

il gigante

The background features a stylized illustration. The top half shows a light blue sky with a pattern of white, leaf-like shapes. Below this is a dark blue forest of vertical lines representing trees. A waterfall flows from the forest down into a series of dark blue, wavy lines representing water at the bottom.

Gli Specialisti del Fresco

BILANCIO
di **SOSTENIBILITÀ**
2024

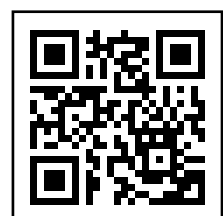
BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ RIALTO S.p.A. 2024
PUBBLICAZIONE REALIZZATA
dalla Commissione Responsabilità Sociale d'Impresa

Rialto S.p.A.
Via Clerici, 342
20091 Bresso (MI)

CON IL SUPPORTO DI

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

Via San Vittore, 18
20123 Milano



**SCOPRI
CHI SIAMO**

DESIGN E IMPAGINAZIONE A CURA DELL'UFFICIO GRAFICO DE IL GIGANTE

Il documento è disponibile anche sul sito www.ilgigante.net



*Il nostro impegno quotidiano
per consolidare la fiducia
dei nostri collaboratori e clienti,
per preservare l'ambiente in cui viviamo,
per sostenere la comunità in cui operiamo.*



*"Dietro ogni nostra azione
c'è un pensiero rivolto a una persona,
una comunità, una famiglia.
Per loro faremo sempre il nostro meglio"*

Lettera del Presidente agli Stakeholder

Gentili lettrici e lettori,

è con grande piacere che presentiamo la **seconda edizione del nostro Bilancio di Sostenibilità**, un documento che rappresenta non solo un rendiconto delle attività svolte, ma anche una testimonianza del nostro costante impegno verso una crescita sostenibile, responsabile e coerente con i valori che da sempre ci guidano.

In un'epoca in cui la tecnologia ha un ruolo sempre più determinante nel disegnare il futuro, crediamo sia essenziale accompagnare l'innovazione con **pratiche ambientali, sociali e di governance evolute e concrete**, capaci di generare un impatto positivo sulle persone, sulle organizzazioni e sulla società nel suo insieme.

Nel corso di oltre cinquant'anni, **il Gigante** è cresciuto fino a diventare una realtà imprenditoriale solida e riconosciuta a livello nazionale, che può contare sull'impegno di oltre 4.800 persone. La nostra storia si fonda sulla ricerca dell'eccellenza nel settore alimentare e su un'insegna che ha saputo coniugare **radicamento territoriale, tradizione e capacità di innovazione**.

Ogni giorno lavoriamo per rispondere con competenza e creatività alle esigenze dei nostri clienti, unendo la qualità del "saper fare" italiano con processi sempre più efficienti e sostenibili.

Negli anni abbiamo attraversato cambiamenti profondi, innovazioni e trasformazioni epocali, ma una cosa è rimasta immutata: la **passione per il nostro lavoro** e la volontà di generare valore duraturo per i nostri dipendenti, i nostri fornitori, i nostri clienti e per le comunità in cui operiamo.

Vi invitiamo a leggere questo Bilancio come una **dichiarazione di impegno**: la testimonianza di un percorso che guarda con fiducia al futuro, con l'obiettivo di contribuire alla crescita sostenibile, inclusiva e responsabile dei territori e delle persone che ogni giorno ci accompagnano.

Desideriamo ringraziare tutti i nostri stakeholder per **la fiducia, la collaborazione e il sostegno** che continuano a ispirare il nostro cammino verso un domani più equo e sostenibile.

Con gratitudine,

Il Presidente
Giancarlo Panizza



Indice

1

INFORMAZIONI GENERALI

1.1.2/Sommario/Highlights 2024.....	pag. 8
1.2.1/Il nostro modello di business/ La crescita de il Gigante: oltre 50 anni a servizio del cliente	pag. 11
1.2.2/Il nostro modello di business/ La nostra attività	pag. 21
1.3.1/La governance di Rialto S.p.a./ Gli organi di amministrazione, direzione e controllo	pag. 35
1.4.1/Il processo di rendicontazione/ Il nostro percorso volontario nella rendicontazione della sostenibilità	pag. 41
1.4.2/Il processo di rendicontazione/ Il processo di valutazione degli impatti di sostenibilità e dei rischi e opportunità connessi	pag. 43

2

TEMI AMBIENTALI

2.1.1/Cambiamento climatico ed emissioni/ Il nostro impegno	pag. 53
2.1.2/Cambiamento climatico ed emissioni/ Consumi energetici ed emissioni	pag. 67
2.2/Uso delle risorse ed economia circolare.....	pag. 77
2.2.1/Uso delle risorse ed economia circolare/ In prima linea contro lo spreco alimentare	pag. 77
2.2.2/Uso delle risorse ed economia circolare/ Le risorse: il nostro utilizzo responsabile	pag. 83
2.2.3/Uso delle risorse ed economia circolare/ I rifiuti: da scarti a risorse	pag. 91

3

TEMI SOCIALI

3.1.1/Forza lavoro propria/ La squadra de il Gigante	pag. 93
3.1.2/Forza lavoro propria/ Benessere dei dipendenti	pag. 97
3.1.3/Forza lavoro propria/ La formazione in azienda	pag. 101
3.1.4/Forza lavoro propria/ Come gestiamo la salute e sicurezza	pag. 109
3.1.5/Forza lavoro propria/ Il nostro impegno per la parità di genere	pag. 112
3.2/Comunità interessate.....	pag. 117
3.2.1/Comunità interessate/ Vicino alla comunità. La solidarietà nei fatti	pag. 117
3.3.1/Consumatori ed utilizzatori finali/ Il cliente al centro	pag. 137
3.3.2/Consumatori ed utilizzatori finali/ I servizi al cliente	pag. 141
3.3.3/Consumatori ed utilizzatori finali/ Sicurezza del cliente	pag. 159
3.3.4/Consumatori ed utilizzatori finali/ Comunicazione, sensibilizzazione e trasparenza	pag. 167

4

TEMI DI GOVERNANCE

4.1.1/Condotta delle imprese/ Etica e cultura de il Gigante	pag. 173
4.1.2/Condotta delle imprese/ I nostri fornitori	pag. 183

5

APPENDICE

5.1/Annex E1.....	pag. 207
-------------------	----------

HIGHLIGHTS 2024

1.195 milioni

di euro il totale dei ricavi netti delle vendite

608 milioni

di euro il totale dell'attivo

61

punti vendita diretti

9

punti vendita affiliati

18

Centri Commerciali

64,27% donne

35,73% uomini

92,80%

dipendenti assunti a tempo indeterminato

20.754

ore di formazione complessive erogate nel 2024

HIGHLIGHTS 2024

96,90%

fornitori italiani su fornitori totali

59,50%

fornitori regionali (Lombardia, Piemonte, Emilia Romagna)
su fornitori italiani

441.444

euro il valore distribuito alla comunità nel 2024

+205,61%

di energia autoprodotta da fonte rinnovabile
e consumata nel 2024

170,42

tonnellate di CO2 equivalente risparmiata
grazie all'autoconsumo di energia rinnovabile nel 2024

568.239 kg

di beni alimentari in eccedenza donati nel 2024



Informazioni generali



IL NOSTRO MODELLO DI BUSINESS

1.2.1 La crescita de il Gigante: oltre 50 anni a servizio del cliente

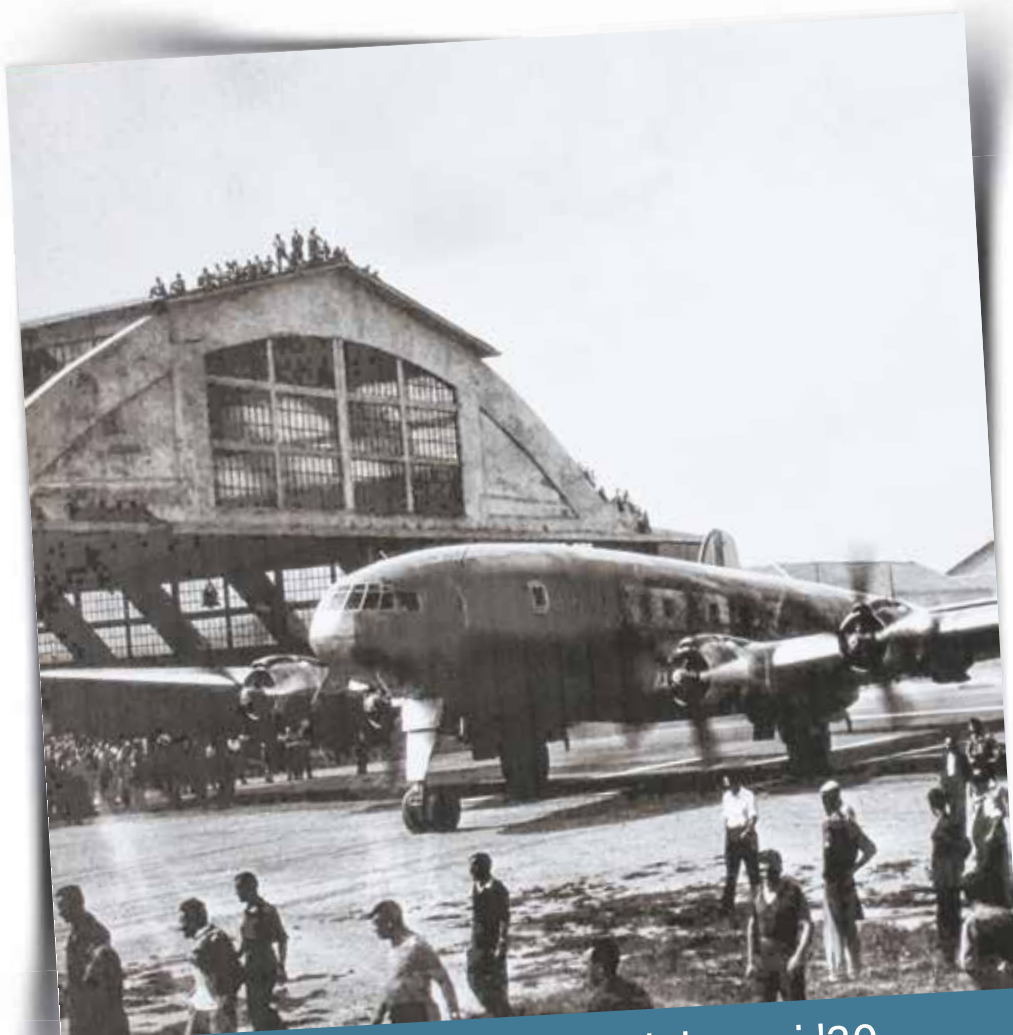
21 settembre 1972

Una data che segna l'inizio di una grande avventura

In un'Italia in trasformazione, il Presidente Giancarlo Panizza, insieme ad altri 29 commercianti, apre il primo punto vendita de il Gigante in Viale Marelli, 19 a Sesto San Giovanni (MI). Una sfida ambiziosa: unire la vendita di prodotti alimentari a quella di prodotti non alimentari, dando vita a una nuova esperienza di shopping, precursore di quello che oggi conosciamo come moderno "ipermercato".

L'idea non tarda a farsi notare. Solo pochi mesi dopo, nel 1973, prende vita una struttura logistica innovativa per l'epoca: sorge la sede centrale della nostra azienda, con annesso il centro distributivo, all'interno dell'area dell'ex fabbrica Breda-Caproni a Bresso (MI) in Via Giancarlo Clerici, 342. È un passo audace e visionario, che getta le basi per un futuro di grande crescita. La fiducia dei clienti incrementa rapidamente, spinta dalla qualità e dall'innovazione dell'offerta. In pochi anni, i punti vendita si moltiplicano, portando l'insegna il Gigante a radicarsi sempre più nel cuore delle comunità.





Bresso (MI) Via Clerici, anni '30



Bascapè (PV) anno 2024

Innovazione e crescita continua

Il desiderio di fare sempre meglio spinge l'azienda verso nuovi traguardi: nel 1985 apre il primo ipermercato a Somma Lombardo (VA), mentre nel 1994 nasce il primo centro commerciale a Montanaso Lombardo (LO). Il Gigante diventa un punto di riferimento per le famiglie, non solo per la spesa, ma anche come luogo di aggregazione.

Nel 1998, allo scopo di premiare la fiducia dei clienti, viene lanciata la **Blucard**, un programma di fidelizzazione che supera ogni aspettativa. In breve tempo, Blucard diventa un elemento distintivo della catena: oggi, il 90% dei clienti la utilizza per i propri acquisti, permettendo l'accesso anche alle numerose iniziative commerciali e di solidarietà che rafforzano il legame con il territorio.

Un'idea che non si ferma mai

Con il nuovo millennio, il Gigante continua a crescere. Arrivano nuove aperture in Lombardia, Piemonte ed Emilia-Romagna, fino a raggiungere i 61 punti vendita diretti attuali. Nel 2010 nasce anche il progetto franchising con l'insegna "il mio Gigante", che oggi conta 9 punti vendita affiliati.

Sempre attenti ai bisogni dei clienti, negli anni vengono introdotti nuovi servizi: ristoranti, bar, distributori di carburante, negozi per animali domestici e reparti dedicati a prodotti biologici, per celiaci e sushi. Ogni passo è guidato da un unico obiettivo: **offrire un'esperienza d'acquisto unica e completa.**

È in questi anni (2015) che il Gigante **entra nel Gruppo Commerciale Selex**. Oltre al rafforzamento del poter contrattuale offerto dalla Centrale di Acquisto più grande in Italia, la partecipazione a Selex rappresenta un'opportunità unica di confronto e scambio con altre realtà e imprenditori accomunati dalla stessa passione e che condividono gli stessi valori e l'impegno per offrire il meglio ai propri clienti.

Questo confronto ha arricchito l'esperienza e le competenze della nostra azienda, stimolando l'innovazione e il miglioramento costante.



P R E Z Z O

**BASSO
SEMPRE**

**SU 1000
PRODOTTI
A MARCHIO**



L'importanza del prodotto a marchio

Nel corso degli anni, il Gigante ha fatto della qualità una promessa mantenuta ogni giorno, espressa in modo particolare nei prodotti a marchio. Selezionati con cura, offrono ai clienti un'alternativa di valore, con standard qualitativi paragonabili a quelli delle marche più note, ma a prezzi ancora più accessibili.

"Questa scelta rappresenta un impegno concreto nei confronti delle famiglie che serviamo, garantendo la convenienza, ma senza mai scendere a compromessi sulla qualità"

La selezione, che spazia in ogni genere, riflette l'attenzione per la tradizione e l'artigianalità, in linea con la produzione propria che, in particolare, è uno dei pilastri dell'offerta: carne e pesce freschissimi provenienti da filiere controllate, panificati realizzati quotidianamente, apprezzatissime gastronomia e pasticceria e un vasto assortimento che rispetta le eccellenze locali.

In questo percorso di crescita e specializzazione, nel 2018 è stato inaugurato il Centro di lavorazione del pesce fresco presso la piattaforma di Carpiano (MI), una tappa importante che ha ulteriormente rafforzato il posizionamento del Gigante come **"gli Specialisti del Fresco"**, payoff che sintetizza al meglio l'essenza dell'insegna sempre più riconosciuta dal pubblico e nel 2021 il Centro di lavorazione dei piatti pronti di cucina presso la piattaforma di Villasanta (MB).

Entrambi i siti produttivi sono confluiti presso la piattaforma unica di Bascapè (PV) nel 2024, quale ulteriore percorso sinergico e di evoluzione strategica.





Il Gigante 2 di Via Grandi Sesto San Giovanni (MI), anno 1973



Il Gigante 29 di Via Don Allamano Castello di Brianza (LC), anno 2024

Fedeli alle origini, proiettati nel domani

Per 50 anni, il Gigante è cresciuto accanto alle persone, con responsabilità e dedizione. La cura per la qualità è stata una costante, soprattutto nei prodotti freschi: dal 1998, con la creazione di filiere controllate per carni bovine, avicole e di coniglio, l'azienda garantisce ancora più sicurezza e artigianalità, rispettando sempre il territorio e i suoi valori.

Il marchio de il Gigante non è solo un simbolo, ma una tradizione che vive grazie al lavoro e alla passione di oltre 20.000 collaboratori che dal 1972 ad oggi ne hanno scritto la storia. Una storia italiana di successo, fatta di persone, innovazione e impegno, che continua a scrivere nuove pagine, restando fedele a un'unica grande missione: **mettere sempre il cliente al centro**.

Oggi questa storia continua a scrivere nuove pagine.

L'apertura dei punti vendita di San Giuliano Milanese (MI), Desio (MB) e Castello di Brianza (LC) nel 2024 segna un traguardo che testimonia la solidità dell'azienda e la sua capacità di crescere, onorando le sue promesse.

L'innovazione e lo sguardo al futuro

Negli ultimi anni, il Gigante ha scelto di guardare avanti, abbracciando l'**innovazione** come chiave per crescere e migliorare. Dopo aver inaugurato due dark store dedicati all'**e-commerce**, inizialmente separati e poi unificati nel 2024 presso la sede centrale di Bresso, l'azienda ha deciso di portare lo stesso spirito innovativo nel cuore della logistica.

Per rispondere alla sfida legata all'espansione della rete commerciale e alla necessità di gestire cinque depositi separati sul territorio, nel 2024 è stato inaugurato il nuovo **polo logistico centralizzato sito in Bascapè (PV)**: una struttura moderna e tecnologicamente avanzata, pensata per garantire operazioni più rapide ed efficienti in tutta la rete. La nuova struttura non è solo un magazzino; è il motore che sostiene tutta la rete, un simbolo tangibile di come l'innovazione possa trasformare la complessità in efficienza.



Il nuovo polo logistico di Bascapè: innovazione, efficienza e sostenibilità

La consapevolezza di dover ottimizzare i processi di distribuzione sempre più articolati per via della crescita della rete vendita e la volontà di cogliere le opportunità di miglioramento rese possibili dall'innovazione tecnologica, hanno portato Rialto S.p.A. ad inaugurare, nella seconda metà del 2024, il **nuovo polo logistico aziendale**, localizzato nel comune di Bascapè (PV). Il nuovo polo ha visto l'introduzione di una struttura moderna e tecnologicamente avanzata, con **due edifici** funzionalmente distinti: il primo con **circa 66 mila mq**, dedicato allo **stoccaggio di prodotti alimentari e non a temperatura ambiente**, il secondo con oltre **27 mila mq** destinati allo **stoccaggio di merci a temperatura controllata**, con impianti all'avanguardia per garantire il mantenimento della catena del freddo, a seconda della temperatura più appropriata per ciascuna tipologia di merce.

L'inaugurazione del nuovo polo logistico di Bascapè ha permesso di introdurre soluzioni innovative per la gestione della logistica, aumentando l'efficienza operativa, riducendo i mezzi in circolazione e, quindi, le emissioni ambientali, oltre ad ottimizzare il flusso di merci e imballaggi.

Ma non solo: la struttura è dotata di un magazzino refrigerato che integra **tecnologie sostenibili e ad alta efficienza**, con un **sistema refrigerante a basso impatto ambientale** che recupera il calore, **baie isotermitiche** per ridurre le dispersioni termiche e **illuminazione regolabile** con sensori di presenza per ottimizzare i consumi energetici (per maggiori approfondimenti, si veda il box di approfondimento "Il nuovo sito logistico di Bascapè: innovazione e sostenibilità ambientale", cap.2, paragrafo 2.1 "Cambiamento climatico ed emissioni").

Gli immobili sono progettati per garantire **mobilità efficiente e sostenibile**: tutti i mezzi impiegati per la movimentazione delle merci sono elettrici, le baie di carico su entrambi i lati facilitano entrata e uscita della merce e ampi piazzali e vie di circolazione agevolano il traffico dei veicoli. Sono inoltre presenti aree di parcheggio dedicate ai veicoli elettrici e ai mezzi di mobilità individuale del personale, con zone coperte e sorvegliate per garantire sicurezza e sostenibilità.

L'area è progettata per **gestire in modo responsabile anche le risorse idriche**: oltre all'introduzione di bacini di raccolta che consentono di trattenere temporaneamente l'acqua piovana in eccesso, evitando allagamenti, è stato introdotto un **sistema di acque duali**, grazie al quale si può limitare il consumo di acqua potabile, potendo utilizzare l'acqua non potabile per irrigare gli spazi verdi, alimentare i servizi igienici e la vasca antincendio.

La progettazione del polo ha posto al centro anche il **benessere delle persone**. In particolare, per offrire agli autisti comfort e sicurezza durante le soste, sono stati creati ambienti dedicati (locali di ristoro, servizi igienici e docce), mantenuti sempre in condizioni ottimali, pensati per rendere più piacevoli le soste obbligatorie e contribuire al benessere degli autisti e, più in generale, alla sicurezza su strada.

g

il gigante

Gli Specialisti del Fresco

Lombardia: 43

- 22 » Milano e provincia
- 7 » Monza Brianza e provincia
- 2 » Como e provincia
- 5 » Varese e provincia
- 3 » Bergamo e provincia
- 1 » Mantova e provincia
- 1 » Brescia e provincia
- 1 » Lodi e provincia
- 1 » Lecco e provincia

Piemonte: 15

- 2 » Asti e provincia
- 1 » Biella e provincia
- 1 » Cuneo e provincia
- 3 » Novara e provincia
- 7 » Torino e provincia
- 1 » Vercelli e provincia

Emilia Romagna: 2

- 1 » Piacenza e provincia
- 1 » Reggio Emilia



Lombardia: 1

- 1 » Lodi



Lombardia: 6

- 2 » Monza Brianza e provincia
- 1 » Como e provincia
- 1 » Varese e provincia
- 1 » Mantova e provincia
- 1 » Lodi e provincia

Piemonte: 1

- 1 » Novara e provincia



Lombardia: 4

- 3 » Milano e provincia
- 1 » Varese e provincia

Piemonte: 2

- 1 » Asti e provincia
- 1 » Novara e provincia

Emilia Romagna: 1

- 1 » Piacenza e provincia



Lombardia: 12

- 3 » Milano e provincia
- 3 » Monza Brianza e provincia
- 1 » Como e provincia
- 3 » Varese e provincia
- 1 » Mantova e provincia
- 1 » Lodi e provincia

Piemonte: 4

- 1 » Asti e provincia
- 2 » Novara e provincia
- 1 » Torino

Emilia Romagna: 1

- 1 » Piacenza e provincia

1.2.2 La nostra attività

Il Gigante è la principale insegna commerciale della Rialto S.p.A., società che opera nel settore della Grande Distribuzione Organizzata nelle regioni della **Lombardia, Piemonte ed Emilia-Romagna**. Caratterizzata da un'importante spinta all'innovazione e fortemente orientata al cliente, la Rialto S.p.A. è attiva sul territorio con:

- ♦ l'insegna de **"il Gigante"**, destinata alla vendita al dettaglio di generi alimentari e non
- ♦ i **Centri Commerciali "il Gigante"**
- ♦ i distributori di carburanti a insegna **"il Gigante Self 24h"**
- ♦ l'insegna **"Animali che passione"**, specializzata nella vendita di prodotti dedicati alla cura degli animali domestici
- ♦ l'insegna **"GiTre"** che identifica il format "Every Day Low Price"

Nel 2024, la rete di vendita di Rialto S.p.A. conta:

- ♦ **60 punti vendita diretti ad insegna "il Gigante"**
- ♦ **1 punto vendita ad insegna "GiTre"**
- ♦ **1 dark store e-commerce**
- ♦ **7 punti vendita a insegna "Animali che passione"**

Numeri che le consentono di detenere una quota di mercato regionale pari al:

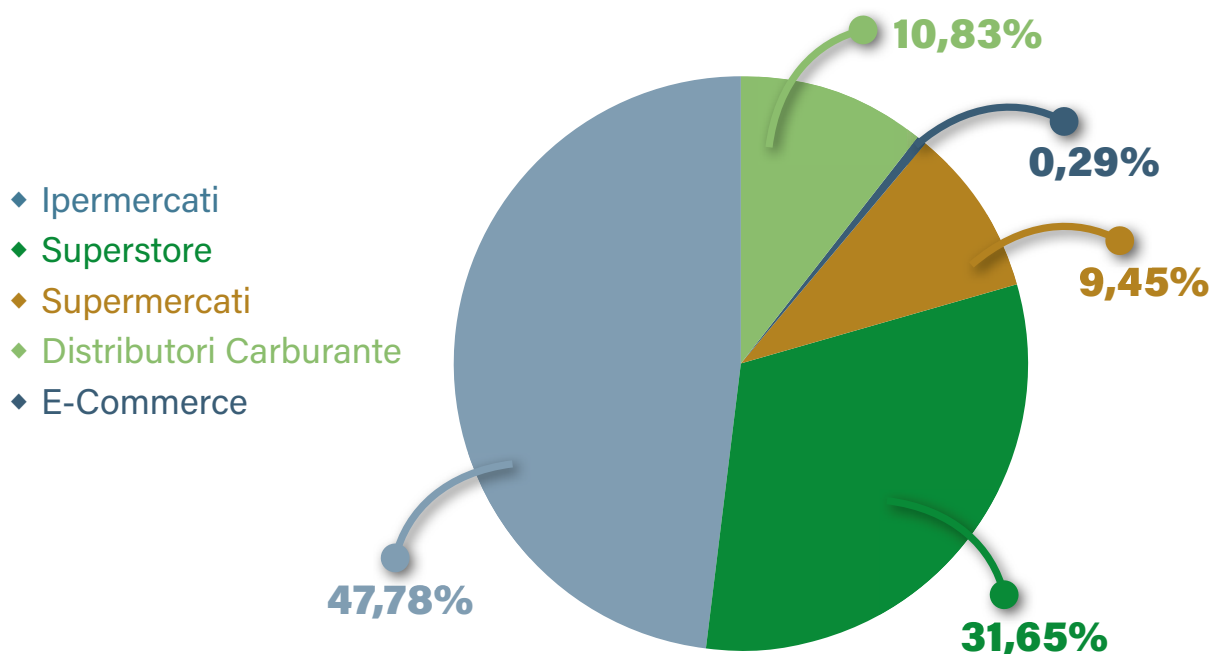
- ♦ **3,43%** in Lombardia,
- ♦ **2,54%** in Piemonte
- ♦ **0,29%** in Emilia-Romagna¹

Accanto all'attività di distribuzione al dettaglio, la Rialto S.p.A. gestisce:

- ♦ **7 distributori** per la vendita di carburante a insegna **"il Gigante Self 24h"**
- ♦ **18 Centri Commerciali** a insegna **"il Gigante-Centri Commerciali"**, di cui 17 di proprietà dell'azienda mentre 1 di proprietà di terzi.

Completa il perimetro di attività la rete di **franchising** a insegna **"il mio Gigante"**, costituita da 9 affiliati situati in Lombardia (Como, Monza-Brianza, Varese) e Piemonte (Torino).

Inoltre, la società Rialto S.p.A., tramite la controllata Commercialunione Prima S.r.l., gestisce 19 punti di ristorazione ad insegna A Modo Mio Bar & Food, A Modo Mio la Pizza, A modo Mio Ristorante e Pollo Alegre, siti, nella maggioranza, all'interno delle gallerie commerciali di proprietà della stessa, nelle regioni di Lombardia, Veneto e Liguria.



¹ Fonte: Dati Nielsen (GDO + Discount)



L'insegna il Gigante

La vision de "il Gigante": il Gigante si impegna ad essere la migliore soluzione alimentare per il consumatore del XXI secolo, garantendo la freschezza dei prodotti, la continuità nel servizio e il rispetto delle tradizioni.

L'insegna il Gigante rappresenta l'insegna principale di Rialto S.p.A. per il commercio al dettaglio. È presente sul territorio con **diversi format di vendita** - supermercati, superstore e ipermercati - così da incontrare le diverse esigenze dei clienti. Nel 2024 la rete si presenta con 61 punti vendita distribuiti in **15 supermercati, 26 superstore e 20 ipermercati**. Con oltre 115 mila referenze di prodotto, l'insegna il Gigante offre un vasto assortimento caratterizzato per il 32,64% dalla categoria food, con oltre 37 mila referenze di prodotto, e per il 67,36% dalla categoria non food, con oltre 77 mila referenze.

La cura e attenzione verso il cliente rappresentano un'importante linea guida per le nostre strategie di sviluppo. Infatti, proprio il desiderio di selezionare il meglio della produzione alimentare italiana e internazionale e renderla accessibile a prezzi vantaggiosi, ci ha spinto a creare una linea di **prodotti a marchio il Gigante**. Grazie a un processo di continua ricerca da parte dei nostri esperti, l'offerta di **oltre 1.200 prodotti a marchio**, si arricchisce quotidianamente di nuove proposte alimentari di alta qualità, ricche di tradizione, gusto e passione per il territorio, **prodotte per il 90% in stabilimenti italiani**.



Un'offerta di valore che si completa con prodotti di salumeria, macelleria, ortofrutta e gastronomia delle linee **"il Gigante firma la qualità"** e **"bontà Gigante"**, volte a valorizzare l'eccellenza sia in termini di provenienza sia per tecnica di produzione, e la linea esclusiva **"Assaggi e Paesaggi"** con prodotti, sia freschi sia grocery, **tipici della tradizione italiana e non solo.**

All'interno dell'assortimento sono presenti, inoltre, prodotti con maggior focus sulla sostenibilità ambientale: **prodotti regionali e locali**, come i prodotti **Piemunto** lavorati con il latte proveniente da allevamenti piemontesi, e **prodotti biologici**, tra cui sono presenti i prodotti freschi di pescheria e ortofrutta a **marchio Biologico il Gigante**. Ma non solo: a favore dell'**inclusione alimentare** vogliamo che gli assortimenti de il Gigante siano la soluzione alimentare per tutti. Volontà che ha portato l'azienda a proporre nei punti vendita una gamma di **prodotti di pasticceria fresca senza glutine** di produzione privata nel laboratorio dedicato, ma anche di **prodotti vegetali, vegani e prodotti senza lattosio.**

9



Il cuore della qualità: la produzione interna dei prodotti freschi

L'offerta de il Gigante si arricchisce grazie alle produzioni interne, frutto di laboratori centralizzati che rappresentano il cuore pulsante della qualità e dell'innovazione. Dal **centro di produzione di gastronomia** al **centro di lavorazione dei prodotti ittici**, passando dal **centro di produzione di pasticceria** e dal **laboratorio dedicato alla produzione di pasticceria e panificati senza glutine**, fino alla **piattaforma per la preparazione di carni rosse e bianche "pronte per la cottura"**, ogni struttura produttiva è pensata per garantire ai clienti prodotti sempre freschi e di alta qualità.

Tali strutture, dotate delle più moderne tecnologie e gestiti da personale altamente specializzato, permettono di coordinare e standardizzare ogni fase della produzione, rispettando rigorosamente gli standard di sicurezza del prodotto e assicurando una tracciabilità delle materie prime. L'accentramento delle lavorazioni consente inoltre un migliore controllo e gestione delle scorte, permettendo di portare la stessa qualità eccellente in tutti i negozi di tutte le dimensioni, dai punti vendita diretti a insegna "il Gigante" a quelli della rete di franchising "il mio Gigante".

I laboratori non rappresentano solo una garanzia di qualità: sono anche il motore dell'innovazione. Grazie a essi, nuove ricette e referenze vengono introdotte rapidamente, permettendo all'insegna di rispondere tempestivamente alle esigenze della propria clientela.



LE NOSTRE LINEE

BENESSERE



A completare l'offerta de il Gigante, nel 2024 sono stati introdotti anche i prodotti Selex **"Vivi Bene"**, una linea dedicata al **senza glutine**. Con questa gamma vogliamo rispondere in modo ancora più attento alle esigenze nutrizionali dei consumatori intolleranti al glutine, offrendo una selezione completa che spazia dalle farine alle pizze surgelate, dalla pasta ai dolci.

È presente il servizio di spesa online attraverso la **piattaforma CosìComodo®**, che propone le opzioni di ritiro veloce nel punto vendita **Click and Collect** e di **consegna a domicilio**.

Il Gigante pensa al cliente a tutto tondo, per questo offriamo diversi **servizi aggiuntivi alla spesa**: il servizio di **vendita semi-assistita** attraverso i reparti presidiati da **Specialisti del Fresco**; il servizio self scanning **"Agile e Vai"** che consente al cliente di poter effettuare la spesa in autonomia, con la scannerizzazione dei prodotti tra gli scaffali; il servizio **"SaliScendi"**, con la consegna a domicilio, fino al piano di casa, della spesa effettuata nei punti vendita.

Per altre informazioni sui servizi de il Gigante, si rimanda al capitolo 3. Temi sociali, paragrafo ESRS S4: Consumatori ed utilizzatori finali, sotto-paragrafo 3.3.2 "I nostri servizi al cliente".

FARE LA SPESA
ONLINE DA IL GIGANTE?
é COSÍCOMODO!



g



Gli Specialisti del Fresco

La promessa de il Gigante

Nel pay-off dell'insegna c'è la dichiarazione di intenti della nostra azienda. Si tratta di una vera e propria missione che perseguiamo nei fatti con rigore, attenzione, responsabilità e coinvolgimento. Con entusiasmo, soprattutto, perché crediamo che la cura del cliente, la risposta puntuale alle sue esigenze, la garanzia di qualità dei prodotti siano tutti fattori determinanti per il tipo di realtà commerciale che vogliamo essere.

"Gli Specialisti del Fresco" è la promessa che facciamo ai nostri clienti. Una promessa che manteniamo ogni giorno attraverso rigorosi e attenti processi per garantire la qualità dei prodotti alimentari freschi. Assicurare la genuinità dei prodotti è un impegno diffuso, che attraversa tutti i livelli produttivi e organizzativi della nostra azienda.

Controlliamo severamente modalità e tecniche di conservazione della merce. Monitoriamo l'intera catena di produzione e distribuzione, seguendo il prodotto dalla fase di lavorazione, passando per il confezionamento e posizionamento, fino al momento in cui giunge nelle mani del consumatore. Vigiliamo per questo su tempi di giacenza e spedizione, igiene e conformità del magazzino, mezzi di trasporto e materiali di confezionamento.

Una presenza attenta e costante che assicuriamo grazie alle persone de il Gigante. Sono loro i veri "Specialisti del Fresco", ambasciatori dei valori della nostra azienda che, grazie a una formazione continua e differenziata, garantiscono il rispetto degli standard qualitativi del prodotto e un'assistenza esperta al cliente.

Specialisti perché mettiamo all'opera competenze specifiche e professionalità per offrire prodotti di eccellenza nei reparti dedicati al fresco e nei nostri laboratori di produzione di pasticceria e panificati, di gastronomia, di lavorazione di prodotti ittici e di preparazione di carni "pronte per la cottura".

Fresco come sinonimo di qualità, ma anche di genuinità, di artigianalità, di territorio, di tradizione, di gusto, di cura.







L'insegna il Gigante Self 24h

L'offerta di Rialto S.p.A. propone un servizio di grande utilità collettiva attraverso la presenza di **7 stazioni di servizio** (prima aperta nel dicembre 2012) a insegna "il Gigante Self 24h" per la vendita di carburanti, tutte ubicate in aree limitrofe ad altrettanti punti vendita della catena², che permettono di coniugare il momento della spesa a quello del rifornimento, contando su prezzi competitivi. Gli impianti sono di tipologia Self24 ore con presidio diurno del personale per le operazioni di scarico, manutenzione e controllo.



Il Gigante Centri Commerciali

Il Gigante Centri Commerciali è l'insegna della rete di centri commerciali che la Rialto S.p.A. sviluppa con l'obiettivo di offrire ai clienti non solo una semplice esperienza di acquisto, ma piuttosto un luogo di aggregazione, incontro e condivisione, in linea con la filosofia aziendale di "Spazi da vivere".

Le gallerie nascono con l'idea di offrire ai clienti un luogo dove ogni esigenza possa trovare risposta. Passeggiando al loro interno, è possibile trovare tutto ciò di cui si può aver bisogno: dal parrucchiere al calzolaio, dal dentista alla parafarmacia, fino agli spazi dedicati alla ristorazione. Questi luoghi sono pensati e progettati per semplificare la quotidianità, creando un'esperienza su misura per il consumatore, che può contare su un'offerta completa e immediatamente accessibile, tutta a portata di mano.

Nel 2024, Rialto S.p.A. gestisce 18 Centri commerciali distribuiti tra Lombardia, Piemonte e Emilia Romagna (17 di proprietà), contando complessivamente **350 negozi** afferenti a diverse tipologie di merci e servizi, con oltre **55.000 mq affittati** per **250 insegne**.

² I distributori di benzina a marchio il Gigante si trovano presso i punti vendita di Villasanta (MB), Curtatone (MN), Vertemate con Minoprio (CO), Legnano (punto vendita di Castellanza) (VA), Lodi (punto vendita di Montanaso Lombardo) (LO), Usmate Velate (MB) e Trecate (NO).





L'insegna GiTre

L'insegna GiTre rappresenta la strategia commerciale **"Every Day Low Price"** (EDLP) di Rialto S.p.A. che prevede prezzi bassi tutto l'anno, assortimento ridotto, caricamento massivo degli scaffali, banchi pescheria, macelleria e panetteria solo a libero servizio. È un'insegna nata nel 2020 allo scopo di offrire al consumatore un'opportunità di acquisto di prodotti alimentari e non alimentari a prezzi competitivi tutto l'anno: **oltre 10.000 prodotti di grandi marche** che non si trovano al classico discount e **1.000 prodotti a marchio il Gigante** che ne danno certezza di qualità e risparmio.



L'insegna Animali che passione

"Animali che passione" è un'insegna nazionale del Gruppo Selex, presente in tutta Italia e specializzata nella vendita dei migliori prodotti e servizi per il benessere dei nostri amici animali. In collaborazione con Selex, "Animali che passione" si integra alla rete di vendita di Rialto S.p.A. e presenta **7 negozi** specializzati con un ampio assortimento di prodotti alimentari, una grande varietà di prodotti per la salute, la cura e l'igiene animale e accessori dedicati alla vita domestica e outdoor.

il mio
gigante

La rete di franchising "il mio Gigante"

"Il Mio Gigante" è la rete di franchising di Rialto S.p.A., specializzata nell'affiliazione. Attraverso questo marchio, il Gigante offre la propria esperienza e capacità organizzativa ai singoli imprenditori privati che intendono assumere il ruolo di protagonisti nella realtà in cui operano. Nel 2024 sono **affiliati 9 negozi**,

g



LA GOVERNANCE DI RIALTO S.P.A.

1.3.1 Gli organi di amministrazione, direzione e controllo

La Rialto S.p.A. è una società attiva nel settore del commercio al dettaglio in esercizi non specializzati, con prodotti alimentari e non alimentari, cui fanno capo le insegne "il Gigante", "il Gigante Self 24h", "Animali che passione", "Gitre" e l'insegna del canale ingrosso "il mio Gigante". La società è controllata per il 93,55% dalla società Riva Azzurra S.p.A.³, mentre la restante parte (6,45%) è detenuta dai consiglieri dipendenti della società Rialto S.p.A. (nella tabella il dettaglio del "Consiglio di Amministrazione di Rialto S.p.A."). Inoltre, detiene al 100% la società CommercialUnione Prima S.r.l., attiva nel campo della somministrazione commerciale.

Rialto S.p.A. è inoltre socia di **Selex Gruppo Commerciale S.p.A.** e, per tramite di quest'ultima, partecipa a ESD Italia S.r.l. e a EMD AG, potendo quindi contare su una solida partnership di fornitura.

³ La società Riva Azzurra S.p.A. è una società di partecipazioni che, a partire dal 2028, sarà tenuta a redigere la relazione di Sostenibilità all'interno del proprio bilancio d'esercizio. Ad oggi i perimetri non coincidono, ma sarà cura dell'azienda allineare il perimetro in vista dell'obbligo normativo. All'interno della capogruppo Riva Azzurra S.p.A., infatti, oltre a Rialto S.p.A., è presente la società CommercialUnione S.r.l., detenuta al 100% da Rialto S.p.A. e attiva nel campo della somministrazione commerciale.



La partecipazione de il Gigante nel Gruppo Commerciale Selex

La decisione de il Gigante di entrare nel gruppo Selex risale al 2015. Oltre al rafforzamento del poter contrattuale, la dinamica attività di Selex ci dà la certezza che l'impegno comune e congiunto con tutte le altre Imprese Socie ci rende più forti nell'affrontare le nuove e molteplici sfide che il settore riserva, traendone sempre nuove e importanti soddisfazioni.

Il nostro principale obiettivo rimane quello di continuare a migliorarci costantemente, mettendo sempre al centro i nostri clienti e le loro esigenze, nonché i fornitori con i quali collaboriamo tramite Selex G.C. e, a sua volta, tramite la centrale di acquisto nazionale ESD Italia e quella internazionale EMD.

Trovare insieme la strada per puntare al miglioramento continuo significa collaborare per condividere idee e soluzioni. Attraverso questa sinergia affrontiamo ormai da anni le sfide che il mercato ci propone, mantenendo l'eccellenza nel servizio, nella qualità e nella convenienza.



Rialto S.p.A ha attive altre collaborazioni strategiche con alcuni attori della propria catena del valore. È infatti socia di **GS1 Italy** per le attività di miglioramento della supply chain e rapporti tra industria e distribuzione e, da quasi 20 anni, è socia del **Consorzio CPR** con l'obiettivo condiviso tra i diversi soci (distributori, trasportatori, produttori) di ridurre all'interno della filiera agroalimentare, e in particolare agricola, l'utilizzo di imballaggi in legno, cartone e plastica, a favore di cassette CPR in plastica, impilabili, sanificabili e riutilizzabili. Infine, Rialto S.p.A. tramite la partecipazione a Selex G.C. fa parte di **Federdistribuzione**.

9



Consiglio di amministrazione			
Carica/Ruolo	Cognome e Nome	Genere	Età al 31/12/2024
Presidente esecutivo	Panizza Giancarlo	M	91
Vicepresidente	Ghezzi Alessandro	M	69
Consigliere esecutivo	Panizza Giorgio	M	50
Consigliera esecutivo	Panizza Giovanna	F	54
Consigliera esecutivo	Erba Donatella	F	79
Consigliere secutivo	Vailati Riccardo	M	62
Consigliere	Rastelli Simone	M	47
Consigliera	Giglioli Maria Ida	F	87
Consigliere	Fedeli Luigi	M	74

Tutti i consiglieri all'interno del Consiglio di amministrazione della Rialto S.p.A. sono dipendenti in quanto detengono quote di partecipazione della società.

Collegio sindacale			
Carica/Ruolo	Cognome e Nome	Genere	Età al 31/12/2024
Presidente	Colombi Pierangelo	M	65
Sindaco	Silvestri Antonello	M	50
Sindaco	Debernardi Luca Michele	M	59
Sindaco supplente	Metrangolo Mosè	M	48
Sindaco supplente	Bollini Claudia	M	37



IL PROCESSO DI RENDICONTAZIONE

1.4.1 Il nostro percorso volontario nella rendicontazione della sostenibilità

Dal 2023, abbiamo scelto di assumerci l'impegno di rendicontare i nostri impatti con responsabilità, consapevoli che ognuna delle nostre azioni può avere un effetto anche sulla collettività e sull'ambiente. Coerenti con questa scelta, pur non essendo formalmente obbligati dalla legislazione attualmente in vigore (Direttiva 2014/95/UE, recepita in Italia attraverso il Decreto Legislativo 30 dicembre 2016, n. 254), abbiamo deciso proseguire il **percorso di rendicontazione volontaria** del nostro impegno nell'ambito delle tematiche ESG, redigendo questo **secondo Bilancio di Sostenibilità**.

Il documento è il risultato di un lavoro collegiale che abbiamo portato avanti **all'interno della nostra azienda**. Sono stati coinvolti collaboratori di varie funzioni e professionisti a più livelli in un processo di collaborazione trasversale, con l'obiettivo di integrare competenze ed esperienze differenti per creare un Bilancio di Sostenibilità condiviso e partecipato.

È possibile consultare e scaricare il documento sul nostro sito **www.ilgigante.net**





1.4.2 Il processo di valutazione degli impatti di sostenibilità e dei rischi e opportunità connessi

Il perimetro del Bilancio di Sostenibilità 2024

Con l'entrata in vigore della Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)⁴, Rialto S.p.A. sarà tenuta a comunicare le proprie prestazioni di sostenibilità a partire dall'anno fiscale 2027 (pubblicazione nel 2028). Tali informazioni confluiranno all'interno della Relazione di Sostenibilità, parte a sua volta della Relazione di Gestione del Bilancio d'esercizio in capo alla società controllante Riva Azzurra S.p.A.

In vista di questo futuro obbligo normativo, abbiamo deciso di mantenere il perimetro di rendicontazione adottato nel precedente anno, corrispondente a quello della **società Rialto S.p.A.**

Poiché conosciuti sul mercato attraverso **l'insegna il Gigante**, anche per il 2024, abbiamo scelto di utilizzare come soggetto del Bilancio di Sostenibilità proprio quest'ultima insegna (incluso anche **GiTre, Centri Commerciali, il Gigante Self 24h**), così da rendere immediatamente riconoscibili e attribuibili informazioni, azioni e dati presentati ai nostri stakeholder.

Resta fermo **l'impegno dell'azienda per il prossimo futuro di allineare il perimetro** del presente Bilancio di Sostenibilità volontario con quello previsto dall'obbligo normativo in capo a Riva Azzurra a partire dalla pubblicazione del 2028.

⁴ La Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) è una direttiva dell'Unione Europea, entrata in vigore il 5 gennaio 2023 e recepita in Italia ad agosto 2024, che richiede alle imprese di comunicare gli impatti di sostenibilità, in merito alle questioni di carattere ambientale, sociale e di governance (ESG), ampliando notevolmente l'ambito della precedente direttiva NFRD (Non-Financial Reporting Directive).



In vista dell'obbligo normativo, abbiamo deciso di impostare già in questa fase volontaria, una rendicontazione dei temi ESG, con il supporto di **ALTIS Advisory, spin-off dell'Università Cattolica del Sacro Cuore**, ispirandoci alle richieste dei nuovi **Standard Europei** (European Sustainability Reporting Standard, o anche **ESRS**).

Le tematiche rendicontate nel presente documento sono, infatti, frutto di un'**analisi di doppia materialità**, che ha permesso l'identificazione degli Impatti, Rischi e Opportunità (IRO) rilevanti, sia dal punto di vista inside-out, (impatti che l'impresa genera su persone e ambiente), sia dal punto di vista outside-in (quando sono gli stakeholder sociali e l'ambiente a generare un impatto rilevante per la società, in una logica di rischio o opportunità economico-finanziaria).

Il processo di doppia materialità è stato fatto per la prima volta nel corso del 2024, in preparazione alla stesura del nostro primo Bilancio di Sostenibilità (2023) ed è stato effettuato mediante un'importante fase di coinvolgimento diretto non solo **all'interno della nostra azienda**, ma anche attraverso un dialogo e un confronto partecipativo con un gruppo di **stakeholder esterni selezionati**.

Tra gli **stakeholder interni** all'azienda abbiamo coinvolto la Direzione Generale e proprietà e i responsabili degli uffici Amministrativo, Prevenzione e protezione, Tecnico, Risorse Umane e Marketing. Contestualmente, abbiamo interpellato alcuni **stakeholder esterni**: Selex Gruppo Commerciale, l'Università Cattolica del Sacro Cuore, l'Associazione di categoria Federdistribuzione per il settore della Distribuzione Moderna, le principali banche con le quali collaboriamo, ma anche Associazioni del territorio e Fornitori di prodotti e servizi.

La scelta di confronto con i principali **attori esterni** è stata significativa e determinante nel recepire e comprendere appieno in che misura i temi di sostenibilità identificati come prioritari **corrispondano alle esigenze prioritarie dei nostri stakeholder**. Un incrocio importante nella lettura dell'impatto che la nostra azienda ha sulla comunità e un'area di presidio attivo per la valutazione di eventuali nuove azioni di miglioramento. L'obiettivo è, infatti, ascoltare e accogliere gli interessi dei vari portatori d'interesse, integrarli nelle nostre decisioni strategiche al fine di ottimizzare l'operatività dell'azienda.

Il processo che ci ha portato alla selezione degli IRO di seguito riportati è stato svolto in 6 fasi.

- 1 ■ Analisi del contesto esterno**, tramite un benchmark del settore sui temi ESG
- 2 ■ Identificazione di una lista di potenziali rischi, opportunità e impatti** che è stata sottoposta alla valutazione di materialità interna ed esterna
- 3 ■ Valutazione della rilevanza degli impatti** attraverso il coinvolgimento del nostro management interno e del gruppo di stakeholder esterni, con l'obiettivo di impostare un processo non autoreferenziale, in linea con le richieste degli standard
- 4 ■ Valutazione della rilevanza finanziaria** grazie al supporto del Direttore amministrativo
- 5 ■ Aggregazione dei risultati**, che ci ha permesso di considerare come rilevanti solo quegli IRO che hanno superato il valore soglia;
- 6 ■ Validazione degli impatti ad opera del CdA**: tutti gli organi di amministrazione, direzione e controllo sono stati informati sui risultati emersi dall'analisi di doppia materialità, ottenendo una valutazione degli impatti, dei rischi e delle opportunità riportate di seguito.



Nel corso del 2024 è stato effettuato un **aggiornamento del processo di analisi della doppia materialità**, con l'obiettivo di confermare e/o integrare l'elenco degli impatti, rischi e opportunità individuati nel precedente esercizio e presentati nel Bilancio di Sostenibilità 2023.

In particolare, per la validazione della rilevanza è stato utilizzato un sistema di valutazione puntuale su una scala (da 1 a 5, dove 1 rappresenta il valore più basso e 5 il valore più elevato), che ha tenuto conto delle variabili indicate all'interno degli ESRS: entità, diffusione, persistenza e probabilità per gli impatti, magnitudo e probabilità per la parte finanziaria.

L'attività di revisione ha comportato un affinamento metodologico senza generare sostanziali modifiche. In particolare, ha **confermato la rilevanza degli standard ESRS già emersi in precedenza (E1, E5, S1, S3, S4, G1)** e ha portato **l'integrazione di un ulteriore tema** considerato oggi materiale per Rialto S.p.A, quello dei "Lavoratori nella catena del valore" (ESRS S2). Tuttavia, in considerazione della natura volontaria del presente documento, abbiamo scelto di concentrare l'analisi e la rendicontazione sulle performance riferibili al perimetro delle "Operazioni proprie". La trattazione dell'ESRS S2 è pertanto rimandata a future rendicontazioni, che rifletteranno l'estensione progressiva del perimetro di rendicontazione alle tematiche sociali relative alla catena del valore.

Gli impatti, rischi ed opportunità rilevanti per Rialto S.p.A.

E1 Cambiamento climatico

Descrizione	Tipologia
Generazione di emissioni di gas serra Scope 1 e Scope 2 per l'utilizzo di combustibili fossili	Impatto negativo reale
Generazione di emissioni di gas serra lungo la catena di valore (Scope 3)	Impatto negativo reale
Consumo di energia per lo svolgimento delle attività aziendali (punti vendita e sede)	Impatto negativo reale
Opportunità derivante dall'autoproduzione di energia da fonti rinnovabili e, quindi, dalla riduzione dei costi legati all'approvvigionamento energetico esterno	Opportunità
Opportunità derivanti dalle attività di efficientamento energetico dei punti vendita e della sede e, quindi, dal risparmio di costi energetici	Opportunità
Rischio derivante dal grado di dipendenza da combustibile fossile e, quindi, dalla volatilità del prezzo dei prodotti che da esso derivano, impiegati nello svolgimento dell'attività dell'organizzazione	Rischio
Rischio legato agli effetti del cambiamento climatico e che possono interessare il normale svolgimento dell'attività dell'organizzazione (eventuali danni alle infrastrutture aziendali, interruzioni nella catena del valore o costi di ripristino e adattamento, incrementi dei costi operativi dovuti a giorni più caldi)	Rischio

E2 Uso delle risorse ed economia circolare

Descrizione	Tipologia
Produzione di rifiuti alimentari dovuta a spreco alimentare all'interno del punto vendita	Impatto negativo reale
Produzione di rifiuti non alimentari (es. imballaggi secondari di plastica, pallet etc.)	Impatto negativo reale
Consumo di materiali per gli imballaggi dei prodotti Marca del Distributore (incluso il packaging utilizzato nelle attività di confezionamento nei punti vendita)	Impatto negativo reale
Facilitazione per il consumatore finale nella fase di destinazione dei rifiuti non alimentari nella raccolta differenziata, (es. scelta di packaging più facilmente riciclabili come il monomateriale, presenza di contenitori per la raccolta di imballaggi in plastica PET, di oli esausti e pile scariche)	Impatto positivo reale
Opportunità derivante da un approccio anti-spreco, volto alla riduzione dei materiali acquistati, al riutilizzo di risorse interne e al recupero di materiali e, quindi, alla diminuzione di rifiuti generati, con conseguente riduzione dei costi associati (es. riduzione dei costi dovuti a processi di dematerializzazione dei volantini, CPR System)	Opportunità
Opportunità derivante da un approccio anti-spreco, volto al risparmio di costi connessi a prodotti invenduti	Opportunità
Rischio di aumento costi derivante dall'applicazione di tasse in materia di packaging	Rischio

g

S1 Forza lavoro propria	
Descrizione	Tipologia
Aggiornamento delle conoscenze e delle competenze dei dipendenti grazie alla capacità di adottare piani di sviluppo e formazione aziendali.	Impatto positivo reale
Incremento del livello di benessere dei dipendenti generato dalla capacità dell'organizzazione di garantire un'occupazione stabile , un dialogo trasparente e proficuo tra dipendenti e organizzazione, un salario adeguato alla luce delle condizioni economiche e sociali nazionali	Impatto positivo reale
Incremento del livello di benessere dei dipendenti generato dalle iniziative di welfare aziendale (es. migliore conciliazione tra i tempi della vita lavorativa e quelli della vita familiare, estensione del congedo parentale o meccanismi di protezione sociale oltre quanto previsto per legge)	Impatto positivo potenziale
Inclusione lavorativa generata dall'assunzione di persone diversamente abili e di persone appartenenti a gruppi sottorappresentati (es. minoranze etniche, orientamenti culturali e/o religiosi)	Impatto positivo potenziale
Episodi di discriminazione in base a genere, età, orientamento sessuale, abilità, origine etnica, nazionalità, opinioni politiche e credenze religiose nell'ambiente di lavoro	Impatto negativo potenziale
Disparità di trattamento economico in azienda , sulla base di fattori come il genere, età, etnia, religione e ogni altra forma di diversità (es. parità del rapporto retributivo tra uomo e donna)	Impatto negativo reale
Creazione di una cultura della salute dei dipendenti oltre gli aspetti di salute collegati al contesto di lavoro	Impatto positivo reale
Compromissione dello stato di salute e della sicurezza dei dipendenti dovuto a eventi di infortunio sul lavoro (es. tagli, contusioni, slogamenti)	Impatto negativo potenziale
Compromissione dello stato psico-fisico della propria forza lavoro generato da una organizzazione/ gestione del lavoro non ottimale	Impatto negativo potenziale
Compromissione dello stato psico-fisico della propria forza lavoro generato da molestie sul posto di lavoro (es. violenza verbale, violenza fisica, stalking, mobbing, etc.)	Impatto negativo potenziale
Violazione dei diritti dei propri dipendenti derivanti dall'adozione di pratiche irregolari occulte , quali lavoro in nero, lavoro forzato e lavoro minorile	Impatto negativo potenziale
Episodi di violazione della privacy dei propri dipendenti	Impatto negativo potenziale
Opportunità derivante dall'incremento della produttività e fidelizzazione dei dipendenti, generati dall'elevato grado di soddisfazione e benessere generale	Opportunità
Rischio legato alla difficoltà di acquisire nuovi dipendenti con competenze qualificate e specializzate (es. competenze di reparto specialistico) e, quindi, ai costi per la ricerca, selezione e la formazione di nuovi tecnici	Rischio
Danno economico in seguito a episodi di discriminazione all'interno dell'organizzazione	Rischio

Danno economico in seguito a episodi di pratiche di lavoro irregolari occulte relativamente ai propri dipendenti (lavoro in nero, lavoro forzato e lavoro minorile)	Rischio
Rischio di infortunio e di malattie connesse al lavoro	Rischio

S2 Lavoratori lungo la catena del valore

Descrizione	Tipologia
Compromissione dello stato di salute e della sicurezza dei lavoratori lungo la catena del valore dovuto a eventi di infortunio sul lavoro (es. tagli, contusioni, slogamenti)	Impatto negativo potenziale
Compromissione dello stato psico-fisico della propria forza lavoro generato da molestie sul posto di lavoro (es. violenza verbale, violenza fisica, stalking, mobbing, etc.)	Impatto negativo potenziale
Violazione dei diritti dei lavoratori lungo la catena del valore derivanti dall'adozione di pratiche irregolari occulte , quali lavoro in nero, lavoro forzato, lavoro minorile e/o a pratiche di subfornitura nascoste	Impatto negativo potenziale

S3 Comunità interessate

Descrizione	Tipologia
Sviluppo della comunità locale generato grazie alle attività e alle iniziative di carattere solidale	Impatto positivo reale
Sviluppo economico delle aree locali in cui l'organizzazione opera, attraverso politiche di assunzione di persone provenienti dal territorio	Impatto positivo reale

S4 Consumatori ed utilizzatori finali

Descrizione	Tipologia
Compromissione dello stato di salute dei clienti connesso alla sicurezza dei prodotti commercializzati dall'organizzazione (es. scarsa sicurezza organolettica dei prodotti alimentari, mancanza dispositivi di sicurezza per bambini)	Impatto negativo potenziale
Compromissione dello stato di salute fisica dei clienti dovuto a eventi di infortunio nei punti vendita	Impatto negativo potenziale
Miglioramento della condizione di accessibilità economica per prodotti di qualità, grazie politiche di prezzo equilibrate	Impatto positivo reale
Miglioramento dell'esperienza del cliente nel punto vendita e non, attraverso i servizi erogati (es. disposizione intuitiva dei prodotti sugli scaffali, casse automatiche, app per effettuare la spesa a domicilio) anche per i consumatori più vulnerabili	Impatto positivo reale
Diffusione di una cultura sulle tematiche della corretta e sana alimentazione (es. campagne di sensibilizzazione e informazione dei consumatori)	Impatto positivo reale
Comunicazione non trasparente, incompleta e/o ingannevole al cliente con riferimento ai prodotti a Marca del Distributore commercializzati che non consentano una tracciabilità del prodotto	Impatto negativo potenziale
Episodi di violazione della privacy del consumatore finale	Impatto negativo potenziale
Opportunità derivante dall'introduzione di servizi sostenibili e dall'espansione dei canali digitali che migliorano l'esperienza del consumatore	Opportunità
Rischio legato a incidenti di salute e sicurezza del consumatore riguardo a prodotti a Marca del Distributore in seguito a scarsa sicurezza organolettica o a mancanza di dispositivi di sicurezza	Rischio
Rischio legato ad un malfunzionamento dei sistemi informatici e, quindi, a eventuali episodi di violazione della privacy del cliente	Rischio



G1 Condotta delle imprese

Descrizione	Tipologia
Compromissione della tutela e della protezione degli informatori , ovvero coloro che segnalano o divulgano informazioni concernenti atti illeciti avvenuti	Impatto negativo potenziale
Compromissione del benessere degli animali a monte della catena del valore dovuto a pratiche di allevamento intensive e non sostenibili nel processo di produzione dei prodotti a Marca del Distributore	Impatto negativo reale
Promozione di una cultura d'impresa in linea con i principi etici aziendali, contro a possibili episodi di illegalità e corruzione	Impatto positivo reale
Distribuzione di valore economico nei confronti di fornitori locali e di piccoli artigiani localizzati nel territorio	Impatto positivo reale
Diffusione di una cultura della sostenibilità attraverso la valutazione dei fornitori in base a criteri sociali e ambientali	Impatto positivo potenziale
Creazione di condizioni economiche che possono danneggiare i fornitori di piccole dimensioni , attraverso l'adozione di pratiche commerciali sleali e/o condizioni contrattuali penalizzanti	Impatto negativo potenziale
Danno reputazionale legato a episodi di maltrattamento degli animali coinvolti nel processo di produzione dei prodotti a Marca del distributore, e, quindi alle cattive condizioni di allevamento e di benessere degli animali	Rischio
Rischio legato a incidenti di salute e sicurezza del consumatore riguardo a prodotti a Marca del Distributore in seguito a scarsa sicurezza organolettica o a mancanza di dispositivi di sicurezza	Rischio



g

Temi Ambientali



CAMBIAMENTO CLIMATICO ED EMISSIONI

2.1.1 Il nostro impegno

Come impresa, siamo consapevoli dell'importanza di agire responsabilmente rispetto all'ambiente e, di conseguenza, per il benessere delle generazioni future.

Questo ci porta ad operare con impegno costante e in continua evoluzione, orientandoci verso soluzioni innovative e sostenibili, che ci consentono di ridurre l'impatto ambientale delle nostre attività.

Nel farlo, orientiamo gli sforzi in più direzioni. Ci concentriamo sull'**efficientamento energetico** dei nostri punti vendita e magazzini, investendo sull'utilizzo di energia rinnovabile da impianti fotovoltaici; introduciamo impianti di **refrigerazione a basso impatto ambientale** e, laddove possibile, scegliamo **sistemi di riscaldamento efficienti**.

Infine, collaboriamo con alcuni nostri fornitori di servizi della logistica per adottare veicoli a metano che generino minori emissioni, così da rendere il nostro sistema di **logistica sostenibile**.

Il nuovo sito logistico di Bascapé: innovazione e sostenibilità ambientale

Nel 2024 l'impegno dell'azienda ha trovato la sua massima espressione nel **nuovo sito logistico di Bascapé (PV)**, progettato per coniugare tecnologia, efficienza energetica e sostenibilità ambientale.

Dotato di due edifici, uno dedicato allo stoccaggio dei prodotti alimentari e non alimentari e l'altro alla trasformazione e produzione di prodotti alimentari freschi, l'obiettivo è stato quello di realizzare una struttura **altamente performante dal punto di vista energetico**, capace di ridurre in modo significativo i consumi energetici e l'impatto ambientale. Ciò è stato reso possibile, da un lato, grazie all'impiego di nuovi sistemi e soluzioni impiantistiche per ottenere un elevato livello di efficientamento energetico; dall'altro, anche grazie all'installazione di **pannelli fotovoltaici** per utilizzare energia proveniente da una nuova fonte rinnovabile.





L'attenta **selezione di impianti innovativi** e l'**isolamento termico del deposito** hanno, infatti, permesso di ottimizzare la gestione delle dispersioni e di raggiungere **elevati livelli di efficienza**, con una riduzione dei consumi di energia elettrica rispetto alla configurazione logistica preesistente, pur con un incremento del 25% della superficie operativa. Particolare interesse è stato dedicato alle aree di refrigerazione alimentare, dove il fabbisogno energetico è più intenso; anche qui, grazie agli interventi realizzati, i consumi sono stati nettamente ottimizzati, nonostante l'ampliamento della superficie refrigerata per una percentuale pari al 64%.

Anche le **baie di ricezione e spedizione** sono state pensate con attenzione all'efficienza delle operazioni. I **portali isotermici con sistema gonfiabile sigillante** garantiscono, infatti, una chiusura ermetica durante le operazioni di attracco degli automezzi, evitando dispersioni di freddo e mantenendo condizioni ottimali sia per la conservazione dei prodotti che per il comfort degli operatori.

Sotto il profilo dell'illuminazione, l'edificio è dotato di un sistema **intelligente e adattivo**: il sistema di illuminazione dispone di dimmer che regolano automaticamente la luminosità in base alla **luce naturale** proveniente dal tetto, mentre i **sensori di presenza** nelle corsie di stoccaggio assicurano che l'illuminazione sia attiva solo in presenza di personale, riducendo ulteriormente i consumi elettrici.



Cuore tecnologico del sito logistico è l'**impianto di refrigerazione**, che utilizza un gas **refrigerante di ultima generazione (R1234ze)**, caratterizzato da un **potenziale di riscaldamento globale (GWP)** quasi nullo (1,37) e quindi da un ridotto impatto ambientale. Oltre alle funzioni di refrigerazione alimentare, l'impianto consente di **recuperare il calore di scarto**, che viene destinato al **riscaldamento degli ambienti**, alla **produzione di acqua calda sanitaria** e allo **scioglimento del ghiaccio residuo** proveniente dai trasporti di prodotti ittici, rendendo gli edifici più auto-sufficienti dal punto di vista energetico.

Il nuovo polo, inoltre, introduce un modello di **gestione logistica** più efficiente: da una parte, tutta la movimentazione interna delle merci avviene tramite **mezzi elettrici**, dall'altra la centralizzazione delle attività logistiche consente un notevole aumento della **saturazione dei carichi** e, di conseguenza, l'**ottimizzazione e riduzione del numero di consegne della merce ai punti vendita**.



Efficientamento energetico nei punti vendita

L'efficientamento energetico è una leva fondamentale nel nostro impegno per ridurre l'impatto ambientale della nostra attività. Fin dal 2013, i punti vendita il Gigante sono dotati di soluzioni mirate a ridurre i consumi energetici, quali **coperture per i banchi surgelati e porte per i frigoriferi** per ridurre la dispersione termica, ottimizzare i consumi e garantire una migliore conservazione dei prodotti, ma anche **impianti di illuminazione a LED** nelle aree di vendita, gallerie e banchi frigoriferi, ottenendo un risparmio energetico stimato intorno al 50% nei punti vendita interessati.

A conferma del nostro impegno per l'efficientamento, disponiamo inoltre del sistema BEMS (**Building Energy Management System**). Si tratta di un sistema informatizzato, introdotto gradualmente nei nostri punti vendita a partire dal 1985, che consente di gestire e monitorare in modo preciso le attività energivore, come climatizzazione, ventilazione e illuminazione. Ad oggi, la copertura dei sistemi di ottimizzazione ed efficientamento energetico tramite sistema BEMS è di circa il **92% sui punti vendita** il Gigante.

Questo percorso di miglioramento continua nel tempo: nel 2024 sono stati inaugurati **due nuovi punti vendita a Desio (MB) e Castello di Brianza (LC)**, dotati di **impianti di refrigerazione ad alta efficienza**, progettati per coniugare risparmio energetico e qualità del servizio. Sempre nel 2024, presso il punto vendita di **Curtatone (MN)** è stato completato un **ammodernamento degli impianti frigoriferi**, con l'obiettivo di migliorare ulteriormente le prestazioni energetiche e ridurre le emissioni.

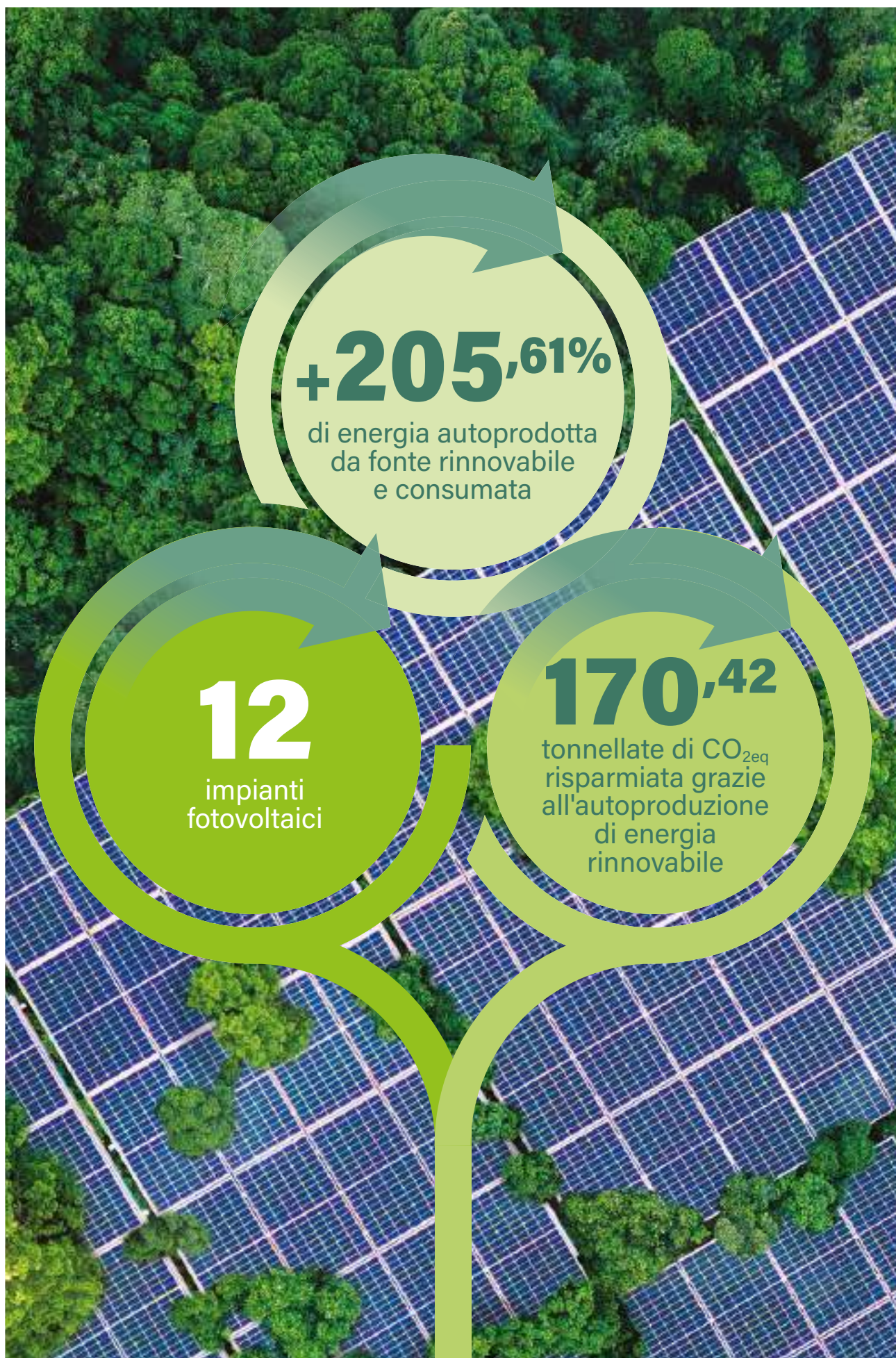
Sempre nel 2024, nel punto vendita di **Monza** è stata installata una **nuova pompa di calore ad alta efficienza**, che consente di ottimizzare ulteriormente i consumi energetici legati al riscaldamento e al raffrescamento, integrando il percorso di transizione verso sistemi sempre più sostenibili e performanti.

Forni a pellet

Nell'ambito del nostro impegno per un minor impatto ambientale, i forni a pellet rappresentano una scelta concreta per ridurre consumi ed emissioni. Quasi la totalità dei nostri punti vendita, incluso il punto vendita di **nuova apertura di Castello di Brianza** nel 2024, è dotata di **forni a pellet**, sostituendo i tradizionali forni elettrici nell'ottica di **ridurre o, laddove possibile, azzerare i consumi energetici**. Questi forni utilizzano un **combustibile legnoso privo di collanti o additivi chimici**, che produce un **calore naturale e pulito**.

Tutti i nostri fornitori sono **certificati** e si impegnano direttamente nella **piantumazione di nuovi alberi**, garantendo una produzione responsabile. Grazie a questa soluzione, i nostri punti vendita raggiungono **risparmi energetici significativi**: in un anno, il consumo di kilowattora può ridursi fino al **90%** rispetto a qualsiasi altro combustibile, rappresentando un'azione concreta nella riduzione dell'impatto ambientale.





Energia rinnovabile

Se da un lato l'efficientamento energetico rappresenta uno strumento efficace per ridurre consumi ed emissioni, dall'altro il nostro intento è perseguire una **progressiva indipendenza energetica dalle fonti fossili**, investendo in **impianti di produzione di energia rinnovabile** in grado di soddisfare il fabbisogno dei processi già ottimizzati dal punto di vista energetico.

In questa direzione, da oltre 10 anni, con il posizionamento nel 2012 del primo impianto fotovoltaico presso il punto vendita di Curtatone (MN), ci impegniamo nell'installazione di pannelli fotovoltaici volti a rendere i punti vendita più **autosufficienti** dal punto di vista dei consumi di energia.

In particolare, è stata avviata l'**installazione di 4 nuovi impianti fotovoltaici**, che hanno interessato **tre punti vendita** (Castello di Brianza, Cambiago e Desio) e il **nuovo polo logistico di Bascapè**, portando così la **dotazione complessiva a 12 impianti fotovoltaici**.

Tra i nuovi impianti installati, **due** risultano già **attivi** (presso il negozio di Cambiago e il polo logistico di Bascapè), che si aggiungono ai **due impianti già operativi** nei punti vendita di Milano (via Ornato) e Fagnano Olona e all'impianto fotovoltaico di nuova attivazione nel 2024 situato presso il punto vendita di Cernusco sul Naviglio. I **restanti sette impianti** sono invece installati presso i **distributori di carburante Il Gigante Self24h**, per i quali non è al momento disponibile un sistema di monitoraggio della produzione energetica.

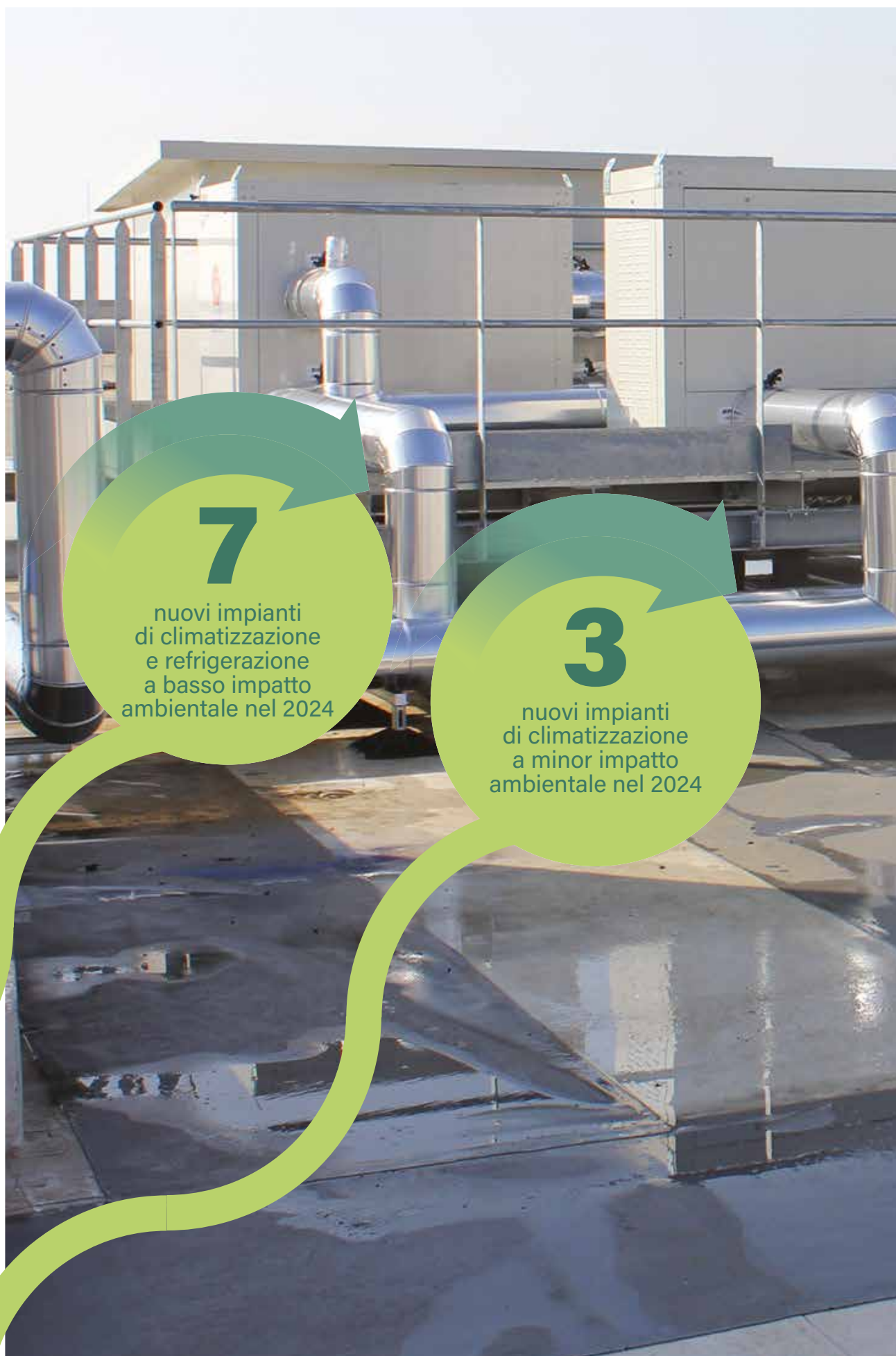
Nel corso del 2024, l'**energia rinnovabile autoprodotta e consumata** ha raggiunto **386,26 MWh**, registrando un incremento di **oltre il 200% rispetto al 2023**, valore imputabile ai lavori effettuati nei soli **punti vendita** e presso il **polo logistico**.

Grazie all'autoproduzione e al consumo diretto dell'energia generata dagli impianti fotovoltaici, è stato possibile **evitare l'emissione di circa 170 tonnellate di CO₂ equivalente**, che sarebbero state prodotte se la stessa quantità di energia fosse stata generata da fonti non rinnovabili.

Domani in agenda

Nel corso del prossimo anno, la produzione di energia rinnovabile è destinata a crescere ulteriormente. L'impianto fotovoltaico del polo logistico di Bascapè, attivo da dicembre 2024, entrerà a pieno regime contribuendo ad aumentare la capacità complessiva di autoproduzione. A questo si aggiungerà l'attivazione dei due impianti installati e non ancora attivati nel corso dell'anno 2024, che permetterà di compiere nuovi passi avanti nel percorso verso una sempre maggiore indipendenza dalle fonti fossili.





7
nuovi impianti
di climatizzazione
e refrigerazione
a basso impatto
ambientale nel 2024

3
nuovi impianti
di climatizzazione
a minor impatto
ambientale nel 2024

Ridurre l'impatto, rinnovare i sistemi: i nuovi gas refrigeranti

Nel percorso di riduzione dell'impatto ambientale e di efficientamento dei consumi, un ruolo chiave è rivestito dagli **interventi sugli impianti di climatizzazione e refrigerazione**, sistemi tradizionalmente ad alto dispendio energetico e ad elevato impatto ambientale.

L'adozione di soluzioni tecnologiche di nuova generazione ci consente oggi di **migliorare l'efficienza operativa** e, al tempo stesso, **ridurre in modo significativo le emissioni climalteranti** associate all'utilizzo dei gas refrigeranti.

Nel 2024 sono stati realizzati **quattro interventi di sostituzione dei vecchi chiller** dedicati al condizionamento estivo, installando **nuove unità ad alta efficienza** che impiegano il **refrigerante di ultima generazione R1234ze**, caratterizzato da un **GWP (Global Warming Potential) quasi nullo, pari a 1,37**.

Gli interventi hanno interessato i punti vendita di San Giuliano Milanese (MI) (con due sostituzioni), Castano Primo e Curtatone, oltre alla galleria commerciale di Curtatone, con un significativo miglioramento in termini di prestazioni energetiche e riduzione dell'impatto ambientale.

Parallelamente, nei punti vendita di **Castellanza (VA), Rozzano (MI) e Sesto San Giovanni (MI)**, sono stati **sostituiti gli impianti di condizionamento e refrigerazione con nuove unità che utilizzano gas R32**, un refrigerante caratterizzato da un GWP inferiore a quello utilizzato precedentemente, capace di garantire migliori performance energetiche e minori emissioni dirette.

In linea con l'orientamento dell'azienda, **il nuovo polo logistico di Bascapè è stato dotato di un impianto frigorifero di ultima generazione** alimentato con gas a basso impatto ambientale (R1234ze), in linea con le soluzioni più avanzate del settore, a conferma dell'impegno nel dotare le nuove infrastrutture di tecnologie sostenibili fin dalla fase progettuale.

Inoltre, anche i due punti vendita di nuova apertura nel 2024 (Desio e Castello di Brianza) sono stati dotati di impianti di refrigerazione di ultima generazione che utilizzano gas refrigeranti a minor GWP¹.

Il Global Warming Potential in breve

Il **Global Warming Potential (GWP)** è un indicatore che misura **quanto un gas contribuisce al riscaldamento globale rispetto alla CO₂**.

Ogni gas refrigerante ha un effetto diverso: più alto è il valore del GWP, maggiore è l'impatto climatico del gas se rilasciato nell'atmosfera e viceversa.

L'uso di refrigeranti a basso GWP rappresenta quindi una scelta concreta per **ridurre le emissioni climalteranti**, proteggere il clima e promuovere soluzioni tecnologiche più sostenibili.

¹ Nello specifico, per il punto vendita di Desio è stato installato un impianto frigorifero che utilizza il gas R744 (CO₂); mentre per il punto vendita di Castello di Brianza l'impianto in BT utilizza il gas R744, e quello in TN il gas R513A.



Riscaldamento circolare

Gli **impianti di riscaldamento** rappresentano un elemento cruciale per l'impatto ambientale dei punti vendita.

In alcuni punti vendita, il riscaldamento è garantito da **impianti integrati** che recuperano l'energia termica generata dagli impianti frigoriferi. Questi sistemi permettono non solo di eliminare le centrali termiche a gas, ma anche di **ottimizzare i consumi energetici durante l'estate**, grazie a regolazioni avanzate della temperatura e della portata dell'acqua refrigerata e del flusso d'aria in ambiente, in base alle condizioni climatiche esterne.

Nel 2024, i punti vendita dotati di questa tipologia di impianto sono diventati dieci, grazie all'apertura di due nuovi punti vendita a Desio e Castello di Brianza, ampliando ulteriormente il contributo dell'azienda alla sostenibilità energetica e ambientale.

Logistica sostenibile

Ridurre l'impatto ambientale significa anche prestare attenzione alla dimensione logistica della nostra attività. In questa prospettiva, dal 2022 utilizziamo **camion alimentati a gas naturale** per il trasporto delle merci, frutto della collaborazione con alcuni nostri fornitori di servizi logistici che hanno introdotto nel loro parco mezzi veicoli a minor impatto ambientale. Questi ultimi sono utilizzati per il trasporto ai punti vendita del Piemonte, più distanti dal magazzino centrale, i quali percorrono mediamente oltre 800-900 km giornalieri con un impatto stimato di 37 tonnellate di CO₂ all'anno in meno rispetto a mezzi tradizionali a gasolio.

Nel 2024, il parco mezzi è stato ulteriormente ampliato con l'introduzione di **due nuovi camion a gas naturale**, portando il totale a 6 mezzi. Uno di questi serve i punti vendita nella provincia di Milano, percorrendo circa 100 km al giorno, contribuendo così a rafforzare il nostro impegno per una logistica sempre più sostenibile e a basso impatto ambientale.

Inoltre, come già evidenziato all'interno del box "Il nuovo sito logistico di Bascapè: innovazione e sostenibilità ambientale", nel 2024 **i processi logistici sono stati profondamente riorganizzati**: le attività, precedentemente distribuite su cinque diversi centri di distribuzione, sono state **accentrate nel nuovo polo logistico**. Questa centralizzazione ha consentito di ottimizzare i flussi distributivi, aumentare la saturazione dei carichi e, di conseguenza, ridurre il numero di consegne verso i punti vendita, con benefici significativi in termini di efficienza operativa e sostenibilità ambientale.



g



Logistica ottimizzata del nuovo sito logistico Bascapè

Con l'inaugurazione del nuovo sito logistico di Bascapè, è stato possibile introdurre un sistema di trasporto combinato con automezzi a doppia e tripla temperatura, che consente di consegnare simultaneamente alla rete vendita prodotti a temperatura controllata (surgelati, ittici e freschi) e prodotti a temperatura ambiente.

Questa innovazione ha portato a importanti benefici:

1. Riduzione del numero di automezzi in circolazione;
2. Ottimizzazione delle operazioni di scarico nei punti vendita, con minori tempi di presidio e attesa e semplificazione delle attività amministrative;
3. Diminuzione dei chilometri complessivi percorsi, grazie a consegne abbinate e modalità multidrop (consegne con itinerario multiplo);
4. Migliore saturazione degli automezzi, con più colli trasportati e una conseguente riduzione delle emissioni di CO₂.

Da luglio 2024 è stata inoltre potenziata l'attività di **back hauling**: gli automezzi, dopo le consegne ai punti vendita, vengono impiegati per ritirare merce dai fornitori e consegnarla direttamente al polo di Bascapè. Ciò ha permesso di ridurre i chilometri a vuoto, il lead time dei fornitori e il numero complessivo di mezzi circolanti, con ulteriori benefici ambientali.

Sempre da luglio 2024, l'apertura del centro distributivo di Bascapè ha favorito anche l'incremento dell'uso di imballaggi con il sistema di pooling per la movimentazione secondaria e terziaria. Oltre a un maggiore utilizzo in valore assoluto, si è registrata una riduzione dei chilometri percorsi per il ritiro e la consegna degli imballi, grazie all'integrazione di queste attività nel ciclo di back hauling.





2.1.2 Consumi energetici ed emissioni

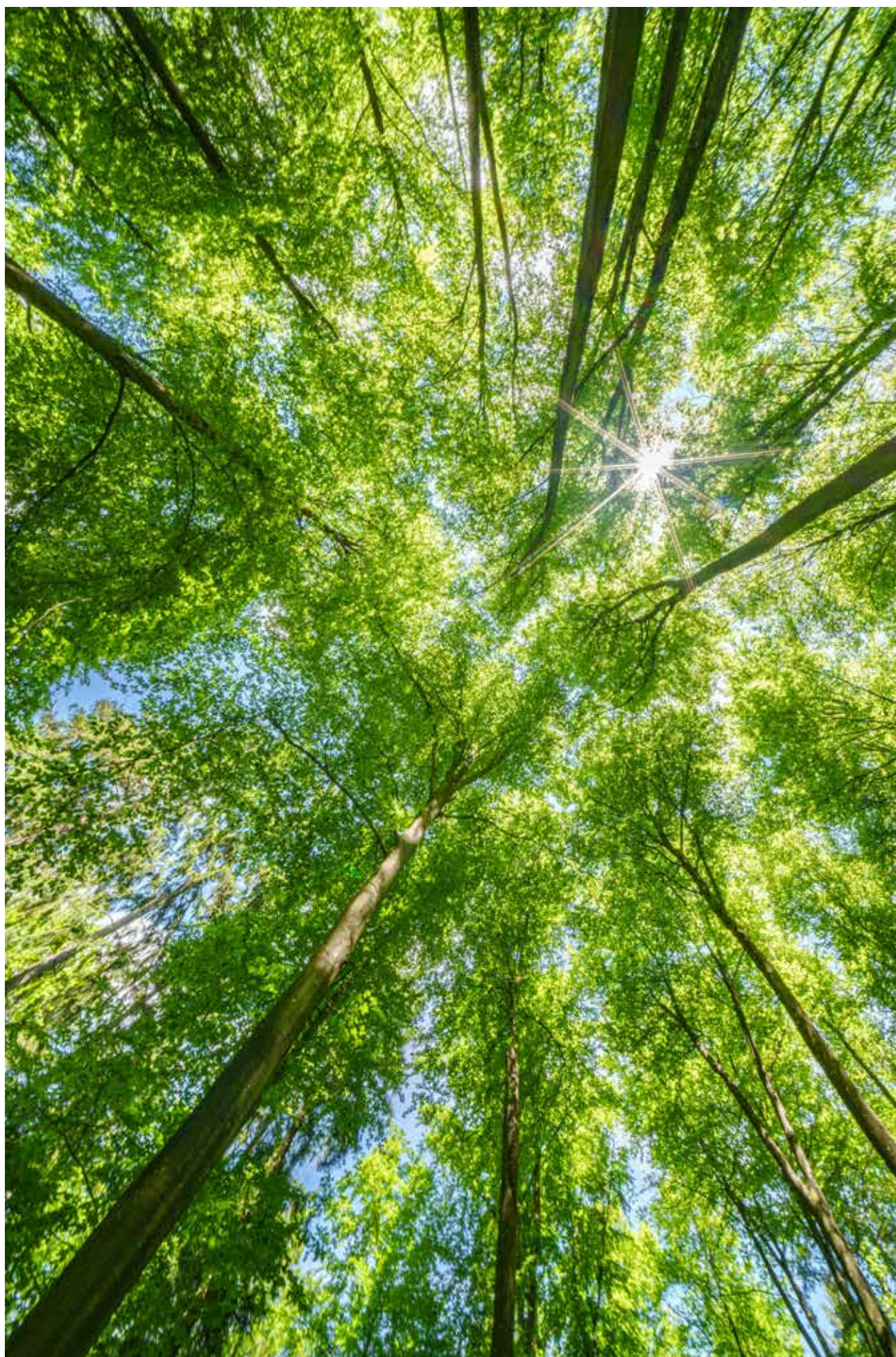
Nel 2024 i consumi energetici totali sono stati pari a **135.304,92 MWh**, principalmente imputabili all'energia elettrica necessaria per l'attività dei punti vendita (77,90%), seguita da una quota di energia utilizzata per il riscaldamento (20,01%) e una piccola quota di consumi energetici derivante dall'utilizzo dei veicoli presenti all'interno del parco auto aziendale (2,109%)².

Rispetto all'anno precedente, nel 2024 si registra un lieve incremento del consumo complessivo di energia (3,57%), che riflette maggiori consumi energetici in tutte le categorie di consumo, ad eccezione del parco auto a diesel che registra un lieve calo (-0,07%), riconducibile principalmente alla dismissione di un'auto diesel.

In particolare, la crescita dei consumi è riconducibile all'apertura di due nuovi punti vendita e all'avvio operativo del nuovo polo logistico, strutture che hanno inevitabilmente determinato un incremento delle necessità energetiche per climatizzazione, illuminazione e movimentazione merci. Si tratta quindi di un aumento fisiologico e coerente con il processo di sviluppo aziendale, più che di un peggioramento delle prestazioni energetiche.

Parallelamente, il 2024 evidenzia un **importante incremento del consumo di energia da fonti rinnovabili, cresciuto di oltre il 200%** rispetto all'anno precedente. Tale risultato è legato all'**attivazione dei tre nuovi impianti fotovoltaici**, che hanno aumentato in modo significativo la capacità produttiva complessiva da energia solare, a cui si sono aggiunte le condizioni meteorologiche più favorevoli, che hanno migliorato le performance degli impianti fotovoltaici già esistenti.

² I consumi energetici includono anche quelli delle automobili, poiché i veicoli utilizzano combustibili fossili come benzina, diesel o gas naturale, dai quali ottengono e consumano energia chimica per il loro funzionamento.



		u.m.	2023	2024	△ 2024 2023
ENERGIA ELETTRICA	Energia elettrica acquistata e consumata	MWh	102.056,28	105.016,50	2,90%
	di cui priva di garanzia di origine	MWh	102.056,28	105.016,50	2,90%
	di cui con garanzia di origine	MWh	-	-	-
	Energia elettrica autoprodotta e consumata	MWh	126,39	386,26	205,61%
	di cui prodotta e autoconsumata da sorgenti non rinnovabili	MWh	ND	ND	-
	di cui prodotta e autoconsumata da impianto fotovoltaico	MWh	126,39	386,26	205,61%
Totale energia Elettrica consumata		MWh	102.182,67	105.402,76	3,15%
RISCALDAMENTO	Gas naturale per riscaldamento autonomo	MWh	25.687,39	27.074,07	5,40%
	Calore e vapore da teleriscaldamento	MWh	787,20	825,94	4,92%
Totale Altra energia da fonti fossili		MWh	26.474,59	27.900,01	5,38%
PARCO AUTO AZIENDALE	Consumi da carburante diesel	MWh	2.520,06	2.519,72	-0,07%
	Consumi da carburante benzina	MWh	257,93	308,37	19,50%
Totale Consumi parco auto aziendale		MWh	2.777,99	2.828,09	1,80%
Totale Consumi energetici		MWh	131.435,26	136.130,86	3,57%

Per un maggiore dettaglio degli indicatori riguardanti i temi materiali attinenti ai consumi energetici, si rimanda alle tabelle presenti in Appendice.





Emissioni

Accanto al monitoraggio dei consumi energetici, nel 2024 abbiamo ricondotto l'analisi della nostra performance ambientale, con il calcolo delle emissioni **Scope 1 e Scope 2** (per maggiore approfondimento, si veda il box "Cosa sono le emissioni Scope 1 e Scope 2?"). Questo aggiornamento ci permette di confrontare l'andamento delle emissioni nel tempo e di valutare in modo più accurato l'impatto delle nostre attività sull'ambiente.

Cosa sono le emissioni Scope 1 e Scope 2?

Le emissioni **Scope 1** rappresentano le emissioni di gas serra (GHG) che un'organizzazione genera collateralmente allo svolgimento della propria attività, come il **riscaldamento** con caldaie a gas, l'**uso di veicoli** alimentati da combustibili fossili (benzina, gasolio) e le **perdite di gas refrigeranti** utilizzati nei sistemi di raffreddamento (es. banchi frigo dei punti vendita). Poiché legate ai consumi interni, le emissioni Scope 1 rappresentano una dimensione su cui l'organizzazione può intervenire direttamente e autonomamente, implementando azioni di miglioramento, riducendo di conseguenza le emissioni che si generano a seguito dell'attività svolta.

Le emissioni **Scope 2**, invece, rappresentano le emissioni di gas serra che derivano dall'acquisto di **energia elettrica**. Non sono prodotte in prima persona dall'azienda, ma sono rappresentate dalle emissioni di gas serra generate dai fornitori di energia a seguito del processo di **produzione di energia elettrica**.

Queste emissioni sono meno controllabili, ma possono comunque essere contenute attraverso scelte di approvvigionamento energetico, come l'acquisto di energia da fonte rinnovabile o l'installazione di impianti di autoproduzione di energia rinnovabile (es. pannelli fotovoltaici).

A livello complessivo, nel 2024 le **emissioni Scope 1** si attestano stabili rispetto al 2023, a seguito degli aumenti su alcune categorie che hanno compensato le riduzioni intervenute in altre.

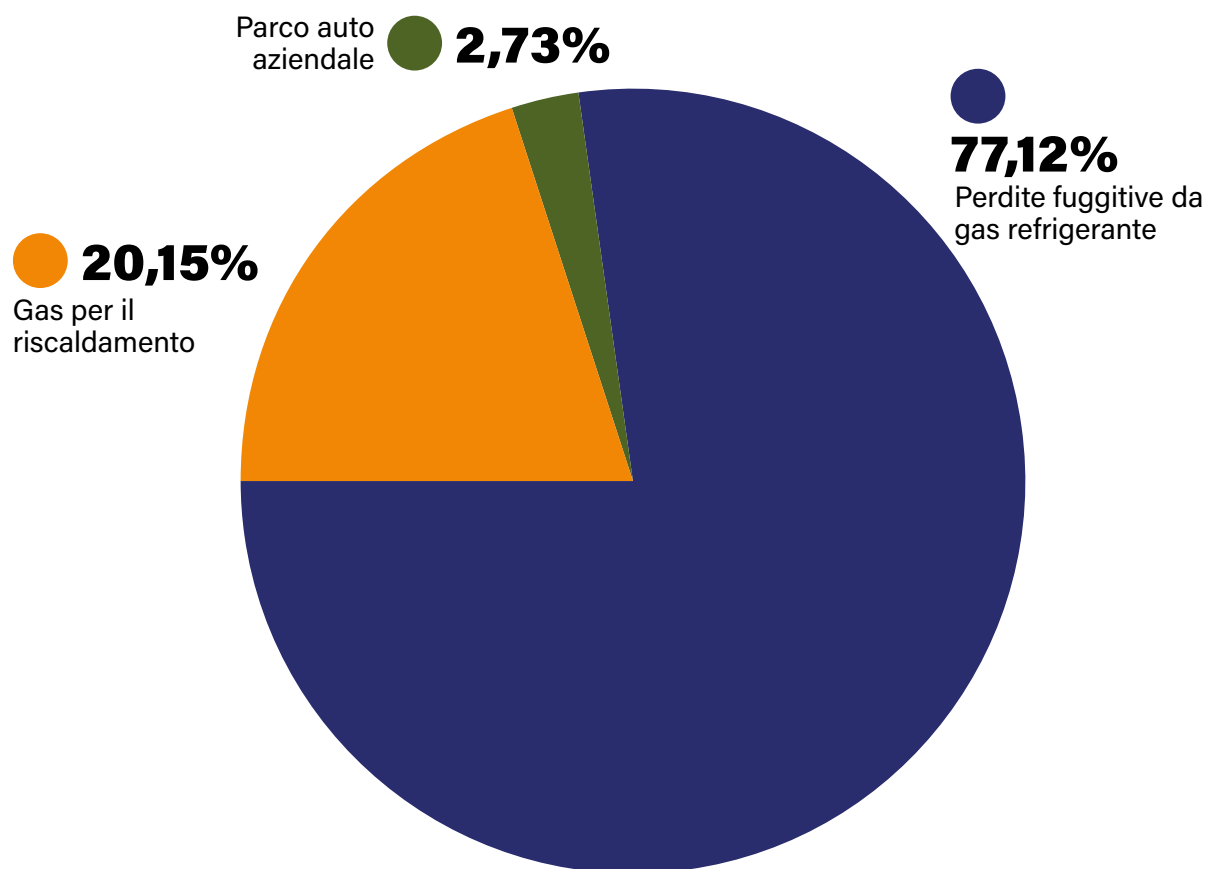
In particolare, nel 2024 le emissioni dirette sono state pari a **27.478,04** tonnellate di CO₂ eq³, riferibili alle perdite di gas refrigeranti utilizzati per l'attività degli impianti di refrigerazione presenti nel punto vendita (**77,12%**), all'utilizzo di gas per il riscaldamento (**20,15%**) e all'utilizzo delle auto presenti nel parco mezzi aziendale (**2,73%**).

³ La CO₂ equivalente (CO₂eq) è un'unità di misura che permette di confrontare l'impatto ambientale di diversi gas serra. Anziché considerare solo l'anidride carbonica (CO₂), questa misura prende in considerazione altri gas nocivi per il clima, come il metano, traducendoli in un'unità comune. In pratica, la CO₂eq mostra quanto ogni gas contribuisce al riscaldamento globale come se fossero tutti anidride carbonica, rendendo più semplice la comprensione dei loro effetti sul cambiamento climatico.





Composizione emissioni Scope 1



Un'analisi nel dettaglio del dato porta a rilevare, da una parte, un aumento derivante dalle attività delle caldaie a gas (6,32%) e dal parco auto (6,98%). Dall'altra parte, un leggero calo (-1,96%) delle emissioni derivanti da perdite fuggitive di gas refrigeranti, prevalentemente con GWP elevato.

Questo decremento ha compensato l'aumento delle altre emissioni, determinando una sostanziale **stabilizzazione delle emissioni totali**, con una **riduzione complessiva dello 0,16%**.

Per quanto riguarda le **emissioni Scope 2**, nel 2024 si registra un incremento. Questo aumento non è dovuto esclusivamente alla maggiore energia acquistata, ma è influenzato principalmente dall'**aggiornamento dei fattori di conversione** pubblicati dall'AIB, l'Organizzazione Europea di riferimento per la rendicontazione delle emissioni derivanti dalla produzione di energia.

L'aggiornamento riflette il **contesto energetico del 2024**, caratterizzato da un maggiore ricorso alle fonti fossili, che ha determinato un incremento significativo del **fattore di conversione Location-Based**, calcolato sul mix elettrico nazionale ma anche di quello Market-Based, calcolato sul mix residuale dell'energia. In particolare, il fattore Location-Based è **aumentato del 36,87%** tra il 2023 e il 2024, mentre il fattore Market-Based è **aumentato del 9,64%**, contribuendo in modo significativo all'incremento di entrambe le tipologie di emissioni Scope 2 registrate nell'anno.

Inoltre, grazie ai pannelli fotovoltaici presenti su alcuni punti vendita de il Gigante, abbiamo contribuito a evitare l'emissione di circa **171 tonnellate di CO2 eq**, che sarebbero state emesse se fossimo ricorsi alla sola energia proveniente da fossile, senza utilizzare la quota di energia rinnovabile autoprodotta (386 MWh).





	u.m.	2023	2024	Δ 2024 2023
Scope 1 - Emissioni dirette	CO ₂ eq	27.523,12	27.478,04	-0,16%
Scope 2 - Emissioni indirette energetiche <i>Location+based</i>⁴	CO ₂ eq	32.289,15 ⁵	45.425,19	40,68%
Scope 2 - Emissioni indirette energetiche <i>Market+based</i>⁶	CO ₂ eq	46.737,25 ⁷	52.716,49	12,79%

Per un maggiore dettaglio degli indicatori riguardanti i temi materiali attinenti alle emissioni di gas serra (GHG), si rimanda alle tabelle presenti in Appendice.

4 Le emissioni Location Based (in breve LB) sono calcolate utilizzando l'omonima metodologia che utilizza i fattori medi di emissione del mix energetico nazionale del Paese in cui si trova l'organizzazione. Questo metodo segue l'andamento del mix energetico del Paese: se aumenta la produzione di energia da fonti rinnovabili rispetto alle fonti fossili, il fattore di emissione diminuisce e, di conseguenza, si riducono anche le emissioni attribuite all'azienda.

5 Rispetto al precedente Bilancio di Sostenibilità 2023, il valore delle emissioni indirette Scope 2 LB è stato rettificato da 179.919,88 tCO₂eq a 32.289,15. L'errore di calcolo scaturiva dall'applicazione di un fattore di emissione di 3 ordini di grandezza più grande rispetto a quello effettivo⁵ per la voce "teleriscaldamento", portando il valore delle emissioni ad assumere un'entità di gran lunga maggiore rispetto a quella reale.

6 Le emissioni Market Based (in breve MB) sono calcolate con l'omonima metodologia che considera la possibilità dell'azienda di scegliere la propria fonte di energia sul libero mercato. Le emissioni, infatti, sono, calcolate usando il residual mix, un fattore specifico che riflette l'energia rinnovabile effettivamente utilizzata dall'organizzazione. Se un'azienda sceglie energia 100% rinnovabile, le emissioni Scope 2 Market Based risultano pari a zero.

7 Analogamente alle emissioni Scope 2 LB, anche il valore delle emissioni scope 2 MB è stato rettificato rispetto al precedente valore riportato nel Bilancio di Sostenibilità 2023 de il gigante.



USO DELLE RISORSE ED ECONOMIA CIRCOLARE

L'ambiente è anche una nostra responsabilità. Ecco perché il nostro ruolo va oltre la semplice distribuzione di prodotti alimentari e non alimentari e cioè verso un approccio responsabile nella gestione delle risorse che impieghiamo nell'ambito della nostra attività di vendita.

La pluralità di tali risorse richiede l'implementazione di molteplici azioni che scegliamo di portare avanti per garantire una **gestione consapevole ed efficiente**.

Combattiamo lo **spreco alimentare** attraverso una gestione ottimizzata delle scorte, il ricorso a tecniche di confezionamento finalizzate ad aumentare i tempi di conservazione del cibo e un insieme mirato di donazioni delle eccedenze alimentari a enti del territorio.

Ci impegniamo a utilizzare **materiali più responsabili**, come imballaggi riciclabili e imballaggi costituiti da materiali riciclati e a ottimizzarne la quantità utilizzata nelle operazioni di confezionamento all'interno dei nostri reparti.

Promuoviamo pratiche di **economia circolare**, favorendo il riutilizzo delle risorse operative interne.

Laddove non possiamo intervenire attivamente, come nel caso degli imballaggi secondari impiegati per il trasporto delle merci dai fornitori al punto vendita, garantiamo **una corretta gestione dei rifiuti** attraverso la raccolta differenziata, nell'ottica di minimizzare l'impatto sulle discariche e assicurare una seconda vita a tali risorse.

Ogni singola azione messa in campo rappresenta il nostro impegno nel tutelare l'ambiente e nell'aver cura di tutto ciò che da esso deriva.

2.2.1 In prima linea contro lo spreco alimentare

Il nostro impegno contro lo spreco alimentare si traduce in azioni concrete, orientate principalmente a prevenire la generazione di rifiuti. **Oltre il 32% delle nostre risorse è costituito da prodotti alimentari**, ne deriva la necessità di implementare azioni che consentano a monte di ridurre gli sprechi all'interno dell'attività di vendita.

Ogni nostra decisione è orientata quindi a **valorizzare al massimo i prodotti**, garantendo che le eccedenze di produzione vengano ridotte o redistribuite in modo efficace.



Gestione efficiente degli ordini

Nel 2024 il processo di ottimizzazione degli ordini, avviato nel 2021, ha raggiunto una nuova fase di maturità. Il sistema di riordino automatico, che negli ultimi anni ha trasformato il modo in cui gestiamo gli approvvigionamenti, è ormai parte integrante della nostra quotidianità.

Grazie agli algoritmi che analizzano in tempo reale l'andamento delle vendite, **siamo in grado di anticipare i fabbisogni dei nostri reparti e di garantire una disponibilità ottimale dei prodotti alimentari, riducendo così il rischio di eccedenze.**

Dopo essere stato adottato con successo in tutta la rete per i reparti di gastronomia industriale, salumeria, latticini, quarta gamma dell'ortofrutta e pescheria; nel 2024 il sistema è stato esteso in altri punti vendita, in particolare per la categoria dell'ortofrutta fresca pronta all'uso.

L'applicazione di questo processo riveste un'importanza particolare, poiché si tratta di prodotti freschi e pronti al consumo, caratterizzati da una shelf life più ridotta e da una maggiore deperibilità: una gestione efficiente e mirata degli ordini consente di assicurare la giusta disponibilità del prodotto in area vendita, senza generare eccedenze.

Soluzioni di confezionamento per mantenere la freschezza

Una dimensione rilevante nella prevenzione e gestione dello spreco alimentare è quella della conservazione. In quest'ambito, adottiamo nei nostri punti vendita sistemi di confezionamento volti a prolungare la freschezza e la durata di conservazione di prodotti freschi come carne, pesce, formaggi, frutta e verdura.

In particolare, utilizziamo il **confezionamento in atmosfera modificata (ATM)** e il **confezionamento SKIN**.

Il primo metodo si riferisce alla sostituzione di aria all'interno della confezione che riduce la presenza di ossigeno (O_2) al fine di rallentare i processi di ossidazione e, quindi, di deterioramento.

Il secondo, invece, consiste in una tecnica di confezionamento che prevede il riscaldamento del film di plastica in fase di applicazione, in modo da farlo aderire perfettamente alla superficie del prodotto, riducendo l'aria presente nel pacchetto. Questo aiuta a mantenere la freschezza e a prevenire l'ossidazione, oltre che a proteggere il prodotto alimentare da contaminazioni esterne, rispetto ad un imballaggio tradizionale.

Queste tecniche, prolungando la durata di conservazione, aiutano a prevenire gli sprechi alimentari sia durante il periodo di esposizione del prodotto nei punti vendita, sia durante l'attesa per il consumo finale.

Nel 2024 abbiamo portato avanti un'importante evoluzione del processo di confezionamento dei prodotti freschi.

Le attività di confezionamento, precedentemente svolte nei laboratori decentralizzati, **sono state accentrate nel nuovo stabilimento di Bascapè (PV)**: l'impiego di più macchinari ha aumentato la capacità di confezionamento, permettendo di estendere il servizio anche a punti vendita precedentemente non serviti e di introdurre nuovi confezionamenti per prodotti di gastronomia come risotti, gratinati monoporzione e pollo.

Sempre nel 2024, per migliorare la conservazione dei prodotti freschi, abbiamo introdotto nuovi packaging.

Per i prodotti del reparto pasticceria è stata introdotta una **vaschetta più resistente**, in grado di preservare il prodotto da urti o danni accidentali, mantenendo intatta la sua freschezza originale.

Allo stesso modo, nel reparto macelleria sono state introdotte **nuove vaschette** con uno strato assorbente migliorato, in grado di trattenere l'eccesso di liquidi e ridurre il rischio di deterioramento, garantendo così una conservazione ottimale del prodotto confezionato.



IL GIGANTE SI IMPEGNA COSTANTEMENTE DAL 2010 NEL SOCIALE CON BANCO ALIMENTARE

Il Gigante nel 2024 ha donato a Banco Alimentare 555 tonnellate di alimenti destinati a tante persone e famiglie in difficoltà, equivalenti ad

OLTRE 1 MILIONE DI PASTI*

BANCO ALIMENTARE È LA PIÙ GRANDE REALTÀ IN ITALIA CHE RECUPERA LE ECCEDENZE ALIMENTARI PER DISTRIBUIRLE GRATUITAMENTE ALLE ORGANIZZAZIONI PARTNERS TERRITORIALI CHE OFFRONO AIUTO ALIMENTARE A PERSONE E FAMIGLIE IN DIFFICOLTÀ

* 1 pasto equivalente corrisponde a un mix di 500 g di alimenti in base ai LARN (Livelli di Assunzione di Riferimento di Nutrienti ed energia per la popolazione italiana).



LA BONTÀ DEL GIGANTE

Tutti i prodotti donati da IL GIGANTE vengono controllati e selezionati nel rispetto delle norme di conservazione, stoccaggio e sono redistribuiti da Banco Alimentare in totale sicurezza e nella piena tutela dei beneficiari finali.

Donazioni di eccedenze alimentari

Diamo una seconda vita alle eccedenze alimentari grazie ad un'importante iniziativa di donazione portata avanti in collaborazione con le **ONLUS del territorio**. In particolare, attraverso il supporto di **Banco Alimentare**, ci impegniamo a donare prodotti alimentari che non soddisfano più le nostre aspettative di vendita (confezioni danneggiate, o alimenti con scadenza ravvicinata) ma ancora idonei al consumo e da noi controllati e selezionati nel rispetto delle norme di conservazione, per essere redistribuiti ai beneficiari finali, garantendo così che cibo prezioso non venga sprecato.

Nel 2024, abbiamo raggiunto un significativo traguardo in termini di contrasto allo spreco alimentare con la **donazione di ben 568.239 kg di risorse alimentari**, di cui la maggior parte è stata donata tramite la collaborazione con **Banco Alimentare**, mentre la restante parte attraverso altre donazioni ad onlus del territorio.

In particolare, nel 2024, grazie alla rete del Banco Alimentare regionale della Lombardia, Piemonte ed Emilia-Romagna **sono stati donati 555.802 kg di beni alimentari**. Queste donazioni hanno contribuito ad evitare che venissero sprecate le risorse impiegate per la produzione degli alimenti stessi, corrispondenti a:

- **891.820 kg di CO₂eq**

equivalenti all'attività di 59.461 alberi

- **898.478 m³ di acqua**

equivalenti 359 piscine olimpioniche

- **4.979.792 m² di terra**

equivalenti a 711 campi da calcio¹

¹ KPI relativi allo spreco di risorse evitato si riferiscono esclusivamente alle donazioni gestite tramite Banco Alimentare, che rappresentano circa il 97% del totale delle eccedenze alimentari donate.

-14%
risparmio
di superficie
stampata
tra il 2023
e il 2024

**Riduzione
dell'utilizzo
di carta a favore
del volantino
digitale**

il gigante
il gigante

INDICAZIONE IL QR CODE
SFOGLIA I NOSTRI VOLANTINI

INDICAZIONE IL QR CODE
SFOGLIA I NOSTRI VOLANTINI

TANTE OFFERTE
LE TROVI SOLO
SUL VOLANTINO
DIGITALE!

TANTE OFFERTE
LE TROVI SOLO
SUL VOLANTINO
DIGITALE!

www.ilgigante.net

www.ilgigante.net

2.2.2 Le risorse: il nostro utilizzo responsabile

Consideriamo l'uso responsabile delle risorse un atto dovuto, essenziale per ridurre l'impatto ambientale delle nostre attività.

Crediamo nel fare, per questo la nostra visione si declina in un insieme di azioni mirate che trovano spazio e concretezza nelle nostre procedure, nei processi organizzativi e nelle scelte quotidiane che coinvolgono tutti i nostri punti vendita e siti logistici.

La digitalizzazione: un passo verso l'ottimizzazione della carta

La digitalizzazione è sinonimo di ottimizzazione che ci consente di ottimizzare e utilizzare le risorse in modo responsabile.

Dopo gli importanti passi compiuti negli anni precedenti per **ridurre l'utilizzo di carta**, che ha visto l'introduzione del **volantino digitale**, la riduzione del numero di pagine del volantino cartaceo e la **digitalizzazione dei libri ingredienti e allergeni**, nel 2024 abbiamo lavorato per ridurre ulteriormente l'utilizzo della carta.

In particolare, il formato del volantino è stato ridotto, con un **risparmio di superficie stampata del 14%**, mantenendo invariata l'ampiezza dell'assortimento e delle promozioni visibili ai clienti.

Parallelamente, è stata ottimizzata la distribuzione dei volantini cartacei, con una **riduzione del numero di copie** consegnate nelle caselle postali, potenziando la copertura del volantino digitale e aumentando la fruibilità e visibilità delle offerte online su un maggiore numero di pagine.

L'impegno per la riduzione dell'uso di carta nelle attività commerciali si è rafforzato nel 2024: le nuove edizioni tematizzate, come il **volantino Benessere**, sono state promosse in **formato digitale** e diffuse ai clienti attraverso i **canali online**, mentre la versione cartacea è stata mantenuta solo per l'esposizione all'ingresso dei punti vendita.

Inoltre, in due campagne promozionali abbiamo ulteriormente contenuto l'uso di carta, limitando le copie stampate e rinunciando alla distribuzione nelle caselle postali, privilegiando la diffusione digitale come canale principale.

A fine 2024, il numero di copie stampate dei volantini quindicinali è rimasto stabile, nonostante l'apertura di tre nuovi punti vendita mentre il numero di copie dei volantini legati alle ricorrenze è stato ottimizzato, riducendo il numero di copie stampate, nonostante le aperture dei 3 nuovi punti vendita.

Un risultato che testimonia l'efficacia dei processi di ottimizzazione dell'utilizzo della carta.



SCELTE PIÙ CONSAPEVOLI *per il nostro pianeta*



LE NOSTRE SPECIALITÀ SONO SERVITE
NELLE **VASCHETTE C-PET Evolve**
COMPOSTE FINO ALL'80%
DA MATERIALE PET RICICLATO.

LE **VASCHETTE C-PET Evolve**
SI DIFFERENZIANO PER COLORE,
IN QUANTO RIFLETTONO LA MISCELA
DI BOTTIGLIE E VASSOI RICICLATI.
SONO RICICLABILI E SOSTENIBILI.

POSSONO ESSERE UTILIZZATE IN FORNO,
NEL MICROONDE E IN FREEZER
(-40°C, +220°C).

I nostri materiali di confezionamento dei prodotti freschi

480.485 kg di confezioni utilizzate **differentiabili nella raccolta della carta**

124.569 kg di confezioni utilizzate in **plastica PET riciclata**

61.771 kg di confezioni utilizzate in **plastica CPet riciclata**

60.866 kg di confezioni utilizzate in **plastica MAPet riciclata**

86.674 kg di confezioni utilizzate in **polistirolo RXPS riciclato**

Nel nostro impegno per un uso responsabile delle risorse, abbiamo deciso di concentrare l'attenzione sull'uso di materiali nei processi di confezionamento.

Siamo costantemente alla ricerca di soluzioni innovative e più sostenibili in sinergia con i nostri fornitori, con cui collaboriamo attivamente per aumentare la quantità di **materiale riciclato** all'interno dei materiali destinati al packaging.

In questi termini, sin dal 2021, abbiamo avviato una conversione significativa, iniziando a sostituire le vaschette nel reparto gastronomia, composte da materiale PET riciclato fino al 80% e interamente riciclabili.

Nel 2024 la trasformazione è arrivata anche nei reparti pescheria di tutti i punti vendita, dove è stato ultimato il passaggio a **vaschette C-Pet e Mapet, con componente riciclato**.

Sempre nel 2024, nei reparti macelleria, abbiamo proseguito con la sostituzione dei vassoi in polistirolo vergine con le **vaschette r-XPS**, contenenti fino **al 50% di polistirolo riciclato su altre 2 referenze di prodotto** (hamburger e carne trita): esse rappresentano la migliore soluzione di confezionamento in termini di sicurezza alimentare, sostenibilità e circolarità, essendo interamente riciclabili nella plastica.

Coerenti con un approccio volto a ridurre gli sprechi, ci impegniamo inoltre a **ridurre l'over-packaging**, limitando l'utilizzo di materiale alla sola quantità necessaria per l'imballaggio del prodotto confezionato nei nostri reparti.

Per questo utilizziamo la **tecnica di confezionamento SKIN** che, facendo aderire un film di plastica al prodotto, richiede una quantità di materiale limitata alla sola superficie di prodotto. Si tratta evidentemente di una quantità minore rispetto a quella utilizzata nei confezionamenti tradizionali in plastica.





Il nostro impegno in numeri

Materiali da packaging utilizzati		u.m.	2023	2024	△ 2023 2024
Carta	Totale imballo carta	kg	212.421	278.322	31,02%
	- di cui biobased	%	100,00%	100,00%	-
	- di cui riciclata	%	-	-	-
	- di cui riciclabile	%	100,00%	100,00%	-
Plastica	Totale imballi plastica	kg	690.707	632.966	-8,36%
	- di cui biobased	%	-	-	-
	- di cui riciclata ²	%	38,64%	32,32%	-6,33% ³
	- di cui riciclabile	%	80,71%	78,74%	-1,97%
Poliaccoppiato (carta+plastica)	Totale imballi poliaccoppiati	kg	407.687	480.485	17,85%
	- di cui biobased	%	80,00%	80,00%	-
	- di cui riciclati	%	31,00%	29,00%	-2,00%
	- di cui riciclabile ⁴	%	80,00%	80,00%	-
Alluminio	Totale imballi alluminio	kg	7.000	6.000	-14,29%
	- di cui riciclato	%	ND	60,00%	-
	- di cui riciclabile	%	100,00%	100,00%	-
Totale	Totale imballaggi utilizzati	kg	1.317.816	1.397.773	6,07%
	- di cui con contenuto bio based	%	40,87%	47,41%	6,54%
	- di cui con contenuto riciclato	%	20,25%	14,89%	-5,36%
	- di cui con contenuto riciclato	%	58,95%	83,50%	24,54%

Uso responsabile significa per noi anche impegno nella sensibilizzazione e divulgazione di buone pratiche.

Per questo, relativamente al packaging, ci impegniamo nella **promozione di una corretta raccolta differenziata dei rifiuti da parte dei clienti** attraverso un'attività di informazione sullo smaltimento del materiale di confezionamento, così da guidare e incentivare le possibilità di riciclo dei rifiuti ove possibile.

Da oltre 10 anni, infatti, in linea con le disposizioni europee sull'etichettatura ambientale per gli imballaggi preincartati, sui prodotti a marchio è presente l'etichetta che informa il consumatore sul conferimento del prodotto e del suo imballaggio dopo la fase di consumo.

² All'interno di questa categoria sono compresi gli imballaggi R-pet, C-Pet, MAPet e R-XPS che sono costituiti al 70% da plastica riciclata. Il valore riportato in tabella si riferisce quindi al 70% di ciascun imballaggio utilizzato.

³ La riduzione della plastica riciclata è imputabile alla riduzione del R-Pet utilizzato, controbilanciato in parte dagli incrementi dell'utilizzo delle altre tipologie di imballaggi in plastica riciclata C-Pet, MAPet, R-XPS.

⁴ Questa tipologia di imballaggio è riciclabile nella carta secondo la certificazione ATICELCA, classe B che identifica un imballaggio riciclabile all'80% con uno scarto inferiore al 20%.





Vogliamo portare avanti il nostro impegno a favore di un utilizzo sempre più responsabile di materiali che rinunci in maniera decisiva alla plastica vergine, privilegiando soluzioni alternative che sappiano coniugare sicurezza alimentare, funzionalità, sostenibilità economica e ambientale. Scegliamo di farlo completando il processo di sostituzione dei vassoi in **polistirolo vergine con vassoi in polistirolo riciclato**, la sostituzione delle **vaschette in polipropilene vergine con vaschette in R-PET**, nonché la **riduzione dove possibile dello spessore delle pellicole in plastica utilizzate per il confezionamento**.

Allo stesso tempo, stiamo lavorando per ridurre la plastica anche nell'imballaggio terziario, sperimentando film estensibili più sottili ed efficienti per il confezionamento dei bancali di trasporto.

Riutilizzo delle risorse operative interne

+3,24% utilizzo di pallet e cassette riutilizzabili nel reparto ortofrutta rispetto al 2023

195.370 kg di CO₂ evitata nel 2024 grazie all'utilizzo di pallet riutilizzabili CPR System nel reparto ortofrutta.

272 kg di CO₂ evitata nel 2024 grazie all'utilizzo del pallet pooling CHEP.

Utilizzare con responsabilità le risorse si traduce per noi nell'adozione di pratiche di economia circolare concrete che puntano al riutilizzo delle stesse.

Dal 2022, abbiamo introdotto i **pallet e cassette riutilizzabili (CPR)** nei reparti di pescheria, ortofrutta e macelleria, riducendo, in una **logica di riuso in linea con i principi dell'economia circolare**, l'uso di imballaggi secondari monouso con cui la merce è trasportata in tutti i punti vendita il Gigante, comprese le nuove aperture (San Giuliano Milanese, Desio, Castello di Brianza).



g

Il pallet pooling in breve

Il pallet pooling è un sistema in cui le aziende prendono in prestito i pallet da un parco condiviso gestito da un fornitore o consorzio.

Dopo il loro uso nella fase di trasporto, i pallet vengono restituiti, ispezionati e riparati se necessario, per essere poi reintrodotti nel ciclo produttivo.

Quando un pallet non è più idoneo al trasporto a causa di danni eccessivi, viene destinato al riciclo, trasformando il legno in nuova materia prima per altri utilizzi.

Questo modello consente di ottimizzare l'impiego dei pallet in legno, ridurre costi e sprechi, garantire sicurezza e tracciabilità nella logistica, e promuovere un'economia circolare basata sul **riutilizzo** e sul **riciclo**.

Ottimizzare quanto più possibile la vita utile delle risorse impiegate nelle nostre operazioni è parte del nostro impegno nella gestione delle stesse.

Per le attrezzature ad uso interno, che selezioniamo esclusivamente da fornitori certificati e qualificati, ci assicuriamo che siano utilizzate fino al loro naturale esaurimento.

Solo a quel punto procediamo con il loro smaltimento, seguendo rigorosamente le normative vigenti per limitare al massimo il loro impatto.

Ma non solo, **riutilizziamo il gas refrigerante** che residua dalle sostituzioni di gas che effettuiamo nell'ottica di utilizzarne altri a minor impatto ambientale (si veda all'interno del Capitolo 2 "Temi ambientali", paragrafo 2.1 "ESRS E1: Cambiamento climatico ed emissioni", la sezione relativa ai gas refrigeranti).

Dopo aver sostituito i vecchi refrigeranti con gas di nuova generazione a minor impatto ambientale, **il gas rimosso viene adeguatamente stoccato e riutilizzato** per eventuali integrazioni negli impianti frigoriferi a temperatura normale (TN) o nei freezer a bassa temperatura, che continuano a utilizzarlo, ottimizzando così le risorse esistenti sfruttando il più possibile la vita utile della stessa.

2.2.3 I rifiuti: da scarti a risorse

Per tutto ciò che non riusciamo a prevenire e che, quindi, diventa rifiuto, ci impegniamo a favore di una corretta gestione dei rifiuti attraverso pratiche attente e rigorose.

Implementiamo sistemi di raccolta differenziata in tutta la nostra rete di vendita, promuovendo il riciclo e il recupero delle risorse e riducendo la quantità di rifiuti destinati alle discariche.

In particolare, in tutti i punti vendita, il 100% dei nostri rifiuti organici è destinato ad attività di recupero quali **compostaggio e biogas**.

Per tutti gli altri materiali, provvediamo alla raccolta differenziata secondo le varie disposizioni comunali che prevedono, a loro volta, la destinazione dei rifiuti a diverse attività di riciclo e recupero, a seconda della tipologia di rifiuto trattata.

Nel 2024 si registrano lievi aumenti in tutte le categorie di rifiuto, legati da un lato a fattori fisiologici dell'attività di vendita dall'altro all'aumento dei punti vendita attivi rispetto al 2023 che generano aumenti sulla quota dei rifiuti conferiti.

Considerando queste dinamiche, l'incremento complessivo risulta tuttavia contenuto.

Il nostro impegno in numeri

	u.m.	2023	2024	Δ 2023 2024
Organico⁵	ton	3.110,41	3.198,57	2,83%
Oli esausti e grassi commestibili	ton	76,48	84,66	10,70%
Cartone⁶	ton	4.562,12	4.986,63	9,31%
Plastica⁷	ton	ND	100,00 ⁹	-
Imballaggi misti⁸	ton	6.927,85	8.127,12	17,31%

5 Questa categoria di rifiuti (Codice CER 200108) comprende i rifiuti di tutti i punti vendita, compresi la stima di quei punti vendita con raccolta comunale

6 Questa categoria di rifiuti (Codice CER 150101) comprende i rifiuti di tutti i punti vendita, compresi la stima di quei punti vendita con raccolta comunale

7 Questa categoria di rifiuto (Codice CER 150102) è presente solo su un punto vendita, in quanto gli imballaggi in plastica, quale il cellophane, è conferito negli imballaggi misti nei restanti punti vendita.

8 Questa categoria di rifiuti (Codice CER 150106) comprende i rifiuti di tutti i punti vendita, compresi la stima di quei punti vendita con raccolta comunale.

9 Rispetto al totale, il valore reale da raccolta privata è pari a 57,20 tonnellate. La quota residuale si riferisce, invece, alla quota stimata per i mesi da gennaio a luglio 2024 per il Ce.Di di Bascapè.



Temi Sociali



FORZA LAVORO PROPRIA

3.1.1 La squadra de il Gigante

4.836	numero complessivo di dipendenti
64,27%	percentuale di donne in azienda
92,80%	persone a tempo indeterminato
627	numero dei nuovi assunti under 30 (+104% rispetto al 2023)

Siamo un'impresa fatta di persone.

La nostra forza nasce dalla professionalità, dalla responsabilità e dalla competenza che ognuno mette in campo ogni giorno.

Crediamo che il successo di un'azienda non dipenda solo dai risultati economici, ma soprattutto dal valore umano di chi la fa crescere. Per questo investiamo nel creare un ambiente di lavoro sicuro, equo e stimolante, in cui ciascuno possa sentirsi parte di un progetto condiviso.

g

Dipendenti de "Il Gigante" divisi per contratto di lavoro nel biennio 2023-2024



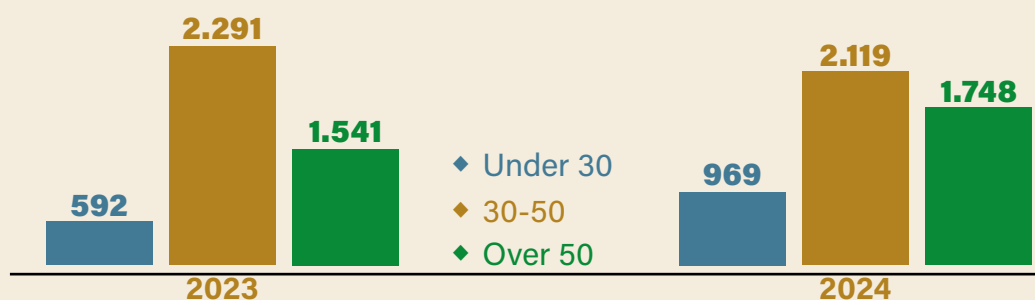
Dipendenti de "Il Gigante" divisi per genere nel biennio 2023-2024



Dipendenti de "Il Gigante" divisi per tipologia di impiego nel biennio 2023-2024



Dipendenti de "Il Gigante" divisi per fascia di età nel biennio 2023-2024



Per un maggiore dettaglio degli indicatori riguardanti i temi materiali attinenti ai dipendenti e ai collaboratori della nostra azienda, si rimanda alle tabelle presenti in Appendice, Annex S1.

Nel 2024 la squadra de il Gigante ha potuto contare sul contributo di **4.836 persone**, registrando una **crescita del 9,31% rispetto al 2023**.

Nonostante l'ampliamento dell'organico, nel 2024 si conferma la **prevalenza femminile**, pari al **64,27%** del totale, composta principalmente da **impiegate alla vendita** (99,81%). La componente maschile, pari al **35,73%**, è presente in misura analoga nella categoria degli **impiegati** (97,05%). A questi ruoli, si aggiungono 47 dipendenti, inquadrati a livello Quadro e 10 Dirigenti, con una forte prevalenza maschile.

Anche sotto il profilo contrattuale, la configurazione del 2024 conferma la tendenza degli anni precedenti, con una netta **prevalenza di contratti a tempo indeterminato (92,80%)** e una quota residuale di contratti a tempo determinato (7,20%).

La tipologia di impiego prevalente resta quella del **part-time (61,52%)**, scelta dalla quasi totalità delle lavoratrici assunte in azienda (**82,92%**), mentre la **modalità full-time (38,48%)** è ricoperta in prevalenza da lavoratori uomini (**71,47%**).

Il Gigante si distingue inoltre come **azienda multigenerazionale**: la distribuzione per età evidenzia una prevalenza della **fascia 30-50 anni (43,82%)**, seguita dagli **over 50 (36,14%)** e dagli **under 30 (20,04%)**. Proprio su quest'ultima fascia si concentra l'impegno dell'azienda nell'**investire sul futuro e sulle nuove generazioni**.

Nel 2024, infatti, si è registrato un significativo **aumento della presenza under 30 (+63,68%)**, frutto di una strategia mirata di **ricerca e selezione del personale**, realizzata anche in collaborazione con **scuole e istituti professionali del territorio**, con l'obiettivo di attrarre giovani talenti già formati e orientati verso specifiche attività lavorative. Grazie a questo approccio, il Gigante è in grado di rispondere in modo puntuale e flessibile alle peculiarità del settore della grande distribuzione, tradizionalmente caratterizzato da elevata dinamicità e da continui cambiamenti nelle esigenze della forza lavoro. In tale contesto, l'azienda registra un **turnover in uscita del 12,55%**.

L'organico aziendale così definito si arricchisce del contributo e supporto di 78 lavoratori con contratti somministrati e 97 stagisti, di cui il 37,11% donne e il 62,89% uomini.





3.1.2 Benessere dei dipendenti

Il benessere dei nostri dipendenti è il primo elemento su cui vogliamo costruire e consolidare la nostra identità aziendale e il nostro futuro. Impegno che trova espressione in tre pilastri per noi essenziali: **la stabilità lavorativa, l'ascolto e l'equilibrio tra vita e lavoro.**

Stabilità

Garantire stabilità lavorativa significa offrire sicurezza e prospettive chiare a tutti i nostri dipendenti così da costruire relazioni professionali solide e durevoli.

L'impegno è quello di orientarci verso contratti che mirino alla stabilizzazione a tempo indeterminato. Ne sono conferma i dati relativi alla contrattualizzazione del nostro organico, il cui **92,80%** dei lavoratori è occupato a tempo indeterminato, a fronte di una quota minima di contratti a tempo determinato (**7,20%**), comunque orientati a una stabilizzazione nel tempo. A conferma di questo orientamento, nel 2024 sono stati trasformati **188 contratti a tempo indeterminato.**

Nel 2024 l'**anzianità media di servizio è stata pari a 17 anni.**

Questo dato conferma la presenza di una base solida di **rapporti lavorativi di lunga esperienza**, testimoniando al contempo un **forte senso di appartenenza** e una **condivisione duratura dei valori aziendali**, elementi che continuano a rappresentare un pilastro della cultura organizzativa del Gigante.

Tutti i lavoratori sono inquadrati secondo il Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro (CCNL) di riferimento del settore della GDO, ovvero il CCNL **DMO** (Distribuzione Moderna Organizzata). Questo assicura una copertura completa su tutti gli aspetti normativi e retributivi previsti dal contratto, garantendo che ogni dipendente benefici delle condizioni economiche e delle tutele a cui ha diritto.

Questo approccio alla tutela e al rispetto del lavoratore è adottato anche nei confronti delle società terze con cui collaboriamo e alle quali chiediamo garanzie circa l'applicazione del CCNL di riferimento del loro settore di attività specifico. Si tratta di una richiesta fondamentale per verificare che anche i lavoratori impiegati da fornitori, appaltatori e partner esterni beneficino di condizioni contrattuali e salariali eque, al pari di quanto assicuriamo ai nostri dipendenti.

In questo modo, ci impegniamo a promuovere un **ambiente lavorativo che rispetta i diritti dei lavoratori**, indipendentemente dal datore di lavoro specifico, assicurando coerenza nei trattamenti economici, nelle tutele contrattuali e nelle condizioni di lavoro, in linea con gli standard normativi del settore.





Ascolto

Il benessere lavorativo passa necessariamente da una dimensione di dialogo aziendale aperto, poiché comprendere le esigenze e le preoccupazioni dei nostri collaboratori ci permette di creare un ambiente dove ogni persona si sente valorizzata e supportata.

L'attività di ascolto dei dipendenti è gestita da figure responsabili, differenti a seconda della tipologia di lavoratore. Per il personale impiegato nei punti vendita, il referente principale è il **Direttore del Punto Vendita**, che, grazie all'interazione diretta e al contatto quotidiano con i dipendenti, è in grado di rispondere con tempestività e precisione a necessità o problematiche. A supporto, è attivo anche un canale diretto con l'**Ufficio delle Risorse Umane**, che assume un ruolo centrale nella gestione delle richieste a un livello più elevato, occupandosi dell'accoglienza e promozione di iniziative volte al benessere e allo sviluppo professionale del personale.

Accanto ai canali di comunicazione già esistenti, nel 2024 è stato attivato il canale di **whistleblowing**, che consente di segnalare in modo anonimo eventuali situazioni o comportamenti non conformi ai principi di legalità, integrità ed etica aziendale. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di promuovere un dialogo aperto anche su temi delicati o controversi, offrendo uno strumento sicuro attraverso il quale ogni persona può contribuire alla tutela dei valori aziendali. Grazie all'anonimato, è garantita la piena tutela di chi effettua la segnalazione, rafforzando così la **cultura della responsabilità condivisa**.

Equilibrio vita-lavoro

Crediamo profondamente che un ambiente di lavoro che favorisca il bilanciamento tra vita privata e professionale sia essenziale per costruire una **realtà centrata sul benessere dei dipendenti**. Ne siamo convinti pur consapevoli che il settore della grande distribuzione organizzata (GDO) presenta, in questo senso, sfide uniche. Infatti, la necessità di garantire un servizio di vendita continuo, oltre a implicare la presenza fisica dei lavoratori, rendendo inapplicabili modalità di lavoro flessibili come lo smart working, richiede un'operatività anche durante le domeniche e le festività, complicando ulteriormente la conciliazione tra lavoro e vita personale dei nostri lavoratori.

Consapevoli di queste peculiarità, ci impegniamo a implementare misure in grado di agevolare la conciliazione vita-lavoro per tutti i nostri dipendenti. Una di queste è certamente l'offerta di contratti **part-time**, scelti da circa il 61,52% del personale, con una predominanza delle lavoratrici donne (86,62%), che optano per questa scelta per dedicarsi maggiormente alla famiglia e alla vita privata.

Un'altra leva che utilizziamo per garantire un maggior equilibrio tra lavoro e vita privata è quella di un'**equa distribuzione dei carichi di lavoro**, grazie all'utilizzo di un software centralizzato per la gestione dei turni. In uso dal 2011, il **software InVision** ci permette di organizzare i turni di lavoro in modo efficace, assicurando che il personale, in particolare quello part-time, abbia un'**equa ripartizione delle ore per dipendente**, aiutando a prevenire richieste di ore straordinarie per coprire turni scoperti. Inoltre, questo sistema, consentendo di pianificare in modo ottimale i flussi lavorativi, permette ai dipendenti di visualizzare in anticipo la propria programmazione su un orizzonte temporale di 10 settimane, con informazioni chiare sulla presenza richiesta. In questo modo, i lavoratori possono pianificare e organizzare la propria vita privata con maggiore tranquillità.

9



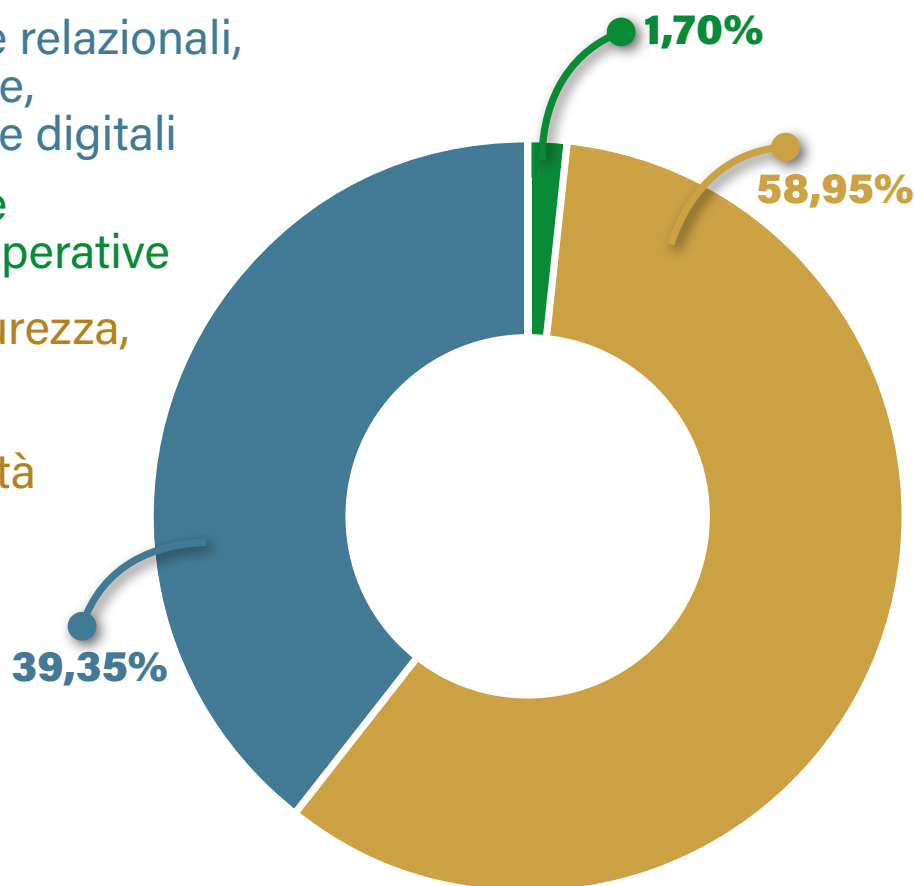
3.1.3 La formazione in azienda

20.754 ore di formazione erogate nel 2024

Presidiamo con attenzione le dimensioni della competenza e della professionalità, elementi essenziali per garantire standard di servizio sempre elevati. Per questo, la formazione viene erogata in modo continuativo a tutto il personale, secondo un **piano formativo definito annualmente** dall'ufficio Risorse Umane e approvato dalla Direzione, sulla base delle esigenze che emergono di anno in anno e degli obblighi normativi in continua evoluzione.

Nel piano formativo sono incluse le ore dedicate agli aggiornamenti normativi e alla formazione integrativa, con i relativi dettagli sugli argomenti trattati, il budget allocato, nonché i destinatari dei corsi. Nel 2024, il piano formativo annuale ha previsto la formazione negli ambiti salute e sicurezza, qualità e sostenibilità in aumento rispetto al 2023, per un totale di 12.236 ore erogate, nell'ambito delle competenze relazionali, organizzative, linguistiche e digitali (8.166 ore erogate) e una quota di formazione è stata erogata nell'ambito delle competenze tecniche e operative (352 ore). In questo ultimo ambito, la formazione è stata notevolmente potenziata rispetto all'anno precedente, registrando un incremento di circa il 300% delle ore erogate rispetto al 2023.

- ♦ Competenze relazionali, organizzative, linguistiche e digitali
- ♦ Competenze tecniche e operative
- ♦ Salute e sicurezza, ambiente, qualità e sostenibilità



Le ore di formazione sono state erogate quasi interamente alla categoria degli Impiegati (99,40%) in quota simile sia per le lavoratrici (51,94%) sia per i lavoratori (48,06%), in linea con le caratteristiche della popolazione aziendale. Le restanti attività formative hanno invece coinvolto 10 figure Quadro. Nel 2024 è continuata anche la formazione dedicata agli apprendisti, con un programma trasversale su tutti gli ambiti di competenza.



Sviluppo dei talenti interni

Investire nelle persone significa **preparare oggi i leader aziendali di domani**. In questa prospettiva, il Gigante ha individuato i dipendenti con il potenziale per intraprendere **percorsi di crescita professionale**, offrendo **formazione mirata e strumenti concreti** per sviluppare competenze, leadership e capacità decisionali.

I percorsi hanno coinvolto sia i **Capi Reparto** selezionati con potenzialità per diventare Direttori, sia gli **addetti** di reparto per il ruolo di Capo Reparto. Il **corso per potenziali Direttori** ha coinvolto dieci dipendenti e ha previsto tre giornate di formazione, per un totale di 24 ore, focalizzandosi sullo sviluppo di competenze manageriali avanzate, leadership, gestione delle risorse umane e capacità decisionale. Il **corso per potenziali Capi Reparto**, rivolto a sedici dipendenti per un totale di 24 ore, è stato progettato per fornire le conoscenze operative e gestionali necessarie a guidare un reparto, con particolare attenzione alla gestione del team, all'organizzazione del lavoro e all'ottimizzazione dei processi quotidiani.

L'iniziativa favorisce lo **sviluppo dei talenti interni**, valorizzando le competenze del personale e creando le condizioni per formare una squadra pronta a guidare l'azienda nel prossimo futuro.

Formazione e sviluppo manageriale: competenze operative e leadership

Tra le attività di formazione, nel 2024 sono state organizzate sessioni formative rivolte ai Capi Reparto, Direttori e Area Manager, con l'obiettivo di **rafforzare sia le competenze operative sia le capacità di leadership**. Da una parte, la formazione dedicata ai **Capi Reparto** ha approfondito la gestione del reparto, le procedure operative e l'organizzazione del lavoro, coinvolgendo **22 partecipanti** e fornendo strumenti concreti per coordinare i team e garantire un servizio efficiente. Dall'altra, è stata prevista una giornata di formazione focalizzata sul **coaching**, che ha interessato **60 Direttori e 6 Area Manager**, con l'obiettivo di sviluppare **competenze manageriali avanzate, leadership e capacità di supportare e motivare i team**, contribuendo a formare figure interne in grado di guidare i punti vendita con continuità, in una logica di valorizzazione delle persone.





Percorsi formativi per un servizio al cliente sempre più accogliente

179
ADDETTI
ALLA VENDITA
coinvolti nell'attività
di formazione
nel 2024

275
CASSIERI/E
coinvolti/e nell'attività
di formazione
nel 2024

Per offrire un servizio sempre più di qualità, nel 2024 è proseguito il **processo di formazione e sensibilizzazione**, volto a **garantire un servizio sempre più qualificato e attento**, allo scopo di consolidare la centralità del cliente nell'esperienza di acquisto grazie alle competenze del personale.

In particolare, il percorso formativo ha coinvolto **275 cassieri/e**, con un totale di **48 giornate di formazione e 179 addetti alla vendita** per un totale di **29 giornate** di formazione, a copertura di tutte le aree operative dell'attività di vendita. Il percorso ha puntato sia sullo sviluppo delle **competenze tecniche**, fondamentali per svolgere al meglio le mansioni quotidiane, sia sulle **competenze trasversali**, affinando le modalità di approccio, comunicazione e accoglienza dei clienti.

Percorsi formativi per la qualità e la professionalità del reparto Salumeria

10 giornate di formazione "L'arte del disosso"

1 giornata di formazione presso il Consorzio del formaggio di Asiago

Nell'ambito delle competenze di reparto, nel 2024, il reparto Salumeria è stato coinvolto in un **percorso formativo** dedicato a valorizzare le competenze specialistiche, con l'obiettivo di unire **conoscenza e passione per il prodotto**.

In particolare, sono stati organizzati **due eventi formativi**: il primo intitolato **"L'arte del disosso"**, corso focalizzato sul disosso del prosciutto crudo a cui hanno partecipato **48 addetti alla salumeria**, per un totale di **10 giornate di formazione**. Il secondo è stato svolto in collaborazione con il **Consorzio del formaggio di Asiago**, ed ha visto la partecipazione di **40 addetti** per approfondire la conoscenza dei prodotti e delle loro caratteristiche. Attraverso esperienze pratiche e approfondimenti specialistici, i partecipanti hanno potuto rafforzare la propria professionalità e capacità di offrire al cliente un servizio sempre più qualificato e attento.

g



Il Gigante partecipa alla formazione della Centrale Selex

In continuità con gli anni precedenti, anche nel 2024 abbiamo partecipato alle iniziative di formazione della Centrale Selex che, con regolarità, coordina importanti attività formative per tutte le sue associate, organizzando specifici seminari e giornate di studio.

L'offerta formativa promossa dalla **Centrale Selex** prevede, con **cadenza annuale**, una serie di **seminari di aggiornamento** dedicati ai diversi reparti aziendali e momenti di **approfondimento mirati alle specifiche funzioni organizzative**, quali **acquisti, vendite, marketing e gestione del cliente**.

Queste iniziative hanno l'obiettivo di offrire alle aziende associate importanti occasioni di aggiornamento professionale, favorendo il rinnovo e l'integrazione delle competenze.

In particolare, nel 2024 il Gigante ha preso parte attivamente ai seminari erogati dalla Centrale, dedicati ai reparti di Ortofrutta, Panetteria, Macelleria, Gastronomia, Scatolame, Profumeria, ma anche alle aree e-commerce e Marketing. Gli incontri formativi hanno coinvolto **Direttori, Area Manager, Buyer e personale dell'Ufficio Marketing**, contribuendo al consolidamento delle competenze tecniche e gestionali e al rafforzamento della cultura aziendale orientata alla qualità e al servizio.

Parallelamente, la formazione Selex nel 2024 ha visto anche la partecipazione di figure aziendali a giornate di formazione dedicate alla **Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI)**, che si inscrivono nel più ampio percorso del Gigante verso la sensibilizzazione sulle tematiche della sostenibilità ambientale e sociale.

Oltre ai seminari, il Gigante ha usufruito della piattaforma on line per l'erogazione di corsi in materia di **salute e sicurezza sul lavoro**, relativamente alla formazione generale, specifica e agli aggiornamenti, che hanno coinvolto tutte le categorie di dipendenti, compresi i neoassunti. Complessivamente, le ore di formazione erogate nel 2024 dalla Centrale Selex, a cui abbiamo partecipato, sono state 7386 e hanno coinvolto in totale 1541 partecipanti.



il gigante
Gli Specialisti del Fresco

VADEMECUM SULLA SICUREZZA

ai sensi del D.Lgs 81/08 e ss.mm.ii. REV-2 MAGGIO-2021



La redazione
e l'impostazione grafica
è stata seguita da
RIALTO S.P.A.
**SERVIZIO PREVENZIONE
E PROTEZIONE**
via Clerici, 342 - 20091 Bresso (MI)
E_mail: prevenzione@ilgigante.net



3.1.4 Come gestiamo la salute e sicurezza

Siamo impegnati a garantire un ambiente di lavoro sicuro che tuteli i nostri collaboratori da potenziali rischi e infortuni, semplificando al contempo le attività quotidiane. Dal 2016, abbiamo implementato un **Modello di Organizzazione e Gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro** (MOGS) secondo l'art. 30 del D.lgs. 81/08, che prevede procedure specifiche per la gestione dell'attività e la prevenzione degli infortuni. A supporto di questo modello, diverse figure, tra cui il Servizio Prevenzione e Protezione, l'Ufficio Tecnico, l'Ufficio Qualità, i Dirigenti, i Preposti e l'Organismo di Vigilanza, si coordinano per supervisionare l'applicazione delle norme, insieme a consulenti esterni quando necessario.

Su base annuale, l'azienda coinvolge il **Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS)**, figura eletta tra i lavoratori dei punti vendita e coloro i quali, a qualsiasi titolo, frequentano gli insediamenti aziendali, per un'analisi e discussione dettagliata di tematiche legate alla prevenzione e alla sicurezza sul lavoro. Questo incontro è finalizzato non solo a **valutare l'efficacia delle misure già in essere**, ma anche a **identificare nuovi rischi, opportunità e possibili aree di miglioramento** per garantire un ambiente lavorativo più sicuro e protetto. Il coinvolgimento del RLS permette, inoltre, una valutazione approfondita degli impatti legati alla salute e alla sicurezza, con un'attenzione costante alla prevenzione dei rischi e alla promozione del benessere dei dipendenti, in un'ottica di miglioramento continuo. In particolare, nel 2024, abbiamo aggiornato ed esteso la valutazione del rischio, includendo anche la valutazione dei rischi legati agli incendi, ad atmosfere esplosive e ai carburanti, inclusi i rilievi ambientali e gli agenti chimici aerodispersi, nonché i potenziali rischi associati ai centri logistici.

La **formazione sulla salute e sicurezza sul lavoro** è funzionale a garantire un ambiente di lavoro sicuro e conforme alle normative vigenti. Per ottemperare a questo impegno, prevediamo sessioni formative di aggiornamento sulla sicurezza a tutti i lavoratori, al fine di mantenere alto il livello d'informazione sulle procedure più recenti, e corsi specifici per Dirigenti e Preposti, per offrire competenze avanzate per la gestione e la supervisione delle attività lavorative.

Inoltre, sono previsti percorsi di formazione sulla sicurezza, sia per la parte generale sia per quella specifica, che includono anche il Primo Soccorso e l'antincendio.

Infine, prevediamo corsi pratici come l'uso del muletto uomo a bordo e del transpallet elettrico finalizzati a un utilizzo sicuro ed in sicurezza delle attrezzature, fondamentale per proteggere la salute dei lavoratori e migliorare l'efficienza operativa, e corsi di HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points), essenziali per vigilare sulla sicurezza alimentare all'interno delle operazioni di preparazione e vendita.

Nel corso del 2024 è stato inoltre istituito un **Comitato interno** con il compito di aggiornare la valutazione del **rischio da stress lavoro-correlato**. Il Comitato, che si è riunito **tre volte nel corso dell'anno**, è composto da **due rappresentanti per ciascuna categoria aziendale, Direttori, Capi Reparto e Lavoratori**, al fine di garantire una valutazione partecipata e rappresentativa di tutte le funzioni aziendali.



Domani in agenda

A completamento di queste azioni, nel 2025 saranno condotti **61 audit sulla sicurezza**, a copertura di tutti i punti vendita volti a verificare l'implementazione delle misure correttive delle non conformità precedentemente rilevate, lo stato di avanzamento della formazione e addestramento specifico per l'utilizzo delle attrezzature, verifica della conoscenza ed attuazione da parte dei Direttori dei punti vendita delle prescrizioni emesse dai Medici Competenti, nonché la verifica sullo stato di aggiornamento delle misure in linea con le novità normative in materia di sicurezza sul lavoro.

Nel 2024 il numero di **infortuni sul lavoro** risulta in lieve miglioramento, registrando un **calo del 3,48%** rispetto all'anno precedente. Il dato assume maggiore rilevanza considerando che, nello stesso periodo, le ore lavorate sono aumentate leggermente (+0,86%), indicando che la riduzione degli infortuni non deriva da una minore esposizione al rischio, ma da una diminuzione effettiva del numero di incidenti.

Nel corso dell'anno sono stati rilevati **111 infortuni**, tutti riferiti al **personale impiegatizio** che rappresenta le figure più operative all'interno dei punti vendita. Gli eventi hanno riguardato principalmente **infortuni sul lavoro di lieve entità**, quali **distorsioni, contusioni, ferite da taglio e schiacciamenti**, verificatisi prevalentemente nei **reparti di lavorazione** (salumeria, macelleria, ortofrutta) e nei **laboratori di preparazione**. Solo una piccola parte è imputabile invece agli infortuni in itinere¹.

A conferma di questo andamento, nel 2024 si registrano un **indice di frequenza pari a 17,20** e un **indice di gravità pari a 0,45, entrambi in diminuzione rispetto al 2023**, a testimonianza dell'efficacia delle misure di prevenzione e del costante impegno dell'azienda nella tutela della salute e sicurezza dei lavoratori.

Infortuni sul luogo di lavoro	2023	2024	▲2023-2024
Numero di infortuni registrabili	115	111	-3,48%
Indice di frequenza ²	17,97	17,20	-4,30%
Indice di gravità	0,57	0,45	-21,10%

¹ Gli infortuni in itinere sono gli infortuni che si verificano durante il normale tragitto compiuto dal lavoratore per recarsi al luogo di lavoro o per farvi ritorno, a condizione che il percorso sia diretto e senza soste non necessarie.

² L'indice di frequenza viene calcolato dividendo il numero totale dei casi di infortuni registrati durante l'anno rispetto al numero totale di ore lavorate, tutto moltiplicato per 1.000.000.



3.1.5 Il nostro impegno per la parità di genere

64,27% donne in azienda

33,33% donne nel Consiglio di Amministrazione

100% tasso di retention dopo il congedo parentale

La parità di genere rappresenta una delle sfide più significative del nostro tempo e **il Gigante** intende esserne parte attiva. La forte presenza femminile all'interno dell'azienda testimonia un impegno concreto nel promuovere un **ambiente di lavoro equo**, in cui non trovino spazio **discriminazioni di genere**. Anche negli organi di governance l'attenzione alla **parità di rappresentanza** è tangibile: nel Consiglio di Amministrazione, infatti, le donne rappresentano il 33,33% dei membri.

Nell'orientamento verso una **maggiore parità di genere**, il monitoraggio costante di alcuni indicatori interni riveste un ruolo fondamentale. In particolare, l'analisi del **tasso di retention** e del **Gender Pay Gap** consente all'azienda di osservare con maggiore consapevolezza la propria realtà organizzativa, comprendendo come si evolvono nel tempo l'equilibrio tra uomini e donne, le dinamiche retributive e le opportunità di crescita. Per questo, nel 2024, abbiamo rinnovato l'analisi per verificare la parità di trattamento, partendo dal tema del **congedo parentale**.



Il congedo parentale è una questione cruciale nella parità di genere: per le donne, il congedo parentale offre un sostegno importante, consentendo loro di affrontare il periodo post-nascita senza il rischio di penalizzazioni di carriera, una delle principali cause del Gender Pay Gap e delle disuguaglianze professionali. Per gli uomini, invece, avere accesso a un congedo parentale paritario consente di partecipare sin dai primi momenti alla vita familiare e alla crescita dei propri figli, promuovendo un modello di paternità più attiva e presente. Questo diritto riduce il peso delle responsabilità di cura sulle donne, favorendo una maggiore equità nei carichi familiari.

Noi de il Gigante siamo consapevoli di questo e vogliamo creare le condizioni perché questo diritto del lavoratore sia esercitato nella piena libertà di scelta, senza temere alcuna conseguenza sulla propria carriera al rientro dal congedo, che potrebbe disincentivarne l'accesso. Il nostro approccio è quindi assicurare un **equo e corretto reintegro** dei lavoratori nelle proprie posizioni lavorative al termine del periodo di congedo. Questo impegno ci ha portato, per il secondo anno consecutivo, a rilevare che **tutti i lavoratori aventi diritto sono rientrati al lavoro dopo il periodo di congedo parentale nella medesima posizione**, sia per le donne che per gli uomini, facendo registrare un **tasso di retention³** pari al **100%** nel 2024.

³ Il tasso di retention misura la percentuale di dipendenti che rimangono in azienda per un certo periodo (spesso 6 o 12 mesi) dopo essere rientrati dal congedo parentale.

Gender Pay Gap



Nel 2024 abbiamo nuovamente valutato il **Gender Pay Gap** per comprendere l'andamento delle dinamiche retributive, sia su base fissa che su base complessiva (retribuzione fissa + retribuzione variabile).

Nel 2024, il divario retributivo (cd. Gender Pay Gap) risulta in **miglioramento sia su base fissa** (riduzione del 3,32%) **sia su base complessiva** (riduzione del 4,92%), seppur con ancora uno sbilanciamento della retribuzione verso la popolazione maschile.

Con riferimento al **Gender Pay Gap su base fissa**, il divario è il risultato di due dinamiche opposte: da un lato, la diminuzione del gap all'interno del livello degli Impiegati (-2,41%), che ha contribuito positivamente a ridurre il divario; dall'altro, l'aumento del gap nel livello Quadro (+9,42%), che ha in parte frenato gli effetti positivi del primo caso.

	u.m.	2023		2024	
		Retribuzione fissa	Retribuzione totale (fissa+variabile)	Retribuzione fissa	Retribuzione totale (fissa+variabile)
Gender pay gap complessivo⁴	%	10,83%	15,48%	10,04%	13,37%
Livello Quadro Gender pay gap	%	9,55%	15,68%	13,07%	19,28%
Livello Impiegato Gender pay gap	%	6,38%	11,44%	6,35%	9,73%

In particolare, **nel livello Impiegato**, il divario retributivo uomo-donna su base fissa (6,35%), pressoché invariato rispetto al 2023, è spiegato dalla tipologia delle mansioni che le donne tendono a ricoprire all'interno dell'azienda. Le donne hanno prevalentemente ruoli operativi nei punti vendita, i quali, pur essendo fondamentali per il sistema aziendale, prevedono livelli di retribuzione in linea con la mansione assegnata. Gli uomini, al contrario, ricoprono con maggiore frequenza ruoli che richiedono competenze specifiche e tecniche e che, secondo il CCNL Distribuzione Moderna Organizzata (DMO), vengono assegnati a livelli differenti e, quindi, compensati in modo superiore, in virtù della maggiore specializzazione richiesta dalle mansioni svolte. Questo sistema di classificazione retributiva, basato sulle mansioni, contribuisce, quindi, alla generazione di un divario retributivo di genere.

Per quanto riguarda il **livello Quadro**, il divario retributivo su base fissa risulta sbilanciato verso la retribuzione maschile (13,07%). Anche in questo caso, tale differenza è attribuibile alle differenze negli inquadramenti contrattuali individuali, che rispecchiano una popolazione aziendale dove gli uomini ricoprono più frequentemente ruoli di maggiore responsabilità, associati a retribuzioni più alte. In particolare, nel 2024, le promozioni e gli scatti di livello intervenuti nella categoria Quadro hanno amplificato questa dinamica, contribuendo così all'aumento del divario.

Considerando il divario calcolato complessivamente, che tiene conto anche della parte di **retribuzione variabile**, nel 2024 si osserva un andamento in linea a quello evidenziato su base fissa.

⁴ Il Gender Pay Gap viene calcolato sulle posizioni di Quadro e Impiegato, poiché nel 2024 non sono presenti donne all'interno della categoria contrattuale dei Dirigenti.





COMUNITÀ INTERESSATE

Siamo accanto alle persone. In comunità che vivono, crescono, si trasformano.

Per questo crediamo fermamente che il nostro ruolo non possa essere circoscritto alla semplice vendita di prodotti: siamo parte integrante del tessuto sociale e abbiamo la responsabilità di contribuire positivamente allo sviluppo del territorio. Fare la nostra parte è l'impegno che ci assumiamo rispetto alle comunità in cui operiamo, contribuendo attivamente a iniziative a sostegno delle realtà locali e progetti di solidarietà. La nostra volontà è quella di essere promotori di valori che consideriamo prioritari: **inclusione, sostegno e crescita condivisa**.

Lavoriamo per essere un punto di riferimento per la comunità, generando un impatto duraturo che migliori la qualità della vita delle persone che vivono e lavorano intorno a noi.

Anche il 2024, ci ha visto coinvolti in diverse iniziative a sostegno delle associazioni territoriali con donazioni economiche, di progetti di solidarietà con donazioni di beni alimentari alle fasce economicamente più vulnerabili e di valorizzazione delle tradizioni ed eccellenze locali. In questa cornice di ascolto e dialogo con le comunità, prestiamo attenzione alle richieste delle realtà territoriali come associazioni no-profit e di volontariato, scuole, parrocchie, centri culturali e sportivi.

3.2.1 Vicino alla comunità La solidarietà nei fatti

Nel 2024 abbiamo direttamente contribuito alla distribuzione di un valore pari a **441.444 euro** articolato in iniziative di differente natura.

Questo valore si compone di più voci e ricomprende, per l'anno in oggetto, contributi erogati attraverso **donazioni economiche dirette** per oltre **35.000 euro**, **gift card e buoni spesa** per oltre **113.000 euro**, ma anche tramite **elargizioni sotto forma di prodotti alimentari e non alimentari** per una somma di quasi **157.000 euro**, destinati ad oltre 400 **associazioni sportive, culturali ed enti del territorio** di Lombardia e Piemonte. Infine, abbiamo sostenuto la comunità locale con sponsorizzazioni di associazioni sportive e culturali, per un totale di circa **136.000 euro**.

Parallelamente, nei nostri punti vendita il Gigante, abbiamo aderito e promosso iniziative solidali di raccolta fondi, che - **grazie alla generosità dei clienti** - hanno permesso di raccogliere ulteriori **124.166 euro** destinati a diversi enti beneficiari.

g



Il Gigante per la comunità Da noi, per essere sempre vicino a voi

Dal 2018 i nostri Centri Commerciali ospitano regolarmente **associazioni sportive e culturali** del territorio, attraverso un programma di appuntamenti mensili che rafforza il legame con la comunità. Le iniziative trasformano i Centri Commerciali in uno spazio dove le diverse realtà locali trovano visibilità e occasione di incontro con il pubblico.

Le associazioni sportive dilettantistiche portano nei nostri spazi dimostrazioni e performance che coinvolgono ragazzi e adulti, mostrando come lo sport e la disciplina possano essere strumenti di crescita, condivisione e divertimento. Allo stesso modo, le associazioni culturali e sociali arricchiscono il programma con attività e servizi dedicati alle persone, creando spazi di aggregazione e occasioni di confronto per le persone di tutte le età.

Questa pluralità di esperienze rende i nostri Centri Commerciali luoghi vivi e partecipati, dove sport, cultura e socialità si intrecciano per dare voce a realtà spesso poco conosciute, ma di grande valore per la comunità.

94 le associazioni e gli eventi nei nostri centri commerciali nel 2024.



Il Gigante a sostegno dell'associazione Anfias di Abbiategrasso

Per essere vicini alla comunità, il Gigante sostiene da diversi anni l'Associazione "Il Melograno", centro Anfias di Abbiategrasso (Mi), impegnato nel **sostegno a favore delle persone con disabilità e delle loro famiglie**. Fondato nel 2002, il centro gestisce una comunità Socio-Sanitaria permanente per persone adulte con disabilità, impossibilitate a rimanere nel nucleo familiare, e un centro diurno per chi necessita di interventi assistenziali, educativi e riabilitativi.

Punto di riferimento per le famiglie, promuove nuovi modelli di vita e supporta la costruzione di progetti di vita per le persone con disabilità. L'associazione, costituita da familiari e soci amici, persegue finalità di solidarietà sociale, tutelando i diritti delle persone con disabilità intellettiva e relazionale e delle loro famiglie.

Nel 2024, la sponsorizzazione ha previsto la **fornitura di merce alimentare di vario genere per un valore di circa 5.000 euro**, contribuendo concretamente alla vita quotidiana del centro e al benessere delle persone accolte.



Antichissima Fiera delle Grazie

Essere presenti in un territorio significa anche condividere e valorizzarne le tradizioni. Dal 2005, anno di apertura del Centro Commerciale Quattroventi, il Gigante è orgogliosamente uno degli sponsor della **Fiera delle Grazie**, storica **manifestazione popolare** che si svolge ogni anno ad agosto a Grazie, frazione di Curtatone (MN). La fiera, nata per celebrare l'Assunzione di Maria davanti al Santuario della Beata Vergine edificato nel 1399 da Francesco I Gonzaga, unisce **arte, spiritualità e cultura**.

Al centro della manifestazione c'è l'Incontro Nazionale dei Madonnari, un concorso in cui artisti realizzano opere effimere in gesso sul sagrato del santuario, attirando partecipanti da tutta Italia e dall'estero. La fiera valorizza anche la tradizione culinaria locale, con prodotti tipici del mantovano, disponibili anche presso il punto vendita il Gigante di Curtatone (MN).

Grazie a questa sponsorizzazione di un valore di **3.000 euro**, il Gigante contribuisce a preservare e promuovere la cultura, l'arte e le tradizioni del territorio.

Insieme come allora

Investire nella valorizzazione delle tradizioni locali significa per noi difendere un patrimonio di saperi, sapori e storie che merita di essere trasmesso alle future generazioni. Per questo, nel 2024, come ogni anno, a Cinisello Balsamo (MI), abbiamo sostenuto l'evento "Insieme come Allora", un'iniziativa del Comune che **rievoca le usanze del passato e rafforza il senso di comunità**.

Questo coinvolgimento attivo è espressione di una volontà di dimostrare il nostro impegno nel promuovere il ricco tessuto culturale che rende unico ogni territorio.

g

www.centrodaverio.it

**MURI
DEL SILENZIO**

quando l'omertà diventa
complice della violenza

Mostra fotografica di MJRIAM BON
promossa da Giusy Versace atleta paralimpica e Senatrice della Repubblica Italiana

dal 17 Maggio al 2 Giugno
tutti i giorni in orario di apertura del centro

IN COLLABORAZIONE CON:


Organizzazione e coordinamento **GetShow**, info@getshow.it
Ufficio stampa **Lia Chirici Verbavolant**,
lia@ufficiostampaverbavolant.it

CON IL PATROCINIO DEL

COMUNE DI DAVERIO

DAVERIO
Centro Commerciale
Ogni giorno, una certezza

il gigante
e 35 negozi

Il Gigante contro la violenza: educare, sensibilizzare, prevenire

Nel corso del 2024, il Gigante ha promosso diversi incontri di **sensibilizzazione sul tema della violenza, ospitando eventi nei suoi principali Centri Commerciali**. Le iniziative hanno visto la partecipazione anche di psicologi, avvocati e insegnanti del territorio, con l'obiettivo di fornire strumenti concreti di prevenzione e consapevolezza alle classi delle scuole secondarie. Gli eventi, ampiamente pubblicizzati attraverso i canali digitali aziendali e con manifesti all'interno dei centri, hanno coinvolto le Istituzioni pubbliche dei Comuni interessati, alcune scuole secondarie con la testimonianza speciale della Senatrice della Repubblica Italiana e atleta paralimpica Giusy Versace.

In occasione degli incontri, alle classi ospitate sono state donate circa 1.000 copie del libro della Senatrice e a tutti gli studenti è stata offerta una merenda con prodotti il Gigante.

A sostegno della campagna, il Gruppo si è inoltre impegnato a devolvere per ogni incontro una **cifra simbolica di 500 euro** (per un totale di 3.000 Euro), all'Associazione **Scarpetta Rossa** attiva a livello nazionale nella lotta contro la violenza sulle donne.

Sempre all'interno di questo progetto di sensibilizzazione sulle tematiche della violenza di genere, nel 2024, il Gigante ha scelto di ospitare nei propri Centri Commerciali¹ anche il progetto fotografico itinerante **"I Muri del Silenzio"**, ideato dalla fotografa Mjriam Bon e promosso insieme alla senatrice e atleta paralimpica Giusy Versace. La mostra, composta da intensi ritratti in bianco e nero, denuncia il silenzio e l'omertà che circondano la violenza, invitando il pubblico a riflettere e a non voltarsi dall'altra parte. L'iniziativa ha visto anche la collaborazione dell'associazione **Scarpetta Rossa APS**, attiva in tutta Italia con 160 centri di primo ascolto, e ha permesso di raccogliere fondi a sostegno delle donne vittime di violenza. Portata all'interno di luoghi di grande passaggio come i centri commerciali, la mostra ha rappresentato un forte strumento di sensibilizzazione, capace di unire cultura, impegno civile e comunità in un messaggio condiviso di rispetto e consapevolezza.

Per questa specifica attività è stata effettuata una **donazione di 4.400 euro** e sostenuto l'attività di promozione dell'evento per un **valore complessivo di 32.000 euro**.

¹ I centri commerciali che hanno ospitato l'iniziativa sono stati i Centri Commerciali di Cinisello La Fontana (MI), Villasanta (MB), Daverio (VA), Somma Lombardo (VA), Curtatone (MN) e Castano Primo (MI).





Il Gigante a sostegno della prevenzione del tumore al seno con LILT

In occasione del mese di ottobre, momento dedicato alla prevenzione del tumore al seno, il Gigante ha sostenuto l'iniziativa **"Senologia al Centro"** in collaborazione con la **Clinica Mobile** dell'associazione **Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori (LILT)** che nei giorni del 13, 14, 15 ottobre 2024 in piazza San Giovanni a Busto Arsizio (VA), ha offerto a molte donne visite senologiche, ecografie e mammografie gratuite. L'obiettivo di questo progetto è permettere alle donne fino ai 45 anni ed a quelle over 75 di sensibilizzarsi sul concetto della prevenzione, intercettando le fasce di età che normalmente non rientrano nei programmi di screening mammografico dell'Aziende Territoriali Sanitarie (ATS). Grazie ad una sala di accoglienza, due sale visita, un ecografo e un mammografo di ultima generazione, sono state effettuate **97 visite senologiche, 53 mammografie e 69 ecografie**, per un totale di **219 prestazioni** registrate complessivamente nelle 2 edizioni a cui il Gigante ha aderito.

Il Gigante ha sostenuto l'iniziativa tramite sponsorizzazione dell'evento per un valore pari a **5.000 euro**

Insieme ai nostri clienti per aiutare chi aiuta

All'interno del proprio impegno per la collettività, il Gigante promuove iniziative di **raccolta fondi** che, **grazie al contributo dei clienti**, sostengono progetti volti a migliorare le cure, far progredire la ricerca e offrire nuove prospettive a chi affronta gravi patologie.

Arance rosse per la ricerca AIRC

Crediamo che il futuro affondi le sue radici nella ricerca, per questo abbiamo aderito unitamente alle altre insegne del gruppo Selex, alla campagna **"Arance Rosse per la Ricerca"** promossa dall'**AIRC** (Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro).

La solidarietà si unisce al consumo consapevole in un'iniziativa volta a sostenere la ricerca scientifica sul cancro. Le arance rosse, simbolo di salute e prevenzione, diventano così un'occasione per raccogliere fondi destinati al finanziamento di progetti di **ricerca oncologica**.

Nel 2024, grazie alla **straordinaria partecipazione dei nostri clienti che hanno acquistato 27.352 confezioni di arance rosse**, è stato possibile raccogliere e devolvere **13.676 euro** all'AIRC.

Una cifra che rappresenta molto più dei numeri che la compongono poiché si traduce in un ulteriore passo in più nella missione di rendere il cancro sempre più curabile, sostenendo il lavoro di medici e ricercatori impegnati in prima linea.



g

GRAZIE PER AVER DONATO I TUOI PUNTI
BLUCARD 2023 ALLA



**INSIEME AI NOSTRI CLIENTI
ABBIAMO DEVOLUTO
oltre 95.000 euro**

**PER DONARE OSPITALITÀ E ASSISTENZA IN UNA CASA DEL CUORE
AD UN BAMBINO MALATO ONCOLOGICO E ALLA SUA MAMMA.**

www.legatumori.mi.it

Supporto alle famiglie bisognose al fianco di LILT

Sempre nel 2024, il sostegno a LILT Milano Monza Brianza ha visto la donazione da parte dei clienti insieme a il Gigante di **oltre 95.000 euro** destinati alle Case del Cuore dell'associazione. Un traguardo reso possibile grazie alla generosità dei nostri clienti che, attraverso il catalogo Blucard 2023, 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.

Il Gigante per lo sport

Il Gigante si dedica con costanza al supporto delle nuove generazioni, investendo in progetti e iniziative sportive che favoriscono lo **sviluppo personale, educativo e sociale dei giovani**. Questo impegno riflette la volontà di costruire una comunità più forte e prospera, in cui i giovani possano crescere, esprimere il proprio potenziale e diventare protagonisti del cambiamento.

La sponsorizzazione della Pro Sesto 1913

Crediamo che la qualità della vita passi anche dall'adozione di uno stile di vita sano e di buone abitudini. Sostenere attivamente lo sport locale è una delle strade che abbiamo deciso di percorrere per dare il nostro 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 del Gigante. La Pro Sesto 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, in modo che chiunque nella comunità possa realizzare le proprie aspirazioni. In Pro Sesto, attraverso lo sport e i giusti valori, ci si propone di realizzare un sano approccio alla vita fatta di obiettivi e di raggiungimento di traguardi attraverso la socialità e la gioia di raggiungerli tutti insieme. La Pro Sesto, oltre alla prima squadra che attualmente milita in serie D, si compone anche della squadra femminile in serie C e di diverse squadre giovanili femminili e maschili che fanno parte dell'Academy Pro Sesto.

Prosegue, in questo senso, la **sponsorizzazione della stagione 24/25** della società calcistica **Pro Sesto** per un valore di **95.000 euro**, 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.



g



TUTTI IN CAMPO
2024

GRANDE RACCOLTA

codice sport per la tua società sportiva dilettantistica
(ASD o SSD) preferita
FINO AL 17 NOVEMBRE 2024

 Iniziativa riservata
ai titolari di **blucard**

il gigante
Città Specialisti del Futuro

Iniziativa Tutti in Campo in collaborazione con il gruppo Selex

Il Gigante, insieme alla Centrale **Selex**, ha promosso il progetto **"Tutti in Campo"** per sostenere lo sport e il benessere, consolidando così la propria vicinanza alle famiglie ed al territorio.

L'iniziativa mira a raggiungere due obiettivi principali: supportare il mondo dello sport permettendo alle **Associazioni Sportive Dilettantistiche (ASD) e Società Sportive Dilettantistiche (SSD)** di ottenere **gratuitamente materiali utili** all'esercizio fisico e motorio e sensibilizzare i propri iscritti promuovendo lo sviluppo di corrette abitudini legate allo sport e al benessere, incoraggiando uno stile di vita sano.

I clienti, titolari di Blucard, con la spesa quotidiana e donando i propri bollini dello sport hanno potuto contribuire a sostenere direttamente le ASD e SSD locali iscritte all'iniziativa. Queste associazioni o società hanno potuto così accedere ad un catalogo a loro dedicato, nel quale scegliere ed ordinare gratuitamente nuove attrezzature per le attività sportive.

Nel 2024, l'iniziativa **Tutti in Campo** è stata attiva in tutti i nostri supermercati per un periodo di 3 mesi, ed ha ottenuto una maggiore partecipazione da parte dei clienti dei nostri punti di vendita rispetto agli scorsi anni, permettendo a **3.417 ASD e SSD di ricevere gratuitamente n. 12.300 attrezzature sportive corrispondenti ad un valore commerciale di 1.300.000 euro.**

12.300
ATTREZZATURE
DONATE

3.417
ASSOCIAZIONI
SPORTIVE
PARTECIPANTI

g

IL GIGANTE SI IMPEGNA COSTANTEMENTE DAL 2010 NEL SOCIALE CON BANCO ALIMENTARE

Il Gigante nel 2024 ha donato a Banco Alimentare 555 tonnellate di alimenti destinati a tante persone e famiglie in difficoltà, equivalenti ad

OLTRE 1 MILIONE DI PASTI*

**BANCO ALIMENTARE È LA PIÙ GRANDE REALTÀ IN ITALIA
CHE RECUPERA LE ECCEDENZE ALIMENTARI PER DISTRIBUIRLE
GRATUITAMENTE ALLE ORGANIZZAZIONI PARTNERS TERRITORIALI
CHE OFFRONO AIUTO ALIMENTARE
A PERSONE E FAMIGLIE IN DIFFICOLTÀ**

* 1 pasto equivalente corrisponde a un mix di 500 g di alimenti in base ai LARN
(Livelli di Assunzione di Riferimento di Nutrienti ed energia per la popolazione italiana).



LA BONTÀ DEL GIGANTE

Tutti i prodotti donati da IL GIGANTE vengono controllati e selezionati nel rispetto delle norme di conservazione, stoccaggio e sono redistribuiti da Banco Alimentare in totale sicurezza e nella piena tutela dei beneficiari finali.

il gigante
Cili Specialisti del Fresco

A SOSTEGNO DI
Banco Alimentare®

Per maggiori informazioni visita il sito www.bancoalimentare.it

Il Gigante per la solidarietà

Siamo consapevoli della centralità che la Grande Distribuzione Organizzata ha nell'ambito della solidarietà, nella misura in cui può contribuire in modo diretto alla **lotta contro la fame**. Grazie alla nostra posizione chiave nella catena di approvvigionamento, abbiamo l'opportunità di mobilitare risorse significative e di fare la differenza nella vita di molte persone in difficoltà. Per questo, da oltre 10 anni, siamo impegnati in iniziative di donazione e raccolta per la redistribuzione delle risorse alimentari all'interno della comunità locale. Tra i nostri principali partner, collaboriamo con **Banco Alimentare**.

Donazioni alimentari contro lo spreco alimentare

Ogni anno, da oltre 10 anni, ci impegniamo nella **donazione di beni alimentari in eccedenza**, accuratamente controllati e selezionati nel rispetto delle norme di conservazione e stoccaggio. Questi beni sono donati alla **Rete Banco Alimentare** che si occupa della loro distribuzione in totale sicurezza e nella piena tutela dei beneficiari finali.

Con i **555.802 kg donati**, il Gigante ha contribuito alle attività del Banco Alimentare della Lombardia nelle 3 regioni Lombardia (377.024 kg), Piemonte (159.868 kg) e Emilia-Romagna (18.910 kg). Tali donazioni corrispondono ad **oltre 1 milione di pasti²**, grazie ai quali sono state raggiunte **3.045 persone** che ogni giorno, per un anno, hanno ricevuto un pasto con il corretto bilanciamento proteico.

Diamo luce alla solidarietà

Dal 2012, siamo impegnati nel progetto **"Diamo luce alla solidarietà"** con la rinuncia all'installazione delle tradizionali luminarie natalizie nei nostri punti vendita.

L'investimento previsto per le decorazioni viene convertito in **buoni pasto** destinati alle famiglie bisognose dei territori in cui operiamo attraverso la rete **Banco Alimentare**.

Il Gigante ha sostenuto questo progetto donando al Banco Alimentare **18.000 euro** nel 2024, segnando una scelta che vuole cogliere il senso più autentico delle festività, trasformando simbolicamente le luci in gesti di solidarietà verso chi ha più bisogno.

Essere solidali insieme all'aiuto dei nostri clienti

Ogni gesto di solidarietà ha più forza quando coinvolge tutti. Grazie alla promozione delle nostre iniziative di raccolta di beni alimentari, i **contributi dei clienti** diventano vere e proprie onde di solidarietà, capaci di raggiungere chi ha più bisogno. Incoraggiando la partecipazione, trasformiamo ogni piccolo gesto in un impatto concreto e collettivo.



² Ciascuno di essi è composto da un mix di 500 g di alimenti, corrispondenti a 1 pasto equivalente calcolato in base ai LARN (Livelli di Assunzione di Riferimento di Nutrienti ed energia per la popolazione italiana).

Il carrello solidale de il Gigante

Anche nel 2024, è proseguita **l'iniziativa di solidarietà targata il Gigante** del carrello della "Spesa Sospesa", istituita dal 2020, anno segnato dalla pandemia di Covid-19. Questa iniziativa permette ai clienti che lo desiderano di contribuire concretamente alla causa, donando prodotti alimentari a lunga scadenza, come pasta, riso, tonno, olio, pelati e alimenti per l'infanzia destinati alle famiglie in difficoltà. Il meccanismo è semplice e immediato: chiunque faccia acquisti presso i punti vendita ad insegna il Gigante può scegliere di aggiungere alcuni di questi prodotti al proprio carrello e poi riporli nel carrello della **"spesa sospesa"**. I beni raccolti vengono poi ritirati da un ente caritatevole territoriale accreditato, che si occupa di distribuire gli alimenti alle famiglie in difficoltà economica. Un gesto semplice che permette a il Gigante e ai suoi clienti di contribuire alla solidarietà nella propria comunità.



Un gigante nella solidarietà

Nel sesto anno dell'iniziativa, anche nel 2024 prosegue la collaborazione con Banco Alimentare per il progetto **"Un Gigante nella solidarietà"**, che ci vede impegnati nella donazione di un importo economico a fronte dell'iniziativa **"ALIMENTIAMO LE SPERANZE"**. Questa iniziativa, che ha permesso, attraverso l'acquisto da parte del cliente della cassetta di uva bianca da 2 kg, di supportare l'attività del Banco Alimentare. Infatti, il Gigante, a fronte di questa attività, ha devoluto **15.000 euro** a Banco Alimentare della Lombardia, del Piemonte e dell'Emilia-Romagna, corrispondenti a **150.000 pasti donati ne 2024**.

La giornata nazionale della colletta alimentare

La vicinanza alle iniziative di raccolta promosse da Banco Alimentare, si esprime inoltre nell'adesione alla **Giornata nazionale della colletta alimentare** promossa da **Fondazione Banco Alimentare Onlus**, a cui aderiamo ogni anno dal 2009.

Anche nel 2024 abbiamo ospitato nei **punti vendita** questa iniziativa, in cui i clienti hanno donato generi alimentari essenziali per sostenere le persone in difficoltà. Grazie al contributo dei clienti, sono stati donati **86.751 kg** di prodotti confezionati tra cui pasta, olio, pelati, omogeneizzati, latte e biscotti, alimenti che il Banco Alimentare distribuisce continuamente alle strutture caritative del territorio **per un valore economico dei prodotti donati stimato di 315.118 euro³**.



**SABATO
16 NOVEMBRE**

Partecipa anche tu alla
**Giornata Nazionale
della Colletta Alimentare**
e dona la tua spesa per aiutare
chi è in difficoltà.
Un gesto da vivere. E rivivere.

il gigante

aderisce alla
Colletta Alimentare® di **Banco Alimentare**

Accanto alle donazioni dei clienti, il Gigante ha deciso di contribuire con una donazione simbolica economica di **5.000 euro**, per unirsi alla propria comunità per promuovere la solidarietà alimentare.



Il Gigante partecipa alle iniziative promosse da Balzoo

Nell'ambito della solidarietà de il Gigante, nel 2024 sono state organizzate **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. In occasione di queste giornate, tutti i prodotti acquistati e donati da parte dei clienti sono stati poi distribuiti, grazie all'attività del **Banco Italiano Zoologico APS Balzoo**, a canili, gattili e alle famiglie che hanno difficoltà nel nutrire adeguatamente i propri animali.

In occasione delle 4 giornate di raccolta generi alimentari per animali domestici sono state raccolte **oltre 73 tonnellate** di alimenti pet food.

³ Fonte: Banco Alimentare

La solidarietà che incontra la sostenibilità ambientale

A volte, da un semplice contenitore di raccolta può generarsi un'opportunità di cambiamento concreto altrove: piccoli oggetti che si trasformano in strumenti di sostegno, unendo solidarietà e sostenibilità grazie alla raccolta di materiali ancora utili.

Il valore del recupero abiti con Humana

Insieme, abbiamo deciso di dare il nostro contributo alla comunità avviando una raccolta di abiti per **Humana**. Humana è un'organizzazione no-profit che si dedica a promuovere la solidarietà sociale e la sostenibilità ambientale, raccogliendo abbigliamento usato attraverso una rete di punti di raccolta, reinserendolo sul mercato secondario e destinando i proventi delle vendite in progetti di sviluppo sociale e umanitario in vari paesi, come iniziative legate all'istruzione, alla salute e alla lotta contro la povertà. Insieme ad Humana, siamo entusiasti di contribuire ed incentivare la fase di raccolta degli indumenti usati, ospitando i raccoglitori dedicati in **23 punti vendita**. Con ogni indumento donato, sentiamo di poter fare la differenza, nel supportare progetti di solidarietà, ma anche nel promuovere un consumo più circolare.

Nel 2024, abbiamo contribuito alla raccolta di circa **342.928 kg di abiti usati**, generando un valore di **circa 20 mila euro**, devoluto a progetti nel Sud del mondo.



La raccolta degli occhiali per i paesi del terzo mondo

Un piccolo gesto può fare una grande differenza: donare i propri occhiali usati può restituire la vista, trasformando oggetti dimenticati in strumenti di aiuto concreto per chi ne ha più bisogno. La raccolta degli occhiali usati, promossa dai **club Lions** a livello globale, rappresenta un'iniziativa di grande valore sociale a cui abbiamo scelto di dare spazio nel **punto vendita il Gigante di Chivasso (TO) e la sede di Bresso (Mi)**. Ospitando i contenitori per la raccolta, chiunque ha la possibilità di donare facilmente i propri occhiali usati, contribuendo così a un progetto di recupero che genera valore sociale. Grazie all'attività del club, gli occhiali vengono lavati, controllati nella gradazione e catalogati in una banca dati, per poi essere destinati a chi ne ha più bisogno.

Nel 2024 sono stati raccolti **oltre 5.000 paia di occhiali**. Un risultato che testimonia come si possano trasformare piccoli gesti quotidiani in azioni di solidarietà concreta, capaci di migliorare la vita di molte persone.



9



CONSUMATORI ED UTILIZZATORI FINALI

3.3.1 Il cliente al centro

Crediamo nella **centralità delle persone** e nella necessità di comprenderne i loro bisogni, le loro esigenze e le loro aspettative.

Ogni giorno ci impegniamo nell'ascolto e nel coinvolgimento del cliente che consente di rendere il nostro servizio e la nostra offerta sempre più in linea con le sue necessità.

I risultati del **Barometro Clienti Selex 2024** testimoniano la forza di questo impegno. L'indagine, condotta su un campione rappresentativo dei clienti delle insegne del Gruppo Selex, **con 31.000 interviste in tutta Italia**, di cui **1.096 a clienti de il Gigante**, premia la nostra insegna nella **Top 10 delle insegne GDO più frequentate sul territorio italiano**, con una media di **oltre 5,8 visite al mese**.

Le valutazioni espresse dai clienti restituiscono un quadro di grande soddisfazione: i punteggi medio-alti, pari a 4 su una scala da 1 a 5, ci collocano tra le **Top 3 insegne nei reparti panetteria, prodotti confezionati, gastronomia e salumi/formaggi al banco servito**. Ma non è tutto: anche reparti come macelleria, pescheria e cura casa e persona registrano valutazioni particolarmente positive.

Tra i motivi di apprezzamento emergono con forza la **ricchezza dell'assortimento**, la **professionalità del personale** e la **trasparenza nell'esposizione dei prezzi**, elementi su cui concentriamo i nostri sforzi.

A conferma di questi risultati, abbiamo scelto di affiancare l'indagine sulla soddisfazione del cliente con una **valutazione reputazionale dell'insegna**. Questa analisi, realizzata tra novembre e dicembre 2024 tramite interviste strutturate, ha permesso di misurare in modo oggettivo le nostre performance sui KPI predefiniti.

Il Gigante ha ottenuto un punteggio in linea con la media delle aziende GDO dell'area Nielsen Nord Ovest. In particolare, **il servizio di vendita risulta eccellente per la capacità di soddisfare le esigenze della clientela**. Ma non solo: i clienti premiano anche l'**offerta di prodotti e servizi di qualità**, il **buon rapporto qualità-prezzo** e la **sicurezza e l'affidabilità dei prodotti venduti**.

Un punto comune unisce i risultati delle due indagini: ascoltare i clienti e valorizzare il loro punto di vista ci aiuta a migliorare sempre, rafforzando le relazioni grazie a legami di fiducia.

Un ascolto continuo

Per noi migliorare l'esperienza dei clienti è un impegno quotidiano. **Ascoltiamo attivamente i feedback:** non ci limitiamo a reagire alle opinioni dei clienti, ma le trasformiamo in indicazioni concrete per orientare le nostre decisioni, offrendo soluzioni sempre più vicine alle reali esigenze. Nel farlo, prediligiamo il punto vendita come principale luogo di contatto dove è possibile interagire direttamente. Quando ciò non è possibile, i clienti possono condividere le proprie osservazioni sia tramite la cartolina "Suggerimenti e reclami" o tramite il form disponibile nei centri commerciali il Gigante sia attraverso i **canali digitali** come sito web e social. In questo modo offriamo ai clienti molteplici modalità di contatto, garantendo un dialogo tempestivo e calibrato, che valorizza ogni occasione di ascolto.

g



Il Gigante tra le Top 10 aziende in Italia per visibilità e reputazione online

Il Gigante è stato inserito nella **Top 10 delle aziende italiane della GDO** per visibilità e reputazione online, distinguendosi come una **delle prime 3 realtà del settore distribuzione alimentare** secondo il **Barometro 2025 della reputazione e visibilità online** curato da Partoo.

L'analisi, condotta su oltre **22.000 punti vendita della GDO in Italia**, ha premiato il Gigante grazie a:

- ♦ Valutazione media elevata: **4,38/5**
- ♦ **100%** di tasso di risposta alle recensioni (entro 3 giorni)
- ♦ Alto numero di recensioni ricevute

Un risultato che conferma l'impegno costante de il Gigante nel garantire un'esperienza digitale di qualità, trasparente e vicina ai clienti.

Al fine di rendere maggiormente efficace il nostro intervento, ci avvaliamo di **strumenti di indagine** che ci permettono di raccogliere in modo proattivo opinioni e impressioni dei clienti su temi fondamentali come la qualità dei prodotti, l'assortimento e i prezzi. Questi strumenti ci consentono di individuare quelle aree che richiedono interventi correttivi e di agire di conseguenza, migliorando il servizio nella direzione di maggiore interesse per i nostri clienti.

La voce dei nostri clienti: un indicatore strategico per crescere insieme

Per rafforzare questo impegno, nel 2024 abbiamo introdotto **Wonderflow**, una piattaforma di AI consumer intelligence che raccoglie e analizza recensioni, sondaggi, interazioni con il customer care e contributi dai social media, restituendo una visione completa delle aspettative dei consumatori.

Dall'analisi e il confronto di migliaia di recensioni raccolte sui principali touchpoint digitali, i risultati confermano una **percezione positiva diffusa, con un sentiment medio alto** ed in crescita rispetto agli anni precedenti e superiore alla media del settore.

I clienti premiano in particolare la **pulizia dei punti vendita, la qualità e l'assortimento dei reparti freschi** (macelleria, ortofrutta e panetteria), la professionalità del personale di sala e dei reparti così come l'esperienza d'acquisto complessiva, considerata comoda, veloce e gradevole. È apprezzata anche la presenza di servizi aggiuntivi all'interno delle nostre gallerie commerciali come bar, lavanderia, ottica e parafarmacia, che arricchiscono il valore del punto vendita come spazio di prossimità.

Dove invece emergono spunti di miglioramento, i clienti segnalano principalmente temi legati ai tempi d'attesa in cassa, alla disponibilità di prodotto in fasce orarie serali, o alla coerenza tra comunicazione promozionale e disponibilità effettiva.

Ogni segnalazione viene letta, analizzata e condivisa con le direzioni operative per costruire interventi mirati e concreti. L'ascolto attivo dei nostri clienti è uno strumento strategico di **miglioramento continuo** e rappresenta uno dei pilastri della nostra visione di sostenibilità relazionale: un impegno quotidiano per offrire non solo convenienza e qualità, ma anche fiducia, coerenza e attenzione reale verso chi ci sceglie ogni giorno.

In questo modo, ogni feedback diventa **un'occasione per migliorare** insieme ai nostri clienti.

Il feedback dei clienti al centro dello sviluppo dei prodotti

Mettiamo i nostri clienti al centro del processo di innovazione. Ogni anno, attraverso **consumer test**, coinvolgiamo direttamente i consumatori nella valutazione dei prodotti a marchio Il Gigante. Ogni assaggio viene analizzato da 60 partecipanti, che forniscono suggerimenti concreti per migliorare ricette, qualità e gusto.

Nel 2024, **16 prodotti** sono stati sottoposti a test, permettendoci di affinare l'offerta e confrontarci con i leader di mercato. Questo continuo dialogo con i clienti non solo ci aiuta a garantire **prodotti sempre più apprezzati**, ma guida anche l'innovazione e il miglioramento costante della nostra gamma.

g



Domani in agenda

Servizio Clienti Numero Verde

Per essere ancora più vicini ai nostri clienti, nel 2026 sarà attivato il Servizio Clienti tramite numero verde, pensato per offrire un ulteriore supporto puntuale e dedicato. Questo nuovo canale rappresenta un passo importante per rafforzare il dialogo con i nostri clienti, supportandoci ancor di più nel garantire una multicanalità nella comunicazione e continuare a migliorare il nostro servizio.

3.3.2 I servizi al cliente

Nel nostro settore, l'innovazione rappresenta l'elemento chiave per offrire un servizio sempre all'avanguardia, che non si limita a rispondere alle aspettative del cliente, ma sia capace di anticiparle.

Ogni giorno ci poniamo l'obiettivo di migliorare, valutando sempre nuove soluzioni e integrandole in un'offerta più completa e personalizzata.

Un'esperienza d'acquisto sempre più evoluta

I nostri servizi sono pensati per rendere ogni esperienza d'acquisto immediata, accessibile e piacevole, sia in negozio sia online.

L'obiettivo è accompagnare i clienti nella vita di tutti i giorni, offrendo servizi capaci di adattarsi ai loro ritmi e stili di vita, trasformando ogni interazione in un momento positivo e memorabile.



LA STORIA DI BLUCARD

Da venticinque anni al servizio dei nostri clienti



OLTRE
1
MILIONE
DI CLIENTI
ACQUISITI

OLTRE
10
MILIONI
DI PREMI
SCELTI

DA
25
ANNI AL
SERVIZIO
DEI CLIENTI

Nel lontano 1999 nasceva blucard, la carta fedeltà dedicata a tutti i clienti de il Gigante.

Il Titolare di blucard è per noi un Cliente speciale, premiato per la sua fedeltà e a cui dedichiamo le nostre iniziative più importanti e continuative.

Abbiamo costantemente incrementato la nostra proposta di premi dedicati ai clienti, sperimentando diverse aree tematiche, dai classici articoli per la casa fino alle proposte particolari come quadri, stampe, strumenti musicali, arredo, sport... e molto altro, compresa tanta attenzione al mondo del bambino.

Primi ad esplorare il fantastico mondo delle vacanze, proponiamo oggi un'offerta ricca e differenziata per tutte le esigenze: dall'agriturismo alle vacanze al mare e in montagna con gli amici e in famiglia, dalle terme per il relax e il benessere, fino alla scoperta delle città d'arte, esplorando anche le destinazioni più esotiche e moderne come Dubai.

Abbiamo attraversato il tempo anticipandone le tendenze, le nuove tecnologie e abbiamo girato il Mondo con i viaggi e i sogni.

OGGI COME ALLORA IL CATALOGO
BLUCARD È UN MODO PER DIRE
"GRAZIE" A CHI SCEGLIE I NOSTRI
PUNTI DI VENDITA.

Nasce blucard,
la carta fedeltà dedicata ai
clienti de il Gigante

1999

2000

Spazio al benessere
con l'ingresso alle
Terme Lurisia

Introdotta il tema Vacanze
con un soggiorno
in agriturismo

2001

2002

Ancora più premi
per vacanze
e viaggi

Spazio allo svago e al
divertimento: Cinema e Arte
entrano a far parte dei premi

2003

2007

Dedicato a tutte le donne:
i gioielli entrano a far parte
del Catalogo blucard

La sezione viaggi si
arricchisce ancora con
destinazioni esotiche e
moderne come Dubai

2010

2012

Dagli Specialisti del Fresco
premi dedicati alle
eccellenze gastronomiche

La solidarietà entra a far
parte del Catalogo blucard
con le donazioni
a sostegno delle Onlus

2014

2017

Il mondo online entra nel
catalogo con servizi e corsi
di formazione

Eccellenze gastronomiche
con premi dedicati a cene e
degustazioni gourmet

2022

2024

Blucard compie 25 anni

25 dal 1999
ANNI
blucard
il gigante

25 anni di Blucard: un traguardo che il Gigante festeggia con nuovi premi

Nel 2024 la **carta fedeltà Blucard celebra i suoi 25 anni** al fianco dei clienti più affezionati. Lanciata nel **1999**, grazie a questo programma, possiamo **costruire ogni giorno un legame speciale con chi sceglie di fare la spesa da noi**, offrendo vantaggi esclusivi, sconti dedicati e un'ampia gamma di premi.

In occasione di questo anniversario importante, la tessera Blucard ha subito un **restyling** grafico e il catalogo premi è stato arricchito con **nuovi prodotti e opportunità**. Oltre ai premi tradizionali, è possibile trovare esperienze sempre più varie, dai soggiorni in agriturismi e vacanze al mare o in montagna, a weekend culturali e momenti di benessere. I concorsi speciali completano il programma, permettendo ai clienti di vivere esperienze uniche e consolidare un **legame che cresce e si rinnova da 25 anni**.



g

**FARE LA SPESA
È UN GRATTACAPO?
FAI LA SPESA OLINE!**

il gigante
SPESA ONLINE

«Così Comodo»
LA SPESA FATTA IN CASA

**SCEGLI IL MODO
PIÙ COMODO
DI FARE LA SPESA**



**FAI LA SPESA
ONLINE**



**LA PREPARIAMO
PER TE**



**TU LA RITIRI
QUANDO VUOI**



La spesa online con CosìComodo

Pensato per semplificare la vita quotidiana e rendere l'esperienza di acquisto più accessibile, il servizio di **spesa online** rappresenta una soluzione concreta per conciliare esigenze familiari, lavorative e di mobilità. Attraverso la piattaforma CosìComodo, accessibile dal **sito www.cosicomodo.it e dall'app CosìComodo**, i clienti possono effettuare la spesa comodamente da casa, scegliendo tra un'ampia proposta di prodotti. CosìComodo è la piattaforma di spesa online del Gruppo Selex, lanciata nel 2018 a supporto dell'innovazione del processo di acquisto delle insegne del gruppo.

Il servizio si basa su un duplice modello operativo, pensato per rispondere a diverse esigenze. Da un lato, la modalità **Click & Collect** consente ai clienti di pianificare la spesa, selezionare l'orario di ritiro e ritirare i prodotti in un'area dedicata del punto vendita, riducendo i tempi di permanenza e le attese. Dall'altro, è disponibile la modalità di consegna a domicilio, che permette di ricevere la spesa direttamente a casa, nell'orario desiderato, tramite furgoni refrigerati e controllati, a garanzia della qualità dei prodotti lungo tutta la filiera. **Oggi "il Gigante Drive" è attivo in 24 punti vendita¹, mentre "il Gigante a Casa" raggiunge oltre 500 località.**

Queste soluzioni favoriscono una gestione più efficiente del tempo e degli spostamenti, risultando particolarmente utili per famiglie, persone con mobilità ridotta o con difficoltà di accesso ai punti vendita. Al tempo stesso, contribuiscono a **promuovere un modello di consumo più organizzato e consapevole**, orientato alla qualità del servizio e all'accessibilità dell'esperienza di acquisto.

7.500 clienti, nel 2024, hanno scelto di utilizzare il servizio "il Gigante a Casa"² e "il Gigante Drive"³

Il servizio Saliscendi in leggerezza

Tra le diverse opzioni di consegna a disposizione dei clienti, pensate per rispondere a una pluralità di esigenze e rendere l'esperienza di acquisto sempre più comoda, è disponibile il servizio **Saliscendi in leggerezza⁴**: i clienti possono effettuare la spesa nel negozio fisico e riceverla direttamente al piano di casa. Questa soluzione è particolarmente apprezzata dai clienti più anziani, persone con mobilità ridotta o che non possiedono un'auto. Un'alternativa pratica e inclusiva con cui ci impegniamo a rimuovere le barriere logistiche e a facilitare l'accesso ai nostri prodotti, permettendo a tutti di fare la spesa senza difficoltà.

Grazie a questo servizio, **10.820 clienti hanno ricevuto la spesa comodamente al piano nel 2024.**

Il servizio Agile e Vai

Per rendere la spesa più semplice e veloce anche all'interno dei punti vendita il Gigante, è attivo il servizio **"Agile e Vai"**. Grazie a questo servizio innovativo, i clienti blucard possono effettuare la spesa in autonomia, procedendo con la **scannerizzazione dei prodotti** nel punto vendita⁵ e con la possibilità di effettuare il pagamento direttamente alle casse automatiche, senza l'intervento di un nostro operatore, assicurandosi così un'esperienza d'acquisto più rapida.

Nel 2024 il servizio è stato attivato nei 6 punti vendita situati nella provincia di Milano.

¹ Per maggiori informazioni sulla copertura del servizio, è possibile consultare il sito www.ilgigante.net.

² Il servizio è attivo sulla totalità della provincia di Milano e Monza, gran parte di quella di Lodi, Varese, Novara, Como, Lecco, Bergamo, Verbania.

³ Il servizio è attivo con 24 punti di ritiro sul territorio in cui il Gigante è presente.

⁴ Il servizio è attivo nei punti vendita di Sesto San Giovanni Via Marx, Sesto San Giovanni Via Grandi, Sesto San Giovanni Via Monti, Sesto San Giovanni Viale Marelli, Paderno Dugnano Via Erba, Paderno Dugnano Via Nenni, Monza via Porta Lodi, Rozzano viale Lazio, Milano Via Ornato, Milano Via Lorenteggio, Cesano Boscone via Roma, Cornaredo viale della Repubblica, Rho via Magenta - La Stazione

⁵ Il servizio è attivo nei punti vendita di Milano Via Ornato (MI), Cernusco sul Naviglio (MI), Mariano Comense (CO) e dal 2024 anche nei punti vendita di Cambiago, Desio, San Giuliano Milanese, Castello Brianza e Vertemate.

2024 un anno di comunicazione



Volantino digitale

La semplicità della spesa è garantita anche dalle promozioni in formato digitale.

Grazie al **volantino digitale**, chiunque può consultare le nostre offerte comodamente dal proprio smartphone o computer tramite il sito web **www.ilgigante.net** o altre applicazioni che ne permettono la divulgazione e la consultazione.

Ogni offerta è a portata di click, consentendo di approfondire dettagli, visualizzare immagini e persino accedere alle particolarità di ogni prodotto. Questo non solo semplifica la scelta, ma rende anche lo shopping più informato e piacevole, migliorando nel complesso l'esperienza d'acquisto oltre che incentivare il risparmio di carta (si veda Capitolo 2 "Temi Ambientali", paragrafo "2.2 ESRS E5: Uso delle risorse ed economia circolare").

Domani in agenda

L'arrivo dell'App il Gigante

Per mettere ancor di più le persone al centro, stiamo creando un nuovo punto di incontro digitale: **l'App il Gigante**. I clienti potranno condividere opinioni, suggerimenti e idee in modo semplice e immediato. Non un semplice canale di ascolto, ma uno spazio di dialogo dove migliorare insieme i nostri prodotti e l'esperienza della spesa nei punti vendita il Gigante.

Un'esperienza d'acquisto sempre più integrata

La nostra visione orientata al cliente si focalizza anche sulla volontà di offrire un'esperienza d'acquisto sempre più integrata. **Con i nostri servizi vogliamo offrire tutto ciò di cui i clienti hanno bisogno nella vita di tutti i giorni.** Nei Centri Commerciali Il Gigante, così come nei singoli punti vendita, portiamo avanti una politica attenta di selezione di partner commerciali e di implementazione di servizi che è principalmente volta ad aggregare in un unico luogo fisico le risposte ai bisogni e le esigenze del cliente. Un approccio peculiare che si estende dal format del Centro Commerciale ai nostri singoli punti vendita: non si parla più di spazi dove limitarsi a fare la spesa, ma veri e propri luoghi di servizi che facilitano la vita quotidiana.

gCatering

Al Gigante come a casa o al ristorante



Vi proponiamo menu
per ogni occasione

- FESTE DI COMPLEANNO
- RIUNIONI DI FAMIGLIA
- ANNIVERSARI
- EVENTI AZIENDALI

ORGANIZZA LA TUA FESTA.
SCEGLI IL MENU CHE FA PER TE!

MENU
Kids Party



MENU
Happyness



MENU
Big Smile



MENU
Taste journey



MENU
Gala gourmet



Ordinare è semplicissimo

Scegli la soluzione per le tue feste. Compila con i tuoi dati il modulo che trovi sulla brochure.
Consegnalo al reparto pane-pasticceria del tuo negozio di fiducia e ritira la tua prenotazione nella data concordata.
Consulta la brochure sul sito www.ilgigante.net oppure richiedila al banco pane-pasticceria.
Le torte rappresentate sono puramente indicative, per ogni menu puoi scegliere la torta ricorrenza che preferisci.

SCARICA
IL MODULO
DI PRENOTAZIONE
PER LA TUA FESTA



I prodotti elencati per ogni menu sono quantificati per 10 persone o multipli di 10, il costo espresso è per singola persona (ordine minimo 10 persone).
In caso di indisponibilità di prodotto, sarà nostra cura proporre prodotto alternativo di pari valore. Sono esclusi la consegna a domicilio e il servizio al tavolo/buffet.

Al Gigante come a casa o al ristorante

Intercettare i bisogni e proporre soluzioni che agevolino la gestione del tempo e degli impegni sociali, come nel caso del servizio di **catering per feste: Al Gigante come a casa o al ristorante**. Attraverso questo servizio, in tutti punti vendita, per l'organizzazione di eventi privati o aziendali si possono prenotare menù personalizzati, con diverse opzioni di prezzo. Offriamo un servizio di qualità, curato nei dettagli, che si adatta sia a piccole feste sia a grandi occasioni, portando la comodità di un ristorante direttamente a casa del cliente o nel luogo da lui desiderato.

Il Gigante Self24h

Con l'obiettivo di offrire un servizio ancora più integrato e completo, a partire dal dicembre 2012, i nostri clienti possono rifornirsi ai **distributori di carburante** de il Gigante, presenti in **7 nostri punti vendita**⁶. Questa iniziativa mira a garantire una continuità nel servizio che risulta particolarmente comoda per chi fa la spesa con la propria auto. I clienti, infatti, possono approfittare della comodità di fare rifornimento di carburante nello stesso luogo in cui effettuano acquisti, risparmiando e ottimizzando il proprio tempo. Questo approccio non solo semplifica la loro esperienza, ma ci permette anche di rafforzare la nostra offerta, creando un punto di riferimento unico per le loro esigenze quotidiane.

Consegna, installazione e ritiro RAEE

Per rendere l'acquisto di un elettrodomestico un'esperienza semplice, offriamo un servizio completo di **consegna e installazione a domicilio**. Su richiesta, con un contributo, ci occupiamo anche del **ritiro del vecchio elettrodomestico (RAEE)**, garantendo un corretto smaltimento e un approccio sostenibile. Il cliente può scegliere giorno e orario di consegna, così da ricevere il nuovo prodotto quando più gli è comodo, trasformando ogni acquisto in un'esperienza pratica e senza preoccupazioni.

⁶ I punti vendita in cui sono presenti i distributori di carburante sono presenti nei punti vendita di Villasanta (MB), Curtatone (MN); Vertemate con Minoprio (CO), Legnano (MI); Montanaso Lombardo (LO); Centro Commerciale Usmate Velate (MB); Trecate (NO).

solo per i titolari blucard

-15%*
SUL PREZZO DI COPERTINA

** Sconto 5% su dizionari, atlanti, esercizi per le vacanze come previsto dalla legge n. 15 del 12.02.2020

**PRENOTA
I TUOI TESTI
SCOLASTICI**

ORDINA ONLINE*
su www.ilgigante.net
**E RISPARMIA
TEMPO**

*Salvo disponibilità del prodotto presso i magazzini editoriali. Il Titolare del trattamento dei dati è DGLINE Srl, Via L. Abbiati 20/b 25125 Brescia

FINO AL 3 NOVEMBRE 2024

Servizi che semplificano la quotidianità

In un mondo in cui il tempo è prezioso, abbiamo scelto di offrire ai nostri clienti servizi aggiuntivi che semplifichino ulteriormente la quotidianità, direttamente nei nostri punti vendita.

Prenotazione Libri Scolastici

Supportiamo le famiglie nell'acquisto dei libri scolastici attraverso un servizio di prenotazione disponibile online. Offriamo uno **sconto del 15%** sul prezzo di copertina dei libri di testo, con la possibilità di pagare anche tramite buoni Dote Scuola. Abbiamo predisposto una sezione dedicata a una consultazione semplice e veloce dell'elenco dei libri, rendendo così questo servizio una risorsa preziosa per le famiglie all'inizio dell'anno scolastico.

Pagamento Bollettini Postali e PagoPA

Per rendere più agevole la gestione delle spese, abbiamo introdotto la possibilità di **pagare i bollettini postali e PagoPA direttamente alle casse** abilitate dei nostri supermercati e ipermercati. Basta presentare il bollettino all'operatore di cassa per ricevere uno scontrino valido come ricevuta di pagamento. Il pagamento può essere effettuato in contante o con Bancomat.

Ritiro Foto con Fotoservice

In collaborazione con Fotoservice, offriamo il servizio di stampa e ritiro foto in negozio. Puoi ordinare la stampa di foto, album, fotolibri, calendari e altri formati personalizzati comodamente online e ritirarli successivamente presso il nostro punto vendita. Questo servizio permette di unire la spesa quotidiana con la raccolta dei ricordi più cari, risparmiando tempo.

g



LA DIFFERENZA C'È MA NON SI SENTE!

 **senza
glutine**

*tutti i giorni i nostri specialisti pasticcierei
preparano prelibatezze nel nostro laboratorio
dedicato esclusivamente alla produzione
di torte e dolci senza glutine*
CON TANTO GUSTO, SEMPRE.



Un'esperienza d'acquisto sempre più attenta

Ci impegniamo a garantire un servizio accessibile a tutti, in termini fisici, economici e alimentari, delineando un'esperienza di acquisto capace di rispondere alle necessità peculiari dei nostri clienti.

I nostri prodotti a favore delle allergie e intolleranze alimentari

Proponiamo un'offerta alimentare inclusiva che presenta **una selezione di prodotti senza glutine e senza lattosio, realizzati per rispondere alle esigenze di chi è affetto da celiachia e intolleranze alimentari.** Un'attenzione che portiamo avanti dal 2014, con un progetto specifico per la produzione di alimenti artigianali in un laboratorio dedicato, autorizzato dall'ATS Regione Lombardia, al cui interno vengono impiegate materie prime attentamente selezionate e adottate rigorose analisi e controlli.

In collaborazione con l'**Associazione Italiana Celiachia (AIC)**, nel 2024 abbiamo introdotto nuovi prodotti senza glutine a marchio **il Gigante**, arrivando a un totale di **158 prodotti senza glutine** presenti nella nostra offerta di prodotti a marchio, oltre che nel prontuario AIC.

+7 nuovi prodotti senza glutine introdotti nel 2024

Nei punti vendita il Gigante è inoltre attiva la convenzione "**prodotti senza glutine rimborsabili**" con il Servizio Sanitario Nazionale, che consente la vendita di prodotti alimentari per celiaci tramite l'uso della Tessera Sanitaria. I residenti nell'ambito delle ASL delle regioni Lombardia, Piemonte ed Emilia-Romagna, affetti da Celiachia certificata da Centro di Riferimento, possono rifornirsi presso i nostri supermercati di alimenti dietetici senza glutine rimborsati dal Servizio Sanitario Nazionale. Questo sistema consente di accedere a una gamma di prodotti ampia a prezzi competitivi.

g



P R E Z Z O

**BASSO
SEMPRE**

**SU 1000
PRODOTTI A MARCHIO**

il gigante

**TUTTI I VENERDÌ
SCONTO 10%**

Sono esclusi i reparti carne, pesce e ortofrutta. Regolamento su www.ilgigante.net

il gigante
blucard
CON BLUCARD

Iniziativa "Prezzo Basso Sempre"

Per garantire il massimo supporto ai nostri clienti, prestiamo attenzione anche alle persone in difficoltà: grazie all'iniziativa "**Prezzo Basso Sempre**" che include **1.000 prodotti a marchio il Gigante**, è possibile acquistare a prezzi costantemente accessibili beni essenziali e indispensabili per l'uso quotidiano. Questa iniziativa nasce dall'impegno di rendere la **spesa conveniente** ma sempre di qualità, andando incontro alle esigenze economiche delle famiglie.

il gigante

Gli Specialisti del Fresco

FAMILY DAY

È LA PROMOZIONE PIÙ APPREZZATA E PIÙ RICHIESTA DAI NOSTRI CLIENTI

AL RAGGIUNGIMENTO DI 15€ DI SPESA
UNICO SCONTRINO NEL REPARTO

PESCHERIA
TUTTI I MARTEDI

ESCLUSO PESCE SURGELATO/CONSERVATO/AFFUMICATO E SUSHI

MACELLERIA
TUTTI I GIOVEDI

ORTOFRUTTA
SABATO E DOMENICA

ESCLUSO FRUTTA SECCA E DISIDRATATA, SPEZIE E LEGUMI CONFEZIONATI DAL PRODUTTORE

CON BLUCARD SCONTO IMMEDIATO IN CASSA



regolamento ed esclusioni su www.ilgigante.net

Sconto Family Day

Sempre in un'ottica di attenzione alle situazioni di difficoltà economica, promuoviamo l'iniziativa "**Family Day**" che rappresenta un'opportunità di risparmio immediato per i nostri clienti, grazie a **5€ di sconto immediato** nei reparti Pescheria, Macelleria e Ortofrutta in giorni specifici: il martedì, giovedì, sabato e domenica. Vogliamo così rendere più accessibili i prodotti freschi e di qualità che sono fondamentali per **un'alimentazione equilibrata**. Lo sconto è applicabile al raggiungimento di una spesa di almeno 15€ ed è pensato per supportare le famiglie, facilitando l'acquisto di prodotti essenziali come carne, pesce e frutta, e per rendere la spesa settimanale più sostenibile dal punto di vista economico.

g

ATTIVA alle casse del supermercato **il gigante**

Gli Specialisti del Fresco

LA TUA CARTA

DEDICATA A TE

COME ATTIVARE LA CARTA?

EFFETTUANDO
UN PRIMO ACQUISTO
ENTRO IL
16 DICEMBRE 2024*



COSA È POSSIBILE ACQUISTARE?

LA CARTA PERMETTE DI ACQUISTARE
PRODOTTI ALIMENTARI (ESCLUSI
GLI ALCOLICI) E DI AVERE SCONTI
O BUONI SPESA DEL 15% CUMULABILI
CON LE ALTRE PROMOZIONI



* LE CARTE CHE NON VERRANNO ATTIVATE ENTRO IL 16 DICEMBRE 2024
SARANNO AUTOMATICAMENTE DISATTIVATE DAL SISTEMA, CON LA PERDITA DI OGNI BENEFICIO

**PER MAGGIORI INFORMAZIONI VISITA IL SITO DEL MINISTERO DELL'AGRICOLTURA,
DELLA SOVRANITÀ ALIMENTARE E DELLE FORESTE - WWW.MASAF.IT**



MINISTERO DELL'AGRICOLTURA
DELLA SOVRANITÀ ALIMENTARE
E DELLE FORESTE



Ministero
dell'Economia
e delle Finanze

da esporre all'ingresso fino al 28/02/2025

Un aiuto in più per chi utilizza la carta “Dedicata a Te”

Per contribuire in modo tangibile al sostegno delle famiglie, **il Gigante offre ai clienti beneficiari della carta ministeriale “Dedicata a Te” un buono spesa pari al 15% dell'importo utilizzato**, da spendere in un acquisto successivo. Questo incentivo aggiuntivo rappresenta un aiuto concreto, permettendo di risparmiare ulteriormente sulle spese alimentari e rendendo l'esperienza di acquisto più accessibile e conveniente.

La carta “Dedicata a Te”, introdotta dal Governo italiano per facilitare l'accesso alle risorse alimentari alle famiglie in difficoltà, può essere utilizzata direttamente presso le casse dei punti vendita il Gigante. Grazie all'abbinamento con il **buono spesa aggiuntivo**, i clienti beneficiari ricevono un supporto doppio: la possibilità di utilizzare il contributo governativo e un vantaggio immediato sulle spese future. Con questa iniziativa, il Gigante rafforza il proprio impegno nella responsabilità sociale, offrendo un sostegno concreto e diretto a chi ne ha più bisogno.

DEDICATA A TE



g

CONTROLLI 2024

il gigante

Gli Specialisti del Fresco

HA EFFETTUATO PER LA SICUREZZA
DEI PRODOTTI CHE TROVATE SUI BANCHI:

30.555 ANALISI SULLE SUPERFICI E SUGLI ALIMENTI
PREPARATI DA NOI

1.340 TEST MERCEOLOGICI ESEGUITI DA TECNICI
QUALIFICATI

97.681 ANALISI CHIMICHE, MICROBIOLOGICHE
SUI PRODOTTI A MARCHIO IL GIGANTE

16 TEST ORGANOLETTICI EFFETTUATI DIRETTAMENTE
CON I NOSTRI CONSUMATORI

3.621 ANALISI DI RISPETTO DEL CAPITOLATO
PRODUTTIVO DELLA FILIERA DELLE CARNI



67 CONTROLLI ISPETTIVI (AUDIT) PRESSO I FORNITORI
PRODOTTI A MARCHIO IL GIGANTE E SOPRALLUOGHI
ISPETTIVI DA PARTE DEI NOSTRI VETERINARI PRESSO
LE STALLE DEI NOSTRI ALLEVATORI E IMPIANTI
CHE ADERISCONO ALLA FILIERA CARNI.



Gli Specialisti del Fresco
www.ilgigante.net

SCOPRI
IL BILANCIO
DI SOSTENIBILITÀ



3.3.3 Sicurezza del cliente

La sicurezza dei clienti è per noi una priorità assoluta. La nostra volontà è quella di garantire e tutelare il benessere delle persone che ci scelgono, **dalla sicurezza alimentare dei nostri prodotti a marchio alla sicurezza del cliente nell'esperienza d'acquisto.**

Sicurezza alimentare

30.555 analisi delle superfici e sugli alimenti preparati da il Gigante effettuate nel 2024

1.340 test merceologici eseguiti da tecnici qualificati effettuati nel 2024⁷

97.681 analisi chimiche, microbiologiche sui prodotti a marchio il Gigante effettuate nel 2024

2.736 analisi Progetto Listeria prevention, **92** Listerie sequenziate effettuate nel 2024⁸

L'attenzione per la salute e il benessere dei nostri clienti guida ogni nostra scelta.

Da anni, il Gigante dedica attenzione costante alla sicurezza dei prodotti a marchio, assicurandosi che rispettino i più elevati standard alimentari. Ogni giorno vengono eseguiti rigorosi controlli, supportati da procedure interne e manuali di autocontrollo che garantiscono sicurezza e qualità in ogni fase.

Nel 2024 non sono stati registrati gravi incidenti relativi alla sicurezza alimentare.

Per assicurare la qualità e sicurezza dei prodotti, mettiamo in campo numerose azioni volte a mitigare quanto più possibile i rischi legati alla sicurezza dei nostri prodotti: analisi, valutazioni merceologiche e organolettiche, verifiche presso gli stabilimenti produttivi attraverso audit programmati, sopralluoghi ispettivi e redazione di capitoli con i nostri fornitori, comprensiva della richiesta di certificazioni internazionali (per maggiori approfondimenti circa il tema dei controlli nella catena di fornitura, si veda il capitolo 4 "G1 - Temi di Governance", paragrafo 4.1.2 "I nostri fornitori"). Ma non solo, nei punti vendita e nei reparti di lavorazione applichiamo rigorosi standard di pulizia e manutenzione, con verifiche periodiche tramite tamponi e il sistema **Rida Check-it**, e l'utilizzo di sistemi di disinfezione notturna automatizzata a base di H_2O_2 , per garantire la massima igiene.

In particolare, **gli esperti de il Gigante eseguono controlli diretti nei punti vendita**, attraverso prelievi a campione su tutte le tipologie di prodotti. Le analisi coinvolgono principalmente i prodotti a marchio **il Gigante** e i preparati dei laboratori di gastronomia, panetteria, pasticceria e piatti pronti, tutti situati all'interno del punto vendita. **Gli Specialisti del Fresco de il Gigante controllano attentamente le modalità e le tecniche di conservazione della merce.** Per garantire la freschezza degli alimenti, è necessario controllare il **corretto funzionamento della catena del freddo**, dal momento della raccolta fino a quando il prodotto giunge al consumatore; per questo i tempi di giacenza e spedizione, l'igiene e la conformità del magazzino, i mezzi di trasporto e i materiali di confezionamento sono sottoposti a continuo monitoraggio. Nello specifico, il nostro impegno si concretizza in verifiche continue che consistono in:

- sopralluoghi ispettivi presso le strutture produttive;
- analisi chimiche e microbiologiche sui prodotti a marchio;
- test merceologici sui prodotti a marchio, eseguiti da tecnici qualificati;
- verifiche da parte di enti certificatori esterni, quali quelli biologici sui prodotti a marchio effettuate da VALORITALIA;
- analisi sugli alimenti preparati nei reparti di lavorazione all'interno dei punti vendita;
- attività di controllo sulle lavorazioni di reparto all'interno dei punti vendita;
- controlli giornalieri e periodici presso i punti vendita con schede monitoraggio quotidiane di reparto, quali controllo parassiti per i prodotti della pesca, controllo temperatura, controllo scadenze.

⁷ I test merceologici sono effettuati presso il punto vendita di Montanaso Lombardo o presso il laboratorio esterno di Lifeanalytics

⁸ L'attività di analisi è un progetto attivo nell'ambito della sicurezza alimentare che si avvale delle più moderne tecniche di indagine quali il sequenziamento genomico per la prevenzione della listeria monocytogenes nell'ambiente e di conseguenza negli alimenti.





I nostri Specialisti del Fresco

La formazione del personale è un elemento cruciale per garantire la sicurezza e la qualità dei prodotti che offriamo. Per questo motivo, abbiamo implementato un programma di formazione completo che combina modalità telematica e in presenza, consentendo a tutti i membri del nostro team di essere costantemente aggiornati sulle **Buone Pratiche di Manifattura (GMP) e sulle Buone Pratiche Igieniche (GHP).** I corsi forniscono le conoscenze necessarie per mantenere standard elevati nella manipolazione e nel trattamento degli alimenti, minimizzando così il rischio di contaminazioni e garantendo un ambiente di lavoro sicuro.

Il nostro personale segue, inoltre, una **formazione specifica sul manuale di autocontrollo**, uno strumento fondamentale per la gestione della sicurezza alimentare. Attraverso le sessioni formative, i nostri dipendenti imparano a riconoscere e a gestire i potenziali rischi, applicando metodologie di autocontrollo per monitorare e garantire la qualità dei prodotti in ogni fase del processo produttivo.

Crediamo nella formazione e nella sua capacità di migliorare le competenze del nostro personale, nonché di rendere la nostra squadra di specialisti pronta ad offrire ai clienti prodotti sicuri e di alta qualità, rafforzando così la fiducia che ripongono in noi.



g



Per garantire sempre maggiore sicurezza ai nostri clienti, effettuiamo un'**analisi annuale dei rischi**. Questa valutazione ci permette di identificare le debolezze e i punti di forza del nostro sistema, nonché di individuare aree di ulteriore miglioramento.

Ogni anno, confrontiamo i risultati con quelli dell'anno precedente, così da monitorare i progressi e adattare le strategie di conseguenza.

L'analisi si basa su diverse fonti di dati: i reclami presentati nel corso dell'anno precedente che offrono un'importante panoramica delle problematiche riscontrate dai nostri clienti; le analisi effettuate sui singoli punti vendita che consentono di comprendere e intervenire in maniera peculiare; i dati analitici da fonti istituzionali di cui ci avvaliamo per prevenire casi di non conformità in materia di sicurezza alimentare e per far sì che le nostre pratiche siano allineate con le normative e gli standard più recenti.

Come risultato del processo continuo di miglioramento, nel 2024 abbiamo deciso di potenziare la gestione della sicurezza alimentare nei punti vendita, introducendo un sistema digitale centralizzato per i ritiri e i richiami dal mercato di quei prodotti che possono rappresentare rischi per la salute.

Questo strumento ci permette di coordinare in modo più rapido ed efficiente tutte le operazioni, garantendo interventi tempestivi e una gestione ottimale dei prodotti, dalla sede centrale fino a ogni singolo negozio.

Per garantire prodotti a marchio sicuri e di alta qualità, il Gigante collabora con l'**Università di Milano e l'Istituto Zooprofilattico Sperimentale della Lombardia e dell'Emilia-Romagna**.

Queste collaborazioni permettono di condurre analisi approfondite e test di sfida (challenge test), contribuendo a un miglioramento continuo della sicurezza alimentare e assicurando che ogni prodotto soddisfi standard sempre più elevati.





Un'esperienza d'acquisto sicura

Poniamo una grande attenzione alla **sicurezza dei nostri clienti** durante l'esperienza d'acquisto. Lo facciamo declinando il nostro impegno su più livelli: la tutela della sicurezza fisica e la tutela della privacy dei clienti.

Punti vendita sicuri

I punti vendita sono per natura ambienti a basso rischio in termini di sicurezza per il cliente; tuttavia, **teniamo l'attenzione sempre alta e adottiamo ogni accorgimento possibile per rendere l'ambiente privo di rischi**. Adottiamo standard e procedure perfettamente conformi alla normativa, ma cerchiamo anche di spingerci oltre, adottando delle buone prassi per il nostro settore.

Per garantire la sicurezza dei nostri clienti all'interno dei punti vendita, abbiamo sviluppato **protocolli e misure preventive ben definiti**, volti a creare un ambiente il più possibile privo di rischi. Il nostro personale segue procedure specifiche per ridurre al minimo il rischio di incidenti: la cartellonistica di avvertimento informa i clienti del divieto di salire sui paracolpi dei banchi frigoriferi, mentre nei banchi a servizio tradizionale sono posizionati avvisi che vietano di appoggiarsi ai cristalli. Per ridurre il rischio di cadute, prestiamo particolare attenzione alle aree dove l'acqua può rendere i pavimenti scivolosi, come nei reparti ortofrutta in caso di fuoriuscite accidentali, e agli ingressi durante pioggia, neve o ghiaccio, posizionando **tappeti antiscivolo** nei punti più a rischio.

Effettuiamo, infine, **verifiche periodiche** per assicurarci della perfetta fruibilità delle attrezzature e della cartellonistica di sicurezza, monitorando costantemente la situazione al fine di migliorare puntualmente le condizioni di sicurezza in ogni punto vendita. Grazie a questi interventi integrati, ci impegniamo a fornire un ambiente sicuro e accogliente, a misura di cliente, dove fare la spesa con tranquillità e serenità.

La tutela della privacy

Sicurezza per noi significa anche protezione della **privacy** del cliente durante l'esperienza d'acquisto e della **tutela dei dati** che ci affida, da quelli personali (residenza, domicilio, etc.) a quelli finanziari. Ci impegniamo a garantire che tutte le informazioni personali raccolte, sia in negozio sia attraverso i canali digitali, siano trattate con la massima riservatezza e in conformità alle normative vigenti sulla protezione dei dati. Utilizziamo sistemi avanzati di crittografia per proteggere i dati sensibili e adottiamo rigorose misure di sicurezza per prevenire accessi non autorizzati. Inoltre, informiamo puntualmente i nostri clienti sulle modalità di utilizzo delle loro informazioni, garantendo la trasparenza riguardo ai processi di raccolta e trattamento dei dati. Questo approccio ci consente di rispettare i diritti dei clienti e contestualmente creare un ambiente di fiducia in cui sentirsi liberi di effettuare acquisti senza preoccupazioni legate alla sicurezza delle loro informazioni personali.

Nel 2024, il Gigante ha registrato zero casi di violazione della privacy dei clienti.

g

LE NOSTRE LINEE

BENESSERE



3.3.4 Comunicazione, sensibilizzazione e trasparenza

Noi de Il Gigante puntiamo a **offrire qualità ai nostri clienti**. Si tratta di una promessa che non riguarda i soli prodotti, ma che si estende a una comunicazione **chiara, completa e trasparente**, premessa fondamentale per costruire un rapporto di fiducia solido e duraturo.

Un'informazione chiara

Ci impegniamo a fornire ai nostri clienti una gamma di informazioni chiare e dettagliate sui prodotti a marchio, facilmente accessibili a tutti, e promuoviamo una comunicazione sui livelli nutrizionali dei prodotti che consenta ai nostri clienti di fare scelte informate per il proprio benessere.

Bollini, coccarde ed etichette trasparenti

Insieme alle informazioni primarie relative a modalità di utilizzo, conservazione e presenza di allergeni nei nostri prodotti, in linea con il diritto del consumatore di avere un'informazione specifica, ci impegniamo ad assicurare ai nostri clienti una comunicazione chiara e immediata attraverso il supporto di cartelli, video, etichette, bollini o claim salutistici come "Light", "Fonte di Fibre", "Senza glutine", "Senza lattosio", "Vegano" e "Senza zuccheri aggiunti", facilitando e guidando nella scelta di opzioni adatte alle proprie esigenze alimentari.

Clienti consapevoli nella scelta delle carni di qualità

Nel 2024 Il Gigante ha promosso un'attività di coinvolgimento dei consumatori in collaborazione con **Sigillo Italiano Filiera Carni Bovine**, per far conoscere i contenuti della certificazione **SQNZ** e del **Sigillo Italiano**. L'iniziativa ha utilizzato volantini informativi, la presenza di promotrici dedicate e gadget, con l'obiettivo di aumentare la consapevolezza sulla qualità e la tracciabilità delle carni bovine. Il progetto ha interessato tre punti vendita: San Giuliano Milanese (MI), Cinisello Balsamo (MI) e Villasanta (MB), offrendo ai clienti l'opportunità di conoscere da vicino i valori e gli standard della filiera certificata.



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

L'educazione alimentare, dal carrello alla tavola.

Come mangio è l'editoriale online de Il Gigante in cui puoi trovare curiosità, informazioni e consigli per uno stile di vita sano e sostenibile.



**Come mangio
è consultabile sul sito www.ilgigante.net**



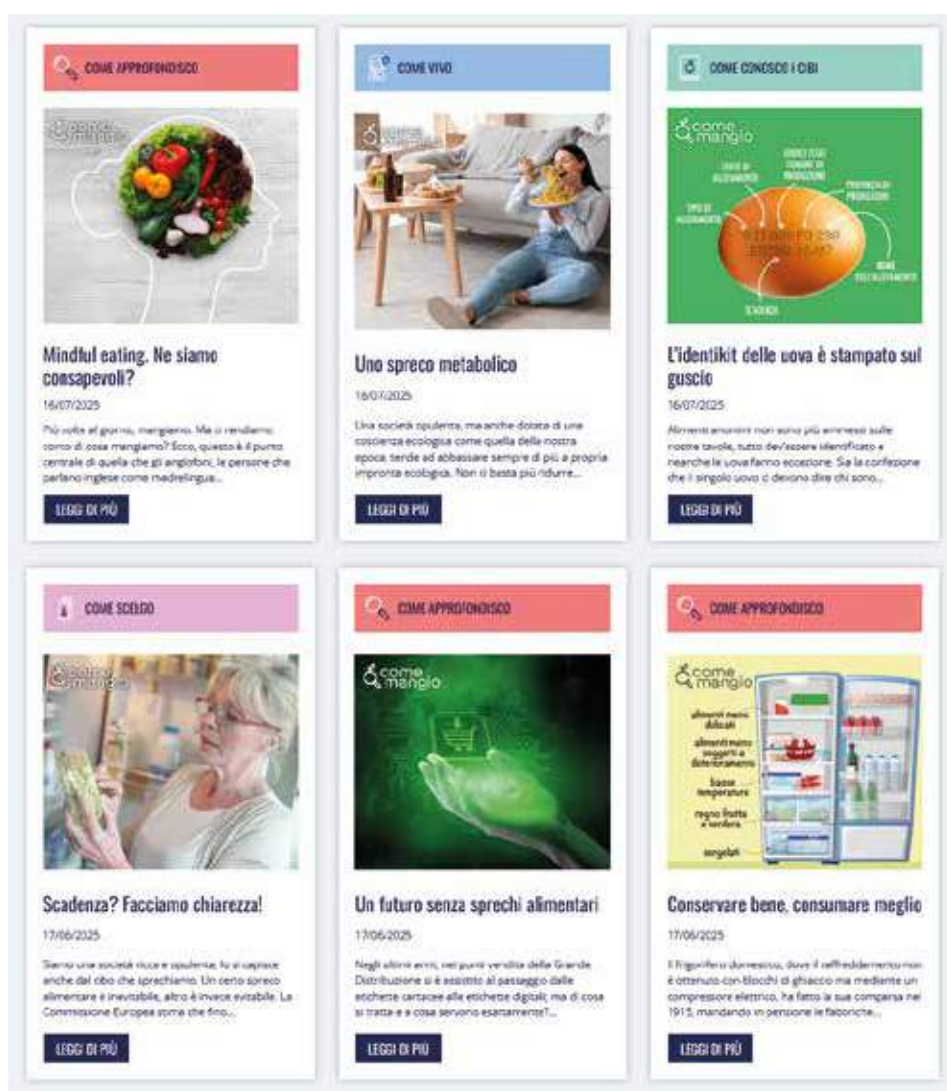
Un'informazione completa

Vogliamo che ogni acquisto fatto nei nostri punti vendita sia un passo verso una vita più sana e consapevole. Per questo, ci impegniamo a informare i nostri clienti con puntualità e chiarezza, non limitandoci alle sole informazioni generiche di prodotto, con l'obiettivo di educarli sui benefici di una dieta equilibrata e di un'alimentazione consapevole.

Progetto Comemangio®

Da maggio 2024 il **Gigante aderisce al progetto Comemangio®**, un'iniziativa promossa dal **Gruppo Selex** in collaborazione con l'**Università Cattolica del Sacro Cuore**. L'obiettivo è promuovere una **corretta alimentazione** e uno stile di vita sano attraverso contenuti scientificamente fondati, semplici e pratici, ispirati ai principi della dieta mediterranea, nota per i benefici sulla salute.

Il programma offre ai clienti informazioni utili per fare scelte consapevoli, aiutandoli a interpretare le etichette nutrizionali, preservare i nutrienti durante la cottura e ridurre gli sprechi alimentari. Comemangio® fornisce inoltre ricette e consigli pratici per pasti sani, economici e facili da preparare, e coinvolge nutrizionisti, pediatri e ricercatori, garantendo contenuti affidabili e aggiornati. Attraverso queste iniziative, il progetto educa i consumatori a un'alimentazione equilibrata, responsabile e sostenibile, valorizzando il ruolo del cibo nel benessere quotidiano.



9



**REGIONE
PIEMONTE**



Unione Regionale
dei Panificatori
del Piemonte

CON MENO SALE LA SALUTE SALE



IL PANE CON MENO SALE

RIDUCE IL RISCHIO DI IPERTENSIONE, INFARTO, ICTUS, MALATTIE RENALI E PREVIENE L'OSTEOPOROSI. **PROVALO DAL TUO FORNAIO!**
CHIEDI MAGGIORI INFORMAZIONI AL TUO MEDICO DI FAMIGLIA.

WWW.REGIONE.PIEMONTE.IT/SANITA



IL PANE CON MENO SALE
LO TROVI QUI!



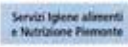
Società Italiana
dell'Iperensione Arteriosa



SIN



Istituto Nazionale per lo Studio e la Cura
delle Malattie del Metabolismo e della Nutrizione



Servizi Igiene alimenti
e Nutrizione Piemonte

Iniziativa “Meno sale nel pane”

In continuità con il 2012, anche nel 2024 **il Gigante ha aderito al progetto ministeriale “Meno Sale nel Pane”**, un’iniziativa volta a limitare l’assunzione di sale nella dieta dei consumatori. Il progetto prevede la riduzione del contenuto di sale nell’impasto del pane, un alimento fondamentale nella nostra alimentazione quotidiana. In quest’azione di sensibilizzazione e consapevolezza verso una dieta più sana e bilanciata, tutti i punti vendita il Gigante dotati di panificio sono stati equipaggiati per garantire la produzione di pane iposodico.

Prodotti biologici

L’offerta di prodotti biologici rappresenta per il Gigante un impegno concreto nella promozione di **stili di vita più sani e consapevoli**. Attraverso la scelta di alimenti coltivati e lavorati nel rispetto della natura, desideriamo offrire ai nostri clienti prodotti freschi, sicuri e sostenibili. Dal 2018 **il Gigante promuove la vendita di prodotti biologici freschi a prezzi vantaggiosi in 45 punti vendita**; la gamma di prodotti biologici include ortofrutta e formaggi confezionati direttamente in loco, mentre i prodotti ittici vengono preparati nel nostro laboratorio centralizzato. Nei punti vendita dotati di panetteria, l’offerta si arricchisce ulteriormente con **pane biologico e focacce biologiche**, così da garantire ogni giorno un’ampia gamma di prodotti freschi e rispettosi dell’ambiente.

Un’informazione trasparente

Per garantire al consumatore un’informazione trasparente, **ci avvaliamo di un sistema di tracciabilità accurato lungo tutta la filiera**. Garantire la trasparenza dei nostri processi produttivi è per noi un impegno fondamentale che va oltre le normative di legge. Questo approccio ci permette di offrire ai clienti la certezza riguardo all’origine e al percorso dei prodotti che acquistano. Grazie a un **disciplinare di filiera** ben definito, lavoriamo a stretto contatto con i fornitori per monitorare ogni fase della produzione, dalla raccolta delle materie prime fino alla distribuzione nei nostri punti vendita.

La tracciabilità assicura che i nostri prodotti siano di alta qualità e offre ai consumatori la possibilità di conoscere le pratiche agricole e di lavorazione impiegate, nonché le caratteristiche delle filiere produttive. Attraverso questa iniziativa, promuoviamo un consumo consapevole e informato. Inoltre, in caso di problematiche legate alla sicurezza alimentare, la tracciabilità ci consente di intervenire tempestivamente per garantire la salute e la sicurezza dei nostri consumatori.

Tracciabilità interattiva

Nel nostro impegno per l’informazione chiara e accessibile, in più della metà dei punti vendita abbiamo introdotto dei **totem digitali**, attraverso cui i clienti possono conoscere la tracciabilità delle carni e altri dettagli sui prodotti freschi. Nei reparti macelleria, alcuni schermi digitali illustrano come vengono allevati i bovini di filiera. Il nostro sito web, infine, include sezioni dedicate alle politiche di trasparenza e sostenibilità in tutti i settori, offrendo ai consumatori un ulteriore strumento informativo.

g

Temi di Governance



CONDOTTA DELLE IMPRESE

4.1.1 Etica e cultura de il Gigante

Portiamo avanti le nostre attività in modo responsabile. Un impegno profuso quotidianamente affinché le nostre azioni rispecchino sempre i valori in cui crediamo: **serietà, correttezza e trasparenza**. È la nostra identità, ciò che siamo e il modo in cui operiamo.

In questo percorso, l'etica è un elemento essenziale e inscindibile: orienta le nostre decisioni e ci permette di coltivare rapporti di fiducia duraturi con i nostri stakeholder, in particolar modo con i clienti che rappresentano il nostro interlocutore principale.

La nostra è una **tradizione di famiglia** che parte da radici solide e promuove valori fondanti, che ci proponiamo di **diffondere** e **condividere** con tutte le persone con cui entriamo in contatto.

Un proposito che ci porta a lavorare con grande impegno sulla nostra **cultura aziendale**, poiché siamo convinti che l'elemento chiave del nostro successo stia nella capacità di raccontarci attraverso il lavoro quotidiano.

Per promuovere la nostra cultura, alle attività di formazione per i nuovi assunti sulla prevenzione e sicurezza, affianchiamo attività di formazione, focalizzate sui temi di condotta, sia nei confronti dell'organizzazione sia verso il cliente finale.

Questo approccio prosegue anche negli anni successivi, con incontri e aggiornamenti periodici volti a consolidare questi principi per mantenere alta la consapevolezza e l'impegno sulle principali linee guida.

Una formazione più mirata e costante coinvolge il personale direttivo dei punti vendita e capi reparto, che sono a diretto contatto con gli operatori di vendita e rappresentano inequivocabilmente uno dei principali punti di contatto con i nostri clienti.

A loro è infatti affidato il compito, con l'esempio, di **fare proprio il messaggio aziendale e di trasmetterlo**.





I valori aziendali

Il Gigante è un'azienda che ha costruito la propria storia e il proprio successo non solo su ciò che fa, ma anche su come lo fa.

In oltre 50 anni di attività, non abbiamo mai sentito la necessità di stilare un decalogo dei valori, perché ciascuno di noi, a partire da chi ha fondato l'azienda fino all'ultimo collaboratore arrivato, li vive quotidianamente.

I nostri valori sono insiti nella nostra cultura aziendale e ogni persona gioca un ruolo chiave nel loro perseguimento.

Le persone sono i custodi di questi valori e ne garantiscono la trasmissibilità nel tempo, per questo la crescita interna del personale è sempre stata considerata in azienda di grande importanza.

L'anzianità media dei nostri dipendenti pari a 17 anni ne è la conferma.





Il nostro Fondatore
e Presidente
Sig. Giancarlo Panizza

Passione

È il valore principale, ciò che ha mosso il nostro Fondatore Signor Giancarlo Panizza a guidarci in oltre 50 anni di lavoro, impegno e fatiche.

Il Gigante, infatti, opera nel settore della Grande Distribuzione Organizzata dal settembre del 1972, anni in cui le famiglie amavano riunirsi intorno al tavolo per celebrare la tradizione e coltivare i propri affetti attraverso i buoni sapori della cucina.

In quel contesto, la passione del nostro Presidente Signor Giancarlo Panizza lo portò ad avere la visione di trasformare l'atto di fare la spesa in un momento di piacere, in un luogo nel quale i clienti potessero trovare non solo ciò di cui avevano bisogno, ma anche ispirazione e gioia nel coltivare i sapori della tradizione.

Ancora oggi, **è proprio la passione pura che muove ogni singolo collaboratore che opera nella nostra realtà.**

La passione per il lavoro, per la curiosità in tutto quello che l'azienda fa, l'interesse nel ricercare le novità ogni giorno e nel migliorarsi sempre, per esprimere il meglio di sé non solo nell'attività lavorativa, ma anche in quella umana.

Siamo convinti di poter fare la differenza, trasmettendo ai clienti la nostra passione per i prodotti alimentari, per l'eccellenza e la genuinità di essi, unitamente alla accoglienza ed alla disponibilità per fornire un servizio di qualità a chi ci visita.

Rispetto della tradizione

Vogliamo conservare quei mestieri "antichi" che sono parte della tradizione del nostro Paese, come le figure del fruttivendolo, del macellaio, del pescivendolo, del panettiere e del pasticciere.

Vogliamo che la tradizione torni ad essere un elemento di attrazione per coloro che desiderano acquisire un mestiere da coltivare, seppur evolvendo in linea con il tempo, studiando elementi innovativi come i nuovi prodotti e le nuove ricette, nuove preparazioni e modelli espositivi che crediamo fortemente siano un elemento distintivo della nostra azienda.



g



Professionalità

È un valore che promuoviamo a tutti i livelli, combinando **competenza, integrità morale e responsabilità** nei rapporti con i nostri stakeholders.

La professionalità viene costantemente arricchita nella nostra attività, riconoscendo il talento, coltivandolo e sviluppandolo per distinguersi.

Innovazione

È essenziale per rispondere alle **nuove esigenze dei clienti** e per offrire soluzioni sempre più efficienti che mutano con l'evolversi della vita quotidiana e la crescente competizione del settore.

Serietà

È la base di ogni nostra azione.

Per noi significa affrontare ogni sfida con **responsabilità, rigore e rispetto verso il lavoro**, i colleghi, i clienti e i fornitori.

La serietà guida le nostre decisioni e ci ha permesso di guadagnare nel tempo la fiducia di chi ci sta accanto.

Correttezza

Regola il nostro comportamento quotidiano, basato su **lealtà, onestà e rispetto delle regole**. È ciò che ci spinge a fare sempre il nostro lavoro con dedizione e responsabilità.

Trasparenza

È la chiave per costruire **fiducia, il cuore di ogni relazione** duratura.

Operiamo sempre in modo chiaro e sincero, affrontando le sfide con consapevolezza e determinazione.

Sostenibilità

Agiamo con **responsabilità verso l'ambiente e la comunità**, integrando la sostenibilità nelle decisioni aziendali e nel nostro impegno a lungo termine per un futuro migliore.



g



Promuovere **correttezza** e **serietà** per noi significa muoverci in una dimensione di **prevenzione della corruzione**, coinvolgendo soprattutto quelle figure che operano a stretto contatto con l'esterno, come i responsabili degli acquisti e coloro che gestiscono rapporti con fornitori di merci e servizi.

Queste figure, tra quelle maggiormente esposte a rischi di conflitti di interesse o influenze esterne, sono formate e aggiornate, in merito alle modalità per riconoscere e prevenire ogni forma di condotta illecita.

L'obiettivo è garantire che le nostre relazioni con i fornitori siano gestite con trasparenza e integrità, preservando la correttezza e la responsabilità del nostro agire in ogni interazione.

Disponiamo di un sistema di **audit interno** che si attiva in seguito a segnalazioni di potenziali episodi di corruzione aziendale e volto ad assicurare che ogni sospetto o irregolarità venga indagato con rigore e trasparenza.

In questo modo, ci impegniamo a creare un ambiente di lavoro etico, dove le pratiche scorrette vengono prontamente identificate e gestite.

Nel rispetto della normativa italiana in materia di protezione degli informatori e con l'obiettivo di rendere più efficace il processo di segnalazione di eventuali illeciti, nel 2024 la nostra azienda ha introdotto un canale di **whistleblowing**.

Tale strumento, accessibile dal sito aziendale www.ilgigante.net, consente a dipendenti, collaboratori e terze parti di trasmettere segnalazioni, in forma anonima.





4.1.2 I nostri fornitori

Al 2024 **sono 1.827 i nostri fornitori di prodotti: il 74,22% appartiene al settore alimentare e la restante quota al settore non alimentare (25,78%)**, distribuita tra le categorie merceologiche di cura della persona, cura della casa, abbigliamento, pet food, piccoli e grandi elettrodomestici, tecnologia, fai da te, arredo, cartoleria e giocattoli, a conferma della capacità de Il Gigante di rispondere una vasta gamma di bisogni quotidiani.

Crediamo nel fare italiano.

Il 96,90% delle nostre forniture è prodotto in siti produttivi italiani.

Un impegno che ci assumiamo verso la valorizzazione delle relazioni di fiducia e collaborazione con fornitori nazionali.

La componente estera è limitata, con il 2,70% delle forniture provenienti dall'Unione Europea e una quota minima d'importazione dall'Asia di prodotti non alimentari.

Promuoviamo il territorio.

Il 59,50% dei fornitori italiani è locale.

Si tratta di fornitori localizzati nelle regioni della **Lombardia**, del **Piemonte** e dell' **Emilia-Romagna** in cui siamo presenti con i nostri punti vendita.

Acquistiamo nazionale

La stessa distribuzione degli acquisti riflette un forte orientamento verso il territorio nazionale: oltre il 97% del valore complessivo degli acquisti deriva da fornitori italiani.

Di particolare rilevanza è il fatto che il **71% del valore di questi acquisti proviene da fornitori locali** delle regioni in cui la nostra attività si concentra, ovvero Lombardia, Piemonte ed Emilia-Romagna.

Un approccio che contribuisce al sostegno dell'economia locale e, allo stesso tempo, favorisce una maggiore efficienza logistica, riducendo i costi e le emissioni legate al trasporto delle merci.

Inoltre, la collaborazione con fornitori locali ci consente di rispondere più rapidamente alle esigenze del mercato e di garantire una migliore qualità dei prodotti offerti ai nostri clienti.

Scegliamo i nostri partner con cura, selezionando principalmente aziende italiane di piccola e media dimensione, nonché piccole realtà del territorio, ma anche aziende di grande marca, per offrire un'ampia gamma di prodotti alimentari, freschi, genuini e caratteristici della tradizione italiana, e prodotti non alimentari.

Il Gigante sostiene infatti le piccole realtà produttive locali, favorendo i piccoli produttori come propri fornitori, senza richiedere l'esclusiva sulla produzione, permettendo al piccolo produttore di espandere la propria attività.



I fornitori sono l'anello che ci aiutano a mantenere salda la relazione con i nostri clienti, sono ciò che ci consente di tenere fede al nostro impegno alla qualità.

Per tale ragione selezioniamo realtà di grande serietà e storicità sul mercato, non occasionali, capaci di garantire una corretta e costante reperibilità delle merci, mantenendo le caratteristiche qualitative concordate.

Per questo, non cerchiamo un fornitore, ma un **partner**, allo scopo principale di instaurare con lui una seria, proficua ed intensa collaborazione destinata a durare negli anni.





*Fatto a mano con amore
dagli Specialisti del Fresco*



GUARDA
IL VIDEO SU
www.ilgigante.net



I VANTAGGI DEL PANE CON LIEVITO MADRE

- GUSTO FORTEMENTE CARATTERIZZATO
- MAGGIOR DIGERIBILITÀ
- FRESCHEZZA PROLUNGATA

I NOSTRI SPECIALISTI PANETTIERI PREPARANO PANE, PIZZE E FOCACCE SOLO CON LIEVITO MADRE ITALIANO

**DA MANI SAPIENTI I NOSTRI PRODOTTI DA FORNO
NON POSSONO MANCARE SULLA TAVOLA
DEI NOSTRI CLIENTI**

**TUTTI I GIORNI PREPARIAMO:
OLTRE 30 TIPI DI PANE FRESCO, PIZZE E FOCACCE.
PER IL NOSTRO PANE FRESCO DI GRANO TENERO
UTILIZZIAMO SOLO:**

- FARINA DI TIPO "1" 100% ITALIANA
- SALE IODATO
- LIEVITO MADRE ITALIANO



Dal 1923, il lievito che dà vita al nostro pane

La maggior parte del pane sfornato nei nostri punti vendita nasce da lievito madre 100% italiano, frutto di una partnership avviata nel 2019 che va ben oltre la semplice fornitura di ingredienti.

Con il nostro fornitore di lievito madre abbiamo costruito una collaborazione basata sulla valorizzazione di materie prime che garantiscono genuinità, freschezza e qualità ai prodotti da forno.

Il cuore di questa sinergia è un **lievito madre centenario, custodito e rinfrescato quotidianamente sin dal 1923** presso lo stabilimento del fornitore: un ingrediente prezioso, che ha recentemente festeggiato i suoi primi cento anni di vita.

Questo lievito viene successivamente lavorato con cura dai nostri panettieri, che, con mani esperte, impastano e modellano oltre 30 tipi di pani, focacce e pizze e li cuociono più volte al giorno nei nostri forni a pellet, per offrire un pane croccante fuori e soffice al centro.

Per noi, specialisti Panettieri, è fondamentale mantenere un dialogo costante con il produttore di lievito madre: solo così possiamo garantire risultati che soddisfino le aspettative di clienti sempre più attenti alla freschezza e alla qualità.

Inoltre, gran parte dei nostri panettieri è stata formata presso la prestigiosa scuola "École de boulangerie et de Pâtisserie de Paris" acquisendo tutti i segreti per la realizzazione del famoso pane francece "baguette", fatto a mano ogni giorno con la sua forma caratteristica ed estremità appuntite.





La storia dei nostri prodotti a marchio

Il percorso dei Prodotti a marchio il Gigante ha origini antiche.

Tutto ebbe inizio con il Programma Qualità, negli anni '90, la cui missione era "portare ai clienti i prodotti che rispondono ai più alti standard qualitativi, con il miglior rapporto qualità/prezzo".

La ricerca della qualità e del buon servizio al cliente sono quindi il fondamento della nostra azienda, che promuoviamo ogni giorno.

La linea dei **prodotti a marchio il Gigante** è stata una sfida negli anni, che abbiamo approcciato inizialmente con grande timidezza.

I primi anni il progetto si rivelò faticoso da percorrere poiché le numeriche delle referenze e dei volumi portati non ne garantivano la diretta sostenibilità economica.

Negli anni successivi, grazie ad un numero maggiore di punti di vendita coinvolti e di fornitori che hanno creduto nel nostro progetto, l'assortimento ha raggiunto **oltre 1.280** referenze, garantendo al cliente un'offerta sempre più ampia, profonda e in continua evoluzione.

La linea dei prodotti a marchio il Gigante nasce dal desiderio di selezionare e offrire prodotti di alta qualità a prezzi vantaggiosi.

Attraverso la costante ricerca dei nostri esperti, ogni giorno si arricchisce la gamma di prodotti alimentari di alta qualità, ricchi di tradizione, di gusto e di passione per il territorio.

I prodotti a marchio il Gigante alimentari e non alimentari, sono realizzati attraverso fornitori selezionati dopo valutazioni attente da parte dei nostri buyer, nel rispetto dei capitolati di produzione, di superamento di test qualitativi, comparativi, organolettici e di degustazione, nonché ad una attenta valutazione del valore delle materie prime utilizzate, allo scopo di poter garantire il miglior rapporto qualità/prezzo.

Inoltre, nella scelta risulta importante la presenza sul territorio nazionale, la produzione in stabilimenti situati in Italia (oltre il 90% delle nostre referenze) e l'alta qualità delle materie prime.

Infine, a guidarci nella scelta dei fornitori è anche la loro affidabilità, garantita grazie alla collaborazione con alcuni partner storici che, negli anni, hanno saputo proporre e sviluppare con noi questo progetto tramite un articolato programma di analisi, test e audit per la verifica costante della sicurezza e qualità dei prodotti (maggiori approfondimenti sull'argomento sono trattati più avanti all'interno di questo testo).





Assaggi
e paesaggi

UN PERCORSO ALLA SCOPERTA DI LUOGHI E SAPORI

Assaggi e Paesaggi ti porta a conoscere e gustare le eccellenze alimentari di un territorio, scelte con cura guidandoti in un percorso ideale che unisce la passione per il buon cibo alla voglia di vivere le migliori esperienze culinarie.

AUTENTICITÀ, ESPERIENZA CULINARIA, CULTURA GASTRONOMICA

"Assaggi e Paesaggi" Preservare la tradizione

Siamo un'azienda italiana che crede profondamente nei valori e nelle tradizioni del passato e che, fedele ai principi, si impegna nel preservare e valorizzare l'autenticità del proprio territorio.

Motivati dall'entusiasmo di far emergere la qualità e l'eccellenza dei prodotti locali, abbiamo dato vita a iniziative che facessero incontrare il territorio con i nostri clienti.

Il lancio della linea "Assaggi e Paesaggi", progetto avviato nel 2022 con l'intento di celebrare la ricchezza culinaria e culturale delle diverse regioni italiane, con 266 referenze presenti nei nostri punti vendita, ci ha consentito di proporre una selezione di prodotti della tradizione italiana, esaltando le specialità locali e le eccellenze del nostro patrimonio gastronomico che rende unico ogni territorio.

Il claim "Un Percorso Alla Scoperta di Luoghi e Sapori" vuole indicare la volontà di portare a conoscere e gustare le eccellenze alimentari di un territorio, guidando il consumatore in un percorso ideale che unisce la passione per il buon cibo alla voglia di vivere le migliori esperienze culinarie.

Anche per questi prodotti, la selezione dei fornitori avviene secondo criteri di imparzialità, serietà professionale, affidabilità, trasparenza, disponibilità, puntualità e tempestività.





Bontà delle regioni italiane

Anche nel 2024 abbiamo continuato a sviluppare assortimenti di prodotti legati al mondo regionale italiano, confermando il nostro impegno nella promozione della qualità e delle tradizioni locali.

Nei nostri punti vendita viene dedicata particolare attenzione ai prodotti del territorio, autentica espressione di saperi, cultura e competenze che rendono unico il patrimonio gastronomico italiano.

Attraverso una selezione mirata, tali prodotti vengono proposti alla clientela con l'obiettivo di far conoscere la ricchezza dei sapori regionali, rafforzando al contempo il legame tra consumo consapevole, identità territoriale e sostenibilità. La promozione dei prodotti locali rappresenta infatti un contributo concreto allo sviluppo dell'economia dei territori, alla tutela delle filiere produttive e alla valorizzazione di modelli di crescita responsabili e sostenibili.

Specialità come i taralli pugliesi, i cantuccini toscani, lo yogurt altoatesino, i formaggi veneti o i vini piemontesi sono esempi emblematici di un'offerta che racconta la diversità e l'eccellenza dei nostri territori. Dal richiamo generale all'italianità si è assistito, negli ultimi anni, a una crescente enfasi sulle regionalità: i prodotti comunicano con orgoglio le proprie radici e valorizzano la provenienza da una specifica area geografica come elemento distintivo.

L'indicazione chiara dell'origine territoriale rappresenta un fattore diassicurazione per i consumatori, richiamando qualità, sicurezza e caratteristiche organolettiche che sono strettamente associate alle produzioni locali.

Questo approccio rafforza la percezione di autenticità e affidabilità delle referenze regionali, il cui interesse da parte dei nostri clienti continua a crescere.

In questo contesto, la proposta di prodotti regionali nei nostri punti vendita si configura come un'azione strategica volta a valorizzare il patrimonio enogastronomico nazionale, sostenere le economie territoriali e offrire ai clienti un'esperienza di acquisto fondata su qualità, trasparenza e tradizione del nostro Paese.





FRUTTA E VERDURA

**FRESCA DI STAGIONE COLTIVATA IN ITALIA.
SCEGLI I PRODOTTI CON QUESTO
SIMBOLO, COSÌ SOSTIENI LA PRODUZIONE
ITALIANA.**

**Effettuiamo costantemente ANALISI chimiche per verificare i
residui di fitofarmaci, nel rispetto delle normative vigenti,
per la SICUREZZA dei PRODOTTI
che trovate sui nostri banchi di FRUTTA E VERDURA.**

Nell'ambito dei rapporti di fornitura nazionali, Il Gigante, attraverso i propri buyer, con lunga esperienza e conoscenza dei prodotti, affiancati dall'ufficio Qualità, è coinvolto nella verifica dell'**affidabilità del fornitore** con **sopralluoghi presso gli stabilimenti produttivi**.

Qui effettuiamo controlli su tutte le fasi della produzione, dai metodi di lavorazione dei prodotti, all'igiene dei locali adibiti alla produzione alle modalità di conservazione degli alimenti con frequenti **visite ispettive in loco**, a cura dei nostri Specialisti del Fresco, volte a certificare la scrupolosa osservanza degli **standard qualitativi** concordati con il contratto di fornitura.

Come ulteriore garanzia verso la nostra clientela, le certificazioni ufficiali presentate dal fornitore vengono verificate attentamente tramite il supporto dei nostri responsabili acquisti e qualità, nonché da enti esterni appositamente commissionati.



96.781

**analisi chimiche
e microbiologiche**
sui prodotti
a marchio **il Gigante**
e prodotti freschi
del reparto frutta
e verdura nel 2024

g

“ QUALITÀ E SICUREZZA DI FILIERA ”

il gigante

CAPPONE

QUALITÀ E SICUREZZA DI FILIERA Origine Italia

Autorizzazione MIPAAF n° 17007EA - Unitalia

- Alimentazione vegetale, con integrazione di vitamine e minerali
- Alimentazione "no OGM"
- Allevato senza uso di antibiotici

Prodotto e confezionato da: **il gigante** - viale dell'Industria 10 - 41013 Prato (PO) - Italia

Altre indicazioni di legge: vedi etichetta peso-prezzo

CSQA

VERBA

il gigante

CONIGLIO

QUALITÀ E SICUREZZA DI FILIERA Origine Italia

• Carne di coniglio nato in Italia

- Allevato in Italia
- Macellato in Italia
- Alimentazione vegetale, con integrazione di vitamine e minerali

Fresco - In vendita a peso.

Conservare fino a +4°C.

Consumare prima scadenza cultura.

Prodotto e confezionato da: **il gigante** - viale dell'Industria 10 - 41013 Prato (PO) - Italia

Altre indicazioni di legge: vedi etichetta peso-prezzo

CSQA

VERBA

il gigante

GALLO GOLDEN

QUALITÀ E SICUREZZA DI FILIERA Origine Italia

Autorizzazione MIPAAF n° 17007EA - Unitalia

- Alimentazione vegetale, con integrazione di vitamine e minerali
- Alimentazione "no OGM"
- Allevato senza uso di antibiotici

Prodotto e confezionato da: **il gigante** - viale dell'Industria 10 - 41013 Prato (PO) - Italia

Altre indicazioni di legge: vedi etichetta peso-prezzo

CSQA

VERBA

il gigante

GALLO LIVORNESE

QUALITÀ E SICUREZZA DI FILIERA Origine Italia

Autorizzazione MIPAAF n° 17007EA - Unitalia

- Alimentazione vegetale, con integrazione di vitamine e minerali
- Alimentazione "no OGM"
- Allevato senza uso di antibiotici

Prodotto e confezionato da: **il gigante** - viale dell'Industria 10 - 41013 Prato (PO) - Italia

Altre indicazioni di legge: vedi etichetta peso-prezzo

CSQA

VERBA

il gigante

TACCHINO

QUALITÀ E SICUREZZA DI FILIERA Origine Italia

Autorizzazione Min. n. 17007EA - Unitalia

- Alimentazione vegetale, con integrazione di vitamine e minerali
- Alimentazione "no OGM"
- Codice di rintracciabilità: vedi etichetta peso-prezzo

Altre indicazioni di legge: vedi etichetta peso-prezzo

CSQA

VERBA

il gigante

POLLO

QUALITÀ E SICUREZZA DI FILIERA Origine Italia

Autorizzazione MIPAAF n° 17007EA - Unitalia

- Alimentazione vegetale, con integrazione di vitamine e minerali
- Alimentazione "no OGM"

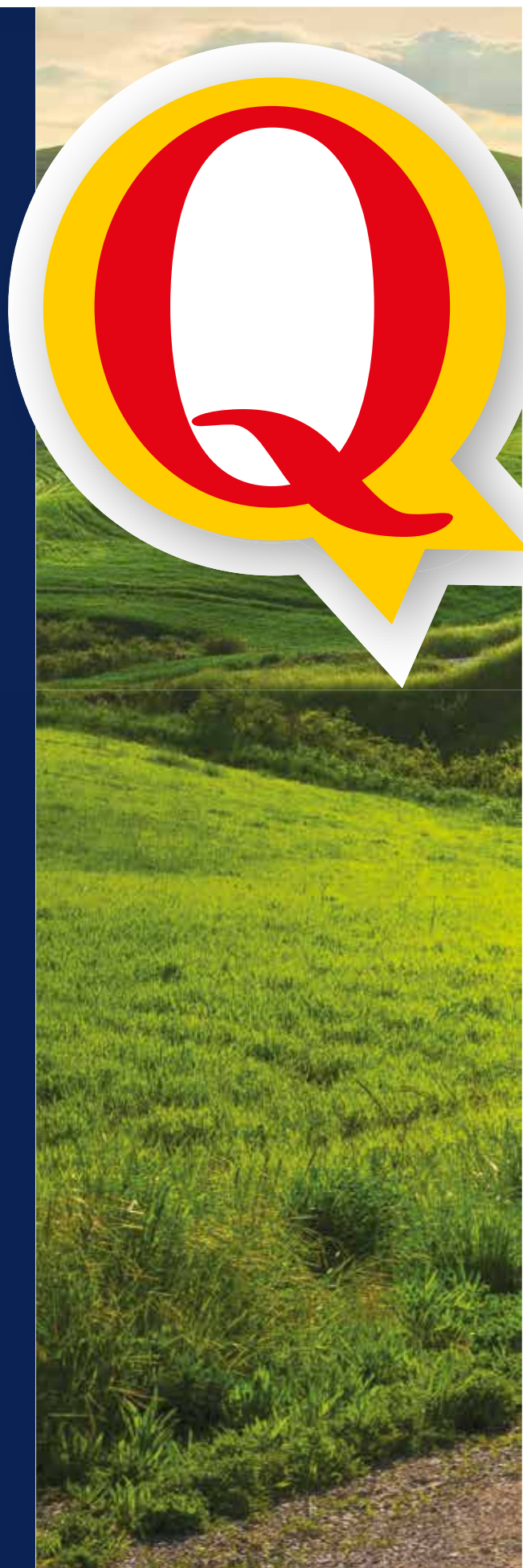
Prodotto e confezionato da: **il gigante** - viale dell'Industria 10 - 41013 Prato (PO) - Italia

Altre indicazioni di legge: vedi etichetta peso-prezzo

CSQA

VERBA

**CARNE DI FILIERA
DI AVICUNICOLO**
nato, allevato e macellato in Italia



I capitolati di filiera: garantiamo la qualità e la sicurezza del prodotto

Consapevoli dell'importanza di stabilire standard chiari e condivisi lungo tutta la filiera produttiva, abbiamo introdotto **capitolati di filiera** all'interno dei rapporti con i nostri fornitori. Si tratta di uno strumento fondamentale per garantire che ogni fase, dalla produzione alla distribuzione, rispetti criteri di **qualità e sicurezza**.

Per i prodotti freschi di elevata qualità valorizziamo le caratteristiche apponendo la nostra etichetta "il Gigante firma la qualità" mentre per i prodotti con filiere da noi presidiate utilizziamo il bollino "**Qualità e Sicurezza di filiera**".

Con l'adozione dei capitoli, valorizziamo i nostri fornitori e promuoviamo contestualmente una cultura di responsabilità e trasparenza nei confronti dei nostri consumatori. Ci poniamo, di fatto, come **intermediari consapevoli** e responsabili, in grado di garantire prodotti di alta qualità e capaci di contribuire, al contempo, a costruire una rete solida e coesa.

A tal fine, abbiamo sviluppato **capitolati specifici** con particolare attenzione alla **filiera delle carni** (approfondimento presente nel box "La filiera della carne") e a quella **avicola**.





La filiera della carne

Il Gigante avvia la prima filiera già nel 1998, introducendo criteri restrittivi in materia di sicurezza alimentare all'interno di un capitolato di filiera, in anticipo rispetto alla vigente normativa di legge.

Da allora, un team di veterinari esperti controlla regolarmente **la qualità** delle **carni bovine**, certificando con precisione le caratteristiche organolettiche, nutrizionali, chimico-fisiche e genetiche.

Successivamente, il medesimo sistema di controlli è stato esteso anche ad altre due famiglie di prodotti, l'**avicolo** (2000) e il **coniglio** (2002), per continuare a offrire al consumatore un valore aggiunto in termini di genuinità dei prodotti.

Il rispetto del capitolato è fondamentale.

Un team di esperti de il Gigante, composto da veterinari e tecnici di settore, si recano regolarmente nei siti di allevamento selezionati (per il bovino **una volta all'anno** in tutte le stalle).

In questi allevamenti selezionati, gli esperti, affiancati da laboratori esterni, effettuano analisi biochimiche e prelievi sulle razioni di cibo.

L'osservanza delle regole stabilite dall'azienda assicura non solo la genuinità degli alimenti, ma anche la sicurezza e qualità.

Inoltre, una volta all'anno, si realizzano una serie di **sopralluoghi ispettivi** presso le strutture adibite alla **macellazione e al sezionamento**.

In queste occasioni si vagliano attentamente le modalità di lavorazione e taglio delle carni, nonché il corretto funzionamento del sistema di conservazione degli alimenti, fondamentale per preservare i caratteri di freschezza e salubrità.

Tramite il **programma di filiera**, è possibile certificare il corretto funzionamento della catena alimentare, con la possibilità di intervenire tempestivamente in caso di necessità. Il sistema di tracciabilità delle carni consente, infatti, di sorvegliare ogni fase del processo di produzione e garantire le informazioni in etichetta attraverso un disciplinare autorizzato dal Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste (MASAF), oltre al prestigioso marchio Sigillo Italiano per le carni Bovine (SQNZ).





CARNI DI FILIERA

QUALITÀ E SICUREZZA

SOLO DA ALLEVAMENTI CERTIFICATI



ALIMENTAZIONE A BASE DI CEREALI
ALLEVATI IN BASE AI DISCIPLINARI
DI PRODUZIONE DEL SISTEMA DI QUALITÀ NAZIONALE ZOOTECNIA

GLI ALLEVAMENTI SONO VALUTATI SECONDO LO STANDARD DEL CreNBA:
CENTRO DI RIFERENZA NAZIONALE PER IL

[BENESSERE ANIMALE]

IL CONSORZIO
SIGILLO ITALIANO
GARANTISCE
LA TRACCIABILITÀ
DELLE CARNI



SCOPRI DI PIÙ

IL CONSORZIO
SIGILLO ITALIANO
È RICONOSCIUTO
DAL MINISTERO
DELL'AGRICOLTURA
DELLA SOVRANITÀ
ALIMENTARE
E DELLE FORESTE

- ✓ ACQUA PULITA
- ✓ ASSENZA DI PARASSITI
- ✓ CLIMA CONTROLLATO
- ✓ ZERO STRESS
- ✓ PROTEZIONE DALLE INTEMPERIE

La tutela del benessere animale: standard elevati per prodotti di qualità

Crediamo che la qualità dei prodotti sia data da protocolli rigidi di sicurezza, ma passi necessariamente anche da standard elevati di benessere dell'animale. Il benessere animale, infatti, rappresenta un presidio fondamentale nella nostra volontà di assicurare ai nostri clienti prodotti di qualità.

Ecco perché la nostra selezione a marchio associa, ai capitoli di filiera, una valutazione in termini di tutela del benessere animale.

Nel nostro ruolo di esponenti della Grande Distribuzione Organizzata, sentiamo forte la responsabilità di garantire che le nostre filiere di approvvigionamento rispettino standard rigorosi, tesi a migliorare la qualità della vita degli animali allevati.

Questa nostra scelta si traduce in riconoscibilità della nostra insegna, da parte dei clienti, per la costante selezione dei prodotti a marchio e di filiera controllata.

Un lavoro svolto con costanza, serietà e trasparenza allo scopo di garantire il miglior prodotto possibile in termini qualitativi, continuando così ad essere riconosciuti e apprezzati come gli Specialisti del Fresco.





L'attenzione per il benessere animale, a partire dal 2016, si concretizza nella presenza, nell'ambito dell'offerta nei punti vendita che gestiamo direttamente, della **filiera di carni bovine** composta da **allevamenti valutati**, secondo lo standard del **Centro di Riferenza Nazionale per il Benessere Animale** (CrenBa), attraverso diversi parametri quali l'alimentazione a base di cereali o vegetale, l'utilizzo di acqua pulita, clima controllato nelle stalle e la cura degli animali.

Per le nostre specialità del fresco effettuiamo un'attenta **selezione delle carni bovine** (dal 2019, vitellone¹ e scottona e, dal 2022, fassona razza piemontese²), e l'**uovo+ ai cereali** garantiti dal marchio **Consorzio Sigillo Italiano**.

Si tratta di un marchio riconosciuto dal Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste (MASAF), che identifica gli allevatori che aderiscono al sistema di **Qualità Nazionale Zootechnia (SQNZ)** (per maggiore approfondimento, si veda il box dedicato "Sistema di Qualità Nazionale Zootechnica (SQNZ)).

Il Consorzio Sigillo Italiano

Il Consorzio Sigillo Italiano è un brand forte e autorevole che permette ai consumatori di riconoscere le produzioni ottenute rispettando i Disciplinari approvati dal Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste, e dalla Commissione Europea, garantendo così la qualità del prodotto venduto.

È stato riconosciuto con Decreto n. 828 del 28 febbraio 2018 dal Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste, ed opera per promuovere le produzioni di qualità e rappresentare i produttori che aderiscono al Sistema di Qualità Nazionale Zootechnica (SQNZ).

Il marchio "Consorzio Sigillo Italiano", sinonimo di qualità, trasparenza e sicurezza, è un valore aggiunto per gli allevatori e per tutta la filiera produttiva, ed è garantito da Organismi Terzi di Certificazione autorizzati dal Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste.

I nostri allevamenti comprendono diverse tipologie di bovini: il Vitellone allevato ai cereali e la Scottona allevata ai cereali, il Fassone di Razza Piemontese e il Bovino Podolico al Pascolo.

1 Disponibile nei punti vendita di Varallo Pombia, Torino Marche, Torino Cigna, Chivasso, Rivarolo, Nizza Monferrato, La Loggia

2 Disponibile nei punti vendita di Varallo Pombia, Torino Marche, Torino Cigna, Rivarolo, Nizza Monferrato, La Loggia





CONSORZIO SIGILLO ITALIANO GARANTISCE

LA TRACCIABILITÀ DELLE CARNI BOVINE
OTTENUTE CON DISCIPLINARI DI PRODUZIONE DEL SQNZ
(Sistema di Qualità Nazionale Zootecnia)
riconosciuti dal Ministero dell'agricoltura,
della sovranità alimentare e delle foreste.

**L' ALIMENTAZIONE DEI BOVINI
É PRINCIPALMENTE A BASE DI CEREALI**

**TUTTI GLI ALLEVAMENTI SONO VALUTATI SECONDO
LO STANDARD DEL CReNBA*:
centro di riferimento nazionale
per il benessere animale**

**I BOVINI NON SONO STATI SOTTOPOSTI
A TRATTAMENTI ANTIBIOTICI
negli ultimi 4 mesi di vita***

*Informazioni da Disciplinare IT099ET

www.sigilloitaliano.it
www.ilgigante.net

Gli Specialisti del Fresco

Tale sistema prevede una serie di norme e requisiti stabiliti in appositi **disciplinari di produzione**, volti a garantire standard elevati di **qualità, benessere animale e sostenibilità ambientale** per l'allevamento degli animali, i quali sono annualmente sottoposti a controllo incrociato: da un lato, con audit effettuati dai nostri Tecnici e Veterinari e, parallelamente, da verifiche svolte da organismi terzi autorizzati.

Sistema di Qualità Nazionale Zootecnica (SQNZ)

Il sistema di **Qualità Nazionale Zootecnia (SQNZ)** è un regime volontario di qualità italiano che riguarda le filiere zootecniche.

I principali aspetti previsti dal disciplinare SQNZ includono:

Benessere animale

Si definiscono criteri stringenti per garantire il benessere degli animali durante tutto il loro ciclo di vita, dal rispetto degli spazi minimi in allevamento alle condizioni di alimentazione, di trasporto e di macellazione.

Alimentazione

Gli animali devono essere nutriti con mangimi di qualità, tracciabili e preferibilmente di origine locale, per garantire una dieta bilanciata e priva di sostanze che possano compromettere la salute o il benessere dell'animale.

Tracciabilità

L'intero processo produttivo, dall'allevamento alla trasformazione, deve essere completamente tracciato per assicurare la trasparenza e la qualità dei prodotti.

Sostenibilità ambientale

Il disciplinare richiede che le pratiche agricole e zootecniche siano sostenibili dal punto di vista ambientale, riducendo l'impatto ecologico dell'allevamento.





CONSORZIO SIGILLO ITALIANO

4 UOVA FRESCHE
DA ALLEVAMENTO A TERRA - CUSTODITE A 4°C
RACCOMANDATE IN PASTICCERIE, UOVO - QUALITÀ IN CUCINA
SISTEMA DI PULIZIA NASCOSTO E CERTIFICATO
DECONFEZIONATO DAL NOSTRO

Assaggi e paesaggi

“ Nel settore avicolo, ci assicuriamo che venga rispettato il requisito di allevare le galline **esclusivamente a terra**, eliminando l'uso delle gabbie. Questo vale anche per le uova a marchio Il Gigante e Assaggi e Paesaggi. ”

Assaggi e paesaggi



Q

“ Il pollo **Fior di Romagna** è una razza a lento accrescimento; ciò assicura il rispetto del ciclo di vita naturale dell'animale, con il risultato di un prodotto culinario dalla maggiore consistenza e sapidità: qualità ideali per sorprendere in cucina. L'alimentazione vegetale, inoltre, ricca di cereali, tra cui il mais, conferisce alla carne il tipico colore giallo che ricorda il classico "pollo di una volta". La carne è tenera e saporita, particolarmente indicata per la cottura arrosto e in casseruola. Questo prodotto si distingue, inoltre, per la spiccata versatilità, adatto sia alle grandi occasioni che al consumo quotidiano. ”

Assaggi e paesaggi

Il **benessere animale** è un principio che si traduce in scelte concrete all'interno dei nostri capitolati di fornitura per il settore avicolo.

Per questa tipologia di prodotto, incluso quelli a marchio "il Gigante" e quelli della linea "Assaggi e Paesaggi", garantiamo che tutti gli allevamenti rispettino il requisito fondamentale di allevare gli animali esclusivamente **a terra**, escludendo in maniera definitiva l'utilizzo delle gabbie.

Per garantire standard sempre più alti, partecipiamo agli incontri e convegni con le principali associazioni di allevatori, come **Asprocarne e il Consorzio Sigillo Italiano**, finalizzati alla redazione e all'aggiornamento annuale dei disciplinari del Sistema di Qualità Nazionale Zootechnia (SQNZ).

L'impegno per il benessere animale nel settore avicolo è stato rafforzato nel 2024 con l'introduzione del disciplinare **SQNZ Uovo+**, dedicato alla filiera delle uova a marchio.

Il progetto coinvolge allevamenti situati in **Piemonte** e prevede l'utilizzo di **cereali selezionati per l'alimentazione delle galline**, così da garantire una dieta equilibrata, naturale e strettamente tracciabile. Questo approccio non solo assicura standard elevati di benessere animale, ma promuove una filiera più sostenibile e responsabile.

All'interno dell'assortimento **Assaggi e Paesaggi**, un esempio particolarmente significativo del nostro impegno è inoltre rappresentato dal **pollo Fior di Romagna a lento accrescimento**.

Questo metodo di allevamento si distingue per la **riduzione della densità di animali per metro quadrato**, offrendo agli animali maggiore spazio e libertà di movimento.

Ciò comporta una migliore qualità della vita, minori rischi sanitari e, di conseguenza, carni più genuine e di qualità superiore.

Domani in agenda

Certificazione ASC per orate e branzini a marchio

Dopo i risultati ottenuti con la filiera della carne bovina, il prossimo passo sarà l'implementazione di un sistema di monitoraggio del benessere animale anche per altre referenze di origine animale, come i **prodotti ittici da allevamento** e, in prospettiva futura, ulteriori categorie di prodotti.

Un obiettivo prioritario riguarda l'ottenimento della **certificazione ASC (Aquaculture Stewardship Council)** per le nostre linee di **orate e branzini a marchio**.

Questa certificazione internazionale attesta il rispetto di standard rigorosi in materia di:

- benessere animale negli allevamenti ittici,
- tutela dell'ambiente marino e delle risorse naturali,
- responsabilità sociale nei confronti dei lavoratori e delle comunità coinvolte.

Grazie a questo percorso, intendiamo rafforzare ulteriormente l'impegno verso filiere più trasparenti, sostenibili e rispettose, offrendo ai clienti prodotti coerenti con i valori di qualità e responsabilità.



g

Appendice



5.1 ANNEX

Consumi di energia e mix energetico	u.m.	2023	2024	△ 2024 2023
Consumo di combustibile da carbone e prodotti del carbone	MWh	-	-	-
Consumo di combustibile da petrolio grezzo e prodotti petroliferi	MWh	2.777,99	2.828,09	1,80%
Consumo di combustibile da gas naturale	MWh	25.687,39	27.074,07	5,40%
Consumo di combustibili da altre fonti non rinnovabili	MWh	-	-	-
Consumo di energia elettrica, calore, vapore e raffrescamento da fonti fossili, acquistati o acquisiti	MWh	102.843,48	105.842,45	2,92%
Consumo totale di energia da fonti fossili	MWh	131.308,87	135.744,60	3,38%
Consumo totale di energia da fonti nucleari	MWh	-	-	-
Consumo di combustibili per le fonti rinnovabili, compresa la biomassa	MWh	-	-	-
Consumo di energia elettrica, calore, vapore e raffrescamento da fonti rinnovabili, acquistati o acquisiti	MWh	-	-	-
Consumo di energia rinnovabile autoprodotta senza ricorrere a combustibili	MWh	126,39	386,26	205,61%
Consumo totale di energia da fonti rinnovabili	MWh	126,39	386,26	205,61%
Consumo totale di energia	MWh	131.435,26	136.130,86	3,57%
Quota di fonti fossili sul consumo totale di energia	%	99,90%	99,72%	-0,19%
Quota di fonti nucleari sul consumo totale di energia	%	-	-	-
Quota di fonti rinnovabili sul consumo totale di energia	%	0,10%	0,28%	0,19%
Energia elettrica autoprodotta da fonti non rinnovabili	MWh	ND	ND	-
Energia elettrica autoprodotta da fonti rinnovabili	MWh	126,39	386,26	205,61%

g



Emissioni GHG	u.m.	2023	2024	△ 2024 2023
Emissioni Scope 1				
Emissione Lorde di EGS Scope 1	†CO _{2eq}	27.523,12	27.478,04	-0,16%
Percentuale di emissioni di GES di ambito 1 coperta da sistemi regolamentati di scambio di emissioni (%)	†CO _{2eq}	-	-	-
Emissioni Scope 2				
Scope 2 - Location Based	†CO _{2eq}	32.289,15	45.425,19	40,68%
Scope 2 - Market Based	†CO _{2eq}	46.737,25	52.716,49	12,79%
Emissioni Scope 3				
Scope 3	†CO _{2eq}	ND	ND	-
Emissioni Totali				
Emissioni totali - Location Based	†CO _{2eq}	59.813,27	72.903,24	21,89%
Emissioni totali - Market Based	†CO _{2eq}	74.260,37	80.194,53	7,99%





Dipendenti

50b s1-6	Dipendenti (tempo determinato e indeterminato) per tipologia d'impiego e per genere al 31 dicembre ¹	2023	2024
	Totale dipendenti	4.424	4.836
	di cui tempo indeterminato	4.227	4.488
	Donne	2.728	2.886
	Uomini	1.499	1.602
	di cui tempo determinato	197	348
	Donne	119	222
	Uomini	78	126
	Totale altri collaboratori	249	175
	Donne	109	94
	Uomini	134	81
	di cui somministrati	88	78
	Donne	49	58
	Uomini	39	20
	di cui autonomi	-	-
	Donne	-	-
	Uomini	-	-
	di cui collaboratori a progetto	-	-
	Donne	-	-
	Uomini	-	-
	di cui agenti	-	-
	Donne	-	-
	Uomini	-	-
	di cui stage	155	97
	Donne	60	36
	Uomini	95	61

¹ La categoria operai è stata rimossa poichè non ci sono dipendenti classificati sotto tale categoria contrattuale.

	Dipendenti complessivi per inquadramento e per genere al 31 dicembre ¹	2023	2024
	Totale dirigenti	9	10
	Donne	-	-
	Uomini	9	10
	Totale quadri	47	47
	Donne	6	6
	Uomini	41	41
	Totale impiegati	4.368	4.779
	Donne	2.841	3.102
	Uomini	1.527	1.677
	Totale dipendenti	4.424	4.836
	Donne	2.847	3.108
	Uomini	1.577	1.728

	Dipendenti per tipologia d'impiego e per genere al 31 dicembre	2023	2024
	Full time	1.806	1.861
	Donne	498	531
	Uomini	1.308	1.330
	Part time	2.618	2.975
	Donne	2.349	2.577
	Uomini	269	398
	Totale dipendenti	4.424	4.836
	Donne	2.847	3.108
	Uomini	1.577	1.728

¹ La categoria operai è stata rimossa poichè non ci sono dipendenti classificati sotto tale categoria contrattuale.

50c s1-6	Nuovi dipendenti assunti per fascia d'età e genere al 31 dicembre	2023	2024
	Sotto i 30 anni	308	627
	Donne	160	323
	Uomini	148	304
	Tra i 30 e i 50 anni	48	124
	Donne	27	92
	Uomini	21	32
	Oltre i 50 anni	5	27
	Donne	1	10
	Uomini	4	17
	Totale nuovi dipendenti	361	778
	Totale donne	188	425
	Totale uomini	173	353

50c s1-6	Dipendenti che hanno cessato il rapporto di lavoro, per fascia di età e genere al 31 dicembre	2023	2024
	Sotto i 30 anni	274	353
	Donne	145	157
	Uomini	129	196
	Tra i 30 e i 50 anni	195	164
	Donne	125	111
	Uomini	70	53
	Oltre i 50 anni	93	90
	Donne	46	42
	Uomini	47	48
	Totale dipendenti	562	607
	Totale Donne	316	310
	Totale uomini	246	297

50c s1-6	Tassi di turnover (espresso in %) per genere e fascia d'età	2023	2024
	Tasso turnover in entrata	8,16%	16,09%
	Donne	6,60%	13,67%
	Uomini	10,97%	20,43%
	Sotto i 30 anni	52,03%	64,71%
	Tra i 30 e i 50 anni	2,10%	5,85%
	Oltre i 50 anni	0,32%	1,54%
	Tasso diturnover in uscita	12,70%	12,55%
	Donne	11,10%	9,97%
	Uomini	15,60%	17,19%
	Sotto i 30 anni	46,28%	36,43%
	Tra i 30 e i 50 anni	8,51%	7,74%
	Oltre i 50 anni	6,04%	5,15%

60a s1-8	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi di contrattazione collettiva al 31 dicembre	2023	2024
	Totale dipendenti	4.424	4.836
	Numero di dipendenti coperti da accordi di contrattazione collettiva	4.424	4.836
	Percentuale di dipendenti coperti	100,00%	100,00%

63a s1-8	Percentuale globale di dipendenti coperti da rappresentanti dei lavoratori	2023	2024
		97,03%	96,24%

66 s1-9	Dipendenti per fascia d'età e genere al 31 dicembre	2023	2024
	Sotto i 30 anni	592	969
	Donne	321	531
	Uomini	271	438
	Tra i 30 e i 50 anni	2.291	2.119
	Donne	1.584	1.461
	Uomini	707	658
	Oltre i 50 anni	1.541	1.748
	Donne	942	1.116
	Uomini	599	632
	Totale Dipendenti	4.424	4.836
	Totale donne	2.847	3.108
	Totale uomini	1.577	1.728

66a s1-9	Composizione del C.d.A. per genere e fascia d'età	2023	2024
	Sotto i 30 anni	-	-
	Donne	-	-
	Uomini	-	-
	Tra i 30 e i 50 anni	1	1
	Donne	-	-
	Uomini	1	1
	Oltre i 50 anni	8	8
	Donne	3	3
	Uomini	5	5
	Totale	9	9
	Totale donne	3	3
	Totale uomini	6	6

g

66a s1-9	Composizione del C.d.A. per genere e fascia d'età, in percentuale	2023	2024
	Sotto i 30 anni	0,00%	0,00%
	Donne	0,00%	0,00%
	Uomini	0,00%	0,00%
	Tra i 30 e i 50 anni	11,11%	11,11%
	Donne	0,00%	0,00%
	Uomini	100,00%	100,00%
	Oltre i 50 anni	88,89%	88,89%
	Donne	37,50%	37,50%
	Uomini	62,50%	62,50%
	Totale	100,00%	100,00%
	Totale donne	33,33%	33,33%
	Totale uomini	66,67%	66,67%

79 s1-12; 80 s1-12	Percentuale di persone con disabilità ² presenti tra i dipendenti al 31 dicembre	2023	2024
	Totale dipendenti	4.424	4.836
	Numero di dipendenti appartenenti a categorie protette	238	242
	Donne appartenenti a categorie protette	171	180
	Uomini appartenenti a categorie protette	67	62
	Percentuale di dipendenti con disabilità presenti tra i dipendenti	5,38%	5,00%
	Donne	71,85%	74,38%
	Uomini	28,15%	25,62%

2 RA76 S1-12. Nelle categorie protette rientrano tutti gli individui con disabilità, patologie gravi e altre forme di invalidità psico-fisiche: persone con invalidità civile superiore al 45%; invalidi sul lavoro con invalidità superiore al 33%; invalidi di guerra e civili di guerra; persone non vedenti, con vista pari o inferiore ad un decimo; persone sordomute; vedove, orfani, profughi, vittime del terrorismo e della criminalità organizzata.

83a S1-13	Percentuale di dipendenti che hanno partecipato a revisione periodiche delle prestazioni e dello sviluppo della carriera al 31 dicembre	2023	2024
	Totale dipendenti	4.424	4.836
	Dipendenti che hanno partecipato a revisione periodica	59	61
	Donne	5	4
	Uomini	54	57
	Percentuale di dipendenti che hanno partecipato a revisione periodica	1,33%	1,26%
	Donne	8,47%	6,56%
	Uomini	91,53%	93,44%

83b s1-13	Ore di formazione medie per categoria di dipendente e per genere al 31 dicembre	2023	2024
	Ore di formazione medie erogate ai dirigenti	4,00	-
	Donne	-	-
	Uomini	4,00	-
	Ore medie formazione erogate a Quadri	10,98	2,64
	Donne	4,00	2,67
	Uomini	12,00	2,63
	Ore medie formazione erogate a impiegati	4,37	4,32
	Donne	3,78	3,45
	Uomini	5,47	5,91
	Ore medie formazione erogate ai dipendenti	4,44	4,29
	Donne	3,78	3,45
	Uomini	5,63	5,80

88a s1-14	Percentuale di dipendenti coperti dal sistema di gestione della salute e della sicurezza al 31 dicembre	2023	2024
	Percentuale dipendenti coperti da sistema di gestione salute e sicurezza	100,00%	96,42%

g

88b s1-14 88c s1-14 88d s1-14	Infortuni dei dipendenti al 31 dicembre	2023	2024
	Numero degli infortuni registrabili al 31 dicembre	115	111
	di cui accorsi al personale dipendente	114	111
	di cui a lavoratori esterni	1	-
	di cui, infortuni con conseguenze non gravi (tra 24h e 180 giorni di assenza dal lavoro)	111	111
	di cui accorsi al personale dipendente	111	111
	di cui a lavoratori esterni	-	-
	di cui, infortuni con conseguenze gravi (oltre 180 giorni di assenza dal lavoro)	3	-
	di cui accorsi al personale dipendente	3	-
	di cui a lavoratori esterni	-	-
	Numero di decessi sul lavoro	1	-
	di cui accorsi al personale dipendente	-	-
	di cui a lavoratori esterni	1	-
	Tasso di infortuni registrabili	17,97	17,20
	di cui accorsi al personale dipendente	17,37	17,20
	di cui a lavoratori esterni	-	-
	Indice di gravità	0,57	0,45

88e s1-14	Giorni di recupero relativi agli infortuni accorsi ai dipendenti al 31 dicembre	2023	2024
	Totale giorni di recupero	3.618	2.879
	Numero totale giorni di recupero - Dirigenti	-	-
	Numero totale giorni di recupero - Quadri	-	-
	Numero totale giorni di recupero - Impiegati	3.618	2.879

93a,b s1-15	Numero e percentuale di dipendenti che hanno avuto diritto e che hanno usufruito di congedi per motivi familiari per genere al 31 dicembre	2023	2024
	Numero dipendenti aventi diritto a congedi familiari	4.424	4.836
	Donne	2.847	3.108
	Uomini	1.577	1.728
	Numero dipendenti che hanno usufruito dei congedi familiari	1.415	1.330
	Donne	1.237	1.102
	Uomini	178	228
	Percentuale dipendenti aventi diritto a congedi familiari	100,00%	100,00%
	Donne	64,36%	64,27%
	Uomini	35,64%	35,73%
	Percentuale dipendenti aventi diritto che hanno usufruito di congedi familiari	31,98%	27,50%
	Donne	84,72%	82,86%
	Uomini	12,58%	17,14%

95a s1-16	Divario retributivo di genere, definito come la differenza tra i livelli retributivi medi corrisposti ai lavoratori di sesso femminile e quelli di sesso maschile, espressa in percentuale del livello retributivo medio dei lavoratori di sesso maschile al 31 dicembre ³	2023	2024
COMPONENTE FISSA			
	Gender pay gap complessivo	10,83%	10,04%
	Livello Dirigente - Gender pay gap	-	-
	Livello Quadro - Gender pay gap	9,55%	13,07%
	Livello Impiegato - Gender pay gap	6,38%	6,35%
COMPONENTE TOTALE (FISSA+VARIABILE)			
	Gender pay gap complessivo	15,48%	13,37%
	Livello Dirigente - Gender pay gap	-	-
	Livello Quadro - Gender pay gap	15,68%	19,28%
	Livello Impiegato - Gender pay gap	11,44%	9,73%

95b s1-16	Rapporto tra la remunerazione totale annua della persona che percepisce il salario più elevato e la remunerazione totale annua mediana di tutti i dipendenti (esclusa la persona con il salario più elevato) al 31 dicembre	2023	2024
	Divario retributivo	7,80	7,96

	Incidenti, denunce e impatti gravi in materia di diritti umani	2023	2024
103a s1-17	Numero totale di episodi di discriminazione, comprese le molestie	-	-
103b s1-17	Numero di denunce presentate attraverso i canali predisposti affinché i lavoratori propri dell'impresa sollevino preoccupazioni	-	-
103c s1-17	Numero totale delle ammende, delle sanzioni e del risarcimento di danni risultanti dagli incidenti e dalle denunce di cui sopra	-	-

³ Le percentuali sono calcolate come la differenza tra la retribuzione media complessiva (ponderata per numero di dipendenti distribuite per categoria contrattuale) degli uomini e la retribuzione media complessiva (ponderata per numero di dipendenti distribuiti per categoria contrattuale) delle donne diviso la retribuzione media complessiva (ponderata per numero di dipendenti distribuiti per categoria contrattuale) degli uomini. Dunque, il risultato positivo indica l'effettiva presenza del Gender Pay Gap, ovvero uno svantaggio retributivo a discapito delle donne.



Sitografia:

Il Gigante	www.ilgigante.net , consultato il 18/11/2025
Centri Commerciali	www.ilgigantecentricommerciali.it , consultato il 18/11/2025
Animali che Passione	www.animalichepassione.it , consultato il 18/11/2025
Assaggi e paesaggi	www.assaggietaesaggi.it , consultato il 18/11/2025
Così Comodo	www.cosicomodo.it , consultato il 18/11/2025
Wikipedia	it.wikipedia.org/wiki/Il Gigante (azienda) , consultato il 18/11/2025
Selex GC	www.selexgc.it , consultato il 18/11/2025
Esd Italia	www.esditalia.it , consultato il 18/11/2025
EMD	www.selexgc.it/it/il-gruppo/La centrale europea EMD , consultato il 18/11/2025
Banco Alimentare	www.bancoalimentare.it , consultato il 18/11/2025
Balzoo	www.balzoo.it , consultato il 18/11/2025
Sigillo Italiano	www.sigilloitaliano.it , consultato il 18/11/2025
AIC Associazione Italiana Celiachia	www.celiachia.it , consultato il 18 novembre 2025
Airc	www.arancedellasalute.airc.it/le-arance-nei-supermercati , consultato il 18 novembre 2025
I Muri del Silenzi	www.ilgigantecentricommerciali.it/magazine/i-muri-del-silenzio-ultimo-appuntamento , consultato il 18 novembre 2025
Lilt	www.legatumori.mi.it/resta-informato-post/news/grazie-ai-clienti-de-il-gigante-per-averci-donato-punti , consultato il 18 novembre 2025
Lions club	www.raccoltaocchiali.org , consultato il 18 novembre 2025
Pro Sesto 1913	www.prosesto1913.com , consultato il 18 novembre 2025
Senologia al Centro	www.senologiaalcentro.it/senologia-al-centro-a-busto-arsizio-2024 , consultato il 18 novembre 2025

Ringraziamenti

*Un sentito ringraziamento
va a tutti i team aziendali
che hanno contribuito alla realizzazione
di questo Bilancio di Sostenibilità,
partecipando attivamente
all'elaborazione dei contenuti,
supportando la ricerca
e lo sviluppo dei temi trattati
e dedicando il proprio tempo.*

*Un grazie particolare a Valeria e Serena
per il prezioso supporto
durante le fasi di preparazione e stesura.*

*Si ringraziano
tutti i lettori interessati a questo documento
e al lavoro che svolgiamo ogni giorno.*

il gigante
Gli Specialisti del Fresco