la propria attività, al fine di **garantire la fruibilità dei propri prodotti** a tutta la popolazione italiana. Per rendere tutto questo possibile, è stata necessaria l'adozione di una serie di misure di sicurezza, volte a tutelare e sostenere i propri dipendenti e clienti, che con sacrificio e forza di volontà hanno saputo affrontare questa situazione così complessa. Infine, per supportare coloro i quali sono in prima linea a combattere il virus, il Gruppo ha ritenuto doveroso contribuire al sostegno del sistema sanitario nazionale, attraverso varie donazioni.

Di seguito si riportano le principali iniziative sviluppate dal Gruppo Selex e dalle Imprese Associate.

Bonus integrativi per ciascun dipendente

Emergenza SANITARIA

CONSIDERANDO IL DELICATO MOMENTO CHE IL NOSTRO PAESE STA VIVENDO A CAUSA DELLA **DIFFUSIONE DEL VIRUS COVID-19**, IL GRUPPO SELEX HA VOLONTARIAMENTE DECISO DI RENDICONTARE ALL'INTERNO DEL BILANCIO SOCIALE 2019 UNA SEZIONE SPECIALE, INTERAMENTE DEDICATA ALLE INIZIATIVE MESSE IN ATTO NEI PRIMI MESI DEL 2020 PER REAGIRE ALL'EMERGENZA SANITARIA.

Le iniziative a favore del sistema sanitario

Convinti delle capacità del sistema sanitario nazionale, 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.

Questo gesto è stato fortemente apprezzato da parte di Massimo Galli, Primario infettivologo dell'Ospedale Sacco di Milano, che ha dichiarato che un aiuto così generoso da parte di Selex ha fornito una grande spinta allo sviluppo delle loro ricerche e una ventata di vero incoraggiamento per tutti i suoi collaboratori, che da tempo si prodigano senza sosta, ciascuno assolvendo ai suoi compiti con grande dedizione.

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 stanno fronteggiando la crisi sanitaria. In questo **caso le Imprese Socie di Selex sono intervenute singolarmente**, offrendo sostegno e supporto attraverso svariate donazioni.



2,7 milioni di euro a favore dell'emergenza sanitaria

Per citare alcuni esempi, il Gruppo Ali, 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. Il Gruppo Megamark di Trani, con la sua Onlus e le insegne dei supermercati A&O, Dok e Famila, 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; 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.



Le iniziative a favore dei clienti

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, 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, il Gruppo e tutte le Imprese Associate hanno recepito immediatamente la proposta fatta dal Presidente del Consiglio Conte ai player della grande distribuzione e hanno accolto nei supermercati sparsi su tutto il territorio nazionale l'iniziativa che prevede di offrire un **"extra sconto" su acquisti effettuati con i buoni spesa distribuiti dai Comuni**. Questo sistema ha permesso di aiutare le famiglie più bisognose, garantendo loro uno sconto extra 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**.

Kit pasto ai dipendenti dell'area trasporti

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.

Con l'augurio che il Paese torni presto a vivere serenamente i momenti di festa, 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.



Infine, per permettere ai propri clienti di recarsi al supermercato in totale sicurezza, 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, disinfettare 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. Sono inoltre state programmate **azioni di sanificazione dei punti vendita**.



Da **55 ANNI**
AL SERVIZIO DEL
CLIENTE

31.000
ADDETTI

11,1
MILIARDI DI FATTURATO

2.137
MILIONI DI MQ
DI SUPERFICIE DI
VENDITA

Chi **SIAMO**

LA NOSTRA STORIA	14
LA CENTRALE NAZIONALE	15
IL GRUPPO SELEX NEL 2019	16
AL TERZO POSTO IN ITALIA	17
UNA PRESENZA CAPILLARE	18
PUNTI VENDITA E INSEGNE PER REGIONE	19
LA RETE DI VENDITA	20
IL PIANO DI SVILUPPO 2020	21



LA NOSTRA STORIA

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

1979

Il Consorzio costituisce Selex Gruppo Commerciale, che favorisce l'accesso di nuove Imprese e quindi la crescita su tutto il territorio nazionale. Un grande salto di qualità, che rafforza sia la collaborazione e lo scambio di know-how tra i Soci, sia il ruolo della Centrale, sempre più orientata al marketing e ai servizi.

In questi anni assistiamo all'avvio di programmi promozionali e pubblicitari a livello nazionale che intensificano la collaborazione con il mondo produttivo.

Anni 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.



OGGI

Selex è il terzo distributore nazionale con una quota di mercato dell'11,9%¹, un organico composto da oltre **31.000 addetti** e un **fatturato di 11,1 miliardi di euro**. Le carte fedeltà sono pari a 6 milioni e i prodotti a marca del distributore superano le 5.000 referenze.

¹ Dati fonte IRI

LA CENTRALE NAZIONALE

Uno strumento per creare **valore condiviso**

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.

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 CosìComodo, il progetto di eCommerce del Gruppo che offre un servizio clicca & ritira e la consegna a domicilio.
- ▶ L'**area Efficienza & Sinergie** mette a punto soluzioni per generare risparmi per i Soci attraverso servizi sempre più efficaci.

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

2,137 milioni di m²
di superficie di vendita
l'equivalente di **299** campi
da calcio

IL GRUPPO SELEX NEL 2019

12 IMPRESE
ASSOCIATE DEL DETTAGLIO E
DELL'INGROSSO

3° REALTÀ DISTRIBUTIVA IN
ITALIA

11.9%
DI QUOTA DEL MERCATO
(+0,5%)

31.000
ADDETTI

2.329
PUNTI VENDITA SUL
TERRITORIO NAZIONALE

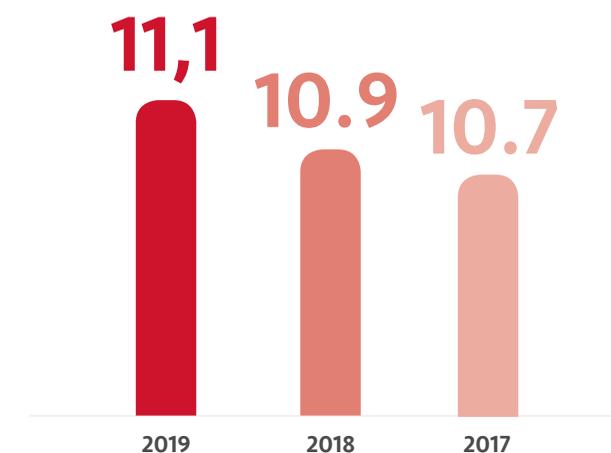
AL TERZO POSTO IN ITALIA

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.

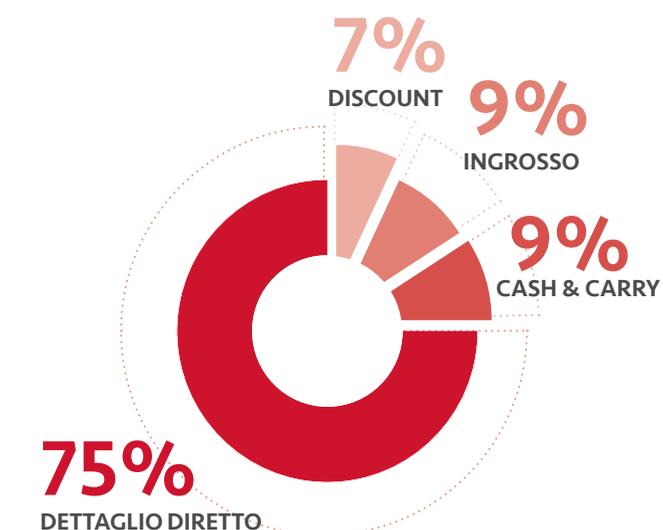
Con la sua rete commerciale, Selex è in grado di provvedere alle differenti esigenze dei consumatori su tutto il territorio nazionale.

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 2019 con un fatturato pari a 11,15 miliardi di euro e una crescita del + 2,3% rispetto all'anno precedente. A fronte di un mercato ancora fluttuante, 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 2019 la crescita del Gruppo Selex che, nell'ultimo decennio, ha raddoppiato il giro d'affari così come 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.

11,1 Mld
di fatturato nel 2019

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 nuovo format di Selex dedicato interamente agli animali, il cui assortimento comprende 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	REGIONE
Alì S.p.A.	Emilia Romagna, Veneto
ARCA S.p.A.	Emilia Romagna, Marche
CE.DI.MARCHE Soc. Coop.	Abruzzo, Marche
DIMAR S.p.A.	Liguria, Piemonte
G.M.F. GRANDI MAG. FIORONI S.p.A.	Lazio, Marche, Toscana, Umbria
RIALTO S.p.A.	Emilia Romagna, Lombardia, Piemonte
L'ABBONDANZA S.r.l.	Marche, Toscana, Umbria
MAXI DI S.r.l.	Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Lombardia, Piemonte, Toscana, Valle d'Aosta, Veneto
MEGAMARK S.r.l.	Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia
SUPER ELITE S.p.A.	Lazio, Marche, Umbria
SUPEREMME S.p.A.	Sardegna
UNICOMM S.r.l.	Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Veneto

La rete commerciale, composta da **2.329** unità, per oltre 2,1 milioni di m² di superficie di vendita, riesce a presidiare capillarmente tutta la Penisola, con punti di vendita in ben **80** province.

PUNTI VENDITA E INSEGNE PER REGIONE



Totale complessivo dei punti vendita **2329**

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.

	2019		2018		2017	
	Num.	m ²	Num.	m ²	Num.	m ²
Ipermercati	33	202.244	34	207.609	34	206.527
Superstore e mini iper	86	254.375	77	229.510	81	242.732
Supermercati integrati	293	519.178	280	494.067	302	531.692
Supermercati	762	566.073	761	560.970	784	574.842
Superettes	356	98.012	355	97.888	381	103.675
Hard e soft discount	401	249.647	382	235.185	433	267.474
Mini mercati	316	33.889	314	33.659	450	45.036
Totale Punti Vendita al dettaglio	2.247	1.923.418	2.203	1.858.888	2.465	1.971.978
Cash and carry	82	214.174	84	214.134	81	213.344
Totale della rete distributiva	2.329	2.137.592	2.287	2.073.022	2.546	2.185.322

IL PIANO DI SVILUPPO 2020

Una rete in costante rinnovamento

Per il 2020 le Imprese del circuito Selex hanno importanti progetti di sviluppo su tutto il territorio nazionale. Sono 59 infatti le nuove aperture previste nel corso dell'anno per complessivi 83.734 m² di superficie di vendita e 81 le ristrutturazioni.

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 330 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 2020	Nuove aperture		Ristrutturazioni
	Num.	m ²	Num.
Superstore e Miniper	8	23.500	7
Supermercati	28	40.884	46
Superettes	1	290	-
Hard e Soft Discount	19	12.410	26
Totale Punti Vendita al dettaglio	56	77.084	79
Cash and Carry	3	6.650	2
Totale della rete distributiva	59	83.734	81

300 milioni di euro
stanziati per il piano di crescita



oltre 300 collaboratori
DEL GRUPPO COINVOLTI NELLA
FORMAZIONE EROGATA DALLA
CENTRALE SELEX

23.000 ore di formazione
EROGATE DALLE IMPRESE
SOCIE AI PROPRI DIPENDENTI

61%
OCCUPAZIONE
FEMMINILE

le PERSONE

LE NOSTRE PERSONE	24
LA CULTURA DELLA FORMAZIONE	25
ATTIVITÀ E PROGETTI delle Imprese Associate	28
L'ATTENZIONE VERSO LE DONNE	29

30%
GIOVANI
ASSUNTI NEL
2019 SOTTO I
30 ANNI



LE NOSTRE PERSONE

Il valore della collaborazione



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;

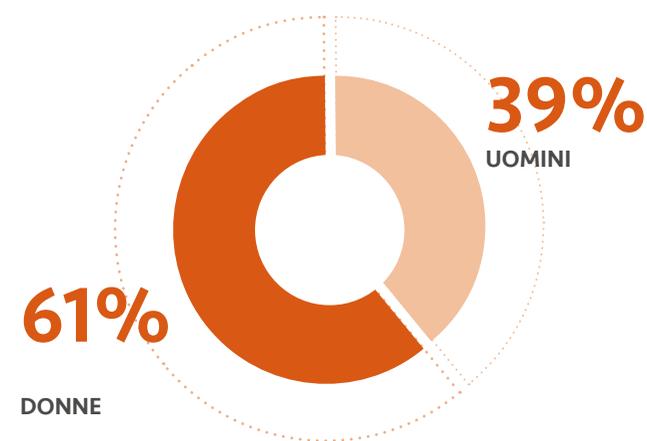
- ▶ si impegnano affinché venga prestata particolare attenzione allo sviluppo di giovani talenti;
- ▶ garantiscono il rispetto delle pari opportunità;
- ▶ promuovono iniziative volte ad aiutare le categorie più svantaggiate;
- ▶ investono il proprio impegno per garantire ai propri dipendenti un ambiente 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.

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 25.212² dipendenti in tutta Italia, di cui il 61% sono donne.

DISTRIBUZIONE DELLA POPOLAZIONE PER GENERE



² Il numero è stato calcolato sommando i dati forniti dalla Centrale Selex e dalle Imprese Associate al 31.12.2019, con esclusione di 2 Imprese su 12. Si stima che il numero di collaboratori del Gruppo Selex sia, dunque, pari a 31.000 persone.

LE IMPRESE ASSOCIATE

Dipendenti per genere (personale assunto a tempo indeterminato e a tempo determinato)	2019
Uomini	9.853
Donne	15.307
Totale	25.160

LA CENTRALE SELEX

L'organico della Centrale Selex è rimasto quasi invariato rispetto a quello dello scorso anno, con 52 dipendenti, di cui il 42% donne.

Dipendenti per genere (personale assunto a tempo indeterminato e a tempo determinato)	2019	2018
Uomini	30	29
Donne	22	23
Totale	52	52

Dipendenti per fasce di età	2019	2018
Meno di 30 anni	3	3
Tra 30 e 50 anni	23	24
Maggiore di 50 anni	26	25

Dipendenti per tipologia contrattuale	2019	2018
Tempo indeterminato	52	50
Tempo determinato	0	2

Per la redazione del Bilancio Sociale 2019, si è deciso di inserire un nuovo indicatore riferito al numero dipendenti del Gruppo Selex, ovvero il **numero di dipendenti assunti nel corso dell'anno** (dall'1.01.2019 al 31.12.2019), suddiviso per fasce d'età. Lo scopo è capire quanto il Gruppo Selex contribuisce all'occupazione e, in particolare, all'inserimento di giovani in azienda.

I dati mostrano che la percentuale maggiore di nuovi assunti, pari al 54%, 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 30%.

Dipendenti assunti nel 2019 per fasce di età	Centrale Selex	Imprese Socie ³	Totale
Meno di 30 anni	0	1741	1741
Tra 30 e 50 anni	1	3436	3437
Maggiore di 50 anni	0	1166	1166
Totale	1	6343	6344

³ L'informazione, aggiornata al 31.12.2019, è stata resa disponibile da 9 Imprese Associate su 12

LA CULTURA DELLA FORMAZIONE

Per 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 (su temi quali pricing management, rapporto con il cliente, servizi digitali, public speaking) che, nel 2019, hanno coinvolto in totale oltre 300 partecipanti.

LA FORMAZIONE OFFERTA DALLA CENTRALE SELEX

Tema	Partecipanti	Numero di ore di formazione
Seminario Gerenti	33	18
Giornata Studio Rapporto con Cliente	12	6
Giornata studio Gastronomia	21	6
Giornata Studio Cluster Carne	15	6
Giornata di Studio Ortofrutta	15	6
Top Selex	56	12
Giornata di Studio RSI	10	6
Giornata Studio Follow Up Gerenti	21	6
Seminario Web	10	12
Seminario Acquisti	23	12
Seminario Vendite	53	12
Giornata di Studio CRM	13	6
Seminario Category Management	11	12
Corso di Public Speaking	12	16
Giornata di Studio Non Conformità Prodotto	10	6
Totale	315	

Formazione erogata dalla Centrale per
oltre 300 collaboratori del Gruppo.
Media di 9 ore di formazione per
collaboratore



Ad integrazione della formazione offerta 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 2019 è stata somministrata una formazione molto eterogenea, che spazia dai corsi di comunicazione, antincendio, leadership ed Excel, fino a corsi di consulenza molto più mirati a seconda dei reparti del punto vendita: consulenza gastronomica, gestione della carne e del pesce nei magazzini, corretta predisposizione del reparto ortofrutta, gestione dell'inventario etc.

Formazione integrativa per
quasi **12.000** collaboratori del
Gruppo

Oltre **23.000** ore totali di
formazione erogate dalle
Imprese Associate ai propri
dipendenti

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 12.000 collaboratori**, per una **durata totale di oltre 23.000 ore di formazione**⁴.

⁴ Le informazioni, aggiornate al 31.12.2019, sono state rese disponibili da 8 Imprese Associate su 12

ATTIVITÀ E PROGETTI delle Imprese Associate

CE.DI.MARCHE

CRESCITA PROFESSIONALE DIPEDENTI

Ce.Di.Marche ha attivato dei percorsi formativi a favore dei dipendenti dei propri punti vendita diretti per dare la possibilità di perseguire una crescita professionale a tutti coloro che hanno dimostrato interesse e voglia di migliorare. I percorsi, fruiti gratuitamente da parte dei partecipanti, si caratterizzano per delle attività teoriche e pratiche, tenute sia in aula che all'interno dei punti vendita. Nel 2019 il progetto ha coinvolto circa 50 persone, per una media di 20 ore di formazione a individuo.

DIMAR

TALENTI LATENTI PER PROMUOVERE LO SVILUPPO DEL WELFARE AZIENDALE

L'idea alla base dell'iniziativa è la sperimentazione di un nuovo modello di welfare che coinvolga più soggetti territoriali, costruendo una "rete" d'impresе pubbliche e private. Attraverso questo progetto si intende proporre iniziative di welfare a vantaggio dei dipendenti e delle loro famiglie, attraverso la sinergia con gli attori pubblici del territorio (ASL, Enti Gestori, Comuni). Il fulcro del progetto prevede l'attivazione di un programma di percorsi formativi e informativi al fine di intercettare e arginare le aree di vulnerabilità delle famiglie prima che si trasformino in fragilità. Alcuni settori di intervento sono, ad esempio: welfare aziendale, genitorialità, bilancio familiare, conciliazione tempo-lavoro e sostegno alla maternità, fondi sanitari integrativi, consumo sano e consapevole, benessere personale e sociale, lotta alle dipendenze. Queste attività sono state divulgate per tramite di volantini e comunicazioni sui social.

RIALTO (IL GIGANTE)

INSERIMENTO DI PERSONE CON DIFFICOLTÀ ECONOMICHE

Nel corso del 2019, Il Gigante ha deciso di aumentare il suo impegno nel sociale andando incontro alle necessità delle persone più in difficoltà. Per questo motivo, ha deciso di assumere a tempo determinato 138 persone, privi di un'occupazione e al termine della cassa integrazione, provenienti da 4 supermercati rilevati da un'altra catena distributiva. Attraverso questa iniziativa è stata riattivata la professionalità di queste persone ed è stato permesso loro di integrarsi completamente in azienda.

MEGAMARK

VACANZE STUDIO

Il Gruppo - attraverso la Fondazione Megamark - promuove viaggi studio all'estero riservati ai figli dei collaboratori che hanno frequentato il primo anno di scuola superiore. Il proposito dell'iniziativa è quello di permettere loro di migliorare la conoscenza e l'uso della lingua inglese.

UNICOMM

50 ANNI CON I DIPENDENTI

Nel 2019, Unicomm ha festeggiato i suoi primi 50 anni di vita e, per celebrare il suo anniversario, ha distribuito una lettera a tutti i suoi dipendenti nella quale li informava delle opportunità ed iniziative ad essi riservate e pensate per l'occasione. Tra queste, c'è Unicommunity, una sezione esclusiva del sito Unicomm creata appositamente come area riservata ai dipendenti del gruppo per migliorare la comunicazione interna. L'iscrizione a questa area ha permesso ai propri dipendenti di accedere direttamente al concorso "Ognuno di noi è Unicomm", con in palio 1.200 premi in buoni spesa dal valore di 25 euro. Ma non solo: Unicomm ha messo a disposizione e consegnato oltre 80 borse di studio ai figli dei collaboratori che si sono distinti per merito scolastico, ha attivato convenzioni con realtà culturali e ricreative riservate ai dipendenti e ha destinato ai neo genitori che lavorano in azienda un "Bonus Bebé".

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, tra cui 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 e consorzi specializzati. Grazie agli organi competenti, è stato possibile testare le capacità e i comportamenti di questi individui sul campo lavorativo, con l'obiettivo di offrire loro posti di lavoro stabili.

MEGAMARK - LE MAMME E I BEBÉ

Con il progetto "Più tempo per le mamme" il Gruppo Megamark ha deciso di offrire un mese in più di maternità rispetto a quanto prevede la normativa vigente, regolarmente retribuito, a tutte le neo-mamme impiegate nei supermercati A&O, Dok e Famila e negli uffici dell'azienda. A questa iniziativa è affiancato il progetto "Bonus Bebé", con il quale viene assegnato ai neo genitori - collaboratori del Gruppo - un sostegno di circa 1.000 euro per il primo anno di vita del neonato.

SUPEREMME - SUPPORTO ALLA MATERNITÀ

Per tutte le dipendenti neo mamme è stata progettata un'attività di supporto alla maternità che può essere attivata direttamente su richiesta del dipendente. Si tratta di una consulenza telefonica o personale che riguarda la gestione delle pratiche burocratiche, delle visite medico - aziendali e, ad esempio, lo smaltimento delle ore residue.

UNICOMM - PER UN'OCCUPAZIONE EQUA

All'interno delle iniziative "Unicomm riempi il tuo carrello di valori", l'azienda è stata lieta di raccontare ai propri clienti il suo impegno per il sociale e, in particolare, per una equa e giusta occupazione. Unicomm sostiene l'occupazione femminile e giovanile e, degli oltre 7.000 dipendenti del Gruppo, il 64% sono donne e il 20% sono giovani con meno di 35 anni. Inoltre, l'azienda ha predisposto il programma di "buoni bebè" per tutte le mamme e i papà che hanno dato alla vita o adottato un bambino.



più di 5.000 prodotti
A MARCHIO SELEX

872 milioni di euro
FATTURATO VENDITE
PRODOTTI A MARCHIO

80%
SVILUPPO DEL CANALE
E-COMMERCE IN UN ANNO

I CLIENTI

IL CLIENTE AL CENTRO	32
CosìComodo: IL CANALE E-COMMERCE "CLICCA E RITIRA"	33
I PRODOTTI A MARCHIO	34
LA RELAZIONE CON I CLIENTI	44
LA TUTELA DEL POTERE D'ACQUISTO	45
ATTIVITÀ E PROGETTI delle Imprese Associate	46
L'ATTENZIONE VERSO LE DONNE	47



IL CLIENTE AL CENTRO

La qualità come fattore di successo



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.

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 affiancata 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.

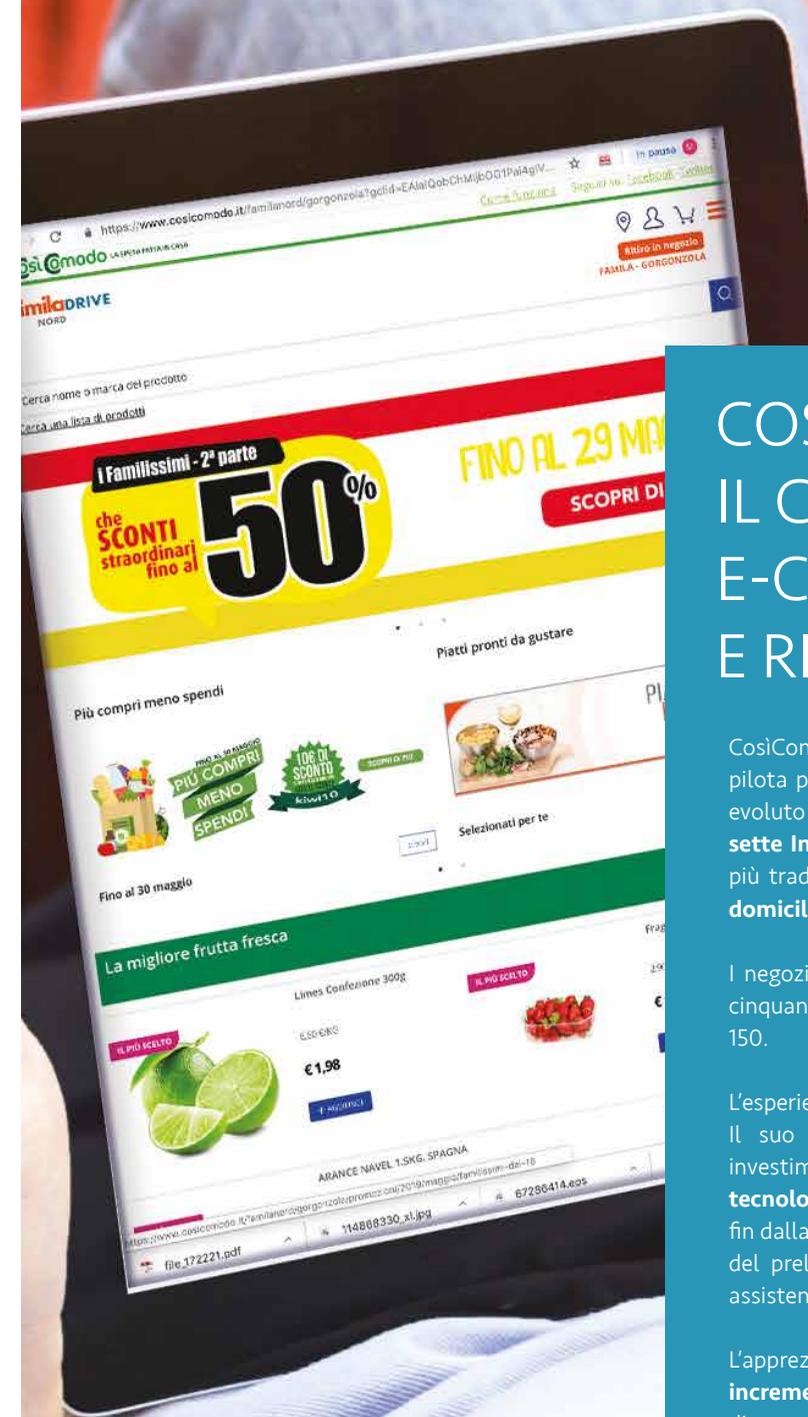
La **territorialità e l'attenzione alle filiere** sono tra i principali fattori di successo delle Imprese Associate al Gruppo. La presenza di marche locali e di un vasto assortimento di specialità gastronomiche provenienti direttamente dal territorio permette infatti al Gruppo di offrire i migliori prodotti 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, di stagione e frutto di una scrupolosa selezione in base a elevati criteri di qualità, sicurezza e convenienza.

Per assicurare il rispetto di questi standard, vengono periodicamente rivisti e integrati i capitolati di acquisto anche tramite il lavoro del **Servizio Assicurazione Qualità** della Centrale Selex che verifica la conformità alle normative e realizza attività di audit sui fornitori e analisi e controlli sui prodotti. Almeno una volta l'anno oltre l'80% dei prodotti alimentari viene sottoposto a scrupolosi controlli che utilizzano più di 20.000 parametri analitici di valutazione.

L'attività di assicurazione qualità, svolta tramite **controlli puntuali e rigorosi**, avviene a rotazione su tutti i prodotti a marchio. In caso di segnalazioni di non conformità, l'azienda prende in carico tempestivamente la richiesta e attiva le procedure interne ideali alla risoluzione del problema in concerto con i propri fornitori.

Come negli altri anni, anche nel 2019 le segnalazioni di non conformità registrate sono state un numero molto ridotto e possono quindi essere considerate fisiologiche.

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.



COSÌ COMODO: IL CANALE E-COMMERCE "CLICCA E RITIRA"

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 superano la cinquantina mentre i CAP serviti in modalità "a casa" sono oltre 150.

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 fino alla consegna, con sistemi di assistenza e instradamento della delivery.

L'apprezzamento dei clienti si è tradotto in un **costante incremento nella fedeltà all'utilizzo del servizio** che, a parità di negozi, ha registrato, sull'anno precedente, una **crescita del fatturato del 25% con uno sviluppo dell'80%**. La sempre crescente domanda da parte dei consumatori ha anche sancito il ruolo dell'eCommerce come **strumento per acquisire nuovi clienti** per l'insegna, alla ricerca di servizio, innovazione, attenzione alle esigenze, offerta e comodità.

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 **più di 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 2019 ha visto un fatturato alla vendita di 872 milioni di euro, un numero molto significativo che spiega come i marchi del distributore rappresentino uno dei cardini della strategia di sviluppo del Gruppo anche per il 2020. 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)

	2019	2018	2017
Retail	797	740	707
Cash and Carry	75	74	74
Totale	872	814	781

Prodotti a marchio SELEX

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



NUMERO REFERENZE PRODOTTI A MARCHIO
DISTINTI PER LINEA

Prodotti a marchio SELEX	2019	2018	2017
SELEX BASE	2.441	2.503	2.613
SAPER DI SAPORI	171	140	109
NATURA CHIAMA SELEX	213	206	150
NATURA CHIAMA ECO	20	-	-
CASA BELLA	254	-	-
PRIMI ANNI SELEX	53	55	82
VEGETALE 100% SELEX	13	13	13
VIVI BENE SELEX	70	66	53
VIVI BENE SELEX SENZA GLUTINE	18	19	17
EGO SELEX	39	-	28
AMICO MIO SELEX	81	77	76
Totale	3.373	3.079	3.141

SELEX - Prodotti Selex

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



SAPER DI SAPORI - Il meglio di Selex

Saper di Saperi è il marchio riservato all'alta qualità e alle tipicità legate al territorio sotto il quale Selex ha riunito le migliori specialità alimentari. Un'offerta di 170 prodotti, a firma "il meglio di Selex", che accompagna alla scoperta delle eccellenze che la cucina italiana ha da offrire. Ma la ricerca non si ferma qui: Saper di Saperi propone anche alcune delle eccellenze estere come il pregiato salmone scozzese.



NATURA CHIAMA SELEX - Prodotti biologici ed a filiera controllata

Una linea dedicata al massimo rispetto del delicato equilibrio fra uomo e natura, Natura Chiama Selex offre prodotti ortofrutticoli da filiera controllata, coltivati con sistemi a lotta integrata, e prodotti ottenuti con materie prime da agricoltura biologica. Ma non si tratta solo di frutta e verdura. L'assortimento di Natura Chiama Selex Filiera di Qualità Controllata comprende anche il pollo e tacchino senza antibiotici e le uova fresche, da allevamenti italiani che non utilizzano antibiotici dalla nascita e da galline allevate a terra, la cui alimentazione è esclusivamente vegetale e OGM free.



NATURA CHIAMA SELEX ECO - La linea per una pulizia amica dell'ambiente

La nostra linea per una pulizia amica dell'ambiente. Comprende detersivi per il bucato, per la casa e per la lavastoviglie contenenti tensioattivi esclusivamente di origine vegetale, materie prime naturali, biodegradabili senza fosfati, e sono confezionati in flaconi di plastica riciclati. Tutti i prodotti sono certificati Ecolabel, marchio di qualità dell'Unione Europea che ne garantisce il ridotto impatto ambientale durante l'intero ciclo di vita. Per contrastare l'uso della plastica, ha visto la luce anche una linea Natura Chiama Selex Eco di monouso compostabile, che comprende piatti, bicchieri e posate.



CASA BELLA - La linea dedicata alla tua casa

Un ambiente sano e pulito è essenziale per vivere bene e con serenità. Casa Bella Selex è la linea pensata per la casa con prodotti che ti aiuteranno ogni giorno nella gestione domestica con tovaglioli colorati, detersivi per la cucina, per il bagno e per il bucato. Per una casa sempre perfetta, come te.



PRIMI ANNI SELEX - La linea biologica per bambini da 0 a 3 anni

È la linea specialistica nata per assicurare ai più piccoli una crescita sana e sicura. I prodotti alimentari che compongono l'assortimento sono infatti preparati esclusivamente con materie prime biologiche. Dagli omogeneizzati di carne e di frutta ai biscotti, dai nettari di frutta alle pastine, alle farine di riso. La linea comprende anche articoli per la cura e l'igiene, dermatologicamente testati dalla clinica dell'Università degli Studi di Ferrara per rispettare la pelle delicata dei piccoli: pannolini, salviettine, pasta baby, olio e detersivi.



VEGETALE 100% SELEX - La linea dedicata a vegetariani e vegani

Vegetale 100% Selex è la linea di prodotti senza ingredienti di origine animale. La linea comprende ad esempio alimenti a base di fagioli di soia o di glutine di grano che, oltre a essere ricchi di proteine e poveri di grassi, sono la base della cucina vegana e vegetariana.



VIVI BENE SELEX - La linea del benessere

Vivi Bene Selex è la linea di prodotti salutistici, per stare bene e in forma ogni giorno. Una linea completa di prodotti con precise funzioni e proprietà, una scelta di qualità per offrirti ogni giorno un po' più di benessere, senza rinunciare al gusto. Come il burro a ridotto contenuto di colesterolo, i cereali per la prima colazione ricchi di fibre, gli yogurt probiotici, le tisane depurative, gli snack bio, gli affettati light, i gelati senza zuccheri o bevande a base di soia. Tutti i prodotti sono studiati per soddisfare, in ogni momento della giornata, le esigenze nutrizionali di un consumatore attivo e dinamico, attento alla salute e all'alimentazione.



VIVI BENE SENZA GLUTINE SELEX - La linea dei prodotti senza glutine

Dedicata ai celiaci e a chi ha problemi di sensibilità al glutine, la nuova linea Vivi Bene Senza Glutine Selex comprende prodotti che contribuiscono a rendere più facile e sicura la loro vita. La linea comprende ad esempio pane, biscotti, pasta e pizza. Le confezioni sono contraddistinte dal marchio Spiga Barrata che individua gli alimenti per i quali sia stata accertata l'idoneità al consumo da parte dell'Associazione Italiana Celiachia. I consumatori possono richiedere il rimborso del prezzo di acquisto secondo le disposizioni previste dalle singole regioni.



EGO SELEX - Beauty Care

Ego Selex è la linea dedicata alla cura del corpo, del viso e dei capelli. I suoi prodotti sono dermatologicamente testati e pensati per regalare momenti di benessere durante la beauty care quotidiana ed esaltare e proteggere la nostra bellezza.



AMICO MIO SELEX - La linea per gli amici a 4 zampe

Amico Mio Selex è la linea dedicata alla nutrizione e al benessere dei nostri amici a quattro zampe. Offre una vasta gamma di prodotti pensati per le necessità di cani e gatti: deliziose crocchette e prodotti alimentari senza coloranti e no cruelty tested. Per le esigenze più specifiche c'è Amico Mio Selex Expert, un'ampia proposta di prodotti alimentari diversificati per età, razza e stile di vita.



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 oltre 1.000 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 SELEX	2019	2018	2017
VALE BASE	902	931	970
VALOR	53	52	45
LA NATURA VALE	100	84	82
STAR BENE VALE	8	21	10
STAR INSIEME VALE	36	-	-
Totale	1.099	1.088	1.107

VALE - Prodotti VALE

Con circa 1.000 prodotti, il marchio Vale offre la massima scelta in tutti i reparti, a prezzi sempre convenienti. Alimentari, freschi e conservati, prodotti di drogheria, una scelta completa di articoli per l'igiene e la bellezza, e poi tutto per la pulizia della casa e a tanti altri articoli che risolvono le necessità di ogni giorno. Una selezione accurata delle aziende fornitrici, la verifica puntuale degli standard di produzione e i numerosi e scrupolosi controlli garantiscono l'elevata qualità e la massima sicurezza.



VAL'OR



VAL'OR - Linea premium

La linea Val'Or è il risultato di un'accurata selezione delle eccellenze alimentari delle nostre regioni, frutto dell'esperienza e della sapienza di antiche lavorazioni artigianali.

La Natura VALE - Prodotti biologici ed a filiera controllata

La Natura Vale è la linea dedicata ai prodotti ottenuti esclusivamente con materie prime da agricoltura biologica e da prodotti ortofrutticoli di filiera controllata. Per i primi gli agricoltori utilizzano, dunque, 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. Per i secondi, invece, si ricorre ad adottare un insieme rigoroso di regole e di controlli basati sulla sicurezza alimentare e la tracciabilità.

La Natura VALE



Star Bene VALE - la linea del benessere

Star Bene Vale, è la linea di prodotti pensata per chi desidera mangiare in modo bilanciato preservando la propria forma fisica. Una completa proposta di prodotti per un'alimentazione equilibrata senza rinunciare al gusto e con il giusto apporto di fibre, vitamine e zuccheri. Per in ogni momento della giornata, all'insegna del benessere in tavola, per star bene e in forma.

StarBene VALE



Stare Insieme VALE - La linea amica di cani e gatti

I prodotti alimentari Star Insieme VALE sia per cane sia per gatto, sono suddivisi per taglie ed età e preparati con ingredienti selezionati, senza coloranti e no cruelty tested, per una proposta di qualità amica degli animali e rispettosa delle loro diverse esigenze. Si affianca alla proposta di base, Star Insieme VALE/Expert, un assortimento di prodotti alimentari diversificati oltre che per età, razza e peso, anche per stile di vita. Vale ha pensato anche a cani e gatti in sovrappeso, con gli alimenti Expert light, così come a quelli più anziani (Expert senior).

Stare Insieme VALE



Gli altri prodotti a marchio

NUMERO REFERENZE PRODOTTI A MARCHIO DISTINTI PER LINEA

Prodotti a marchio DI FANTASIA	2019	2018	2017
HAPPY DI	64	74	81
ARMONIA & BENESSERE	82	65	64
ARMONIA & BENESSERE BIO	18	-	-
CASAXCASA	33	33	28
LE VIE DELL'UVA	71	73	58
LA BONTÀ DEL PASTICCIERE	10	10	10
STORIE DI GASTRONOMIA	12	12	14
TOTALE	290	267	255

HAPPY DÌ

Segui il simbolo del sorriso e troverai il risparmio. Così infatti si riconoscono i prodotti Happy Dì, una linea diventata in poco tempo sinonimo di prezzi bassi. Per una spesa quotidiana ancora più conveniente. La linea è composta sia da prodotti alimentari che da igiene e detergenza.



LA BONTÀ DEL PASTICCIERE

È il marchio dedicato ai dolci più amati delle festività: panettone e colomba (con e senza canditi) e pandoro. Pandoro e panettone anche farciti al cioccolato. Panettone e colomba sono proposti anche nella confezione incartata a mano. Gli ingredienti dei dolci Le Bontà del Pasticciere sono attentamente selezionati e controllati. Farina di frumento, ottenuta dalla macinazione dei migliori grani, burro, zucchero, scorze d'arancia, uva sultanina, lievito naturale, uova fresche, cioccolato di qualità.



LE BONTÀ DEL PASTICCIERE.

ARMONIA & BENESSERE

La pelle ha un nuovo alleato: Armonia & Benessere, la linea di prodotti per la cura e la bellezza del corpo che coniuga l'efficacia dei più innovativi principi attivi ad aromi che coinvolgono ogni senso. Dalle creme viso e corpo ai saponi e ai solari, da quelli per la cura dei capelli ai prodotti specifici per l'uomo, ai deodoranti, messi a punto da aziende leader nella cosmesi di alto livello e testati per ogni esigenza della pelle.



ARMONIA & BENESSERE BIO

L'armonia con sé stessi passa anche attraverso l'armonia con la natura. Ecco perché Armonia & Benessere è anche Armonia & Benessere Bio, la linea di prodotti cosmetici di alta gamma realizzata con materie prime di origine vegetale ed estratti biologici, dermatologicamente testata per pelli sensibili e certificata Bios.



LE VIE DELL'UVA

L'esclusiva linea di vini è composta oggi da 73 etichette di qualità, attentamente selezionate in ogni regione fra i migliori produttori. Vini Doc, Docg, Igt e Igp rappresentativi della ricca e variegata "cantina Italia", testati e attentamente selezionati da esperti che ne valutano qualità e caratteristiche organolettiche. Bianchi, rossi, rosati, spumanti: la scelta spazia su un ampio panorama di vitigni. Alla linea tradizionale è stata affiancata un'offerta di prodotti biologici per rispondere ai bisogni dei consumatori più attenti.



STORIE DI GASTRONOMIA

E' la linea premium dedicata al mondo della gastronomia, in particolare salumi e formaggi. Freschezza e genuinità si uniscono alla particolare lavorazione a mano e allo stretto legame con il territorio. I prodotti "Storie di Gastronomia" sono confezionati in Atmosfera Modificata (ATM), una tecnologia che consente di mantenere le proprie caratteristiche a lungo.



CASA X CASA

È una linea dedicata al mondo del tessile, in cui prevale il legame con la stagionalità e con la moda, tant'è vero che colori e fantasie dei prodotti mutano di anno in anno in base alle tendenze del momento. Comprende capi di biancheria per bagno, cucina e letto: dagli accappatoi ai teli mare, dagli asciugamani alle tovaglie, dalle lenzuola ai trapuntini, singoli e matrimoniali.



Prodotti SÙ e VANTO

Oltre 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	2019	2018	2017
Prodotti Sù	385	388	407
Prodotti Vanto	237	238	250
TOTALE	622	626	657



oltre **600 prodotti**
per il mondo della
HO.RE.CA

LA RELAZIONE CON I CLIENTI

Aperti all'ascolto e alla **comunicazione**

Numero Verde
800 992 992



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 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.

LA TUTELA DEL POTERE D'ACQUISTO

Sempre vicini alle famiglie

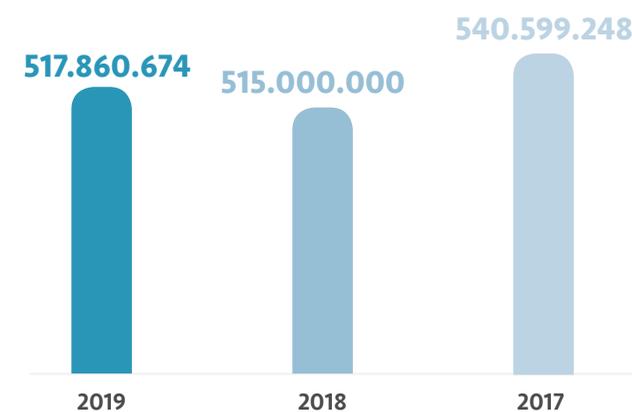
TRA GLI OBIETTIVI PRIMARI DEL GRUPPO VI È SENZA DUBBIO LA DIFESA DEL POTERE D'ACQUISTO DELLE FAMIGLIE.

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 2019 hanno permesso un risparmio di quasi 518 milioni di euro ai clienti.**

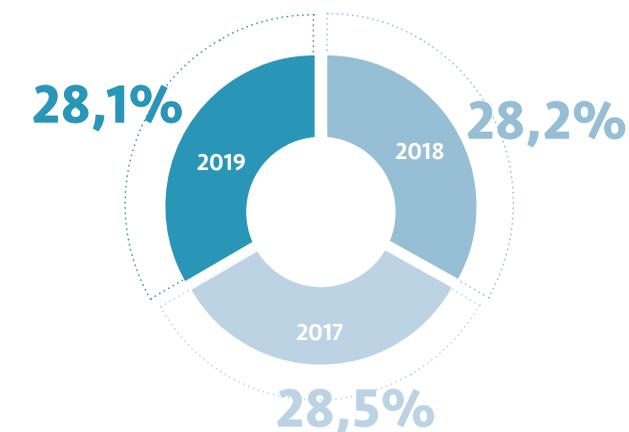
Un altro importante indicatore che misura l'impegno nella tutela del potere d'acquisto della clientela è la pressione promozionale, ossia l'incidenza dei prodotti venduti in promozione sul totale delle vendite. **La pressione promozionale nel 2019 è stata pari al 28,1%**, perfettamente in linea con l'anno precedente.

LA CONVENIENZA IN NUMERI

RISPARMIO DELLE FAMIGLIE ITALIANE
2017 - 2019 (in euro)



LA PRESSIONE PROMOZIONALE



ATTIVITÀ E PROGETTI delle Imprese Associate

CE.DI.MARCHE

FOCUS FORMATIVI E INFORMATIVI

Durante l'anno 2019 nei punti vendita Ce.Di.Marche è stato distribuito del materiale informativo relativo ai prodotti freschi che i clienti potevano visionare sul punto vendita o portare direttamente a casa. Si tratta tipicamente di piccoli fascicoli pieghevoli, contenenti informazioni nutrizionali, consigli sull'uso e la corretta conservazione degli alimenti, ricette ed altre curiosità. Oltre a questo, alcuni punti vendita hanno organizzato degli incontri alla presenza di un esperto, con una selezione di clienti, volti a far conoscere alcune famiglie di prodotti (es. i prosciutti, l'olio...). L'obiettivo ultimo di queste iniziative è di aiutare i clienti di fare scelte di acquisto consapevoli e appropriate alle proprie esigenze, utilizzare al meglio i prodotti acquistati e, di conseguenza, ridurre gli eventuali sprechi casalinghi.

DIMAR

IL COINVOLGIMENTO DEI CLIENTI

Dimar si impegna da sempre a comunicare e coinvolgere i propri clienti rispetto ai progetti e alle iniziative che intende perseguire e sostenere. Nel corso del 2019, ad esempio, i clienti sono stati informati su tutti i progetti di Responsabilità Sociale del gruppo: collaborazione con il Banco Alimentare per la donazione dei beni in scadenza con cadenza settimanale, promozione del progetto "Tutti per la scuola", comunicazione e sponsorizzazione dei prodotti locali "Da noi a noi" tramite promozioni speciali e campagne informative sui produttori locali. Inoltre, in base alle criticità dei negozi, Dimar si impegna ad effettuare indagini di soddisfazione dei propri clienti. Nel 2019, ad esempio, è stata condotta un'indagine per la nuova insegna "Animali che passione".

GMF

LOTTA ALLO SPRECO

Durante il 2019 GMF ha 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 scontare che buttare" ha previsto l'applicazione di sconti per tutti quei prodotti vicino alla scadenza, evidenziando che la possibilità di acquisto e consumazione dei prodotti può essere fatta fino all'ultimo giorno indicato sulla confezione. "Meglio un grande sconto che un grande spreco" prevede l'applicazione del 50% di sconto sui prodotti cotti di giornata al banco Gastronomia e, infine, "il pane del giorno prima è ancora buono" è il progetto con il quale GMF offre ai propri clienti il pane preparato il giorno prima dai forni locali a soli 0,49€/kg.

MEGAMARK

ACCANTO AL CLIENTE

Nei punti vendita del gruppo Megamark vengono programmate degustazioni di diversi prodotti con l'obiettivo di coinvolgere i clienti, fornire informazioni aggiuntive sui prodotti e creare un'esperienza di gusto unica e piacevole, che possa avvalorare la scelta di acquisto. Tramite i social media i clienti vengono spesso coinvolti con domande stimolanti, o con commenti sulle proprie esperienze d'acquisto e/o di consumo di prodotti. Inoltre, il Gruppo fornisce ai suoi clienti tutte le informazioni sul corretto utilizzo dei servizi dei punti vendita, come la spesa a domicilio o l'utilizzo buoni pasto; non manca la divulgazione di informazione rispetto alle specialità alimentari dei territori nazionali, dei prodotti offerti sugli scaffali e tutti i consigli su come cucinarli nel migliore dei modi.

RIALTO (IL GIGANTE)

L'ATTENZIONE AL CLIENTE PASSA ATTRAVERSO LE PICCOLE COSE, COME LA PRODUZIONE DEL PANE

Il Gigante ha deciso di attivare una nuova modalità di preparazione del pane, che prevede la selezione di materie prime italiane e, in modo particolare, la sostituzione del lievito di birra con il lievito madre italiano al 100%. Questo cambiamento ha permesso al Gruppo di garantire ai propri clienti una maggiore digeribilità e una freschezza prolungata. L'iniziativa è stata promossa tramite la diffusione di video informativi, all'interno dei punti vendita, relativi alla produzione del pane nelle differenti realizzazioni.

SUPEREMME

LABORATORIO PASTA FRESCA ARTIGIANALE

Nel 2019, Superemme ha lanciato il laboratorio di pasta fresca artigianale, un evento che si inserisce nel filone comunicativo del Gruppo Pan, il cui payoff "Sardi come voi" esprime al meglio quanto la sardità rappresenti uno dei valori fondamentali per il brand. Il Gruppo si sta rinnovando per proporre alla propria clientela un'offerta sempre più "sarda", naturale e meno industriale possibile, nonché sempre più vicina alla tradizione isolana. Seguendo questa filosofia l'evento consentiva ai clienti di imparare dai maestri del pastificio Arra e sperimentare con le proprie mani la chiusura dei culurgiones, tipica pasta sarda.

L'ATTENZIONE VERSO LE DONNE

IMPRESE ASSOCIATE

ASSORBENTI ULTRA ESSENZIALI SELEX

In occasione della Festa della Donna, Selex lancia l'iniziativa sociale "Assorbenti ultra Essenziali Selex" e, accanto ad essa, una promozione speciale, denominata "Assorbiamo l'iva", su tutti gli assorbenti a marchio Selex e il Gigante. Inoltre, per sensibilizzare le persone e condividere l'iniziativa con il pubblico del social network, in alcuni punti vendita del Gruppo, il giorno 8 marzo è stato organizzato un evento per presentare la "linea speciale", ovvero un make up di fantasia degli assorbenti a marchio, in cui la confezione si ispira ad un bene di prima necessità - gli spaghetti, il pomodoro, la farina, il pane a fette e il latte.

Questo tema è molto caro al Gruppo Selex e coinvolge direttamente le donne. Per la legge italiana, infatti, gli assorbenti non sono considerati un bene di prima necessità e su questi prodotti pesa un'IVA del 22%, invece del 4%, come per tutti i beni ritenuti indispensabili. L'obiettivo dell'iniziativa è stato quello di portare tutti i clienti delle Imprese Socie a supportare la petizione per la riduzione dell'IVA su tutti gli assorbenti donna.





1.000 punti vendita
HANNO ADERITO AL
PROGRAMMA COLLETTA
ALIMENTARE

1.468.759 kg
di cibo FRESCO NON
VENDUTO DONATI AL
PROGRAMMA SITICIBO

oltre 30.000 euro
DESTINATI ALLA
FONDAZIONE AIRC

IL TERRITORIO

L'IMPEGNO A FAVORE DELLE COMUNITÀ	50
ATTIVITÀ E PROGETTI delle Imprese Associate	55
L'ATTENZIONE VERSO LE DONNE	59

oltre 4 milioni
RISORSE INVESTITE DAL
GRUPPO SELEX PER
SOSTENERE INIZIATIVE
SUL TERRITORIO



L'IMPEGNO A FAVORE DELLE COMUNITÀ

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



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.

Nel 2019 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 2019, in particolare, il Gruppo Selex ha investito risorse per sostenere iniziative sul territorio per oltre **4 milioni di euro** a supporto di enti del Terzo Settore per attività sportive, culturali e sociali.

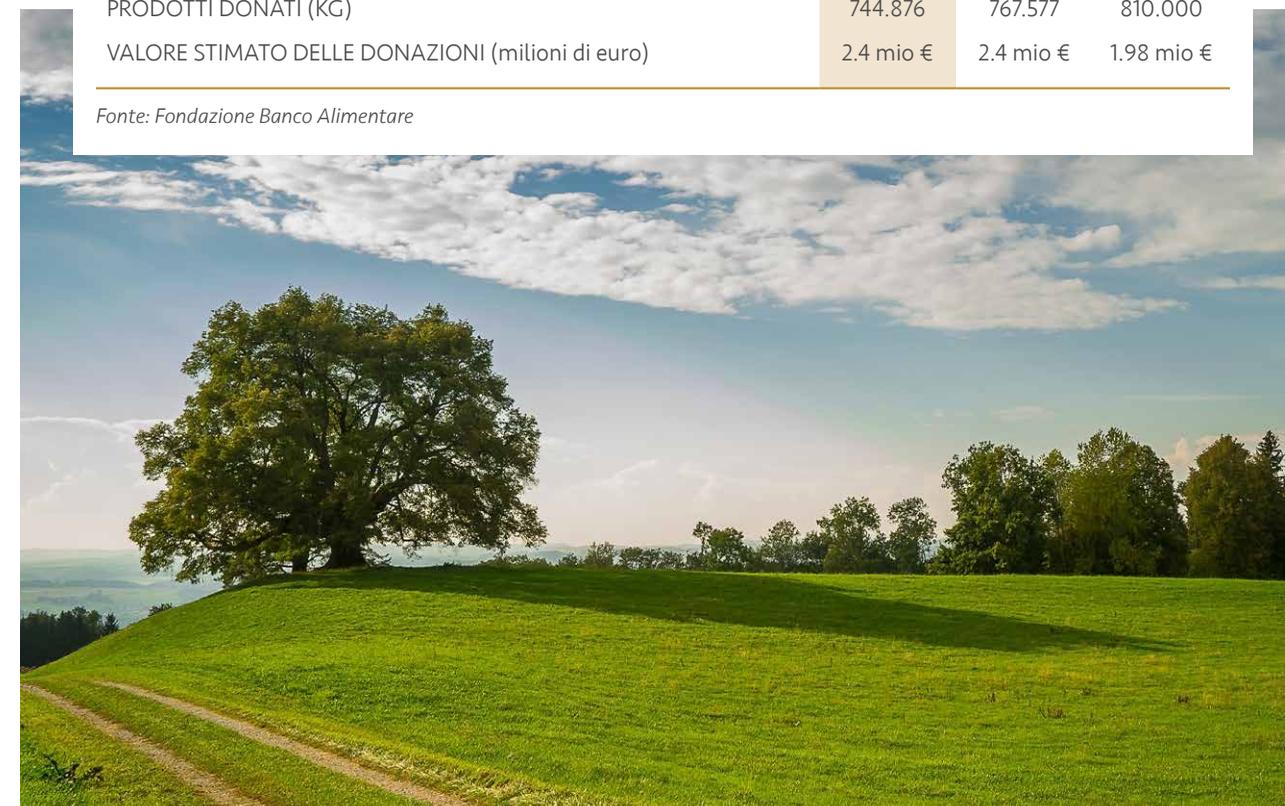
La Colletta Alimentare

Selex da anni sostiene le iniziative del Banco Alimentare che fornisce ogni giorno fornisce cibo a circa 8.000 strutture caritative che aiutano oltre un milione e mezzo di persone bisognose su tutto il territorio italiano.

Nel 2019 sono stati **1.000 i punti vendita** delle imprese del Gruppo che hanno aderito al programma di Colletta Alimentare, raccogliendo **744.876 kg** di prodotti alimentari per un valore complessivo di circa **2,4 milioni di euro**.

	2019	2018	2017
PUNTI VENDITA ADERENTI ALLA COLLETTA DI BANCO ALIMENTARE	1.001	1.022	1.063
PRODOTTI DONATI (KG)	744.876	767.577	810.000
VALORE STIMATO DELLE DONAZIONI (milioni di euro)	2.4 mio €	2.4 mio €	1.98 mio €

Fonte: Fondazione Banco Alimentare





Il Programma Siticibo

Alle attività delle collette, concentrate in precise giornate dell'anno, si affianca l'impegno quotidiano di molti punti vendita del Gruppo in Siticibo, programma della Fondazione Banco Alimentare che dal 2009 coinvolge imprese della Distribuzione Organizzata nel recupero di cibo cotto o fresco in eccedenza. 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 2019 ha evitato lo spreco di **1.393.430 Kg** di cibo fresco non venduto.

IMPRESE ASSOCIATE	2019	
	Kg complessivi	PDV
IL GIGANTE (Selex)	578.265	38
L'ABBONDANZA (Selex)	259.010	37
DIMAR (Selex)	74.099	77
ALI' (Selex)	469.083	40
G.M.F. Grandi Magazzini Fioroni (Selex)	12.973	1
Totale	1.393.430	193

Fonte: Fondazione Banco Alimentare

Inoltre, nel 2019, 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 **3 i Centri di Distribuzione che hanno aderito alla colletta**, evitando lo spreco di **75.329 Kg di cibo fresco non venduto**.

IMPRESE ASSOCIATE	2019	
	Kg complessivi	
IL GIGANTE (Selex)	23.794	
DIMAR (Selex)	24.072	
ALI' (Selex)	27.463	
Totale	75.329	

Fonte: Fondazione Banco Alimentare



Selex e AISLA, insieme per la prima biobanca dedicata alla ricerca scientifica

Un'importante attività che il Gruppo Selex ha deciso di sostenere a partire dal 2019 è quella a **supporto di AISLA, 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.



La SLA è 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. Grazie alla **donazione di 301.628⁵ euro** che il Gruppo Selex ha fatto a favore di questa iniziativa, è stato possibile inaugurare la prima Biobanca Nazionale per la conservazione dei tessuti biologici necessari alla ricerca dedicata alla SLA e aperta a tutti gli scienziati nel mondo.

⁵ Il CDA di Selex ha deliberato il finanziamento dell'avviamento del progetto BioBancaSLA fino al 2022. Lo stanziamento per il 2020 è pari a 50.000 euro.

Questa cifra è stata raccolta anche grazie alla campagna nazionale "Un gesto con il cuore per sostenere la ricerca contro la SLA", portata avanti in 700 punti vendita nel mese di maggio 2019, attraverso cui il Gruppo ha donato ad AISLA l'1% del venduto dei propri prodotti a marchio. Da parte del Gruppo Selex è stata garantita 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.

Questa campagna è stata veicolata nei mesi di maggio e giugno sui tutti i canali di comunicazione off- line e on-line del Gruppo Selex e ripresa anche dalla stampa nazionale e dai mezzi di informazione televisivi.

Il taglio del nastro della Biobanca nazionale SLA è arrivato in occasione del "Global Day", la Giornata mondiale sulla SLA che si celebra in tutto il mondo il 21 giugno per sollevare l'attenzione sui diritti delle persone con SLA e ha visto anche la partecipazione del Presidente del Consiglio Giuseppe Conte.



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 nel 2019 e, al 31.12.2019, **il progetto ha raggiunto l'adesione di 5.121 istituti scolastici** della scuola dell'infanzia e primaria.



Natale SELEX con Action for Children in Conflict

Continua **anche quest'anno la collaborazione tra il Gruppo Selex e AfCIC** - Action for Children in Conflict, una piccola ONG keniana che risponde alle esigenze dirette delle comunità, con molteplici azioni quotidiane a supporto delle persone più disagiate. Per creare un mondo di pari opportunità per tutti i bambini, AfCIC lavora direttamente con i bambini e ragazzi di strada, con la finalità di proteggerli, salvarli da malattie, fame, abbandono e abusi. Il programma di AfCIC promuove l'accesso alle pari opportunità, fornisce assistenza medica, supporto nutrizionale, sostegno psicologico e sociale ai bambini abbandonati e assicura alle donne e ai bambini, vittime di violenza domestica e abusi, di avere accesso alla giustizia.

Anche quest'anno, dunque, **Selex ha destinato la donazione di Natale 2019 a questa associazione** e ha deciso di sostenere AfCIC ad aiutare la Comunità di Thika, in Kenya, a sviluppare una produzione agricola sostenibile, attraverso la realizzazione di serre e la formazione delle famiglie, garantendo loro autonomia e capacità di autosostentamento.

AfCIC, infatti, si è impegnata nella formazione dei poveri agricoltori locali sui metodi di raccolta dell'acqua. Insieme hanno insegnato agli agricoltori le tecniche di agroforestazione e rimboschimento, lavorazione del terreno e produzione di letame composto da residui di cucina e rifiuti di mercato. Questo prezioso insegnamento permette di aumentare economicamente i loro standard di vita e la loro capacità di supportare i familiari. Inoltre, questa ONG istruisce i ragazzi delle piccole comunità su come risparmiare il denaro che guadagnano, come utilizzarlo in modo responsabile, come fornire un buon servizio clienti e come commercializzare la propria attività in modo efficace.



Selex al fianco di AIRC

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.

Grazie al supporto di 10 insegne, nel 2019 **Selex ha destinato al progetto più di 30.000 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 agli altri agrumi.

ATTIVITÀ E PROGETTI delle Imprese Associate

ALÌ PER IL SOCIALE

Ammonta a 43.594 € il contributo raccolto, attraverso il Concorso PremiAlì 2018-2019, a favore dei progetti sociali promossi in collaborazione con IOV, IOR, CUAMM, Banco Alimentare del Veneto ed ENPA. Quattro importanti realtà Venete e una Romagnola, impegnate, in modo diverso, a migliorare la qualità della vita: c'è chi sostiene la ricerca contro il Cancro, chi combatte contro la malnutrizione in Africa e porta avanti da sempre il motto "Prima le mamme e i bambini", chi quotidianamente garantisce un pasto a chi ne ha più bisogno e chi, infine, si prende cura degli amici a quattro zampe randagi o abbandonati. Tutte nobili cause sociali che Alì sostiene da anni: con soli 100 punti della carta fedeltà, infatti, è possibile donare a queste organizzazioni 1€ di contributo, che viene raddoppiato dal Gruppo Alì. Nel caso di Banco Alimentare, Alì tramuta i punti della carta fedeltà donati dai clienti in generi alimentari di prima necessità (passata di pomodoro, tonno in scatola, legumi, biscotti e fette biscottate).

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 22 punti vendita in cui il progetto di promozione sociale è attivo. Nel 2019 sono stati donati 111.000 euro a 316 associazioni locali.

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, 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 stati ritirati direttamente dall'associazione con cadenza giornaliera e successivamente distribuiti a scopo benefico.

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.

CE.DI.MARCHE IMPARIAMO A MANGIARE

L'iniziativa, avviata per la prima volta nel 2013 con le classi quarte di una scuola elementare, è centrata sulla divulgazione delle principali regole per una corretta alimentazione e di alcune informazioni semplici sugli alimenti. Da allora, ogni anno, il Gruppo riattiva questo progetto su diretta richiesta delle scuole del territorio e della cooperativa in collaborazione con i soci. Una parte della divulgazione avviene in aula, un'altra nel punto vendita. Anche nell'anno scolastico 2018/2019, i bambini delle scuole sono stati coinvolti in lezioni frontali sulla corretta alimentazione e sulla corretta lettura delle etichette, ai fini di avviarli ad una maggiore consapevolezza nella scelta dei cibi.

**CE.DI.MARCHE
RISORGIMARCHE**

RisorgiMarche è molto più di un festival, è un modo per regalare entusiasmo, emozione e senso di comunità a tutte le persone colpite dal terremoto; è un modo per godere di questa terra, camminando, prendendosi il proprio tempo e gettando lo sguardo verso le tante bellezze che delineano una regione veramente plurale, un modo per assaporare i prodotti creati con assoluta maestria da allevatori e agricoltori. È proprio in occasione di questo evento che il gruppo Ce.Di.Marche ha voluto donare all'associazione Anfass (Associazione Nazionale Famiglie di Persone con Disabilità Intellettiva e/o Relazionale) circa 4.000 bandane con il loro logo. Il materiale è stato venduto dai volontari Anfass durante i concerti e con il ricavato è stata portata a termine la realizzazione del progetto "La Casa nel Cuore", una struttura dove i ragazzi disabili potranno svolgere attività di lavoro protetto e sviluppare i loro talenti.

**DIMAR
DA NOI A NOI**

Il progetto si è basato sulla promozione di prodotti locali 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. Il progetto ha interessato tutti i punti vendita al dettaglio della Dimar nelle regioni Piemonte e Liguria e ha previsto audit specifici da parte di aziende specializzate sia sui fornitori per il controllo del rispetto del capitolato, sia sui punti vendita per il controllo della corretta gestione.

**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.

**GMF
SCUOLA**

GMF è attivo in ambito scolastico con i progetti "Tutti per la scuola", attraverso cui viene data la possibilità alle scuole di ricevere premi utili ai fini didattici e con "Un libro per l'estate", che prevede la donazione alle scuole primarie di alcune copie de "Il Piccolo Principe", per sostenere ed incoraggiare la lettura fin dalle scuole primarie. GMF, inoltre, ha donato periodicamente libri alla biblioteca di Gubbio per stimolare e sussidiare le associazioni culturali locali.

**GMF
SPORT E CULTURA**

GMF è attivo anche nel sostegno di iniziative in ambito culturale e sportivo, in particolare negli eventi di rilevanza nazionale nei territori nei quali è presente, come il "Todi Festival 2019", e nel sovvenzionamento di squadre sportive locali come "EMI Basket Gubbio", formata da più di 150 atleti.

**RIALTO (IL GIGANTE)
BANCO ALIMENTARE**

La collaborazione tra il Gigante e Banco Alimentare nasce nel 1999; da allora, ogni anno, la catena di supermercati partecipa alla Giornata Mondiale della colletta alimentare, che sensibilizza il consumatore verso il problema della povertà. In particolare, 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.

L'ABBONDANZA

IMPEGNO SOCIALE A SOSTEGNO DELLE TRADIZIONI LOCALI

L'Abbondanza promuove la cultura associata all'impegno sociale e lo fa accanto all'Associazione Italiana Persone Down, con la quale, ormai da anni, ha stretto un forte legame di collaborazione. Inoltre, L'Abbondanza sostiene l'Associazione Malattie Renali Città di Castello e, in particolare, il reparto di nefrologia e dialisi dell'ospedale di Città di Castello, al quale è stata indirizzata una donazione di 500 euro nel corso del 2019.

MEGAMARK

ORIZZONTI SOLIDALI

Il gruppo Megamark promuove - attraverso l'omonima Fondazione - un concorso finalizzato al finanziamento di iniziative di responsabilità sociale da svilupparsi in Puglia, con lo scopo di sostenere progetti che rientrino nell'ambito dell'assistenza, della sanità dell'ambiente e della cultura. Per i progetti vincitori viene stanziato un contributo complessivo di oltre 260.000 euro. L'edizione 2019 ha visto la realizzazione di 12 iniziative rivolte ai meno fortunati; tra queste iniziative, ad esempio, è stato finanziato l'allestimento di una stanza multi sensoriale dove 30 bambini, di cui 15 affetti dal disturbo dello spettro autistico, hanno potuto sperimentare la capacità di entrare in relazione e conoscere il mondo esterno attraverso i canali sensoriali, in uno spazio protetto e strutturato a dimensione di bambino; sono stati finanziati dei tirocini formativi per due ragazzi migranti con l'obiettivo di offrire loro le nozioni tecniche e pratiche per affrontare il lavoro agricolo e reimpiegare le competenze acquisite lavorando in una cooperativa su di un terreno confiscato alla mafia; è stato finanziato un laboratorio teatrale che ha coinvolto i bambini di 4 scuole elementari per spiegare e provare a debellare il fenomeno del vandalismo, o ancora, Megamark ha sostenuto la creazione di un'Accademy di formazione nel settore del food&beverage per giovani con disturbi pervasivi dello sviluppo e altre disabilità cognitive, con l'obiettivo di trasformare abilità pratiche e professionalizzanti finalizzate al loro inserimento socio - lavorativo.

MEGAMARK

SALINELLA VERDE

Il gruppo Megamark, attraverso la sua Fondazione omonima, ha messo a disposizione un finanziamento che verrà utilizzato da Legambiente nel corso di tre anni per riqualificare il quartiere Salinella a Taranto e, in particolare, per piantare nuovi alberi, sistemare nuovi arredi, realizzare percorsi interni pedonali e/o ciclabili, posizionare attrezzature ludico - ricreative, creare un'area di giochi inclusivi e completare i lavori con percorsi fitness e sensoriali. Un concreto contributo al rilancio della città di Taranto, maltrattata e ferita a livello ambientale dal caso ILVA.

SUPEREMME

LA TERRITORIALITÀ COME VALORE FONDAMENTALE

Superemme partecipa al Sardinia Food Award - gli Oscar delle eccellenze agroalimentari della Sardegna, un progetto che sposa appieno i valori dell'azienda: territorio, eccellenze, responsabilità sociali e famiglia. Durante la manifestazione, vengono consegnati degli oscar alle aziende vincitrici per ciascuna categoria che rappresentano l'eccellenza alimentare in Sardegna. I prodotti che hanno ricevuto il maggiore consenso sono stati inseriti negli assortimenti continuativi dei grandi supermercati, a vantaggio dei piccoli produttori locali che, altrimenti, non avrebbero avuto la possibilità di accedere alla GDO. Inoltre, sempre nell'ottica di sostenere il territorio, Superemme ha offerto una vetrina al Birrifico Lara, azienda sarda che ha creato una birra artigianale con l'obiettivo di sostenere progetti all'interno della comunità. Chi acquista questa birra infatti contribuisce allo sviluppo e al miglioramento del territorio. Il primo passo è stato la costituzione di un fondo alimentato dai proventi della vendita e destinato a finanziare progetti per i giovani, quali borse di studio e infrastrutture per l'aggregazione.

SUPEREMME

VICINO A TE

Superemme ha messo a disposizione un contributo pari a mille euro da destinare ad associazioni che realizzano progetti di utilità sociale nel territorio comunale di Oristano. Il cliente, per ogni spesa, ha ricevuto un gettone da depositare nell'urna del progetto preferito. Le tre associazioni coinvolte sono state una struttura veterinaria che si occupa di cura e assistenza ai randagi, una residenza diurna per disabili e malati di demenza o alzheimer e un centro anti violenza per le donne. Concluso il periodo definito, il contributo è stato ripartito tra le tre diverse associazioni in base alle preferenze accordate dai clienti.

UNICOMM

LATTE DONO DI VITA

Con l'intento di sostenere la Banca del Latte Umano Donato (BLUD), Unicommm ha coinvolto tutti i clienti i quali, attraverso l'acquisto dei prodotti Selex, hanno permesso la donazione del software JMILK. Questo software permette ai sanitari della Banca del Latte Umano Donato, dell'Azienda ULSS 8 Berica, di garantire in sicurezza il delicato processo di gestione e distribuzione del latte materno ai bambini prematuri della provincia.

UNICOMM

IL PROGETTO ORA BLU

Unicommm con il prezioso progetto "Ora Blu", che su questa scala non ha precedenti nel nostro Paese, 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 16:00 alle 18:00 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.

UNICOMM

RIEMPIE IL TUO CARRELLO DI VALORI

Il 60% dei punti vendita Unicommm, nel corso del 2019, ha recuperato le eccedenze alimentari per donarle a Onlus, parrocchie e associazioni locali, con l'obiettivo di raggiungere la totale copertura entro fine 2020, inizio 2021. La caratteristica principale di questa iniziativa è il forte legame con il territorio: si è deciso di collaborare con Onlus locali, che meglio conoscono le esigenze territoriali. Questo, permette ad Unicommm di ridurre i rifiuti e l'impatto ambientale di ogni singolo punto vendita.

L'ATTENZIONE VERSO LE DONNE**SUPEREMME****CONTRO LA VIOLENZA SULLE DONNE**

Superemme è attiva nell'ambito della violenza di genere con il progetto "Solo Women Run" un circuito di corsa al femminile che propone un modello di vita sano e sportivo unito alla solidarietà nei confronti delle donne in difficoltà. L'evento è aperto a tutte, dalle più piccole in passeggino o marsupio, alle "meno giovani", sino alle atlete professioniste. Superemme sostiene quest'evento perché è in linea con i valori espressi dalla sua mission.

MEGAMARK**#VENIAMODATE**

All'interno del progetto Orizzonti Solidali, il Gruppo Megamark ha sostenuto l'iniziativa #Veniamodate, per raggiungere tutte le donne detenute negli istituti penitenziari della Puglia e della Basilicata per fare prevenzione dei tumori dell'apparato genitale femminile attraverso visite ginecologiche e senologiche gratuite. Tutti gli esami sono eseguiti grazie ad un camper attrezzato e personale medico volontario.



Iscrizione entro la fine del 2020
AL PROTOCOLLO DEL LAVORO
AGRICOLO DI QUALITÀ

**obbligo di
non ricorrere alle aste**
ELETTRONICHE INVERSE
AL DOPPIO RIBASSO

I FORNITORI

IL VALORE DELLA FILIERA LOCALE	62
LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLA CATENA DI FORNITURA	63
ATTIVITÀ E PROGETTI delle Imprese Associate	64



IL VALORE DELLA FILIERA LOCALE

Preservare la tradizione e il **patrimonio alimentare**



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.

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. Così facendo inoltre Selex supporta e favorisce l'occupazione e l'offerta di lavoro territoriale.

Nel 2019 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.

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. Questo aspetto è stato ribadito anche nella **Convention del Gruppo Selex**, tenuta nel 2019, che ha visto la partecipazione di un elevato numero di fornitori a Marca del Distributore del Gruppo.

Durante questo evento, il Gruppo Selex ha sottolineato 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 entro la fine del 2020 al Protocollo del Lavoro Agricolo di Qualità**, 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.

ATTIVITÀ E PROGETTI delle Imprese Associate

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

VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI LOCALI

Nel 2019 la Dimar S.p.A. ha portato avanti due importanti progetti con l'obiettivo di valorizzare la produzione dei fornitori locali, attraverso la commercializzazione di prodotti tipici delle zone in cui è insediata: il progetto "da noi a noi" e il progetto Orate Brianzini La Spezia. Quest'ultimo prevede la collaborazione diretta con una filiera di allevamento ittico insediata nel golfo di La Spezia, con requisiti di allevamento specifico descritti in un capitolato di fornitura. Per ambedue le iniziative sono previsti audit presso fornitori per il controllo dei requisiti di appartenenza e per il controllo della tracciabilità.

RIALTO (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, è nata la partnership tra il Consorzio Sigillo Italiano e i supermercati Il Gigante, grazie alla quale arriva quotidianamente in oltre 50 punti vendita tra Lombardia, Piemonte ed Emilia Romagna 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.

MEGAMARK

LANCIO DEI PRODOTTI IAMME

Megamark lancia la linea di prodotti IAMME, la prima filiera etica certificata dall'associazione nazionale NO CAP per fare qualcosa di concreto contro la piaga del caporalato. È partito, infatti, il progetto sperimentale di filiera etica, la prima in Italia, contro lo sfruttamento in agricoltura. È il frutto dell'intesa tra il Gruppo Megamark, l'associazione internazionale anticaporalato No Cap e Rete Perlaterra. Il progetto prevede la tracciabilità dei prodotti agricoli, conserve di pomodori, verdura e frutta fresche, mediante l'uso del bollino etico "No Cap", promosso dall'omonima associazione, e del marchio di qualità etico "Iamme".



UNICOMM

SI RAFFORZA LA PARTNERSHIP CON FINDYNAMIC

Il Gruppo Unicomm conferma la collaborazione con Findynamic, azienda italiana operante nei servizi fintech, estendendo il servizio di Dynamic Discounting a nuovi fornitori. Si tratta di una soluzione che consente alle aziende fornitrici di richiedere, attraverso una piattaforma tecnologica, il saldo anticipato delle proprie fatture direttamente all'azienda cliente, a fronte di uno sconto il cui importo varia in funzione del numero di giorni di anticipo richiesti. Per i fornitori tale sconto rappresenta un costo molto più basso rispetto a quello che sarebbe applicato facendo ricorso a prestiti e finanziamenti ottenuti dal sistema bancario, costituisce una garanzia di accesso al credito immediato; inoltre, questo sistema rafforza le relazioni di filiera.

MEGAMARK

SCELTE DI FORNITURA CHE FANNO BENE ALL'AMBIENTE

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. Sono stati scelti fornitori locali tra Puglia e Campania, il 10% dei quali ha impianti utilizza fotovoltaico, è stato inserito il fornitore Donna Giulia di Atella, in Basilicata che, per la produzione di prodotti caseari, utilizza energia green e non alimenta il riscaldamento globale. A garanzia del fatto che i valori perseguiti non siano soltanto dichiarati, ma anche efficacemente rispettati, Megamark continua ad effettuare audit presso i propri fornitori.



9.012.146 kWh
DI ENERGIA ELETTRICA
PRODotta DA FONTI
RINNOVABILI

3.235 tonnellate di CO₂
EVITATE GRAZIE AL
FOTOVOLTAICO

L' AMBIENTE

L'IMPEGNO PER L'AMBIENTE	68
ATTIVITÀ E PROGETTI delle Imprese Associate	72



L'IMPEGNO PER L'AMBIENTE

Una consapevolezza che cresce



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.

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 rispetto agli anni precedenti. I dati presentati nel seguente capitolo del Bilancio Sociale 2019, 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.	2019	2018	2017
Gas metano	m ³	18.220	19.235	19.100
Elettrico	kWh	188.000	186.992	171.750

CONSUMI ENERGETICI Imprese Associate	u.m.	2019	2018	2017
Gas metano	m ³	16.170.000	18.729.924	18.176.000
Elettrico	kWh	700.000.000	689.000.000	768.000.000

I dati mostrano un'evidente diminuzione dei consumi relativi al gas metano, pari al -14% per le Imprese Associate e al -5,3% per la Centrale Selex. Per quanto riguarda i consumi elettrici, invece, nel 2019 è stato registrato un aumento generale, seppur minimo. I dati, infatti, mostrano un incremento del 2% dei consumi elettrici da parte delle Imprese Associate e dell'1% per la Centrale Selex.

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 9.012.146 kWh di energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili nel 2019 ed evitare l'**emissione in atmosfera di 3.235 tonnellate di CO₂**.

Le emissioni di CO₂

EMISSIONI CO ₂ RELATIVE ⁶ DERIVANTI DAI CONSUMI ENERGETICI DELLE IMPRESE ASSOCIATE	u.m.	2019	2018	2017
Emissioni da consumi di Gas Metano	tCO ₂ /m ²	0,016	0,019	0,018
Emissioni da consumi di Elettrico	tCO ₂ /m ²	0,122	0,120	0,130

Sulla base dei consumi di gas metano ed energia elettrica vengono calcolate le emissioni di CO₂, pari in totale a 284.073 tonnellate di CO₂. Le emissioni relative per consumo di gas metano al metro quadro delle Imprese Associate fanno segnare un **decremento del 14%** rispetto al 2018, vi è invece un leggero aumento per le emissioni relative ai consumi di energia elettrica per metro quadrato pari al 2% in più rispetto al 2018.

⁶ Le emissioni di CO₂ relative al 31.12.2019 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.

I rifiuti

All'interno del percorso "Selex è sostenibile", che prevede una serie di iniziative sul tema della sostenibilità aziendale, una prima azione per l'efficiamento e la riduzione degli impatti ambientali della Centrale Selex è stata quella di **ripensare l'organizzazione e la gestione dei rifiuti della sede**. A tal proposito, nelle aree break dei tre piani degli uffici e nelle sale riunioni, sono stati predisposti dei **nuovi contenitori della raccolta differenziata**, dando comunicazione delle corrette modalità di smaltimento a tutti i dipendenti della sede. I quattro diversi contenitori permettono di differenziare plastica e metallo, indifferenziato, carta e cartone e, come novità, è stata introdotta la raccolta differenziata dell'umido.

La nuova organizzazione della raccolta differenziata della sede è parte di un più ampio studio di impatto ambientale della Centrale Selex che restituisce un'analisi degli impatti nei principali ambiti (energetico, emissioni, mobilità, acqua, rifiuti) e presenta come output finale alcune proposte di efficientamento che saranno oggetto di valutazione da parte della direzione.

Inoltre, nel corso del 2019 il Gruppo Selex ha dato il via ad un progetto per **ripensare, riprogettare e realizzare il packaging dei propri prodotti MDD in chiave sempre più sostenibile**. Il progetto prevede che venga innanzitutto svolta un'analisi dei differenti pack attualmente utilizzati da Selex sui propri scaffali, per monitorare lo stato attuale e individuare il packaging potenzialmente più sostenibile. Lo scopo è quello di identificare sia le possibilità di modifica al pack che i fornitori sono già in grado di realizzare rapidamente tramite i propri processi di produzione sia tutto ciò che andrà riprogettato.

Le linee guida che il Gruppo Selex si propone di seguire sono la riduzione, ove possibile, del volume degli imballaggi per alcune tipologie di prodotto e la scelta di **privilegiare il packaging monomateriale**, che sia facilmente **riciclabile al 100%**.

Con l'obiettivo di migliorare il sistema di monitoraggio sui dati ambientali e di fornire una maggiore trasparenza dei propri consumi, nel 2019 c'è stato un ampliamento delle Imprese coinvolte nella rendicontazione dei propri rifiuti. I dati relativi ai rifiuti di carta e plastica, infatti, sono stati forniti da 10 Imprese Socie su 12. Inoltre, grazie al loro aiuto, è stato possibile recuperare i dati mancanti degli anni precedenti e fare una più accurata rielaborazione delle informazioni da rendicontare.

RIFIUTI IMPRESE SOCIE ⁷	u.m.	2019	2018	2017
Rifiuti carta	kg	55.962.077	48.548.582	52.745.811
Rifiuti plastica	kg	3.740.929	2.964.895	3.025.017

Nonostante l'impegno del Gruppo, i dati registrati nel 2019 segnano un aumento nel consumo dei rifiuti di carta e plastica, pari rispettivamente al 15% e al 26%. Questo incremento è dovuto non solo all'aumento del livello di attività da parte di tutte le Imprese Associate al Gruppo Selex, ma anche dal progressivo ampliamento degli spazi e dall'inserimento di 42 nuovi punti vendita diretti associati al Gruppo durante l'anno. Inoltre, il notevole aumento dell'accuratezza dei dati rispetto agli anni precedenti ha permesso di collezionare informazioni più puntuali e dettagliate.

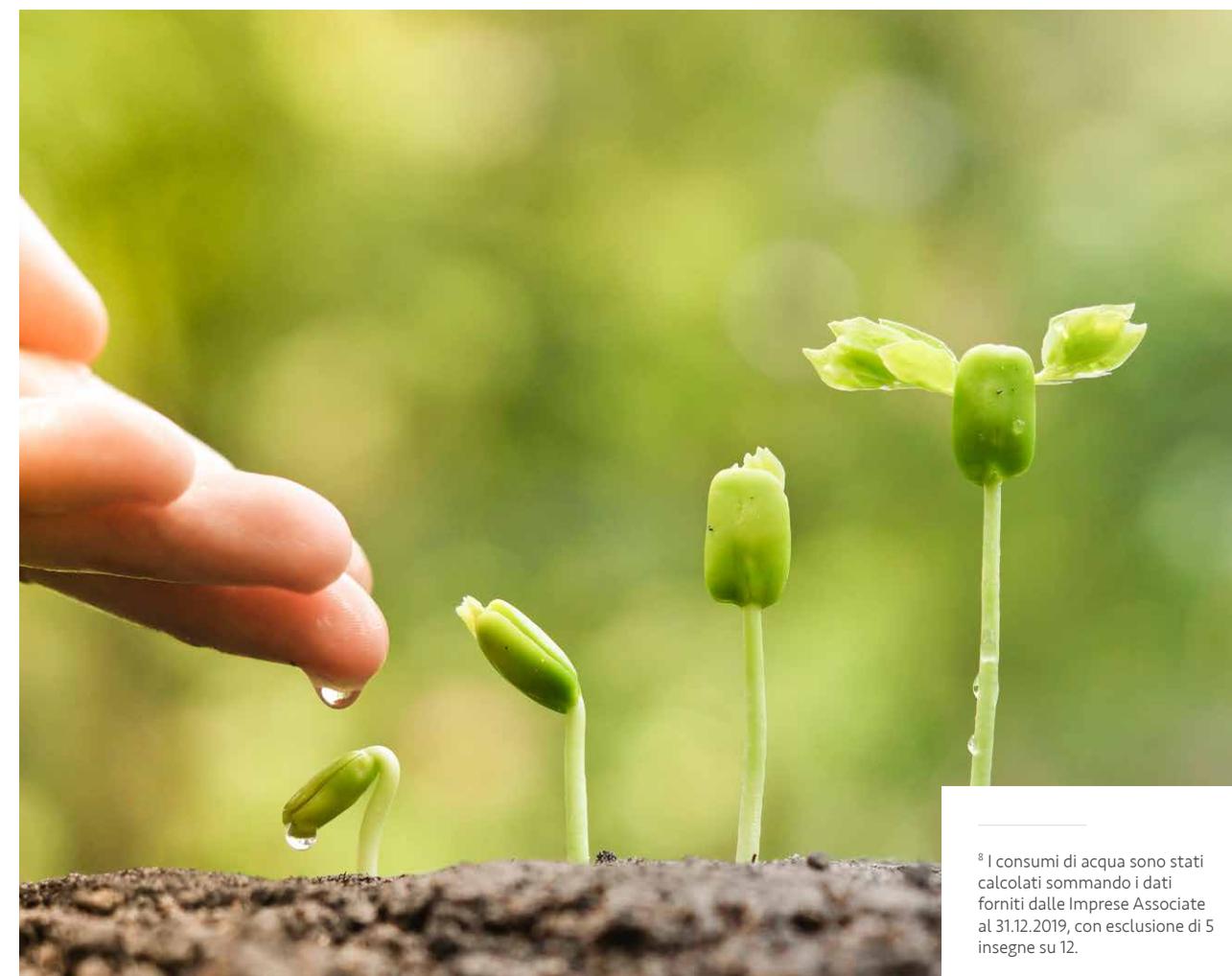
⁷ I rifiuti di carta e plastica sono stati calcolati sommando i dati forniti dalle Imprese Associate al 31.12.2019, con esclusione di 2 insegne su 12.

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, con l'obiettivo di diminuirli di anno in anno.

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.

ACQUA - MONITORAGGIO ⁸	u.m.	2019
Consumi di acqua	litri	432.890.612



⁸ I consumi di acqua sono stati calcolati sommando i dati forniti dalle Imprese Associate al 31.12.2019, con esclusione di 5 insegne su 12.

ATTIVITÀ E PROGETTI delle Imprese Associate

ALÌ

VICENZA SI TINGE DI VERDE

Ha preso forma l'edizione 2019 dell'Alì Temporary Park a Vicenza, terzo appuntamento della Festa degli Alberi firmato Alì Supermercati. Il gruppo ha voluto vestire in chiave green uno dei luoghi di forte passaggio del centro storico di Vicenza. Lo scopo è quello di sensibilizzare le persone sui benefici psico-fisici derivanti dal contatto con la natura, organizzando un calendario di eventi per tutte le età, che hanno invitato a vivere il parco cittadino attraverso laboratori didattici, merende al parco con lettura di favole, lezioni di psicomotricità, spettacoli di giocolieri, laboratori sensoriali, oppure più semplicemente a leggersi un libro o un quotidiano seduti su una panchina all'ombra di un albero.

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. L'efficientamento degli impianti elettrici tramite le sorgenti a led che ha portato ad una diminuzione di emissioni in ambiente pari a 325mila kg di CO₂. Alì continua ad installare le porte sui frigoriferi dei supermercati: ad oggi più del 60% dei punti vendita presenta questa miglioria che porta ad una riduzione di 32.000 kg all'anno di CO₂ per ogni punto vendita. Inoltre, Alì ha sperimentato un nuovo sistema di gestione delle scorte, che permette l'ottimizzazione dell'utilizzo degli spazi e evita la movimentazione di 80 bancali a settimana, riducendo sensibilmente l'emissione di CO₂ nell'atmosfera. Infine, 17 punti vendita appartenenti al gruppo sono dotati di impianti fotovoltaici che hanno prodotto in un anno di esercizio circa 895.000 kWh di energia pulita, risparmiando all'ambiente l'emissione di 385.000 kg di CO₂.

ALÌ

WE LOVE TREES

Continua la maratona green dei supermercati Alì che ha consentito di donare nel 2019 3118 alberi al territorio in cui l'azienda opera, portando ad oltre 16.000 la quota di alberi donati dal 2010, anno di partenza del progetto. Ad incrementare costantemente il contatore sono le donazioni dei crediti natura da parte dei clienti (ogni albero equivale a 500 crediti natura, accumulati attraverso l'acquisto di prodotti sponsor in vendita nei supermercati Alì). L'azienda si impegna a mettere a dimora gli alberi donati insieme ai clienti periodicamente, rispettando le stagionalità delle piante.

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. Annualmente vengono prodotti 235.000 kw/h di energia, pari ad una riduzione di emissione di 101.050 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 pet. A fronte dell'introduzione di ogni bottiglia viene erogato un omaggio di 2 centesimi di € concesso da parte del punto vendita. Le bottiglie riciclate al 31.12.2019 sono state 365.870 e gli euro donati 7317.

CE.DI.MARCHE

ATTENZIONE AI MATERIALI DI IMBALLAGGIO

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 1500 tonnellate di cartone, corrispondenti a 22.500 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 e, dai dati presentati dal consorzio risulta che la riduzione dello scarto alimentare si attesta circa al 15% rispetto all'uso di imballaggi tradizionali.

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 Pet. Queste 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.

RIALTO (IL GIGANTE)

RISTRUTTURAZIONE DEI PUNTI VENDITA

In un'ottica di progressione e ammodernamento, il Gigante ha pianificato e posto in essere un costante processo di ristrutturazione di punti vendita obsoleti, a cui ha associato l'aggiornamento e l'efficientamento delle strutture per ridurre i propri consumi energetici. Nel 2019, sono stati 5 i negozi ristrutturati completamente su 55 e, di questi, 3 negozi godono di un sistema integrato con recupero di calore del freddo alimentare.

MAXI DI

IMPEGNO AMBIENTALE

Per migliorare il proprio nell'ottica di una sostenibilità ambientale, Maxi Di ha deciso di attivare un impianto selezione e recupero nel comune di Sansepolcro, utile per ridurre i viaggi a causa della raccolta degli imballaggi. Questa iniziativa ha permesso di diminuire le emissioni dovute ai propri gli spostamenti. Inoltre, Maxi Di ha avviato un sistema di recupero del calore dai banchi frigo all'interno dei propri punti vendita.

MEGAMARK

LA RIDUZIONE DEGLI SPRECHI

Nel 2019 sono state organizzate giornate di formazione sul tema "gestione rifiuti". Le attività di formazione hanno coinvolto tutti i responsabili dei punti vendita, i quali sono stati sensibilizzati in merito al tema della corretta differenziazione dei rifiuti prodotti. L'iniziativa ha permesso di ottenere immediatamente un abbattimento della produzione di frazione indifferenziata, incrementando, dunque, i volumi delle frazioni riciclabili come cartone e plastica. A ciò è stato affiancato un progetto di dematerializzazione dei processi aziendali con l'obiettivo di eliminare gli sprechi. Attraverso il completamento dei processi di digitalizzazione dei documenti è stato possibile eliminare la presenza di documenti duplicati, perdite di tempo ed errori, senza trascurare il notevole risparmio di carta.

SUPEREMME

PER L'AMBIENTE

Superemme ha investito per migliorare il proprio impegno ambientale attraverso una serie di azioni che passano dalla costruzione di nuovi edifici con prestazioni termiche elevate, al re-lamping con sistemi di illuminazione led, alla sostituzione dei vecchi impianti di climatizzazione fino alla sostituzione delle vecchie centrali frigorifere con sistemi di ottimizzazione dell'energia. Inoltre, Superemme ha deciso di diffondere attraverso i suoi canali di comunicazione delle linee guida/pillole sui comportamenti da tenere in ottica di rispetto dell'ambiente, sia nella vita privata che sul posto di lavoro.

UNICOMM

UN IMPEGNO AMBIENTALE SU PIÙ FRONTI

Unicomm ha dotato tutti i propri punti di vendita di contenitori per la raccolta delle pile esauste portate dai clienti, in modo che queste non vengano disperse nell'ambiente, ma, al contrario, raccolte e recuperate in modo differenziato e corretto. Unicomm ha adottato per le proprie pulizie interne, detersivi confezionati in flaconi prodotti con il 30% di plastica riciclata e ha avviato a riciclo il 90% dei rifiuti da imballaggio prodotti dai propri punti vendita, evitandone così lo smaltimento in discarica.

SELEXGC.IT



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