

ANNO 2018



# BILANCIO SOCIALE GRUPPO SELEX

IL NOSTRO IMPEGNO VERSO I CITTADINI E IL TERRITORIO





*Questo documento è una sintesi delle principali attività svolte nel 2018 da Selex Gruppo Commerciale e dalle sue Imprese Associate in ambito sociale e ambientale.*

## INDICE

LA LETTERA AGLI STAKEHOLDER	3
NOTA METODOLOGICA	4



### chi SIAMO

LA NOSTRA STORIA	8
LA CENTRALE NAZIONALE	10
IL GRUPPO SELEX NEL 2018	11
AL TERZO POSTO IN ITALIA	12
UNA PRESENZA CAPILLARE	14
IL PIANO DI SVILUPPO 2019	17



### le PERSONE

LE NOSTRE PERSONE	20
LA CULTURA DELLA FORMAZIONE	21
LE IMPRESE ASSOCIATE - ATTIVITÀ E PROGETTI	24



### i CLIENTI

IL CLIENTE AL CENTRO	28
I PRODOTTI A MARCHIO	31
LA RELAZIONE CON I CLIENTI	42
LA TUTELA DEL POTERE D'ACQUISTO	43



### il TERRITORIO

L'IMPEGNO A FAVORE DELLE COMUNITÀ	46
LE IMPRESE ASSOCIATE - ATTIVITÀ E PROGETTI	50



### i FORNITORI

IL VALORE DELLA FILIERA LOCALE	56
LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLA CATENA DI FORNITURA	57



### l' AMBIENTE

L'IMPEGNO PER L'AMBIENTE	60
LE IMPRESE ASSOCIATE - ATTIVITÀ E PROGETTI	62



## Lettera agli stakeholder

Alla luce del contesto attuale, che orienta la società verso modelli di crescita sempre più responsabili, il tema dello sviluppo sostenibile ricopre un ruolo centrale nell'interesse comune.

I risultati raggiunti dal Gruppo nel 2018 sono il frutto di scelte imprenditoriali ponderate e condivise da tutti i Soci, che attraverso le singole individualità radicate nei rispettivi territori sono stati capaci di innovare e investire per assicurare un'offerta competitiva e di qualità.

La sostenibilità diventa sempre più parte integrante della strategia del Gruppo, che vive della sua comunità e per la sua comunità affrontando con determinazione le sfide future, consapevoli che la distribuzione moderna si trovi in prima linea.

Questa fiducia affonda le radici nella consapevolezza della forza dei valori e nel percorso di pianificazione mirata di iniziative e progetti di responsabilità sociale d'impresa, da sempre intesa come vicinanza al territorio in cui le imprese Socie sono radicate e alle persone che si relazionano a noi e trovano in noi un riferimento.

Giunto alla sesta edizione del Bilancio Sociale, il Gruppo ascolta e risponde alle esigenze degli stakeholder, per fornire una concreta testimonianza dell'impegno di responsabilità intrapreso dalla Centrale Selex e dalle sue Imprese Socie.

Risposte che trovano concretezza nei prodotti che vengono offerti sugli scaffali e nello sviluppo delle numerose iniziative rivolte agli ambiti che Selex presidia: la cultura, lo sport, la scuola, la solidarietà, con un crescente impegno per l'ambiente.

All'interno di un contesto complesso e in continuo mutamento, è fondamentale perseguire la soddisfazione del cliente assecondando le nuove tendenze emergenti e implementando nuovi modelli distributivi: la chiave per la crescita sono gli investimenti per rinnovare la rete e il continuo adattamento dell'offerta distributiva secondo le direttive di qualità e sostenibilità.

Qualità senza compromessi è la parola d'ordine per il Gruppo Selex, per cui il concetto di qualità integra in sé quelli di sostenibilità, di impatto ambientale e la disponibilità di informazioni sul prodotto. In quest'ambito, in particolare, l'ampliamento delle referenze a marca del distributore e lo sviluppo delle gamme Bio e salutistiche mostra la direzione dello sforzo di Selex per migliorare i servizi per andare incontro alle esigenze di attenzione ed eccellenza del cliente moderno.

Per Selex la sfida è crescere, promuovendo iniziative e soluzioni che siano in grado di tradurre la sostenibilità in azioni concrete, da cui partire ogni giorno.

Alessandro Revello  
Presidente Selex Gruppo Commerciale



# NOTA METODOLOGICA

Il Bilancio Sociale 2018 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 2018 (1° gennaio - 31 dicembre 2018) in ambito economico, sociale e ambientale.

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

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

Il presente documento è suddiviso in 6 sezioni principali, che quest'anno si sono arricchite di una sezione dedicata ai fornitori:



CHI SIAMO



LE PERSONE



I CLIENTI



IL TERRITORIO



I FORNITORI



L'AMBIENTE

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.

## La Responsabilità Sociale d'Impresa per Selex: un impegno in continua crescita

Nel 2018 la centrale Selex ha intrapreso **un percorso di sostenibilità mirato per la propria sede** di Trezzano sul Naviglio, con l'obiettivo di generare impatti sociali e ambientali positivi e offrire un esempio concreto alle aziende associate. In particolare, riguardo alle tematiche ambientali, nel 2018 la Centrale Selex ha avviato un progetto di monitoraggio dei propri consumi energetici, delle conseguenti emissioni e della gestione dei rifiuti, con l'obiettivo di ridurre i propri impatti ambientali.

Dal punto di vista della governance aziendale Selex ha stabilito, su base volontaria, di dotarsi di un **Codice Etico aziendale** che intende offrire il contesto valoriale all'interno del quale si sviluppano le regole e le norme che Selex assume nei confronti dei suoi stakeholder, approvato e diramato a gennaio 2019.

Anche la comunicazione riveste un ruolo importante per la diffusione di pratiche sostenibilità sociale e ambientale. Per questo motivo Selex ha stabilito **l'implementazione all'interno dei suoi uffici di una serie di strumenti comunicativi** per la sensibilizzazione dei propri dipendenti e delle persone che visiteranno la sede. Per quanto riguarda la comunicazione esterna, il Gruppo ha sviluppato una **nuova sezione del sito corporate interamente dedicata alla sostenibilità aziendale**, dove è possibile scoprire i risultati ottenuti e le iniziative attivate dall'intero Gruppo.



## La Governance della Sostenibilità per il Gruppo

La Centrale Selex coordina le attività del **Team Responsabilità Sociale d'Impresa** formato dai rappresentanti delle Imprese Associate e della Centrale, elabora progetti di levatura nazionale valutandone l'impatto sociale e condivide le numerose iniziative attuate a livello locale diffondendo le buone pratiche in tutto il Gruppo. Selex supporta le Imprese Socie nell'implementare la migliore strategia di responsabilità sociale, in funzione delle comunità e del territorio. In particolare, il Gruppo si è dotato di alcuni strumenti per creare e diffondere la cultura della responsabilità sociale in modo efficace, realizzando:

### • Newsletter

Una newsletter rivolta al personale delle sedi delle imprese socie e una 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.



## chi SIAMO

- LA NOSTRA STORIA **8**
- LA CENTRALE NAZIONALE **10**
- IL GRUPPO SELEX NEL 2018 **11**
- AL TERZO POSTO IN ITALIA **12**
- UNA PRESENZA CAPILLARE **14**
- IL PIANO DI SVILUPPO 2019 **17**





# LA NOSTRA STORIA

Da 55 anni al servizio del cliente



1964

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

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.

1979

Sono passati vent'anni dalla nascita di A&O e la distribuzione italiana ha compiuto grandi passi, rinnovandosi e consacrando il successo della formula di vendita a libero servizio. Selex consolida la sua strategia di gruppo commerciale multicanale, presente cioè con più tipologie distributive. In concomitanza con il suo ventennale, inaugura la nuova sede a Trezzano sul Naviglio, vicino a Milano. Nel frattempo, le Imprese Associate realizzano i primi Famila, un innovativo supermercato che integra assortimenti food e non food, entrando così nel settore delle grandi superfici.

Sempre negli anni Ottanta, debutta la nuova generazione di supermercati del Gruppo, i Super A&O. Una grande ventata di novità nel layout di queste moderne unità di vendita, grazie al perfezionamento del livello di servizio e alla cura dell'ambientazione, per una sempre maggiore soddisfazione della clientela.

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

1984

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 m<sup>2</sup> di superficie. Il fatturato, nel 1999, è di 8.100 miliardi di lire (oltre 4 miliardi di euro). Grandi passi vengono fatti in questi anni anche nel settore dei prodotti a marca del distributore, prodotti di qualità garantiti dal marchio Selex. Le basi per entrare con il piede giusto nel Terzo Millennio sono gettate e sono tutte molto solide.

ANNI  
DUEMILA

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

Selex è il terzo distributore nazionale con una quota di mercato del 10,4%<sup>1</sup>, un organico composto da oltre 31.000 addetti e un fatturato di 10,9 miliardi di euro. Le carte fedeltà sono salite a oltre 6 milioni e i prodotti a marca del distributore superano le 5.000 referenze.

<sup>1</sup> Dati fonte IRI

OGGI

# 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.
- 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.

**2,07** MILIONI di MQ  
DI SUPERFICIE DI VENDITA  
L'EQUIVALENTE DI 290 CAMPI DA CALCIO

# IL GRUPPO SELEX NEL 2018

**SELEX**  
GRUPPO COMMERCIALE

**12**

IMPRESE  
ASSOCIATE  
DEL DETTAGLIO E  
DELL'INGROSSO

**3<sup>a</sup>**

REALTÀ  
DISTRIBUTIVA  
IN ITALIA

**10.4%**  
DI QUOTA  
DEL MERCATO  
(+4,2%)

**31.000**  
ADDETTI

**2.287**  
PUNTI VENDITA  
SU TUTTO IL  
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.

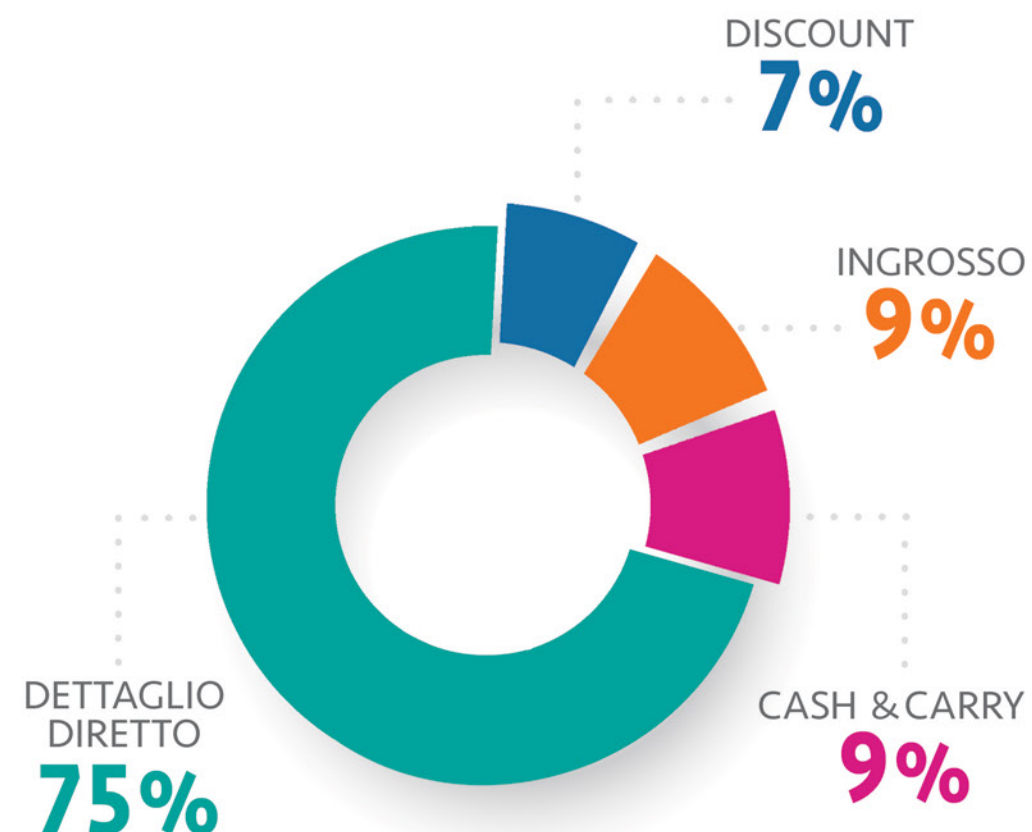
Con la sua rete commerciale, composta da 2.369 unità, dagli ipermercati alle superette, ubicate in ben 90 province e in più di 1.700 comuni per 2,14 milioni di m<sup>2</sup> di superficie di vendita, Selex è in grado di provvedere alle differenti esigenze dei consumatori su tutto il territorio nazionale.

### 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 2018 con un fatturato pari a 10,9 miliardi di euro e una crescita del +2% 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 2018 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.





# 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.

IMPRESA ASSOCIATA	REGIONE
ALÌ S.P.A.	Emilia Romagna, Veneto
ARCA S.P.A.	Emilia Romagna, Marche, Toscana
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
GRANDI MAG. E SUPERM. IL GIGANTE S.P.A.	Emilia Romagna, Lombardia, Piemonte
L'ABBONDANZA SRL	Marche, Toscana, Umbria
MAXI DI S.r.l.	Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte, Toscana, Trentino Alto Adige, Umbria, 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 2.287 unità, per oltre 2 milioni di m<sup>2</sup> di superficie di vendita, riesce a presidiare capillarmente tutta la Penisola, con punti di vendita in ben 90 province e in oltre 1.700 comuni.

# PUNTI VENDITA E INSEGNE PER REGIONE



## 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. I diversi formati dei punti vendita hanno l'obiettivo di rispondere adeguatamente a ogni esigenza di acquisto, accomunati dalla capacità di garantire la massima qualità e convenienza.

	2018		2017		2016	
	Num.	m <sup>2</sup>	Num.	m <sup>2</sup>	Num.	m <sup>2</sup>
IPERMERCATI	34	207.609	34	206.527	33	203.835
SUPERSTORE E MINI IPER	77	229.510	81	242.732	81	234.012
SUPERMERCATI INTEGRATI	280	494.067	302	531.692	295	514.723
SUPERMERCATI	761	560.970	784	574.842	769	561.761
SUPERETTES	355	97.888	381	103.675	392	104.705
HARD E SOFT DISCOUNT	382	235.185	433	267.474	446	240.419
MINI MERCATI	314	33.659	450	45.036	445	44.286
<b>TOTALE PUNTI VENDITA AL DETTAGLIO</b>	<b>2.203</b>	<b>1.858.888</b>	<b>2.465</b>	<b>1.971.978</b>	<b>2.461</b>	<b>1.912.741</b>
CASH AND CARRY	84	214.134	81	213.344	81	209.794
<b>TOTALE DELLA RETE DISTRIBUTIVA</b>	<b>2.287</b>	<b>2.073.022</b>	<b>2.546</b>	<b>2.185.322</b>	<b>2.542</b>	<b>2.122.535</b>



## IL PIANO DI SVILUPPO 2019

Una rete in costante rinnovamento

Sulla scia dei risultati ottenuti nel 2018, non si arresta la crescita di Selex per quanto riguarda gli investimenti nelle nuove aperture e ristrutturazioni (per un totale di 182 interventi, di cui 54 nuove aperture) su tutto il territorio nazionale. Il piano prevede uno stanziamento di 320 milioni di euro.

Nell'ultimo decennio, gli investimenti sulla rete hanno superato i 2,4 miliardi 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 2019	NUOVE APERTURE		RISTRUTTURAZIONI
	Num.	m <sup>2</sup>	Num.
SUPERSTORE E MINI-IPER	10	30.600	7
SUPERMERCATI	30	44.260	61
HARD E SOFT DISCOUNT	11	8.470	56
<b>TOTALE PUNTI VENDITA AL DETTAGLIO</b>	<b>51</b>	<b>83.330</b>	<b>124</b>
CASH AND CARRY	3	5.900	4
<b>TOTALE DELLA RETE DISTRIBUTIVA</b>	<b>54</b>	<b>89.230</b>	<b>128</b>



## le PERSONE

LE NOSTRE PERSONE **20**

LA CULTURA DELLA FORMAZIONE **21**

LE IMPRESE ASSOCIATE - ATTIVITÀ E PROGETTI **24**





# LE NOSTRE PERSONE

## Il valore della collaborazione

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

Per promuovere il valore delle persone e per migliorare e accrescere il patrimonio di capacità e competenze di ciascun collaboratore, Selex si impegna in particolare a creare e a promuovere presso le Imprese Associate un ambiente di lavoro che favorisca la sicurezza e il benessere di tutti, la collaborazione reciproca e lo spirito di squadra nel rispetto della personalità di ciascuno e 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. A oggi l'organico del Gruppo è formato da oltre 31.000 addetti in tutta Italia e circa il 60% sono donne. Più del 93% degli addetti ha un contratto di lavoro a tempo indeterminato.

## La Centrale Selex

L'organico della Centrale Selex è passato nel 2018 da 50 a 52 dipendenti, di cui il 44% donne.

DIPENDENTI PER GENERE (personale assunto a tempo indeterminato e a tempo determinato)	2018	2017
UOMINI	29	27
DONNE	23	23
DIPENDENTI PER FASCE DI ETÀ		
MENO DI 30 ANNI	3	3
TRA 30 E 50 ANNI	24	24
MAGGIORE DI 50 ANNI	25	23
DIPENDENTI PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE		
TEMPO INDETERMINATO	50	47
TEMPO DETERMINATO	2	3

Il tasso di **turnover complessivo** della Centrale Selex si attesta quindi al 8% (6% in entrata e 2% in uscita).



## 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. La Centrale Selex svolge un'importante attività di coordinamento delle attività di formazione.

Tutte le Imprese Associate 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 hanno coinvolto nel 2018 in totale oltre **400 partecipanti**.



## LA FORMAZIONE OFFERTA DALLA CENTRALE SELEX

TEMA	PARTECIPANTI	NUMERO DI ORE DI FORMAZIONE PRO CAPITE
SEMINARIO GERENTI	124	16
GIORNATA STUDIO PRICING MANAGER	19	8
GIORNATA STUDIO RAPPORTO CON CLIENTE	16	8
GIORNATA STUDIO GASTRONOMIA	18	8
GIORNATA STUDIO CLUSTER CARNE	10	8
GIORNATA DI STUDIO ORTOFRUTTA	17	8
TOP SELEX	60	12
GIORNATA DI STUDIO RSI	8	8
SEMINARIO PIANO PROMOZIONALE	14	16
GIORNATA STUDIO SERVIZI DIGITAL	12	8
SEMINARIO DISTINTIVITÀ OFFERTA	11	16
SEMINARIO WEB	9	16
SEMINARIO ACQUISTI	14	16
SEMINARIO VENDITE	49	16
GIORNATA DI STUDIO CRM	12	8
GIORNATA DI STUDIO CATEGORY	17	8
GIORNATA DI STUDIO PUBLIC SPEAKING	9	16
<b>TOTALE</b>	<b>419</b>	

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 in coerenza con le singole specificità ed esigenze. Questi programmi prevedono anche il coinvolgimento del personale dei punti vendita e vogliono rafforzare e aggiornare le competenze per offrire un sempre migliore servizio al cliente.



Formazione per oltre  
**9.800**  
collaboratori del gruppo

Oltre  
**73.000**  
ore di formazione erogate alle Imprese Associate

Media di  
**8 ore**  
di formazione per collaboratore

Dati riferiti all'anno 2018



## Dimar

### **Inserimento di persone appartenenti alle fasce deboli, vittime di violenza**

Questo progetto, indirizzato alle vittime di violenza e alle relative famiglie, è volto a promuovere la loro autonomia, la loro piena inclusione sociale, abitativa, lavorativa e culturale attraverso la garanzia di un posto di lavoro.

Il proposito sottostante all'iniziativa è la piena reintegrazione e partecipazione nella società delle persone che sono state vittime di violenza, facilitando la loro piena reintegrazione e partecipazione nella società.

### **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).

I percorsi formativi sono stati pianificati fino al termine del 2018 ed è stato avviato lo studio di un Welfare Point, che possa essere di ausilio per la richiesta di informazioni su tutti i possibili bisogni di welfare.

## Megamark

### **Le mamme e i bambini**

Con il progetto "Più tempo per le mamme" il Gruppo Megamark garantisce un mese in più di maternità, rispetto alla normativa vigente, regolarmente retribuito, alle neo-mamme impiegate nei supermercati A&O, dok e familia e negli uffici dell'azienda. A questa iniziativa è affiancato il progetto "Bonus Bébé", 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.

### **Giovani talenti**

Nell'ottica della valorizzazione dei talenti e al fine di promuovere la crescita culturale e professionale, il gruppo eroga ogni anno - attraverso la Fondazione Megamark - borse di studio a favore dei figli meritevoli dei collaboratori dell'azienda.

Le borse di studio sono indirizzate ai neodiplomati al fine di permetter loro di intraprendere la strada dell'università, alle matricole con lo scopo di contribuire alla loro retta futura, ai neolaureati con ottimi risultati ed infine a coloro i quali intendono frequentare un master o un corso di perfezionamento. Quest'anno sono stati premiati 25 ragazzi per un finanziamento complessivo di 45.000 euro.

### **Vacanze studio**

Il gruppo - attraverso la onlus - promuove viaggi studio all'estero riservato ai figli dei collaboratori che hanno frequentato il primo anno di scuola superiore.

Il proposito dell'iniziativa è quello di permettere loro di migliorare nella conoscenza e nell'uso della lingua inglese



## i CLIENTI

- IL CLIENTE AL CENTRO 28
- I PRODOTTI A MARCHIO 31
- LA RELAZIONE CON I CLIENTI 42
- LA TUTELA DEL POTERE D'ACQUISTO 43





# IL CLIENTE AL CENTRO

## La qualità come fattore di successo

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

Per questo nei punti vendita delle Imprese Associate di Selex l'offerta di prodotti di grandi marche e di marche locali è 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.

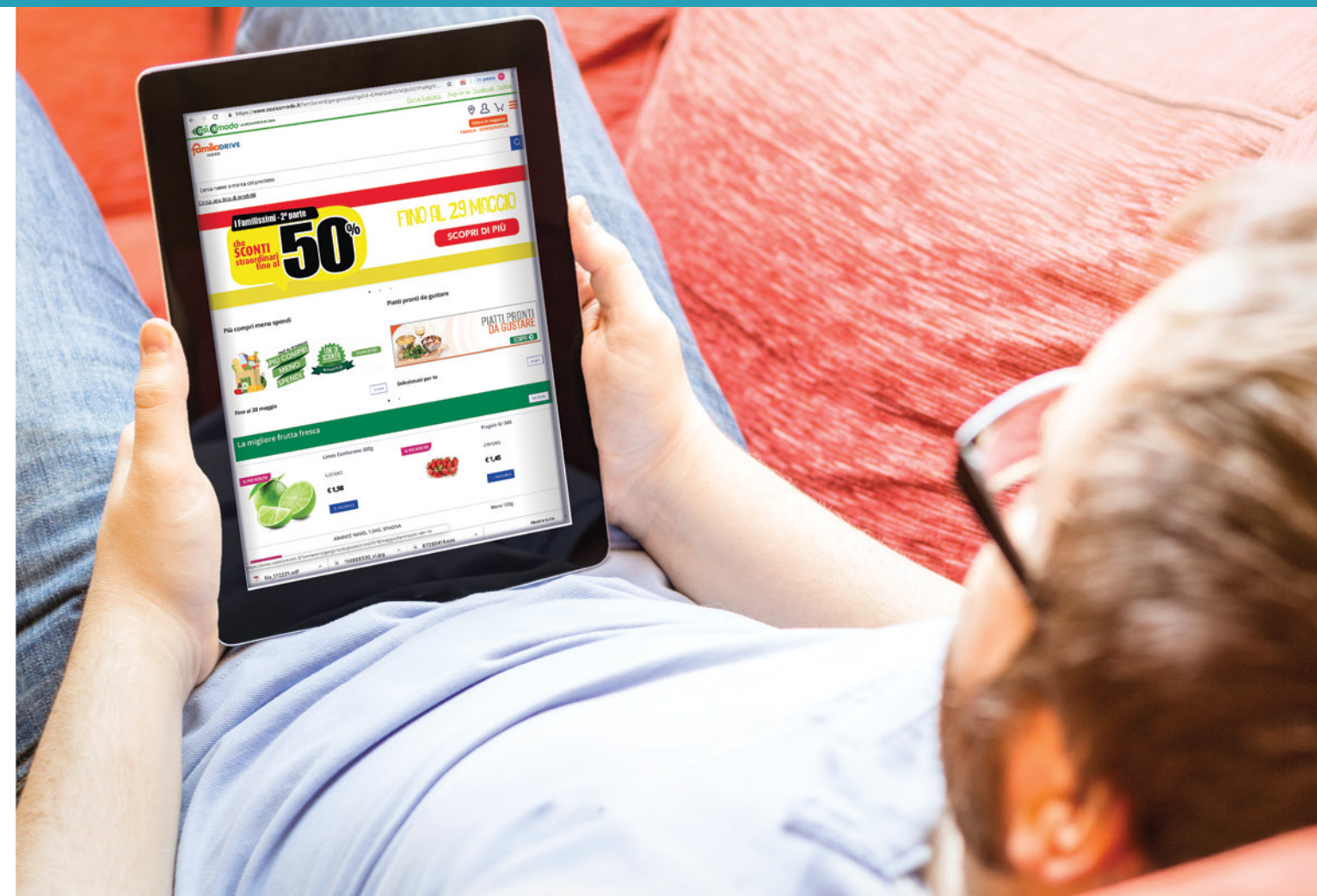
La territorialità e l'attenzione alle filiere sono tra i principali fattori di successo delle Imprese Associate al Gruppo. La presenza di marche locali e di un vasto assortimento di specialità gastronomiche provenienti direttamente dal territorio permette infatti al Gruppo di offrire i migliori prodotti 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 2018 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.



## COSÌCOMODO: IL CANALE E-COMMERCE "CLICCA E RITIRA"

Nel corso del 2018 è stato ottimizzato il portale di spesa online CosiComodo ([www.cosicomodo.it](http://www.cosicomodo.it)) che raggruppa l'offerta di più insegne del Gruppo Selex. Il servizio è "clicca e ritira": i clienti possono fare la spesa da casa e la ritirano poi in un'area dedicata del punto di vendita.

**Nel 2018 sono 6 le insegne del circuito Selex che hanno avviato l'iniziativa in 27 punti di vendita.** Al portale aderiranno altre insegne del Gruppo con **una progressiva copertura territoriale** e verranno **implementati nuovi servizi, come la consegna a domicilio**, già in fase di sperimentazione in alcune Imprese. In solo un anno, i volumi di spese gestite sono cresciuti di oltre il 200% e le visite al sito CosiComodo.it sono triplicate.

L'obiettivo è portare i vantaggi dell'e-commerce in numerose regioni d'Italia, offrendo ai clienti un'esperienza omnicanale per andare incontro alle esigenze del consumatore moderno.





# I PRODOTTI A MARCHIO

## Il cardine della strategia di sviluppo

L'esperienza e l'affidabilità di Selex Gruppo Commerciale si rispecchiano fortemente nelle sue marche del distributore. Grande **scelta, qualità e convenienza** contraddistinguono infatti l'offerta che, con circa 5.500 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 2018 ha visto un fatturato alla vendita di 898 milioni di euro e una crescita del +6,5% rispetto all'anno precedente.** Numeri significativi, che spiegano come i marchi del distributore rappresentino uno dei cardini della strategia di sviluppo del Gruppo anche per il 2019. 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 due anni sono state ampliate le linee specialistiche**, con particolare attenzione al biologico e al salutistico che crescono a doppia cifra, 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. Per questo obiettivo, nel 2018 Selex ha avviato un'analisi specifica focalizzata sullo sviluppo strategico delle linee dei prodotti a marchio, che porterà ad ampliare l'offerta di prodotti sostenibili.

**V A L E****SELEX****Vanto****Sù**

### FATTURATO VENDITE PRODOTTI A MARCHIO (mln di euro)

	2018	2017	2016
RETAIL	824	769	736
CASH AND CARRY	74	74	66
<b>TOTALE</b>	<b>898</b>	<b>843</b>	<b>802</b>



# PRODOTTI A MARCHIO SELEX

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

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



PRODOTTI A MARCHIO SELEX			
	2018	2017	2016
SELEX BASE	2.503	2.641	2.760
SAPER DI SAPORI	140	109	109
NATURA CHIAMA SELEX	206	150	143
VIVI BENE SELEX	66	53	50
VIVI BENE SELEX SENZA GLUTINE	19	17	17
PRIMI ANNI SELEX	55	82	81
AMICO MIO SELEX	77	76	-
VEGETALE 100%	13	13	-
<b>TOTALE</b>	<b>3.079</b>	<b>3.141</b>	<b>3.160</b>

## SELEX Prodotti Selex

I prodotti della linea Selex "base" sono oltre 2.500 e comprendono tutto quello che serve, ogni giorno, per la casa e la famiglia. Alimentari freschi, formaggi e latticini, salumi, specialità di gastronomia, pasta, gelati, surgelati, e poi tutti i prodotti di drogheria, i prodotti per l'igiene e la cura del corpo, ma anche per la pulizia della casa, fino agli accessori per la cucina, la tavola e a tanti altri articoli che risolvono le necessità di ogni giorno.



## Saper di Sapori Il meglio di Selex

Saper di Sapori è il marchio riservato all'alta qualità e alle tipicità legate al territorio sotto il quale Selex ha riunito le migliori specialità alimentari. In primo piano i prodotti del nostro Paese ma anche prodotti d'oltreoconfine, come il salmone scozzese o il salmone rosso.

L'immagine grafica della linea, moderna ed elegante, è stata studiata per rendere facilmente riconoscibili le confezioni sugli scaffali, e l'etichetta con le informazioni più importanti per i consumatori è stata impostata in modo da semplificarne la lettura. Inoltre, dove è possibile, è stata inserita una cartina per evidenziare la provenienza dettagliata della specialità o sottolineare la zona di produzione.





## Prodotti biologici ed a filiera controllata

Natura Chiama...e Selex risponde. Natura chiama Selex è una linea dedicata al massimo rispetto del delicato equilibrio fra uomo e natura. Una linea che comprende prodotti ortofrutticoli da filiera controllata, coltivati con sistemi a lotta integrata, e prodotti ottenuti con materie prime da agricoltura biologica.

Nel caso della filiera controllata le aziende selezionate impostano in accordo con Selex un insieme di regole e di controlli basati sui principi della sicurezza alimentare e della tracciabilità. La coltivazione a lotta integrata indica una tecnica di produzione agricola, in cui si privilegia l'uso delle risorse e dei sistemi di regolazione naturali e in cui i trattamenti fitosanitari sono accuratamente monitorati.

Nell'agricoltura biologica i metodi di coltivazione e di allevamento ammettono solo l'impiego di sostanze presenti in natura e sono normati sia a livello comunitario che nazionale. Perciò gli agricoltori utilizzano essenzialmente sostanze organiche e naturali per concimare e trattare le coltivazioni, mentre gli allevatori fanno crescere gli animali rispettando le loro naturali esigenze di spazi e di alimentazione.



## 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.



## 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.



## 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.



## La linea di prodotti senza glutine

Dedicata ai celiaci e a chi ha problemi di sensibilità alle 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.



## 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. I suoi prodotti alimentari sono divisi per taglie ed età e preparati esclusivamente con carni fresche e senza coloranti. Tutti i prodotti sono "no cruelty tested", per una linea di qualità amica di tutti gli animali.





# 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 VALE	2018	2017	2016
VALE BASE	931	970	990
VALE LE SPECIALITA'	52	45	49
VALE NATURA IN TAVOLA	84	82	74
STAR BENE	21	10	-
<b>TOTALE</b>	<b>1.088</b>	<b>1.107</b>	<b>1.113</b>

## 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.



## 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.



## StarBene 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.



## 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.





## GLI ALTRI PRODOTTI A MARCHIO

NUMERO REFERENZE PRODOTTI A MARCHIO DISTINTI PER LINEA			
PRODOTTI A MARCHIO FANTASIA	2018	2017	2016
HAPPY DI' / PRODOTTO RISPARMIO	74	81	109
ARMONIA & BENESSERE	65	64	65
CASAXCASA	33	28	28
LE VIE DELL'UVA	73	58	62
LA BONTÀ DEL PASTICCIERE	10	10	17
STORIE DI GASTRONOMIA	12	14	14
<b>TOTALE</b>	<b>267</b>	<b>255</b>	<b>295</b>



Happy Di

Segui il simbolo del sorriso e troverai il risparmio. Così infatti si riconoscono i prodotti Happy Di, 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.



### LE BONTÀ DEL PASTICCIERE. Le 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.



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.

### Le Vie dell'Uva 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 Storie di Gastronomia

È 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.



### CASAXCASA Casa per 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	2018	2017	2016
PRODOTTI SÙ	388	407	410
PRODOTTI VANTO	238	250	248
<b>TOTALE</b>	<b>626</b>	<b>657</b>	<b>658</b>



PRODOTTI A MARCHIO SÙ E VANTO NEI CASH AND CARRY



Numero Verde  
**800 992 992**



## LA RELAZIONE CON I CLIENTI

Aperti all'ascolto e alla comunicazione

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

L'ascolto e la comunicazione con i clienti sono un'opportunità di miglioramento costante per il Gruppo Selex, che raccoglie e analizza tutte le comunicazioni dei clienti per trarre informazioni sui prodotti a marchio e sui punti vendita. Per raggiungere questi obiettivi il Gruppo ha implementato il Contact Center che gestisce tutti i canali di contatto diretto con i consumatori.

Questo strumento è composto da un numero verde dedicato alle sole marche commerciali e da una pluralità di siti web attraverso cui è possibile far pervenire domande e richieste relative ai punti vendita. In affiancamento a questo vi sono i social network: Twitter 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. Periodicamente Selex Gruppo Commerciale svolge un'indagine 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

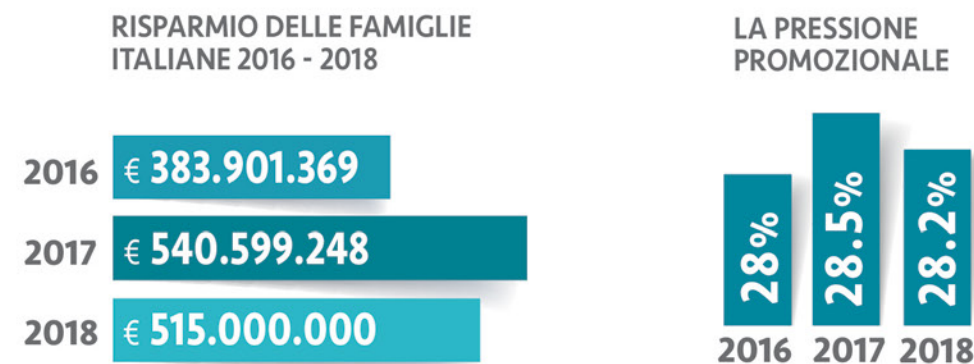
Tra gli obiettivi primari del Gruppo vi è senza dubbio la difesa del potere d'acquisto delle famiglie

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 2018 hanno permesso un risparmio di 515 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 2018 è stata pari al 28,2%.**

### La convenienza in numeri





## il TERRITORIO

L'IMPEGNO A FAVORE DELLE COMUNITÀ **46**

LE IMPRESE ASSOCIATE: ATTIVITÀ E PROGETTI **48**







## L'IMPEGNO A FAVORE DELLE COMUNITÀ

Conoscere i bisogni reali per un sostegno concreto

Nel 2018 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 2018, in particolare, il Gruppo Selex ha investito risorse per sostenere iniziative sul territorio per oltre **2 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 2018 sono stati **1.022 punti vendita** delle imprese del Gruppo che hanno aderito al programma di Colletta Alimentare, raccogliendo **767.577 kg** di prodotti alimentari per un valore complessivo stimato di quasi **2,4 milioni di €**

	2018	2017	2016
PUNTI VENDITA ADERENTI ALLA COLLETTA DI BANCO ALIMENTARE	1.022	1.063	1.070
PRODOTTI DONATI (KG)	767.577	810.000	828.029
VALORE STIMATO DELLE DONAZIONI	2.4 Mio €	1.98 Mio €	oltre 2 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.

Aderendo al progetto SITICIBO, il Gruppo Selex nel 2018 ha evitato lo spreco di **1.130.362 kg** di cibo fresco non venduto, grazie all'adesione di **210 punti vendita**

	2018	KG COMPLESSIVI	PDV
RIALTO - IL GIGANTE (Selex)		746.226	37
L'ABBONDANZA Srl (Selex)		191.408	39
DIMAR SpA (Selex)		78.787	83
ALì SPA (Selex)		73.071	34
G.M.F. Grandi Magazzini Fioroni spa (Selex)		22.025	1



## Tutti per la Scuola

L'iniziativa "Tutti per la scuola" rivolta alle scuole dell'infanzia e alle scuole primarie paritarie e pubbliche di tutto il territorio nazionale, 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 e per contribuire alle richieste di scuola e famiglie.

Visto il grande successo dell'iniziativa, «Tutti per la Scuola» è stata riproposta anche per gli anni 2018 e 2019. **A dicembre 2018 il progetto ha raggiunto 4.025 istituti scolastici iscritti.**



## Selex al fianco di AIRC



Le insegne del Gruppo Selex hanno scelto di fare squadra per sostenere l'Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro con l'iniziativa Arance rosse per la Ricerca.

In oltre 1.800 punti vendita sparsi su tutto il territorio è stato possibile acquistare una o più reticelle di arance rosse italiane. 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.

## Natale Selex con Action for Children in Conflict



Il Gruppo Selex ha destinato la donazione di Natale 2018 al lavoro di AfCIC, Action for Children in Conflict, una piccola ONG keniana che risponde alle esigenze dirette delle comunità, con molteplici azioni quotidiane in diverse aree tematiche 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 salvarli da malattie, fame, abbandono e abusi. Il programma di AfCIC 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.

AfCIC ha inoltre avviato un progetto di sostegno alla comunità per facilitare le famiglie ad avere accesso al cibo, per creare posti di lavoro, reddito e ripristinare il rispetto delle donne. All'interno del progetto "Coltiviamo il nostro futuro" AfCIC ha l'obiettivo di creare competenze innovative nell'agricoltura bio-intensiva, attraverso una cooperativa di donne e ragazzi di strada. La donazione di Selex di 12.500 euro servirà a finalizzare la perforazione di un pozzo che fornirà acqua per i bambini che risiedono nel Centro e per altre famiglie che vivono in zone limitrofe, la maggior parte delle quali non hanno oggi accesso all'acqua.

L'acqua verrà inoltre utilizzata per irrigare la fattoria didattica che si svilupperà presso il Centro e che sarà la base per produrre cibo per i bambini che vi risiedono e per quelli che frequentano le scuole locali. Il "terreno palestra" della fattoria incrementerà le competenze agricole dei genitori e dei famigliari dei bambini, dei membri della comunità e dei diversi partner che riceveranno formazione sui moderni metodi di coltivazione biologica, raccolta, conservazione e trasformazione del cibo, fino ad arrivare agli imballaggi per poterlo distribuire.

AfCIC formerà inoltre due gruppi di donne a Gatanga e Kamwangi sui temi dell'agricoltura biologica, insegnando a produrre compost e aiutandoli a creare orti. Tutto questo sarà un enorme sostegno per le donne che fino ad oggi sono state "svantaggiate" dalla mancanza di competenze essenziali, anche per produrre concime organico e dall'assenza di un capitale di base utile per comprare le sementi e tutto ciò che serve per una buona agricoltura.



## Alì Per il sociale

Anche nel 2018 ALÌ ha partecipato con Down Dadi ad un'attività di sostegno per l'associazione attraverso la vendita di tazze con i disegni dei ragazzi nel Natale 2018, con una donazione di € 7.500 e, con l'associazione Uniti per Crescere, ha organizzato una raccolta fondi attraverso la vendita di addobbi natalizi che ha consentito di donare all'associazione € 17.484.

## Arca Last Minute Market

Grazie alla collaborazione con Last Minute Market, Arca mette in contatto i propri supermercati con altrettante 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 vengono ritirati direttamente dall'associazione con cadenza giornaliera, recuperando il cibo che successivamente viene distribuito a scopo benefico. In tutto il territorio della Romagna e delle Marche partecipano a questo progetto 9 Famila e 22 A&O, che nel 2018 hanno raccolto e donato 195.625 kg di cibo per un valore calcolato pari a 707.599 €.

## Ce.Di Marche Orto botanico a scuola

L'iniziativa consiste nella realizzazione di un orto didattico presso una scuola secondaria di primo grado, con l'obiettivo di sensibilizzare i giovani alla conoscenza e al rispetto della natura. Il progetto ha coinvolto 150 ragazzi in 10 giornate formative sulla cura delle piante (teoria e pratica) in cui 67 piante tra fiori, frutta, verdura ed erbe aromatiche sono state messe a disposizione per tutte le classi e 60kg di frutta e verdura raccolti e consumati dai ragazzi e dalle loro famiglie.

## Ce.Di. Marche Impariamo a mangiare

Nel corso dell'anno scolastico 2017/2018 120 bambini di scuole elementari e medie 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.

## Dimar Da noi a noi

Il progetto è basato sulla promozione di prodotti locali diminuendo l'impatto ambientale sui trasporti e valorizzando le produzioni territoriali, con il proposito di sensibilizzare la clientela sull'importanza delle produzioni locali sia per quanto riguarda la qualità del prodotto che per la diminuzione dell'emissioni in atmosfera e per apportare maggiore benessere alle comunità locali. L'iniziativa ha provocato un incremento delle vendite di questi prodotti e una forte sensibilizzazione nei confronti dei clienti.

## Superemme Per il sociale

Superemme è attiva nell'ambito della violenza di genere con diversi progetti quali la "Solo Women Run" e il progetto "Contro la violenza sulle donne voltiamo pagina insieme", che consiste nella vendita in cassa di un segnalibro dal valore di 1€, il cui ricavato viene donato al centro antiviolenza Donna Ceteris.

Allo stesso modo Superemme aiuta i più bisognosi con la donazione di prodotti attraverso i progetti "Colombe per Pasqua", "Miracolo di Natale", senza dimenticare degli amici a quattro zampe senza famiglia, dei quali si prende cura tramite il sostegno all'AVAC. Superemme è attiva inoltre nell'editoria, con il sostegno alla rivista onlus "La collina" e nella scuola, promuovendo stage all'estero con l'iniziativa "Rotary club Iglesias".

## GMF Scuola

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

## GMF Sport e cultura

GMF è attivo 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 2018", e nel sovvenzionamento di squadre sportive locali come "EMI Basket Gubbio" di cui è sponsor principale con un contributo di rispettivamente 8.000 euro a cui si affiancano "Assisi Volley" e "Scuola Calcio Vigor Gualdo ASD".

## L'Abbondanza Impegno sociale a sostegno delle tradizioni locali

L'Abbondanza sostiene le manifestazioni e le tradizioni locali tramite l'organizzazione di eventi e il sovvenzionamento alle attività della comunità attraverso la pro loco. Inoltre, L'Abbondanza promuove la cultura associata all'impegno sociale, come la rappresentazione teatrale "Lavoro è vita" con l'Associazione Italiana Persone Down ed il concerto "Girotondo intorno al mondo" con l'Associazione Malattie Renali Città di Castello, con il cui ricavato viene fatta una donazione al reparto di nefrologia e dialisi dell'ospedale di Città di Castello



## Il Gigante Banco Alimentare

Con l'acquisto di una cassetta di uva da 2 kg, il cui contributo viene donato al Banco Alimentare, il Gigante permette ai propri clienti di donare direttamente dei pasti alle persone più bisognose.

## Il Gigante Catalogo Blucard 2018

Con questa iniziativa il Gigante, in partenariato con l'associazione La Nostra Famiglia Bosisio Parini, si fa parte attiva nella prevenzione della dislessia. Attraverso la donazione di punti blucard al progetto, viene data la possibilità ai bambini di giocare con degli action videogame, che permettono loro di migliorare le proprie abilità.

## Il Gigante A sostegno dello sport

Quale sponsor storico della squadra di calcio e delle squadre giovanili della Pro-sesto, il Gigante ha intrapreso un progetto di ristrutturazione e abbellimento dello stadio, fornendo inviti gratuiti allo stadio per i clienti nei punti vendita.

## Megamark Incontri di dialoghi

Nell'ambito della cultura il gruppo realizza, attraverso la sua Fondazione, un concorso letterario aperto alle case editrici di tutta Italia e riservato agli autori esordienti alla loro prima pubblicazione nel campo della narrativa (romanzi). L'intento del progetto è quello di dare al territorio un concorso letterario laddove non esisteva, valorizzare i talenti tra gli scrittori esordienti di tutta Italia e diffondere l'amore per la lettura.

## 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 2018 ha visto la realizzazione di 12 iniziative rivolte ai meno fortunati; dai bimbi affetti dalla sindrome dello spettro autistico (con l'acquisto di NAO un robotino che ha facilitato l'integrazione dei soggetti) ai ragazzi svantaggiati che hanno imparato a lavorare nei cantieri navali.

E ancora un progetto per agevolare lo scambio intergenerazionale tra nonni e bambini e uno sulla dilagante piaga del Cyberbullismo. Un centro diurno per i senza fissa dimora e una ludoteca per i bimbi dei detenuti, l'acquisto di macchinari per ecografie e la ristrutturazione di una palazzina dell'ospedale di Brindisi. Dall'assistenza e animazione negli ospedali pediatrici fino alla realizzazione di un panificio in un centro di recupero per ex detenuti.

## Unicomm Latte dono di vita

Con l'intento di sostenere la Banca del Latte Umano Donato (BLUD), Unicomm 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 Per la cultura

Unicomm vuole essere al fianco delle associazioni e delle realtà che si impegnano per rendere vivi e attrattivi i territori in cui opera, dando il proprio contributo per la crescita del territorio e dei suoi cittadini. I molti eventi sostenuti da Unicomm nel 2018 - tra i quali si citano Festival Biblico, Vicenza in Lirica e Marostica Summer Festival - spaziano dalle attività di riflessione culturale sulle Sacre Scritture, alle più delicate questioni internazionali, passando per l'opera e per la musica pop, promuovendo la grande varietà di interessi delle persone e del proprio territorio.

## Unicomm Tracciabilità e trasparenza

Negli anni il Gruppo Unicomm ha mantenuto il rapporto con il territorio, mirando alla promozione di uno sviluppo locale sostenibile. Con l'entrata in vigore della Legge Gadda, Unicomm ha lanciato un vero e proprio modello di raccolta delle eccedenze, coerente con la storia aziendale. Il progetto intrapreso ha previsto la tracciabilità delle Onlus che si occupano di reperire la merce, assicurando la massima trasparenza nella destinazione dei beni inventurati o inutilizzati. Nel 2018 i punti vendita in cui è attivo il progetto sono saliti a 48, proseguendo nella direzione della progressiva copertura totale della rete.

## Unicomm Vicenza ospitale

Unicomm in associazione con Onlus Team for Children e LACTALIS con FRUTTOLO, ha raccolto fondi per la realizzazione di una Casa d'Accoglienza nelle vicinanze dell'ospedale S. Bortolo di Vicenza, così da consentire ai famigliari in difficoltà di rimanere vicini ai propri cari. Le modalità hanno previsto la donazione di 1€ al progetto a fronte di un acquisto di 2 confezioni di Fruttolo.



## i FORNITORI

IL VALORE DELLA FILIERA LOCALE **56**

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE  
DELLA CATENA DI FORNITURA **57**





# IL VALORE DELLA FILIERA LOCALE

Preservare la tradizione e il patrimonio alimentare

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

Nei punti vendita delle Imprese Associate sparsi su tutto il territorio italiano è disponibile una vasta offerta prodotti provenienti da **oltre 4.000 fornitori locali**: prodotti ortofrutticoli freschi, stagionali e genuini a filiera corta, di tipicità ed eccellenze gastronomiche locali, di **prodotti con marchio di qualità DOP, IGP e SGT**.

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 2018 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.

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

Coltivare e valorizzare le potenzialità del Paese rispettandone i ritmi e le peculiarità.

Oltre il **90%** dei fornitori sono italiani,  
oltre il **95%** se si considerano i soli prodotti alimentari  
e sono più di **110** le referenze  
con certificazione d'origine (DOC, DOP e DOCG).

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.



## LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLA CATENA DI FORNITURA

La tutela del lavoro lungo la filiera

Il Gruppo richiede 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.

Selex e le Imprese Socie al fine di favorire un mercato più trasparente ed evitare effetti distorsivi dei rapporti di filiera, si impegnano a non fare ricorso alle aste elettroniche inverse al doppio ribasso per l'acquisto di prodotti agricoli e agroalimentari e promuovono l'iscrizione delle proprie aziende fornitrici alla Rete del Lavoro agricolo di qualità per contrastare il possibile ricorso al lavoro nero e al caporalato.



## L'AMBIENTE

L'IMPEGNO PER L'AMBIENTE **60**

LE IMPRESE ASSOCIATE - ATTIVITÀ E PROGETTI **62**





# L'IMPEGNO PER L'AMBIENTE

Una consapevolezza che cresce

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

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.

## Gli impatti ambientali

Per queste ragioni, 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.

CONSUMI ENERGETICI della Centrale Selex	u.m.	2018	2017	2016
GAS METANO	m <sup>3</sup>	19.235	19.100	21.300
ELETTRICO	kWh	186.992	171.750	164.000

CONSUMI ENERGETICI delle imprese Associate	u.m.	2018	2017	2016
GAS METANO	m <sup>3</sup>	18.729.924	18.176.000	16.865.000
GAS METANO PER MQ	m <sup>3</sup> /m <sup>2</sup>	9,1	8,6	8,1
ELETTRICO	kWh	689.000.000	768.000.000	735.000.000
ELETTRICO PER MQ	kWh/m <sup>2</sup>	333,5	362,6	354,0

## Energia da fonti rinnovabili

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 4.639.860 kWh di energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili nel 2018 ed evitare l'emissione in atmosfera di 1.670 tonnellate di CO<sub>2</sub>.



## Le emissioni di CO<sub>2</sub>

Sulla base dei consumi di gas metano ed energia elettrica vengono calcolate le emissioni di CO<sub>2</sub>, pari in totale a 284.975 tonnellate di CO<sub>2</sub>. Le emissioni relative per consumo di gas metano al metro quadro delle Imprese Associate fanno segnare un aumento del 6,1% rispetto al 2017, vi è invece una diminuzione per le emissioni relative ai consumi di energia elettrica per metro quadrato pari al -11,7% rispetto al 2017.

EMISSIONI DI CO <sub>2</sub> DERIVANTI DAI CONSUMI ENERGETICI delle imprese Associate	u.m.	2018	2017	2016
EMISSIONI DA CONSUMI DI GAS METANO <sup>2</sup>	tCO <sub>2</sub> /m <sup>2</sup>	0,02	0,02	0,02
EMISSIONI DA CONSUMI DI ELETTRICO <sup>3</sup>	tCO <sub>2</sub> /m <sup>2</sup>	0,12	0,13	0,13

## I rifiuti delle Imprese Associate

I rifiuti inerenti alle Imprese Associate del Gruppo ammontano invece a oltre 24.000 tonnellate, che in relazione ai metri quadrati di superficie dei punti vendita, risulta di 26 kg di rifiuti per metro quadrato.

RIFIUTI	u.m.	2018	2017	2016
RIFIUTI TOTALI <sup>1</sup>	t	24.697.641	26.925.277	26.941.800
RIFIUTI PER metro quadrato	kg/m <sup>2</sup>	26	25	26

<sup>1</sup>È stato possibile effettuare il calcolo dei rifiuti considerando 6 imprese associate, tenendone conto nel calcolo per metro quadro.





## Alì Per l'ambiente

L'energia risparmiata grazie ad impianti fotovoltaici e relamping con lampade led è stata di 1.260 MegaWh corrispondenti a 236 tep (tonnellate equivalenti di petrolio), mentre 545 sono le tonnellate di CO<sub>2</sub> in meno emessa in atmosfera.

Oltre alla produzione di energia da fonti rinnovabili e all'efficientamento energetico, ALÌ ha proseguito la campagna degli Alberi, che ha permesso la messa a dimora ad oggi di 10.614 alberi nei territori del Veneto e dell'Emilia Romagna.

## Ce.Di Marche Un impegno ambientale su più fronti

CE.DI MARCHE dal 2013 ha avviato un percorso di riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> attraverso l'installazione di impianti fotovoltaici nei punti vendita.

Ad oggi sono stati coinvolti 5 punti vendita e dai dati ricavati nel controllo consumi è emerso che sono stati prodotti 224.069 kWh. 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 90.000 tonnellate di cartone non venissero distrutte. Dal 2011 i volantini pubblicitari di CE.DI MARCHE vengono stampati su carta da macero recuperata 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 CO<sub>2</sub> equivalenti al mese.

## Dimar Supermarpet

In 10 dei suoi punti vendita nella provincia di Cuneo, Dimar ha introdotto "Supermarpet", 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 200 punti accumulati il cliente ottiene un buono sconto da 3 euro da spendere all'interno dell'ipermercato.

Inoltre Dimar nei supermercati di proprietà a insegna Mercatò ha introdotto, dopo averlo testato a dicembre nello store di Bra, un sacchetto di carta con certificazione forestale dotato di una finestra trasparente in PLA compostabile. Si tratta di un packaging che Dimar ha fatto produrre da un fornitore locale e che è in distribuzione gratuitamente nei punti vendita. Il consumatore lo apprezza molto perché è totalmente eco-sostenibile.

## 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.

BILANCIO SOCIALE SELEX 2018

PUBBLICAZIONE REALIZZATA DA  
Commissione Responsabilità Sociale d'Impresa  
Selex Gruppo Commerciale  
via C. Colombo, 51  
20090 Trezzano sul Naviglio (MI)  
[www.selexgc.it](http://www.selexgc.it)

CON IL SUPPORTO DI  
Università Cattolica del Sacro Cuore  
ALTIS - Alta Scuola Impresa e Società  
Largo Gemelli, 1  
20123 Milano



PROGETTO GRAFICO:



FINITO DI STAMPARE NEL MESE DI GIUGNO 2019



Selex Gruppo Commerciale S.p.A.

Via C.Colombo 51

20090 • Trezzano S/N Milano

Telefono 02 484571

[centrale@selexgc.it](mailto:centrale@selexgc.it) • [selexgc.it](http://selexgc.it)