

ANNO 2024



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ GRUPPO SELEX

IL NOSTRO IMPEGNO VERSO I CITTADINI E IL TERRITORIO



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ SELEX 2024

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
ALTIS Advisory – Spin off dell'Università Cattolica
del Sacro Cuore
Via San Vittore, 18
20123 Milano

ALTIS advisory
Spin-off dell'Università Cattolica del Sacro Cuore



ANNO 2024

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ GRUPPO SELEX

IL NOSTRO IMPEGNO VERSO I CITTADINI E IL TERRITORIO





	Lettera agli Stakeholder	5			
	Nota metodologica	6			
1	Chi è Selex	13	4	I fornitori	69
	La storia di Selex	14		Costruire relazioni solide e locali:	
	Primo player del retail in Italia	16		il valore dei fornitori per le Imprese Socie	71
	La Centrale Selex al servizio della crescita comune	17		Iniziative e progetti	72
	Una presenza radicata e multicanale sul territorio	18			
	Punti vendita e insegne per regione	20	5	I Clienti	79
	Format su misura per ogni stile di spesa	22		Accrescere la soddisfazione dei Clienti	81
2	Le persone	25		CosìComodo, per offrire un'esperienza d'acquisto ancora più semplice e veloce	84
	Le persone al centro	27		Educazione alimentare e sostenibile	
	Tutela della salute e sicurezza: un impegno costante	34		Comemangio®: l'iniziativa promossa sui siti delle insegne Selex	86
	Promuovere la crescita delle competenze attraverso la formazione	35		La tutela del potere d'acquisto	88
	Iniziative e progetti	39		Iniziative e progetti	91
3	I prodotti a marchio del distributore	51	6	Il territorio e la comunità	103
	Qualità, trasparenza e sostenibilità	53		Agire sul territorio per creare valore condiviso	105
	Le marche del distributore del Gruppo Selex	56		Iniziative e progetti	116
	Impegno sul packaging dei prodotti a marchio	61	7	L'ambiente	143
	La filiera dei prodotti MDD: una gestione responsabile	64		Una gestione sempre più consapevole degli impatti ambientali	145
				Linee guida sulla sostenibilità dei punti vendita del Gruppo	148
				Iniziative e progetti	149
			8	Le strategie di crescita	167
				Un percorso sempre più strutturato e sostenibile	168

"Il nostro approccio si fonda su un modello che unisce strategie condivise a livello nazionale e valorizzazione delle singole identità locali. I risultati raccontati in questo Bilancio sono infatti il frutto di scelte condivise a livello di Gruppo e dell'autonomia imprenditoriale delle nostre Imprese Socie, capaci di rispondere con efficacia alle esigenze del territorio."



Lettera agli Stakeholder



Gentilissime lettrici e lettori,

sono lieto di presentarvi la dodicesima edizione del Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Selex, che arriva in un anno per noi particolarmente significativo: il 2024 segna infatti il **60° anniversario della fondazione del nostro Gruppo**. Un traguardo importante, che rafforza la nostra visione di impresa orientata al futuro, capace di coniugare radicamento territoriale, evoluzione organizzativa e responsabilità verso le comunità.

Nel corso degli anni, il nostro Gruppo ha intrapreso un percorso di crescita culturale e organizzativa nell'ambito della sostenibilità, coinvolgendo la **Centrale e le 18 Imprese Socie** in un cammino comune. Il nostro approccio si fonda su un modello che unisce strategie condivise a livello nazionale e valorizzazione delle singole identità locali. I risultati raccontati in questo Bilancio sono infatti il frutto di scelte condivise a livello di Gruppo e dell'autonomia imprenditoriale delle nostre Imprese Socie, capaci di rispondere con efficacia alle esigenze del territorio.

Nel 2024 abbiamo rafforzato la **governance della sostenibilità**, potenziando il dialogo tra Centrale e Imprese Socie. Un ruolo centrale è stato svolto dalla Commissione RSI di Gruppo, che da anni rappresenta un canale strutturato per il confronto, la condivisione di progettualità e la formazione sui temi ESG. Attraverso questo strumento, la Centrale ha continuato a offrire momenti formativi dedicati, affrontando temi rilevanti come la crisi climatica e il processo di rendicontazione, anche in vista degli **obblighi futuri previsti dalla direttiva CSRD**.

Tra le iniziative più significative dell'anno figura l'avvio del progetto **"Il punto vendita sostenibile"**, coordinato dalla Centrale, con l'obiettivo di definire linee guida comuni per la progettazione e la gestione sostenibile dei negozi. Il progetto coinvolge esperti del settore come il Politecnico di Milano e altri partner specializzati, e rappresenta un esempio concreto di collaborazione trasversale a beneficio di tutto il Gruppo.

Tutto il Gruppo ha confermato il proprio impegno nelle iniziative a favore delle comunità locali, collaborando con enti, organizzazioni e realtà territoriali. Nel corso del 2024, le Imprese Socie hanno investito complessivamente **più di 11 milioni di euro tra donazioni e sponsorizzazioni**.

Abbiamo inoltre rinnovato **"Tutti in Campo"**, l'iniziativa nazionale promossa dal Gruppo Selex a sostegno dello sport dilettantistico e del benessere. Coinvolgendo oltre 1.800 punti vendita e circa 11.500 associazioni sportive locali, il progetto ha permesso di distribuire attrezzature per un valore di circa 4 milioni di euro. A questo impegno si è affiancata, in occasione del nostro 60° anniversario, una campagna speciale a fianco di FISDIR, con una **donazione di 250.000 euro** destinata ad attivare **500 percorsi sportivi per giovani con disabilità intellettivo-relazionale**. Due iniziative distinte, ma unite da un unico obiettivo: valorizzare lo sport come strumento di partecipazione, salute e inclusione.

Il nostro percorso verso un futuro sostenibile continua, guidato da valori condivisi, attenzione al territorio e responsabilità verso le generazioni future.

Grazie a tutte e tutti per la fiducia, la partecipazione e il contributo quotidiano a questa visione comune.

Alessandro Revello
Presidente Selex Gruppo Commerciale

Nota metodologica

Struttura e finalità del Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Selex

Questo documento, redatto su base volontaria, prende liberamente ispirazione dagli Standard di rendicontazione del **Global Reporting Initiative (GRI)**. L'obiettivo è fornire a tutti gli stakeholder una panoramica chiara, trasparente e completa delle iniziative, dei risultati e degli impatti generati dal Gruppo Selex nel corso dell'anno 2024, nei suoi ambiti economico, sociale e ambientale.

La raccolta delle informazioni riportate è avvenuta tramite la somministrazione di questionari temati

tici rivolti alla Centrale Selex e alle Imprese Socie, accompagnata da momenti di confronto e approfondimento attraverso le Commissioni RSI. **I dati riportati nel documento fanno riferimento, oltre alla Centrale, a 16* Imprese Socie su 18.**

Data la natura articolata del Gruppo Selex e la sua estesa rete di attività, l'interazione con una pluralità di stakeholder è un elemento quotidiano e imprescindibile. Dai collaboratori interni alle comunità locali, passando per Clienti, fornitori e partner di progetto, il Gruppo si relaziona costantemente con soggetti diversi, riflettendo nella struttura di questo Bilancio l'ampiezza e la varietà del proprio impegno.

Tutto questo si riflette nella struttura del documento, che si articola nelle seguenti sezioni:



Sezione finale dedicata alle Strategie future che le insegne del Gruppo intendono seguire nel prossimo futuro.

* Si precisa che alcune Imprese Socie hanno risposto solo ad alcune sezioni. In particolare 14 hanno fornito i dati sulla formazione e 15 sui collaboratori.

Un contesto normativo in rapido cambiamento

Il 2024 ha rappresentato per il Gruppo Selex un anno di consolidamento dell'impegno sui temi ESG, in un contesto regolatorio in rapido cambiamento. Nel febbraio 2025, la Commissione Europea ha presentato il cosiddetto **Pacchetto "Omnibus"**, contenente una serie di proposte di modifica al percorso di attuazione della Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), riaccendendo il dibattito europeo su tempistiche, proporzionalità e perimetro degli obblighi di rendicontazione.

Alla luce del quadro attuale, la **maggior parte delle Imprese Socie del Gruppo Selex continuerebbe comunque a rientrare nell'ambito di applicazione futura della CSRD**, in quanto supera i criteri dimensionali anche nella versione in discussione. Diversamente, la Centrale Selex, potrebbe risultare esclusa dall'obbligo qualora le nuove soglie proposte venissero effettivamente adottate.



Nonostante l'incertezza normativa, **il Gruppo ha scelto di non rallentare il proprio percorso di transizione ESG**. Nel 2024, alcune Imprese Socie hanno rafforzato i propri sistemi di monitoraggio in continuità con gli anni precedenti, mentre altre si sono confrontate per la prima volta con la raccolta dati sui temi ESG, pubblicando il loro primo bilancio di sostenibilità - relativo ai dati 2023. Inoltre, tra le Imprese Socie appartenenti al Gruppo Selex, alcune hanno deciso di **anticipare l'adeguamento al nuovo quadro normativo**, pubblicando un documento ispirato agli standard di rendicontazione ESRS. Anche la Centrale ha svolto una prima attività di valutazione, attraverso una gap analysis interna rispetto agli standard ESRS, realizzata sulla base di una raccolta dati effettuata nel corso dell'anno. Questo risultato è anche il frutto del **percorso di formazione, sensibilizzazione e supporto** avviato negli anni scorsi dalla Centrale, in collaborazione con ALTIS Advisory Spin Off dell'Università Cattolica di Milano, **che ha permesso alle Imprese di avvicinarsi in modo consapevole e progressivo alle tematiche ESG**.

L'obiettivo del presente documento è quello di rispecchiare l'operato del Gruppo a livello aggregato, andando sempre di più ad allineare la struttura che ciascuno dei singoli Bilanci di Sostenibilità delle proprie Imprese Socie avrà, in ottemperanza all'obbligo normativo. Il Bilancio di Sostenibilità aggregato del Gruppo Selex, infatti, si caratterizza proprio per la **volontà di descrivere il percorso di condivisione della responsabilità sociale e ambientale delle singole Imprese Socie del Gruppo**, esplicitando iniziative e risultati aggregati raggiunti durante il corso dell'anno.



OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

Guardando agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite

Anche in questa edizione del Bilancio di Sostenibilità, il Gruppo Selex continua a considerare gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) delle Nazioni Unite come un riferimento strategico e una fonte di ispirazione per lo sviluppo delle proprie attività. A partire dal 2019, il Gruppo ha scelto di rileggere le proprie azioni in chiave sostenibile, allineando le priorità aziendali alle sfide globali delineate dall'Agenda 2030.

In qualità di importante player della GDO in Italia, Selex si impegna a contribuire in modo concreto al raggiungimento di alcuni tra gli obiettivi che ritiene più affini al proprio impatto e alle proprie possibilità di intervento. In particolare:



- SDG 2 per aiutare nella lotta contro la fame nel mondo
- SDG 3 per promuovere la salute e il benessere delle persone
- SDG 4 per incentivare l'istruzione di qualità tramite programmi di formazione
- SDG 6 e ■ SDG 7 per garantire la riduzione dei propri impatti ambientali, soprattutto in riferimento all'acqua e all'energia
- SDG 8 per garantire un lavoro dignitoso e una crescita economica equilibrata
- SDG 9 per sostenere l'innovazione del territorio
- SDG 10 per ridurre le disuguaglianze
- SDG 12 per il consumo e la produzione responsabili
- SDG 13 per la lotta contro il cambiamento climatico.

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.

Da oltre 10 anni un presidio strategico per la sostenibilità di Gruppo

Per promuovere una cultura condivisa della responsabilità sociale all'interno del Gruppo, Selex si avvale da anni della **Commissione RSI** (Responsabilità Sociale d'Impresa), uno strumento strategico di confronto e coordinamento tra la Centrale e le Imprese Socie.

Nel corso del 2024, la Commissione ha rafforzato il proprio **ruolo di governance**, diventando un canale strutturato non solo per l'allineamento e il monitoraggio delle attività di sostenibilità, ma anche

per la formazione sui temi ESG. I lavori si sono svolti regolarmente da remoto, attraverso webinar, con l'obiettivo di favorire la partecipazione, ridurre gli spostamenti e limitare l'impatto ambientale.

Il Gruppo ha potuto affrontare in modo condiviso temi di rilievo, tra cui il **nuovo contesto normativo** in materia di rendicontazione di sostenibilità (CSRD), consolidando la propria capacità di risposta e **visione comune in ambito ESG**. Inoltre, la Commissione ha continuato a svolgere un ruolo chiave nella definizione dell'impostazione del Bilancio di Sostenibilità, nella condivisione delle principali tappe del processo e nell'elaborazione di **progettualità trasversali** a beneficio dell'intero Gruppo.





Legenda iniziative e progetti

Come nelle scorse edizioni, all'interno della sezione "Iniziative e progetti" di ogni capitolo sarà possibile scoprire le pratiche virtuose che ciascuna Impresa del Gruppo Selex ha realizzato nel corso del 2024, contribuendo attivamente a tutte le dimensioni della sostenibilità.

Per facilitare la lettura, ogni progetto è accompagnato da un'icona che ne identifica l'ambito di intervento. Di seguito, una legenda che spiega il significato di ciascun simbolo.



SOCIALE/PERSONE

Iniziative ad alto impatto sociale, dedicate al benessere delle persone, alla valorizzazione dei collaboratori, al coinvolgimento dei Clienti e al sostegno alle comunità locali. Comprendono progetti di inclusione, welfare aziendale, engagement interno e supporto alle fasce più fragili della popolazione.



CULTURA/RICERCA

Progetti focalizzati sull'istruzione, sulla formazione e sul mondo della scuola, con un'attenzione particolare ai giovani. Includono anche attività legate alla promozione della cultura e al sostegno alla ricerca.



ACQUISTO/PRODOTTI

Riguarda tutte le attività che mirano a migliorare l'esperienza di acquisto e a offrire prodotti di qualità, legati alla tradizione, alla territorialità e alla sostenibilità. Comprende iniziative pensate per accompagnare i Clienti verso scelte più consapevoli.



SANITÀ

Azioni a favore della sanità pubblica e del terzo settore sanitario, finalizzate a supportare enti, associazioni e strutture sanitarie attraverso contributi concreti alla ricerca, alla prevenzione e all'assistenza.



AMBIENTE/SOSTENIBILITÀ

Iniziative orientate alla tutela dell'ambiente, alla riduzione degli impatti e alla promozione di comportamenti sostenibili. Questa categoria include anche progetti di educazione ambientale rivolti a consumatori, scuole e comunità.



1°
gruppo
della distribuzione moderna
organizzata in Italia

21,1
miliardi
fatturato al consumo del Gruppo

4,5%
la crescita di fatturato
del Gruppo rispetto al 2023

15,6%
di quota
del mercato

60
gli anni
in cui Selex è al servizio dei Clienti

3.305
punti vendita
sul territorio nazionale

3,129
milioni di m²
di superficie di vendita

1. CHI È SELEX

La storia di Selex ____ 14

Primo player del retail in Italia ____ 16

La Centrale Selex al servizio della crescita comune ____ 17

Una presenza radicata e multicanale sul territorio ____ 18

Punti vendita e insegne per regione ____ 20

Format su misura per ogni stile ____ 22

La storia di Selex

Passione, coesione e innovazione: la forza del nostro Gruppo

1964 - Nasce l'unione volontaria A&O italiana per opera di un gruppo di grossisti alimentari. In pochi anni, le Imprese Socie crescono e si trasformano in centri di distribuzione. L'unione volontaria diventa Consorzio A&O italiano.

1979 - Il Consorzio costituisce Selex Gruppo Commerciale, che dà il via all'accesso di nuove imprese e alla crescita su tutto il territorio nazionale.

Un grande salto di qualità, che rafforza sia la collaborazione e lo scambio di know-how tra i Soci,

sia il ruolo della Centrale, sempre più orientata al marketing e ai servizi.

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

1984 - Sono passati vent'anni dalla nascita di A&O e la distribuzione italiana ha compiuto grandi passi, rinnovandosi e consacrando il successo della formula di vendita a libero servizio.

Selex consolida la sua strategia di gruppo commerciale multicanale, attivo 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 Socie 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.

Un'importante 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 crescente soddisfazione della clientela.

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**.

Anni 2000 - Anni di sviluppo e di importanti traguardi. Nel 2004, a **40 anni** dalla sua nascita, Selex è il quinto distributore nazionale, con un fatturato di 6 miliardi di euro, una quota di mercato del 7% e due milioni di Clienti fedeli.

2021 - Con l'ingresso, da gennaio 2021, delle 5 Imprese che fanno capo al **Gruppo SUN - Supermercati Uniti Nazionali** (Alfi, Cadoro, Ce.Di.Gros, Italbrix e Gabrielli) e di **CDS - Centro Distribuzione Supermercati**, Selex diventa il secondo operatore della distribuzione moderna organizzata, con una quota di mercato del 14,7%. Il numero di carte fedeltà attivate supera gli 8 milioni e l'assortimento delle marche del distributore è di circa 7.700 prodotti.

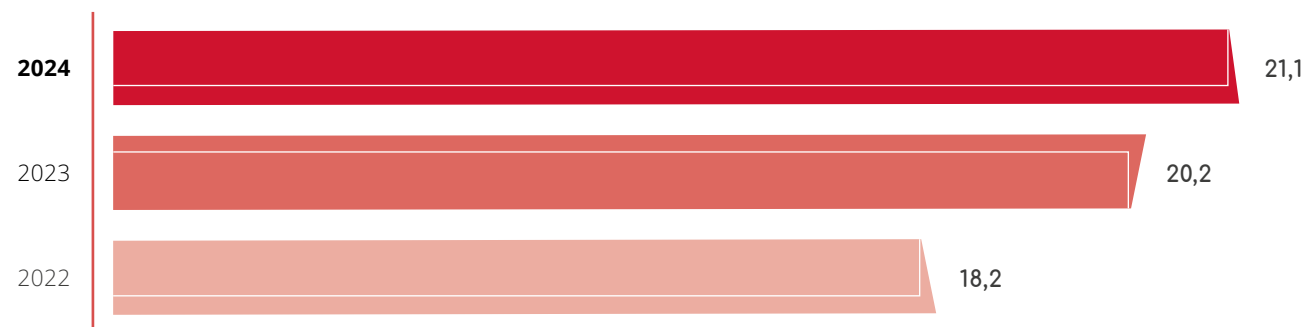
2024 - Nel 2024 il Gruppo Selex festeggia i suoi **primi 60 anni di attività**. Con le 18 Imprese Socie il 2024 ha visto l'inaugurazione di 67 nuovi punti vendita e il rinnovamento di 114 strutture esistenti **raggiungendo il fatturato di 21,1 miliardi di euro** (+4,5% vs. 2023) affermandosi il **primo player del retail in Italia**. Il compleanno rappresenta un nuovo punto di partenza dal quale rilanciare il proprio impegno per continuare a essere simbolo dell'eccellenza e dell'imprenditoria italiana.



Primo player del retail in Italia

Leader della distribuzione moderna nazionale

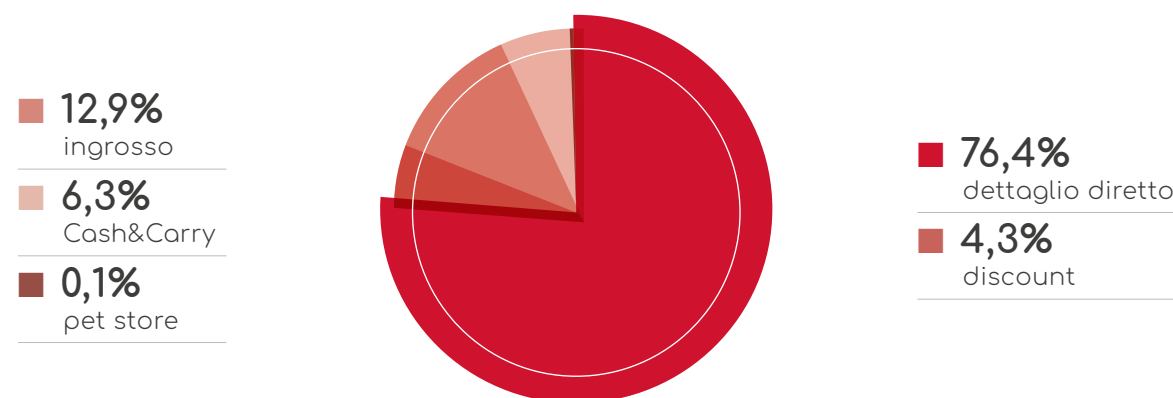
FATTURATO AL CONSUMO DEL GRUPPO SELEX (IN MILIARDI DI EURO)



Nel 2024, Selex ha registrato un fatturato di 21,1 miliardi di euro, con una crescita del 4,5% rispetto all'anno precedente, che a sua volta aveva segnato un aumento dell'11% rispetto al 2022.

Con una quota pari al 15,6% il Gruppo si afferma così come **primo player del retail in Italia**: un traguardo raggiunto grazie a un'articolata alchimia di fattori, tra i quali emerge la capacità di lavorare sinergicamente, valorizzando al contempo le differenze e arricchendosi reciprocamente.

RIPARTIZIONE DEL FATTURATO 2024 PER CANALE DI VENDITA



Fonte Nielsen IQ: canale Iper + Super + Superette + Discount. Il dato non è confrontabile con quello riportato sull'edizione 2023 perché non includeva il canale Discount.

La Centrale Selex al servizio della crescita comune

Nel contesto dinamico della Grande Distribuzione Organizzata, il Gruppo Selex si distingue per un modello imprenditoriale basato sulla **collaborazione tra realtà autonome ma unite da valori condivisi**. Con l'ingresso del Gruppo SUN e di CDS, le Imprese Socie sono oggi 18, coordinate da una Centrale nazionale che svolge un ruolo chiave nel guidarne lo sviluppo, promuovendone l'innovazione e favorendo sinergie operative e strategiche.

La missione della Gruppo Selex Commerciale è creare valore per le Imprese Socie, consolidandone il presidio del territorio e favorendo sinergie strategiche.

La missione della Centrale è accompagnare le Imprese Socie in **percorsi di crescita sostenibili**, generando valore attraverso strategie comuni e soluzioni capaci di rispondere con efficacia all'evoluzione del mercato e dei bisogni dei consumatori. In quest'ottica, Selex coniuga visione di lungo periodo e operatività concreta, affiancando ogni Impresa Socia nel valorizzare la propria identità territoriale senza rinunciare all'efficienza di un sistema integrato.

L'attività della Centrale si articola in **sei aree**: **Commerciale, Marketing, Sinergie & Innovazione, Selex Lab, Ecommerce/servizi digitali e RSI**, ognuna delle quali contribuisce al raggiungimento di obiettivi comuni e al consolidamento del posizionamento competitivo del Gruppo:

- **Commerciale:** sviluppa accordi per le Marche del Distributore e l'Industria di Marca in Selex, ESD Italia ed EMD - European Marketing Distribution; coordina i piani promozionali e definisce strategie di assortimento condivise.
- **Marketing:** integra strumenti di customer intelligence, CRM e progettualità innovative, gestisce la comunicazione e i canali di diffusione delle campagne di Gruppo.
- **Sinergie & Innovazione:** lavora per ottimizzare processi, costi e servizi, generando benefici tangibili per tutto il sistema.
- **Selex Lab:** presidia lo sviluppo formativo, l'innovazione di concept e assortimenti, l'evoluzione tecnologica e gli strumenti di ascolto del Cliente.
- **Risorse Umane:** sviluppa e coordina progetti e tematiche comuni per le Imprese Socie.
- **RSI e Sostenibilità:** presidia la formazione e lo sviluppo di progettualità su temi di governance, strategia, normativa, mercato e rendicontazione.
- **E-commerce:** presidia il canale di vendita online di Così Comodo ed eroga servizi digitali e tecnologici alle Imprese Socie del Gruppo.

Questo assetto organizzativo consente al Gruppo Selex di affrontare con prontezza le sfide del presente, rafforzando il legame tra le Imprese Socie e la Centrale e consolidando una rete d'impresa capace di crescere nel tempo senza perdere il radicamento nei propri territori.

Massimizzare i risultati valorizzando le specificità e le esigenze dei singoli territori.

Una presenza radicata e multicanale sul territorio

Il rispetto per i Clienti che ogni giorno scelgono Selex come punto di riferimento per i propri acquisti è alla base delle scelte strategiche e operative del Gruppo.

Servire al meglio le persone significa garantire un’elevata qualità dei prodotti e dei servizi offerti, attraverso un’attenta selezione dell’assortimento, l’aggiornamento continuo dei punti vendita, la cura nei rapporti con i fornitori e una costante attenzione al rapporto qualità-prezzo.

La caratteristica distintiva del Gruppo Selex risiede nella sua capacità di soddisfare bisogni d’acquisto differenziati.

Questo è possibile grazie a una rete **multicanale e multiformato**, che comprende **Superstore, Supermercati, Superette, Discount, Cash&Carry** per i professionisti del canale Ho.Re.Ca. e Petshop.

18

Imprese Socie del Gruppo Selex presenti in tutte le regioni italiane

A ciò si aggiunge un mix di **insegne locali e nazionali**, capaci di operare con efficacia nei diversi contesti territoriali, pur mantenendo un comune denominatore: un **alto livello di innovazione e servizio**.

La diffusione capillare delle Imprese Socie sul territorio italiano si esprime attraverso insegne ben riconosciute a livello nazionale – come **Famila** (supermercati e superstore), **A&O** (supermercati di prossimità) e **C+C** (Cash and Carry) – insieme a numerose insegne regionali fortemente radicate, spesso leader nei rispettivi mercati.

Dal 2019, Selex ha ampliato ulteriormente la propria offerta con **Animali che Passione**, il format dedicato interamente al mondo pet, con un assortimento di circa 8.000 referenze tra alimenti, accessori e prodotti per la cura degli animali.

Infine, grazie alla piattaforma di **spesa online CosìComodo**, il Gruppo è in grado di rispondere anche alle esigenze dei Clienti digitali, offrendo un’esperienza d’acquisto personalizzata ed efficiente, dalla scelta dei prodotti fino alla consegna a domicilio o al ritiro in punto vendita (si veda approfondimento nel capitolo “Clienti”).

La rete commerciale è composta da 3.305 unità, per più di 3 milioni di m² di superficie di vendita.

familaA&OEMIEMISFEROGALASSIAil giganteMERCATOAli

GROSGROSISCADOREeliteitalmarkgala il CentesimoGullivertigreMEGA

PHarDisMAXSole365YURRKFAMILYMARKETOASI

LA SPESA FATTA IN CASA

ANIMALI che PASSIONE

E-commercePet store

RETE COMMERCIALE GRUPPO SELEX

IMPRESA SOCIA	N. PUNTI VENDITA	REGIONE
Alfi (Gulliver)	91	Emilia Romagna, Liguria, Lombardia, Piemonte
Ali	117	Emilia Romagna, Veneto
Arca Commerciale	108	Emilia Romagna, Marche, Toscana
CDS	134	Sicilia
Ce.Di.Marche	103	Abruzzo, Marche
Ce.Di.Gros	224	Lazio
Dimar	267	Liguria, Piemonte
GMF	151	Lazio, Marche, Toscana, Umbria
Italbrix	99	Lombardia
L'Abbondanza	43	Marche, Toscana, Umbria
Rialto (Il Gigante)	76	Emilia Romagna, Lombardia, Piemonte
Magazzini Gabrielli	320	Abruzzo, Lazio, Marche, Molise, Umbria
Maxi Di	604	Abruzzo, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte, Toscana, Trentino, Umbria, Valle d'Aosta, Veneto
Megamark	559	Basilicata, Calabria, Campania, Lazio, Molise, Puglia
Super Elite	57	Lazio, Marche, Umbria
Superemme	54	Sardegna
Supermercati Cadoro	25	Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Veneto
Unicomm	273	Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Veneto
Totale	3.305	

Dati al 31.12.2024

Punti vendita e insegne per regione

Valle d'Aosta

A&O • D PIÙ • FAMILA

Trentino Alto Adige

D PIÙ

Friuli Venezia Giulia

A&O • C+C • CADORO • D PIÙ • EMISFERO • FAMILA • MEGA

Piemonte

A&O • ANIMALI CHE PASSIONE • C+C • D PIÙ • FAMILA • GALASSIA • GULLIVER • IL GIGANTE • MARKET-MERCATÒ • OK MARKET

Lombardia

A&O • ANIMALI CHE PASSIONE • C+C • D PIÙ • FAMILA • FAMILY • GALASSIA • GULLIVER • IL GIGANTE • ITALBRIX • IL MIO GIGANTE • IPER FAMILA • MARKET • SUPER A&O • SVELTO A&O • SUPER GULLIVER

Liguria

D PIÙ • GULLIVER • MARKET • MERCATÒ • OK MARKET

Toscana

C+C • D PIÙ • EMI • GALA • HURRÀ

Lazio

C+C • CTS SUPERMERCATI • DEM • ELITE PET • D PIÙ • EMI-EMISFERO • HURRÀ • IDROMARKET • IPERCARNI • IPERTRISCOUNT • MA SUPERMERCATI • OASI • ELITE • EFFEPIÙ SUPERMERCATI • SUPERMERCATI IL CASTORO • PIM SUPERMERCATI • SUPERMERCATI PEWEX • SACOPH SUPERMERCATI • TOP SUPERMERCATI

Veneto

A&O • ALÌ • C+C • D PIÙ • CADORO • EMISFERO • FAMILA • GALASSIA • MEGA • ITALBRIX

Emilia Romagna

A&O • ALÌ • C+C • CADORO • D PIÙ • FAMILA • GALASSIA • IL GIGANTE • GULLIVER • ITALBRIX

Marche

C+C • D PIÙ • EMI • FAMILA • GALA • HURRÀ • SI CON TE • ELITE • OASI • TIGRE • TIGRE AMICO

Umbria

C+C • EMI • EMISFERO • D PIÙ • GALA • HURRÀ • ELITE • OASI • TIGRE • TIGRE AMICO

Abruzzo

D PIÙ • SI CON TE • OASI • TIGRE • TIGRE AMICO

Molise

DOK • FAMILA • OASI • TIGRE • TIGRE AMICO

Puglia

A&O • DOK • FAMILA

Basilicata

A&O • DOK

Calabria

A&O • DOK • FAMILA

Campania

A&O • DOK • FAMILA • SOLE 365 • SUPERÒ

Sardegna

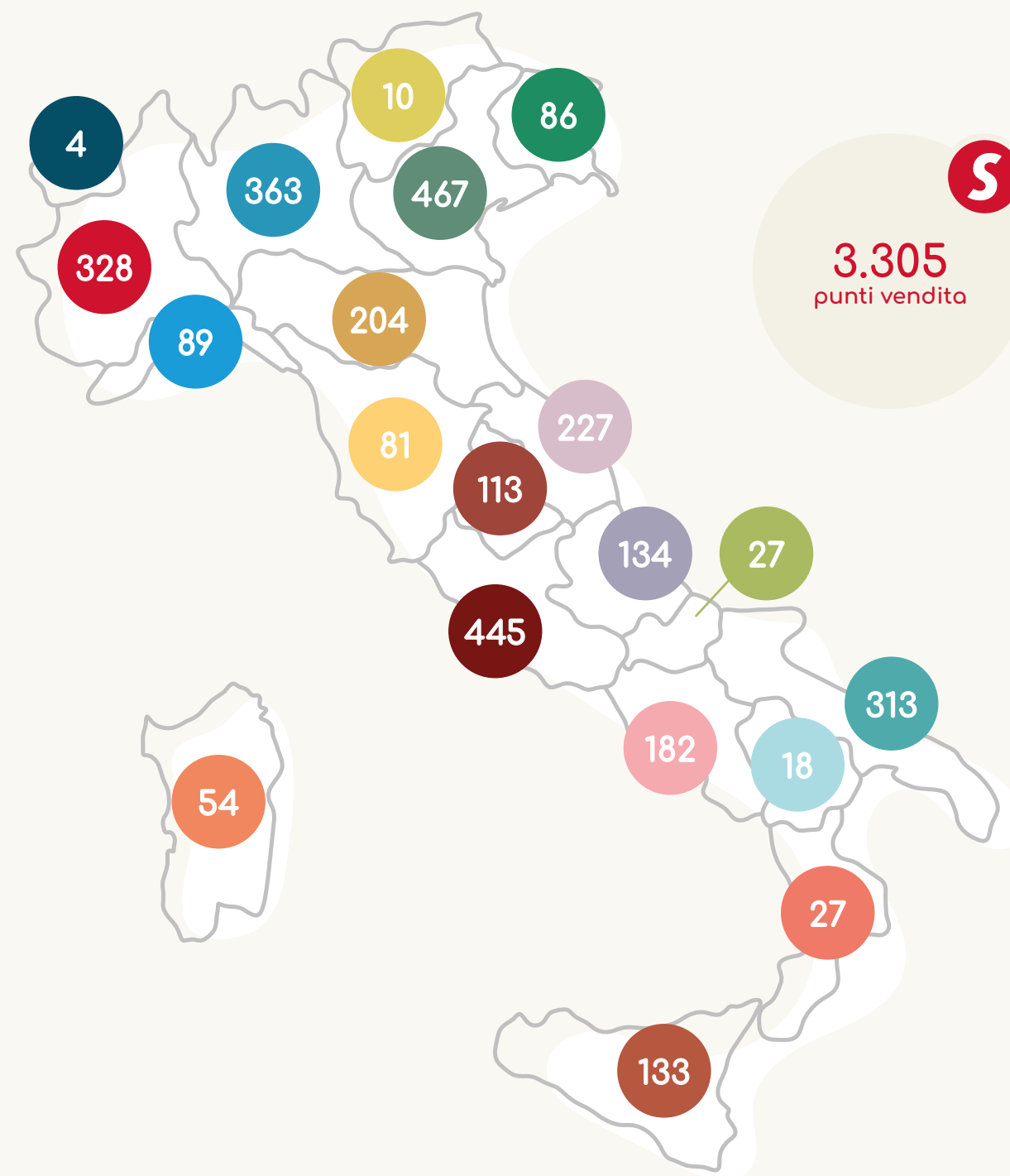
HARDIS • PAN

Sicilia

FAMILA • IL CENTESIMO • MAX



Numero punti vendita per regione



Format su misura per ogni stile di spesa

Il Gruppo Selex si distingue per la capacità di offrire una rete distributiva multiformato in grado di rispondere alle esigenze di acquisto più diverse. Alle insegne nazionali Famila, A&O e C+C si affiancano marchi locali radicati sul territorio, capaci di interpretare al meglio i bisogni dei consumatori.

La varietà di format - dal piccolo supermercato di quartiere all'ipermercato, fino ai Cash&Carry e ai Petshop - consente al Gruppo di garantire una

presenza capillare e un servizio personalizzato, grazie a punti vendita moderni, assortimenti calibrati e format flessibili.

Nel 2024 la rete conta 3.289 punti vendita, di cui 3.196 al dettaglio e 93 Cash&Carry. A questi si aggiungono 16 negozi Animali che Passione, dedicati al mondo pet.

	2024		2023		2022	
	n°	m²	n°	m²	n°	m²
Ipermercati	37	215.768	36	210.768	39	230.762
Superstore e mini iper	150	442.550	148	437.868	141	414.421
Supermercati integrati	430	775.183	432	779.006	433	760.179
Supermercati	1.253	986.130	1.251	980.968	1.164	902.354
Superettes	550	152.255	554	153.765	512	141.465
Hard e soft discount	428	277.256	428	271.592	450	280.547
Mini mercati	348	37.469	342	36.944	380	40.784
Totale Punti Vendita al dettaglio	3.196	2.886.611	3.191	2.870.911	3.108	2.770.512
Cash&Carry	93	242.165	93	242.141	86	214.939
Totale della rete distributiva	3.289	3.128.776	3.284	3.113.052	3.194	2.985.451
Animali che Passione	16	5.545	16	5.800	12	4.610
Totale	3.305	3.134.321	3.300	3.118.852	3.206	2.990.061





52,3%
dei nuovi assunti
sono giovani di età inferiore
a 30 anni

61,2%
presenza femminile
nel Gruppo

92,4%
dei dipendenti delle Imprese Socie
assunto a tempo indeterminato

+17,4%
ore di formazione
erogate dalla Centrale vs 2023

oltre **8.500**
ore di formazione
erogata alle Imprese Socie

oltre **30.000**
partecipazioni registrate
ai corsi di formazione

oltre **160.000**
ore di formazione
per i dipendenti delle Imprese Socie

2. LE PERSONE

Le persone al centro ____ 27

Tutela della salute e sicurezza: un impegno costante ____ 34

Promuovere la crescita delle competenze attraverso la formazione ____ 35

Iniziative e progetti ____ 39



OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE



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.



Le persone al centro

Il successo del Gruppo Selex si fonda sulla forza delle sue persone. Collaboratori motivati, competenti e valorizzati rappresentano un elemento strategico per il presente e il futuro del Gruppo. Per questo motivo, Selex continua a investire nella **crescita professionale, nel benessere e nella qualità dell'ambiente lavorativo**, promuovendo una cultura aziendale inclusiva e orientata alla fiducia, alla collaborazione e alla sicurezza.

I numeri del Gruppo: una realtà che cresce

I dati raccolti per il presente Bilancio includono la Centrale Selex e 14 delle 18 Imprese Socie.



L'obiettivo per il futuro è quello di estendere il monitoraggio a tutte le Imprese Socie, così da rendere il dato ancora più rappresentativo e preciso nelle prossime edizioni del Bilancio di Sostenibilità.



* Dato raccolto su 14 Imprese Socie delle 18 del Gruppo.



La Centrale Selex

Nel 2024 l'organico della Centrale Selex ha registrato un lieve incremento, pari al +5% rispetto all'anno precedente, raggiungendo un totale di 65 dipendenti. Tra questi, il **44,6% è costituito da donne**, in crescita di 1,1 punti percentuali rispetto al 2023. Si segnala inoltre la presenza di 7 stage per un totale di 42 mesi.

Il **97% del personale risulta assunto con contratto a tempo indeterminato** (63 su 65), e il 90,8% lavora a tempo pieno. Il part-time è stato scelto da 6 dipendenti, tutte donne, che rappresentano il 9,2% dell'organico complessivo. Dal punto di vista dell'inquadramento, si contano 7 dirigenti di cui 1 donna, 21 quadri (di cui il 14,3% donne) e 37 impiegati (di cui il 67,6% donne).

Anche nel 2024, la fascia d'età più rappresentata resta quella over 50 (49,2%), seguita da quella tra i 30 e i 50 anni (41,5%). La componente **under 30**, pur rimanendo numericamente meno presente (9,2%), ha registrato una crescita significativa rispetto all'anno precedente, triplicando. Un dato che evidenzia l'impegno crescente della Centrale nel favorire l'ingresso di **giovani talenti** e costruire basi solide per il futuro del Gruppo. In questa direzione si inserisce la collaborazione avviata ormai da tempo con l'Università di Parma, finalizzata all'attivazione di tirocini curriculari ed extracurriculari nel settore della GDO.

Nel corso dell'anno sono stati assunti 6 nuovi dipendenti (4 donne e 2 uomini), di cui la maggior parte con meno di 30 anni. Il turnover in entrata si è attestato al 9,2%, mentre quello in uscita è stato pari al 4,6%, con tre cessazioni complessive di cui 2 per pensionamento.



Anche nel 2024 tutti i dipendenti della sede centrale hanno potuto usufruire della possibilità di lavorare in modalità **smart working un giorno alla settimana**, previo accordo con il proprio responsabile. La misura, regolata da un sistema di monitoraggio condiviso, è pensata per favorire un migliore equilibrio tra vita privata e lavorativa.



Inoltre, nel mese di dicembre, è stato riconosciuto a tutto il personale **un buono carburante**, un gesto di attenzione alle persone in periodo segnato da forti pressioni sui costi che pesano sulle famiglie.

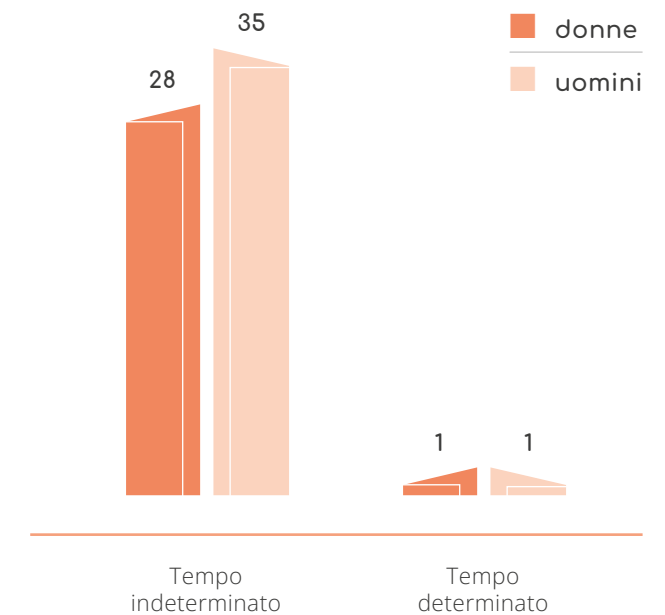
Survey Clima aziendale

Sempre sul fronte del benessere e del clima aziendale, nel 2024 la Centrale Selex ha organizzato per i propri dipendenti una survey interna finalizzata a raccogliere percezioni, opinioni ed eventuali aree di insoddisfazione. Il questionario, articolato in circa 60 domande, è stato compilato da tutto il personale, garantendo così una partecipazione totale e un'analisi rappresentativa dell'intera sede. Dall'elaborazione dei risultati sono emersi segnali incoraggianti: in particolare, sono state registrate **percentuali elevate di soddisfazione** (superiori al 60%) su indicatori relativi alla credibilità dell'azienda, al senso di appartenenza e all'orgoglio di far parte del Gruppo, nonché alla coesione tra colleghi. Questi elementi rappresentano un riconoscimento tangibile dell'ambiente di lavoro positivo e della cultura aziendale inclusiva. I risultati ottenuti orienteranno le future azioni di miglioramento, con l'obiettivo di continuare a coltivare un **clima interno fondato su ascolto, fiducia e partecipazione attiva**.

COLLABORATORI PER CONTRATTO DI LAVORO E PER GENERE

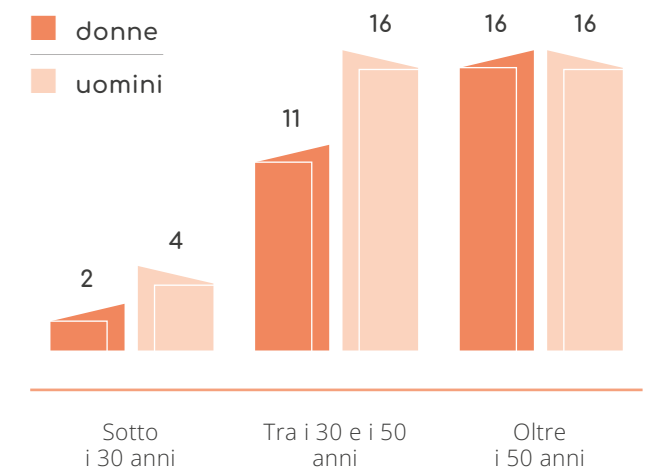
Tempo indeterminato	63
Donne	28
Uomini	35
Tempo determinato	2
Donne	1
Uomini	1
Totale	65
Donne	29
Uomini	36

* Dati al 31.12.2024



DIPENDENTI A TEMPO DETERMINATO E INDETERMINATO PER ETÀ E GENERE

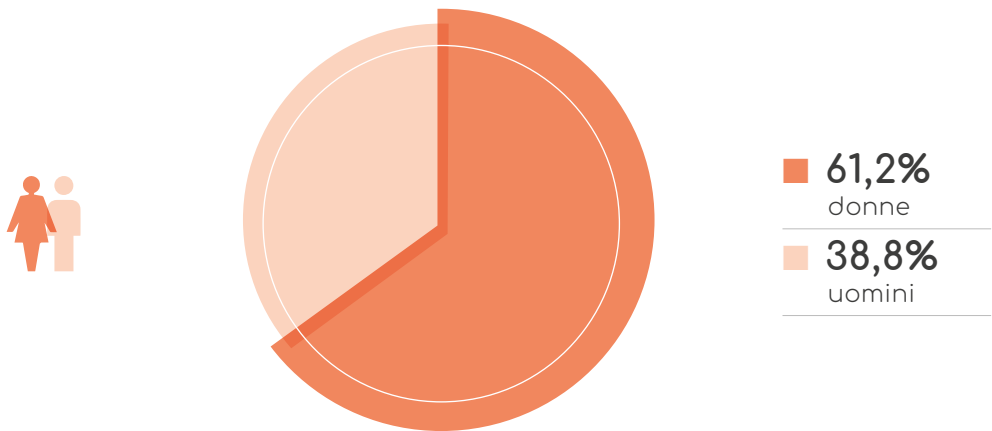
Sotto i 30 anni	6
Donne	2
Uomini	4
Tra i 30 e i 50 anni	27
Donne	11
Uomini	16
Oltre i 50 anni	32
Donne	16
Uomini	16



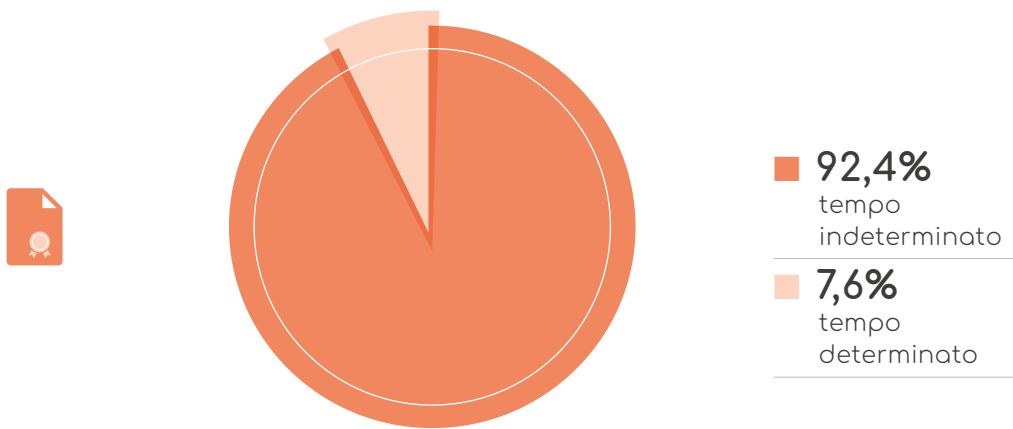
Le Imprese Socie

Tenuto conto del numero fornito da **15 Imprese su 18**, il totale dei dipendenti a tempo determinato e a tempo indeterminato delle Imprese Socie del Gruppo Selex è di 37.875, di cui il 61,2% è donna e il 38,8% è uomo. Sul totale dei dipendenti, nel 2024 il 92,4% ha un contratto a tempo indeterminato, mentre il 7,6% ha un contratto a tempo determinato.

DISTRIBUZIONE DELLA POPOLAZIONE PER GENERE

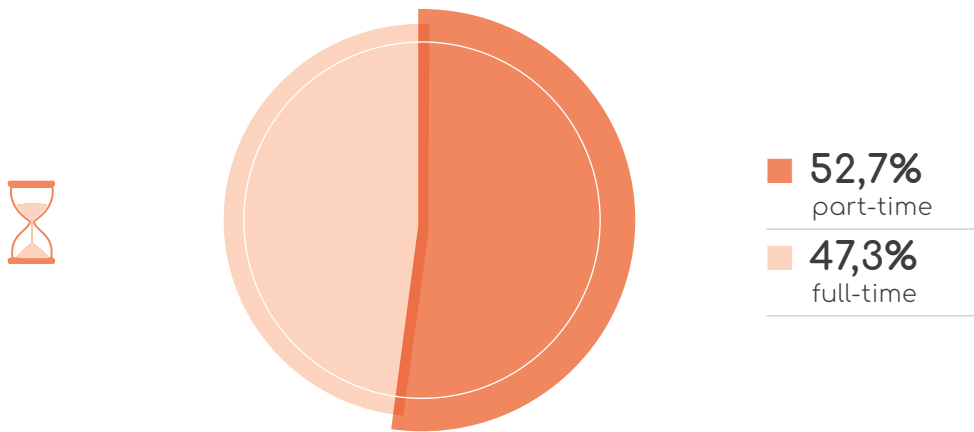


DISTRIBUZIONE DELLA POPOLAZIONE PER CONTRATTO DI LAVORO



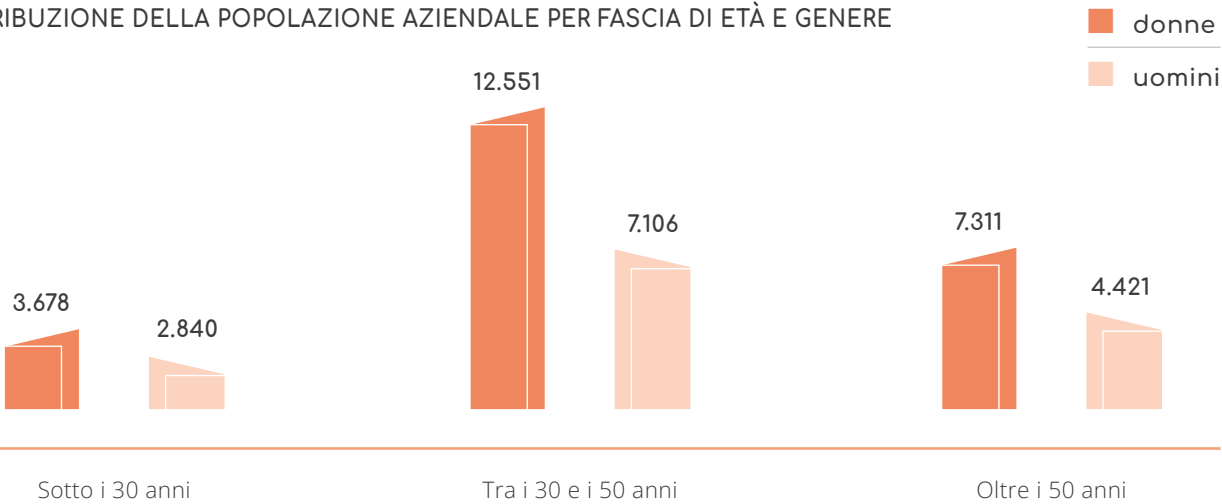
Tra le Imprese Socie, il numero di dipendenti è equamente distribuito per tipologia di impiego: il 52,7% dei dipendenti è assunto con un contratto full-time e il 47,3% è assunto con un contratto part-time. Considerando i dipendenti che hanno scelto per l'opzione part-time, l'85,3% è donna.

DISTRIBUZIONE DELLA POPOLAZIONE PER TIPOLOGIA DI IMPIEGO



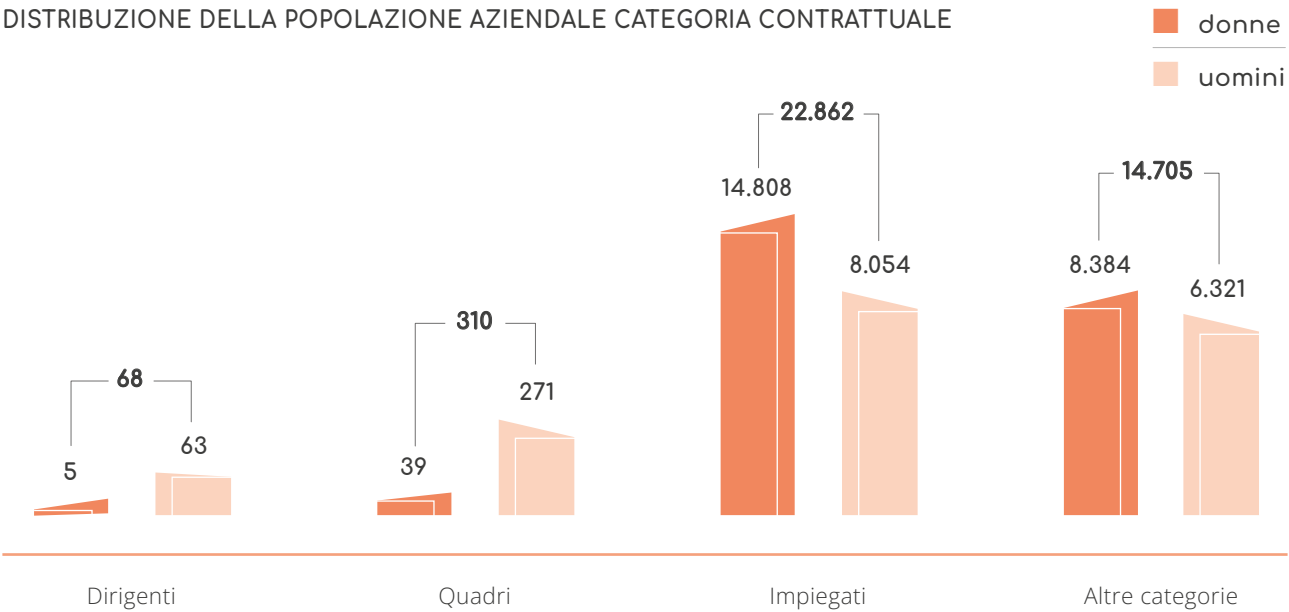
Per quanto riguarda la suddivisione della popolazione aziendale per differenza di età, si osserva che la percentuale maggiore di dipendenti, pari al 51,9%, rientra all'interno della fascia di età 30-50 anni. Il 17,2% dei dipendenti è under 30, mentre il 30,9% è over 50.

DISTRIBUZIONE DELLA POPOLAZIONE AZIENDALE PER FASCIA DI ETÀ E GENERE



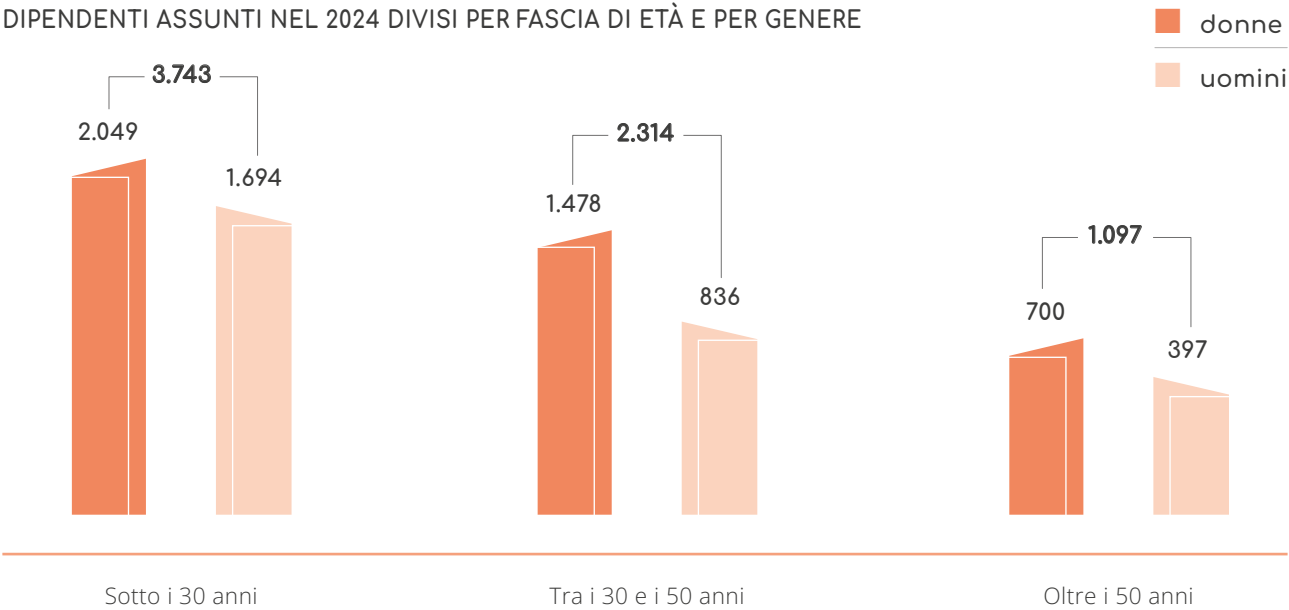
A livello di inquadramento, nel 2024 tra le 15 Imprese rispondenti si registra la presenza di 68 dirigenti aziendali (di cui solo 7,4% è donna), 310 quadri (di cui il 12,7% è donna), 22.862 impiegati (di cui il 64,8% è donna) e 14.705 collaboratori non direttamente inquadrabili nelle categorie sopra citate.

DISTRIBUZIONE DELLA POPOLAZIONE AZIENDALE CATEGORIA CONTRATTUALE

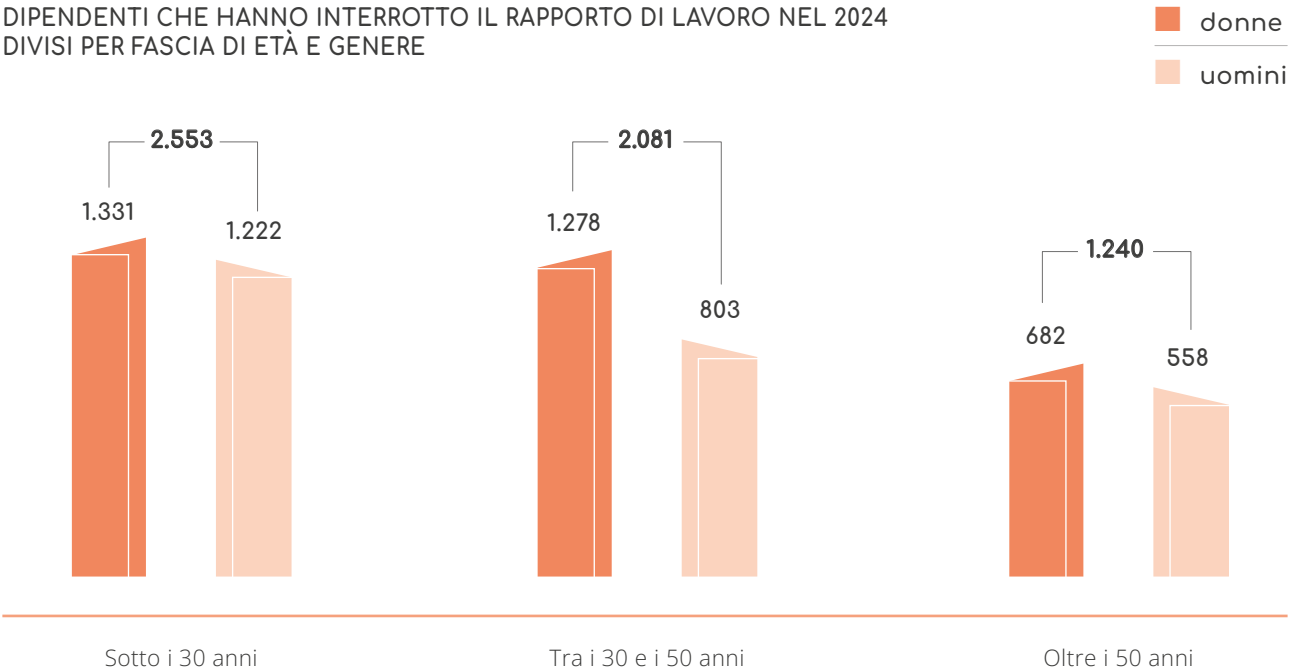


In merito al **numero di dipendenti assunti nel corso dell'anno**, suddiviso per fasce d'età, i dati mostrano che la percentuale maggiore di nuovi assunti si registra nella fascia sotto i 30 anni, a testimonianza dell'impegno e importante contributo delle imprese nell'ambito dell'occupazione giovanile. In totale nel 2024 le imprese hanno assunto 7.154 persone, per un tasso di turnover in entrata pari a 18,9%. D'altro canto, nel 2024 si sono anche registrate 5.868 interruzioni di lavoro che hanno portato a un tasso di turnover in uscita pari a 15,5%.

DIPENDENTI ASSUNTI NEL 2024 DIVISI PER FASCIA DI ETÀ E PER GENERE



DIPENDENTI CHE HANNO INTERROTTO IL RAPPORTO DI LAVORO NEL 2024 DIVISI PER FASCIA DI ETÀ E GENERE





Tutela della salute e sicurezza: un impegno costante

Garantire ambienti di lavoro sicuri e salubri rappresenta per il Gruppo Selex un **elemento imprescindibile nella gestione quotidiana delle attività**. Come previsto dal Codice Etico, la tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori è riconosciuta come una responsabilità prioritaria, condivisa a ogni livello dell'organizzazione.

Anche nel 2024, le Imprese del Gruppo hanno proseguito **nell'attuazione di politiche e procedure volte a prevenire i rischi**, promuovendo comportamenti consapevoli e il rispetto delle normative in materia. La cultura della sicurezza è considerata un fattore

chiave non solo per la protezione delle persone, ma anche per lo sviluppo di un'organizzazione più efficiente, resiliente e attenta al benessere diffuso.

Nella Centrale Selex non si è verificato alcun infortunio nel corso dell'anno, confermando l'efficacia delle misure adottate. Tra i circa 40.000* collaboratori delle Imprese Socie su tutto il territorio nazionale, si sono registrati **989 incidenti**, di cui **2 classificati come gravi** (con assenze superiori a 180 giorni).

* Dato raccolto su 14 Imprese Socie delle 18 del Gruppo.



Promuovere la crescita delle competenze attraverso la formazione



Programmi di formazione della Centrale

Nel Gruppo Selex la formazione rappresenta un pilastro fondamentale per lo sviluppo delle persone e il rafforzamento delle capacità aziendali. Tutte le Imprese Socie partecipano a un programma strutturato di formazione permanente, che evolve ogni anno per rispondere con prontezza alle nuove esigenze del settore.

Il piano formativo viene elaborato dalla Centrale a novembre dell'anno precedente e condiviso con le Imprese Socie all'inizio dell'anno successivo. Il documento definisce i temi da affrontare, le funzioni aziendali coinvolte, gli obiettivi da raggiungere, le risorse economiche dedicate e la modalità di erogazione, in presenza o da remoto, in base alla natura e agli obiettivi specifici del corso.

La qualità dei percorsi formativi è monitorata attraverso **questionari di gradimento strutturati**, somministrati dopo ogni incontro. Una società di consulenza esterna, che affianca Selex da anni, si occupa della raccolta e dell'elaborazione dei feedback, restituendo analisi sintetiche e qualitative. Nel 2024, il gradimento medio rilevato ha raggiunto un punteggio di **8,3 su 10**.

La Centrale Selex svolge un ruolo di coordinamento attivo, promuovendo anche seminari e giornate di studio. Nel 2024 queste attività hanno registrato **655 partecipazioni** (+28,4% rispetto al 2023), con 183 ore di corsi e oltre 8.572 ore di formazione complessive (calcolate come ore corso moltiplicate per partecipanti del corso).

Un ulteriore ambito di approfondimento formativo ha riguardato la sostenibilità. La **Commissione RSI**

di Gruppo ha continuato a svolgere un ruolo centrale nel promuovere momenti formativi rivolti alle Imprese Socie, con focus sui temi ESG, sul processo di rendicontazione e sulla crisi climatica.



Manuale Punto Vendita Sostenibile

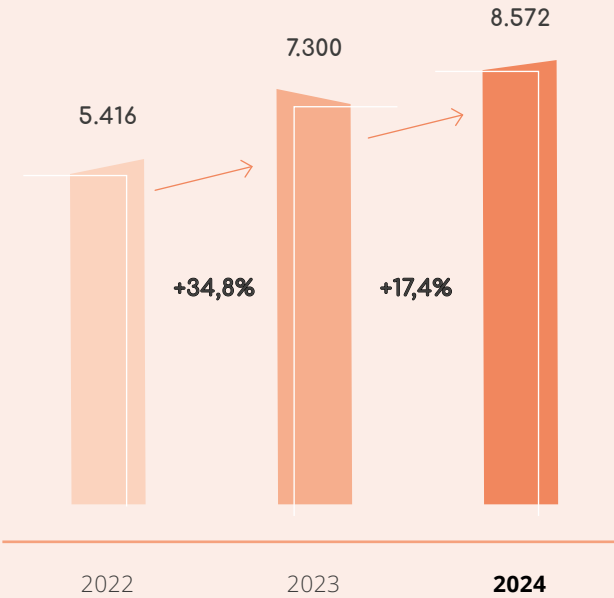
Parallelamente, nell'ambito delle attività di Selex Lab, è stato avviato il progetto **"Il punto vendita sostenibile"**, finalizzato alla definizione di linee guida comuni per progettare, riqualificare e gestire i negozi in chiave ambientale. Il percorso ha previsto anche sessioni formative tecniche, realizzate in collaborazione con esperti del settore come il Politecnico di Milano (*l'iniziativa è approfondita all'interno del capitolo "Ambiente", a pagina 148*).

LA FORMAZIONE EROGATA DALLA CENTRALE SELEX

Tema	N. PARTECIPANTI	DURATA DEL CORSO (ORE)	TOTALE ORE*
Giornata di Studio Ortofrutta	39	8	312
Giornata di Studio Panetteria	22	8	176
Webinar Gerenti	83	7	581
Giornata di Studio Carne	31	8	248
Giornata di Studio Consumi fuori casa	17	8	136
Webinar Marketing e Comunicazione	25	8	200
Giornata di Studio Personale del punto vendita	21	8	168
Webinar Antitrust	73	5	365
Webinar Innovazione tecnologica	36	7	252
Seminario Acquisti	29	17	493
Giornata Cash	15	7	105
Seminario Vendite	67	34	2.278
Giornata di Studio Assicurazione Qualità	24	8	192
Webinar Category	47	7	329
Giornata di Studio Ascolto Cliente	18	8	144
Giornata di Studio Responsabilità Sociale d'Impresa	17	8	136
Top Selex	91	27	2.457
Totale	655	183	8.572

*Il totale delle ore è calcolato moltiplicando il numero partecipanti per la durata del corso

ORE DI FORMAZIONE



Il coinvolgimento del Consiglio di Amministrazione nel piano di formazione 2025 ha segnato un importante passo in avanti nella governance della formazione. È già stata delineata una novità strategica: la costituzione di una Commissione Innovazione Format.

L'obiettivo è quello di costruire percorsi formativi continui e strutturati, articolati su più giornate e incentrati su aree tematiche specifiche come panetteria e gastronomia, in modo da offrire una formazione sempre più approfondita e mirata.



LA FORMAZIONE EROGATA DALLE IMPRESE SOCIE

Oltre all'offerta proposta dalla Centrale, ogni Impresa Socia del Gruppo Selex contribuisce in modo autonomo e significativo alla crescita professionale delle proprie persone, sviluppando piani formativi mirati e coerenti con le necessità dei territori in cui opera. Particolare attenzione è rivolta al personale dei punti vendita, con percorsi pensati per rafforzare le competenze operative e migliorare la qualità del servizio al cliente.

164.291
ore totali
di formazione
erogate dalle
Imprese Socie ai
propri dipendenti

30.245
partecipazioni
registrate
ai corsi di formazione
delle Imprese Socie

Nel corso del 2024, le attività formative promosse dalle singole Imprese hanno abbracciato un ampio spettro di contenuti: dai corsi obbligatori in materia di salute e sicurezza a sessioni più orientate allo sviluppo commerciale, fino a momenti dedicati alle soft skills e alla leadership.

Complessivamente, sono state registrate oltre 30.000 partecipazioni da parte dei collaboratori, per un totale di più di 160.000 ore di formazione erogate¹, calcolate come somma delle ore di corso moltiplicate per i partecipanti. Un dato che testimonia l'impegno costante delle Imprese Socie nel valorizzare il capitale umano come leva strategica per la crescita del Gruppo.



¹ Le informazioni, aggiornate al 31.12.2024, sono state rese disponibili da 14 Imprese Socie su 18. Non è possibile calcolare il trend rispetto al 2023 in quanto il calcolo delle ore erogate era stato effettuato in maniera diversa.

Iniziative e progetti

SOCIALE/PERSONE



Alfi

SOLIDARIETÀ CONCRETA CON I DIPENDENTI

Nel cuore della cultura aziendale di Alfi c'è un impegno profondo e costante verso il benessere dei propri dipendenti, soprattutto nei momenti di difficoltà. Oltre al pieno rispetto delle normative contrattuali, l'azienda ha scelto di andare oltre, attivando strumenti solidali come l'associazione onlus **"Un Gigante per Amico"**. Fondata per offrire sostegno economico e sociale a lavoratori che si trovano in condizioni fisiche, psichiche, familiari o economiche fragili, l'associazione rappresenta un vero e proprio fondo di solidarietà interno, dedicato a chi fa parte della grande famiglia Gulliver.

Nel 2024, l'associazione ha devoluto 10.600 euro a supporto dei colleghi in difficoltà, grazie alle donazioni dei dipendenti, al coinvolgimento dei fornitori, alla destinazione del 5x1000 dell'Irpef e alla tradizionale lotteria natalizia. Ma "Un Gigante per Amico" non si limita all'aiuto economico: tra le sue attività più significative c'è anche la tutela del posto di lavoro per i dipendenti affetti da malattie gravi, che hanno superato il periodo di comportamento previsto dal contratto nazionale. L'impegno dell'associazione si estende anche alle famiglie dei collaboratori. In occasione del 60° anniversario dell'azienda, sono stati premiati 14 studenti meritevoli con borse di studio dedicate all'anno scolastico 2022/2023. Il progetto prosegue anche nel 2024, con un nuovo bando che prevede 30 borse di studio per un valore complessivo di circa 24.000 euro. Attraverso questa iniziativa, Gulliver vuole trasmettere alle nuove generazioni i valori della solidarietà, del lavoro di squadra e dell'impegno verso l'eccellenza.

"Un Gigante per Amico" è molto più di un'associazione: è una manifestazione concreta del nostro modo di fare impresa, fondato sulla cura delle persone e sulla costruzione di un futuro condiviso.



SOCIALE/PERSONE

Alfi

GULLIVER TRAINING JOURNEY

Alfi crede che il miglior investimento sia quello nelle persone. Per questo, prosegue e si rafforza il suo impegno nella formazione continua, rivolta a tutti i collaboratori della rete vendita, della sede. Un impegno che si concretizza non solo attraverso percorsi formativi tradizionali, ma anche tramite la piattaforma digitale proprietaria: la Gulliver Training Journey. Lanciata nel 2021, la "Gulliver Training Journey" rappresenta il cuore dell'Academy aziendale, un ecosistema di apprendimento innovativo e coinvolgente sviluppato in collaborazione con una società specializzata nel retail. La piattaforma è costruita intorno a un'esperienza formativa gamificata, articolata in "viaggi" digitali personalizzati in base al reparto e al ruolo, che rendono l'apprendimento più dinamico, accessibile e divertente. Ogni settimana i partecipanti affrontano pillole formative da 2-3 minuti, seguite da quiz interattivi per consolidare le competenze apprese. Nel corso del 2024, l'Academy ha continuato a generare grande coinvolgimento. I contenuti coprono sia competenze tecniche – con video formativi specifici per macelleria, cassa, gastronomia, ortofrutta – sia moduli trasversali, accessibili a tutto il personale. Inoltre, nel 2023 e 2024 sono state organizzate anche riunioni formative in diretta su Zoom, per garantire momenti di confronto e aggiornamento condivisi.



SOCIALE/PERSONE



Alfi

60 ANNI DI GULLIVER: UN TRAGUARDO CHE GUARDA AL FUTURO

Il 4 luglio 2024, nella splendida cornice del resort Villa Sparina di Gavi, Alfi ha celebrato i suoi primi 60 anni di storia. Un traguardo importante, non solo per ripercorrere il cammino compiuto, ma anche per rilanciare la visione dell'azienda verso il futuro. La giornata è stata un momento di condivisione e di ispirazione, che ha visto coinvolti circa 130 tra collaboratori della sede e responsabili dei punti vendita, oltre alla proprietà e al management. Durante l'evento – trasmesso anche in diretta streaming – sono stati presentati i **risultati raggiunti**, le **nuove sfide** che attendono l'insegna e soprattutto la **nuova strategia di comunicazione**, che punta su innovazione, radicamento territoriale e qualità del servizio. Alfi si conferma un'azienda competitiva, moderna, capace di evolvere nel tempo restando fedele ai propri valori fondanti: attenzione al cliente, alle persone e al territorio.



SANITÀ

Cds

SALUTE E SICUREZZA: IL PROGETTO DEFIBRILLATORI E SENSIBILIZZAZIONE

CDS ha integrato prevenzione, formazione e responsabilità sociale in un'iniziativa concreta a beneficio della sua comunità: nel 2024 ha continuato l'opera di **installazione dei defibrillatori semiautomatici (DAE) in diversi punti vendita** situati a oltre 2 km dai presidi di pronto soccorso, aumentando così le possibilità di intervento rapido in caso di emergenza cardiaca. Il personale è stato formato con corsi BLSD certificati, garantendo competenza e tempestività nell'affrontare queste situazioni. In occasione della **Giornata Mondiale del Cuore**, le insegne di CDS hanno promosso iniziative di sensibilizzazione, distribuendo brochure informative e proponendo prodotti dedicati alla salute cardiovascolare, diffondendo consigli utili a un vasto pubblico. Queste azioni hanno permesso all'Azienda di sensibilizzare i propri consumatori e i propri dipendenti su temi di primaria importanza, di alzare gli standard di sicurezza interna e rafforzare il legame con il territorio, confermandosi un punto di riferimento socialmente responsabile e attivo nella tutela del benessere della comunità.



I NOSTRI PUNTI VENDITA SONO DOTATI DI **DISPOSITIVO DAE** E PERSONALE FORMATO ALL'UTILIZZO.



famila
Con noi sei in famiglia.

ACQUISTO/PRODOTTI



Cds

REGALI DI NATALE AI COLLABORATORI

Per celebrare il Natale, a tutti i collaboratori di CDS è stata donata una **Gift card del valore di 50 €** utilizzabile presso i supermercati del Gruppo Romano. Inoltre, è stato riconosciuto uno **sconto continuativo del 5%** sui prodotti, applicato al netto delle promozioni, come segno di apprezzamento per il loro impegno e dedizione durante tutto l'anno.



Cds

ACCADEMY

Nel 2024 CDS ha dato vita ad **"Accade"**, l'Accademia di Gruppo dedicata alla formazione e allo sviluppo delle competenze dei propri collaboratori. Questo nuovo centro di formazione nasce con l'obiettivo di promuovere una cultura aziendale orientata all'apprendimento continuo, al benessere e alla valorizzazione del potenziale individuale. Attraverso Accade, CDS offre non solo i corsi obbligatori in materia di salute e sicurezza sul lavoro, ma anche percorsi formativi pensati per favorire la crescita personale e professionale di tutte le risorse del Gruppo. Il primo programma attivato nell'ambito dell'Accademia è stato rivolto alle prime linee aziendali e ha affrontato temi chiave come la comunicazione efficace e la leadership, con l'obiettivo di rafforzare le competenze manageriali. In seguito, con l'apertura di un nuovo punto vendita, l'Accademia ha supportato l'inserimento di 50 nuove risorse attraverso un percorso formativo focalizzato sulle competenze tecniche necessarie per operare efficacemente all'interno dello store. Con Accade, CDS sceglie di investire concretamente nel futuro del Gruppo, mettendo le persone al centro di un modello di sviluppo sostenibile.



Dimar

INCLUSIONE E RESPONSABILITÀ SOCIALE

Dimar si posiziona come un'azienda evoluta, inclusiva e consapevole, impegnata a superare pregiudizi consci e inconsci per cogliere tutte le opportunità di crescita e sviluppo. Credendo fermamente nel valore della cultura aziendale, l'azienda investe costantemente nel suo miglioramento. A testimonianza di questo impegno, Dimar **promuove l'inserimento lavorativo di persone appartenenti a fasce deboli**, come donne vittime di violenza, persone con disabilità e immigrati, supportandole nel percorso verso l'autonomia e l'inclusione sociale. Grazie alla collaborazione con centri specializzati e consorzi, sono state messe in campo attività di tutoraggio e accompagnamento che hanno favorito la verifica delle competenze e la piena integrazione nel contesto lavorativo e sociale, permettendo a queste persone di accedere a posti di lavoro stabili e significativi. Il percorso di inclusione di Dimar va oltre l'assunzione, offrendo un supporto continuo ai collaboratori attraverso lo **sportello interculturale**. Questo servizio aiuta chi, per difficoltà linguistiche, di competenze o di tempo, non riesce a gestire autonomamente pratiche previdenziali, assistenziali ed economiche. L'assistenza comprende la gestione di pratiche INPS come assegni familiari e bonus, supporto fiscale per il modello ISEE e le detrazioni Irpef, nonché aiuto nell'accesso a fondi sanitari e nella presa in carico di familiari trasferiti in Italia. Lo sportello rappresenta un importante strumento per facilitare l'inclusione sociale e lavorativa, garantendo un accompagnamento concreto e personalizzato. Solo nel 2024, **78 persone hanno usufruito dei servizi erogati** dal nostro sportello interculturale, quasi il doppio rispetto al 2023.



Gruppo Unicomm (Unicomm, Arco, Gmf)

UN MESE IN PIÙ DI CONGEDO DI MATERNITÀ

A partire da gennaio 2023, il Gruppo Unicomm (Arco, GMF e Unicomm) ha introdotto un'agevolazione significativa per tutte le collaboratrici che diventano madri: **un mese aggiuntivo di congedo di maternità interamente a carico dell'azienda**, oltre ai cinque mesi obbligatori previsti dalla legge e coperti dall'INPS. Questa iniziativa non è solo un gesto di attenzione verso le proprie dipendenti, ma rappresenta un forte impegno verso la Responsabilità Sociale d'Impresa, riflettendo la convinzione che le aziende, come parte integrante del tessuto sociale, debbano contribuire alla crescita e al benessere del territorio. Il progetto mira a supportare e migliorare la gestione familiare nei primi mesi di vita del bambino, offrendo un aiuto concreto alle neomamme. Marcello e Mario Cestaro, rispettivamente Presidente e Vicepresidente di Unicomm, operano con la convinzione che la famiglia sia un valore inestimabile e centrale, e sottolineano che premiare chi investe in essa è un modo efficace per costruire un futuro migliore per il paese.



Gruppo Unicomm (Unicomm, Arco, Gmf)

79 BORSE DI STUDIO
AI FIGLI DEI COLLABORATORI

Anche nel 2024 il Gruppo Unicomm ha confermato il proprio impegno a sostegno della formazione, premiando 79 figli di collaboratori con borse di studio assegnate per meriti scolastici. Giunta alla sua sesta edizione, questa iniziativa ha visto la **partecipazione di ragazzi provenienti da tutte le sette regioni in cui opera il Gruppo**, e si è ormai consolidata come appuntamento annuale particolarmente apprezzato. Le borse sono state assegnate a neodiplomati e neo-laureati (triennali, magistrali e a ciclo unico) dell'anno scolastico/accademico 2023/2024.

La cerimonia si è svolta l'8 aprile presso la sede centrale di Dueville (VI), alla presenza dei fratelli Marcello e Mario Cestaro, del direttore commerciale Giancarlo Paola e del direttore delle Risorse Umane Giuseppe Curci. L'iniziativa intende valorizzare l'impegno delle famiglie e incentivare i giovani nel proprio percorso educativo, rafforzando il legame tra azienda e comunità. "Lo studio è fondamentale per la crescita – sottolineano i fratelli Cestaro – e premiarlo è il nostro modo per riconoscere il valore dell'impegno dei ragazzi e dei loro genitori".

SOCIALE/PERSONE

Gruppo Unicom (Unicom, Arco, Gmf) UN RICONOSCIMENTO SPECIALE PER L'IMPEGNO DEI COLLABORATORI

Nel 2024, Unicom ha deciso di riconoscere un premio speciale, una tantum, a ciascun collaboratore sotto forma di **Gift Card nominativa**, del valore di **€750,00** utilizzabile entro i prossimi 12 mesi. Grazie all'impegno, alla dedizione e al lavoro eccezionale di tutti i collaboratori, è stato un anno di straordinari successi per il Gruppo, gli obiettivi prefissati non solo sono stati raggiunti, ma anche superati, un risultato che non sarebbe stato possibile senza il costante sforzo e la passione dimostrata quotidianamente da ogni membro del team Unicom. Questo riconoscimento vuole essere un segno tangibile della gratitudine per tutto ciò che i collaboratori hanno fatto e continuano a fare.



SOCIALE/PERSONE



Italbrix IL SISTEMA DI WELFARE IN AZIENDA

Italbrix ha rafforzato il suo sistema di welfare aziendale basato su una piattaforma digitale che mette a disposizione dei dipendenti un **credito Welfare da utilizzare per l'acquisto di prodotti e servizi**. Questo sistema è rivolto a specifiche categorie di lavoratori, tra cui Capi Area, Formatori tecnici, Funzione Organizzazione del Lavoro, Direttori e Vicedirettori. Parallelamente, è stato attivato un programma specifico rivolto ai dipendenti under 25 con contratto part-time nei fine settimana (venerdì-domenica). A questi giovani lavoratori viene assegnata una **Gift card del valore di 500 euro**, spendibile nei punti vendita Italbrix, come riconoscimento del loro impegno e incentivo per il loro percorso professionale. Questo progetto, unico nel settore della GDO, è stato comunicato ai neoassunti e promosso anche sul sito aziendale. Queste misure testimoniano l'attenzione di Italbrix al benessere dei propri dipendenti e al sostegno di specifiche fasce di lavoratori, valorizzando la crescita professionale e personale all'interno dell'azienda.

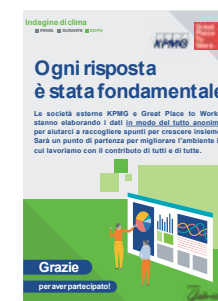
SOCIALE/PERSONE

Italbrix SCUOLE DI MESTIERE PREASSUNTIVE CON AGENZIE PER IL LAVORO

Italbrix ha rafforzato la collaborazione con le Agenzie per il Lavoro e enti di formazione specializzati, il progetto **"Le Scuole di Mestiere"** con l'obiettivo di formare giovani talenti per l'inserimento nel proprio organico. Il percorso prevede una formazione intensiva teorica e pratica, mirata ai reparti specifici dei punti vendita, quali gastronomia, salumeria, forneria, oltre a ruoli operativi come addetti al carico e scarico merci. In particolare, per i contratti part-time dedicati agli studenti che lavorano principalmente nei fine settimana, sono stati erogati corsi preassuntivi di due giorni focalizzati sull'uso delle casse, sulla sicurezza sul lavoro e sulle operazioni di carico-scarico. **Nel 2024 il progetto è proseguito con un calendario strutturato di scuole di mestiere:** sono state organizzate 6 scuole per i part-time weekend con l'inserimento di 82 persone, di cui oltre la metà appartenenti alla GenZ; 3 scuole per addetti carico-scarico con 14 assunzioni; e 9 scuole per addetti salumeria e gastronomia che hanno portato all'inserimento di 24 nuovi collaboratori. Questa iniziativa rappresenta un'importante opportunità di crescita professionale e un efficace modello di inserimento nelle aree strategiche di Italbrix.



SOCIALE/PERSONE



Magazzini Gabrielli INDAGINE DI CLIMA

Per comprendere meglio le condizioni di lavoro e dare voce alle esigenze dei collaboratori, nel 2024 il Gruppo Gabrielli ha promosso un'indagine di clima estesa a tutta la popolazione aziendale. L'iniziativa ha visto un'alta partecipazione, con **oltre il 70% degli interessati coinvolti**, confermando l'importanza di creare spazi di ascolto strutturati e accessibili. I risultati hanno offerto indicazioni preziose che guideranno interventi mirati e azioni di miglioramento nei prossimi anni, all'interno di un percorso continuo di evoluzione organizzativa.



SOCIALE/PERSONE

Magazzini Gabrielli

BENESSERE ORGANIZZATIVO

A partire dai risultati dell'indagine di clima, è stato attivato un **progetto dedicato al benessere organizzativo**, affidato alla supervisione di una psicologa del lavoro. Dopo una fase iniziale sperimentale, l'iniziativa è stata confermata stabilmente, coinvolgendo finora 14 punti vendita. I riscontri da parte dei partecipanti sono stati positivi e tangibili, con miglioramenti evidenti nel clima di lavoro e nella qualità delle relazioni interne. L'obiettivo è estendere progressivamente il progetto all'intera rete aziendale, rafforzando una cultura d'impresa centrata sulla cura delle persone e sull'equilibrio tra benessere individuale e organizzativo.



SOCIALE/PERSONE



Magazzini Gabrielli

PICCOLO DONO DI COMPLEANNO PER I COLLABORATORI

Magazzini Gabrielli è solita regalare a ogni collaboratore un piccolo dono in occasione del suo compleanno, consegnato personalmente dal referente aziendale. Per gli omaggi del 2024 è stato scelto un profumatore alla lavanda, pianta coltivata in altitudine, nelle meravigliose terre dei Monti Sibillini e nello specifico del Comune di Montegallo, località colpita dal terremoto del 2016. È stato scelto il fornitore "La lavanda dei Sibillini", una piccola realtà creata da due ragazzi bolognesi che si sono trasferiti a Montegallo per coltivare una piantagione di lavanda. Poco dopo il loro arrivo, tuttavia, il territorio è stato colpito dal terremoto e la loro attività si è ritrovata all'interno di un container antisismico. Questa tipologia di regalo ha quindi permesso a Magazzini Gabrielli di **valorizzare sia il tema del localismo**, in quanto non tutti sanno che in Italia e nelle Marche è possibile trovare delle bellissime e profumatissime distese viola, **che sostenere il territorio** colpito da questa emergenza, mantenendo viva la speranza per questa piccola impresa di poter continuare a vivere e lavorare in questo territorio.



SOCIALE/PERSONE

Magazzini Gabrielli

PROGETTO SULLA VIOLENZA CONTRO LE DONNE

In occasione della Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne, nel 2024 la Magazzini Gabrielli ha organizzato, in collaborazione con l'Associazione Giustizia Donna di San Benedetto del Tronto, **"Se è Amore non alza le mani, ma ti prende per mano"** una giornata di formazione e informazione per tutte le collaboratrici e i collaboratori degli uffici. Sono intervenute la Presidente dell'associazione "Giustizia Donna", l'avvocato Francesca Biancifiori, Catiuscia Settembri, Psicologa e Psicoterapeuta e del Capitano Francesco Tessitore, Comandante dei Carabinieri di San Benedetto del Tronto.



ACQUISTO/PRODOTTI

Megamark

ACCANTO AI NEOGENITORI E ALLE FAMIGLIE

Megamark si impegna da anni a costruire un ambiente di lavoro che metta al centro il benessere delle persone, in particolare nei momenti più significativi della vita familiare. Per questo, l'azienda ha scelto di supportare concretamente i propri collaboratori con una serie di misure pensate per favorire l'equilibrio tra vita professionale e privata. Tra queste, **"Più Tempo per le Mamme"** offre un mese aggiuntivo di maternità retribuita oltre quanto previsto dalla normativa vigente, mentre **"La Settimana dei Papà"** consente ai neo-padri di usufruire di sette giorni di ferie retribuite, per essere presenti e partecipi nei primi giorni di vita del proprio figlio. A queste iniziative si aggiunge il **"Bonus Bebè"**, un contributo di 1.200 euro per ogni nuova nascita all'interno delle famiglie dei collaboratori, pensato per dare un sostegno concreto in un momento delicato e importante. Anche nei momenti di festa l'azienda sceglie di essere vicina alle persone: in occasione del 1° maggio, giornata di chiusura per tutti i punti vendita, è stato erogato un premio sotto forma di gift. A questo si sono aggiunti i regali natalizi, per un valore complessivo di 550 euro per ciascun collaboratore, distribuiti tra la fine del 2023 e l'inizio del 2025.



SOCIALE/PERSONE



Megamark

FAMILY DAY : LA QUARTA EDIZIONE DELLA SUPERMEGAFESTA

Torna il **"Family Day"**, l'appuntamento quinquennale che celebra la grande comunità aziendale. La SuperMegaFesta ha coinvolto oltre 8.000 partecipanti, tra collaboratori e famiglie, nei padiglioni della Fiera del Levante di Bari. L'evento ha offerto a tutti un momento di festa con buffet, spettacoli, comicità e musica, culminando nel concerto dei Boombash. Una giornata all'insegna della condivisione, dell'identità aziendale e del senso di appartenenza.



SOCIALE/PERSONE

Megamark

GIOVANI TALENTI

Con la quattordicesima edizione dell'iniziativa **"Giovani Talenti"**, la Fondazione Megamark ha premiato l'impegno scolastico dei figli dei collaboratori, assegnando 60 borse di studio per un valore complessivo di 87.000 euro. I riconoscimenti sono stati distribuiti tra diplomati, laureati triennali e magistrali, e un master post-lauream, con l'obiettivo di sostenere la formazione e il merito, e contribuire al futuro delle nuove generazioni.



SOCIALE/PERSONE

Megamark

VIAGGI DI STUDIO ALL'ESTERO PER I FIGLI DEI COLLABORATORI

Dal 2017 la Fondazione Megamark promuove il progetto dei viaggi studio all'estero per i figli dei collaboratori del Gruppo; una iniziativa riservata ai ragazzi dai 13 ai 17 anni che mira a far imparare o migliorare la conoscenza della lingua inglese. Grazie a questa opportunità e al contributo economico della Fondazione, nel 2024 ben **97 ragazzi** hanno potuto fare questa indimenticabile esperienza. 53 di loro sono stati 10 giorni in Inghilterra a Brighton mentre 44 sono volati in America a New York per vivere 15 giorni unici tra studio e visite guidate.



SOCIALE/PERSONE



Superemme

VALORIZZARE I DIPENDENTI: IL TALENT ASSESSMENT MANAGEMENT

Nel 2024, Superemme ha compiuto un importante passo avanti nel valorizzare le proprie risorse interne, introducendo il nuovo sistema di **"Talent Assessment Management"**. Uno strumento innovativo e strutturato, pensato per individuare in modo oggettivo competenze attuali e potenzialità di crescita dei Dipendenti, con l'obiettivo di accompagnarli in percorsi di sviluppo professionale su misura. Il programma ha coinvolto 9 Direttori di punto vendita, attraverso un iter articolato che ha incluso colloqui individuali, simulazioni pratiche, test psicometrici e momenti di valutazione dinamica (come *role play* e *in-basket*). Alla fase di analisi è seguita la restituzione di un feedback personalizzato, fondamentale per costruire un dialogo aperto e trasparente sulle competenze emerse e sui percorsi possibili. A seguito del percorso, vengono definiti piani di sviluppo personalizzati e azioni concrete come promozioni professionali e di carriera interna. La percentuale di successo del progetto è stata pari all'89%, che ha portato alla nomina di un nuovo Allievo Capoarea per il canale dei supermercati e alla promozione di alcuni Direttori nel ruolo di Formatori di Allievi Direttori, Referenti e Addetti di reparto. Un'iniziativa che conferma la volontà dell'Azienda di riconoscere e far crescere il talento, investendo nelle Persone e nel loro futuro.



SOCIALE/PERSONE

Superemme

EMME ACADEMY: PER LA SCOPERTA, LA VALORIZZAZIONE E LA CRESCITA DEI DIPENDENTI



Nel 2024 nasce EMME Academy, la prima accademia di formazione in Sardegna dedicata al mondo della Grande Distribuzione Organizzata. Rappresenta un vero e proprio motore di innovazione e crescita, pensato per sviluppare le competenze, valorizzare i talenti e rafforzare il senso di appartenenza all'Azienda. La **"EMME Academy"** è un progetto culturale trasversale: un laboratorio permanente dove si coltivano nuove professionalità, si esplorano approcci innovativi e si costruisce un ambiente di lavoro sempre più coeso, stimolante e inclusivo. Dai corsi personalizzati al potenziamento della leadership, fino alla valorizzazione dell'intelligenza emotiva, l'obiettivo è chiaro: far evolvere l'Azienda partendo dalle Persone. Fiore all'occhiello della nuova Sede Amministrativa, le aule corsi attrezzate, testimoniano la volontà di investire su crescita e formazione continua, intesa come leva strategica per la crescita personale e collettiva. In un contesto sociale così altamente dinamico, la conoscenza diventa un elemento essenziale per affrontare le sfide future.





oltre **8.000**
i prodotti
delle marche del distributore
del Gruppo

94%
dei fornitori
dei prodotti a marchio del Gruppo
sono di origine italiana

87
i fornitori
con certificazioni di origine per i
prodotti a marca del distributore

2,2
miliardi di fatturato
alla vendita dei prodotti a marca
del distributore del Gruppo

1.402
tonnellate di plastica vergine
risparmiata grazie al materiale
riciclato negli imballi

3. I PRODOTTI A MARCHIO DEL DISTRIBUTORE

Qualità, trasparenza e sostenibilità ____ 53

Le marche del distributore del Gruppo Selex ____ 56

Impegno sul packaging dei prodotti a marchio ____ 61

La filiera dei prodotti MDD: una gestione responsabile ____ 64



OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE



In questa sezione il Gruppo Selex si impegna a contribuire al raggiungimento dei Sustainable Development Goals numero 8, 12.

Per farlo, il Gruppo:

- promuove linee di prodotto MDD attente all'ambiente;
- pianifica un corretto sistema di riutilizzo/riduzione degli imballaggi;
- è attento a selezionare fornitori che rispettino valori condivisi per la tutela dell'ambiente e dei diritti umani, aderendo ai valori del Codice Etico del Gruppo;
- valorizza le produzioni locali.



Qualità, trasparenza e sostenibilità

Crescita e innovazione per soddisfare una clientela sempre più consapevole

Con oltre **8.100 referenze** tra alimentari e non alimentari, le marche del distributore (MDD) del Gruppo Selex rappresentano oggi il cuore dell'offerta del Gruppo, affiancando i brand industriali e locali per garantire una proposta accessibile, sicura e di qualità.

Nel 2024, il fatturato alla vendita dei prodotti a marchio ha raggiunto i **2,2 miliardi di euro**, con una **crescita dell'8%** rispetto all'anno precedente. Un risultato che conferma l'efficacia della strategia Selex, basata su **partnership con industrie italiane d'eccellenza**, un **forte radicamento territoriale** e un'offerta in grado di soddisfare le esigenze di una clientela sempre più attenta e consapevole.

S

8%
crescita
del fatturato
per i prodotti
a marchio
rispetto al 2023

S

oltre
8.000
i prodotti
alimentari e
non alimentari
delle marche
del distributore
del Gruppo



I prodotti a marchio Selex nascono da un'attenta selezione dei fornitori, condotta sulla base di rigorosi **capitolati tecnici** costantemente aggiornati. L'attenzione alla **qualità e sicurezza** è garantita da controlli puntuali e da un presidio costante degli standard di produzione.

Negli ultimi anni, l'assortimento è stato progressivamente ampliato, in particolare nelle **linee premium e specialistiche**, per rispondere ai nuovi stili di consumo e valorizzare l'innovazione di prodotto. L'offerta include anche referenze non food – come cartoleria, lampadine e altri articoli per la casa – e linee specifiche dedicate ai canali Cash and Carry.

Questa continua evoluzione è frutto di una strategia che mette al centro le persone, con l'obiettivo di offrire prodotti affidabili, convenienti e sempre più in linea con le esigenze dei Clienti.



FATTURATO ALLA VENDITA DEI PRODOTTI DELLA MARCA DEL DISTRIBUTORE DEL GRUPPO SELEX
(MLN DI EURO)

	2024	2023	2022	2021
Retail	2.101	1.943	1.613	1.450
Cash&Carry	129	126	113	82
Totale	2.230	2.069	1.726	1.532



Una strategia a quattro pilastri per l'evoluzione sostenibile dell'offerta a marchio

Rendere i prodotti a marchio del distributore sempre più responsabili dal punto di vista ambientale, sociale e nutrizionale è una delle priorità strategiche del Gruppo Selex. Per raggiungere questo obiettivo, il percorso intrapreso negli ultimi anni si basa su **quattro pilastri** fondamentali:

1. Filiera tracciata e trasparente

Viene richiesta ai fornitori di ortofrutta l'iscrizione al protocollo del Lavoro Agricolo di Qualità, o il possesso di una certificazione equivalente, per assicurare il rispetto di condizioni di lavoro eque. A partire dal 2024, tale attenzione è stata estesa anche ai fornitori di vegetali conservati, derivati del pomodoro, succhi di frutta e olio.

2. Qualità degli ingredienti

In tutti i prodotti alimentari sono state sostituite le uova di galline allevate in gabbia con uova provenienti da allevamenti a terra. È inoltre privilegiato l'uso di materie prime italiane. Nell'ambito della detergenza, sono stati eliminati parabeni, microplastiche e opacizzanti. Dal 2024, ai fornitori di pesce pescato o allevato viene richiesta la certificazione MSC o ASC. Sono state introdotte regole più stringenti anche per i prodotti a base di pollo.

3. Packaging sostenibile

Gli imballaggi sono progressivamente ripensati in ottica ambientale, favorendo la riduzione dei volumi, l'uso di materiali monomateriale e riciclabili, e la sostituzione di quelli non riciclabili. L'obiettivo è semplificare lo smaltimento e ridurre l'impatto ambientale degli imballaggi immessi sul mercato.

4. Educazione alimentare

Attraverso il progetto **Comemangio®**, realizzato con l'Università Cattolica di Milano, Selex promuove una corretta educazione alimentare, fornendo contenuti aggiornati su salute, alimentazione e sostenibilità dei consumi. Dal 2024, i materiali informativi sono disponibili sui siti di tutte le insegne del Gruppo, ampliando così la portata dell'iniziativa e rendendo i contenuti più accessibili ai consumatori.





Le marche del distributore del Gruppo Selex

Prodotti a marchio Selex

I prodotti a marchio Selex rappresentano il cuore dell'offerta commerciale del Gruppo, pensati per rispondere ai bisogni quotidiani delle famiglie italiane. La linea "base" Selex copre un ampio ventaglio di esigenze nell'area food & grocery e non food: alimentari freschi, salumi, latticini, surgelati, drogheria, gelati, articoli per la pulizia della casa, igiene personale, accessori per la cucina e la tavola, fino a prodotti come cartoleria e lampadine.

La qualità dell'intera offerta è garantita da una selezione accurata dei fornitori e da controlli rigorosi lungo tutta la filiera, supportati da standard produttivi elevati e costantemente monitorati.

Nel tempo, al marchio principale si sono affiancate diverse linee specialistiche, nate per soddisfare bisogni più specifici: dalla valorizzazione delle tipi-

cità locali con **Saper di Sapori**, all'attenzione per il biologico e la sostenibilità ambientale con **Natura Chiama Selex**, che oggi include anche detergenti eco-compatibili certificati Ecolabel.

Tra le linee più consolidate figura anche **Vivi Bene Selex**, pensata per chi adotta stili alimentari più equilibrati, con prodotti senza zuccheri aggiunti, a basso contenuto di colesterolo o ricchi di fibre. Completano l'offerta altre gamme dedicate alla prima infanzia (**Primi Anni Selex**), alla cura della casa (**Casa Bella Selex**), alla bellezza (**Ego Selex**), al benessere animale (**Amico Mio Selex**) e all'alimentazione plant-based (**Vegetale 100% Selex**). Ognuna di queste linee nasce per offrire ai consumatori soluzioni affidabili, convenienti e sempre coerenti con l'evoluzione delle esigenze alimentari e sociali.



NUMERO REFERENZE PRODOTTI A MARCHIO DISTINTI PER LINEA

Prodotti a marchio SELEX	2024	2023	2022
Selex base	2.194	2.042	1.847
Saper di Sapori	231	214	245
Natura Chiama Selex	447	395	455
Vivi Bene Selex	86	85	83
Vivi Bene Selex senza glutine	0	1	20
Primi Anni Selex	32	36	42
Casa Bella Selex	246	210	224
Ego Selex	47	48	49
Amico Mio Selex	93	86	84
Vegetale 100% Selex	13	13	13
Totale	3.389	3.130	3.304





Prodotti a marchio VALE

Pensata per garantire un’offerta coerente nelle aree di sovrapposizione territoriale tra le Imprese Associate, **VALE** è una delle marche del distributore del Gruppo Selex. La linea propone un assortimento di circa 1.000 referenze, dagli alimentari alle bevande, fino ai prodotti per l’igiene personale e la cura della casa, tutti selezionati con attenzione per assicurare sicurezza, qualità e convenienza.

All’interno dell’offerta si distinguono alcune linee tematiche: **la Natura Vale**, dedicata ai prodotti provenienti da agricoltura biologica, ortofrutta di filiera controllata e detergenti a basso impatto ambientale; **Val Or**, linea di fascia alta che unisce qualità e raffinatezza; e **Star Bene Vale**, pensata per chi cerca prodotti con caratteristiche salutistiche specifiche.



NUMERO REFERENZE PRODOTTI A MARCHIO DISTINTI PER LINEA

Prodotti a marchio VALE	2024	2023	2022
Vale base	770	731	823
Val Or	60	53	64
La Natura Vale	108	135	136
Star Bene Vale	18	18	19
Stare Insieme Vale	38	38	40
Totale	994	975	1.082



Prodotti a marchio CONSILIA

Consilia offre un assortimento completo di oltre **2.000 prodotti**, che spazia dagli alimentari freschi e confezionati ai detergenti per la casa, fino agli articoli per la cura della persona e per gli animali domestici. Una proposta ampia, pensata per rispondere alle esigenze quotidiane delle famiglie e in costante aggiornamento.

Negli ultimi anni, la marca ha rafforzato il proprio **impegno sul fronte della sostenibilità**, affiancando ai prodotti biologici già presenti **nuove linee eco-friendly**. Tra queste, detersivi realizzati con materie prime vegetali e biodegradabili, confezionati

in plastica riciclata, e cosmetici naturali privi di PEG, siliconi e coloranti artificiali. Le referenze della linea Consilia BIO vantano le certificazioni AIAB Bio Eco Cosmesi e VeganOK.

I prodotti Consilia sono disponibili in oltre 600 punti vendita delle insegne Cadoro, Ce.Di.Gros, Gulliver, Italbrix, Family Market, Oasi, Tigre e Tigre Amico.



NUMERO REFERENZE PRODOTTI A MARCHIO DISTINTI PER LINEA

Prodotti a marchio CONSILIA	2024	2023	2022
Consilia base	1.944	1.823	1.843
Consilia Optima	162	151	163
Primi prezzi	176	159	169
Totale	2.282	2.133	2.175

Prodotti SÙ e VANTO

Le linee SÙ e VANTO rispondono alle **esigenze specifiche di ristoratori e professionisti della pulizia**.

SÙ include quasi 400 referenze alimentari – come oli, pasta, riso e surgelati – pensate per il canale Ho.Re.Ca., con formati e caratteristiche ad alto contenuto di servizio.

VANTO propone una gamma di prodotti per la detergenza professionale, progettati per garantire efficacia e qualità nelle attività di pulizia specializzata.



NUMERO REFERENZE PRODOTTI A MARCHIO DISTINTI PER LINEA

Prodotti a marchio C+C	2024	2023	2022
Prodotti SÙ	387	360	373
Prodotti Vanto	234	227	221
Totale	621	587	594



Gli altri prodotti a marchio

NUMERO REFERENZE PRODOTTI A MARCHIO DISTINTI PER LINEA

Altri Prodotti a marchio	2024	2023	2022
Happy Dì	56	48	56
Armonia & Benessere	97	96	99
CasaXCasa	0	0	0
Le Vie dell'Uva	75	69	71
Le Bontà del Pasticciere	10	10	10
Storie di Gastronomia	17	17	17
Vivi Bene senza glutine	28	20	-
Le Vie del Luppolo	3	3	-
Totale	286	263	253



Prodotti a marchio IL GIGANTE

Il marchio Il Gigante propone una selezione accurata dei **migliori prodotti alimentari italiani e internazionali, unendo convenienza e alta qualità**. Grazie al lavoro continuo degli esperti, l'assortimento si arricchisce quotidianamente con referenze che valorizzano il gusto, la tradizione e il legame con il territorio.



Impegno sul packaging dei prodotti a marchio

Anche nel 2024 prosegue il percorso "Selex è sostenibile", che conferma l'impegno del Gruppo a ridurre l'impatto ambientale dei prodotti a marca del distributore, attraverso un'attenta revisione dei materiali di confezionamento. La sostenibilità si afferma sempre più come valore centrale della Marca del Distributore Selex, che si fa portavoce della responsabilità ambientale dell'intero Gruppo, accanto ai valori consolidati di qualità, sicurezza e innovazione.

In particolare, al 31.12.2024, le referenze a marca del distributore con confezione a minor impatto ambientale sono state:

Linea prodotto	N. REFERENZE TOTALI	N. REFERENZE CON PACKAGING A MINOR IMPATTO AMBIENTALE	%
Marchio Selex	3.389	2.904	85,7%
Marchio Vale	994	909	91,5%
Marchio Consilia	2.282	1.909	83,6%
Marchio C+C	621	557	89,7%
Altri marchi	286	N/D	N/D





Dal 2020, Selex ha definito una strategia precisa per rendere il packaging dei propri prodotti MDD sempre più efficiente e sostenibile, articolata su **quattro direttrici principali**:

Efficientamento del packaging*



Risparmio di materia prima

Riduzione dell'impiego di materiali negli imballaggi, con l'obiettivo di alleggerire il peso delle confezioni senza comprometterne la funzionalità.

358 tonnellate di plastica risparmiata negli imballaggi

13,3% riduzione del materiale utilizzato nel packaging rispetto ai precedenti imballi



Utilizzo di materiali riciclati e/o recuperati

Sostituzione progressiva delle materie prime vergini con componenti riciclati o recuperati (pre- e post-consumo), per ridurre il prelievo di risorse naturali.

1.412 tonnellate di plastica risparmiata negli imballaggi

12,9% materiale vergine negli imballaggi con materiale riciclato



Sostituzione di materiale non riciclabile con riciclabile

Semplificazione degli imballaggi per renderli facilmente differenziabili, favorendo l'uso di materiali monocomponente e migliorando l'efficienza del riciclo.

504 tonnellate di imballaggio convertiti in materiali riciclati



Eliminazione dell'over pack

Riduzione degli imballi accessori non indispensabili, con l'obiettivo di limitare al minimo gli sprechi di materiale.

206 tonnellate di over pack eliminato dagli imballaggi

* Dati 2024 vs. 2023.

Attraverso queste azioni concrete e continuative, Selex conferma il proprio impegno verso un modello di consumo più responsabile, ponendo la sostenibilità ambientale al centro dell'evoluzione della propria offerta a marchio.



Rispetto agli obiettivi che Selex si è posta, nell'ultimo triennio sono stati conseguiti i seguenti risultati:

RISULTATI ULTIMO TRIENNIO MARCHE DEL DISTRIBUTORE

RISPARMIO MATERIA PRIMA	2024	2023	2022
Tonnellate di plastica risparmiate negli imballaggi	358	316	145
Riduzione registrata rispetto ai precedenti imballi	13,3%	117,9%	14,0%

UTILIZZO DI MATERIALI RICICLATI E/O RECUPERATI	2024	2023	2022
Tonnellate di plastica risparmiate negli imballaggi	1.412	1.250	786
Materiale vergine sostituito negli imballaggi con materiale riciclato	12,9%	59,0%	40,0%

CONVERSIONE IN MATERIALI RICICLABILI	2024	2023	2022
Tonnellate di imballaggio convertite in materiali riciclati	504	463	324

ELIMINAZIONE OVER PACK	2024	2023	2022
Tonnellate di over pack eliminato dagli imballaggi	206	191	170

I dati in tabella 2023 e 2022 sono diversi dalle precedenti edizioni perché stimati.





La filiera dei prodotti MDD: una gestione responsabile

Valorizzare il territorio attraverso relazioni responsabili con i fornitori

La qualità dei prodotti a marchio del distributore si costruisce a monte, a partire da una gestione attenta e responsabile dei fornitori. Per Selex e le sue Imprese Socie, instaurare partnership solide e affidabili è un elemento essenziale per garantire ai Clienti **sicurezza alimentare, trasparenza nei processi e attenzione agli impatti ambientali e sociali**.

Oltre a monitoraggi costanti, il Gruppo effettua audit diretti presso gli stabilimenti, assicurandosi che ogni fornitore risponda ai più alti standard di conformità normativa, etica e produttiva.

Allo stesso tempo, Selex promuove la valorizzazione del patrimonio agroalimentare italiano, selezionando imprese in grado di rappresentare le eccellenze produttive e gastronomiche dei territori in cui opera, con un'offerta che rispecchia le aspettative dei consumatori in termini di qualità, affidabilità e legame con le tradizioni locali.



Impegni concreti e responsabilità condivisa lungo la filiera

Prosegue l'impegno di Selex per una gestione sempre più attenta e responsabile della propria filiera MDD, attraverso controlli rigorosi e requisiti mirati che garantiscono qualità, sicurezza e trasparenza. Gli audit condotti presso i fornitori e l'analisi delle modalità produttive permettono di monitorare con efficacia i processi, i materiali utilizzati e, **laddove rilevante**, anche le condizioni ambientali e sociali lungo la catena di approvvigionamento. A seconda della tipologia di prodotto, **Selex valuta i fornitori anche su criteri di sostenibilità: per alcuni articoli l'attenzione si concentra su specifici ingredienti, per altri sull'intero processo produttivo**. L'obiettivo è assicurare che i prodotti a marchio del distributore rispecchino valori coerenti con quelli del Gruppo, sia in termini di performance qualitativa che di responsabilità sociale.



Per rendere più efficace e formalizzato un documento che viene inviato a tutti i nuovi fornitori in fase di valutazione: **"Requisiti di partecipazione"**.

1. REQUISITI DI PARTECIPAZIONE

Questo documento riassume l'impegno richiesto da Selex ai propri fornitori in termini di sostenibilità, ingredienti utilizzati e materiali di imballaggio. Ogni nuovo fornitore, al momento della valutazione, è tenuto a sottoscrivere il rispetto puntuale dei requisiti indicati da Selex, che diventano parte integrante del rapporto di fornitura. Tra i requisiti previsti, si citano:

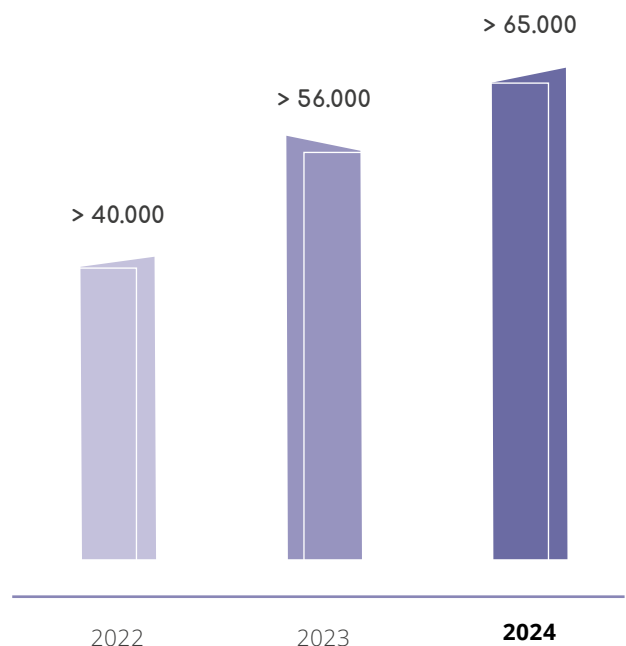
- per **forniture di ortofrutta fresca, derivati del pomodoro, vegetali conservati, succhi di frutta e olio**, è richiesta la **certificazione SA8000** o l'iscrizione al **Protocollo Agricolo di Qualità**, per garantire condizioni di lavoro etiche e trasparenti lungo la filiera;
- per le **uova**, anche come ingrediente in altri prodotti, è necessario attestare la provenienza da allevamenti a terra;
- per i **prodotti contenenti olio di palma**, è obbligatoria la **certificazione RSPO** o equivalente, che assicura pratiche sostenibili nella produzione e approvvigionamento;
- per i **prodotti cartacei**, è richiesta la certificazione FSC, PEFC o analoga, a garanzia di una gestione responsabile delle risorse forestali;
- tutti i **prodotti cosmetici** non possono contenere parabeni;
- tutti i **prodotti chimici** non possono contenere microplastiche e opacizzanti di sintesi.

Controlli rigorosi per garantire la qualità dei prodotti a marchio

Selex adotta un approccio strutturato e continuativo per garantire **elevati standard qualitativi sui prodotti a marchio del distributore (MDD)**. L'**Ufficio Assicurazione Qualità** coordina tutte le attività di controllo, avvalendosi di standard volontari per la qualifica e il monitoraggio dei fornitori nel tempo.

Ogni anno vengono definiti piani di analisi, con controlli affidati a laboratori esterni accreditati e tarati su capitolati tecnici interni e normative di riferimento. **Nel 2024 sono state effettuate oltre 65.000 determinazioni analitiche¹, interessando più dell'80% dei prodotti alimentari a marchio.** I risultati vengono valutati e condivisi con i fornitori per promuovere il miglioramento continuo.

NUMERO DETERMINAZIONI ANALITICHE



¹ Con determinazioni analitiche si intende la somma di tutte le attività svolte in laboratorio.



Gli audit della Centrale

Gli audit rappresentano un ulteriore presidio centrale nel sistema di controllo dei prodotti MDD Selex. Sono previsti **audit di sviluppo**, rivolti principalmente ai fornitori privi di certificazioni volontarie (es. IFS, BRC, ISO 22000) e a quelli appartenenti alle categorie Freschissimi, Carni di Filiera e Ortofrutta di Filiera Controllata, e **audit di mantenimento**, condotti a rotazione su tutte le merceologie sulla base della valutazione del rischio, con frequenza maggiore per i fornitori oggetto di reclami o non conformità analitiche.



Gli audit svolti nel 2024 sono stati finalizzati sia alla verifica della conformità dei nuovi fornitori ai requisiti Selex, sia al monitoraggio continuo di quelli già presenti nel parco fornitori qualificati. Nel caso in cui un nuovo produttore non raggiunga un livello di conformità soddisfacente ma manifesti interesse a collaborare con il Gruppo, è tenuto ad avviare un percorso di miglioramento e potrà richiedere a Selex un **audit di follow-up**, da programmare a distanza di un congruo periodo dalla precedente ispezione.

Per i fornitori già attivi, eventuali criticità emerse in sede di audit devono essere affrontate attraverso **azioni correttive puntuali**, da formalizzare in specifici **piani di miglioramento**. Se necessario, l'effettiva implementazione di tali azioni potrà essere verificata tramite nuove visite ispettive.

L'attività di audit unitamente al monitoraggio analitico dei prodotti MDD in assortimento permettono di rilevare eventuali non conformità, che potrebbero avere impatto sulla sicurezza, sull'etichettatura e nella comunicazione. I dati 2022-2024 confermano l'efficacia di questo presidio.

Tutela del lavoro e correttezza commerciale

Il rispetto dei diritti umani e delle condizioni di lavoro è centrale nella selezione e nel monitoraggio dei fornitori. Selex richiede particolare attenzione su questi temi, con l'obiettivo di prevenire ogni forma di sfruttamento, come il lavoro minorile, e garantire salute e sicurezza.

Per evitare pratiche commerciali distorsive e tutelare la trasparenza lungo la filiera, **Selex e tutte le Imprese Associate si impegnano a non ricorrere alle aste elettroniche inverse al doppio ribasso per l'acquisto di prodotti agricoli e agroalimentari.** Tale meccanismo, infatti, rischia di alimentare condizioni di sfruttamento, spingendo i fornitori a comprimere i costi a scapito dei diritti fondamentali dei lavoratori agricoli.

Infine, per contribuire al contrasto del caporalato e del lavoro nero, Selex richiede ai propri fornitori ortofrutticoli l'**iscrizione al Protocollo del Lavoro Agricolo di Qualità**, o una certificazione equivalente, che attesta il rispetto delle normative in materia di lavoro, fiscalità e previdenza.

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.





Valorizzare le
filiere di prossimità

Sostenere
modelli di produzione sostenibili

Promuovere le
eccellenze gastronomiche locali

4. I FORNITORI

Costruire relazioni solide e locali:
il valore dei fornitori per le Imprese Socie ____ 71

Iniziative e progetti ____ 72



OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE



In questa sezione le Imprese Socie del Gruppo Selex si impegnano a contribuire al raggiungimento dei Sustainable Development Goals numero 2 e 8.

Per farlo:

- sono attente a selezionare fornitori che rispettino valori condivisi per la tutela dell'ambiente e dei diritti umani;
- si impegnano ad includere agricoltori che sostengono una produzione sostenibile;
- promuovono pratiche leali che non ledano la filiera;
- valorizzano le economie locali e le eccellenze gastronomiche del territorio.



Costruire relazioni solide e locali: il valore dei fornitori per le Imprese Socie

Oltre alla collaborazione con i fornitori della marca del distributore, ampiamente approfondita nel capitolo dedicato ai prodotti MDD, questa sezione pone l'attenzione sul **legame tra le Imprese Socie del Gruppo Selex e i fornitori locali**.

In un contesto in cui la sostenibilità è sempre più centrale, le Imprese Socie riconoscono il ruolo strategico dei fornitori come partner fondamentali per lo sviluppo responsabile. Collaborare con loro significa affrontare sfide complesse, ma anche cogliere l'opportunità di costruire una filiera più vicina, trasparente e virtuosa. Per questo motivo, le Imprese Socie si impegnano a mantenere rapporti basati su fiducia, ascolto e continuità.

Nel 2024 è proseguito il percorso di valorizzazione della filiera corta: nei punti vendita del Gruppo sono stati selezionati prodotti e produttori del territorio con cui esistono legami consolidati. Questo

ha permesso di offrire ai Clienti un'ampia gamma di specialità locali, ortofrutta di stagione e prodotti genuini, espressione delle eccellenze regionali.

Sostenere il tessuto produttivo locale non significa solo garantire qualità e freschezza, ma anche contribuire attivamente alla conservazione delle tradizioni, alla promozione del patrimonio agroalimentare e alla tutela del territorio, riducendo gli impatti ambientali legati alla distribuzione. Al tempo stesso, si rafforza l'economia locale, creando opportunità di lavoro e sviluppo.

L'identità delle Imprese Socie si fonda sulla capacità di selezionare con cura, di innovare restando radicate nei propri territori e di costruire relazioni durature: è questo approccio, insieme all'attenzione per le comunità, che rappresenta uno dei pilastri del modello Selex.





Iniziative e progetti

AMBIENTE/SOSTENIBILITÀ



Alfi

I NUOVI PRODOTTI "ARTIGIANI DEL TERRITORIO"

Nel 2024 Alfi ha lanciato il marchio "Artigiani del Territorio", un progetto dedicato a valorizzare le tradizioni e le abitudini di consumo tipiche di Piemonte, Lombardia, Liguria ed Emilia-Romagna. Questa iniziativa si fonda su un approccio umano e flessibile nei rapporti con i fornitori locali: i piccoli produttori possono presentarsi direttamente ai direttori dei punti vendita. Questo favorisce un dialogo più autentico e immediato, capace di rispondere rapidamente alle esigenze del territorio e di valorizzare le eccellenze locali. Con "Artigiani del Territorio", Gulliver porta in tavola il rispetto per la natura e i suoi ritmi, per i sapori autentici e per l'ambiente in cui nascono i prodotti, offrendo ai Clienti un assortimento unico che celebra la ricchezza culturale e gastronomica delle regioni in cui Alfi opera, tramandata di generazione in generazione.



ACQUISTO/PRODOTTI

Alì

A FIANCO DEI PRODUTTORI LOCALI

Nei punti vendita Alì si pone una grande attenzione ai fornitori locali, privilegiando coloro che riescono a garantire prodotti eccellenti e di alta qualità, capaci di valorizzare il territorio in cui operiamo. Per supportare i produttori locali e le aziende agricole, Alì ha ideato degli **allestimenti speciali all'interno dei propri negozi**. Questi spazi dedicati sono progettati **per mettere in risalto i prodotti locali**, rendendoli facilmente identificabili e accessibili ai Clienti. Ogni allestimento è pensato per creare un'esperienza d'acquisto che racconti la storia del territorio e dei suoi produttori, offrendo un vero e proprio viaggio tra le eccellenze gastronomiche locali. Attraverso questi allestimenti, Alì non solo promuove i prodotti freschi e genuini dei fornitori locali, ma rafforza anche il legame con la comunità, sostenendo l'economia locale e garantendo che i benefici della propria attività si riflettano direttamente sul territorio.



SOCIALE/PERSONE

Cds

I PRODOTTI UMBERTO ROMANO

La valorizzazione della regionalità da CDS si riflette non solo nella scelta a scaffale, ma anche nella cura nella selezione dei fornitori per i prodotti a marchio disponibili nella rete vendita al dettaglio, come **le linee Romano Passione e Tradizione**. I prodotti Umberto Romano nascono dalla passione e dalla ricerca di qualità della bottega di Umberto Romano, che ha sempre puntato a portare sulle tavole dei Clienti alimenti genuini, garantiti e ricchi di tradizione. Ogni prodotto racconta un viaggio nel passato, un'eredità di sapori autentici e storie di territorio, scelti con attenzione per far rivivere ogni giorno nuovi ricordi. Le categorie merceologiche includono condimenti pronti, confetture e marmellate, creme spalmabili, filetti di tonno, olio EVO, pesti, prosecco, verdure conservate, vini DOC rossi e bianchi, uova, salumi e formaggi.



AMBIENTE/SOSTENIBILITÀ



Ce.Di.Gros

PROGETTO "VICINI A TE"

Con l'obiettivo di rafforzare il legame con il territorio, Gros ha lanciato il progetto "Vicini a Te", un'iniziativa pensata per valorizzare i prodotti e i produttori del Lazio, sostenendo al tempo stesso la sostenibilità e le tradizioni locali.

La campagna punta a:

- valorizzare la qualità del territorio, promuovendo una crescita compatibile con le risorse naturali locali
- sostenere l'imprenditoria locale, selezionando aziende che rispettano l'identità culturale e produttiva del Lazio
- facilitare la riconoscibilità dei prodotti regionali, grazie a un marchio dedicato che ne garantisce la provenienza e l'autenticità

Nel 2024 il progetto ha coinvolto oltre 89 aziende e ha portato sugli scaffali delle insegne associate più di 800 referenze contrassegnate dal logo "Vicini a Te". Una selezione accurata che consente ai Clienti di scegliere con consapevolezza prodotti enogastronomici e artigianali espressione del territorio. Attraverso una comunicazione chiara e un'identità visiva unitaria, "Vicini a Te" si propone come punto di riferimento per chi desidera scoprire e sostenere le eccellenze laziali, contribuendo allo sviluppo economico e ambientale della regione.



SOCIALE/PERSONE

Ce.Di.Gros

BENESSERE ANIMALE

Nel 2024, il Gruppo GROS ha rafforzato la propria responsabilità sociale aziendale concentrandosi sul benessere animale. Riconoscendo gli effetti negativi del confinamento in gabbia delle galline, il gruppo e tutte le sue insegne hanno adottato misure decisive per **eliminare completamente dal proprio approvvigionamento le uova provenienti da allevamenti in gabbia**. Questo impegno ha interessato tutte le forme di uova, incluse quelle in guscio, liquide e ovoprodotti, dimostrando la dedizione del Gruppo GROS a pratiche più etiche e sostenibili nel settore alimentare.



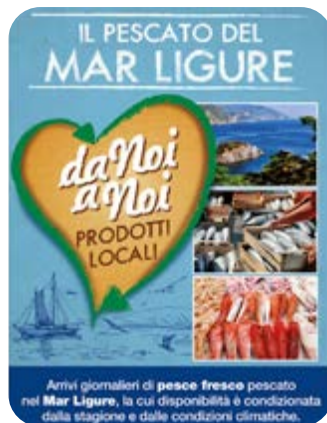
Il Gigante

LA FILIERA DELLA CARNE

Il Gigante consapevole dell'importanza di stabilire standard chiari e condivisi lungo tutta la filiera produttiva ha **introdotto capitolati di filiera all'interno dei rapporti con i propri fornitori**. Con l'adozione dei capitolati valorizziamo i fornitori e promuoviamo una cultura di responsabilità e trasparenza nei confronti dei consumatori. Ci poniamo, di fatto, come intermediari consapevoli e responsabili, in grado di garantire prodotti di alta qualità capaci di contribuire a costruire una rete solida della fornitura. In particolare, abbiamo sviluppato capitolati specifici verso la filiera delle carni bovine ed avicole, certificando con precisione le caratteristiche organolettiche, nutrizionali, chimico-fisiche e genetiche.



ACQUISTO/PRODOTTI



Dimar

PROGETTO LOCALISMO "DA NOI A NOI"

Dimar, attraverso il progetto **"Da Noi a Noi"**, nei suoi punti vendita con insegna Mercatò valorizza le specialità locali di Piemonte, Liguria e aree limitrofe, offrendo prodotti di alta qualità e legati alle tradizioni territoriali. "Da Noi a Noi" raccoglie eccellenze selezionate con attenzione, come Carne Bovina di razza Piemontese, il pollo dalle Langhe, il pescato del Mar Ligure, pani, paste, formaggi, miele e bevande, premiando aziende che rispettano rigorosi standard di tutela DOP, IGP e PAT. Questo progetto promuove un commercio ecosostenibile, riducendo impatti ambientali legati a trasporto, energia e imballaggi, e garantisce controlli certificati per la massima sicurezza del cliente. Nel 2024, il numero totale di fornitori dei prodotti "Da Noi a Noi" è stato pari a 143. Questi fornitori hanno rappresentato il 6,34% del totale dei fornitori. I prodotti forniti nell'ambito della linea "Da Noi a Noi" sono stati complessivamente 928.



ACQUISTO/PRODOTTI

Gmf

ESALTARE LE SPECIALITÀ REGIONALI

GMF srl continua a rafforzare il suo legame con il territorio attraverso la linea di prodotti **"Sapori Umbri"**, che comprende oltre 50 specialità regionali, prodotte nel rispetto delle tradizioni umbre. Questa linea offre una vasta gamma di prodotti, dai salumi e formaggi alla farina di grano umbro e ai legumi coltivati localmente. La scelta di questi prodotti riflette un impegno verso la riscoperta dei sapori genuini locali, sostenuta dalla collaborazione con piccoli produttori della regione. Per garantire l'eccellenza dei prodotti, GMF conduce una costante attività di audit e verifica degli standard previsti dal capitolato di produzione per la linea "Sapori Umbri". Inoltre, si impegna attivamente nella ricerca di fornitori locali in vari settori, come ortofrutta, carni, salumi, formaggi e gastronomia, incentivando il consumo di prodotti stagionali e territoriali. In sintesi, GMF non solo offre una linea esclusiva di prodotti alimentari a marchio "Sapori Umbri", ma mantiene anche un continuo monitoraggio degli standard di produzione. Queste iniziative mirano a sensibilizzare i consumatori sulle scelte locali, valorizzando le specialità del territorio italiano e i fornitori regionali, promuovendo così una filiera corta e sostenibile.



Italbrix

AUDIT DI PRODOTTO: PRESIDIO DELLA QUALITÀ LUNGO TUTTA LA FILIERA

Nel 2024, Italbrix ha rafforzato il proprio impegno nel garantire la sicurezza e la qualità dei prodotti alimentari attraverso un **piano strutturato di audit sui fornitori**, in affiancamento alle consuete analisi di laboratorio su alimenti e superfici. Oltre 950 analisi sono state condotte su referenze alimentari appartenenti alle principali categorie del comparto Freschi. Ma il passo più significativo è stato compiuto sul fronte della verifica diretta presso gli stabilimenti produttivi: 43 audit presso aziende fornitrici, in netta crescita rispetto ai 15 audit realizzati nel 2023. Gli audit sono stati indirizzati principalmente verso fornitori di prodotti Freschi, sulla base di un'attenta valutazione del rischio che ha considerato: la tipologia merceologica e il rischio sanitario associato, i volumi di fornitura, la storicità delle non conformità, la presenza di referenze a marchio Italbrix. Questo approccio ha permesso di identificare e prevenire criticità lungo la filiera, migliorare i processi produttivi e rafforzare la conformità normativa e la tutela del consumatore. Questa attività rappresenta un tassello fondamentale nella costruzione di una filiera affidabile, trasparente e sostenibile, in linea con le aspettative sempre più elevate dei nostri Clienti.



ACQUISTO/PRODOTTI



Italbrix

ECCELLENZE LOCALI E PICCOLI PRODUTTORI

La collaborazione tra Italbrix e i produttori locali si fonda su valori condivisi quali la qualità delle materie prime, il rispetto della tradizione, l'innovazione tecnologica e la sostenibilità. Ogni realtà produttiva mantiene una forte identità territoriale, garantendo al contempo standard elevati e promuovendo la genuinità dei propri prodotti. Attraverso filiere controllate e tecniche artigianali integrate a processi moderni, queste aziende rappresentano esempi virtuosi di come la produzione locale possa rispondere alle esigenze della Grande Distribuzione Organizzata senza perdere autenticità. Tra i fornitori locali valorizzati da Italbrix si distinguono produttori impegnati nel benessere animale, per una produzione sostenibile e di alta qualità, ma anche pasticcerie a conduzione familiare, aziende agricole che integrano tecnologie moderne in serre per coltivazioni tracciabili e sostenibili, o caseifici del territorio, che producono formaggi di eccellenza, combinando metodi tradizionali e gestione sostenibile con impianti a biogas, garantendo qualità e rispetto ambientale. Questi produttori testimoniano come l'eccellenza locale rappresenti il cuore di una rete distributiva moderna, capace di valorizzare qualità, territorio e sostenibilità. Tra questi produttori, oltre una trentina sono stati scelti, per raccontarsi all'interno del sito di Italbrix, creando dei piccoli video di presentazione, che possano dar luce al valore dei prodotti e delle realtà locali. I prodotti commercializzati come "eccellenze territoriali" sono stati enfatizzati anche all'interno di tutti i punti vendita della rete Italbrix mediante l'apposizione di un cartellino distintivo, che permette di individuare più facilmente i "produttori locali".



Magazzini Gabrielli SICUREZZA ALIMENTARE

Magazzini Gabrielli considera la sicurezza alimentare e la **tracciabilità** dei prodotti commercializzati come priorità assolute. L'intera filiera è sottoposta al rispetto di **rigorosi protocolli**, in linea con le normative vigenti, e viene costantemente monitorata attraverso controlli quotidiani e verifiche periodiche, per garantire la massima **trasparenza, igiene e salubrità**.

Grazie al sistema HACCP, l'azienda applica procedure strutturate in tutte le fasi della gestione alimentare: dalla produzione al trasporto, dalla vendita fino alla somministrazione. Nel 2024, ad esempio, sono stati effettuati 772 tamponi per analizzare le superfici di lavorazione, le celle frigorifere, gli utensili e i macchinari, con l'obiettivo di rilevare eventuali contaminazioni microbiologiche. Sono inoltre stati eseguiti 108 prelievi d'acqua, per verificarne la conformità igienico-sanitaria.

Anche i prodotti a marchio vengono sottoposti a rigorosi controlli per assicurare standard qualitativi elevati. Durante il 2024 sono state condotte analisi su 43 campioni di articoli a marchio "Fatti Buoni" e su 101 articoli a marchio "Selezione Qualità". A questo si aggiungono audit regolari presso i fornitori, con l'obiettivo comune di offrire ai Clienti finali prodotti sicuri, controllati e di qualità.



Magazzini Gabrielli FORNITORI LOCALI

La partnership con i fornitori locali rappresenta una leva strategica per la Magazzini Gabrielli Spa poiché permette di condividere tradizioni e valori, consolidare sinergie, sperimentare e sviluppare progetti avendo come obiettivo comune la soddisfazione del cliente finale senza trascurare gli alti standard qualitativi e di sicurezza richiesti.

Nel 2024 il **fatturato** complessivo realizzato con i fornitori di merce locali **è stato pari a 162,9 milioni di euro**. La crescita dei fornitori locali è perfettamente in linea con il trend di crescita di Magazzini Gabrielli, in un percorso di sviluppo reciproco.



Megamark CONTRO IL CAPORALATO

Dal 2019, il progetto **"IAMME"** in collaborazione con l'associazione "NoCap" combatte il caporalato creando una linea di prodotti a marchio "IAMME", realizzati nel pieno rispetto dei diritti dei lavoratori. I prodotti, disponibili nei supermercati del Gruppo Megamark, includono passate, pelati, salse pronte e frutta di stagione, contrassegnati dal marchio "NoCap". Questo progetto non solo offre prodotti di alta qualità, ma promuove anche un commercio etico e sostenibile.



Megamark PRODOTTI DEL TERRITORIO CON UN GRANDE VALORE SOCIALE

Prosegue con successo la vendita dei taralli "aMano Libera", un'iniziativa avviata nel 2019 grazie al finanziamento della Fondazione Megamark. Il progetto **"Senza sbarre"**, presentato dall'associazione "Amici di San Vittore Onlus" nell'ambito del bando Orizzonti Solidali, ha come obiettivo principale favorire la ricollocazione sociale e lavorativa di detenuti ed ex detenuti di diversi istituti penitenziari italiani. Questo progetto rappresenta un'importante opportunità di riscatto, offrendo ai partecipanti la possibilità di acquisire nuove competenze e di reintegrarsi nella società. Attraverso la produzione e la vendita dei taralli, i partecipanti possono sperimentare un ambiente lavorativo stimolante e formativo, imparando le tecniche di produzione artigianale e i principi di gestione aziendale. L'iniziativa non solo promuove l'inclusione sociale, ma contribuisce anche a cambiare la percezione della società nei confronti dei detenuti, dimostrando che con il giusto supporto e le giuste opportunità, è possibile costruire un futuro migliore. I taralli "aMano Libera", realizzati con ingredienti di alta qualità e seguendo ricette tradizionali, sono diventati simbolo di speranza e rinascita, trovando spazio sugli scaffali dei supermercati del Gruppo Megamark.



Superemme RADICI SARDE E PRODOTTI LOCALI

Da sempre il legame con il territorio rappresenta uno dei pilastri fondamentali della filosofia di Superemme e il **pay off SARDI COME VOI**, che accompagna il logo, rappresenta la massima espressione di questo sentimento.

Un elemento distintivo è la forte presenza italiana all'interno della rete: **il 99% dei fornitori proviene dal territorio nazionale**, e con orgoglio il 23% è rappresentato da fornitori locali sardi, coprendo il 34% del valore degli acquisti, sottolineando un rapporto economico, sociale e strategico di grande importanza, che valorizza le eccellenze regionali e promuove le filiere locali.



In tutti i punti vendita SuperPan e IperPan della Sardegna è presente un'ampia gamma di prodotti della tradizione sarda: prodotti a chilometro zero che assicurano freschezza, qualità e tracciabilità della merce in vendita. Superemme vuole continuare ad essere protagonista dello sviluppo della Sardegna, mantenendo un occhio attento alle novità nel rispetto delle tradizioni locali e dei prodotti del Territorio.

Un esempio concreto di questa visione è rappresentato dai prodotti Alligresa, nati nel 2023 per valorizzare la filiera corta e l'artigianalità locale. Attraverso collaborazioni dirette con fornitori sardi, Alligresa offre una selezione di prodotti tipici come formaggi, vini e pasta tradizionale, che incarnano qualità e autenticità. Nel 2024, l'assortimento è stato ampliato con 13 nuove referenze in quattro categorie merceologiche (vini, derivati del pomodoro, panettone e riso), insieme a un incremento significativo nella pasta fresca, con un +5% di valore economico distribuito sul territorio rispetto al 2023.



+10%
crescita del fatturato
registrata su CosìComodo
nel 2024

90.000
interviste sui Clienti
raccolte grazie al progetto
"Barometro Clienti Selex"

**Educazione alimentare
e sostenibile**
a portata di click con
Comemangio® sui siti delle
insegne Selex

984
milioni di euro
il valore del risparmio complessivo
dei Clienti Selex grazie alle attività
promozionali

5. I CLIENTI

Accrescere la soddisfazione dei Clienti ____ 81

CosìComodo, per offrire un'esperienza d'acquisto
ancora più semplice e veloce ____ 84

Educazione alimentare e sostenibile
Comemangio®: l'iniziativa promossa sui siti delle insegne Selex ____ 86

La tutela del potere d'acquisto ____ 88

Iniziative e progetti ____ 91



OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE



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:

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



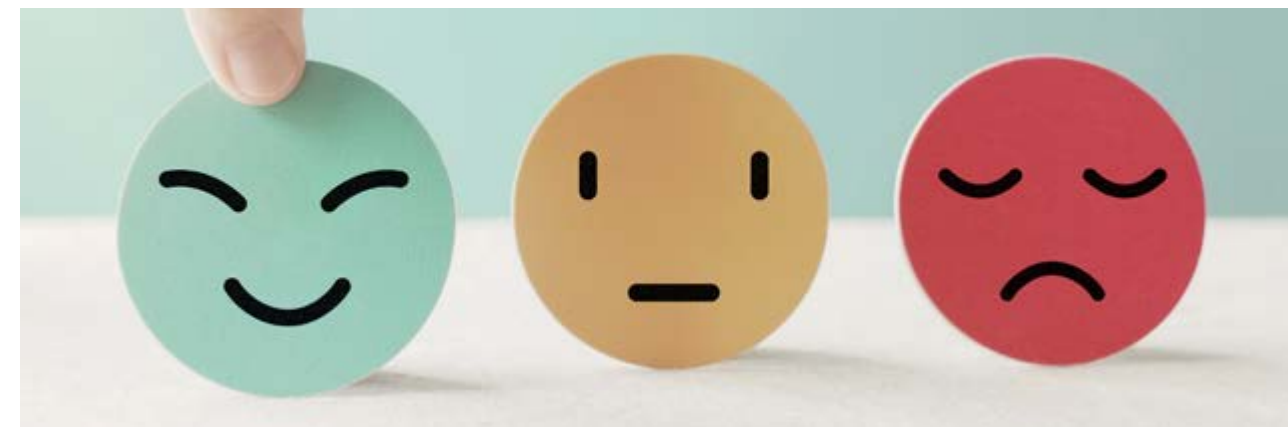
Accrescere la soddisfazione dei Clienti

Canali dedicati all'ascolto e all'assistenza dei Clienti sui prodotti a marchio

Il Gruppo Selex investe da tempo nello sviluppo di canali dedicati al dialogo con i consumatori, integrando strumenti digitali e modalità più tradizionali per garantire un accesso semplice e diretto all'assistenza. Elemento centrale di questo sistema è il **Contact Center**, che gestisce le interazioni con la clientela attraverso numerosi siti web e i **numeri verdi dedicati ai prodotti a marchio del distributore**:



Attraverso questi canali, è possibile ottenere informazioni, inviare segnalazioni sui prodotti a marchio del Gruppo Selex o inoltrare richieste relative ai punti vendita. Il **Customer Care** prende in carico ogni segnalazione e attiva tempestivamente le procedure di gestione, coinvolgendo, quando necessario, anche i fornitori, per garantire risposte puntuali e risolutive.



* Il numero verde per i marchi del Gruppo Selex ad esclusione di il Gigante.

** il numero verde per i prodotti a marchio del distributore SUN (Consilia).



Ascolto strutturato e analisi continua per migliorare l'esperienza del cliente



L'attenzione alla voce dei consumatori rappresenta una leva strategica centrale per il Gruppo Selex, che nel tempo ha costruito un sistema articolato di ascolto grazie a **Selex Lab**, il progetto promosso dalla Centrale, che si sviluppa su tre direttrici principali:

1. lo **studio del posizionamento reputazionale** delle insegne, attraverso l'analisi del percepito da parte degli stakeholder;
2. l'**interazione diretta con i Clienti**, tramite l'invio periodico di questionari per raccogliere opinioni, aspettative e livelli di soddisfazione;
3. l'**analisi delle recensioni online**, attraverso l'utilizzo di piattaforme dedicate.

Nel 2024, quest'ultima area è stata potenziata grazie all'attivazione di **Wonderboard**, piattaforma sviluppata con Wonderflow. Lo strumento consente di raccogliere e analizzare in modo automatizzato tutte le recensioni Google relative a **oltre 8.000 punti vendita**, appartenenti a **118 insegne**. I dati sono restituiti alle Imprese Socie tramite dashboard intuitive e personalizzabili, che mettono in evidenza i principali punti di forza e le aree di miglioramento percepite dai Clienti.

L'analisi si concentra su quattro macro-temi:

- **Prodotto** (qualità, assortimento, prezzi, disponibilità);

- **Personale** (cortesia, preparazione, disponibilità);
- **Negozio** (pulizia, ordine, casse, ambiente);
- **Reparti** (ortofrutta, gastronomia, macelleria, pescheria, ecc.).

La piattaforma permette di esplorare i dati anche a livello di singolo punto vendita e offre **strumenti di confronto** con le performance delle insegne concorrenti, su scala nazionale o locale.

Tutti i dati raccolti attraverso **Selex Lab** vengono messi a disposizione delle Imprese Socie per favorire un **miglioramento continuo** nella relazione con la clientela, basato su un ascolto strutturato, costante e multilivello.

A integrazione di questo sistema, nel 2024 è stato avviato anche il **Barometro del Cliente**, un'attività di survey su scala nazionale che rileva trimestralmente il livello di soddisfazione dei Clienti fidelizzati rispetto a molteplici aspetti dell'esperienza di acquisto (si veda il paragrafo dedicato).

Completano il quadro le **indagini periodiche di Customer Satisfaction** promosse da alcune Imprese Socie nei propri territori, nonché l'**ascolto in tempo reale** dei canali social del Gruppo (Twitter, Instagram, Facebook), che consente di monitorare segnalazioni e commenti dei consumatori, con analisi dettagliate per prodotto e punto vendita.



Il Barometro del Cliente

Nel 2024 il Gruppo Selex ha avviato una nuova attività continuativa di ascolto strutturato della clientela: il **"Barometro del Cliente"**. L'iniziativa, realizzata in collaborazione con **TradeLab**, coinvolge tutte le **18 Imprese Socie** e si propone di monitorare, su base regolare, il livello di soddisfazione dei Clienti fidelizzati, raccogliendo feedback su aspetti chiave dell'esperienza di spesa.

Il progetto, avviato a gennaio 2024, prevede la somministrazione di **survey trimestrali** ai **titolari di carta fedeltà** delle insegne aderenti, tramite invio e-mail a **campioni rappresentativi e validati statisticamente**. Complessivamente, nel corso delle tre edizioni annuali, sono state raccolte circa 90.000 interviste: 32.000 nella prima wave, oltre 26.000 nella seconda e più di 31.000 nella terza.

L'analisi dei risultati si basa sull'indicatore **Net Promoter Score (NPS)**, che misura il bilancio tra "promotori" (Clienti che esprimono i giudizi più alti) e "detrattori" (coloro che esprimono i giudizi più bassi), escludendo i "passivi" (Clienti neutrali). Questo

indicatore viene rilevato sia a livello complessivo sull'insegna, sia sulle principali **leve commerciali** (assortimento, MDD, casse, personale, convenienza, ecc.) e sui **reparti merceologici** del punto vendita (ortofrutta, macelleria, panetteria, ecc.).

Oltre al monitoraggio periodico degli indicatori di customer satisfaction, il Barometro ha previsto **focus tematici di approfondimento** dedicati a temi strategici, tra cui la relazione tra Clienti e personale di vendita e la percezione di convenienza.

I risultati, condivisi tra la Centrale e le Imprese Socie, vengono utilizzati per orientare strategie e interventi di miglioramento dell'offerta, del servizio e dell'esperienza di spesa.

Il Barometro si integra in un **più ampio sistema di ascolto del cliente**, che include strumenti complementari come la piattaforma **Wonderboard** per l'analisi delle recensioni online e le indagini di **Customer Satisfaction** condotte periodicamente a livello locale. Insieme, queste attività consentono al Gruppo Selex di allineare in modo sempre più preciso le proprie scelte con i bisogni e le aspettative dei consumatori.



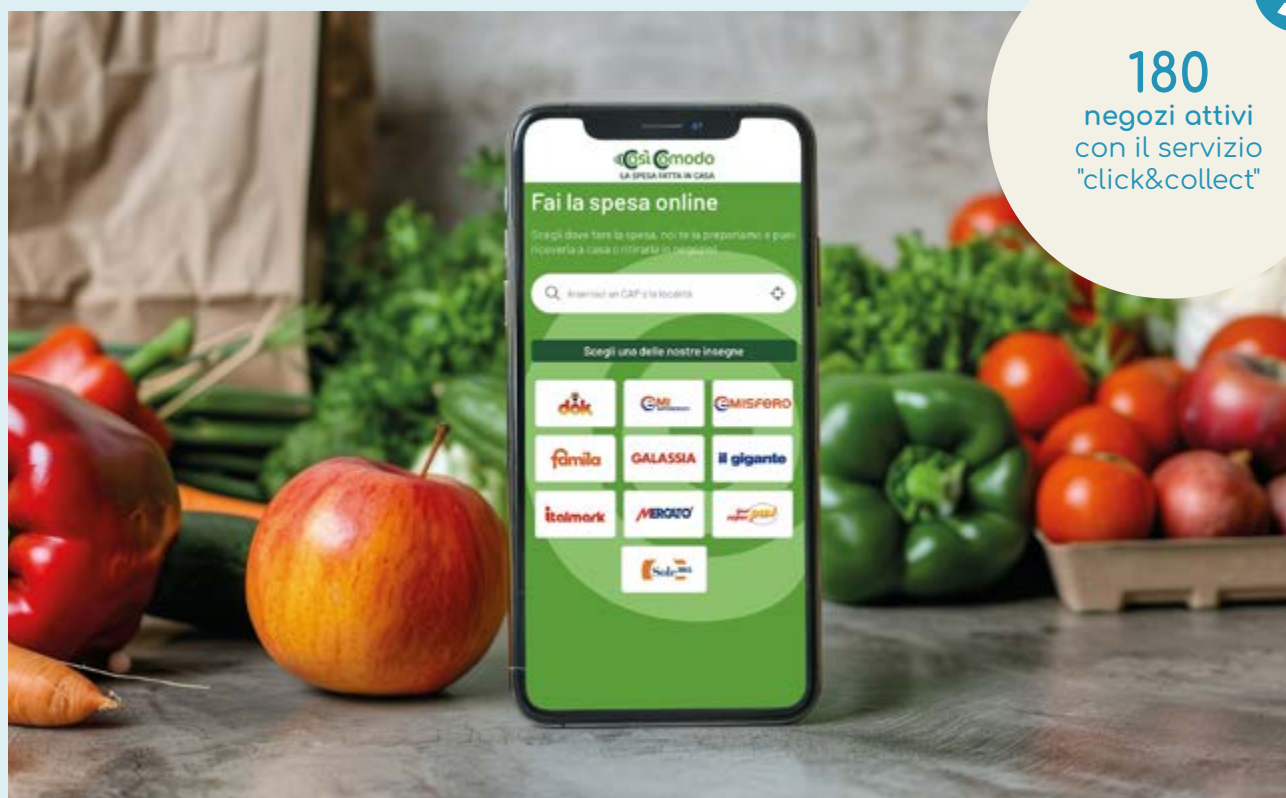
Così Comodo, per offrire
un'esperienza d'acquisto
ancora più semplice e veloce



Nato nel 2016 come iniziativa pilota, **CosìComodo** è oggi la piattaforma di eCommerce del Gruppo Selex, in continua crescita e consolidamento. Al 31 dicembre 2024, il progetto coinvolge **9 Soci e 10 insegne**, tra supermercati e ipermercati, distribuiti sul territorio nazionale. Oltre al tradizionale servizio di

ritiro in negozio offerto da 110 negozi in modalità **drive** e 70 in modalità **clicka & ritira**. CosìComodo offre anche la **consegna a domicilio**, rispondendo alle esigenze dei Clienti con una maggiore flessibilità e convenienza.

180
negozi attivi
con il servizio
"click&collect"



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2024 GRUPPO SELEX



+8%

fatturato CosìComodo

+18%

fatturato dal servizio di consegna a domicilio

78%

ordini da possessori carta fedeltà

1.220

località servite con consegna domicilio

40%
negozi attivi
con ritiro
in negozio

60%
negozi attivi
con il servizio
"drive"

Negli anni, CosìComodo si è evoluto in un sistema eCommerce altamente performante, grazie a investimenti continui in tecnologia e innovazione. L'infrastruttura digitale oggi integra in modo efficiente tutte le fasi operative: dalla ricezione dell'ordine, al picking della merce in store, fino alla gestione della logistica e alla delivery.

Durante l'anno **si è inoltre conclusa l'integrazione con i dati del CRM**, che si completerà nel 2025 con l'introduzione, all'interno dell'area riservata, di coupon e promozioni personalizzate in base ai comportamenti d'acquisto. Tra i progetti già avviati e previsti per il prossimo anno figurano anche l'integrazione

grazione del canale e-commerce con il mondo del retail media e lo sviluppo di una nuova piattaforma per la gestione dei touchpoint che permetterà di proporre ai clienti, che navigano sito e APP, contenuti sempre più personalizzati.

Nel 2024 Gruppo Selex ha lanciato **due campagne di brand awareness** sui principali media digitali, generando oltre **54 milioni di impression**. La pianificazione media è stata caratterizzata da un ingente investimento sulle TV connesse, su Spotify e sulla piattaforma Tik Tok, con l'intento di andare a colpire un pubblico più giovane e maggiormente propenso all'acquisto online.





Educazione alimentare e sostenibile

INIZIATIVE
NAZIONALI

In collaborazione con

ALTIS advisory
 Spin-off dell'Università Cattolica del Sacro Cuore

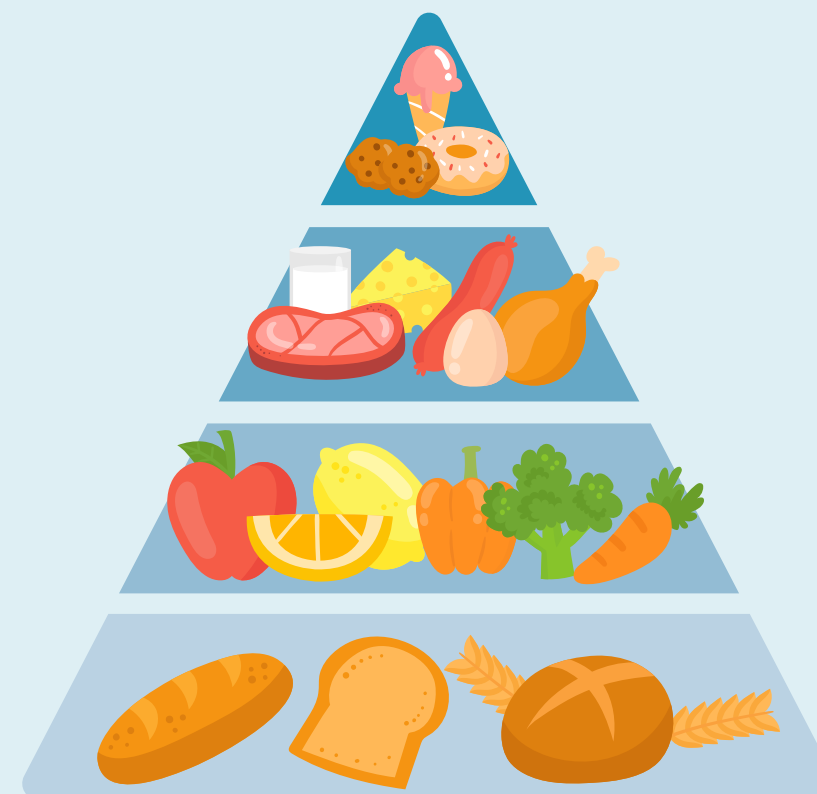

Comemangio®: l'iniziativa promossa sui siti delle insegne Selex

Dal 2020 il Gruppo Selex porta avanti in modo continuativo "Comemangio®", un progetto editoriale dedicato all'**educazione alimentare e alla promozione di abitudini di consumo più consapevoli e sostenibili**. Sviluppato in collaborazione con l'Università Cattolica del Sacro Cuore, il progetto offre contenuti scientificamente validati che approfondiscono il legame tra alimentazione, salute e impatto ambientale della filiera.

Grazie alla presenza del progetto su tutti i siti delle insegne aderenti del Gruppo Selex, i consumatori

possono accedere facilmente a una vasta gamma di articoli e approfondimenti aggiornati, rendendo Comemangio® uno strumento concreto di informazione e sensibilizzazione diffusa.

I contenuti – curati da un comitato scientifico composto da docenti, esperti e giovani ricercatori – sono inoltre rilanciati periodicamente anche attraverso i canali social, per raggiungere un pubblico sempre più ampio e favorire una maggiore accessibilità al progetto.



famila

A&O

EMI

EMISFERO

Gulliver

elite

il gigante

italmark

MERCATO

gala

pan



La tutela del potere d'acquisto



INIZIATIVE
NAZIONALI

Spesa Difesa arriva alla terza edizione per difendere il potere d'acquisto

Lanciata per la prima volta nel 2022, l'iniziativa **Spesa Difesa** di Selex è giunta nel 2024 alla sua terza edizione, con l'obiettivo di tutelare il potere d'acquisto dei consumatori e contrastare gli effetti dell'inflazione, senza mai rinunciare alla qualità dei prodotti.

Ispirata al mondo dei supereroi, la campagna comunica in modo creativo e distintivo l'impegno del Gruppo a sostegno delle famiglie. Nell'edizione più recente, il messaggio si è evoluto verso una narrazione più diret-

ta e quotidiana: anche grazie alle scelte che compiamo al supermercato, **tutti possiamo essere "supereroi"** del risparmio e della qualità. I "superpoteri" garantiti dai prodotti a marchio Selex – **Qualità, Scelta e Convenienza** – sono accessibili a chiunque li scelga. La campagna è stata veicolata attraverso un ampio piano multicanale che ha coinvolto le principali emittenti televisive e i canali digitali del Gruppo.

Nel 2025 è proseguita la campagna.





Il nostro rapporto qualità prezzo

L'ottimo rapporto qualità-prezzo dei prodotti a marca del distributore rappresenta per Selex una delle modalità più concrete per dimostrare vicinanza alle famiglie, soprattutto in un contesto economico ancora complesso.

Offrire prodotti convenienti, sicuri e di qualità consente ai Clienti di ottenere un risparmio significativo sulla spesa quotidiana. In quest'ottica, le iniziative promozionali sui prodotti di marca ricoprono un ruolo strategico, grazie a sconti rilevanti e ben distribuiti nell'arco dell'anno.

Nel 2024, le promozioni attivate dal Gruppo hanno generato un risparmio complessivo per i Clienti di circa 984 milioni di euro.

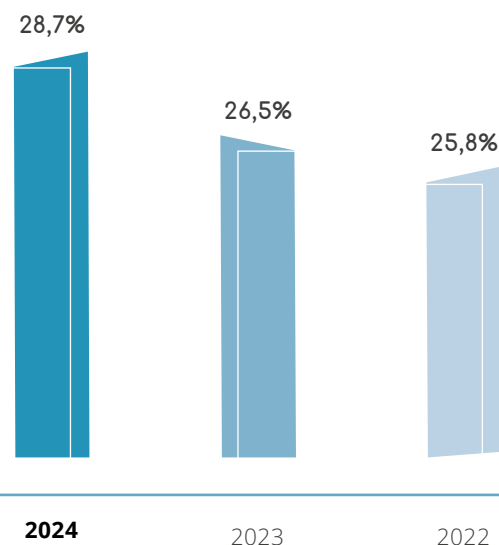
LA CONVENIENZA IN NUMERI

	2024	2023	2022
Risparmio delle famiglie italiane	984 milioni €	849 milioni €	722 milioni €
La pressione promozionale (in %)	28,7%	26,5%	25,8%

Un ulteriore indicatore dell'impegno nel tutelare il potere d'acquisto è rappresentato dalla **pressione promozionale**, ovvero il peso dei prodotti venduti in promozione sul totale delle vendite: nel 2024 ha raggiunto il 28,7%.

28,7%
pressione
promozionale
nel 2024

PRESSIONE PROMOZIONALE



984
milioni di euro
risparmio
delle famiglie
italiane



Iniziative e progetti

AMBIENTE/SOSTENIBILITÀ



Alì

SENSIBILIZZAZIONE PER IL CLIMA E L'ENERGIA

In occasione della Giornata del risparmio energetico "M'illumino di Meno", il 16 febbraio 2024 Alì ha abbassato simbolicamente le luci in tutti i punti vendita tra le 18:00 e le 20:00. Un gesto semplice ma significativo per sensibilizzare Clienti e collaboratori sull'importanza dell'efficienza energetica e di stili di vita più sostenibili.



SOCIALE/PERSONE

Alfi

CONVENIENZA E INNOVAZIONE PER RISPARMIARE CON GULLIVER

A partire da settembre 2024, con la "GulliApp", una fidelity card digitale che ha aperto la strada alla digital loyalty, i Clienti possono accumulare un cash back del 5%, con vantaggi riservati anche a categorie specifiche, come gli over 60, che beneficiano di un cash back del 10% sulle spese effettuate il mercoledì. Nel corso di soli quattro mesi, più di 60.000 possessori di Gulli Card hanno ricevuto un cash back superiore a 1.000.000 €, un risultato che testimonia il gradimento e l'efficacia di questa iniziativa. A completare l'offerta dedicata al risparmio, nel 2024 è stata inoltre lanciata la promozione "Scontatissimi del fine settimana", che propone prodotti di qualità a prezzi particolarmente vantaggiosi durante le giornate di venerdì, sabato e domenica, dando così ai Clienti un'ulteriore opportunità per fare la spesa in modo conveniente. Grazie a queste iniziative integrate, Alfi conferma il proprio impegno a essere non solo un punto di riferimento per la qualità, ma anche un alleato concreto nella tutela del bilancio familiare dei propri Clienti.





SOCIALE/PERSONE

Cds

MONDO MIZZICA: L'APP CHE SEMPLIFICA LA SPESA

Dal 2024 anche i Clienti dei punti vendita CDS ad insegna Famila e Max Supermercati possono contare su **"Mondo MIZZICA"**, l'app pensata per offrire un'esperienza di spesa più comoda, personalizzata e digitale. L'app consente di consultare il catalogo prodotti, accedere a offerte speciali, utilizzare coupon sconto, creare e condividere liste della spesa, localizzare i negozi più vicini e pianificare il ritiro degli acquisti effettuati online. Un servizio evoluto che va oltre la spesa tradizionale, rafforzando il legame con il cliente e promuovendo un'esperienza d'acquisto sempre più connessa ed efficiente.



AMBIENTE/SOSTENIBILITÀ



Ce.Di.Marche

CAMPAGNE DI SENSIBILIZZAZIONE AMBIENTALE

Durante il 2024 sono state realizzate campagne di sensibilizzazione ambientale in occasione di tre giornate internazionali: la Giornata Mondiale dell'Acqua (22 marzo), Giornata della Terra (22 aprile) e la Giornata delle Api (20 maggio). Le campagne hanno previsto la distribuzione di coupon cartacei, la pubblicazione di contenuti sui canali social e, per la Giornata delle Api, anche una pagina dedicata sul volantino promozionale. L'obiettivo è stato quello di **coinvolgere attivamente i Clienti**, aumentando la consapevolezza sui temi ambientali e sull'impatto delle proprie scelte quotidiane.



SOCIALE/PERSONE

Ce.Di.Marche

GIORNATA CONTRO LA VIOLENZA SULLE DONNE

In occasione della Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne, i Supermercati hanno promosso una campagna di sensibilizzazione rivolta alla clientela, che ha previsto l'emissione di coupon cartacei e la pubblicazione di post informativi sui social. Un'iniziativa simbolica ma significativa per contribuire a **diffondere un messaggio di rispetto e attenzione** verso un tema sociale di grande importanza.



SOCIALE/PERSONE

Gmf e Unicomm

RISPONDERE ALLE ESIGENZE DI ALCUNE PARTICOLARI CATEGORIE DI CONSUMATORI

In alcuni Supermercati del Gruppo GMF e di Unicomm vengono **proposti dei giorni dedicati agli sconti per alcune fasce di consumatori**: il martedì, ad esempio, è il giorno in cui i Clienti con più di 65 anni di età possono usufruire di uno sconto pari al 10% del totale mostrando la carta Argento, mentre il mercoledì spetta agli studenti universitari muniti della carta studenti.



SANITÀ



L'Abbondanza

NUTRIFORM BATTERY: UN'APP PER ALIMENTARSI MEGLIO

Mangiare bene è soprattutto una questione di equilibrio tra i diversi nutrienti che introduciamo con la nostra dieta. Per favorire un approccio più corretto all'alimentazione, il Ministero delle Imprese e del Made in Italy, il Ministero della Salute e il Ministero dell'Agricoltura e della Sovranità alimentare hanno promosso il progetto **"NutrInform Battery"**. Attraverso un'app gratuita e intuitiva, sarà possibile ottenere informazioni nutrizionali sui prodotti confezionati, evidenziando la porzione consigliata dai nutrizionisti e il relativo apporto di calorie, sale, zuccheri e grassi, semplicemente inquadrando il codice a barre del prodotto. Inoltre, il progetto prevede sui prodotti delle aziende che aderiscono, un sistema di etichettatura che rende più evidente il profilo nutrizionale di ogni alimento nel quadro di una dieta quotidiana. Anche L'Abbondanza si impegna in questo progetto, promuovendo l'utilizzo di questa app per tutti i Clienti dei punti vendita Gala e incentivando, dove possibile, l'adozione del nuovo sistema di etichettatura nei propri prodotti.



Magazzini Gabrielli

FAVORIRE LA DIGITALIZZAZIONE DEI NOSTRI SERVIZI VERSO IL CLIENTE

Magazzini Gabrielli ha continuato a investire nella digitalizzazione per migliorare l'esperienza dei Clienti e semplificare la gestione della spesa quotidiana. L'App **"Oasi Tigre"**, già lanciata negli anni precedenti, è stata aggiornata con nuove funzionalità che hanno permesso di estendere i buoni sconto digitali su singoli prodotti, rinnovati ogni due settimane, a tutta la rete vendita, composta da 340 punti vendita tra diretti e in franchising. Anche i buoni sconto sul totale della spesa, molto apprezzati dalla clientela, sono stati distribuiti tramite App, ottenendo una redemption mediamente più alta rispetto ai canali tradizionali (sms, e-mail, scontrini). Attraverso l'applicazione è stato inoltre possibile prenotare premi del catalogo **"Unika"**, accedere a sconti riservati a categorie specifiche (come famiglie numerose o Clienti con convenzioni attive), e ricevere offerte personalizzate. A fine anno, il 32% dei Clienti transanti risultava registrato all'App, generando circa il 50% del fatturato aziendale, confermando l'efficacia e la centralità di questo strumento digitale.



Magazzini Gabrielli

A TUTELA DEL CONSUMATORE

Magazzini Gabrielli ha rinnovato il proprio impegno per sostenere i consumatori più fragili, aderendo alla Carta solidale del Governo, che ha previsto uno sconto del 15% su un paniere di prodotti alimentari per le famiglie aventi diritto. La campagna **"Abbassiamo l'inflazione"** è stata confermata, con ribassi fino a 1.000 prodotti per punto vendita, a cui si è aggiunta l'integrazione di nuove referenze della linea Consilia nel paniere **"Buoni e Fissi"**, mantenuto stabile nei prezzi.

Oltre a queste misure, l'azienda ha continuato a offrire sconti dedicati a categorie specifiche, tra cui famiglie numerose, persone disoccupate o in cassa integrazione, studenti universitari e over 70, garantendo un supporto concreto, stabile e continuativo.



Megamark

A DIRETTO CONTATTO CON IL CLIENTE

Megamark continua a investire in una relazione sempre più personalizzata e coinvolgente con i propri Clienti, attraverso strumenti digitali, iniziative in punto vendita e comunicazioni mirate. Sono state ampliate le promozioni personalizzate, basate sulle abitudini d'acquisto, e integrate in un calendario marketing ben definito. Il canale WhatsApp ha visto un ulteriore potenziamento, diventando uno strumento chiave per comunicazioni di prodotto, novità di assortimento e contenuti dedicati, con un impatto positivo anche sulla riduzione della carta stampata. Tra le iniziative più originali, in alcuni punti vendita Famila sono state organizzate attività di animazione con personaggi travestiti da prodotti del reparto ortofrutta, per creare momenti di intrattenimento e valorizzare i freschi. È proseguito il progetto **"Speciali"**, con volantini digitali dedicati a categorie come prodotti senza zucchero, high protein o senza lattosio, distribuiti esclusivamente via social e WhatsApp. Durante il periodo dell'Avvento è stato lanciato un concorso a premi digitale per premiare quotidianamente i Clienti, mentre per le persone over 60 è stata attivata un'agevolazione con consegna gratuita della spesa a domicilio. Infine, Megamark ha testato con successo la pubblicazione dei volantini su piattaforme esterne come ShopFully.



Il Gigante

SEMPRE PIÙ SERVIZI PER UNA SPESA SEMPRE PIÙ COMODA

La strategia del Gigante mette il consumatore al centro. Nel corso degli ultimi anni, sono stati implementati sempre più servizi, per migliorare l'esperienza del cliente e rendere la spesa sempre più comoda. Tra i servizi, **"Il Gigante a Casa"**, un servizio di consegna a domicilio della spesa effettuata online, o **"Il Gigante Drive"**, il servizio di ritiro in negozio della spesa effettuata online. Ancora, Il Gigante ha introdotto il servizio **"Saliscendi in leggerezza"**, per agevolare i consumatori attraverso la consegna della spesa al piano di casa, così come il servizio **"Agile e Vai"** che consente al cliente di effettuare la spesa in autonomia attraverso la personale scannerizzazione dei prodotti ed il pagamento alle casse automatiche, assicurando così un'esperienza di acquisto più veloce. Oltre a questi, Il Gigante ha introdotto una serie di servizi accessori per agevolare il consumatore in ottica di una maggiore fruibilità dei servizi come il pagamento dei bollettini postali, la prenotazione dei test scolastici con un prezzo di copertina scontato e la possibilità di pagarli con i buoni Dote Scuola delle regioni Lombardia e Piemonte, il rifornimento di carburante presso le aree di servizio **"Il Gigante Self 24 h"**, presenti nelle aree parcheggio degli ipermercati, l'attivazione della carta solidale **"Dedicata a te"** utilizzata da persone in difficoltà economiche, unitamente all'emissione di un buono sconto del 15% dell'importo speso attraverso la carta da utilizzarsi sull'acquisto successivo, il pagamento dilazionato attraverso il servizio Agos, la spesa pagabile attraverso il ritiro dei Ticket Restaurant (Buoni Pasto), la convenzione **"prodotti senza glutine rimborsabili"** attraverso il Servizio Sanitario Nazionale per i residenti affetti da celiachia aventi diretto nell'ambito delle ASL di Lombardia, Piemonte e Emilia-Romagna, infine il servizio catering-feste **"Al Gigante come a casa o al ristorante"**, per prenotare i menù per i propri eventi.



Il Gigante

PREZZI BASSI SEMPRE

Nel 2020 Il Gigante ha promosso la campagna "Prezzi Bassi Sempre". L'obiettivo è quello di aiutare i nostri Clienti a fare una spesa sostenibile non solo nella qualità, ma anche nel prezzo. La campagna è stata promossa su una selezione di oltre 1.000 prodotti a marchio "Il Gigante" di categorie merceologiche differenti, ma tutti di uso quotidiano e necessari nella vita di tutti i giorni. Il Gigante si è impegnato a monitorarne il prezzo e a tenerlo basso, sempre. Inoltre, dal mese di gennaio fino a luglio 2024, su tutti i prodotti a marchio Il Gigante è stato applicato un ulteriore sconto del 10% nella giornata del venerdì, per garantire una spesa sempre più accessibile per quei prodotti essenziali e indispensabili al consumatore.



Il Gigante

LA SALUTE E LA SICUREZZA DEL CONSUMATORE PRIMA DI TUTTO

Un ottimo servizio al cliente non passa solo attraverso l'erogazione di progetti di digitalizzazione e innovazione, ma anche attraverso la selezione e la cura dei prodotti a scaffale, per garantire scelte di acquisto che siano sempre di massima qualità. A tal proposito, solo nel 2024, presso i punti vendita del Gigante sono state **condotte 30.555 analisi** sulle superfici e sugli alimenti preparati in punti vendita e sono stati eseguiti ulteriori **1.340 test merceologici** da un laboratorio esterno specializzato. Oltre a queste, sono state condotte **97.681 analisi chimiche e microbiologiche** sui prodotti a marchio Il Gigante e **67 controlli ispettivi presso i fornitori** dei prodotti a marchio Il Gigante, con sopralluoghi effettuati da parte di veterinari presso le stalle dei nostri allevatori che aderiscono alla filiera carni. Ogni giorno l'azienda si impegna in controlli approfonditi, attraverso l'ausilio di schede monitoraggio di reparto, come quelle redatte per il controllo parassiti per i prodotti della pesca, il controllo delle temperature e delle scadenze e tanto altro ancora. L'obiettivo è che il cliente possa godere di prodotti freschissimi e di altissima qualità.



Sole 365

SOSTENIBILITÀ ECONOMICA OGNI GIORNO: IL MODELLO SOLE365

Per AP Commerciale il modello commerciale si fonda sulla filosofia dell'Every Day Low Price, che mette al centro il benessere del consumatore e l'impegno nel mantenere una promessa: **prezzi bassi 365 giorni l'anno**. L'Azienda, attraverso la sua insegna principale Sole365, offre ogni giorno prezzi bassi e trasparenti, senza dipendere da promozioni temporanee o sconti straordinari, perché crede che fare la spesa non debba mai diventare un lusso. Questa strategia permette ai Clienti di accedere a una vasta gamma di prodotti di qualità, spendendo il giusto, in qualsiasi momento. È una scelta che garantisce convenienza costante, semplifica la spesa e offre una reale sostenibilità nei consumi quotidiani, senza rinunciare alla qualità. Non è solo un approccio commerciale, ma un impegno concreto per rendere il risparmio accessibile a tutti, in modo stabile e continuativo. In quest'ottica, nel tempo l'Azienda ha sempre più focalizzato la strategia sul miglioramento della selezione, della presentazione e della qualità dei prodotti. Inoltre, la grande attenzione ai freschi e freschissimi, ha generato un aumento significativo delle vendite e ha contribuito e in modo rilevante al successo che oggi rende AP Commerciale la prima azienda del comparto GDO in Campania.



Sole 365

PREZZI BASSI, SENZA VOLANTINI

Nel rispetto della filosofia *Every Day Low Price*, AP Commerciale ha scelto di non utilizzare volantini promozionali. Una decisione coerente con il proprio modello di business, che garantisce prezzi sempre bassi, senza il bisogno di offerte a tempo.

Questa scelta ha anche un forte impatto ambientale positivo: eliminando la produzione e distribuzione di volantini cartacei. Un gesto concreto che unisce risparmio per il Cliente e rispetto per l'ambiente, riducendo il consumo di carta e promuovendo un uso responsabile delle risorse.



Sole 365

TRASPARENZA E STAGIONALITÀ

AP Commerciale è convinta che informare in modo trasparente sia il primo passo per accompagnare i Clienti verso scelte alimentari più consapevoli, sostenibili e salutari. Per questo motivo, nel reparto ortofrutta di tutte le insegne Sole365, è stata introdotta una cartellonistica dedicata che segnala chiaramente i prodotti di stagione, per promuovere freschezza, qualità e riduzione dell'impatto ambientale; i prodotti del territorio, in linea con l'attenzione al localismo e i prodotti con caratteristiche specifiche, come biologici, nickel free, senza zucchero, senza lattosio, proteici o "eccellenze" gastronomiche. Inoltre, dal 2024, grazie a un progetto ad hoc, l'insegna utilizza stopperini informativi che, oltre a segnalare le qualità del prodotto, indicano sia il prezzo della confezione che il prezzo al chilo o al singolo pezzo, garantendo massima trasparenza anche sul fronte economico.



Superemme

L'APP PAN SI RINNOVA

La sfida di Superemme è di migliorarsi anno dopo anno, investendo nell'ottimizzazione e nell'efficientamento dei servizi offerti al Cliente. In linea con tale missione, quest'anno sono stati effettuati due importanti aggiornamenti all'App Supermercato Pan: con il primo implementazione di una nuova funzione dedicata al "Catalogo Premi", che ha consentito ai Clienti di prenotare i premi direttamente online, con un risparmio di tempo e di carta; con il secondo, integrazione dei "Coupon digitali", che ha permesso ai Clienti di aumentarne la visibilità e rendere più semplice l'attivazione. Queste nuove funzionalità si aggiungono a quelle già esistenti, come la visualizzazione in tempo reale del volantino digitale della rete Pan e della Fidelity Card, rendendo l'App uno strumento sempre più completo, comodo e sostenibile.



Gruppo Unicomm (Unicomm, Arca, Gmf)

INNOVAZIONE DIGITALE E CENTRALITÀ DEL CLIENTE

Prosegue il percorso di innovazione e digitalizzazione intrapreso dal Gruppo Unicomm per migliorare l'esperienza del cliente e rendere più efficienti i processi interni. Il **rinnovo tecnologico** ha interessato tutta la rete di vendita, con l'introduzione di nuovi dispositivi – bilance, casse, palmari, etichette elettroniche e computer – e il potenziamento delle funzionalità legate all'e-commerce e alla gestione delle gift card. L'adozione di soluzioni omnicanale ha inoltre permesso l'avvio di iniziative di micromarketing sempre più mirate, per rispondere con maggiore precisione alle esigenze dei Clienti.

A livello di comunicazione, è proseguita la **sostituzione dei materiali cartacei con strumenti digitali**: la diffusione dei digital flyer ha consentito una riduzione del consumo di carta del 9% rispetto al 2023, in continuità con un percorso avviato da anni. Queste scelte rappresentano non solo un'evoluzione tecnologica, ma anche un impegno concreto verso un modello di consumo più sostenibile e consapevole.



Gruppo Unicomm (Unicomm, Arca, Gmf)

L'ORA BLU NEI SUPERMERCATI FAMILA, EMISFERO ED EMI: UN'INIZIATIVA DI INCLUSIONE E CONSAPEVOLEZZA SULL'AUTISMO

L'"Ora Blu", attiva nei supermercati Famila, Emisfero ed Emi del Gruppo Unicomm, è un'iniziativa mensile di inclusione nata in collaborazione con associazioni e sportelli autismo. Il nome si ispira al colore simbolo della Giornata Mondiale della Consapevolezza sull'Autismo, celebrata ogni 2 aprile. Ogni ultimo martedì del mese, dalle 16.00 alle 18.00, i punti vendita aderenti adottano misure specifiche per creare un ambiente più sereno per le persone nello spettro autistico: luci abbassate, suoni attenuati e casse dedicate. Un gesto semplice che rende più accessibile il momento della spesa e contribuisce a sensibilizzare l'opinione pubblica su un disturbo che coinvolge una parte crescente della popolazione. A rafforzare l'impegno, Unicomm ha avviato un percorso formativo in collaborazione con ANGSA (Associazione Nazionale Genitori Soggetti Autistici), a cui hanno partecipato 223 collaboratori, per fornire competenze utili ad accogliere e supportare al meglio i Clienti con autismo. L'iniziativa rappresenta un esempio concreto di attenzione, promuovendo una cultura dell'inclusione attraverso gesti quotidiani e ambienti più accoglienti per tutti.



Gruppo Unicommm (Unicommm, Arco, Gmf)

SOCIAL CARD "DEDICATA A TE": IL GRUPPO UNICOMMM OFFRE UN ULTERIORE SCONTO DEL 15% ALLE FAMIGLIE BENEFICIARIE

Tutti i punti vendita Emisfero, Famila, Mega e A&O del Gruppo Unicommm, è possibile utilizzare **"Dedicata a te"**, la social card promossa dal Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste (MASAF) per supportare le famiglie meno abbienti. Oltre a permettere l'acquisto di beni alimentari, carburanti e abbonamenti al trasporto pubblico, nei negozi del Gruppo, la card garantisce anche un buono sconto del 15% sull'importo della spesa effettuata, utilizzabile per acquisti successivi su tutto l'assortimento disponibile. Un'iniziativa che il Gruppo Unicommm ha accolto con convinzione, consapevole delle difficoltà che molte famiglie affrontano nel far fronte ai bisogni essenziali, e che si affianca a una politica di prezzi attenta e responsabile.



Unicommm

UNICOMMM E DEDEM: INSIEME PER L'ACCESSIBILITÀ NEI CENTRI COMMERCIALI

Nei centri commerciali Emisfero prende forma un'importante iniziativa all'insegna dell'inclusività grazie alla collaborazione tra Unicommm e Dedem, azienda leader nella tecnologia fotografica. Il Gruppo ha avviato la sostituzione delle cabine fototessera tradizionali con le innovative **"Viso No Limits"**, progettate per essere totalmente accessibili anche alle persone con disabilità motorie. Queste cabine, che uniscono qualità fotografica e innovazione tecnologica, abbattano le barriere fisiche e permettono a chiunque di ottenere fototessera in modo autonomo e confortevole. Il primo esemplare è stato installato il 12 novembre 2024 all'Emisfero di Perugia, dando il via a un piano di implementazione che proseguirà anche nel 2025. La scelta di Unicommm testimonia un impegno concreto per la creazione di spazi più inclusivi e attenti alle esigenze di tutti, rendendo il servizio accessibile un segno tangibile di attenzione verso l'accessibilità universale.





oltre **11**
milioni di euro
di risorse investite nel 2024 per
sostenere iniziative sul territorio

oltre **2** milioni di kg
di prodotti alimentari
donati grazie alla Colletta
Alimentare e a *Siticibo*

oltre **2,8**
milioni di pasti salvati
grazie all'adesione delle imprese
socio a *Too Good To Go*
e *Spesa Sospesa/Regusto*

142
i progetti
delle Imprese Socie del Gruppo
Selex censiti nel Bilancio 2024

oltre **127.000** euro
donati dal Gruppo ad *AIRC*
con la campagna
"Arance rosse per la ricerca"

6. IL TERRITORIO E LA COMUNITÀ

Agire sul territorio per creare valore condiviso ____ 105

Iniziative e progetti ____ 116



OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE



In questa sezione il Gruppo Selex si impegna a contribuire al raggiungimento dei Sustainable Development Goals numero 2, 3, 4 e 9.

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;
- collaborano con associazioni sparse sul territorio per aiutare la comunità dei più svantaggiati;
- investono nel futuro delle giovani generazioni, collaborando con diverse scuole ed enti culturali;
- collaborano con svariati partner per aiutare le categorie sociali più svantaggiate;
- si impegnano sul versante dell'innovazione, sostenendo la ricerca scientifica nazionale.



Agire sul territorio per creare valore condiviso

Per Selex, sostenere il territorio significa essere parte attiva della comunità. La Centrale e le Imprese Socie condividono da sempre un impegno profondo verso l'inclusione sociale, intesa come vicinanza reale alle persone e alle esigenze locali. Questo approccio si traduce in azioni tangibili, capaci di generare valore dove vivono e operano ogni giorno i Clienti e i collaboratori del Gruppo.

Nel 2024, l'attenzione alla responsabilità sociale è cresciuta ulteriormente, con il consolidamento di attività e progettualità a livello sia nazionale che locale.

Le Imprese Socie e la Centrale hanno complessivamente destinato **11.216.624 euro**¹ al sostegno di iniziative promosse sul territorio, collaborando con enti del Terzo Settore in ambito sociale, sportivo e culturale.

Grazie a partnership strutturate e a una fitta rete di relazioni con organizzazioni locali, il Gruppo partecipa a iniziative che spaziano dalle donazioni (economiche e in prodotti), al supporto diretto ad associazioni di volontariato, scuole, ospedali e centri di ricerca.



Sponsorizzazioni e donazioni (incluso valore dei beni donati)	IMPRESE SOCIE		
	2024	2023	2022
Sponsorizzazioni	4.868.574	5.546.502	4.700.682
Donazioni	6.238.550	5.314.799	2.731.324
Totale	11.107.124	10.861.301²	7.432.006

¹ Le Imprese Socie che hanno fornito il dato sulle donazioni e sponsorizzazioni effettuate nel 2024 sono 16 su 18.
² Il valore delle donazioni e sponsorizzazioni in euro riferito al 2023 è stato aggiornato rispetto a quanto riportato nel precedente bilancio, a seguito di un affinamento del calcolo da parte di alcune Imprese Socie.



Al contributo delle Imprese Socie si sommano 109.500 euro erogati dalla Centrale Selex tra sponsorizzazioni e donazioni.

Tra le donazioni effettuate direttamente dalla Centrale Selex nel corso del 2024, si segnala il contributo destinato alla Casa di Accoglienza delle Donne Maltrattate di Milano (CADMI), in occasione della Giornata Internazionale della Donna. CADMI, primo Centro Antiviolenza nato in Italia nel 1986, rappresenta un punto di riferimento fondamentale per le donne vittime di violenza.

In linea con l'impegno del Gruppo per l'inclusione sociale e lo sport accessibile espresso anche attraverso il progetto "Tutti in Campo" (si veda paragrafo dedicato "Tutti in campo: una rete che si

allarga") per il Natale 2024 il Gruppo Selex ha sostenuto Sport for Inclusion Network, promotore della camminata solidale "Dalle Dolomiti all'Etna, in cammino per l'inclusione e la sostenibilità". La donazione ha contribuito alla copertura dei costi di partecipazione per persone con disabilità e all'acquisto di attrezzature speciali, come un tandem e una joelette, utili a garantire l'accessibilità alle attività outdoor anche per chi ha limitata autonomia motoria.

La Centrale ha inoltre promosso numerosi progetti a livello nazionale che, anche nel 2024, hanno visto una partecipazione diffusa da parte delle Imprese Socie, confermando la volontà comune di operare con responsabilità e contribuire allo sviluppo delle comunità locali.



INIZIATIVE
NAZIONALI



Educazione e comunità: continua l'impegno con "Tutti per la scuola"

Anche nel 2024 il Gruppo Selex ha rinnovato il proprio supporto al mondo dell'istruzione con l'iniziativa "Tutti per la scuola", un progetto nato per offrire un contributo concreto alla didattica nelle scuole dell'infanzia e primarie, pubbliche e paritarie, su tutto il territorio nazionale.

Grazie alla generosità dei Clienti che hanno donato i propri punti fedeltà, le scuole aderenti hanno potuto ricevere gratuitamente materiali didattici, pro-

dotti di consumo e strumenti educativi, contribuendo a rendere l'ambiente scolastico più stimolante e attrezzato. Tra i materiali più richiesti nel 2024 figurano kit di cancelleria, giochi educativi, arredi e piccoli strumenti tecnologici per le attività in classe.

L'iniziativa conferma l'impegno del Gruppo Selex verso le nuove generazioni e la sostenibilità educativa, con un modello virtuoso di coinvolgimento delle famiglie e del territorio.

	2024	2023	2022
Istituti scolastici aderenti al progetto	6.750	6.108	5.979
Numero di attrezzature donate	1.561	1.298	1.545
Valore delle attrezzature donate alle scuole (euro)	85.233	65.438	77.865

6.750 istituti scolastici
aderenti al progetto "Tutti per la scuola"
al 31.12.2024

1.561 attrezzature
donate nel 2024

85.233 euro
il valore delle attrezzature donate nelle scuole
nel 2024



INIZIATIVE
NAZIONALI

Tutti in campo si conferma un successo anche nel 2024

Nel 2024 il Gruppo Selex ha confermato il proprio sostegno allo sport dilettantistico attraverso la seconda edizione dell'iniziativa nazionale **"Tutti in Campo"**, nata per promuovere il benessere e i corretti stili di vita tra le famiglie e le comunità locali.

Attiva su oltre **1.800 punti vendita di 17 Imprese Socie**, l'iniziativa ha coinvolto in modo capillare il territorio italiano, raggiungendo una partecipazione straordinaria: **oltre 11.500 Associazioni e Società Sportive Dilettantistiche (ASD e SSD)** si sono iscritte al programma. Grazie al supporto dei Clienti titolari di Carta Fedeltà, è stato possibile trasformare ogni spesa in un gesto concreto di sostegno allo sport, raccogliendo codici donazione convertibili in attrezzature sportive.

Anche questa volta, a supportare l'iniziativa è stato **Roberto Baggio**, icona del calcio italiano e Ambassador del progetto fin dalla sua nascita. **Sono state così distribuite attrezzature gratuite per un valore complessivo di 3,5 milioni di euro**, rafforzando il legame tra i punti vendita del Gruppo e le realtà sportive locali.

circa 11.500

Associazioni Sportive Dilettantistiche (ASD) e Società Sportive Dilettantistiche (SSD) iscritte all'iniziativa

quasi 40.000 attrezzature

ordinate dalle ASD e dalle SSD iscritte

A completare il progetto, nel 2024 **"Tutti in Campo"** ha incluso un'iniziativa speciale dedicata all'inclusione: in occasione del **60° anniversario di Selex**, il Gruppo ha avviato una **collaborazione con FIDIR** (Federazione Italiana Sport Paralimpici degli Intellettivo Relazionali), devolvendo **250.000 euro** per l'attivazione di **500 percorsi sportivi** dedicati a bambini e ragazzi con disabilità intellettivo-relazionale.



Anche per questa iniziativa **Roberto Baggio** ha affiancato **Riccardo Maino**, campione mondiale di ginnastica artistica ai Trisome Games di Antalya, a testimonianza dei valori di inclusione e vicinanza al territorio.

Insieme, queste azioni esprimono l'impegno del Gruppo Selex nel riconoscere allo sport un ruolo chiave per la comunità, in termini di salute, partecipazione e inclusione.

3.500.000 euro circa

il valore delle attrezzature sportive ordinate dalle ASD e SSD iscritte





La collaborazione con Too Good To Go nella lotta allo spreco alimentare

Prosegue la collaborazione tra il Gruppo Selex e **Too Good To Go**, il più grande marketplace mondiale per il recupero delle eccedenze alimentari. Una sinergia che esprime in modo concreto l'impegno del Gruppo nella lotta allo spreco e nella promozione di modelli di consumo più consapevoli.

Dalla nascita della piattaforma nel 2016, sono stati salvati **quasi 450 milioni di pasti**, anche grazie al contributo di partner come Selex, che mettono in campo azioni tangibili per ridurre l'impatto am-

bientale lungo la filiera distributiva. All'interno del Gruppo, **11 Imprese Socie** hanno aderito all'iniziativa, offrendo ai Clienti la possibilità di acquistare a prezzo ridotto prodotti invenduti ma ancora perfettamente consumabili.

Una scelta che unisce sostenibilità ambientale, attenzione al territorio e valore sociale, rafforzando l'identità di Selex come operatore responsabile e vicino alla comunità.



Le insegne associate	2024 ³		
	Store sull'app	Pasti salvati (surprise bag vendute)	CO _{2e} RISPARMIATA ⁴ (kg)
Dimar Spa	125	67.191	181.416
Sole365	64	57.640	155.628
CE.DI.Marche	51	3.205	8.654
Maxi Di	29	17.361	46.875
Gruppo Gabrielli	26	5.441	14.691
Cadoro	25	11.935	32.225
Superemme	8	12.325	33.278
Megamark	3	269	726
L'Abbondanza	2	891	2.406
GMF Grandi Magazzini Fioroni S.p.A	1	250	675
Gulliver Supermercati	1	78	211
Gruppo Selex	335	176.586	476.782

Fonte: Fondazione Too Good To Go

³ I dati indicati all'interno della tabella provengono dal report di Too Good To Go e fanno riferimento al periodo 1.1.2024 – 31.12.2024.

⁴ Come specificato da Too Good To Go all'interno del report riassuntivo: 1 Magic Box venduta = 2,5 kg di CO_{2e} recuperati. Il metodo di calcolo adottato è quello della Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) nell'ambito della ricerca *Food waste footprint - Impacts on natural resources* (2013).



La colletta alimentare nazionale

Anche nel 2024, Selex ha rinnovato il proprio sostegno alla Giornata Nazionale della "Colletta Alimentare", rafforzando la collaborazione con Banco Alimentare per il recupero e la redistribuzione delle eccedenze a favore delle persone in difficoltà.

Grazie all'adesione di **1.495 punti vendita** delle Imprese Socie, sono stati raccolti **1.086.893 kg di prodotti alimentari**, pari a circa **2.173.787 pasti equivalenti**, per un valore stimato di **3.887.505 euro**.

Un impegno capillare e concreto, reso possibile dalla partecipazione dei Clienti e dal lavoro congiunto di tutta la rete Selex su scala nazionale. La "Colletta Alimentare" si conferma così una delle principali azioni solidali promosse dal Gruppo, a testimonianza del legame costante con i bisogni delle comunità locali e dell'attenzione verso la lotta alla povertà alimentare.



	2024	2023	2022
Punti vendita aderenti alla colletta di banco alimentare	1.495	1.435	1.340
Prodotti donati (kg)	1.086.893	994.659	883.933
Valore stimato delle donazioni (euro)	3.887.505	3.475.228	3.362.000

Fonte: Fondazione Banco Alimentare



Il programma SITICIBO

Accanto alla partecipazione alla Giornata Nazionale della Colletta Alimentare, il Gruppo Selex rinnova quotidianamente il proprio impegno nella lotta allo spreco alimentare grazie alla partecipazione al programma "Siticibo" di Banco Alimentare. Attivo dal 2003, Siticibo consente di recuperare eccedenze alimentari fresche e piatti pronti, redistribuendoli a favore di persone in condizioni di fragilità.

Nel 2024, sono 4 le Imprese Socie coinvolte, attraverso una rete di 251 punti vendita, che hanno contribuito al **recupero di 1.133.132 kg di cibo fresco non venduto**, restituendo valore a prodotti altrimenti destinati allo smaltimento.



	2024	
Imprese associate	Kg complessivi	Punti vendita attivi
Il Gigante	510.338	48
Dimar	97.507	76
L'Abbondanza	301.096	42
Alì	224.191	85
Totale	1.133.132	251

Fonte: Fondazione Banco Alimentare

Anche i Centri di Distribuzione del Gruppo hanno confermato il loro contributo concreto alla causa: nel 2024 sono stati 4 i centri logistici che hanno partecipato all'iniziativa, consentendo il recupero di ulteriori 136.613 kg di cibo. Un risultato significativo, che segna un **incremento del 133% rispetto al 2023**.

	2024	2023	2022
Imprese associate	Kg complessivi	Kg complessivi	Kg complessivi
Il Gigante	45.464	12.995	20.867
Dimar	46.906	38.125	11.954
L'Abbondanza	21.900	1.966	2.251
Alì	22.343	5.435	9.857
Totale	136.613	58.521	44.929



INIZIATIVE
NAZIONALI



La soluzione per una gestione sostenibile degli sprechi

Tra le iniziative più innovative nel contrasto allo spreco e nella promozione della solidarietà alimentare si distingue il progetto **SpesaSospesa**.

Attraverso l'innovativa **piattaforma digitale Regusto**, basata su tecnologia blockchain, è possibile donare o vendere in modo sicuro e tracciabile prodotti di prima necessità a organizzazioni non profit. Un modello virtuoso, che unisce sostenibilità ambientale e inclu-

sione sociale, permettendo il recupero di eccedenze e la loro redistribuzione trasparente sul territorio.

Anche nel 2024, la Centrale Selex e diverse Imprese Socie hanno partecipato al progetto, contribuendo in modo significativo all'aumento dell'impatto positivo: **i volumi di beni distribuiti, i pasti equivalenti salvati e la CO₂ evitata sono più che raddoppiati rispetto all'anno precedente**.

	2024	2023
Prodotti distribuiti (kg)	1.401.329	522.564
Pasti salvati equivalenti	2.624.207	961.698
CO ₂ risparmiata (kg)	3.390.890	1.108.838

Fonte: Regusto



INIZIATIVE
NAZIONALI

Con AIRC, per nutrire la Ricerca

AIRC sostiene la ricerca oncologica italiana dal 1965, promuovendo il progresso scientifico e diffondendo la cultura della prevenzione e della diagnosi precoce. Il Gruppo Selex condivide da anni questo impegno, convinto che la prevenzione inizi anche da scelte quotidiane consapevoli, come l'alimentazione.

Per questo, prosegue con determinazione la collaborazione con Fondazione AIRC, attraverso campagne educative rivolte ai consumatori e iniziative di raccolta fondi volte a supportare la ricerca e a promuovere corretti stili di vita.

Tra le principali attività, Selex partecipa alla campagna **"Arance Rosse per la Ricerca"**, lanciata nel 2016 e promossa da AIRC insieme alle principali re-

altà della Grande Distribuzione. L'obiettivo è duplice: **sostenere concretamente la ricerca oncologica italiana e sensibilizzare il pubblico sull'importanza di un'alimentazione sana e preventiva**. A partire dai suoi esordi, la campagna ha permesso la distribuzione di oltre 1.270.000 reticelle di arance, per più di 635.000 euro donati.

Nell'ultima edizione, il Gruppo Selex, insieme alle altre catene di supermercati in Italia, ha contribuito, sul valore complessivo raccolto di oltre 500.000 euro, con la vendita di 254.000 reticelle per 127.000 euro.





Iniziative e progetti

SOCIALE/PERSONE



Alì

L'IMPEGNO NEL SOCIALE

Alì continua a investire nella solidarietà attraverso due progetti distinti ma complementari: **"We Love People"** e **"PremiAlì – Dal buono nasce il bene"**. **"We Love People"**, attivo dal 2011, è un programma continuativo che coinvolge i Clienti nella scelta dei beneficiari delle donazioni aziendali. Attraverso una semplice meccanica di voto a gettone nei punti vendita, i Clienti partecipano alla distribuzione mensile di contributi a favore di associazioni locali. Con questa iniziativa, Alì ha sostenuto 3.903 associazioni, donando complessivamente 1.316.000 euro.

Accanto a questo impegno stabile, **"PremiAlì – Dal buono nasce il bene"** rappresenta un momento speciale di restituzione alla comunità. Nel 2024, grazie alla generosità dei Clienti che hanno donato i punti della carta fedeltà e al successivo raddoppio dell'azienda, sono stati raccolti 658.558 euro destinati a sei realtà d'eccellenza: Istituto Oncologico Veneto, Istituto Oncologico Romagnolo, Fondazione VIMM, Medici con l'Africa CUAMM, Banco Alimentare del Veneto e ENPA. La cerimonia di consegna si è svolta presso l'Odeo Cornaro, luogo simbolico del patrimonio culturale padovano, a testimonianza del legame tra solidarietà e valorizzazione del territorio.

A queste progettualità si affiancano numerose campagne solidali organizzate nei punti vendita durante l'anno, in collaborazione con associazioni come LILT, AIL, AISM, UNHCR, Telethon e Gruppo Polis.



SOCIALE/PERSONE

Alì

STOP ALLA VIOLENZA CONTRO LE DONNE

In occasione della Giornata Internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne, Alì ha promosso una **campagna di sensibilizzazione e raccolta fondi a favore del Gruppo Polis**, associazione che gestisce tre case di accoglienza per donne vittime di violenza e porta avanti attività educative e di prevenzione rivolte alle scuole superiori. Dal 7 novembre all'1 dicembre, tutti i 118 supermercati Alì e Aliper hanno dato ai Clienti la possibilità di partecipare con un gesto semplice ma significativo: donare 100 punti della propria carta fedeltà o effettuare una donazione libera alla cassa. L'iniziativa rappresenta un tassello importante dell'impegno sociale dell'azienda, che continua a farsi portavoce di una cultura della responsabilità e del rispetto, offrendo il proprio contributo a progetti capaci di produrre un impatto concreto nella vita delle persone.



SOCIALE/PERSONE



Arca Commerciale

LA PARTECIPAZIONE ALLA PINK RANNING DI RAVENNA

Arca Commerciale ha rinnovato il proprio impegno per il benessere e l'empowerment femminile, sponsorizzando la **"Pink Ranning"** di Ravenna, una manifestazione sportiva che unisce attività fisica e sensibilizzazione contro la violenza di genere. L'evento ha rappresentato un'occasione concreta per promuovere la salute, rafforzare il senso di comunità e dare visibilità a temi sociali fondamentali.

Il contributo di Arca si è tradotto in una donazione di 5.000 euro come sponsor ufficiale e nella distribuzione di 2.500 sacchette personalizzate con snack, frutta e acqua per i partecipanti. L'edizione 2024 ha registrato il record di oltre 3.000 presenze, segno del forte coinvolgimento del territorio.

La partecipazione all'iniziativa ha rafforzato il legame tra l'azienda e la comunità locale, e rappresenta un punto di partenza per proseguire nel sostegno a progetti legati alla salute e all'inclusione, con un impegno che Arca Commerciale intende portare avanti anche nel 2025.





SOCIALE/PERSONE

Cds

DONAZIONI DI INVENDUTO A FINE GIORNATA

Anche i prodotti alimentari freschi invenduti a fine giornata, prossimi alla scadenza ma ancora edibili, non vengono sprecati. Dal 2015 CDS dona questi prodotti alle ONLUS presenti nei territori in cui opera, attraverso la sua rete di punti vendita. Questo approccio sostenibile consente di ridurre i rifiuti alimentari, trasformando il cibo invenduto in risorsa preziosa per chi ne ha bisogno, abbattendo così l'impatto ambientale dello spreco. Dal 2023, grazie alla partnership con Regusto, l'Azienda adottato un sistema che monitora e traccia le quantità donate, suddividendole per categoria di prodotto e settore. Questo ha permesso a CDS di misurare con precisione anche i benefici ambientali derivanti dalle donazioni. **Nel 2024, sono stati donati 94.744 kg di cibo,** evitando l'emissione di 253.887 kg di CO₂ equivalente.



SOCIALE/PERSONE



Cds

PROGETTO DI COLLABORAZIONE CON L'ASSOCIAZIONE LE ONDE

CDS, in collaborazione con l'associazione Le Onde ETS, si impegna concretamente e costantemente nella **lotta contro la violenza su donne e bambini**. L'iniziativa si concentra su azioni concrete di prevenzione, sensibilizzazione e supporto alle vittime, con l'obiettivo di promuovere un cambiamento culturale profondo e duraturo, per costruire un futuro libero dalla paura e dalla violenza. Nel corso dell'ultimo anno sono stati destinati 2.500€ a sostegno dell'associazione, di cui 500€ in card per iniziative specifiche.



SOCIALE/PERSONE

Cds

SOSTEGNO ALLO SPORT LOCALE

Nel 2024, attraverso l'insegna Famila Sicilia e Il Centesimo, CDS ha supportato la squadra locale di basket ASD Invicta con un contributo di 8.000 euro in buoni spesa da utilizzare nei tre punti vendita Famila di Caltanissetta. L'Invicta, attiva dal 1979, rappresenta un punto di riferimento per i giovani nisseni, promuovendo passione, impegno e crescita sportiva. A livello territoriale, CDS ha inoltre supportato diverse altre realtà sportive giovanili, tra cui ASD Dragon Academy Group, ASD CL Miners (campionati Under 14/15 maschile e U14 femminile), Federation International Karate Kyokushinkai e tante altre ancora. In totale, sono stati erogati **11.500 euro a favore dello sport e delle associazioni giovanili locali**.

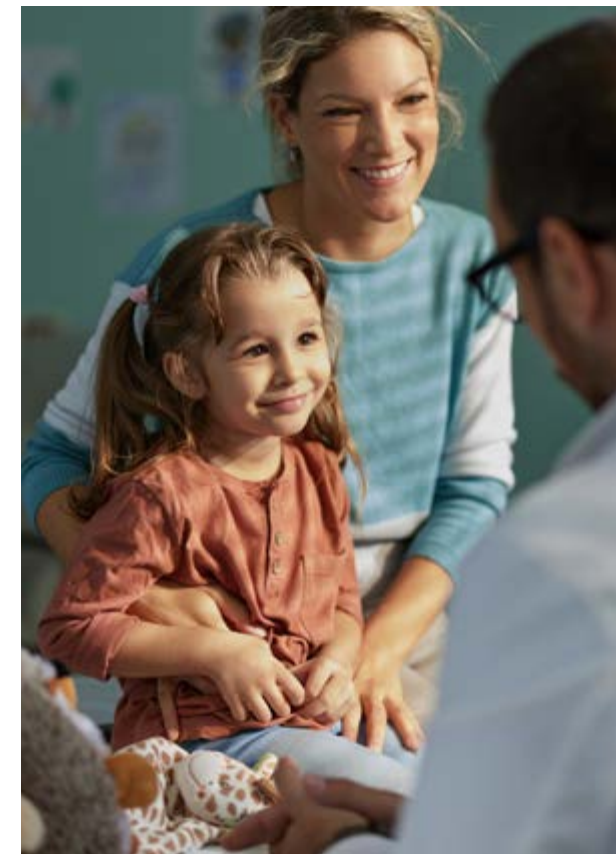


CULTURA/RICERCA

Ce.Di.Gros

PENSIERI DOLCISSIMI

Dal 2021, Ce.Di.Gros porta avanti **"Pensieri Dolcissimi"**, un progetto dedicato al sociale nato per sostenere associazioni e onlus attraverso campagne solidali legate ai periodi di Pasqua e Natale. L'iniziativa prevede la creazione di prodotti a marchio GROS – come uova di cioccolato o dolci natalizi – pensati per la raccolta fondi, il cui incasso viene interamente devoluto a sostegno di cause di rilevanza sociale. Nel 2024 sono state realizzate due campagne di grande valore. A Pasqua, GROS ha sostenuto la Fondazione Bambino Gesù, finanziando la ricerca in Neuro-Oncologia Pediatrica dell'Ospedale Pediatrico Bambino Gesù con una donazione pari a 55.163 euro. Per Natale, è stata avviata una nuova collaborazione con la Comunità di Sant'Egidio: la vendita dei torroncini GROS ha permesso di contribuire con 71.322 euro all'organizzazione del pranzo di Natale per le persone in difficoltà. Negli anni, **"Pensieri Dolcissimi"** ha permesso di devolvere oltre 260.000 euro a favore di realtà impegnate nella cura, nella ricerca e nel sostegno alle persone più fragili, dimostrando come la solidarietà possa trasformarsi in un gesto concreto e condiviso tra azienda e comunità.



SOCIALE/PERSONE



Ce.Di.Marche

IL PROGETTO "CRESCERE NELLA COOPERAZIONE"

Dal 2018, l'azienda partecipa attivamente al progetto **"Crescere nella Cooperazione"**, promosso dalla Federazione Marchigiana delle BCC con il patrocinio della Regione Marche. L'iniziativa mette in dialogo scuole primarie e secondarie con le cooperative del territorio, per trasmettere ai giovani i principi fondanti della cooperazione sociale e mutualistica, incoraggiandoli a sviluppare un senso di responsabilità e appartenenza alla comunità. Nel 2024, nell'ambito del progetto è stata portata avanti con l'Ist. Perticari di Senigallia la realizzazione di ricette svuota-frigo per promuovere la riduzione dello spreco alimentare.





SOCIALE/PERSONE

Ce.Di.Marche

IL LEGAME DI CE.DI.MARCHE CON IL MONDO SCOLASTICO

Il legame tra Ce.Di.Marche e il mondo scolastico si è consolidato negli anni attraverso numerosi progetti che promuovono stili di vita sani, attenzione all'ambiente, consapevolezza sociale e valori cooperativi. Nel 2024, sono state attivate una serie di collaborazioni con gli istituti scolastici locali. Ad Ancona, Ce.Di.Marche ha supportato il progetto "Merenda Salutare", donando 500 kg di frutta all'Istituto "Quartieri Nuovi". A Pesaro, ha contribuito alla creazione dell'"orto botanico" scolastico della scuola "Pirandello" con oltre 100 piantine. Numerosi punti vendita Sì con te hanno ospitato studenti degli istituti alberghieri della regione per esperienze di alternanza scuola/lavoro, favorendo l'orientamento e la formazione professionale. A Falconara Marittima, l'azienda ha sostenuto la vendita solidale di piantine e gadget realizzati dagli studenti della scuola media "Giulio Cesare". A Filottrano, è stato invece attivato un percorso formativo sull'alimentazione in collaborazione con una scuola media e un'azienda agricola del territorio. Attraverso queste iniziative, Ce.Di.Marche continua a credere nel potere dell'educazione come leva per costruire una comunità più consapevole, solidale e orientata al futuro.



SOCIALE/PERSONE



Ce.Di.Marche

RISORGIMARCHE: CULTURA, TERRITORIO E SOSTENIBILITÀ

Ce.Di.Marche ha rinnovato il proprio supporto a "RisorgiMarche", festival itinerante nato per portare solidarietà e nuova vitalità alle comunità colpite dal sisma. Nel 2024, l'azienda ha preso parte agli eventi promuovendo la riduzione dell'uso della carta, la valorizzazione dei produttori locali, la diffusione di pratiche sostenibili. L'iniziativa ha rappresentato un'occasione per connettere le persone con il territorio, rafforzando il legame tra sostenibilità ambientale e coesione sociale.



SOCIALE/PERSONE

Ce.Di.Marche

SOLIDARIETÀ ALIMENTARE CON CARITAS

Dal 2010, Ce.Di.Marche collabora con la Onlus Santissima Annunziata (Caritas) donando prodotti a breve scadenza o con imballaggio danneggiato, che vengono redistribuiti nelle mense della regione, evitando sprechi e sostenendo le persone in difficoltà. Nel 2024, attraverso la campagna "Sì, Dono con te", i Clienti dei punti vendita Sì con te hanno potuto convertire i propri punti in pacchi dono destinati alla Caritas; in tutto sono stati circa 900 i pacchi raccolti, per un valore complessivo di oltre 11.000 euro. Un gesto concreto di solidarietà durante le festività natalizie.



CULTURA/RICERCA



Ce.Di.Marche

A FIANCO DELLA RICERCA CON FONDAZIONE VERONESI

Nel 2024 Ce.Di.Marche ha rinnovato il proprio impegno a sostegno della ricerca scientifica aderendo alla campagna "I Limoni per la Ricerca" promossa dalla Fondazione Umberto Veronesi. Grazie alla sensibilità dei Clienti, sono stati distribuiti 7.748 limoni, per un ricavato complessivo di 15.146 euro destinati al finanziamento di progetti di prevenzione e cura in ambito oncologico. Un gesto semplice, trasformato in un contributo concreto a sostegno della salute e del progresso scientifico.



**Dimar****INCLUSIONE E RESPONSABILITÀ SOCIALE**

Dimar si posiziona come un'azienda evoluta, inclusiva e consapevole, impegnata a superare pregiudizi consci e inconsci per cogliere tutte le opportunità di crescita e sviluppo. Credendo fermamente nel valore della cultura aziendale, l'azienda investe costantemente nel suo miglioramento. A testimonianza di questo impegno, Dimar promuove l'inserimento lavorativo di persone appartenenti a fasce deboli, come donne vittime di violenza, persone con disabilità e immigrati, supportandole nel percorso verso l'autonomia e l'inclusione sociale.

Grazie alla collaborazione con centri specializzati e consorzi, sono state messe in campo attività di tutoraggio e accompagnamento che hanno favorito la verifica delle competenze e la piena integrazione nel contesto lavorativo e sociale, permettendo a queste persone di accedere a posti di lavoro stabili e significativi.

Il percorso di inclusione di Dimar va oltre l'assunzione, offrendo un supporto continuo ai collaboratori attraverso lo **"sportello interculturale"**. Questo servizio aiuta chi, per difficoltà linguistiche, di competenze o di tempo, non riesce a gestire autonomamente pratiche previdenziali, assistenziali ed economiche. L'assistenza comprende la gestione di pratiche INPS come assegni familiari e bonus, supporto fiscale per il modello ISEE e le detrazioni Irpef, nonché aiuto nell'accesso a fondi sanitari e nella presa in carico di familiari trasferiti in Italia.

Lo sportello rappresenta un importante strumento per facilitare l'inclusione sociale e lavorativa, garantendo un accompagnamento concreto e personalizzato. Solo nel 2024, 78 persone hanno usufruito dei servizi erogati dal nostro sportello interculturale, quasi il doppio rispetto al 2023.

**Dimar****PROGETTO OPERA BUONA**

Il progetto **"Opera Buona"**, realizzato in collaborazione con la Fondazione Banco Alimentare Onlus, mira a ridurre lo spreco alimentare redistribuendo prodotti ancora commestibili ma non più vendibili, come quelli prossimi alla scadenza o con confezioni danneggiate. Attraverso la donazione di questi alimenti, i nostri punti vendita sostengono persone in situazioni di disagio coinvolgendo le Onlus territoriali, le Caritas locali e la Fondazione Banco Alimentare che coordina la distribuzione in Piemonte e Liguria. Nel 2023 sono stati donati 126.405 kg di alimenti, mentre nel 2024 la quantità è salita a 156.889 kg, a testimonianza del nostro impegno costante contro lo spreco e per la solidarietà.

**Gmf****IL SUPPORTO ALLO SPORT E AL TERRITORIO TRAMITE LA EMI BASKET GUBBIO**

GMF sponsorizza la squadra **"EMI BASKET Gubbio"**, presente in serie D, attraverso la quale è stato realizzato un progetto di promozione dello sport nelle scuole primarie. La **"EMI Basket Gubbio"** è una certezza nel panorama del basket umbro e sostenere questa realtà significa non solo supportare lo sport e i giovani, ma anche il territorio in cui GMF è presente. Lealtà, osservanza delle regole, consapevolezza di sé, delle proprie responsabilità e dei propri limiti, rispetto dell'altro sono tutti valori che GMF condivide con la squadra **"EMI Basket"**, ogni giorno, nel lavoro quotidiano. I corretti stili di vita, l'alimentazione sana ed equilibrata e la pratica dell'attività fisica sono valori imprescindibili che l'azienda si impegna a sostenere e promuovere verso le giovani generazioni.

**Gmf****INIZIATIVE DI RESPONSABILITÀ SOCIALE**

Nel 2024 GMF ha portato avanti diverse iniziative di responsabilità sociale, confermando il proprio impegno verso le comunità locali. Sono state attivate donazioni di prodotti invenduti, prossimi alla scadenza, a favore di Banco Alimentare e Caritas, con forniture destinate anche agli Empori della Solidarietà di Perugia, Foligno e Assisi. Altri beni sono stati donati alla mensa Caritas "Don Gualtiero" di Perugia per la distribuzione di pasti gratuiti, mentre la Biblioteca Comunale di Gubbio ha ricevuto una selezione di libri. In occasione dell'apertura del nuovo punto vendita di Umbertide, GMF ha lanciato l'iniziativa **"Tu scegli, EMI dona"**, coinvolgendo tre associazioni locali – Caritas Parrocchie di Umbertide, La Pantera asd-adv e il Gruppo Volontari Umbertide. Per ogni spesa effettuata, ai Clienti veniva consegnato un gettone da assegnare all'associazione preferita. Al termine dell'iniziativa, GMF ha convertito i gettoni raccolti in una donazione economica proporzionale destinata alle tre realtà del territorio.



**Il Gigante****SOSTEGNO ALLO SPORT SUL TERRITORIO**

La qualità della vita passa anche dall'adozione di uno stile di vita sano e di buone abitudini. Sostenere attivamente lo sport locale è una delle strade che Il Gigante ha deciso di percorrere per offrire il suo contributo in questa direzione. Dal 1987 Il Gigante è Main Sponsor della Società Calcistica **"Pro Sesto 1913"**, la cui sede e relativo stadio Breda si trovano a Sesto San Giovanni (Mi), poco distante dalla sede de Il Gigante. La mitica **"Pro Sesto 1913"** fornisce un'esperienza calcistica che stimola, appassiona ed educa tutti, calciatori e tifosi. Lo scopo è coinvolgere i giovani, ricercare l'eccellenza dentro e fuori dal campo e contribuire a soddisfare le aspettative dei sostenitori, così che chiunque nella comunità possa realizzare le proprie aspirazioni. **"Pro Sesto 1913"** anche attraverso la **"Pro Sesto Academy"** propone, attraverso lo sport e i suoi valori, di realizzare per i bambini e ragazzi un sano approccio alla vita fatto di obiettivi e di traguardi, attraverso la socialità e la gioia di raggiungerli tutti insieme. Prosegue, quindi, la sponsorizzazione della società calcistica con un importo pari a 95.000 euro per la stagione 2024/2025. Si tratta di un investimento nello sviluppo sportivo, ma anche e soprattutto nella crescita dei giovani e nella promozione di valori come il lavoro di squadra, l'impegno e la perseveranza.

**Il Gigante****LA RACCOLTA ALIMENTARE PER I NOSTRI AMICI A 4 ZAMPE CON BALZOO**

La sensibilità sul tema della solidarietà de "Il Gigante" ha reso possibile anche per il 2024 l'organizzazione di 4 importanti giornate di raccolta di alimenti per cani e gatti da donare alle famiglie che con amore e impegno si prendono cura dei loro animali anche nei momenti di difficoltà economica.

Tutto ciò che è stato acquistato e donato dai Clienti in occasione di tali giornate è stato poi distribuito, tramite il **"Banco Italiano Zoologico APS Balzoo"**, a canili, gattili e alle famiglie che faticano a nutrire adeguatamente i propri animali. In Italia complessivamente sono quasi 20 milioni i possessori di animali domestici ed in Lombardia sono ufficialmente registrati all'Anagrafe Animali d'affezione della Regione oltre 1,5 milioni i cani e 423mila i gatti.

**Il Gigante****A SOSTEGNO DELLA PREVENZIONE DEL TUMORE AL SENO ATTRAVERSO LILT**

Continua l'attività di sostegno all'iniziativa **"Senologia al Centro"** in collaborazione con la clinica mobile dell'Associazione Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori LILT. L'obiettivo di questa iniziativa è stato sensibilizzare sia le donne fino ai 45 anni sia le over 75, che normalmente non rientrano nei programmi di screening preventivo dell'ATS, ad una forma di prevenzione e controllo attraverso visite senologiche, ecografie e mammografie con strumenti di ultima generazione, in forma gratuita.

**Il Gigante****PER DONARE OSPITALITÀ E ASSISTENZA IN UNA CASA DEL CUORE DI LILT**

Continua l'attività di sostegno a LILT Milano Monza Brianza attraverso la donazione dei Clienti insieme a Il Gigante di oltre Eur 95.000 destinati alle **"Case del Cuore"** dell'associazione.

Un traguardo reso possibile grazie alla generosità dei nostri Clienti che, attraverso il catalogo Blucard 2024, hanno scelto di donare i propri punti a questa nobile e importante causa. I beneficiari sono le famiglie in stato di fragilità, provenienti da tutta Italia e dall'estero, con minori malati di tumore in cura presso il reparto di pediatria oncologica dell'Istituto Nazionale dei Tumori di Milano che possono usufruire dell'ospitalità ed assistenza in una casa del cuore.





SOCIALE/PERSONE

Italbrix

COLLABORAZIONE CON MAREMOSSO

Dal 2018 Italbrix sostiene l'iniziativa **"Maremozzo"**, un progetto dedicato alla riduzione dello spreco alimentare e al supporto delle comunità locali. L'Associazione Maremozzo, Onlus attiva dal 2001 e parte della cooperativa sociale Cauto, promuove la solidarietà e l'economia circolare attraverso il recupero e la redistribuzione di eccedenze alimentari. L'attività coinvolge più di 120 realtà sul territorio della provincia di Brescia, tra cui parrocchie, associazioni e organizzazioni caritative, e si avvale dell'impegno di oltre 100 volontari. L'iniziativa si concentra sul recupero di prodotti alimentari ancora idonei al consumo, ma non più vendibili. Grazie alla collaborazione con Maremozzo, le eccedenze vengono ridistribuite alle associazioni del territorio, contribuendo così al sostentamento di persone in condizioni di disagio. Nel 2024, Italbrix ha donato un totale di 805.790 kg di cibo, corrispondenti a 1.585.678 pasti equivalenti, rafforzando l'impegno a contrastare lo spreco alimentare, promuovere la solidarietà sociale e ridurre l'impatto ambientale lungo tutta la catena del valore.



SOCIALE/PERSONE



Natale a Casa di Leo!
Un tuo piccolo gesto
può diventare un
grande regalo.

Italbrix

LA SOLIDARIETÀ CHE ILLUMINA IL NATALE

L'Azienda ha scelto di rendere il Natale un'occasione concreta di solidarietà. Con l'iniziativa **"Natale a Casa di Leo"**, promossa nei punti vendita Italbrix, ogni decorazione natalizia acquistata ha contribuito a costruire qualcosa di speciale: un futuro più accogliente per i bambini e le famiglie dell'associazione La Casa di Leo. Per ogni decorazione, Italbrix ha donato 50 centesimi a sostegno del progetto. Grazie alla generosità dei Clienti sono state vendute 49.253 decorazioni ed è stato raccolto un contributo di 24.626,50 euro. L'obiettivo dell'iniziativa è realizzare un Parco Giochi inclusivo presso la struttura dell'associazione, che ospita famiglie con bambini ricoverati presso l'Ospedale Papa Giovanni XXIII di Bergamo. Un luogo in cui ogni bambino possa sentirsi accolto, libero di giocare, valorizzato nella propria unicità.



SOCIALE/PERSONE

Italbrix

INSIEME VERSO LA META: IL SOSTEGNO ALLO SPORT DEI PIÙ PICCOLI

Nel 2024 continua il progetto di Italbrix **"Insieme Verso la Meta"**, dedicato all'educazione e al benessere di bambini e famiglie attraverso lo sport come strumento educativo. L'iniziativa nasce dall'ASD, un'associazione sportiva fondata nel 2017 a Brescia sotto la guida di Cristina Pezzi, pedagoga dello sport. L'obiettivo principale è promuovere lo sviluppo di competenze fondamentali per la vita, quali il rispetto, la solidarietà e l'inclusione. L'associazione si impegna a educare i bambini a uno stile di vita sano tramite attività che combinano movimento, sana alimentazione e benessere. Le iniziative includono corsi per bambini dai 3 ai 12 anni, condotti da un team di professionisti nei settori sportivo, psico-pedagogico e medico-sanitario, arricchiti da eventi esperienziali rivolti a scuole, famiglie e comunità. Questi momenti di gioco, formazione e socializzazione vedono il coinvolgimento di atleti e istituzioni prestigiose come il comitato UNICEF di Brescia, oltre a sportivi di fama nazionale e internazionale, che condividono i valori educativi e sociali promossi dall'associazione. Attraverso il sostegno economico continuativo, Italbrix contribuisce alla realizzazione di progetti educativi, sportivi e sociali volti a favorire la crescita sana e lo sviluppo delle nuove generazioni.



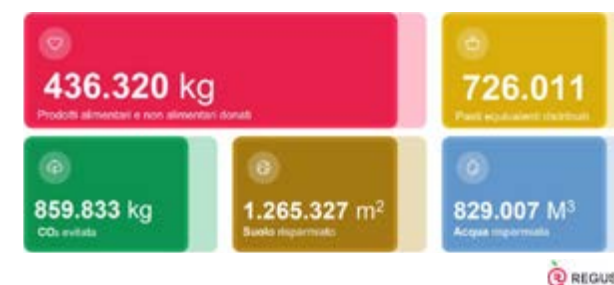
SOCIALE/PERSONE



L'Abbondanza

CONTRO LO SPRECO ALIMENTARE: UN IMPEGNO SEMPRE CRESCENTE

Nel 2024, L'Abbondanza ha continuato il suo impegno verso una tema che, da sempre, caratterizza la sua missione aziendale: ridurre lo spreco alimentare e donare le eccedenze alimentari alle realtà del territorio che ne hanno più bisogno.



Grazie alla collaborazione con Regusto, nel 2024 L'Abbondanza ha potuto tracciare l'impatto sociale, economico e ambientale che le donazioni dei suoi prodotti hanno generato: con 436.320 kg di prodotti donati, è stato possibile distribuire 726.011 pasti equivalenti, con un risparmio di 1.265.327 m² di suolo e 829.007 m³ di acqua. Inoltre, queste donazioni hanno permesso di evitare l'emissione di 859.833 kg di anidride carbonica, grazie al mancato smaltimento e produzione dei prodotti che sono stati donati e ridistribuiti attraverso gli enti non-profit a livello nazionale.



SOCIALE/PERSONE

L'Abbondanza

GALA PER IL RESIDENCE DANIELE CHIANELLI: UN IMPEGNO CHE CRESCE NEL TEMPO

Il 14 aprile 2024, in occasione della terza giornata di festeggiamenti per l'inaugurazione della nuova ala del **"Residence Daniele Chianelli"**, L'Abbondanza, attraverso la sua insegna Gala, ha donato 25.000 euro a sostegno del progetto. Un gesto concreto che rafforza un impegno iniziato nel 2022 e che, ad oggi, ha portato a oltre 59.000 euro di contributi al Comitato per la Vita Daniele Chianelli.

Il Residence, realizzato accanto all'ospedale Santa Maria della Misericordia di Perugia, accoglie pazienti oncologici – in particolare bambini – e le loro famiglie. Con l'ampliamento appena inaugurato, sono stati aggiunti 20 nuovi appartamenti e saranno attivati anche servizi fondamentali come un asilo nido, una scuola materna e un centro per anziani.

Negli anni, Gala ha sostenuto il progetto con diverse iniziative: campagne solidali, raccolte punti trasformate in donazioni (raddoppiate dall'azienda), iniziative natalizie come **"L'albero della ricerca"** e vendite benefiche di libri e cioccolatini. Una targa commemorativa apposta nel nuovo edificio ricorda ora il contributo costante di Gala, a testimonianza di un legame che va oltre la semplice beneficenza, trasformandosi in un investimento concreto nel benessere della comunità.



INAUGURATA UNA NUOVA ALA DEL RESIDENCE "DANIELE CHIANELLI"

gala

SOCIALE/PERSONE



L'Abbondanza

AGRICOLTURA SOCIALE E BIOLOGICA CON L'ALBERO DI ZACCHEO

L'Abbondanza ha scelto di sostenere un progetto che unisce sostenibilità, inclusione sociale e valorizzazione del territorio: l'azienda agricola sociale biologica **"Le Cascine"**, gestita dalla cooperativa L'Albero di Zaccheo. Situata a San Giustino, in Umbria, questa realtà offre opportunità di reinserimento lavorativo a persone in difficoltà, attraverso la coltivazione biologica di ortaggi e la produzione di piantine da orto. Nel 2024, l'Azienda ha donato 3.000 euro per la costruzione di una moderna cella di germinazione, uno strumento fondamentale per ottimizzare la produzione e migliorare le attività didattiche e sociali che si svolgono quotidianamente nei campi. Questo contributo testimonia l'impegno de L'Abbondanza nel promuovere progetti che mettono al centro le persone e la tutela dell'ambiente.



IL NOSTRO SOSTEGNO AL PROGETTO "LE CASCINE"

gala



SOCIALE/PERSONE

L'Abbondanza

VINCE LA SOLIDARIETÀ

Una giornata all'insegna dello sport e dell'aiuto reciproco: è questo lo spirito che ha animato la storica **"Maratonina Lamarina"**, svoltasi domenica 6 ottobre a Lama di San Giustino. Un appuntamento molto sentito dalla comunità, che nel 2024 si è trasformato anche in un'occasione concreta di solidarietà. Grazie alla partecipazione numerosa, Olympic Runners Lama ASD ha potuto donare 400 euro all'associazione **"La rosa dell'Umbria"**, cifra che L'Abbondanza ha più che raddoppiato, portando il totale della donazione a 900 euro. **"La rosa dell'Umbria"** è una realtà attiva dal 2000, impegnata in attività culturali, assistenza alla popolazione e Protezione Civile, offrendo supporto gratuito e volontario a chi si trova in difficoltà. Un piccolo grande gesto, nato dalla collaborazione tra sport, impresa e volontariato, che dimostra come la partecipazione collettiva possa davvero fare la differenza.



LAMARINA 2024: VINCE LA SOLIDARIETÀ

gala

SOCIALE/PERSONE



L'Abbondanza

LIBERA...MENTE DONNA: UN AIUTO CONCRETO PER RICOMINCIARE

In occasione della Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne, il 25 novembre 2024, L'Abbondanza ha rinnovato il suo impegno al fianco dell'associazione **"Libera...mente Donna"** con una donazione di 15.000 euro. Un contributo importante che andrà a sostenere la nuova Casa Rifugio aperta a Terni, un luogo sicuro e protetto per donne vittime di violenza e per i loro figli. La struttura, a indirizzo segreto per garantire la sicurezza delle ospiti, nasce per rispondere all'aumento delle richieste di aiuto sul territorio. Non si tratta solo di offrire un tetto, ma un vero e proprio percorso di rinascita: dalla consulenza legale e amministrativa al supporto psicologico, dall'assistenza per i figli all'inserimento lavorativo. La Casa Rifugio è gestita da **"Libera...mente Donna"** insieme alla Cooperativa Sociale BeFree, con il sostegno del Comune di Terni, della Regione, delle USL e di altri enti del territorio. Un sistema integrato per accompagnare ogni donna verso una nuova autonomia, restituendole la possibilità di vivere non più da vittima, ma da persona libera.



LIBERA...MENTE DONNA: 15MILA EURO DA GALA PER LA NUOVA CASA RIFUGIO

gala



SOCIALE/PERSONE

L'Abbondanza

UNITI AI NOSTRI CLIENTI NELLA SOLIDARIETÀ

Nel 2024, L'Abbondanza ha rinnovato il suo impegno a favore delle realtà locali e delle organizzazioni non profit attraverso un significativo programma di solidarietà. Il recente programma fedeltà, concluso a gennaio, ha visto una straordinaria partecipazione da parte dei Clienti, con L'Abbondanza che ha più che raddoppiato l'importo raccolto, permettendo di donare complessivamente 9.000 euro alle associazioni coinvolte.

Le donazioni sono state distribuite come segue:

- **"Banco Alimentare"** di Umbria, Toscana e Marche: 3.000 euro in buoni spesa, destinati a supportare le strutture caritative convenzionate, offrendo un aiuto concreto alle famiglie in difficoltà del territorio.
- **"Libera...mente donna ETS"**: 3.000 euro in buoni spesa, a sostegno delle donne in difficoltà a causa della violenza di genere, contribuendo a progetti di accoglienza e reinserimento.
- Comitato per la vita **"Daniele Chianelli"**: 3.000 euro in buoni spesa, destinati all'acquisto di generi e utensili per il residence che accoglie bambini e adulti in cura presso i reparti di Oncoematologia pediatrica ed Ematologia dell'ospedale Santa Maria della Misericordia di Perugia.

La possibilità di convertire i punti fedeltà in donazioni è stata confermata e attivata anche per il nuovo programma, continuando così a promuovere la solidarietà tra Gala e i suoi Clienti.



CULTURA/RICERCA



Magazzini Gabrielli

RICERCA, PREVENZIONE E SOLIDARIETÀ: L'IMPEGNO CON AIRC E IOM

Nel 2024 Magazzini Gabrielli ha rinnovato il proprio sostegno alla ricerca oncologica e all'assistenza territoriale, collaborando con due realtà di riferimento: AIRC e IOM Ascoli Piceno. L'azienda partecipa da anni alle campagne nazionali promosse da AIRC, tra cui **"Le Arance della Salute"**, cui aderisce dal 2020 devolvendo 0,50 € per ogni confezione venduta. Nel 2024, il contributo ha superato 15.000 euro. A ottobre è stato confermato anche il supporto alla campagna **"Nastro Rosa"**, con la distribuzione delle spille simbolo nei punti vendita: grazie alla partecipazione di Clienti e collaboratori, le donazioni hanno superato i 60.000 euro.

Sempre nel 2024, l'azienda ha sostenuto una borsa di studio quinquennale per la ricercatrice Francesca Reggiani dell'IRCCS di Reggio Emilia, tramite la sezione AIRC Marche. In parallelo, prosegue la collaborazione con IOM Ascoli Piceno, che offre assistenza gratuita ai malati oncologici terminali. Gabrielli ha supportato anche l'iniziativa **"Traguardo Prevenzione"**, che promuove screening gratuiti per centinaia di donne. Infine, con il progetto **"È arrivato il tempo di donare"**, legato alla linea **"Fatti Buoni"**, per ogni prodotto venduto è stato donato un minuto di assistenza domiciliare ai pazienti, calcolato sulla base del costo medio orario dei professionisti. Un gesto concreto che trasforma la spesa quotidiana in un atto di solidarietà.



SOCIALE/PERSONE

Magazzini Gabrielli

DONAZIONE ALL'OSPEDALE SALESI DI ANCONA

Nel dicembre 2023 Magazzini Gabrielli ha formalizzato una donazione significativa a favore della **"SOD Clinica Ostetrica e Ginecologica dell'Ospedale Salesi di Ancona"**, destinata all'acquisto di una strumentazione diagnostica e operativa avanzata per la salute femminile. Consegnata ad aprile 2024, la donazione ha permesso al reparto di dotarsi di un kit per isteroscopia ambulatoriale, uno strumento all'avanguardia che consente di effettuare diagnosi e piccoli interventi ginecologici senza necessità di sedazione né ricovero, migliorando l'accessibilità alle cure e la qualità dell'assistenza. Questo intervento ha contribuito ad arricchire il parco tecnologico del reparto, consolidandone il ruolo di centro di riferimento regionale nella gestione di patologie complesse, come l'endometriosi. Un gesto concreto per promuovere il benessere e la salute delle donne nel territorio.



SOCIALE/PERSONE



Magazzini Gabrielli

INSIEME CONTRO IL BULLISMO

A settembre 2023, in occasione dell'inizio dell'anno scolastico, Magazzini Gabrielli ha **sostenuto un progetto promosso dall'Arma dei Carabinieri per sensibilizzare studenti e famiglie** sul tema del bullismo. Sono stati distribuiti quaderni illustrati a circa 5.000 studenti di Ascoli Piceno, con fumetti dedicati, visibili anche sul sito dei Carabinieri. Nei punti vendita sono stati installati materiali informativi, proiettati spot video e distribuiti volantini realizzati con l'Arma, coinvolgendo la comunità nella promozione di un ambiente scolastico più sicuro. Nel 2024 l'impegno è proseguito con un evento pubblico al Teatro Ventidio Basso di Ascoli Piceno, con la criminologa Roberta Bruzzone come ospite. Un'occasione per riflettere insieme sulle fragilità relazionali dei giovani e sulle radici del bullismo, promuovendo cultura, consapevolezza e prevenzione.





SOCIALE/PERSONE

Megamark

ORIZZONTI SOLIDALI

Prosegue l'impegno della Fondazione Megamark nel sostegno al terzo settore attraverso il bando **"Orizzonti Solidali"**, giunto alla sua dodicesima edizione.

Nel 2024 sono stati finanziati 16 progetti con un contributo complessivo di circa 294.000 euro, confermando la centralità di questo strumento di solidarietà territoriale. I progetti sostenuti riguardano in particolare 8 iniziative per l'assistenza sociale, 4 nell'ambito della sanità, 2 per la cultura e 2 per la lotta all'abbandono scolastico. Il bando si conferma una leva importante per promuovere coesione sociale, inclusione e sviluppo culturale nei territori in cui il Gruppo è presente.



SOCIALE/PERSONE



Megamark

PER L'INFANZIA E IL TERRITORIO

Con il progetto **"Il Tempo dei Piccoli"**, sostenuto in collaborazione con l'associazione Kuziba, è stato destinato un contributo di 15.000 euro a favore di attività culturali rivolte all'infanzia, con una particolare attenzione all'inclusione delle fasce svantaggiate.

L'iniziativa incoraggia una visione trasversale e comunitaria dell'infanzia, promuovendo partecipazione, cura e cultura nei territori.



SOCIALE/PERSONE

Megamark

A SOSTEGNO DELL'ARTE E DELLA CULTURA

La Fondazione Megamark ha confermato il proprio impegno a favore della promozione della lettura e del talento emergente, con la nona edizione del **"Premio Fondazione Megamark - Incontri di Dialoghi"**, concorso letterario riservato ad autori esordienti. L'edizione 2024 ha raccolto 93 opere, presentate da oltre 50 case editrici di tutta Italia. Il premio ha messo a disposizione un montepremi complessivo di 13.000 euro, tra cui 5.000 euro per il vincitore e 2.000 euro per ciascuno degli altri quattro finalisti. Il concorso si conferma come uno dei più generosi e riconosciuti del Sud Italia per la narrativa emergente. Ad ottobre 2024 è partita la prima edizione del progetto **"Il Futuro ti assomiglia"** indirizzato agli istituti superiori di secondo grado di tutta la Puglia e riservato ai ragazzi e alle ragazze delle IV e V superiori. Una due giorni di seminari per contribuire alla formazione dei giovani attraverso un percorso di riflessione e confronto sul futuro. Il corso punta su alcuni concetti importanti come autostima, gestione di ansia e stress, allenamento "al fare", orientamento post diploma. La prima edizione ha visto la partecipazione di più di 4000 studenti provenienti da tutta la Puglia.



SOCIALE/PERSONE



Megamark

PROGETTI PER LA SCUOLA E L'INCLUSIONE

Prosegue il sostegno di Megamark a iniziative educative e inclusive rivolte a scuole, comunità locali e associazioni. Tra le attività supportate nel corso dell'anno vi sono l'erogazione di gift card e contributi destinati a progetti scolastici, enti locali e realtà parrocchiali, oltre alla partecipazione al progetto **"Talent Lab"**, che ha promosso laboratori per la costruzione di rampe accessibili realizzate con mattoncini LEGO riciclati.

L'azienda ha inoltre preso parte all'evento **"Il Villaggio della Salute"**, promosso da LILT Bari, volto alla sensibilizzazione sui temi della prevenzione sanitaria. Insieme, queste azioni testimoniano l'impegno nel promuovere accessibilità, educazione e benessere sociale all'interno del territorio.





SOCIALE/PERSONE

Megamark / Sole 365

L'EDUCAZIONE ALIMENTARE PARTE DAI PIÙ PICCOLI

Nel 2024, Sole365 ha scelto di sostenere il progetto **"5 Colori"** dell'Associazione Pancrazio, in collaborazione con la Regione Campania, fornendo a oltre 5.000 bambini delle scuole campane un cofanetto contenente **"La merenda buona e di stagione"**. Un gesto semplice ma dal grande valore educativo e nutrizionale. Ogni cofanetto ha proposto uno spuntino sano e completo: un frutto di stagione, frutta secca, acqua e materiali ludico-educativi per trasmettere in modo leggero e coinvolgente i benefici di una corretta alimentazione, ispirata ai principi della Dieta Mediterranea.

L'iniziativa rientra nel più ampio impegno del brand a promuovere uno stile di vita sano, consapevole e sostenibile, partendo proprio dai più piccoli. Accanto alla distribuzione delle merende, Sole365 ha supportato anche contenuti innovativi come la video-serie **"Dammi il 5"**, in cui i protagonisti traggono i loro superpoteri dai nutrienti della frutta e della verdura. Questa collaborazione rappresenta un passo concreto nel favorire la consapevolezza alimentare già tra i banchi di scuola e rafforza la visione di Sole365, per cui la sostenibilità passa anche attraverso il benessere quotidiano dei consumatori e l'educazione delle nuove generazioni.



SOCIALE/PERSONE



Megamark / Sole 365

DIFENDERE IL MARE CON OGYRE

Operando in un territorio fortemente legato al mare, AP Commerciale si impegna attivamente nella tutela dell'ambiente marino, una risorsa essenziale per la comunità in cui opera. Nel 2023, con l'insegna Sole365, l'Azienda ha aderito al progetto **"Fishing for Litter"** promosso da Ogyre, la prima piattaforma globale per il recupero dei rifiuti marini, attiva in collaborazione con i pescatori locali.

I pescatori coinvolti nel programma di Ogyre raccolgono plastica sia durante uscite dedicate che nel corso delle normali attività di pesca, contribuendo attivamente alla pulizia dell'ambiente marino. Grazie a questa iniziativa, l'Azienda ha aperto il primo punto di raccolta in Campania, presso il porto di Salerno, agevolando lo smaltimento sostenibile dei rifiuti recuperati in mare. Il risultato? Nel 2024 sono 2.000 i kg di rifiuti rimossi, di cui 700 kg reimmessi nel ciclo produttivo. Un esempio virtuoso di economia circolare che unisce sostenibilità, collaborazione e responsabilità territoriale per preservare il mare, oggi e domani.



SOCIALE/PERSONE

Megamark / Sole 365

MAI PIÙ FAME: UN PERCORSO VERSO L'AUTONOMIA E LA DIGNITÀ ALIMENTARE

Nel 2024, AP Commerciale, attraverso l'insegna Sole365, ha scelto di sostenere **"Mai più Fame: dall'emergenza all'autonomia"**, un progetto promosso da Azione contro la Fame per affrontare in modo strutturale l'insicurezza alimentare delle famiglie in condizione di vulnerabilità socioeconomica. Attivo in diverse città italiane e, da ottobre 2023, anche nei Quartieri Spagnoli e a Forcella (Napoli), il programma combina sostegno economico, formazione professionale e educazione alimentare, accompagnando le famiglie in un percorso di quattro mesi orientato a rafforzare le competenze e costruire nuove opportunità di inclusione lavorativa e sociale.

Tra le principali azioni del progetto è presente un corso formativo per l'inserimento lavorativo, con incontri di gruppo, coaching individuale e supporto continuo; una tessera spesa mensile da 150€ per garantire una dieta equilibrata durante tutto il percorso; un workshop sull'educazione alimentare e consulenze nutrizionali personalizzate, oltre ad attività di ascolto e valutazione d'impatto basate su esperienze, emozioni e bisogni reali. Con oltre 51 beneficiari coinvolti nel primo ciclo, il progetto ha dimostrato come sia possibile generare un cambiamento duraturo non solo nelle singole persone, ma anche nei loro contesti familiari e comunitari. Attraverso questo sostegno, Sole365 riafferma il proprio impegno nel promuovere il benessere e l'autonomia delle comunità più fragili, valorizzando il legame con il territorio e contribuendo alla costruzione di un modello di solidarietà concreta e sostenibile.



SOCIALE/PERSONE



Megamark / Sole 365

SOLIDARIETÀ E CIRCOLARITÀ NEL CUORE DELLA COMUNITÀ

In collaborazione con la Diocesi di Nola (NA), Sole365 sostiene il **"Progetto Betania"**, un'iniziativa solidale volta alla raccolta e distribuzione di abiti usati destinati a persone in situazioni di disagio. Nei parcheggi di alcuni punti vendita sono stati posizionati appositi raccoglitori per indumenti, dove Clienti e cittadini possono donare vestiti in buono stato. Una volta raccolti, gli abiti vengono ritirati dai volontari della Diocesi, selezionati e distribuiti a chi ne ha bisogno, attraverso donazioni mirate. Il progetto non solo risponde a un'esigenza sociale urgente, ma rappresenta anche un esempio virtuoso di economia circolare, dando una seconda vita ai capi e riducendo gli sprechi.





Megamark / Sole 365 NATALE SOLIDALE

Anche durante tutto il periodo natalizio del 2024, l'insegna Sole365 ha abbracciato con calore l'iniziativa **"SpesaSospesa.org"**, promossa da Fondazione Lab00 ETS e Regusto S.B, per sostenere famiglie in difficoltà. Grazie alla generosa collaborazione dei Clienti di Sole365, ogni scontrino – sia in store che online – includeva su base volontaria una donazione di 50 centesimi pari ad un pasto. Le donazioni raccolte con l'iniziativa **"SpesaSospesa"** sono poi andate a favore delle due principali charity: Banco Alimentare Campania e Croce Rossa Italiana – Comitato Napoli. Un piccolo gesto da parte di ciascuno si è trasformato in un grande risultato: nel 2024 sono stati raccolti ben 118.205 kg di prodotti, per un totale di pasti equivalenti distribuiti alle famiglie bisognose in Campania pari a 235.384 pasti. Questo progetto ha permesso di registrare anche un impatto ambientale positivo, identificato in 106.384 kg di CO₂ evitata, espresso in termini di emissioni di Anidride Carbonica evitata grazie alle donazioni, recupero e al mancato rifiuto dei prodotti che sono stati ridistribuiti attraverso gli enti non-profit attivi nel territorio.



Superemme 300 ALBERI PER L'OASI DELLE API

Nel 2024, Superemme ha aderito al progetto **"Treeonfy"** volto a riforestare l'Oasi delle Api di Tortolì, un'area protetta della Sardegna di grande valore ecologico, particolarmente sensibile agli effetti dei cambiamenti climatici. In occasione dell'evento del 16 Novembre 2024, l'iniziativa è stata sostenuta, oltre che con un contributo di 3.175 euro, attraverso un'esperienza sul campo ("letteralmente") di un nutrito gruppo di Dipendenti che hanno aiutato a piantumare di 300 nuove piante.

Un gesto concreto volto alla rigenerazione ambientale e al rafforzamento dell'ecosistema locale, fondamentale per le specie impollinatrici e per la tutela della biodiversità. La giornata passata nell'Oasi delle Api ha creato aggregazione, collaborazione e sensibilizzazione nel gruppo, costituendo uno spazio e un tempo di connessione e relazione al di fuori del posto di lavoro. Superemme ha seguito il Progetto nel tempo, attraverso il monitoraggio della crescita delle piante: una vera e propria educazione ambientale.



Superemme AL FIANCO DI CASA KILLIA PER L'ACCOGLIENZA E IL BENESSERE DEI PIÙ FRAGILI

Nel 2024 Superemme ha scelto di sostenere con determinazione il progetto **"Casa Killia"**, una realtà nata dal coraggio e dalla visione di chi ha trasformato un'esperienza personale in un'iniziativa concreta di solidarietà. Promosso dalla Cooperativa Sociale fondata da Simona e Michele, e sostenuto da contributi aziendali e raccolte fondi, il progetto **"Casa Killia"** nasce a Selargius (CA) con l'obiettivo di creare una Casa-famiglia per minori con disabilità, orfani e/o allontanati temporaneamente dalle proprie famiglie, offrendo loro un ambiente sicuro, pulito ed amorevole.

Accanto alla struttura residenziale, il progetto prevede la realizzazione di un Centro di Pet Therapy, dedicato al benessere di Persone fragili o disabili, attraverso percorsi terapeutici che utilizzano l'interazione con gli animali come strumento di cura, relazione e miglioramento del benessere emotivo. Sono stati raccolti 12.897,95 euro presso i punti vendita grazie ai Clienti, a cui si sommano 3.000,00 euro liberamente donati da Superemme per un valore di circa 16 mila euro a favore di una realtà radicata nel territorio e capace di generare un impatto concreto e duraturo.



Superemme EDUCAZIONE ALIMENTARE IN CORSIA: TORNA IL TOUR DELLE SCUOLE NEI PUNTI VENDITA SUPEREMME

In linea con la *mission* aziendale, Superemme rinnova il suo impegno per la Comunità volto a promuovere uno stile di vita più sano e sostenibile. Con l'intento di divulgare più conoscenza in ambito di educazione alimentare, nel 2024 ha ospitato, per il secondo anno di seguito, il progetto **"Tour delle scuole"**. Questa iniziativa di scoperta e conoscenza del mondo alimentare è basata su una serie di percorsi allestiti all'interno del punto vendita e dei reparti dove gli alimenti stessi vengono lavorati. Nelle attività sono stati coinvolti i bambini della scuola di inglese Chatterbox di Cagliari che hanno potuto visitare l'IperPan di viale la Plaia per la durata di circa un'ora per gruppo. Gli alunni sono stati guidati nel percorso dai Dipendenti, che hanno spiegato loro, in modo semplice, immediato e divertente, le diverse attività che svolgono all'interno del Punto Vendita. Al termine del tour tutti i bambini hanno potuto gustare la merenda e ricevere un gadget in ricordo dell'esperienza. Un gesto fondamentale per avvicinare le nuove generazioni a un consumo più consapevole.



SOCIALE/PERSONE

Gruppo Unicomm (Unicomm, Arca, Gmf) AL FIANCO DI DIFFERENZA DONNA INSIEME PER LA LIBERTÀ DELLE DONNE

In occasione della Giornata Internazionale della Donna, il Gruppo Unicomm ha rinnovato il proprio impegno contro la violenza di genere sostenendo l'associazione Differenza Donna con la campagna "Il desiderio più grande di una donna è essere libera. Libera di scegliere", attiva nei punti vendita Famila, Emisfero, Mega e A&O. L'iniziativa ha sensibilizzato migliaia di Clienti, che alle casse hanno potuto donare a sostegno dei progetti dei Centri antiviolenza gestiti dall'associazione. La raccolta ha raggiunto i 68.000 euro, destinati a percorsi di protezione, supporto, empowerment e orientamento al lavoro per donne che affrontano situazioni di violenza fisica, psicologica o economica.

Attraverso una capillare distribuzione di materiale informativo nei punti vendita, la campagna ha anche contribuito a diffondere la conoscenza del numero antiviolenza e stalking 1522, attivo h24 e gestito da Differenza Donna. Marcello e Mario Cestaro, alla guida del Gruppo Unicomm, hanno sottolineato l'importanza di offrire un sostegno concreto in questa battaglia, mentre Elisa Ercoli, presidente di Differenza Donna, ha ringraziato Unicomm per l'alleanza solidale, definendola un impegno tangibile per una società più rispettosa e libera da stereotipi.



CULTURA/RICERCA



Gruppo Unicomm (Unicomm, Arca, Gmf) IL SOSTEGNO ALLA RICERCA SUI TUMORI FEMMINILI

Anche quest'anno, Gruppo Unicomm ha rinnovato il proprio impegno a favore della ricerca oncologica femminile con una donazione di 85.000 euro a Fondazione Umberto Veronesi ETS, nell'ambito del progetto "Pink is Good". La somma, raccolta con la partecipazione dei Clienti di Emisfero, Famila ed Emi durante il mese di ottobre, ha finanziato due borse di studio per ricercatrici impegnate nello studio dei tumori al seno, all'utero e alle ovaie. "Siamo determinati a sostenere la ricerca - ha affermato il presidente Marcello Cestaro - ed è un onore contribuire al lavoro di chi ogni giorno si dedica alla cura e alla prevenzione." Il direttore commerciale Giancarlo Paola ha sottolineato l'importanza del progetto, ricordando come oltre il 60% dei collaboratori del Gruppo siano donne.



SANITÀ

Gruppo Unicomm (Unicomm, Arca, Gmf) IN PRIMA LINEA NELLA PREVENZIONE DEL TUMORE AL SENO CON WELFARCARE

In stretta collaborazione con "Welfarcare", il Gruppo Unicomm ha continuato il suo impegno nella sensibilizzazione e prevenzione del tumore al seno in numerose località in cui sono ubicati i punti vendita, nel 2024 13 sono stati quelli coinvolti. L'iniziativa si basa sulla creazione di cliniche mobili accessibili ai cittadini, forniti di tecnologie all'avanguardia, tra cui mammografi digitali, ecografi portatili, workstation per la refertazione e strumenti per la tele radiologia. Questi strumenti permettono la conduzione di esami di diagnostica senologica clinica e strumentale, fondamentali per individuare precocemente eventuali tumori al seno. Tali servizi, totalmente gratuiti, sono aperti a tutti i residenti del comune in cui è situato il punto vendita, offrendo ecografie e mammografie. I referti diagnostici vengono accuratamente analizzati e trasmessi alle unità sanitarie locali competenti, garantendo un tempestivo supporto medico ai pazienti.



SOCIALE/PERSONE



Gruppo Unicomm (Unicomm, Arca, Gmf) CONTINUA IL PROGRAMMA DI RACCOLTA DELLE ECCEDENZE ALIMENTARI

Prosegue l'impegno di Gruppo Unicomm (Unicomm S.r.l, Arca Commerciale S.r.l e GMF S.r.l) nel contrasto allo spreco alimentare. Complessivamente nel 2024, il Gruppo ha donato eccedenze per un valore superiore a 2.000.000 di euro, corrispondenti a **più di 500.000 kg di cibo donato**, con oltre 120 punti vendita nei quali è stata attivata la donazione delle eccedenze alimentari. Questo risultato consolida e amplia un programma di raccolta delle eccedenze alimentari avviato fin dal 2013. Il Gruppo ha consolidato e stipulato nuove convenzioni con diverse Onlus locali e partner del settore, permettendo una raccolta e distribuzione capillare delle eccedenze. Questo assicura che i beni alimentari, ancora idonei al consumo ma prossimi alla scadenza, raggiungano efficacemente le realtà del terzo settore più bisognose attraverso diverse modalità di consegna. Questo impegno sociale, condiviso da tutte le società del Gruppo Unicomm, precede la Legge Gadda del 2016, che regola la cessione di beni alimentari in esubero. Tale proattività evidenzia la costante attenzione del Gruppo Unicomm nella responsabilità sociale d'impresa e nella lotta concreta contro lo spreco alimentare, pilastri fondamentali della sua visione aziendale.





SOCIALE/PERSONE

Unicomm

CORSO DI GENTILEZZA

Unicomm Srl ha appoggiato, per il terzo anno consecutivo, l'iniziativa che vede la diffusione del libro **"Corso di gentilezza. Buone norme di comportamento"** tra i bambini delle scuole primarie in provincia di Vicenza. Tale progetto favorisce il benessere e la crescita dei più piccoli attraverso l'istruzione e il rispetto degli altri. La gentilezza viene intesa come strumento principe per il vivere comune, fin dalla tenera età. Il libro, che ha riscosso particolare interesse anche al di fuori della regione, è arricchito da illustrazioni colorate e offre un approccio pratico per insegnare la gentilezza ai bambini, fornendo linee guida per comportamenti appropriati in varie situazioni di vita comune.



CULTURA/RICERCA



Unicomm

PERCORSO TEATRALE PER BAMBINI E RAGAZZI IN COLLABORAZIONE CON IL TEATRO COMUNALE DI VICENZA

Con **"Opera Domani"** la società Unicomm Srl si unisce al Teatro Comunale di Vicenza per offrire alle scuole della città e provincia un progetto di qualità e unico nel suo genere. **"Opera Domani"** è un progetto artistico-didattico che si articola in una serie di appuntamenti dedicati ad insegnanti e alunni che ha come obiettivo quello di stimolare l'interesse e la curiosità dei bambini e dei ragazzi nei confronti del teatro e in particolare dell'opera lirica. Il cuore pulsante di tale spettacolo è la partecipazione attiva del pubblico alla rappresentazione: bambini e ragazzi infatti intervengono durante lo spettacolo, cantando dalla platea alcune pagine dell'opera ed eseguendo alcuni semplici movimenti, appositamente scelti e appresi nei mesi precedenti la rappresentazione. L'iniziativa coinvolge in modo attivo anche gli insegnanti, sensibilizzandoli all'importanza di un'educazione al teatro musicale e fornendo loro adeguati strumenti per operare in classe. Tale iniziativa ha coinvolto 22 scuole e 80 classi nella provincia di Vicenza con circa 1707 studenti e 181 docenti. Unicomm ritiene estremamente importante poter esprimere le proprie emozioni e sperimentare "se stessi" tramite attività formative e ludiche di questo genere, ritenute molto importanti per la crescita personale e caratteriale dei ragazzi.



SOCIALE/PERSONE

Unicomm - Baskin

UN IMPEGNO PER L'INCLUSIONE ATTRAVERSO LO SPORT

La Famiglia Cestaro ha da sempre riconosciuto il valore educativo dello sport giovanile come strumento di crescita, inclusione e rispetto. In quest'ottica, sostiene con particolare impegno il **"Baskin"**, una disciplina sportiva innovativa ispirata al basket, ma profondamente diversa: non è un semplice adattamento, bensì un nuovo modello pedagogico concepito per valorizzare ogni persona, indipendentemente dalle abilità fisiche o cognitive. Il Baskin permette la partecipazione congiunta di persone con e senza disabilità, offrendo a ciascun componente della squadra la possibilità di contribuire secondo le proprie capacità. Famila crede nel potere trasformativo di questo sport, capace di trasmettere valori come il fair play, la collaborazione e l'impegno, favorendo il superamento delle barriere e la costruzione di comunità più inclusive e solidali.





oltre **27** mln di kWh
di energia elettrica prodotta
da fotovoltaico

oltre **7.000** tonnellate
di CO₂ evitate grazie al fotovoltaico

+18,3%
incremento della produzione
di energia da fotovoltaico
rispetto al 2023

7. L'AMBIENTE

Una gestione sempre più consapevole degli impatti ambientali ____ 145

Linee guida sulla sostenibilità dei punti vendita del Gruppo ____ 148

Iniziative e progetti ____ 149



OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE



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.

Una gestione sempre più consapevole degli impatti ambientali

La tutela dell'ambiente rappresenta da anni una delle direttrici fondamentali dell'impegno del Gruppo Selex. La Centrale e le 18 Imprese Socie continuano ad affrontare con responsabilità gli impatti ambientali legati alle attività della Grande Distribuzione, integrando la sostenibilità nelle scelte strategiche e operative, accanto alle azioni sul fronte sociale.

Anche nel 2024, tutte le realtà del Gruppo hanno promosso iniziative e progetti volti a ridurre gli impatti ambientali, **favorendo comportamenti sostenibili sia all'interno delle strutture sia verso l'esterno**, con particolare attenzione al coinvolgimento della clientela e delle nuove generazioni.

La **Centrale Selex** ha continuato a svolgere un **ruolo attivo di coordinamento e supporto**, incoraggiando le Imprese Socie a mantenere un **monitoraggio continuo e accurato sui propri impatti ambientali**, inclusi rifiuti, consumi energetici ed emissioni. Questo percorso condiviso ha favorito nel tempo una **crescente sensibilità ambientale**, accompagnata da un **costante miglioramento nella qualità e nella copertura dei dati raccolti**.

Tra le azioni attuate direttamente dalla Centrale, si segnala l'installazione di due colonnine per la ricarica dei veicoli elettrici aziendali presso la sede di Trezzano sul Naviglio.

I CONSUMI ENERGETICI DEL GRUPPO

CONSUMI ENERGETICI Imprese Socie ¹	u.m.	2024	2023	2022
Gas metano	m ³	13.000.000	12.501.000	23.700.000
Elettrico	kWh	1.100.000.000	1.100.000.000	1.100.000.000

CONSUMI ENERGETICI Centrale Selex	u.m.	2024	2023	2022
Gas metano	m ³	18.053	16.691	20.200
Elettrico*	kWh	177.800	198.000	197.510

* Acquistato con Garanzia di Origine

¹ I consumi energetici dell'anno 2024 sono stati calcolati stimando il dato dei soci SUN rispetto alle 12 Imprese Associate che fornivano il dato tramite mandato alla Centrale Selex nel 2022 e 2021.



Con riferimento alla Centrale Selex, i dati relativi ai consumi energetici nel 2024 mostrano un aumento dell'8,2% nell'utilizzo di gas metano, accompagnato però da **una riduzione del 10,2% nei consumi di energia elettrica**.

Sul fronte elettrico, la Centrale ha compiuto già a partire dal 2020 una scelta significativa in favore dell'ambiente, decidendo di approvvigionarsi al **100% con energia elettrica certificata da fonti rinnovabili tramite Garanzia di Origine (GO)**. La Garanzia di Origine è una certificazione rilasciata in Italia dal Gestore dei Servizi Energetici (GSE), che attesta in modo trasparente e tracciabile la provenienza rinnovabile dell'energia prodotta da impianti certificati. **Grazie a questa scelta responsabile, nel 2024 la Centrale Selex ha evitato l'emissione di 49,70 tonnellate di CO₂ in atmosfera**, contribuendo concretamente alla riduzione dell'impatto ambientale delle proprie attività.

Analizzando i dati relativi alle Imprese Socie, si osserva un sostanziale equilibrio nei consumi energetici nell'ultimo biennio. Nel 2024, la produ-

zione di energia elettrica da impianti fotovoltaici installati presso le sedi, i centri distributivi e i punti vendita del Gruppo ha raggiunto 27.348.821 kWh, contribuendo a soddisfare parte del fabbisogno energetico attraverso fonti rinnovabili. Questo ha permesso di evitare l'emissione in atmosfera di 7.644 tonnellate di CO₂.



LE EMISSIONI DI CO₂ DELLE IMPRESE SOCIE

EMISSIONI CO ₂ ²	u.m.	2024	2023	2022
Emissioni da consumi di Gas Metano	tCO ₂	26.821	25.481	47.773
Emissioni da consumi di Energia Elettrica Acquistata ³	tCO ₂	307.450	474.254	346.500
Emissioni evitate grazie al fotovoltaico ⁴	tCO ₂	7.644	9.970	5.817

Sulla base dei consumi di gas metano ed energia elettrica vengono calcolate le emissioni di CO₂, pari in totale a 334.271 tonnellate.

RIFIUTI IMPRESE SOCIE ⁵	u.m.	2024	2023	2022
Rifiuti carta	kg	96.029.500	80.718.562	79.394.501
Rifiuti plastica	kg	19.940.000	6.728.337	6.161.340

² Le emissioni calcolate nella tabella sono strettamente correlate ai consumi energetici dell'anno 2024, calcolati a loro volta stimando il dato dei soci SUN rispetto alle 13 Imprese Associate che fornivano il dato tramite mandato alla Centrale Selex nel 2022 e 2021.

³ Emissioni calcolate con metodo Location Based (fattore di emissione di AIB 2024, Total supplier Mix Italia).

⁴ I dati relativi al 2023 sulla produzione di energia da impianti fotovoltaici e sulle emissioni evitate sono stati ricalcolati in seguito a una rettifica comunicata da una delle Imprese Socie. Le informazioni pubblicate in questa edizione riflettono l'aggiornamento, al fine di garantire coerenza nella lettura del trend.

⁵ I quantitativi di rifiuti di carta e plastica si basano sui dati trasmessi dalle Imprese Socie aggiornati al 31/12 di ciascun anno. Hanno partecipato alla rilevazione 16 Imprese Socie nel 2024 e nel 2023, e 13 nel 2022. I dati 2023 sono stati riesposti rispetto al bilancio precedente, a seguito di revisioni interne e integrazioni.



Nel corso dell'ultimo anno, una parte delle Imprese Socie ha iniziato a strutturare in modo più puntuale la raccolta e la rendicontazione dei dati ambientali, in particolare relativi ai rifiuti di carta e plastica. Alcune Imprese Socie hanno introdotto stime basate su dati medi e parametri interni, al fine di estendere il calcolo dei rifiuti all'intera rete o alla maggior parte dei punti vendita, rendendo così i dati più rappresentativi rispetto al passato. Per questo motivo, i dati del 2024 non sono pienamente comparabili né con quelli del 2023 né con quelli del 2022.





Linee guida sulla sostenibilità dei punti vendita del Gruppo

Un'iniziativa promossa da Selex Lab per accompagnare le Imprese Socie verso modelli di vendita più sostenibili

Nel corso del 2024, la Centrale Selex ha avviato un progetto strategico finalizzato alla definizione di **linee guida comuni per la progettazione, la riqualificazione e la gestione sostenibile dei punti vendita**. Il progetto – coordinato dall'area **Selex Lab** – ha visto la partecipazione attiva di un gruppo di lavoro composto da referenti della Centrale, delle Imprese Socie e da partner esperti del settore (come Altis Advisory, il Politecnico di Milano, Innovatec, Dinn!, GdoWeek). Articolato in tre incontri formativi e operativi, il percorso ha approfondito aspetti tecnici, normativi e gestionali, con un focus specifico sulla sostenibilità ambientale. Tra i contenuti trattati:

- tecnologie e strumenti per il retail sostenibile (es. fotovoltaico);
- metodologie di calcolo dell'impronta ambientale (Carbon Footprint, Scope 1-2-3);
- pratiche per la compensazione delle emissioni e criteri per la scelta dei materiali nelle ristrutturazioni;
- promozione di comportamenti sostenibili da parte di Clienti e staff.



Il lavoro ha portato alla realizzazione di un **Manuale condiviso**, lanciato a inizio 2025, che raccoglie:

- una definizione di sostenibilità applicata al punto vendita;
- le aree a maggiore impatto ambientale e le relative azioni di miglioramento;
- le **certificazioni** utili a qualificare l'impegno delle insegne;
- le modalità efficaci di comunicazione per evitare il rischio di greenwashing;
- esempi di buone pratiche già adottate da realtà del Gruppo e da player del settore retail.

Attraverso questa iniziativa, Selex conferma la volontà di offrire alle proprie Imprese Socie strumenti concreti per affrontare le sfide della transizione ecologica, rafforzando il posizionamento del Gruppo come attore responsabile e innovativo nel settore della GDO.



Iniziative e progetti

AMBIENTE/SOSTENIBILITÀ



Alfi

PER IL RICICLO DELLE BOTTIGLIE IN PET

Nel 2024, Alfi, tramite la sua insegna Gulliver, ha rafforzato il proprio impegno verso la sostenibilità ambientale installando, presso alcuni supermercati della propria rete, **ecocompattatori Coripet dedicati alla raccolta selettiva delle bottiglie in PET**. Coripet è un consorzio volontario, senza scopo di lucro, riconosciuto dal Ministero dell'Ambiente, che promuove un modello di economia circolare "bottle to bottle": le bottiglie usate vengono raccolte, avviate al riciclo e trasformate in rPET, una materia prima seconda che viene restituita ai soci produttori per creare nuove bottiglie, senza sprechi. Grazie a questa collaborazione, nel 2024 sono state conferite oltre 440.000 bottiglie in PET solo nei punti vendita della rete Gulliver coinvolti, contribuendo concretamente alla riduzione dei rifiuti plastici e alla promozione di un sistema virtuoso di riuso e responsabilità condivisa.



AMBIENTE/SOSTENIBILITÀ

Alì

LA CERTIFICAZIONE AMBIENTALE ISO 14001

L'impegno di Alì per l'ambiente si consolida attraverso interventi concreti e riconoscimenti formali. Nel 2024 sono proseguiti i lavori di efficientamento nei punti vendita, con interventi di relamping, installazione di sistemi di domotica e recupero di calore, eliminazione del gas per il riscaldamento e l'adozione di banchi frigo con porte, per ridurre la dispersione del freddo. A conferma della solidità di questo percorso, è stata **rinnovata per il terzo anno consecutivo la certificazione ambientale ISO 14001** per i centri logistici di via Olanda e via Svezia. Inoltre, per la prima volta, anche un punto vendita – quello di Saonara – ha ottenuto la certificazione, segnando un importante passo in avanti nella diffusione di un sistema di gestione ambientale strutturato e conforme agli standard internazionali.





Alì

ALBERI PER IL TERRITORIO

Alì sa che tutelare l'ambiente che ci circonda è una priorità. Attraverso l'iniziativa **"Dona un albero all'ambiente"** Alì sta mettendo a dimora nuovi alberi, contribuendo a migliorare la qualità dell'aria e a riqualificare numerose aree verdi del territorio in cui opera. Un gesto concreto che si pone un grande obiettivo: garantire la vita sul Pianeta. Al 31.12.2024 sono oltre 53.000 gli alberi complessivi donati insieme ai Clienti e 12 i boschi urbani messi a dimora.



Cds

SCONTRINO DIGITALE

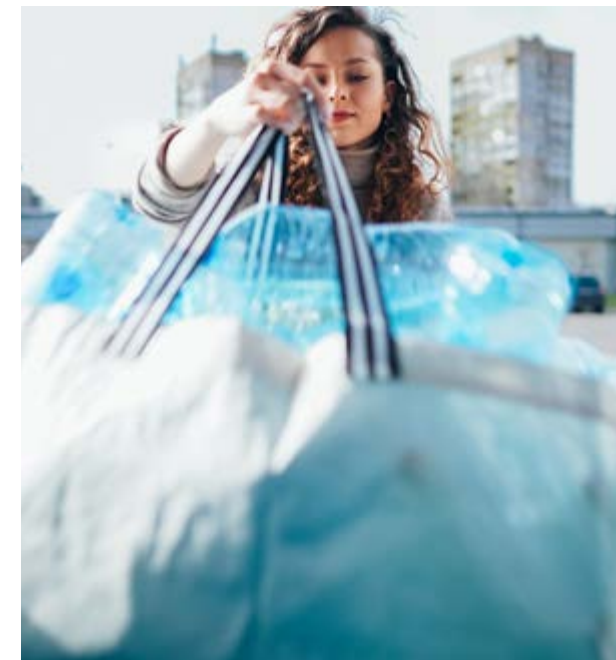
A partire dall'ultimo trimestre del 2024, nei punti vendita della rete CDS è stata introdotta l'iniziativa dello **"scontrino digitale"**, con l'obiettivo di ridurre l'uso della carta termica e promuovere una maggiore sostenibilità ambientale, senza alterare l'esperienza di acquisto dei Clienti. In questa prima fase, al momento del pagamento, i Clienti possono scegliere tra lo scontrino cartaceo o quello digitale. Se scelgono la versione digitale, viene stampato un QR code che permette di visualizzare lo scontrino completo direttamente sul proprio smartphone. Ogni scontrino digitale evita l'utilizzo di circa 24 cm di carta, un risparmio che, moltiplicato per il numero di scontrini emessi ogni giorno in tutti i punti vendita, contribuisce a un significativo impatto positivo sull'ambiente. L'obiettivo futuro è arrivare a eliminare completamente la stampa su carta, adottando esclusivamente lo scontrino digitale. Altri interventi che vanno a integrarsi nell'ambito delle iniziative di dematerializzazione implementate nelle reti di vendita di CDS sono, ad esempio, l'introduzione, nel 2021, del volantino digitale e delle etichette elettroniche e, nel 2022, la riduzione della carta stampata del volantino cartaceo in tutti i punti vendita ad insegna Famila tramite l'attività **"Più Foglie, Meno Fogli"**, e tramite l'attività **"Sfogliato tutto"** nei punti vendita ad insegna Il Centesimo.



Cds

COLLABORAZIONE CORIPET: RICICLO DELLE BOTTIGLIE IN PET

Nel percorso verso un futuro più sostenibile, CDS ha avviato una nuova iniziativa di economia circolare in collaborazione con Coripet, consorzio riconosciuto dal Ministero dell'Ambiente per il riciclo del PET. In alcuni punti vendita Famila e Centesimo sono stati **installati eco-compattatori dedicati alla raccolta delle bottiglie in PET post-consumo**. I Clienti possono conferire direttamente le bottiglie vuote, che verranno avviate a un processo di riciclo per la produzione di nuove bottiglie, nel pieno rispetto del principio **"bottle to bottle"**. A supporto dell'iniziativa, è previsto un incentivo: al conferimento di 200 bottiglie, il cliente riceverà un buono sconto di 3 euro da utilizzare per la propria spesa. Un gesto semplice che premia l'impegno per l'ambiente. Grazie alla partecipazione attiva dei consumatori, è possibile ridurre l'impatto ambientale dei rifiuti plastici e contribuire concretamente alla tutela del pianeta.



Ce.Di.Marche

RIDURRE L'IMPATTO AMBIENTALE: UN IMPEGNO CONCRETO E CONTINUO

Dal 2013, Ce.Di.Marche ha intrapreso un percorso strutturato verso la sostenibilità ambientale, portando avanti un **insieme articolato di iniziative volte alla riduzione delle emissioni, al risparmio energetico e alla valorizzazione delle risorse**. Tra gli interventi più significativi vi è l'installazione di impianti fotovoltaici sui magazzini del gruppo, che al 31 dicembre 2024 hanno consentito la produzione di circa 3.780.000 kWh di energia rinnovabile, evitando l'emissione in atmosfera di oltre 1.500.000 chilogrammi di CO₂. Sempre nell'ottica della sostenibilità, Ce.Di. Marche ha promosso la raccolta differenziata della plastica attraverso la collaborazione con il consorzio Coripet. Nel 2024, 16 punti vendita Si con te sono stati dotati di compactatori per bottiglie in PET, raccogliendo complessivamente 837.810 contenitori e permettendo l'emissione di 1.455 buoni a beneficio dei Clienti. Un impegno costante che, dal 2019, ha portato al recupero di oltre 1,7 milioni di bottiglie, contribuendo a diffondere una cultura del riciclo di qualità. Anche la comunicazione è stata ripensata in chiave sostenibile. Fin dal 2011, Ce.Di.Marche stampa i propri volantini pubblicitari su carta certificata FSC®, utilizzando la tecnologia COLDSET che riduce del 97% il rilascio di composti organici volatili. Nel solo 2024, è stata ulteriormente ottimizzata la produzione con una riduzione di 648.377 copie rispetto all'anno precedente, permettendo un risparmio di circa 23 tonnellate di carta.





Ce.Di.Marche ATTENZIONE AL MATERIALE DI IMBALLAGGIO

Prosegue l'impegno di Ce.Di. Marche per la **riduzione degli imballaggi monouso**, sostituiti con sistemi riutilizzabili. La collaborazione con CPR System, attiva dal 2017, ha consentito un risparmio annuo stimato di 1.600 tonnellate di cartone, equivalenti a circa 24.000 alberi risparmiati ogni anno. Grazie a un monitoraggio quotidiano e a inventari annuali, al 31 dicembre 2024 il risparmio cumulato ha raggiunto circa 14.400 tonnellate di cartone, pari a 216.000 alberi salvati.



Dimar L'IMPEGNO PER LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Dimar investe concretamente nella riduzione dell'impatto ambientale su diverse linee di intervento. Per quanto riguarda il fotovoltaico, sono stati installati pannelli solari su diversi punti vendita, magazzini e sulla sede centrale, permettendo di coprire una parte significativa del fabbisogno energetico con fonti pulite. Solo tra il 2023 e il 2024 sono stati **attivati 9 nuovi impianti**, con una produzione, solo nel 2024, di oltre 4.000 MWh di energia rinnovabile, in crescita del 10,11% rispetto all'anno precedente, di cui oltre 3.700 MWh destinati all'autoconsumo. Parallelamente, Dimar ha adottato **impianti di refrigerazione di nuova generazione a basso impatto ambientale**, utilizzando gas refrigeranti a base di CO₂ con un Global Warming Potential (GWP) sensibilmente inferiore rispetto ai gas tradizionali. Dal 2018 tutte le nuove aperture o ristrutturazioni profonde prevedono questa tecnologia, come avvenuto nel 2024 nei punti vendita di Ceresole D'Alba, Vado Ligure e Cervasca. Questo impegno risponde sia a una crescente sensibilità ambientale, sia alle normative europee sugli F-gas, posizionando Dimar come un'azienda attenta alla sostenibilità e all'innovazione.



Dimar DIMAR CONTRO LO SPRECO ALIMENTARE: MONITORAGGIO E INIZIATIVE CONCRETE

Consapevole del ruolo cruciale che la Grande Distribuzione Organizzata può svolgere nella lotta allo spreco alimentare, Dimar mette in atto un attento monitoraggio dell'esposizione dei prodotti sugli scaffali. Per evitare che merce ancora perfettamente consumabile venga scartata, l'azienda dà priorità ai prodotti con scadenza più ravvicinata, posizionandoli in primo piano sugli scaffali, mentre quelli con una scadenza più lunga vengono spostati in fondo. Tra le iniziative più significative c'è **"Giorni Contati"**, una campagna che offre ai Clienti uno sconto del 40% su prodotti prossimi alla scadenza ma ancora perfettamente sicuri e freschi. Grazie a una comunicazione trasparente e mirata, i Clienti sono incentivati ad acquistare e consumare questi prodotti, contribuendo così a diminuire gli scarti e valorizzare il cibo in tutte le sue forme. Nel 2023 le confezioni salvate sono state 3.853.000 mentre nel 2024 sono salite a 4.170.673. Inoltre, la merce invenduta e non più vendibile viene donata a enti caritativi locali, sostenendo concretamente le comunità del territorio.

Nel nostro impegno per la riduzione dello spreco alimentare, aderiamo alla piattaforma Too Good To Go, che ci permette di intercettare un pubblico più ampio e di valorizzare le eccedenze alimentari prossime alla scadenza. Attraverso le **"Magic Box"**, confezioni contenenti una selezione di prodotti freschi e di qualità che rischierebbero altrimenti di essere sprecati, riusciamo a dare una seconda vita agli alimenti non venduti. Grazie a questa collaborazione, nel 2023 sono state distribuite 14.901 box, mentre nel 2024 il numero è salito a 67.128 box, con un impatto significativo in termini di sostenibilità ambientale e sociale.



Dimar RECUPERO PANE: UNA RISORSA CHE DIVENTA NUOVA VITA

Nel 2024 è proseguito con successo il progetto **"Recupero Pane"** nel reparto panetteria, in collaborazione con Dalma Mangimi, che coinvolge l'intera rete vendita, incluso il Centro di Distribuzione. Questa iniziativa si basa sul concetto di simbiosi industriale, un approccio innovativo che trasforma il pane invenduto a fine giornata in materia prima per la produzione di mangimi destinati all'alimentazione zootecnica. Grazie a questa collaborazione virtuosa, nel 2023 sono stati recuperati 234.110 kg di pane, mentre nel 2024 la quantità è salita a 464.122 kg. Il progetto rappresenta un esempio concreto di economia circolare, riducendo gli sprechi alimentari e promuovendo un uso sostenibile delle risorse, con benefici ambientali e sociali tangibili.





Dimar

PROGETTO CORIPET: RICICLAGGIO ATTIVO E PREMI PER I CLIENTI

Per promuovere il riciclaggio post-consumo, Dimar ha ampliato l'adesione al progetto "Coripet", passando da 12 a 18 punti vendita nelle province di Cuneo, Torino, Asti, Alessandria e Savona. Il progetto, promosso dal consorzio Coripet, prevede l'installazione di eco-compattatori all'interno dei supermercati di maggiori dimensioni, per la raccolta delle bottiglie vuote in PET. Ogni bottiglia riciclata dà diritto ai Clienti a punti elettronici, convertibili in buoni sconto, incentivando così comportamenti sostenibili. Nel 2024, nei punti vendita Dimar aderenti, sono state raccolte 7.690.120 bottiglie, con 154.411 passaggi di Clienti e 28.701 buoni sconto emessi. Questa iniziativa testimonia l'impegno concreto di Dimar nel coinvolgere attivamente la comunità nella tutela dell'ambiente.



Gruppo Unicom (Unicom, Arca, Gmf) GLI ECOCOMPATTATORI PER IL PET

Dal 2021, Il Gruppo Unicom (Unicom, Arca, GMF) collabora con Coripet, consorzio no profit per il riciclo del PET, installando eco-compattatori nei propri punti vendita per raccogliere bottiglie in plastica usate per contenere liquidi alimentari. Il progetto segue il modello "bottle to bottle", che consente di trasformare il PET usato in nuove bottiglie, in linea con gli obiettivi della Direttiva UE 2019/904 sull'economia circolare, secondo cui, entro il 2025 le bottiglie dovranno contenere almeno il 25% di R-PET food contact e il 30% entro il 2030, con livelli di raccolta pari ad almeno il 77% entro il 2025 e al 90% entro il 2029. I Clienti ricevono 1 punto sull'app Coripet per ogni bottiglia conferita. I punti, associati alla carta fedeltà dell'insegna, possono essere convertiti in sconti o premi. Nel 2024 il progetto ha raggiunto numeri significativi: **9.008.315 bottiglie raccolte in 35 punti vendita** (11 Unicom, 10 GMF, 14 ARCA), a conferma del successo e dell'impatto ambientale positivo dell'iniziativa.



Gruppo Unicom (Unicom, Arca, Gmf) LA COLLABORAZIONE CON IFCO

Nel 2024 è proseguita la collaborazione con IFCO, fornitore leader di **cassette in plastica riutilizzabili e riciclabili per il trasporto dei prodotti ortofrutticoli**. Le cassette, dotate di sponde abbattibili per ridurre l'ingombro a vuoto, sostituiscono gli imballaggi monouso in cartone, plastica e legno, riducendo i rifiuti e migliorando l'efficienza logistica. Grazie al sistema di pooling IFCO, i contenitori vengono riutilizzati in un ciclo continuo tra produttori e punti vendita.

Questo sistema, utilizzato per la circolazione dei prodotti ortofrutticoli in vendita presso tutti i nostri punti vendita Unicom, ha permesso nel 2024 di evitare l'emissione di 2.063 tonnellate di CO₂, risparmiare 196.454 m³ di acqua e ridurre i rifiuti di circa 4.826.225 kg. Complessivamente sono state utilizzate 6.445.498 cassette, corrispondenti a oltre 8,6 milioni di kg di plastica riutilizzata, a beneficio dell'ambiente e della supply chain.



Il Gigante I FORNI A PELLETT PER LA RIDUZIONE DEI CONSUMI

I prodotti da forno, cucinati nei punti di vendita della rete Il Gigante, sono cotti ecologicamente nei forni alimentati con il pellet. Il pellet è un legno combustibile che genera un calore naturale in quanto privo di qualsiasi collante o additivo chimico. Il pellet viene classificato a "zero emissioni": bruciando, rilascia in atmosfera la stessa quantità di anidride carbonica che il legno ha assorbito durante la sua vita con impatto pari a zero sull'ambiente. Il pellet è composto da segatura di legno che viene essiccata e pressata in piccoli cilindri. Il pellet è così più facile da trasportare e maneggiare e richiede inoltre minori spazi per lo stoccaggio. I fornitori di pellet sono inoltre tutti certificati e impegnati nella piantumazione degli alberi per la produzione. Il progetto è attivo in tutti i punti vendita della rete e, solo anche nel 2024 l'utilizzo di forni a pellet ha permesso di **risparmiare fino al 60% sui costi di energia elettrica** e il 90% di KW ora rispetto all'utilizzo di qualsiasi altro combustibile.



Il Gigante

L'IMPEGNO PER LA RIDUZIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI

Nel corso del 2024 la rete dei punti vendita Il Gigante continua a portare avanti diverse iniziative per la riduzione degli impatti ambientali. Oltre all'installazione negli anni di banchi frigo chiusi per evitare la dispersione del freddo; le luci continuano ad essere sostituite con tecnologie a LED. È stata portata avanti anche un'importante attività di **sostituzione dei gas refrigeranti più impattanti con quelli con un basso GWP**, per incrementare il livello di efficienza energetica e, contemporaneamente, per ridurre la produzione di gas serra a fronte di eventuali perdite degli impianti. Inoltre, a conferma del nostro impegno per l'efficientamento energetico disponiamo di un **sistema informatizzato denominato BEMS** che consente di monitorare e gestire centralmente tutte le attività energivore con una copertura del 92% della rete di vendita.



Italbrix

ITALBRIX E COLDIRETTI INSIEME PER IL VERDE DEL FUTURO

Il 5 novembre 2024, l'area verde Bottazzaro di Castel Goffredo (MN) ha visto nascere un nuovo polmone verde grazie a un **progetto di forestazione urbana** promosso da Italbrix in collaborazione con Coldiretti Mantova. L'iniziativa, dal valore di 30.000 euro, ha portato alla **messa a dimora di 1.000 piante**, tra alberi e arbusti autoctoni.

Questa nuova area verde contribuirà a migliorare la qualità dell'aria e la resilienza urbana, fornirà nuove zone d'ombra e spazi fruibili per la comunità, promuoverà la biodiversità e il benessere del territorio. Questo progetto rientra nell'impegno di Italbrix per la valorizzazione del capitale naturale e la creazione di ambienti più vivibili e sostenibili, a beneficio delle generazioni presenti e future.



Il Gigante

BASCAPÉ

Con la continua espansione della rete commerciale e per rispondere all'esigenza di una gestione più efficiente e sostenibile, nella seconda metà del 2024 è stato avviato il nuovo polo logistico centralizzato nel comune di Bascapé (Pv), una struttura moderna e tecnologicamente avanzata. Il sito è strutturato da due unità funzionalmente distinte: un immobile di circa 66 mila m² destinato al solo stoccaggio di prodotti grocery e non alimentari e un immobile di circa 27 mila m², dotato di impianti all'avanguardia per garantire la catena del freddo, destinato all'attività di stoccaggio, trasformazione e produzione di prodotti alimentari freschi.



Il progetto si è concentrato su diversi ambiti strategici:

- **impiego di fonti rinnovabili**, come l'energia solare tramite impianti fotovoltaici posizionati in copertura per una produzione di 1,7 MW/h;
- **progettazione degli impianti** e dell'**isolamento termico** dell'immobile volti all'efficientamento energetico (in particolare nell'area della refrigerazione alimentare), con una riduzione stimata del 45% dei consumi di energia elettrica rispetto alla logistica preesistente, pur con un ampliamento del 25% della superficie operativa;
- adozione di **soluzioni innovative** per il recupero delle acque piovane e la gestione dei materiali di scarto destinati al riciclo;
- miglioramento delle **condizioni di lavoro** degli operatori, riducendo i rischi e aumentando il comfort (parcheggi riservati, postazioni di ricarica dei veicoli elettrici, accoglienti aree mensa e servizi, ecc.).

Il nuovo centro logistico, che ingloba sotto un unico tetto i precedenti 5 depositi, consentirà inoltre di ottimizzare i trasporti, aumentando la saturazione del carico e conseguentemente riducendo il numero di viaggi necessari e migliorando la puntualità e la qualità delle consegne ai punti vendita, con benefici tangibili anche per il servizio offerto alla clientela, nonché per la riduzione delle emissioni.



Italbrix

RADICI PER IL FUTURO:
500 NUOVI ALBERI
CONTRO LA TEMPESTA

Nel 2024 Italbrix ha proseguito la collaborazione con la startup Vaia per la seconda edizione dell'iniziativa "Cambiamo il domani una piantina alla volta", nata in seguito alla tempesta Vaia del 2018. Grazie all'ampia partecipazione dei Clienti Italbrix ha raccolto un totale di 10.714 euro, un risultato record che consentirà a Vaia di piantare 500 nuovi alberi all'interno della gestione forestale di Darzo, in provincia di Trento.



Italbrix

LOGISTICA SOSTENIBILE

L'azienda si impegna a rendere sempre più sostenibile la logistica lungo tutta la catena del valore. Tra le iniziative in corso c'è il **test di consegne a negozio chiuso**, che permette di ottimizzare l'uso dei mezzi riducendo i viaggi. L'azienda sta inoltre migliorando la **saturatione dei carichi e la pianificazione delle consegne** tramite un sistema di gestione digitale (TMS) che ottimizza le tratte, riducendo i chilometri percorsi e le emissioni. La **reverse logistics** è attiva per il recupero degli imballi durevoli, garantendo il loro riutilizzo e il riciclo. Italbrix collabora con partner di trasporto, come Brivio & Vigano, che utilizzano flotte moderne a basso impatto ambientale (Euro 6, LNG, elettrici e ibridi) e adottano tecnologie e pratiche eco-compatibili, tra cui la guida eco-performante, pneumatici a basso impatto e veicoli refrigerati a basso rumore. Le infrastrutture logistiche sono gestite con attenzione all'efficienza energetica, includendo impianti fotovoltaici e sistemi di gestione avanzati per minimizzare l'impatto ambientale.



Italbrix

EFFICIENZA ENERGETICA NEI PUNTI VENDITA

Italbrix ha avviato un percorso di modernizzazione e ottimizzazione energetica volto a ridurre l'impatto ambientale dei propri punti vendita. Il processo include la sostituzione progressiva delle lampade tradizionali con **sistemi di illuminazione a LED**, più efficienti e duraturi. Per migliorare ulteriormente il risparmio energetico, sono stati implementati sistemi intelligenti di **gestione automatica di illuminazione e climatizzazione**, che regolano in tempo reale l'uso delle luci interne, delle insegne esterne e degli impianti di riscaldamento o raffreddamento.

Nelle nuove aperture, la domotica avanzata integra sensori di movimento, luminosità e termostati intelligenti per un controllo ancora più preciso, mentre nei negozi esistenti si adottano sensori crepuscolari e orologi programmabili per ottimizzare l'accensione e lo spegnimento degli impianti. Un'attenzione particolare è riservata alla catena del freddo, uno dei maggiori consumatori di energia. Per questo, sono stati installati sportelli di chiusura su gran parte dei banchi frigo, che aiutano a mantenere costante la temperatura interna e a ridurre la dispersione di freddo, minimizzando l'attivazione dei motori frigoriferi. L'ammodernamento degli impianti di refrigerazione con tecnologie a CO₂ contribuisce a incrementare ulteriormente l'efficienza e la sostenibilità, riducendo consumi e prolungando la vita utile delle attrezzature. Questi interventi coniugano la tutela ambientale con la qualità del servizio offerto ai Clienti.



L'Abbondanza

SOSTENIBILITÀ IN CASSETTA

Ridurre, riutilizzare, recuperare e riciclare: sono i quattro pilastri alla base della collaborazione tra l'insegna Gala, de L'Abbondanza, e CPR System, azienda specializzata nella fornitura di cassette e pallet riutilizzabili per ortofrutta, carni e pesce. Le cassette "**CPR System**", progettate con il supporto del Politecnico di Milano, sono pensate per un'intera vita all'insegna della sostenibilità: con sponde abbattibili che riducono l'ingombro nel trasporto a vuoto e un design che garantisce una perfetta areazione dei prodotti freschi. Dopo l'utilizzo, le cassette vengono lavate con sistemi a basso impatto ambientale e reimmesse in circolo. Quelle danneggiate vengono riparate o riciclate per crearne di nuove, in un vero ciclo virtuoso. Uno studio del Dipartimento di Ingegneria Industriale dell'Università di Bologna ha certificato l'efficacia ambientale di questa scelta: nel solo 2024, L'Abbondanza ha evitato l'emissione di 1.881 tonnellate di CO₂ rispetto all'uso di cassette in plastica a perdere e 676 tonnellate rispetto a quelle in cartone. Un risultato concreto che dimostra come anche le soluzioni logistiche possano fare la differenza nella lotta ai cambiamenti climatici.



L'Abbondanza

MENO SPRECHI, PIÙ SOSTENIBILITÀ NELLA LOGISTICA

Nel 2024, L'Abbondanza ha ottenuto importanti risultati ambientali grazie all'adozione del sistema di pooling di CHEP Italia, leader nelle soluzioni logistiche sostenibili. Il sistema di pooling si basa sulla condivisione e riutilizzo di pallet e contenitori tra più aziende, evitando la produzione di nuovi materiali e riducendo sprechi e costi ambientali. Grazie a questo modello, L'Abbondanza ha risparmiato: 47.271 dm³ di legno, pari a 46 alberi salvati, 44.551 kg di CO₂ evitata, l'equivalente di oltre 40.000 km percorsi da un camion e 5.514 kg di rifiuti evitati, corrispondenti alla produzione giornaliera di rifiuti di 4.237 persone. I pallet utilizzati sono certificati al 100% FSC® e PEFC, a garanzia della loro provenienza da foreste gestite in modo sostenibile. Inoltre, le analisi LCA (**Life Cycle Assessment**), conformi alla normativa ISO 14044, hanno confermato i vantaggi ambientali del pooling rispetto ai sistemi tradizionali di interscambio. Un esempio concreto di come anche la logistica possa diventare un alleato della sostenibilità.



L'Abbondanza

UN NUOVO GALA SUPERSTORE A FOIANO DELLA CHIANA: INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ AL SERVIZIO DEL TERRITORIO

Il 14 dicembre 2024 ha aperto le porte il nuovo Gala Superstore a Foiano della Chiana, diventando il 43° punto vendita della rete gestita da L'Abbondanza. Si tratta di un supermercato di nuova generazione, pensato non solo per offrire un'esperienza d'acquisto completa e di qualità, ma anche per ridurre al minimo l'impatto ambientale. L'edificio è stato costruito con particolare attenzione alla sostenibilità, raggiungendo la classe energetica A4. È dotato di un impianto fotovoltaico da oltre 165 kW, di sistemi di illuminazione interamente a LED e di impianti frigoriferi alimentati a CO₂, privi di gas inquinanti.

Anche i banchi refrigerati, con sportelli chiusi, contribuiscono a limitare la dispersione del freddo e a garantire una migliore conservazione dei prodotti. In linea con la visione green che caratterizza Gala, nel parcheggio sono state installate due colonnine per la ricarica di veicoli elettrici, a disposizione della clientela. Il nuovo punto vendita si distingue inoltre per l'offerta ricca e variegata, con un'attenzione particolare ai prodotti locali, biologici, salutistici e a base vegetale. Non mancano reparti qualificati come pescheria con piatti pronti, gastronomia, panetteria con pizza in pala cotta su pietra, macelleria servita ed enoteca con una selezione di vini e birre di pregio. Un luogo moderno, efficiente e accogliente, pensato per rispondere alle esigenze di spesa quotidiana e per contribuire attivamente allo sviluppo sostenibile del territorio.



Magazzini Gabrielli

VERSO UNA GESTIONE ENERGETICA STRUTTURATA

Nel corso del 2024 Magazzini Gabrielli ha intensificato il proprio impegno verso un uso più consapevole e responsabile dell'energia, avviando un percorso strutturato per l'ottenimento della certificazione ISO 50001, prevista entro giugno 2025.

Questo **Sistema di Gestione dell'Energia** punta a ottimizzare i consumi, ridurre l'impatto ambientale e promuovere un modello operativo basato su efficienza e sostenibilità. Il processo ha previsto un'approfondita analisi dei consumi energetici, l'installazione di strumenti di monitoraggio avanzati, la formazione del personale e l'attuazione di misure di efficientamento, con un focus specifico sull'approvvigionamento da fonti rinnovabili. Una volta completate le verifiche e gli audit interni, l'ente certificatore validerà il sistema secondo gli standard internazionali richiesti.

A supporto dell'attività di monitoraggio, l'azienda può usufruire di una piattaforma online QLIK, per la lettura remota di tutti i dati energetici, che consente di effettuare analisi comparative tra i diversi punti vendita e di elaborare scelte strategiche in merito ai possibili interventi di rinnovo delle filiali.



Magazzini Gabrielli

ESPANSIONE DEGLI IMPIANTI FOTOVOLTAICI NEL 2024

Nel 2024 il Gruppo Gabrielli ha completato l'installazione di **nuovi impianti fotovoltaici in quattro punti vendita** situati a Corciano, Monticelli, Pescara Arapietra e Osimo. Questo intervento rappresenta un passo concreto nel percorso dell'azienda verso l'aumento della produzione di energia da fonti rinnovabili, con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale e favorire un modello di consumo più sostenibile. L'impiego dell'energia solare nei punti vendita consente di diminuire la dipendenza da fonti fossili, contribuendo al tempo stesso al miglioramento dell'efficienza energetica complessiva dell'organizzazione. In continuità con questo impegno, è già prevista nel breve periodo l'attivazione di quattro nuovi impianti fotovoltaici presso i punti vendita di Ragnola, Castelfidardo, San Benedetto (via Marsala) e Jesi, a testimonianza di una strategia energetica che punta alla continuità e al lungo termine.



Megamark

RACCOLTA E RICICLO: UN SERVIZIO AI CLIENTI, UN IMPEGNO PER L'AMBIENTE

Prosegue e si rafforza l'iniziativa dedicata alla **raccolta degli oli vegetali esausti di origine domestica**. I Clienti possono smaltire in modo corretto l'olio utilizzato per frittture e sott'oli presso 143 stazioni di raccolta attive nei punti vendita del Gruppo. Nel corso dell'anno sono stati raccolti 47.277 kg di oli, più del triplo rispetto all'anno precedente. Un risultato che contribuisce a prevenire l'inquinamento di acque e suoli e a trasformare questi scarti in risorse rinnovabili come biocarburanti o lubrificanti. A questa attività si aggiunge l'installazione di contenitori per la raccolta dei farmaci scaduti in 26 punti vendita, offrendo ai Clienti un servizio comodo e utile per uno smaltimento corretto, normalmente riservato alle farmacie.



Megamark / Sole 365

UN CICLO VIRTUOSO CONTRO LO SPRECO: IL RIUTILIZZO NELLE PRODUZIONI INTERNE

AP Commerciale, con la sua insegna Sole365, crede che la sostenibilità passi anche dalle piccole grandi scelte quotidiane. Per questo, l'Azienda ha implementato un **sistema di trasferimento interno delle materie prime tra i reparti di lavorazione**, così da valorizzare ogni risorsa alimentare e ridurre al minimo gli sprechi. Quando un prodotto non può più essere messo in vendita a causa di imperfezioni nella confezione, ma è ancora perfettamente idoneo al consumo, viene reimpiegato nelle preparazioni della gastronomia e cucina interna. Così facendo, si trasforma un potenziale scarto in una nuova opportunità, garantendo qualità, sicurezza e rispetto per il valore del cibo. Un gesto concreto per combattere lo spreco alimentare, dare nuova vita ai prodotti e completare un ciclo virtuoso di economia circolare nel punto vendita.



Megamark / Sole 365

"BUONA DA MANGIARE"

Con l'obiettivo di promuovere un'alimentazione sana e, allo stesso tempo, contrastare lo spreco alimentare, l'insegna Sole365 ha lanciato nei propri punti vendita l'iniziativa **"Buona da mangiare, vai oltre l'apparenza"**. Protagonista è la frutta e verdura con piccole imperfezioni estetiche, ma ancora perfettamente buona e sicura da consumare. Questi prodotti vengono confezionati e proposti in corner dedicati, invitando i Clienti a fare scelte più consapevoli e sostenibili. Attivo da maggio 2023 in tutta la rete, il progetto ha già permesso di recuperare una quantità significativa di ortofrutta che altrimenti sarebbe stata scartata, dimostrando che anche un prodotto non perfetto può avere un grande valore. Solo nel 2024, il progetto ha salvato 157.000 kg di frutta e verdura altrimenti destinati a rifiuto.



Superemme

NUOVA SEDE AMMINISTRATIVA: INNOVAZIONE, EFFICIENZA, MENO IMPATTO AMBIENTALE

Nel 2024 Superemme ha inaugurato la sua nuova Sede Amministrativa, pensata, disegnata, definita, realizzata e arredata, per ospitare oltre 100 dipendenti, in uno **spazio accogliente, inclusivo e sinergico**. Un fabbricato costruito con isolamento termico tale da consentire di ridurre i consumi energetici legati alla climatizzazione, abbattendo così l'impatto delle attività quotidiane in termini di energia utilizzata per il riscaldamento e il raffreddamento degli ambienti. A supporto della mobilità sostenibile, nel parcheggio coperto della sede sono state installate due colonnine per la ricarica di veicoli elettrici per i dipendenti. L'intervento rientra in un piano più ampio di efficientamento che coinvolge l'intera rete dei punti vendita a insegna Super Pan e Iper Pan: facciate ventilate per migliorare l'isolamento, nuovi banchi frigoriferi chiusi, fotovoltaico, centrali più performanti e l'introduzione di veicoli aziendali più sostenibili.



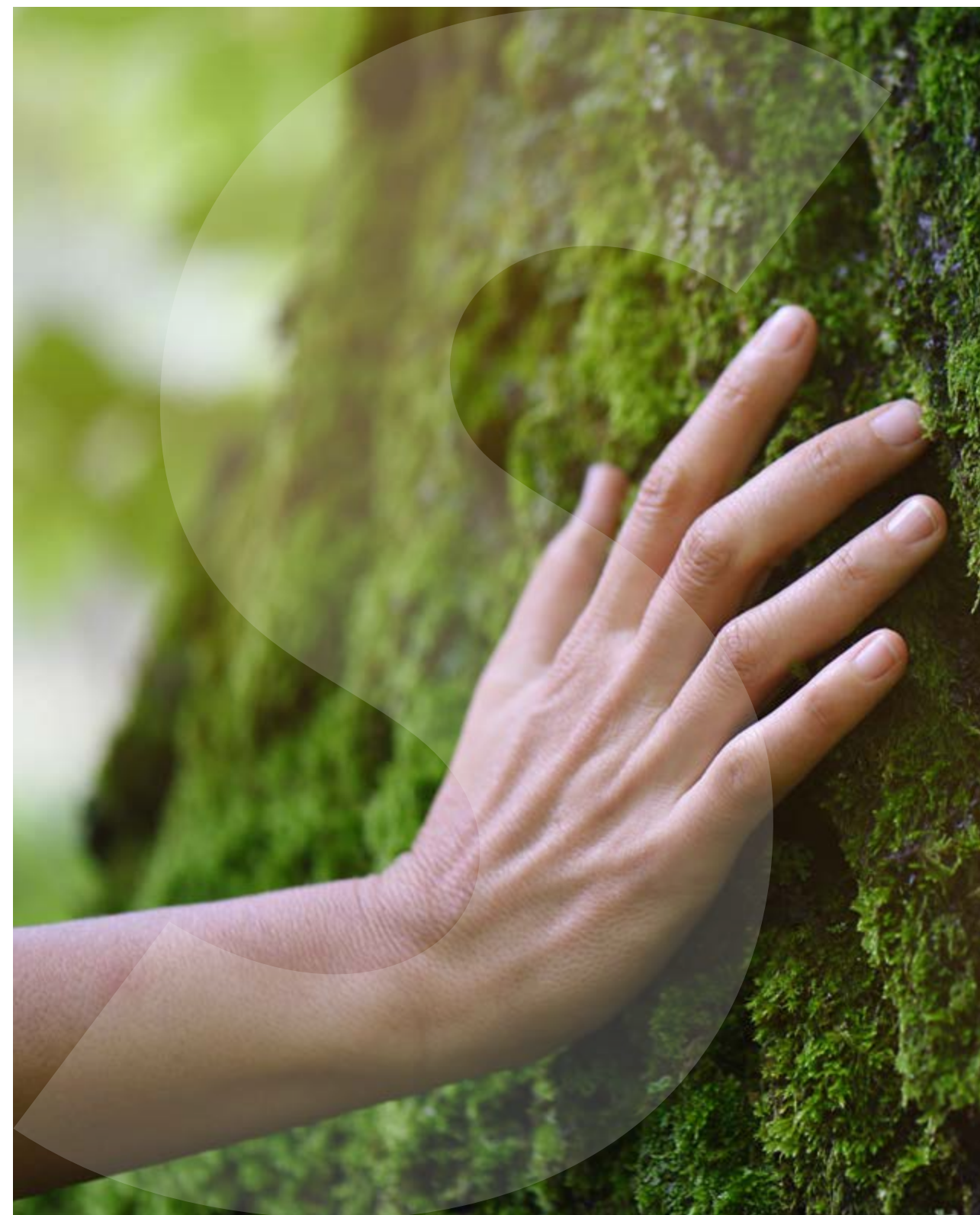
Superemme MENO SPRECHI, PIÙ VALORE

Ogni giorno, Superemme si impegna a ridurre lo spreco alimentare attraverso una gestione sempre più efficiente delle scorte. L'ottimizzazione dei flussi, la pianificazione accurata e il miglioramento delle procedure di inventario sono parte integrante del percorso verso un consumo più responsabile. Oltre all'adesione al progetto Too Good to Go, in questo contesto si inserisce anche l'iniziativa **"Ultimi Giorni"**, attiva in tutti i punti vendita della rete Pan. I prodotti freschi e le carni confezionate prossimi alla scadenza, a partire da tre giorni prima della data indicata, vengono proposti con sconti minimi del 30%, evidenziati a scaffale. Per le altre categorie merceologiche, lo sconto è modulato in base alla shelf-life residua e alle giacenze. Un gesto semplice ma concreto che consente di evitare sprechi, offrire valore ai Clienti e contribuire a un sistema alimentare più sostenibile.



Superemme LE PRATICHE DI ECONOMIA CIRCOLARE

Superemme promuove un modello operativo fondato sulla riduzione degli sprechi, il riuso e la rigenerazione delle risorse. Tra le azioni più significative rientra l'utilizzo del sistema di **Pallet Pooling con Fornitore Specializzato**, che consente il riutilizzo continuo dei pallet all'interno di una rete logistica condivisa, riducendo l'uso di legno, le emissioni e i rifiuti. Solo nel 2024, Superemme ha raggiunto un tasso medio di raccolta dei pallet del 97,81%, risultato che riflette l'impegno concreto nella gestione responsabile dei materiali e nel riutilizzo di asset logistici, contribuendo alla riduzione dell'uso di nuove materie prime. A questo si affianca lo scambio alla pari dei pallet in legno, che evita l'accumulo di imballi e limita la produzione di nuovi. Inoltre, nella gestione interna, Superemme rigenera i gas refrigeranti dismessi dai banchi e impianti, reimmettendoli nel circuito aziendale, evitando lo smaltimento e riducendo la domanda di nuove risorse. Anche i cestini per la spesa danneggiati vengono restituiti al fornitore per il recupero della plastica, prolungandone il ciclo di vita. Un insieme di pratiche concrete che riflettono l'impegno quotidiano dell'Azienda per un'economia più circolare, efficiente e sostenibile.





Rafforzamento della governance
della sostenibilità

Evoluzione della strategia di sostenibilità

Gestione più sostenibile dei fornitori

8. LE STRATEGIE DI CRESCITA

Un percorso sempre più strutturato e sostenibile ____ 168



Un percorso sempre più strutturato e sostenibile

Nel 2024, la Centrale e le Imprese Socie del Gruppo Selex hanno proseguito con continuità e convinzione il proprio impegno in ambito ESG, rafforzando strumenti e competenze già avviati negli anni precedenti e allargando progressivamente il perimetro delle attività.

In un contesto normativo europeo in costante evoluzione, il Gruppo ha scelto di continuare il proprio percorso verso una rendicontazione sempre più strutturata e conforme alle aspettative del mercato e degli stakeholder.

Pur a fronte del rinvio degli obblighi previsti dalla Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), formalizzato dal provvedimento "Stop-the-Clock", la Centrale e molte Imprese Socie continuano ad affrontare queste tematiche con serietà e gradualità rispetto ai requisiti richiesti dagli European Sustainability Reporting Standards (ESRS). Questo approccio volontario e progressivo mira a **consolidare una solida cultura della sostenibilità**, ad anticipare i futuri obblighi normativi e a trasformare la sostenibilità in una vera e propria leva strategica e gestionale.



A partire dal 2025, il lavoro già intrapreso troverà una nuova concretizzazione lungo tre principali direttrici strategiche:

1

RAFFORZAMENTO DELLA GOVERNANCE DI SOSTENIBILITÀ

Molte Imprese Socie hanno in programma di avviare un processo di **riorganizzazione dell'area RSI**, destinando risorse specifiche alla gestione delle tematiche di sostenibilità, che consentirà di gestire i progetti in modo più strutturato ed efficace. Inoltre, le **Commissioni RSI**, attive da anni e partecipate da tutte le imprese del Gruppo, **verranno rinnovate attraverso un nuovo format di tipo laboratoriale**, pensato per offrire strumenti concreti alle Imprese Socie, favorire lo scambio di buone pratiche e facilitare l'allineamento ai nuovi requisiti di trasparenza e responsabilità richiesti dal contesto normativo e dal mercato. Infine, prenderà avvio il **Comitato di Sostenibilità della Centrale Selex**, concepito come spazio di confronto trasversale per condividere strategie e coordinare azioni comuni.

2

EVOLUZIONE DELLA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

Nel corso del 2025, diverse Imprese Socie prevedono di avviare un percorso per elaborare e implementare la propria **Strategia di Sostenibilità**, nel rispetto delle specificità territoriali e organizzative di ogni realtà. In questo contesto, anche la Centrale Selex avvierà un progetto strutturato dedicato alla propria strategia, accompagnata da un focus specifico sui prodotti a marchio del distributore, che rivestono un ruolo centrale.

3

GESTIONE PIÙ SOSTENIBILE DEI FORNITORI

Il rafforzamento delle pratiche di sostenibilità lungo la filiera rappresenta una priorità per il Gruppo, **soprattutto in relazione alle Marche del Distributore**, che vede in Selex il principale attore nella selezione e nel monitoraggio dei fornitori. In un contesto normativo sempre più attento e complicato, la volontà è quella di **accompagnare i fornitori MDD verso una maggiore consapevolezza e responsabilità** rispetto agli impatti ambientali, sociali ed etici delle loro attività. Parallelamente, la Centrale intende supportare anche le Imprese Socie nello **sviluppo di competenze e strumenti utili a migliorare la gestione dei propri fornitori diretti**, promuovendo un percorso di sensibilizzazione e confronto dedicato.



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