



Bilancio di Sostenibilità 2023

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ GRUPPO ROMANO 2023

PUBBLICAZIONE REALIZZATA DA
Commissione di Sostenibilità Gruppo Romano
www.grupporomano.it

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

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

PROGETTO GRAFICO REALIZZATO DA
Rhino Graphic Design



Sfoglialo online

Indice

1. INFORMAZIONI GENERALI	04
1.1 Summary	05
1.1.1 Lettera agli stakeholder	05
1.1.2 Highlights 2023 di Gruppo	06
1.2 Il nostro modello di business	08
1.2.1 Le tappe del nostro percorso	08
1.2.2 Chi siamo	10
1.3 La governance del Gruppo	16
1.3.1 Gli organi di amministrazione, direzione e controllo	16
1.4 Il processo di rendicontazione	18
1.4.1 Un passaggio chiave: il primo bilancio di sostenibilità del Gruppo	18
1.4.2 Il nostro processo di valutazione degli impatti, rischi ed opportunità	19
2. TEMI AMBIENTALI	26
2.1 ESRS E1: Cambiamento climatico ed emissioni	27
2.1.1 La tutela dell'ambiente	27
2.1.2 Consumi energetici ed emissioni	30
2.2 ESRS E5: Uso delle risorse ed economia circolare	33
2.2.1 La nostra lotta contro lo spreco alimentare	35
2.2.2 L'impegno del Gruppo per la circolarità	37
2.2.3 La gestione sostenibile dei rifiuti	39
3. TEMI SOCIALI	40
3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria	41
3.1.1 Un gruppo fatto di persone	41
3.1.2 Il nostro impegno per il benessere delle persone	43
3.2 ESRS S3: Comunità interessate	49
3.2.1 Il nostro impegno a favore del territorio	49
3.3 ESRS S4: Consumatori ed utilizzatori finali	54
3.3.1 L'ascolto riservato ai nostri clienti	55
3.3.2 Innovazione dei servizi al cliente	56
3.3.3 La tutela e l'inclusione economica del consumatore	59
3.3.4 Un'esperienza d'acquisto sicura e trasparente	61
4. TEMI DI GOVERNANCE	64
4.1 ESRS G1: Condotta delle imprese	65
4.1.1 Il nostro impegno etico	65
4.1.2 I nostri fornitori	68
5. APPENDICE	76
5.1 Annex	77
5.2 Content Index	83



1

Informazioni Generali

1.1 Summary

1.1.1 Lettera agli Stakeholder

Gentili Stakeholder,

Siamo lieti di presentarvi il nostro Bilancio di Sostenibilità per l'anno 2023. Questa pubblicazione riassume l'impegno costante del nostro Gruppo, ispirato dalle linee guida del nostro Presidente, Massimo Romano. Da sempre abbiamo rivolto particolare attenzione a queste tematiche, ma quest'anno il nostro focus su sostenibilità e responsabilità sociale è ancora più accentuato. Siamo convinti che sia fondamentale mostrare in modo concreto il nostro impegno per un futuro più sostenibile.

Negli ultimi anni, abbiamo potenziato le nostre iniziative adottando misure strategiche per la diminuzione delle emissioni di CO2 e per un utilizzo più sostenibile delle risorse, con l'obiettivo per gli anni successivi di implementare azioni di efficientamento per le prossime aperture e ristrutturazioni dei punti vendita.

Il nostro Gruppo si impegna costantemente per il miglioramento delle condizioni di lavoro dei propri collaboratori. Per il 2024 abbiamo previsto programmi di formazione professionale e sviluppato un progetto Academy che mira a formare e sviluppare competenze professionali e favorire la crescita personale e collettiva.

Attraverso i nostri progetti, abbiamo incrementato la percentuale di materiali riciclati utilizzati nei nostri prodotti e abbiamo avviato iniziative per la gestione sostenibile dei rifiuti.

Crediamo che il dialogo aperto con i nostri stakeholder sia essenziale per il nostro successo. Abbiamo organizzato incontri interni ed esterni con partner, università, banche, associazioni del territorio e fornitori.

Questo bilancio non costituisce un mero resoconto delle nostre attività, ma rappresenta un'opportunità di riflessione condivisa circa le sfide che il futuro ci presenta e le modalità con cui possiamo affrontarle insieme. Siamo pienamente consapevoli che vi è ancora molto da realizzare; pertanto, ci impegniamo a lavorare con maggiore determinazione per raggiungere i nostri obiettivi di sostenibilità.

Vi invitiamo a leggere il presente documento e a condividere con noi le vostre opinioni e suggerimenti.

Insieme, possiamo contribuire a costruire un futuro più sostenibile.



Fabio Cesare Romano

Presidente 5 Erre Spa



Angelo Agliata

Amministratore Unico CDS Spa

1.1.2 Highlights 2023 di Gruppo

625 mln €

di ricavi netti
dalle vendite

+10,70 %

aumento dei ricavi
netti dalle vendite
rispetto al 2022

174 mln

il totale
dell'attivo

50

punti vendita

80

affiliati
in Sicilia

19,1 %

quota di mercato
regionale (Sicilia)

98,70 %

fornitori italiani nella
rete di vendita
del Gruppo

366 mila €

il valore delle
donazioni e
sponsorizzazioni

1.448

dipendenti
del Gruppo

96,48 %

dipendenti assunti
a tempo
indeterminato

+5,26 %

di energia rinnovabile
autoprodotta e
consumata rispetto
al 2022

86,05 T

di CO₂e evitata grazie
all'autoproduzione di
energia rinnovabile da
fotovoltaico

-9,47 %

di emissioni
di tipo Scope 1

70.553 Kg

di donazioni alimentari
ad enti caritativi
del territorio

248 T

di CO₂eq evitata
grazie ad iniziative di
economia circolare

1.2 Il nostro modello di business

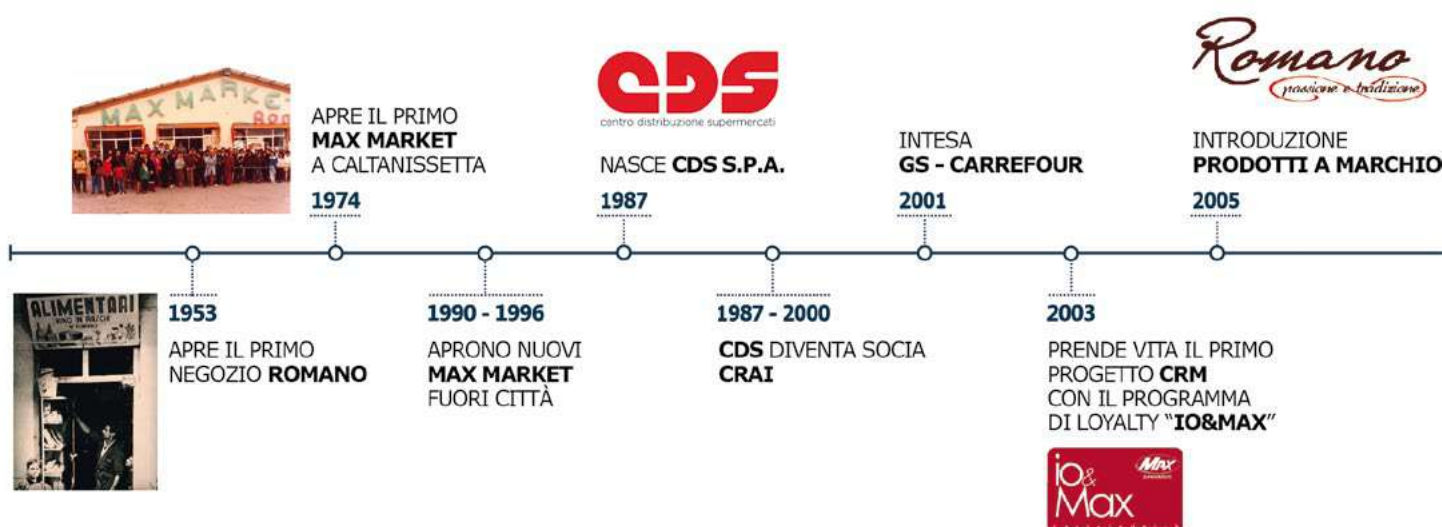
1.2.1 Le tappe del nostro percorso

Quella del **Gruppo Romano** è la storia di un'autentica avventura imprenditoriale italiana: un percorso che, grazie all'intraprendenza del suo fondatore e alla tenacia e costanza dei suoi successori, riesce a trasformare una piccola realtà commerciale locale in **un protagonista regionale della distribuzione organizzata**, che ha da poco superato l'importante traguardo dei **settant'anni di attività**.

L'azienda nasce infatti nel **1953** a Caltanissetta dove **Umberto Romano**, capostipite della famiglia, apre una *putia*, una tradizionale bottega alimentare siciliana. Tradizionale, ma già innovativa: è il primo negozio di alimentari in città a esporre i prezzi sui prodotti, una novità per il mercato locale.

Un'innovazione che premia: negli anni Settanta, quando in Italia la distribuzione alimentare affronta un'ondata di modernizzazione, Umberto Romano fonda il primo supermercato della città – e uno dei primi della Sicilia – con caratteristiche che prefigurano le strutture di oggi, come il posizionamento fuori dal centro e una superficie di 1.500 mq.

"IL SUCCESSO NON È UN CASO" U. Romano





L'espansione continua nei decenni successivi, con la nascita di **nuove insegne**, innovativi **progetti di digitalizzazione** e rilevanti accordi con realtà nazionali quali **Gruppo Selex e GS-Carrefour**.

Oggi il Gruppo Romano è un indiscusso leader nella distribuzione moderna in Sicilia, con una quota di mercato pari a circa un quinto del totale e organizzato in diverse società per il dettaglio, l'ingrosso e la movimentazione merci – forti di 50 punti vendita diretti e 83 affiliati, con diversi format che rispondono alle esigenze di target diversificati.



1.2.2 Chi siamo

Un leader regionale della distribuzione moderna

5 ERRE S.p.A., anche nota come **Gruppo Romano**, è un gruppo presente nel settore della Grande Distribuzione Organizzata (GDO). Essa è composta da una società capogruppo, la CDS Spa che si occupa della **commercializzazione e distribuzione delle merci** e altre due società, Ica Market e Max Market, che si occupano della **vendita di prodotti alimentari e non alimentari al dettaglio**. Inoltre, il Gruppo è composto da una società di vendita di merci all' **ingrosso** (CDH), e di una società di **logistica** per la movimentazione infragruppo delle merci (CDL S.r.l.).

Come accennato, siamo presenti sul territorio della Sicilia con **50 punti vendita diretti e 83 affiliati**, con formati differenti (supermercati, superstore, superette, minimarket e ingrosso) e con insegne quali **Famila, Max Supermercati, Il Centesimo, C+C, Zero1**, con le quali deteniamo una quota di mercato di circa un quinto (**19,1%**) del totale regionale. Dati e fatti che da anni ci permettono di continuare a ottenere risultati positivi: nel 2023, in particolare, abbiamo registrato ricavi netti per un totale di **625 milioni di euro**, in aumento del **10,70% rispetto all'anno precedente**.

I valori del Gruppo:



CORRETTEZZA

Agiamo sempre con integrità e onestà in tutte le operazioni.



RISPETTO

Manteniamo un approccio rispettoso e trasparente nei confronti di tutti i nostri collaboratori, clienti e partner.



ETICA

Seguiamo principi etici nella conduzione dell'azienda.



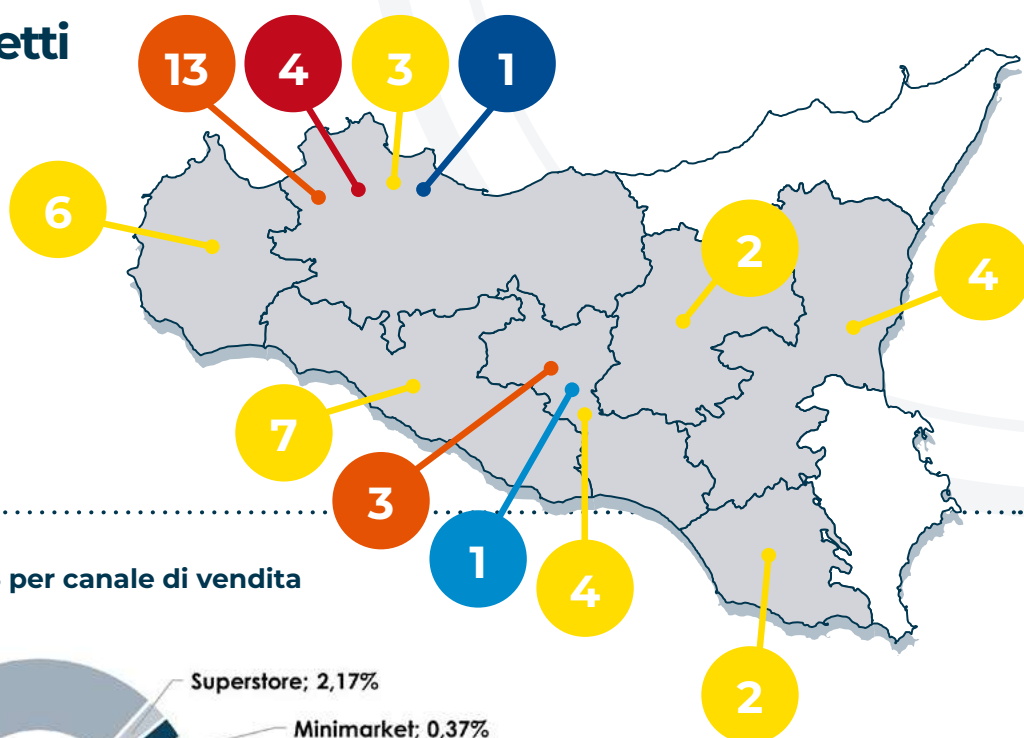
ARMONIA

Lavoriamo insieme in modo coeso, seguendo l'esempio di unità e armonia trasmesso dai fondatori.

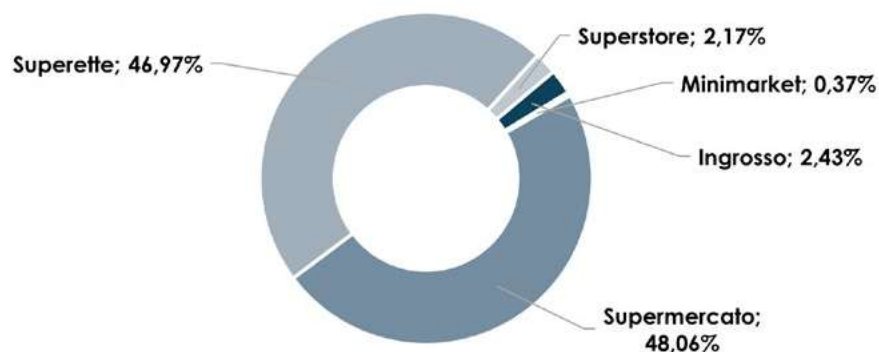


Punti vendita diretti per provincia

- Famila
- Max Supermercati
- il Centesimo
- C+C
- Zero 1



Ripartizione fatturato 2023 per canale di vendita





centro distribuzione supermercati

Una presenza capillare sul territorio siciliano



VISION

Insieme, facciamo la differenza, anticipando le esigenze dei mercati e costruendo un futuro più prospero e sostenibile per le comunità in cui operiamo.



MISSION

Promuoviamo lo sviluppo economico sostenibile, supportando produttori grandi e piccoli lungo una catena di approvvigionamento etica e responsabile. Siamo un motore di opportunità, non solo per il mercato ma per ogni individuo, investendo sul benessere dei nostri colleghi e sul sostegno delle iniziative sociali e ambientali delle comunità in cui viviamo e lavoriamo.

Con **48 punti vendita diretti** distribuiti in sette province della Sicilia, **83 affiliati** e un numero di referenze di circa 22 mila, **CDS** si presenta quale **capogruppo**. Acquista prodotti per conto del Gruppo e, tramite aziende terze incaricate, li rifornisce ai punti di vendita diretti, all'ingrosso e agli affiliati. Decide le strategie commerciali, le politiche di marketing e di prezzo, e le procedure operative delle unità produttive dirette.

CDS è inoltre associata al **Gruppo Commerciale Selex**, una delle più importanti aggregazioni della GDO italiana, sinergia che consente di arricchire la nostra offerta al cliente con i prodotti a marchio del Gruppo: **Amico Mio Selex, Natura Chiama Selex, Primi Anni Selex, Vivi Bene Selex, Armonia&Benessere, CasaxCasa, le Vie dell'Uva, Vegetale 100% Selex, Le bontà del Pasticciere, Happydi, Saper di Saporì**.



Ma non solo: CDS è in prima linea anche nel realizzare e commercializzare **prodotti a marchio proprio**, le cosiddette *private label*, caratterizzati da un ottimo rapporto qualità-prezzo. I prodotti a marchio **Umberto Romano Passione e Tradizione**,

Nonna Tita, Facile più; Mr. Spike, Poppis un amore di bimbo, Shoot, Lilea Naturalezza e libertà, Hydra Complete e i Gustaioli. si collocano in una fascia di primo prezzo ad alto valore aggiunto.



Per garantire un **elevato livello di servizio** che soddisfi le esigenze dei clienti, offriamo inoltre il servizio di delivery **Ciao Spesa** per le insegne **Famila, Max Supermercati e il Centesimo** mentre i prodotti a marchio **Umberto Romano**, oltre a essere disponibili anche presso i punti vendita, possono essere acquistati anche sul **sito e-commerce**.

Per essere sempre vicini alle esigenze dei clienti, ci impegniamo anche a innovare costantemente i servizi: è il caso dell'app con funzionalità che semplificano l'esperienza d'acquisto, attualmente disponibile per l'insegna **il Centesimo** con il brand **APPosta per Te** e che, a partire dal prossimo anno, sarà disponibile anche per le insegne **Famila e MaxSupermercati**.

Fin dalle origini, la strategia del Gruppo prevede un presidio sempre più capillare del territorio, con l'obiettivo di ampliare costantemente i bacini di utenza a livello regionale. Una continua espansione che si è ulteriormente consolidata in anni recenti e che nel **2023**, in particolare, ha visto l'apertura del punto vendita diretto **il Centesimo di Misterbianco** (Catania).





La nostra proposta per il mercato all'ingrosso



VISION

Diventare un partner affidabile per gli imprenditori del settore Ho.Re.Ca.



MISSION

Offrire una gamma di prodotti e soluzioni commerciali utili al miglioramento della propria attività

La società **CDH** nasce nel 2019 per consolidare la presenza del Gruppo nel settore della **vendita all'ingrosso** per il mercato Ho.Re.Ca. (*Hotels, Restaurants & Catering*), e rispondere così in maniera sempre più attenta e dettagliata alle esigenze delle **attività ricettive e ristorative** in Sicilia. Caratteristica dell'assortimento sono i formati che si diversificano dal supermercato per offrire ai clienti maggiori opportunità per i propri affari e per la gestione della propria attività commerciale.

Con **più di 19.000 referenze** e un sito e-commerce che consente di acquistare online i prodotti, oggi

stiamo ampliando e specializzando sempre più non solo l'assortimento CDH, ma anche la presenza sul territorio, che attualmente conta due punti vendita: **Zerol**, primo negozio di ingrosso a Caltanissetta, con una superficie di **3.500 mq** e un'utenza di **oltre 1.000 clienti**, e il nuovissimo punto vendita di **Palermo** attiguo al borgo marinaro di **Mondello**, con una superficie di **2.300 mq**, e un'utenza di **oltre 4.000 clienti**. L'assortimento è caratterizzato anche dalla presenza dei prodotti a marchio Selex della linea cash **Sù** e **Vanto**.

SÙ

Vanto

Per il futuro, stiamo investendo per un'ulteriore espansione di questi format sul territorio attraverso l'apertura di altri punti di vendita in diverse aree della regione.



Un riferimento logistico all'insegna dell'efficienza



VISION

Diventare l'operatore logistico di riferimento nell'ambito del mondo Retail in Sicilia.



MISSION

Garantire un elevato know-how organizzativo e tecnologico, ma anche efficienza, affidabilità e qualità dei servizi.

La società CDL nasce nel 2021 da **un'intuizione della governance** del Gruppo Romano: in controtendenza al processo di esternalizzazione tipico del settore, abbiamo deciso di creare tramite uno spin-off da CDS **una società logistica ad hoc**, che si pone lo scopo di fornire i servizi logistici

alle società dell'intero Gruppo. Un'operazione che valorizza l'elevato contenuto di tecnologia e know-how maturato negli anni e accresciuto ulteriormente **dall'integrazione della rete Carrefour in Sicilia**, acquisita da CDS nel 2015.

A tre anni dalla costituzione, l'azienda ha creato i presupposti per compiere **un salto di qualità** e cominciare ad affacciarsi sul mercato regionale per fornire ai **retailer servizi di logistica integrata di alto livello tecnologico** e professionale di logistica in entrata, interna, distributiva e di ritorno.

In particolare, CDL svolge attività di **movimentazione merci food e non food** presso i due Centri di Distribuzione del Gruppo per l'allestimento di ordini ai clienti (punti vendita diretti ed affiliati), offrendo anche il servizio di **rifornimento a scaffale** per alcuni punti vendita diretti della rete.

Stiamo inoltre potenziando l'organizzazione e le tecnologie ad alto contenuto digitale, con un focus **sull'intelligenza artificiale e l'automazione** che, nei prossimi anni, cambieranno i paradigmi dell'attività d'impresa.

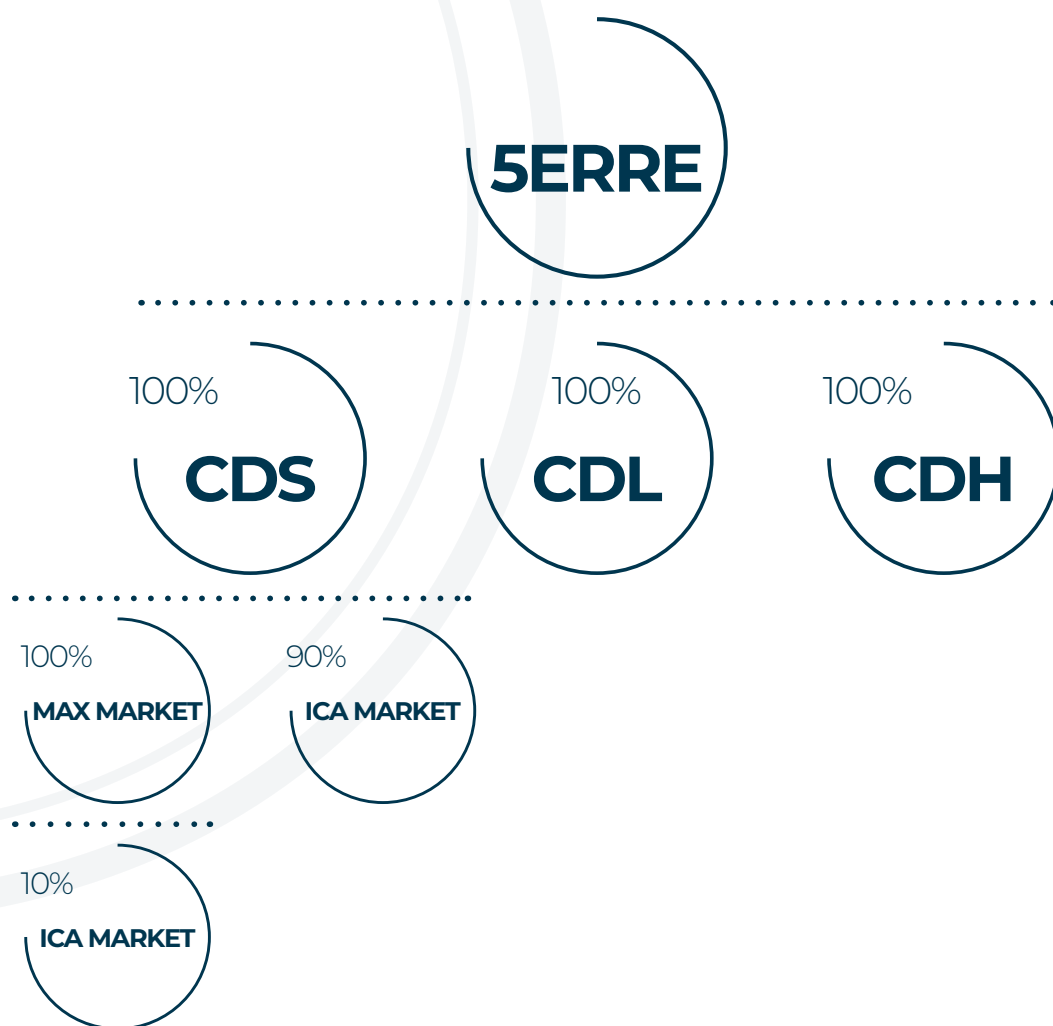
1.3 La governance del Gruppo

1.3.1. Gli organi di amministrazione, direzione e controllo

Il **Gruppo 5 ERRE S.p.A.** esercita il controllo al **100% su, CDH S.r.l., CDL S.r.l. e CDS S.p.A.**

Quest'ultima, a sua volta, esercita il controllo **al 100% su Max Market S.r.l.** e per **il 90% su Ica.Market S.r.l.**¹.

Entrambe si occupano della vendita al dettaglio presso i punti vendita diretti di proprietà ad insegna Il Centesimo, Famila e Max Supermercati .

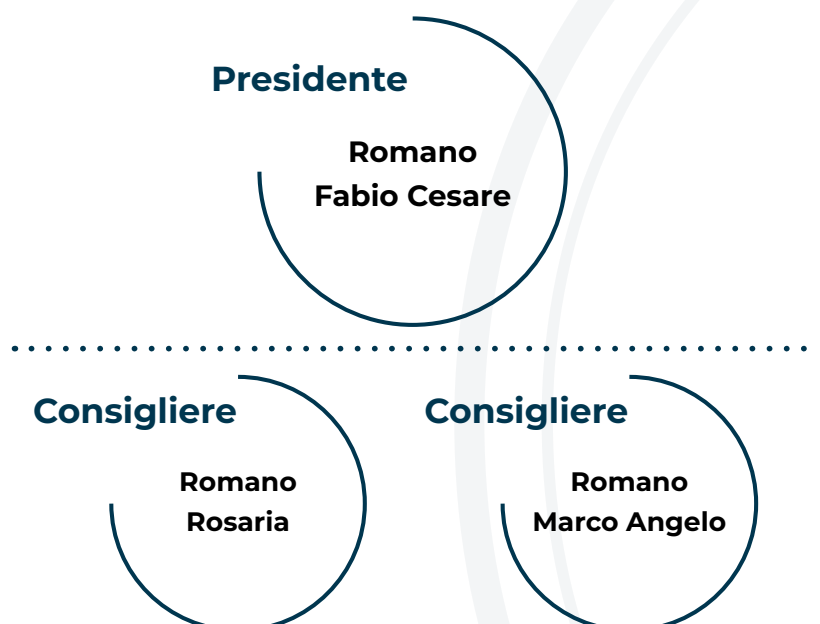


Dal 2021, CDS è inoltre **socia del Gruppo Commerciale Selex** con cui intrattiene rapporti contrattuali diretti per la commercializzazione dei prodotti a marchio Selex. Inoltre, con Selex intratteniamo un'importante collaborazione che permette di confrontarci continuamente su tematiche legate alle attività tipicamente commerciali, la qualità dei prodotti, la logistica e la sostenibilità tramite la commissione Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI).

¹ Il restante 10% delle partecipazioni di Ica.Market S.r.l. è detenuto da Max Market S.r.l.

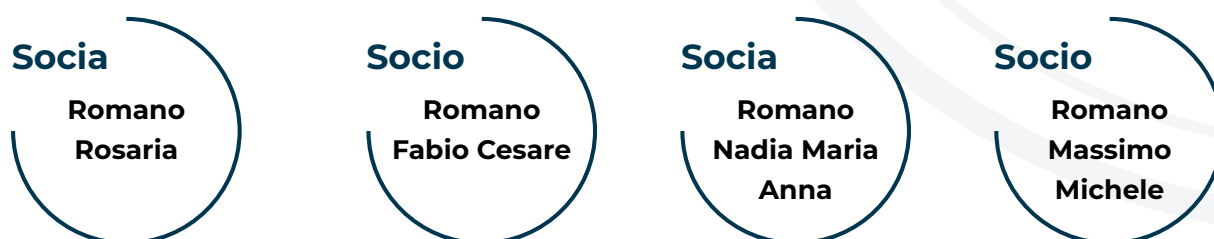
Consiglio di amministrazione di 5 ERRE

Il **Consiglio di amministrazione (CdA) di 5 ERRE** è composto da **tre persone fisiche**. Per CDS, invece, l'organo amministrativo è monocratico ed è rappresentato da **un amministratore unico, Angelo Agliata**. CDH e CDL sono invece società a responsabilità limitata, non dispongono di un CdA nella struttura di governance, ma sono gestite da un amministratore unico.



Assemblea dei Soci

I soci di **5 ERRE** sono rappresentati da **persone fisiche**, mentre il socio unico di CDS è rappresentato da **5 ERRE S.p.A. al 100%**.



Collegio Sindacale 5 ERRE S.p.A.



1.4 Il processo di rendicontazione

1.4.1 Un passaggio chiave: il primo bilancio di sostenibilità del Gruppo

Il Gruppo Romano è da sempre **profondamente radicato nel territorio** e, di conseguenza, ha sviluppato negli anni una crescente consapevolezza delle tematiche di **sostenibilità e responsabilità sociale**.

Per questo, anche se il nostro Gruppo non ricade nell'obbligo normativo previsto dalla legislazione attualmente in vigore (Direttiva 2014/95/UE, recepita in Italia attraverso il Decreto Legislativo 30 dicembre 2016, n. 254), abbiamo deciso di rendicontare **in modo volontario** il nostro impegno, risultati e obiettivi attraverso il nostro primo **Bilancio di Sostenibilità**.

Abbiamo individuato le tematiche da rendicontare nel Bilancio attraverso un processo di dialogo che non si è limitato **all'interno della nostra azienda**, ma ha coinvolto anche **gli stakeholder esterni**.

Per quanto riguarda in particolare gli **stakeholder interni**, abbiamo coinvolto la Direzione e proprietà, e i responsabili degli uffici Amministrativo, Controllo di Gestione, Compliance, Finanza, Tecnico, HR, Commerciale e Marketing. Accanto a questi, sono stati coinvolti alcuni **stakeholder esterni**: partner (Selex Gruppo Commerciale), associazione di categoria, università, banca, associazioni del territorio e fornitori.

Il coinvolgimento dei principali interlocutori esterni è stato essenziale per valutare quanto i temi di sostenibilità da noi considerati prioritari fossero **in linea con le loro aspettative**, rimanendo aperti a potenziali nuove opportunità di miglioramento. Siamo infatti sempre impegnati a prendere in considerazione gli interessi di tutti gli stakeholder, con l'obiettivo di integrarli nelle nostre decisioni strategiche e ottimizzare la nostra risposta alle evoluzioni dei mercati.

Questo percorso di dialogo ci ha consentito di arrivare alla pubblicazione del nostro **primo vero e proprio Bilancio di Sostenibilità relativo all'anno 2023** (1° gennaio – 31 dicembre 2023).

Il documento è disponibile sul sito aziendale alla pagina www.grupporomano.it da cui può essere consultato e scaricato.

Per qualsiasi informazione relativa al presente Bilancio è possibile scrivere alla mail dedicata: sostenibilita@grupporomano.it

1.4.2 Il nostro processo di valutazione degli impatti, rischi ed opportunità

Con l'approvazione della **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)** da parte dell'Unione Europea, dall'anno fiscale 2025 il Gruppo 5 ERRE sarà tenuto a rendicontare le proprie performance di sostenibilità. Con il supporto di ALTIS Advisory, spin-off dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, abbiamo deciso di anticipare le richieste dell'obbligo normativo e di prepararci **effettuando un'analisi di doppia materialità** secondo la metodologia prevista dagli **European Sustainability Reporting Standards (ESRS)** presenti nella Direttiva.

La Direttiva CSRD: cos'è e a cosa serve

La **CSRD**, o **Corporate Sustainability Reporting Directive**, è una direttiva dell'Unione Europea che si pone come obiettivo quello di rendere ancor più trasparente la rendicontazione delle informazioni sulla sostenibilità delle imprese, permettendo una sempre maggior confrontabilità tra aziende appartenenti al medesimo settore.

Entrata in vigore il 5 gennaio 2023, la CSRD amplia e aggiorna la precedente direttiva sulla rendicontazione non finanziaria (NFRD) e richiede alle aziende di fornire report più dettagliati e significativi sulle modalità in cui le loro operazioni influenzano e sono influenzate da questioni ambientali e sociali.

Questa direttiva si applica a un numero maggiore di imprese rispetto alla NFRD e introduce nuovi rigorosi standard di rendicontazione (ESRS), con l'obiettivo di migliorare la comparabilità e l'affidabilità delle informazioni fornite.

Secondo questa metodologia di analisi, un impatto può essere rilevante sia dall'interno verso l'esterno (detto punto di vista **inside-out**), quando l'impresa genera un impatto rilevante sulle persone e l'ambiente, sia viceversa (ovvero **outside-in**), quando gli stakeholder sociali e l'ambiente generano un impatto rilevante sulla società, espresso in termini di opportunità o rischio, o generando un beneficio economico o una perdita di valore.

Il processo si è svolto in 6 fasi:

- 1. Analisi del contesto esterno:** tramite un benchmark del settore, abbiamo identificato le questioni di sostenibilità rilevanti per il nostro business;
- 2. Identificazione di una lista di potenziali rischi, opportunità e impatti:** sulla base degli standard ESRS e dei benchmark di settore, abbiamo definito un elenco di rischi, opportunità e impatti sottoposti alla valutazione di materialità interna ed esterna;
- 3. Valutazione della rilevanza degli impatti:** per individuare i temi di sostenibilità sui quali la nostra azienda genera un impatto rilevante, abbiamo coinvolto i nostri stakeholder. Con la logica di impostare un processo non autoreferenziale, in linea con le richieste degli Standard, abbiamo quindi coinvolto anche gli attori chiave che interagiscono con il nostro business, identificandoli in base alla loro capacità di influenzare o essere influenzati dagli obiettivi, impatti e performance aziendali. Per la definizione 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;
- 4. Valutazione della rilevanza finanziaria:** per questo primo esercizio, la valutazione della rilevanza finanziaria è stata sottoposta a un membro della Direzione, che ha provveduto a definire anche i rischi e le opportunità di sostenibilità che il Gruppo subisce o potrebbe subire con maggior probabilità. Per valutare la rilevanza finanziaria è stata applicata la stessa metodologia della materialità degli impatti e, quindi, lo stesso sistema di valutazione puntuale da 1 a 5;
- 5. Aggregazione dei risultati:** ai fini dell'analisi, sono stati considerati rilevanti solo quegli impatti che hanno superato il valore soglia, calcolato come la media aritmetica delle valutazioni medie attribuita agli impatti da ciascuna categoria di stakeholder. In questo modo, è stato possibile identificare una lista complessiva di impatti, rischi, opportunità rilevanti per il Gruppo, che sono oggetto di approfondimento del presente Bilancio di Sostenibilità.
- 6. Validazione degli impatti ad opera del CdA:** tutti gli organi di amministrazione, direzione e controllo sono stati informati dei risultati emersi dall'analisi di doppia materialità, ricevendo la valutazione degli impatti, rischi e opportunità riportata di seguito.

Gli impatti, rischi ed opportunità rilevanti per il Gruppo

E1 - CAMBIAMENTO CLIMATICO							
Descrizione	Opportunità	Rischi	Impatti				Perimetro
			+	-	Effettivi	Potenziali	
Contributo al cambiamento climatico attraverso le emissioni di gas serra Scope 1 e Scope 2 per l'utilizzo di combustibili fossili							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Contributo al cambiamento climatico attraverso le emissioni di gas serra lungo la catena di valore (Scope 3)							Operazioni a monte (fornitori) e a valle (clienti)
Approvvigionamento legato a fonti energetiche rinnovabili che permettono una crescente indipendenza da combustibile fossile e, quindi, una minore esposizione alla volatilità del prezzo dei prodotti che ne derivano							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Variabilità dei costi legati all'attuale grado di dipendenza da combustibili fossili e, quindi, alla volatilità del prezzo dei prodotti che ne derivano							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)

E5 USO DELLE RISORSE ED ECONOMIA CIRCOLARE							
Descrizione	Opportunità	Rischi	Impatti				Perimetro
			+	-	Effettivi	Potenziali	
Riduzione degli sprechi alimentari e della generazione di rifiuti non alimentari, grazie a una corretta gestione della fase di prevenzione/riciclo/recupero delle risorse							Operazioni proprie (CDS, CDH) e operazioni a valle della catena del valore (clienti ed enti del territorio)
Produzione di rifiuti alimentari e non alimentari, destinati a smaltimento							Operazioni proprie (CDS, CDH)
Riduzione del consumo di materie prime grazie all'eco-progettazione degli imballaggi dei prodotti a marchio del distributore							Operazioni proprie (CDS, CDH) e operazioni a monte della catena del valore (fornitori di packaging CDS e CDH)
Facilitazione nella fase di destinazione del rifiuto nella raccolta differenziata attraverso scelte di packaging facilmente riciclabile per il prodotto a marchio del distributore							Operazioni proprie (CDS, CDH)
Opportunità legate a una corretta gestione di prodotti alimentari altrimenti destinati a rifiuto							Operazioni proprie (CDS, CDH)
Opportunità legate al recupero dei materiali e alla riduzione di rifiuti							Operazioni proprie (CDS, CDH)
Costi dovuti ad una scorretta gestione di prodotti alimentari destinati a rifiuto e quindi non destinati a pratiche di economia circolare							Operazioni proprie (CDS, CDH)
Costi dovuti all'uso di materiale riciclato all'interno del packaging di prodotto a marchio del distributore							Operazioni proprie (CDS, CDH)
Costi dovuti ad una scorretta gestione di prodotti non alimentari destinati a rifiuto e non a pratiche di economia circolare							Operazioni proprie (CDS, CDH)

SI FORZA LAVORO PROPRIA							
Descrizione	Opportunità	Rischi	Impatti				Perimetro
			+	-	Effettivi	Potenziali	
Aggiornamento delle conoscenze e delle competenze dei dipendenti grazie alla capacità di adottare piani di sviluppo e formazione aziendali							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
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							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Incremento del livello di benessere dei dipendenti generato dalla capacità dell'organizzazione di garantire l'equilibrio tra vita professionale e privata ai propri dipendenti							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Incremento del livello dell'occupazione femminile e di quella giovanile (under 30)							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Incremento del livello dell'occupazione di persone con disabilità							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Diffusione una cultura inclusiva che considera la diversità e la non discriminazione dei valori da promuovere							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Capacità di garantire una parità di trattamento tra i dipendenti indipendentemente da ogni forma di diversità							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Violazione del diritto di riservatezza dei propri dipendenti							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Creazione di una cultura della salute dei dipendenti oltre gli aspetti di salute collegati al contesto di lavoro							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Compromissione dello stato di salute e della sicurezza dei dipendenti dovuto a eventi di infortunio sul lavoro							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Compromissione dello stato psicofisico dei dipendenti generato dall'incapacità dell'organizzazione di prevenire molestie sul posto di lavoro (es. violenza verbale, violenza fisica, stalking, mobbing, ecc.)							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Opportunità derivata dalla capacità di attrarre o trattenere forza lavoro qualificata, garantendo un buon livello di soddisfazione ai propri dipendenti							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Opportunità derivata dal miglioramento continuo delle nuove competenze legate alle attività di formazione e aggiornamento delle conoscenze							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Rischio legato all'incapacità dell'organizzazione di attrarre o trattenere forza lavoro qualificata							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Danno reputazionale dovuto ad episodi di discriminazione all'interno dell'organizzazione							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Danni legati ad episodi di infortunio tra i dipendenti sul posto di lavoro							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)

S3 COMUNITÀ INTERESSATE

Descrizione	Opportunità	Rischi	Impatti				Perimetro
			+	-	Effettivi	Potenziali	
Sviluppo della comunità locale generato grazie alle attività e alle iniziative di carattere solidale							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL) e operazioni a valle della catena del valore (enti del territorio)
Conservazione della tradizione locale grazie a pratiche di commercializzazione che valorizzano le eccellenze territoriali							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL) e operazioni a monte della catena del valore (fornitori CDS e CDH)
Sviluppo economico delle aree locali in cui l'organizzazione opera, attraverso politiche di assunzione di persone provenienti dal territorio							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)



S4 CONSUMATORI ED UTILIZZATORI FINALI							
Descrizione	Opportunità	Rischi	Impatti				Perimetro
			+	-	Effettivi	Potenziali	
Compromissione dello stato di salute dei clienti connesso alla sicurezza dei prodotti commercializzati dall'organizzazione							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Capacità di garantire cibo di qualità, nel pieno rispetto dei parametri di responsabilità sociali e ambientali							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Compromissione dello stato di salute del cliente a seguito di infortuni o altri eventi durante la sua permanenza all'interno del punto vendita							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Miglioramento dell'esperienza del cliente all'interno e all'esterno del punto vendita, attraverso i servizi erogati							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Inclusione delle categorie di consumatori più vulnerabili, generata dalla capacità di erogare prodotti e servizi ad hoc							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Incremento della fidelizzazione del cliente, grazie a pratiche aziendali di coinvolgimento (dialogo trasparente, meccanismi di reclamo)							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Violazione dei diritti dei consumatori generato dall'incapacità dell'organizzazione di garantire un dialogo trasparente e proficuo con associazioni di consumatori e comitati ad hoc							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Diffusione di una cultura sulle tematiche della corretta e sana alimentazione							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Generazione di una sempre più diffusa consapevolezza di acquisto tra i consumatori attraverso una comunicazione trasparente e completa per i prodotti commercializzati							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Violazione dei diritti dei consumatori connesso ad eventuali episodi di mancato rispetto della privacy o di pubblicità ingannevole							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Opportunità che deriva dall'elevato grado di attenzione dell'organizzazione ai bisogni dei propri consumatori							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Opportunità legata al livello di fidelizzazione del cliente che predilige una comunicazione di prodotto trasparente e chiara							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Danno reputazionale dovuto a episodi che possano compromettere lo stato di salute dei clienti rispetto alla sicurezza dei prodotti commercializzati dall'organizzazione							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Costi economici e danno reputazionale dovuto ad infortuni dei clienti durante la loro permanenza all'interno dei punti vendita							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Danno legato ad uno scarso grado di attenzione dell'organizzazione ai bisogni dei propri consumatori							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Danno conseguente a episodi di fughe di dati ed erranea gestione dei temi di protezione della privacy a danno del consumatore							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)
Danno conseguente a episodi di mancata trasparenza o erranea comunicazione a danno del consumatore							Operazioni proprie (CDS, CDH, CDL)

G1 CONDOTTA DELLE IMPRESE

Descrizione	Opportunità	Rischi	Impatti				Perimetro
			+	-	Effettivi	Potenziali	
Mancata tutela e adeguata protezione degli informatori (coloro che segnalano informazioni concernenti atti illeciti in azienda)							Operazioni proprie (CDS, CDH e CDL)
Compromissione del benessere animale dovuto all'incapacità dell'organizzazione di prevenire pratiche di allevamento non sostenibili nel processo di produzione dei prodotti a marchio del distributore							Operazioni proprie ed operazioni a monte della catena del valore (fornitori CDS e CDH)
Diffusione di una cultura relativa al benessere animale lungo tutta la catena del valore							Operazioni proprie (CDS, CDH) ed operazioni a monte della catena del valore (fornitori CDS e CDH)
Diffusione di una cultura di impresa sana all'interno dell'organizzazione							Operazioni proprie (CDS,CDH e CDL)
Distribuzione del valore nei confronti di fornitori locali e di piccoli artigiani localizzati nel territorio							Operazioni proprie (CDS, CDH) ed operazioni a monte della catena del valore (fornitori CDS e CDH)
Diffusione di una cultura sulle pratiche di approvvigionamento sostenibile grazie alla capacità dell'organizzazione di adottare criteri di valutazione sociale e ambientale dei fornitori							Operazioni proprie (CDS, CDH) ed operazioni a monte della catena del valore (fornitori CDS e CDH)
Creazione di condizioni economiche che possono danneggiare i fornitori (soprattutto di piccole dimensioni), attraverso l'adozione di pratiche commerciali sleali e/o condizioni contrattuali penalizzanti							Operazioni proprie (CDS, CDH) ed operazioni a monte della catena del valore (fornitori CDS e CDH)
Opportunità legata al livello di fidelizzazione del cliente che predilige prodotti legati a eccellenti condizioni di benessere animale							Operazioni proprie (CDS, CDH)
Opportunità legata alla capacità di attrarre nuovi talenti e di fidelizzare i dipendenti garantendo una cultura di impresa sana							Operazioni proprie (CDS,CDH e CDL)
Danno reputazionale conseguente a episodi in cui l'azienda viene collegata ad una scarsa attenzione del benessere animale							Operazioni proprie (CDS, CDH)
Danno dovuto all'incapacità di attrarre nuovi talenti e di fidelizzare i dipendenti, senza garantire una cultura di impresa sana							Operazioni proprie (CDS,CDH e CDL)
Danno economico e reputazionale legato a episodi di corruzione aziendale							Operazioni proprie (CDS,CDH e CDL)
Danno economico dovuto all'inosservanza delle leggi di carattere ambientale e sociale da parte dei fornitori dell'organizzazione							Operazioni a monte della catena del valore (fornitori CDS,CDH e CDL)
Danno reputazionale, e quindi economico, legato all'incapacità di disporre dei prodotti offerti al consumatore a causa della collaborazione con fornitori che non garantiscano la reperibilità delle materie prime di cui l'organizzazione si rifornisce							Operazioni proprie (CDS, CDH)



2

Temi Ambientali

2.1 ESRS E1: Cambiamento climatico ed emissioni

2.1.1 La tutela dell'ambiente

“La nostra azienda riconosce l'ambiente quale bene primario di valore [...], nell'esercizio della propria attività si ispira al principio di salvaguardia dello stesso promuovendone il rispetto e la valorizzazione”.

Dal Codice Etico di Gruppo

Per noi del Gruppo Romano, la **tutela dell'ambiente** è una priorità assoluta che ci impegniamo a perseguire nelle nostre scelte quotidiane. Siamo consapevoli che, come per tutte le organizzazioni, anche le nostre attività possono avere un impatto sul riscaldamento globale, con conseguenze sui cambiamenti climatici e la preservazione dell'ambiente naturale: per questo nelle nostre scelte ci impegniamo ad **adottare soluzioni innovative**, che ci consentano di presidiare e controllare le nostre attività per ridurre l'impatto ambientale.

Dal 2023 abbiamo intrapreso una serie di azioni nelle ristrutturazioni e nei punti vendita di nuova apertura, concentrandoci in particolare sull'**efficientamento energetico**, che ci consente di ridurre a monte l'impatto delle nostre operazioni. Tra le altre azioni che abbiamo implementato per la riduzione dell'impatto ambientale, spiccano la sostituzione di alcuni **impianti di refrigerazione con nuovi modelli a minor impatto ambientale**, l'installazione di **colonnine elettriche** per incentivare una **mobilità sostenibile** e un piano per l'installazione di nuovi **pannelli fotovoltaici** nell'anno 2024.

Efficientamento energetico

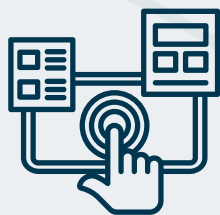
Il programma di efficientamento su cui ci siamo concentrati durante il 2023 ha visto due importanti cambiamenti, che hanno interessato una parte dei nostri punti vendita; il cosiddetto **relamping**, cioè la sostituzione di sistemi illuminanti obsoleti con moderne soluzioni LED più ecosostenibili, e l'introduzione di **sistemi di telegestione** degli impianti frigoriferi dei nostri punti vendita, controllandone la temperatura.

Il **relamping** ci ha consentito di ridurre il consumo di energia, garantendo anche una maggiore durata nel tempo dei gruppi illuminanti e una migliore qualità dell'illuminazione. Gli stessi principi di efficientamento energetico sono stati adottati

anche per i punti vendita di nuova apertura nel corso del 2023. I sistemi di telegestione, invece, ci hanno permesso di monitorare a distanza e ottimizzare in tempo reale l'uso dell'energia dei punti vendita.



Come funziona la telegestione



Attraverso un pannello di controllo accessibile da computer, il sistema offre una visione in tempo reale dello stato degli impianti.

Questo consente agli operatori di intervenire a distanza in caso di anomalie, riducendo i tempi di inattività e migliorando la reattività in situazioni di emergenza.

In particolare, nel 2023 le azioni di efficientamento sono intervenute in occasione della ristrutturazione del Centro di Distribuzione del Gruppo e del punto vendita ad ingrosso ad insegna C+C Cash and Carry della rete CDH.

Prevediamo inoltre l'implementazione di queste azioni di efficientamento anche per le prossime aperture e ristrutturazioni di punti vendita.

Impianti di refrigerazione a minor impatto ambientale

4 nuovi impianti di refrigerazione a basso impatto ambientale.

Nel 2023, in anticipo sulla normativa sugli F-gas (si veda box di approfondimento "*Il regolamento sugli F-gas*"), nei punti vendita della rete CDS e CDH ¹ abbiamo introdotto **nuovi impianti di refrigerazione a minor impatto ambientale** in sostituzione di quelli preesistenti. Impianti di nuova generazione, alimentati da gas a minor impatto ambientale: in particolare, abbiamo introdotto sistemi alimentati a CO₂, gas caratterizzato da un **Global Warming Potential (GWP)** pari a uno, nettamente inferiore rispetto ai gas tradizionali. Questo significa che, in caso di eventuali perdite, l'impatto del gas refrigerante sull'ambiente risulta molto meno significativo.

Il regolamento sugli F-gas

Con il **regolamento (UE) n. 517/2014** (noto anche come regolamento F-gas), l'Unione Europea ha deciso di introdurre limitazioni per l'uso di gas fluorurati (F-gas) e le relative emissioni. Questi gas presentano un elevato potenziale di riscaldamento globale e possono persistere nell'atmosfera per lungo tempo, contribuendo ad aumentare l'effetto serra dannoso per l'ambiente. Attraverso questo regolamento, l'UE mira a **ridurre le emissioni di F-gas del 79% entro**

il 2030 rispetto ai livelli del 2015, tramite misure come la riduzione graduale dell'immissione sul mercato, il divieto di utilizzo di determinati F-gas in specifiche applicazioni e l'obbligo di recupero e smaltimento corretto, oltre a requisiti rigorosi per la manutenzione e la verifica delle apparecchiature. Questo quadro normativo è essenziale per mitigare il cambiamento climatico e proteggere l'ambiente attraverso la promozione di **alternative più sostenibili**.

¹ I nuovi impianti di refrigerazione a basso impatto ambientale sono stati installati nel C+C di CDH e in 3 punti vendita della rete CDS (Famila - Pietro Leone, Ica Market - Via Levriere e Via De Gasperi)

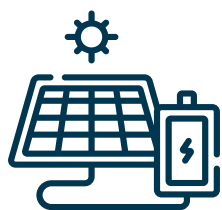
Mobilità sostenibile

Siamo consapevoli che la transizione verso una **mobilità più sostenibile** è essenziale per ridurre le emissioni di CO₂ dei nostri clienti e migliorare la qualità dell'aria nelle nostre città. Per questo nel 2023 abbiamo lanciato un progetto per l'installazione di **colonnine di ricarica** per veicoli elettrici nei parcheggi di **cinque punti di vendita** della rete **CDS** e in **un punto vendita** appartenente alla rete **CDH**².

Con questa azione, vogliamo contribuire attivamente alla mobilità sostenibile attraverso la creazione di una rete di ricarica accessibile, che consenta inoltre alle persone di ricaricare i propri veicoli elettrici proprio mentre fanno la spesa, per un'esperienza d'acquisto ancora più rispettosa dell'ambiente.



I pannelli fotovoltaici, chiave per la produzione di energia rinnovabile



+5,26 %

di energia rinnovabile autoprodotta e consumata grazie all'impianto fotovoltaico nel 2023



86,05 T

di CO₂eq evitata grazie all'autoproduzione di energia rinnovabile da fotovoltaico

Da tanto tempo il Gruppo Romano ha scelto di investire nell'energia rinnovabile da fonte solare: l'installazione del **primo e unico impianto fotovoltaico** presso il Centro di Distribuzione risale infatti **al 2011**.

L'energia solare rappresenta una fonte rinnovabile e pulita, che consente di ridurre la nostra dipendenza dai combustibili fossili e, di conseguenza, le emissioni di CO₂ associate. Nel 2023, l'attività di questo impianto ha consentito il raggiungimento della sua capacità massima di produzione annua, registrando una produzione di energia rinnovabile pari a **259,99 Mwh**, in crescita del **5,26%** rispetto al 2022. Di questa energia, una minima quota è stata immessa in rete (0,04 Mwh).

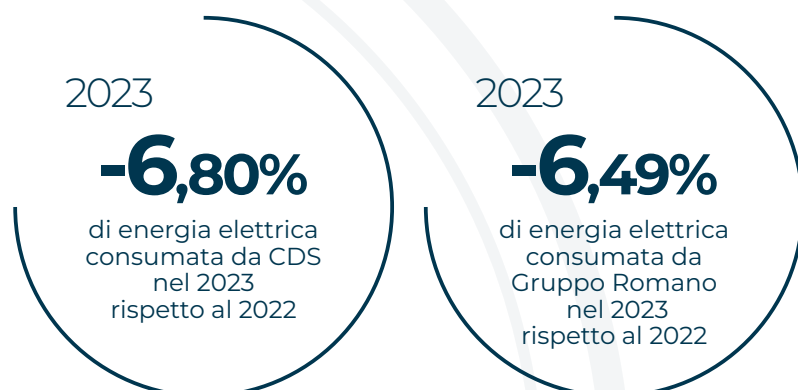
Con l'autoproduzione di energia rinnovabile da fotovoltaico, nel 2023 il Gruppo è riuscito infine a evitare l'immissione in atmosfera di circa **86,05 tonnellate di CO₂**

Nel 2024 l'installazione di **tre nuovi impianti fotovoltaici** consentirà a **CDS** di raggiungere una capacità di produzione annua complessiva pari a **1.409,33 Mwh**, in pratica più che quadruplicando (con un incremento del **442%**) quella esistente al 2023. Dei tre nuovi impianti, uno sarà destinato al potenziamento della capacità di produzione di uno dei **Centri di Distribuzione** del Gruppo

(Sommolino), mentre due saranno destinati alla produzione di energia rinnovabile per **due punti vendita della rete CDS**. Ogni nuovo impianto fotovoltaico che installiamo non solo ci consente di produrre energia direttamente sul posto, ma rappresenta anche un passo concreto verso la **mitigazione del cambiamento climatico**.

2.1.2 Consumi energetici ed emissioni

I consumi energetici



		u.m.	2022	2023	Δ 2023-2022
ENERGIA ELETTRICA Gruppo	Energia elettrica acquistata e consumata	Mwh	2.596.862,01	2.428.249,73	-6,49%
	di cui priva di garanzia di origine	Mwh	2.596.862,01	2.428.249,73	-6,49%
	di cui con garanzia di origine	Mwh	0	0	0
	Energia elettrica autoprodotta e consumata	Mwh	246,96	259,96	5,26%
	di cui prodotta e auto-consumata da sorgenti non rinnovabili	Mwh	0	0	0
	di cui prodotta e auto-consumata da impianto fotovoltaico	Mwh	246,96	259,96	5,26%
Tot. Energia elettrica consumata		Mwh	2.597.108,97	2.428.509,69	-6,49%
PARCO AUTO AZIENDALE	Consumi di carburante diesel	Mwh	539,60	562,44	4,23%
	Consumi di carburante benzina	Mwh	106,78	140,66	31,73%
Tot. Consumi parco auto aziendale		Mwh	646,38	703,10	8,77%
Tot. Consumi energetici		Mwh	2.597.755,36	2.429.212,78	-6,49%

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

Nel 2023 i consumi energetici totali del Gruppo sono stati pari a **2.429.212,78 Mwh** e riguardano l'energia necessaria per l'attività dei punti vendita, dei Centri Distributivi e della sede centrale operativa, oltre all'utilizzo dei veicoli del parco auto aziendale¹.

Grazie alle misure di efficientamento energetico adottate durante l'anno, nel 2023 si è registrata una **riduzione complessiva dei consumi energetici pari al 6,49%**. Questo calo è principalmente attribuibile alla rete CDS, che ha chiuso l'anno 2023 con una diminuzione del 6,80%, nonostante l'espansione della rete di vendita con l'apertura del nuovo punto vendita Il Centesimo a Misterbianco (CT).

¹ I consumi energetici comprendono anche quelli delle auto perché i veicoli utilizzano combustibili fossili (benzina, diesel o gas naturale) da cui ricavano e consumano energia chimica per funzionare.

La riduzione dei consumi energetici di CDS ha inoltre compensato l'aumento dei consumi energetici da parte di CDL (+6,30%) e di CDH (+1,00%), così come l'incremento pari all'8,77% dei consumi attribuibili al parco auto, dovuti all'inserimento di nuovi veicoli nel corso del 2023².

Complessivamente, quindi, l'efficacia delle azioni di efficientamento energetico intraprese ha permesso di ottenere la riduzione dei consumi energetici totali, compensando in maniera efficace gli incrementi dovuti all'espansione delle attività e alla maggiore richiesta di mobilità del Gruppo associata all'andamento positivo delle nostre attività.

Le emissioni



I consumi energetici sono uno dei principali indicatori dell'impatto di un'azienda sul cambiamento climatico.

Un'organizzazione deve però **considerare anche altre fonti** di emissioni di gas serra (emissioni GHG), che possono essere più o meno controllabili.

Questa considerazione si riflette nella classificazione delle emissioni in **Scope 1** e **Scope 2** (si veda il box "Cosa sono le emissioni Scope 1 e Scope 2?"), una distinzione utile per comprendere gli impatti ambientali e adottare misure di riduzione adeguate, nell'ottica di mitigare con sempre maggiore efficacia gli effetti del cambiamento climatico.

Cosa sono le emissioni Scope 1 e Scope 2?

Le emissioni **Scope 1** rappresentano le emissioni di gas ad effetto serra che l'organizzazione **produce direttamente** attraverso le proprie attività, ad esempio per il riscaldamento con caldaie a gas e l'utilizzo di veicoli alimentati con combustibili fossili (benzina, gasolio, metano). A queste si aggiungono le emissioni derivanti dalle **perdite di gas refrigeranti**, necessari per il raffreddamento dei banchi frigo nei punti vendita. Essendo legate ai consumi interni, le emissioni Scope 1 risultano **più facilmente controllabili** nell'ottica di ridurle e, di conseguenza, nel mitigare l'impatto ambientale.

Le emissioni **Scope 2** rappresentano invece le emissioni derivanti dal **consumo di energia elettrica**.

Non provengono direttamente dall'azienda, ma dai fornitori di energia che, a loro volta, emettono gas serra **durante la produzione dell'energia elettrica**. In questo caso, le emissioni non sono direttamente controllabili: l'azienda può tuttavia intervenire per ridurle attraverso **l'incremento dell'autoproduzione di energia da fonti rinnovabili**, azzerandole del tutto nel caso quest'ultima raggiunga il 100% di quota da fonti rinnovabili.

Nel 2023, a livello di Gruppo, le emissioni dirette di tipo **Scope 1** state pari a **6.543,15 tCO₂ eq³**, dovute principalmente alle perdite di gas di refrigerazione utilizzati nella nostra attività di vendita (per il 96,22%) e solo in parte all'utilizzo dei veicoli appartenenti al parco auto aziendale (per il 3,78%).

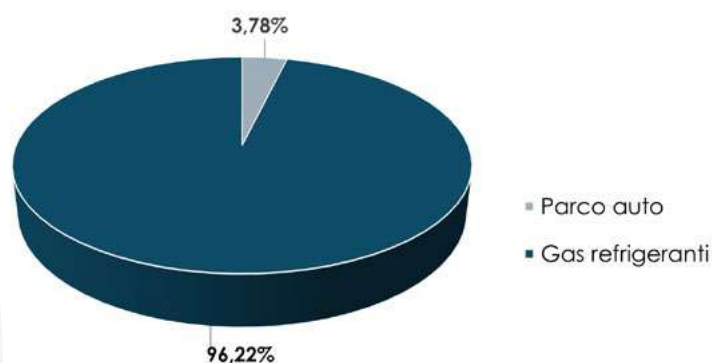
² In particolare, i consumi del parco auto di CDS sono cresciuti del +9,51% e quelli di CDL del +4,19%.

³ La CO₂ equivalente (CO_{2eq}) 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 CO_{2eq} 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.

Gli impianti di riscaldamento sono stati esclusi dall'ambito dello Scope 1, poiché, essendo alimentati ad elettricità, il loro utilizzo genera emissioni considerate nell'ambito dello **Scope 2** (si veda box di approfondimento). In particolare, nel 2023 le emissioni di Scope 1 hanno subito un incremento pari al 22,10% rispetto al 2022.

Questo aumento è legato principalmente alle perdite di gas refrigeranti in CDS (+59,41% ⁴) e in CDL (405% ⁵), che hanno annullato l'effetto positivo della riduzione del 70,37% delle perdite di gas refrigeranti in CDH, ottenuta a seguito della già citata sostituzione dell'impianto di refrigerazione con uno più innovativo e a minor impatto ambientale. L'aumento delle emissioni di Scope 1, inoltre, è dovuto in piccola parte al lieve incremento delle emissioni derivanti dall'utilizzo delle auto (+2,59%), a seguito del già citato ampliamento del parco auto aziendale in CDS e CDL tra il 2022 e il 2023.

Composizione Scope 1



Al contrario, nel 2023 abbiamo registrato **una riduzione pari al 6,49%** delle emissioni indirette **Scope 2** a livello di Gruppo. Tale risultato è dovuto alla riduzione dei consumi di energia elettrica registrata per CDS, ottenuta grazie alle azioni di efficientamento intraprese nel 2023.

Complessivamente, questo **primo anno di monitoraggio** dei consumi energetici e delle emissioni ci ha permesso di comprendere le nostre performance anche da un punto di vista ambientale. Questa analisi ha rivelato i progressi compiuti nel nostro percorso verso l'efficienza energetica, evidenziando al contempo le aree critiche in cui è fondamentale intensificare gli sforzi, incoraggiandoci a proseguire con maggior determinazione nel nostro percorso di riduzione del nostro impatto ambientale.

	u.m.	2022	2023	Δ 2023-2022
SCOPE 1 - Emissioni dirette	tCO ₂ e	5.358,80	6.543,15	22,10%
SCOPE 2 - Emissioni indirette energetiche <i>Location-based</i>	tCO ₂ e	818.011,53	764.898,66	-6,49%
SCOPE 2 - Emissioni indirette energetiche <i>Market-based</i>	tCO ₂ e	1.185.649,29	1.108.665,98	-6,49%

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

⁴ Per CDS, in particolare, l'aumento del 59% tra il 2022 e il 2023 è da ricondursi al fatto che in alcuni punti vendita gli impianti di refrigerazione siano ancora vetusti. Negli anni, come indicato nel presente paragrafo, è iniziato il progetto per la riqualifica e la ristrutturazione di questi punti vendita, con l'obiettivo di sostituire questi impianti con nuovi impianti di refrigerazione a CO₂. Il dato sulle perdite di gas, quindi, è costantemente sottoposto all'attenzione dell'azienda con l'obiettivo di ridurre la variazione di anno in anno.

⁵ Per CDL l'incremento delle perdite di gas registrato nell'anno 2023 è da imputarsi all'ampliamento dell'impianto di refrigerazione del Centro di Distribuzione di Sommatino e alla realizzazione di una piccola cella frigorifera di transito presso il Centro di Distribuzione di Carini.

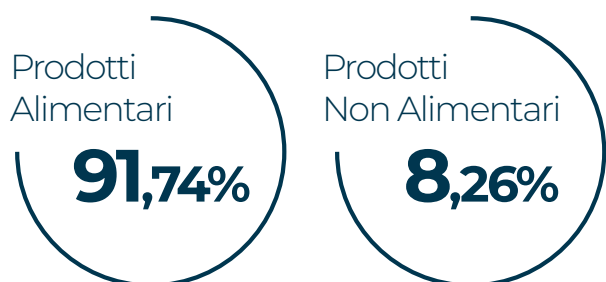
2.2 ESRS E5: Uso delle risorse ed economia circolare

Per noi del Gruppo Romano le risorse rivestono un ruolo centrale per svolgere la nostra attività commerciale: sono il motore di tutte le nostre operazioni giornaliere.

Ogni giorno, per soddisfare i bisogni e desideri dei clienti che scelgono di affidarsi alla nostra offerta, nei nostri punti vendita vengono movimentate **elevate quantità di prodotti alimentari e non alimentari**.

Un assortimento che, nelle nostre reti di vendita **CDS e CDH**, è caratterizzato non solo da grandi numeri, ma anche da **molteplici merceologie**.

Composizione offerta di CDS



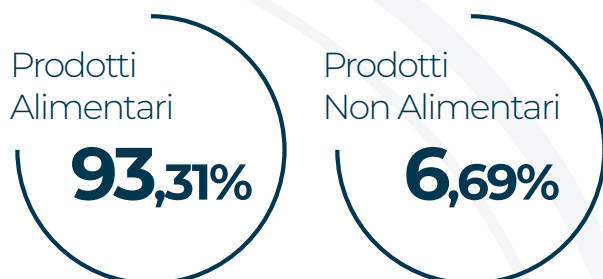
91,74% food e 8,26% non food: la suddivisione delle categorie merceologiche gestite all'interno della rete di vendita al dettaglio CDS

Nella rete **CDS** (Famila, Max Supermercati, Il Centesimo), queste si compongono per **il 91,74% di prodotti alimentari**, il cuore della nostra offerta. Questi ultimi comprendono bevande, alimentare confezionato (prodotti secchi, conserve, pasta e cereali), prodotti freschi da banco – come carne, pesce, frutta e verdura – prodotti freschi da asporto, oltre a prodotti della categoria del freddo, quali i surgelati.

Completano l'offerta i prodotti **non alimentari (8,26%)** destinati alla cura della casa e cura della persona, a cui si aggiungono articoli del cosiddetto **"bazar pesante"** (elettrodomestici, arredamento e attrezzatura esterno), di **"bazar leggero"** (giochi, cancelleria, giardinaggio, articoli sport), pet food¹ e articoli per la cura degli animali, e una piccola quota di articoli tessili come calzature e pelletteria.

¹ Il pet food rientra nella categoria "non alimentare" all'interno della Grande Distribuzione Organizzata (GDO) per differenziare i relativi prodotti dagli alimenti destinati al consumo umano.

Composizione offerta di CDH



la suddivisione delle categorie merceologiche gestite all'interno della rete di vendita all'ingrosso CDH

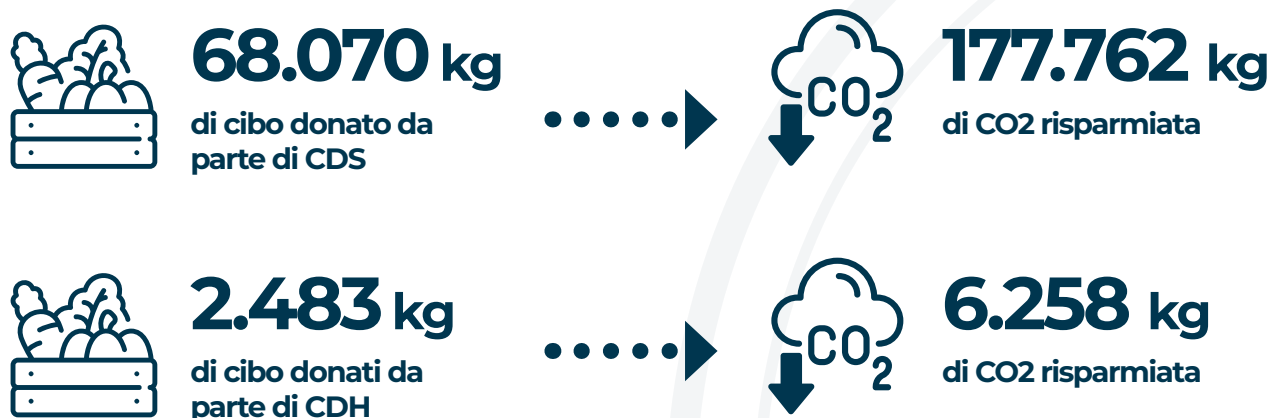
La prevalenza di prodotti alimentari caratterizza anche l'offerta dei punti vendita della **rete all'ingrosso CDH**, con l'obiettivo di soddisfare le esigenze di chi ricerca grandi volumi per la propria spesa, come attività ristorative e ricettive. L'offerta della rete **CDH** (Zero1, C+C Cash & Carry) si compone per l'**93,31% di prodotti alimentari**, con un assortimento che comprende principalmente bevande, food confezionato e fresco da asporto, a cui si aggiunge l'offerta di prodotti freschi da banco e prodotti surgelati. La restante percentuale riguarda i **prodotti non alimentari (6,69%)**, in cui le principali categorie di prodotto sono rappresentate da articoli per la cura della casa e della persona, articoli di bazar leggero, prodotti pet food e per la cura degli animali e articoli tessili.

In considerazione dei flussi che gestiamo ogni giorno, il nostro impegno a favore di una sempre maggiore tutela dell'ambiente è orientato alla **gestione efficiente delle risorse** attraverso il contrasto dello spreco alimentare e l'utilizzo attento dei materiali con cui confezioniamo i prodotti freschi all'interno dei nostri reparti.

In vista di questo uso responsabile delle risorse, ci assicuriamo di presidiare correttamente innanzitutto queste dimensioni, che sono **direttamente riconducibili alle nostre attività nei punti vendita**. Per tutte quelle risorse su cui non possiamo intervenire direttamente, come gli **imballaggi da trasporto** dei prodotti che giungono nei nostri punti vendita (packaging secondario), ci impegniamo affinché queste ultime siano il più possibile inviate a riciclo, attraverso una **corretta gestione dei rifiuti** e, in dettaglio, della fase di conferimento e invio a raccolta differenziata.



2.2.1 La nostra lotta contro lo spreco alimentare



Come illustrato sopra, le risorse alimentari rappresentano il **cuore della nostra offerta commerciale** e, quindi, vogliamo averne cura. Siamo consapevoli dell'importanza che riveste ciascun prodotto alimentare per l'ambiente in termini di **acqua, suolo ed energia** utilizzati per la produzione. Lo spreco alimentare comporta non solo la perdita di queste risorse, ma anche la generazione di gas serra durante la fase di produzione, di trasporto e di smaltimento dei prodotti alimentari non consumati. Per questo, siamo fortemente coinvolti nella **lotta allo spreco alimentare**.

Per assicurarci che il cibo non sia sprecato, disponiamo di **manuali operativi** all'interno dei punti di vendita che disciplinano la **corretta gestione dei prodotti a scaffale** e la **gestione dei tagli dei prezzi dei prodotti in scadenza**. In merito alla prima attività, applichiamo una best practice di settore detta FIFO (*first in, first out*) che consiste nel posizionare i prodotti appena ricevuti, e quindi con **data di scadenza più lontana**, nella parte posteriore dello scaffale, spostando man mano in avanti quelli con **una scadenza meno lontana**. In questo modo, sempre rimanendo all'interno delle date di consumo raccomandate, si favorisce l'acquisto e il consumo dei prodotti nel loro ordine di arrivo, minimizzando il rischio che arrivino a scadenza mentre sono ancora a scaffale. La disposizione viene poi **costantemente monitorata** dal nostro personale di vendita, che garantisce che l'ordine di esposizione previsto sia sempre rispettato.

Questa prassi ci consente di individuare in maniera più agevole i **prodotti prossimi alla scadenza**, per i quali prevediamo l'applicazione di **sconti sul prezzo** per incentivarne la vendita e il consumo da parte dei clienti. I prodotti scontati sono posizionati in aree specifiche del punto vendita, come **corner dedicati**, o **segnalati con cartelli evidenziati** per essere visibili e facilmente individuabili.

Anche per i prodotti alimentari freschi invenduti a fine giornata, prossimi alla scadenza ma ancora edibili, ci impegniamo affinché non siano sprecati. Nell'intento di perseguire un approccio più sostenibile al ciclo di vita del prodotto alimentare, **già dal 2015 doniamo i nostri prodotti alimentari** alle ONLUS del territorio in cui siamo presenti, con i nostri punti vendita sia della rete al dettaglio CDS, sia della rete all'ingrosso CDH. Il cibo invenduto può così essere ancora utilizzato in modo utile per alimentare le persone in necessità, anziché contribuire alla generazione di rifiuti, riducendo l'impatto ambientale negativo dello spreco alimentare.

Nel 2023, il nostro impegno contro lo spreco alimentare si è ulteriormente rafforzato con la partnership siglata con **Regusto**, grazie alla quale ci siamo dotati di un sistema in grado di **monitorare e tracciare le quantità donate** dai nostri punti vendita, categorizzandole per tipologia di prodotto e settore merceologico. Questo ci ha inoltre permesso di **misurare** i relativi benefici ambientali che derivano dalle donazioni alimentari effettuate.



REGUSTO



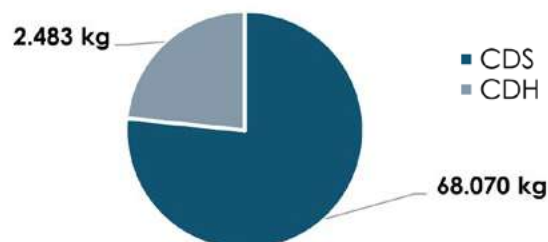
Una nuova vita ai nostri prodotti con Regusto

Regusto è una piattaforma innovativa nata con l'obiettivo di ridurre lo spreco alimentare e promuovere la sostenibilità attraverso la tecnologia. Fondata in Italia, Regusto offre una soluzione digitale che connette produttori, distributori e rivenditori con enti di beneficenza e consumatori, facilitando la vendita e la donazione di prodotti alimentari in eccedenza. In particolare, la collaborazione tra Gruppo Romano e Regusto nasce per garantire un totale **sistema di tracciabilità**. Regusto consente alle aziende di monitorare e comunicare l'impatto ambientale delle loro azioni, quantificando la quantità di cibo salvato e le emissioni di CO₂ evitate.



Dati Piattaforma Regusto CDS

Nel 2023, abbiamo donato **oltre 70.000 kg di cibo** altrimenti destinato a spreco, per un totale di **184.020 kg di CO_{2e} evitata**. Di questa quantità, **68.070 kg** sono stati **donati da CDS** e hanno consentito di risparmiare circa **177.762 kg di CO_{2e}**, mentre i **2.483 kg** da parte di **CDH** corrispondono a **6.258 kg di CO_{2e}** risparmiati.

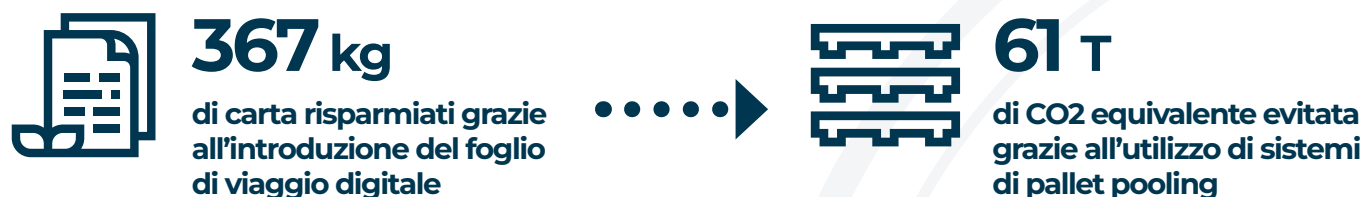


Grazie a queste iniziative e alle azioni di prevenzione messe in atto, nel 2023 abbiamo **salvato 70.553 kg** cibo con la collaborazione dei clienti di **CDS e CDH**.



Dati Piattaforma Regusto CDH

2.2.2 L'impegno del Gruppo per la circolarità



Nel nostro impegno a favore della sostenibilità ambientale, ci dedichiamo alla riduzione dei materiali impiegati nelle operazioni quotidiane dei nostri punti vendita attraverso diverse iniziative che si ispirano ai principi dell'**economia circolare**.

A maggio 2023 abbiamo infatti introdotto il **foglio di viaggio digitale** nell'ambito delle attività di movimentazione di **CDL**, l'azienda che gestisce i flussi di merce all'interno dell'intero Gruppo.

Il foglio di viaggio digitale è uno strumento innovativo che rivoluziona la gestione logistica e operativa del magazzino e dei punti vendita. Questo documento elettronico sostituisce il tradizionale foglio di viaggio cartaceo, che identifica la merce smistata dal magazzino al punto vendita, permettendo così l'**eliminazione dei documenti cartacei** e, quindi, una riduzione di carta significativa. Grazie a questa iniziativa, nel 2023 abbiamo ottenuto il **risparmio di 73.500 fogli** per un totale di circa **367 kg di carta risparmiati**¹.

Un intervento che va a integrare le iniziative di dematerializzazione implementate nelle reti di vendita è l'introduzione, nel 2021, del **volantino digitale** e delle **etichette elettroniche** e, nel 2022, la **riduzione della carta stampata** del volantino cartaceo in tutti i punti vendita ad insegna Famila tramite l'attività "Più Foglie, Meno Fogli". (per maggiori informazioni rispetto alle iniziative citate, si veda paragrafo "3.3 ESRS S4: Consumatori ed utilizzatori finali", sotto paragrafo "3.3.2 Innovazione dei servizi al cliente").

Per contribuire sempre più a un uso circolare delle risorse, continuiamo a impegnarci nel riutilizzare il materiale impiegato nelle operazioni aziendali. In particolare, prevediamo il **riutilizzo** tra le diverse società del Gruppo **dei supporti tecnologici e delle attrezzature dismesse ma ancora funzionanti**: quando non più richieste da una specifica attività, queste risorse sono convogliate presso i depositi del Gruppo, dove restano a disposizione per altre unità aziendali che ne abbiano necessità.

Nel 2023, è poi proseguita l'adozione del **sistema di raggruppamento** dei pallet in legno, detto **pallet pooling**, utilizzati per la movimentazione delle merci nella fase di trasporto: un sistema logistico e gestionale che consente di condividere e riutilizzare i pallet tra più utenti di uno stesso operatore, eliminando la necessità di acquistare pallet nuovi e riducendo contestualmente il consumo di legname e la produzione di rifiuti (si veda box per approfondimento).

¹ L'iniziativa è stata introdotta nel maggio del 2023, per cui il calcolo si è basato su un periodo di 7 mesi. Il calcolo ha considerato il peso standard di un singolo foglio di carta A4 è pari 4,9896 grammi.

I vantaggi del pallet pooling

Il pallet pooling è quella pratica che prevede il recupero dei bancali attraverso la collaborazione diretta con la società che mette a disposizione il servizio.

I pallet vengono ritirati non appena liberati dalla merce presso il punto vendita finale, riducendo i costi di trasporto e stoccaggio e garantendo il riutilizzo dei bancali.

La qualità dei pallet è garantita a monte dall'azienda specializzata, che li fornisce in base alle reali necessità e ne monitora il flusso.

20.522

Pallet consegnati
durante l'anno

9 T

di CO2 equivalente
risparmiate rispetto
ai sistemi di gestione
dello scambio di pallet

Dati Piattaforma LPR

Accanto a quello per i pallet, ci avvaliamo di un sistema di pooling anche per le cassette per la movimentazione dei prodotti ortofrutticoli.

Come nel caso dei pallet, anche le cassette sono rese disponibili dagli operatori, i quali ne rientrano in possesso una volta terminato il servizio.

Per garantire la loro **durabilità nel tempo**, le cassette sono realizzate in plastica durevole per evitare che si rovinino a causa del peso e delle movimentazioni.

Come materiale di confezionamento riciclato, a partire dal 2022 CDS utilizza nei reparti gastronomia dei propri supermercati le vaschette in **plastica pet**.

dm³

55.429

Legno risparmiato
= 54 alberi

kg

52.553

Riduzione di CO2
= 47.993 km
percorsi

kg

6.354

Riduzione dei rifiuti
= 4.883 persone
che producono
rifiuti in 1 giorno

Dati Piattaforma CHEP Italia

2.2.3 La gestione sostenibile dei rifiuti

In accordo con i principi dell'economia circolare, quando non possiamo prevenire o ridurre la produzione di rifiuti, ci impegniamo affinché le risorse possano avere una seconda vita attraverso il conferimento ad attività di riciclaggio e recupero.

Il Gruppo Romano è dotato di una **Procedura Operativa di Gestione Ambientale**, con specifico riferimento alla gestione rifiuti prodotti dalle società del Gruppo e alle relative modalità di deposito temporaneo e conferimento. Il documento si pone l'obiettivo di garantire una corretta gestione di tutti i rifiuti generati dalle unità produttive, secondo quanto previsto dalle norme vigenti. Nella Procedura vengono indicate le modalità di smaltimento che devono seguire le unità produttive sia nel caso in cui il regolamento comunale preveda **la raccolta differenziata**, sia nel caso venga segnalata l'esigenza di smaltire rifiuti speciali. A seguito della validazione da parte della Direzione, la Procedura è stata inserita nei manuali operativi dei punti di vendita e dei depositi, oltre che divulgata ai dipendenti e a tutte le figure interessate. I rifiuti vengono consegnati agli operatori specializzati e sono smaltiti tramite la **raccolta differenziata** gestita dagli enti territoriali, secondo le tipologie di rifiuto generiche (per esempio, raccolta di organico, plastica, carta e cartone, indifferenziata, vetro).

I rifiuti di **plastica e cartone** presenti nella tabella sono principalmente composti da materiali di imballaggio. Questi dati risultano difficili da gestire per il nostro Gruppo, in quanto si riferiscono principalmente ai materiali di imballaggio secondario che permettono il trasporto dei prodotti nei singoli magazzini e/o punti vendita. Tali materiali, dunque, sono imputabili alla catena del valore a monte del Gruppo Romano, su cui non abbiamo un controllo significativo e su cui, attualmente, non abbiamo previsto attività di collaborazione diretta con i nostri fornitori, finalizzate a ridurre il consumo dei materiali per questo tipo di imballaggi.

Inoltre, rispetto a queste tipologie di rifiuto, il nostro impegno si concretizza anche nella fase di relazione con il punto vendita. Come da Procedura, gli imballaggi in plastica e cartone vengono resi dai punti di vendita ai depositi di CDL, dove il materiale viene selezionato e ceduto a piattaforme autorizzate al recupero.

	u.m.	2023		u.m.	2023
 Organico	Kg	1.001.115	 Plastica²	Kg	181.919
 Cartone¹	Kg	2.121.395	 Indifferenziato	Kg	88.139

¹ Rispetto al totale, 2.120.220 kg (ovvero il 99,94% del totale) fanno riferimento agli imballaggi di carta e cartone.
² Tutti i rifiuti di plastica registrati sono relativi agli imballaggi e al packaging di prodotto.

In accordo con la normativa, la Procedura di Gestione Ambientale prevede una gestione separata per **l'olio vegetale esausto e gli scarti di origine animale**, provenienti dai reparti di lavorazione, che richiedono trattamenti specifici per garantirne il corretto smaltimento e ridurre l'impatto ambientale. In particolare, l'olio e gli scarti sono affidati a specifiche ditte incaricate al ritiro e al trasporto, che si occupano della successiva fase di recupero per la produzione di biocarburanti. Nel corso del 2023 abbiamo correttamente smaltito 4.560 kg di olio vegetale esausto e 448.525 kg di scarti di origine animale derivanti dalle attività di CDS.



3

Temi Sociali

3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria

3.1.1 Un gruppo fatto di persone

Nel Gruppo Romano contiamo sul supporto di **1.448 dipendenti**, ripartiti tra tutte le società che lo compongono. Il **96,48%** è impiegato a **tempo indeterminato**, in prevalenza nel livello operaio ed impiegato. In CDS figura anche una piccola percentuale di impiegati nel livello quadro, pari all'1,41% dei lavoratori totali dell'azienda.

Nel 2023, in particolare, l'organico aziendale di CDS è stato pari a 1.205 dipendenti, di cui il 38,76% è costituito da donne e il 61,24% da uomini: la prevalenza del genere maschile nell'organico aziendale si deve principalmente alle caratteristiche delle attività effettuate. Una prevalenza che, per motivi analoghi, si registra anche nelle altre società, CDH e CDL, che registrano rispettivamente 31 e 212 dipendenti. Entrambe queste due aziende presentano una totalità di lavoratori uomini legata alla maggiore fisicità delle attività svolte, come lo stoccaggio merci (carico e scarico) o la consegna a ditte terze per il trasporto a punti vendita diretti, franchising e ingrosso.

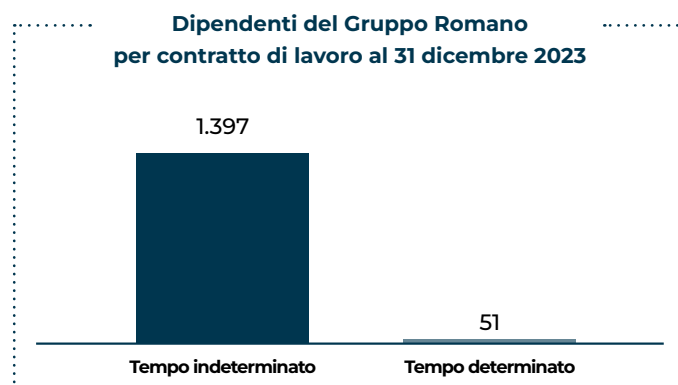
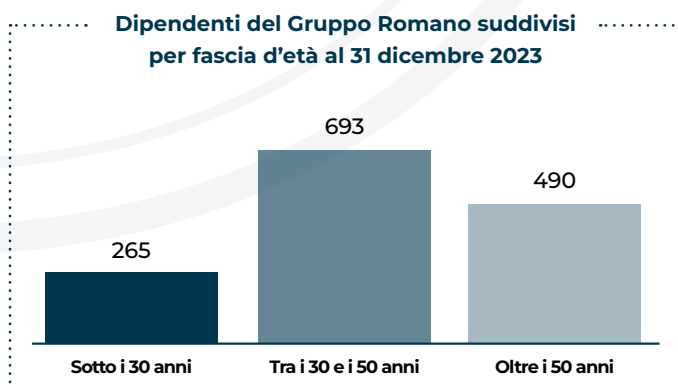
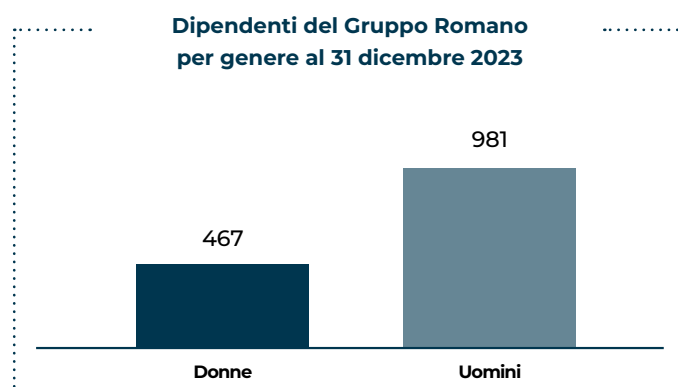
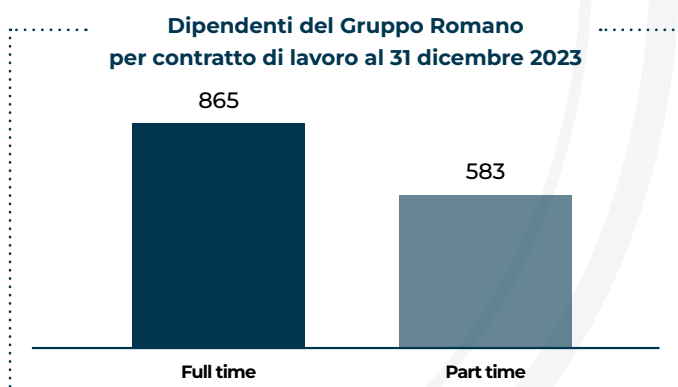


Per quanto riguarda le tipologie di contratto, si riscontra una maggioranza di contratti **full time (59,78%)** rispetto ai **part-time (40,26%)**. Mentre in CDS si riscontra una quasi parità di contratti full-time (56,85%) e part-time (43,15%), il ricorso al full-time cresce in CDL, dove si applica al 70,75% dei contratti, e soprattutto in CDH, dove si registra una sostanziale totalità di contratti full-time (il 96,77%). In merito alle **fasce di età**, inoltre, sempre a livello di Gruppo, si segnala una maggiore consistenza della fascia 30-50 anni, che conta per il 47,86%, seguita dalla fascia over 50 (33,84%) e dalla fascia under 30 (18,30%). La concentrazione segue lo stesso andamento sia per CDS sia per CDL. Fa eccezione CDH dove, nonostante una maggioranza di persone tra i 30 e 50 anni (41,94%), gli under 30 prevalgono sulla fascia over 50 (38,71% contro 19,35%).

Nel 2023 in tutto il Gruppo abbiamo assunto **386 persone**, rispettivamente **322** in CDS, **18** in CDH e **46** in CDL. A testimonianza del nostro impegno a valorizzare i giovani talenti, la maggioranza delle assunzioni si sono rivolte alla fascia **under 30**, interessando principalmente CDL (**84,78%** di assunzioni under 30 rispetto al totale), CDH (**61,11%**) e, in misura minore, CDS (**53,42%**).

Nel 2023, il turnover¹ complessivo di Gruppo è stato pari al **24,52%**, un valore contenuto ottenuto grazie a **CDH** che, nel 2023 non ha registrato cessazioni ma **solo assunzioni**, bilanciando il turnover generale di CDS (36,10%) e CDL (31,13%), tuttavia comunque in linea con le medie di settore.

Accanto ai dipendenti, il Gruppo si avvale del supporto di **101 collaboratori**, di cui 78 collaboratori di lavoro somministrato, 12 lavoratori autonomi, 4 collaboratori a progetto, 3 agenti e 4 stagisti.



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.

¹ Il turnover delle risorse umane si riferisce al tasso di sostituzione dei dipendenti all'interno di un'organizzazione in un determinato periodo di tempo. Si calcola come il rapporto tra lavoratori assunti e lavoratori cessati, diviso il numero di dipendenti totali, ed esprime la frequenza con cui i dipendenti lasciano l'azienda e vengono sostituiti da nuovi assunti. Un elevato turnover può indicare problemi di soddisfazione lavorativa, mentre misure di turnover più basse possono riflettere la naturale entrata e uscita di personale, in linea con l'andamento del mercato del lavoro.

3.1.2 Il nostro impegno per il benessere delle persone

Per noi del Gruppo Romano, promuovere il **benessere delle persone** significa prima di tutto garantire una **stabilità economica e garanzia dei diritti**. Il **100%** dei nostri dipendenti è infatti coperto dalla contrattazione nazionale, nell'ottica di garantire appropriati livelli di tutele e diritti per tutti i lavoratori, a favore di un ambiente di lavoro più equo. Per la precisione, ai dipendenti del Gruppo viene applicato il **contratto DMO** (Distribuzione Moderna Organizzata), fatta eccezione per i dipendenti di Ica.Market S.r.l. e Max Market S.r.l., ai quali si applica il contratto collettivo del **commercio** con la relativa politica salariale.

Nel 2023 non è stato segnalato alcun caso in materia di violazione dei diritti umani.

Il rispetto dei diritti lungo la catena del valore

In virtù della natura distributiva del nostro business, che comporta il coinvolgimento di numerosi attori lungo diverse filiere, il nostro impegno per il rispetto dei diritti si estende anche ai **lavoratori lungo la catena del valore**, soprattutto per due tipologie: per i lavoratori in appalto e per i fornitori di prodotto a marchio. In particolare, nei **contratti di appalto con i propri fornitori di servizi** richiediamo che l'appaltatore corrisponda ai suoi dipendenti una retribuzione adeguata, in linea con i parametri di riferimento applicabili. Per i lavoratori lungo

la catena che si occupano del trasporto delle merci tra il magazzino e i nostri punti vendita, affidiamo il controllo a uno specifico **ente terzo**, affinché siano rispettati i livelli retributivi e assistenziali previsti dalla normativa vigente di riferimento. Per quanto concerne i fornitori di prodotti a marchio, vengono invece svolti **audit documentali** specifici, che prevedono il coinvolgimento dei lavoratori. Gli audit sono a cura del **Responsabile Prodotto a Marchio** e sono previsti ogni qualvolta sia attivato un nuovo contratto con un nuovo fornitore.

Accanto alla garanzia dei diritti dei lavoratori, per favorire la diffusione del benessere aziendale ci impegniamo a favore di **un dialogo efficace e trasparente**. Nel farlo, ci avvaliamo del confronto diretto, per cui i dipendenti possono rivolgersi direttamente **al responsabile di area o del punto vendita**: essendo presenti sul luogo di lavoro, queste figure possono provvedere tempestivamente alle loro richieste, compresa la risoluzione di eventuali problematiche.

Comunicazione interna facilitata a tutti i livelli, e tra tutti i soggetti che vi operano e che vi entrano in contatto, grazie al contatto diretto con figure di riferimento.

Prevediamo inoltre la possibilità dei dipendenti di effettuare segnalazioni in **forma anonima**, ricorrendo alla **piattaforma di whistleblowing** (vedi pag 55), che abbiamo reso disponibile per tutti gli stakeholder già da questo primo anno di adozione.

Se da un lato predisponiamo canali, generali o dedicati, attraverso cui i lavoratori del gruppo possono raggiungerci, dall'altro ci assicuriamo che i loro bisogni siano sempre soddisfatti attraverso un'**indagine di clima aziendale**. Tanto in **CDS** come in **CDH**, l'analisi viene effettuata con cadenza annuale dal **Responsabile Risorse Umane** e dal **Responsabile del Centro di Distribuzione**, mentre in **CDL** è a cura del **Responsabile Logistica**.

Nel 2023 sono registrati 0 reclami da parte dei lavoratori, a conferma della validità delle pratiche volte a migliorare il clima aziendale.



Nell'ottica di rafforzare ulteriormente il nostro impegno a garantire un ambiente lavorativo più in linea con le esigenze dei nostri dipendenti, per il futuro prevediamo l'inserimento a livello di Gruppo di **modalità flessibili di gestione dell'orario lavorativo** in occasione dei prossimi accordi e rinnovi contrattuali, che punteranno a migliorare il clima aziendale.

Inoltre, con il medesimo obiettivo, prevediamo nel corso del 2024 un **programma di formazione specifico** per alcuni dipendenti degli uffici e per alcuni responsabili di funzione rispetto ai **temi della leadership** d'azienda.

Parità opportunità per tutti

*"[...] La Società intende evitare ogni tipo di discriminazione [...]. Tutte le decisioni devono essere prese in modo obiettivo e sulle capacità dimostrate e documentate di ognuno, **senza discriminazioni di sesso, orientamento sessuale, razza, nazionalità, religione, opinioni politiche e sindacali ed in genere qualsiasi caratteristica della persona umana** [...], incluso l'impiego delle proprie Risorse Umane e l'accesso ad assunzioni, sviluppo, promozione, training, retribuzione".*

Dal Codice Etico di Gruppo.

Per noi, promuovere il benessere aziendale significa rendere l'ambiente di lavoro uno spazio in cui tutti possano **riconoscersi ed esprimere il proprio valore**. Per questo ci impegniamo per una concreta parità tra tutti, senza alcuna discriminazione. Nel 2023, abbiamo proseguito con la nostra politica di **graduali ma significativi passi avanti** in questa direzione.

Nel 2023 non è stato registrato nessun episodio di discriminazione a livello di Gruppo.

In tema di parità di genere, l'organico del nostro Gruppo comprende per il **32,25%** lavoratrici femminili, tutte impiegate in **CDS**. Di queste, il **98,07%** è impiegato **a tempo indeterminato** principalmente con **contratti part-time (73,80%)** rispetto a **contratti full-time (28,17%)**.

In particolare, sono donne il **37,48%** delle impiegate, il **28,57%** delle operaie e il **17,65%** dei quadri.

Di notevole interesse la presenza femminile tra le posizioni all'interno del Consiglio di amministrazione del Gruppo, dove si registra una presenza pari al 33,33%: su 3 consiglieri, uno è donna.

Per indagare la parità retributiva del Gruppo Romano, nel 2023 abbiamo voluto calcolare il Gender Pay Gap per rilevare eventuali disparità all'interno dell'azienda¹.

Cos'è il Gender Pay Gap

Il **Gender Pay Gap** è un indicatore che quantifica **la differenza di retribuzione** tra uomini e donne, calcolata come **percentuale del divario** tra il salario medio maschile e quello femminile. Questo indicatore è cruciale per evidenziare eventuali disparità salariali di genere, permettendo alle aziende di **adottare misure correttive** per promuovere l'uguaglianza, basando ogni scelta sul merito delle persone e sul loro effettivo contributo professionale.

Nel 2023, le donne di CDS registrano mediamente una **retribuzione fissa minore del 4,08% rispetto agli uomini**.

Questo accade sia nel **livello impiegato** (-3,09%), sia nel **livello operaio** (-2,41%) mentre per le donne in posizione quadro il differenziale risulta leggermente positivo, (0,23%).

La differenza tra i livelli retributivi è confermata anche su base complessiva, comprendente la retribuzione fissa più la retribuzione variabile. Anche in questo caso, le donne sono pagate mediamente il 4,31% in meno degli uomini. Precisamente nel livello quadro (-4,73%), impiegato (-3,13%) e nel livello operaio (-2,47%).



¹ Il calcolo del Gender Pay Gap è stato possibile solo per CDS, dal momento in cui in CDH e in CDL l'organico è composto esclusivamente da uomini.

Guardando alla centralità della famiglia e al bilanciamento tra vita personale e professionale, dedichiamo specifica attenzione al congedo parentale. Un diritto che, come gli altri, vogliamo che venga rispettato, ma noi non vogliamo limitarci a questo: la vera sfida è garantire che i lavoratori effettuino la propria scelta **senza temere ripercussioni** sulla propria carriera professionale al rientro del periodo di congedo.

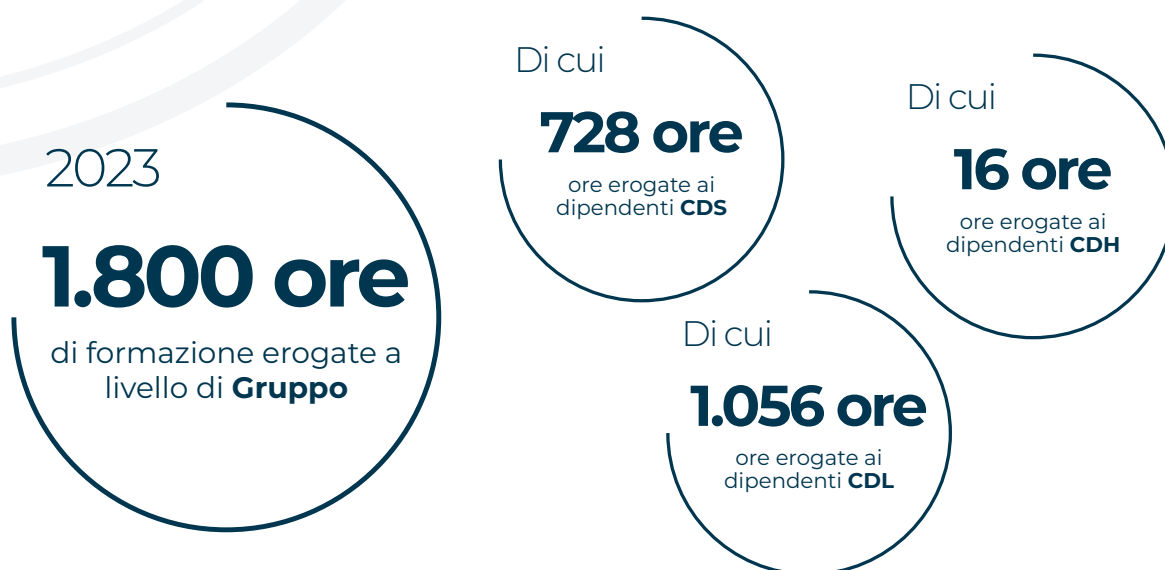
Per questo il nostro obiettivo è **garantire un corretto reintegro** dei lavoratori al termine del congedo, impedendo che vengano attribuite penalizzazioni: a loro volta queste potrebbero infatti disincentivare il lavoratore a usufruire del congedo, dando origine a situazioni di potenziale malessere nell'ambiente di lavoro.

Questo impegno è specialmente importante nell'ottica della **parità di genere**: gli ostacoli al congedo parentale possono colpire in particolare le donne, che ne sono le principali beneficiarie, con ricadute sul divario di genere. A riprova dell'efficacia del nostro impegno, nel 2023 il **100%** degli aventi diritto in CDS e CDL ha usufruito del **congedo parentale**, con rientro nella medesima posizione lavorativa a fine del periodo di congedo sia per le donne sia per gli uomini. In particolare, in linea con le caratteristiche dell'organico aziendale del Gruppo, le richieste di congedo sono state avanzate per il **73,33%** da uomini e per il **26,67%** da donne².

Negli ultimi anni, stiamo riconoscendo sempre più l'importanza dell'equilibrio tra vita lavorativa e privata come componente essenziale del benessere dei nostri dipendenti. Per questo siamo sempre più consapevoli di quanto siano fondamentali **soluzioni di lavoro che supportino le responsabilità familiari**

dei nostri collaboratori: in questo contesto, rappresenterà un passo fondamentale per offrire maggior supporto alle persone del nostro Gruppo **l'ampliamento dell'idoneità ai periodi di congedo familiare** nei prossimi accordi e rinnovi contrattuali.

Il nostro impegno per la salute e sicurezza delle persone



² Nel 2023, in CDH i dipendenti non hanno maturato diritto per chiedere il congedo parentale

Nel 2023, abbiamo erogato a livello di Gruppo **1.800 ore** in ambito formazione sulla **salute e sicurezza**. Considerando l'organico del Gruppo, la formazione ha interessato per il 40,44% i dipendenti di CDS, con 728 ore per 89 dipendenti, per il 58,67% i dipendenti di CDL, con 1.056 ore per 68 dipendenti, e, infine, per una piccola quota (pari all'0,89%) l'azienda CDH, con 16 ore di formazione per 2 dipendenti.

La formazione erogata nel 2023 ha coinvolto soprattutto chi non era ancora stato formato rispetto a questi temi, inclusi i neoassunti al primo impiego, in linea con il d.lgs. 231/01.

La formazione ha riguardato principalmente la categoria degli **operai**, che in **CDS e CDH** sono riconducibili a chi lavora nei punti vendita e nei reparti dove è prevista l'attività di lavorazione (macelleria, salumeria, gastronomia, ecc.), mentre in **CDL** corrispondono ai dipendenti che lavorano nei depositi per la movimentazione delle merci. Questi ultimi, infatti, per la natura stessa dell'attività che svolgono, potrebbero essere maggiormente esposti al rischio di infortunio.

“L'Organizzazione si impegna a garantire ambienti di lavoro sicuri e salubri e ad essere solidale e responsabile nei confronti dell'ambiente e dei propri dipendenti [...], mirando al miglioramento continuo delle condizioni di sicurezza”.

Dal Codice Etico di Gruppo.

Ci assicuriamo inoltre che all'attività di formazione, funzionale alla prevenzione degli infortuni e alla promozione di un ambiente di lavoro sicuro, sia affiancato un **continuo monitoraggio** delle operazioni quotidiane negli ambienti di lavoro. In questo senso è centrale la presenza di un **Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione**, a cui tutti i dipendenti possono rivolgersi per segnalare eventuali situazioni di pericolo o operazioni non conformi alle procedure di sicurezza condivise dal Gruppo.

Società	Medicazioni e first aid	Infortuni non gravi	Indice di gravità	Indice di frequenza ³
Gruppo	0	35	0,37	16,21
CDS	0	25	0,26	13,94
CDH	0	1	1,23	27,96
CDL	0	9	0,88	27,22

Nel 2023, abbiamo registrato a livello di Gruppo **35 infortuni non gravi**, da ricondursi a incidenti di lieve entità, con giorni di recupero tra le 24 ore e i 180 giorni, per un indice di gravità pari a 0,37 e un indice di frequenza complessivo pari a 16,21.

Nel caso di **CDS**, i 25 infortuni totali che hanno interessato operai e impiegati nel 2023 sono di bassa gravità, con recupero tra le 24 ore e i 180 giorni e un indice di gravità pari a 0,26. Per quanto riguarda **CDH**, nel 2023 è stato registrato un solo incidente sul luogo di lavoro, sempre infortunio non grave che ha richiesto 44 giorni di recupero, caratterizzando un indice di gravità pari a 1,23. Allo stesso modo, in **CDL**, sono stati registrati 9 infortuni non gravi che hanno richiesto l'intervento del primo soccorso, facendo registrare nel 2023 un indice di gravità pari a 0,88.

³ L'indice di frequenza degli infortuni sul lavoro è una misura che indica quanti infortuni avvengono in un'azienda, in rapporto al numero di ore lavorate. Esso è calcolato come il rapporto tra il numero degli infortuni e il numero di ore lavorate, moltiplicando per 1.000 al fine di ottenere una grandezza direttamente confrontabile con altri dati. Per questo, l'indice di frequenza riportato è più grande di 3 ordini di grandezza rispetto al dato reale.

Per continuare ad impegnarci affinché gli incidenti, seppur di lieve entità, si riducano sempre più nel tempo, vogliamo estendere la formazione in ambito salute e sicurezza anche ai dipendenti non inclusi in quella obbligatoria entro il **2024** per **CDS** e **CDL** ed entro il **2025** per **CDH**.

Inoltre, per accrescere ulteriormente la sicurezza, per 2024 abbiamo previsto l'installazione nei nostri ambienti di lavoro situati lontano dai presidi di primo soccorso, di **Defibrillatori Semi-Automatici (DAE)** progettati per trattare le emergenze di arresto cardiaco improvviso.

Questo servizio contribuirà direttamente al miglioramento del servizio di soccorso per i dipendenti, che sarà più tempestivo.

Il progetto prevede anche una **formazione** sull'utilizzo dello strumento ai dipendenti dei punti vendita interessati.

3.2 ESRS S3: Comunità interessate

3.2.1 Il nostro impegno a favore del territorio

Noi del Gruppo Romano riteniamo che l'impatto positivo delle nostre attività sullo sviluppo socioeconomico locale possa e debba **andare oltre le operazioni di vendita**. Un approccio che si concretizza in modo particolare nelle società **CDS** e **CDH**¹, a diretto contatto con il consumatore finale e più direttamente integrate nel territorio della nostra isola.

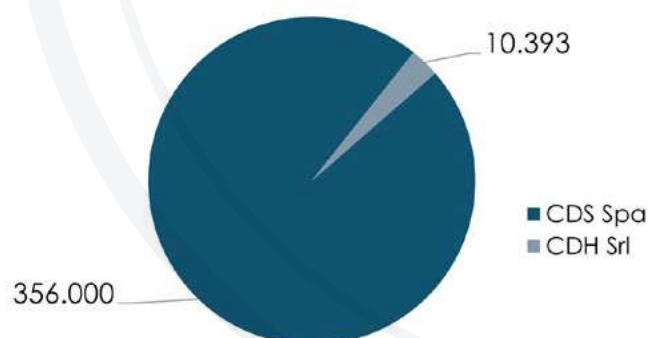
Nel territorio in cui siamo presenti ci impegniamo attraverso iniziative di diverso tipo, dalle **sponsorizzazioni a favore dello sport giovanile**, alle **donazioni di beni alimentari ad enti caritativi**, fino alla **valorizzazione del territorio mediante la scelta di prodotti enogastronomici locali**, con l'obiettivo di contribuire a migliorare il benessere delle comunità siciliane, di cui ci sentiamo fortemente parte e per le quali siamo consapevoli di rivestire una **rilevante valenza territoriale**.

I risultati del 2023

Grazie all'impegno profuso da CDS e CDH nell'ambito delle **donazioni e delle sponsorizzazioni**, nel 2023 il nostro Gruppo ha contribuito nel complesso a supportare economicamente il territorio di riferimento per un totale di circa **366.393 euro**.

Donazioni e sponsorizzazioni rappresentano per noi strumenti fondamentali per sostenere e rafforzare la comunità locale, perché aiutano a costruire legami sociali con le persone, migliorando **il senso di appartenenza e la coesione sociale**.

Valori delle sponsorizzazioni e donazioni del Gruppo Romano, divisi per società al 31 dicembre 2023



In particolare, nel 2023 il sostegno economico alla comunità locale si è concretizzato per una quota pari al **97,2%** del valore complessivo da parte di **CDS**, con un ammontare di **356.000 euro**, e per il **2,8%** da parte di **CDH**, con un importo di circa **10.400 euro**.

Questi importanti risultati non derivano solo dall'impegno concreto dell'azienda, ma sono anche il risultato di un importante percorso di miglioramento dei sistemi di monitoraggio che è stato effettuato nel corso del 2023 attraverso la **collaborazione di CDS con Regusto** (vedi pag 36).

Questo sistema ci ha consentito di contare su **un sistema accurato di tracciamento** delle donazioni di beni alimentari effettuate agli enti caritativi locali nel 2023, rilevando anche quelle che nel corso degli anni passati non venivano adeguatamente valorizzate.

¹ Per la società CDL, il tema della comunità locale non è emerso rilevante nel processo di materialità degli impatti. La società CDL, infatti, si occupa di movimentazione di merci nei Centri di distribuzione del Gruppo, non avendo in alcun momento contatto con la comunità locale, né con il consumatore finale.

Promuovere il benessere sociale attraverso lo sport

Tramite le insegne principali, nel 2023 il Gruppo Romano ha aderito a **Tutti in Campo**, un progetto promosso dalla **Centrale Selex**, per supportare il mondo dello sport e promuovere il benessere.

Giunta alla seconda edizione,

Tutti in Campo è l'iniziativa per chi vuole esprimere il proprio amore per lo sport supportando le associazioni e società sportive dilettantistiche. Da settembre, i clienti titolari di Carta Fedeltà che fanno la spesa **negli oltre 1.800 supermercati** aderenti all'iniziativa a livello nazionale hanno ricevuto speciali tagliandi **Tutti in Campo**, che riportano i codici da caricare per sostenere le associazioni e società sportive dilettantistiche (ASD/SSD). A loro volta, associazioni e società hanno potuto utilizzare i codici ricevuti per **richiedere gratuitamente nuove attrezzature**.

2023

37

Associazioni
Dilettantistiche
Sportive

Nel 2023, attraverso l'adesione al programma Tutti in Campo, abbiamo sostenuto **37 Associazioni Dilettantistiche Sportive**, localizzate nelle province di **Caltanissetta, Palermo, Messina, Trapani e Agrigento**.

Dal 2023 il nuovo catalogo (ASD/SSD) è più vicino alle **esigenze di diversità e inclusività**, con nuove categorie di attrezzature gratuite dedicate anche **agli sport "minori", ai percorsi psicomotori e la sana alimentazione, fino alle attrezzature inclusive e allo spogliatoio e infermeria**.

Oltre all'attività centralizzata a livello nazionale, nel 2023 abbiamo portato avanti alcune attività di **sponsorizzazione** nei confronti di società sportive presenti sul nostro territorio.

Nel corso 2023 è stata fatta verso la società sportiva dilettantistica Traina Srl e, in particolare, verso la squadra Albaverde, una erogazione di circa 5.000 euro a fronte dell'inserimento del logo dell'insegna Il Centesimo sulle maglie da gioco, sui social network della squadra e nelle dirette streaming in occasione delle tappe regionali, oltre che la presenza del logo nel sito web.

Albaverde è iscritta alla federazione italiana di pallavolo e questo sostegno si è inserito nell'ambito dei **campionati federali nazionali** che regolano la partecipazione al **campionato femminile di serie B2/F per le categorie under 13, under 15, under 17 e under 19**.

Il campionato si è svolto a livello nazionale, con alcune partite giocate a livello regionale tra le province di Agrigento e Caltanissetta, grazie al lavoro del comitato territoriale **FIPAV Akranis**.



Accanto a questa, Gruppo Romano, con l'insegna Il Centesimo, ha sostenuto nel corso del 2023 la **squadra di calcio Nissa FC**,

con una sponsorizzazione di circa 8.000 euro per la stagione calcistica 23/24.

Infine, attraverso la nostra insegna Famila Sicilia, abbiamo deciso di sponsorizzare anche la **squadra locale di basket ASD Invicta**, attraverso un'elargizione di 4.000 euro, di cui 3.500 euro in denaro e 500 euro in buoni spesa, sorteggiati durante le partite di campionato e regalati ai partecipanti, da utilizzare presso i tre punti vendita ad insegna Famila di Caltanissetta. L'Invicta è una società sportiva che unisce i giovani nisseni dal 1979 che, con grande passione e dedizione portano avanti il raggiungimento degli obiettivi e la crescita della squadra.



Le donazioni a favore delle persone più bisognose

Per promuovere il benessere collettivo della comunità nella quale siamo inseriti, ci impegniamo costantemente in attività che permettano di rendere il cibo una risorsa accessibile a tutti. Siamo consapevoli che **l'accesso al cibo sia un diritto fondamentale** e noi del Gruppo Romano, come realtà operante nel settore della Grande distribuzione Organizzata (GDO), siamo in prima linea per garantire che questo diritto sia rispettato per tutti, indipendentemente dalle condizioni economiche o sociali.

Nel 2023 questo impegno è stato perseguito da CDS e CDH attraverso **donazioni di beni alimentari ad enti caritativi** del territorio.

Nel 2023 abbiamo donato **oltre 70.500 kg di generi alimentari**, raccolti grazie all'attività di recupero attuata dai punti vendita di CDS e di CDH. Oltre a essere rilevante sul piano ambientale, grazie alla lotta allo spreco alimentare (*vedi pag. 33*), questa iniziativa racchiude anche un notevole **valore sociale**.

Le donazioni alimentari, infatti, rappresentano un ponte tra l'eccedenza e la necessità, riducendo gli sprechi e combattendo la scarsa e cattiva nutrizione. Attraverso queste iniziative benefiche, le eccedenze alimentari vengono **salvate e reindirizzate alle tavole di chi ne ha più bisogno**, creando **un impatto positivo sulla comunità locale**.

Nel 2023, attraverso le nostre donazioni alimentari, abbiamo **donato 70.553 kg di generi alimentari a 10 Associazioni presenti sul territorio**¹.

¹ Le 10 Associazioni che abbiamo supportato tramite donazioni alimentari nel 2023 sono state: Il Genio di Palermo ODV, Nuova Opportunità Onlus, Associazione Copiosa Redenzione, Un mondo che vorrei, Perla Rosa ODV, Don Pino Puglisi, Volontari di Strada Onlus, Acli provinciali di Caltanissetta APS, Parrocchia Sant'Agata e Crescere Insieme ODV.



2023

70.553kg

a 10 Associazioni
presenti nel
territorio

Promuovere e valorizzare le eccellenze territoriali

Noi del Gruppo Romano vogliamo investire nel territorio e nelle persone che lo abitano, creando un ciclo virtuoso di crescita e prosperità condivisa.

Per questo, all'interno delle referenze esposte a scaffale dei punti vendita della rete CDS è possibile trovare beni che sono stati prodotti da **fornitori e artigiani del territorio**, con l'obiettivo di far crescere l'economia locale.

GAL Terre Normanne



Vantiamo da anni un rapporto con **GAL Terre Normanne**, un consorzio volontario territoriale che unisce numerosi **piccoli produttori della Sicilia Occidentale**, custodi di un patrimonio senza tempo fatto di colture e allevamenti tradizionali. Tramite GAL Terre Normanne, CDS si impegna a portare sulle tavole dei consumatori cibi che rappresentino i sapori di una volta e i profumi genuini. Un impegno rivolto all'identità italiana a tavola, oltre che alla promozione e alla crescita sostenibile del territorio in cui viviamo, valorizzando **la conoscenza e la diffusione dei prodotti artigianali e della enogastronomia siciliana**.

A sostegno del nostro territorio

Dal 2020 sosteniamo il nostro territorio anche con uno **spazio espositivo all'interno dei punti vendita** situati nella provincia di Caltanissetta. Nel 2023 abbiamo ospitato in questi spazi un assortimento di prodotti proposti da una **piccola realtà che produce pane e biscotti con grano locale a km zero** all'interno di un borgo antico: il **Borgo Santa Rita**, nell'ottica di contribuire alla distribuzione di valore locale, promuovere le tipicità del territorio e contribuire allo sviluppo per tutto il borgo.



Nel corso del 2024, per accrescere il nostro impegno verso le comunità locali, vogliamo impegnarci ancor di più a supportare economicamente il territorio, valorizzando ulteriormente le eccellenze territoriali nei punti vendita della rete CDS.

Prevediamo infatti non solo di aumentare il numero di referenze presenti nell'assortimento all'interno dei punti di vendita, ma anche di aumentare i volumi d'acquisto dei prodotti locali.

3.3 ESRS S4: Consumatori ed utilizzatori finali

Le nostre società **CDS e CDH** sono presenti in modo capillare sul territorio dell'isola tramite reti di punti vendita con **diverse insegne**.

A CDH fanno capo le due insegne dell'ingrosso **C+C Cash & Carry e Zero 1**, mentre a CDS afferiscono i punti vendita retail, quali supermercati, minimarket, superette e superstore, con le insegne **Famila, il Centesimo e Max Supermercati**.

cdh

CENTRO DISTRIBUZIONE HO.RE.CA.



CDS

centro distribuzione supermercati



Poter contare su **diverse tipologie di punti vendita** ci consente di garantire un'offerta diversificata, andando incontro da un lato alle **esigenze delle famiglie e di diversi target di consumatori**, dall'altro a **quelle degli esercenti dei negozi alimentari di prossimità**, spesso a conduzione familiare, che rappresentano quindi un importante presidio sul territorio oltre che un supporto alle economie locali e al sostentamento di numerose famiglie.

Conosciute e apprezzate da consumatori e operatori del settore, **le insegne** contribuiscono inoltre di avere **una visibilità più diretta**, facilitando l'impegno delle società capofila in iniziative di **sostenibilità sociale e responsabilità aziendale nelle comunità di riferimento**.

3.3.1 L'ascolto riservato ai nostri clienti

Noi del Gruppo Romano abbiamo particolare cura delle persone che scelgono i nostri punti vendita, sia di CDS sia di CDH. Per questo ci impegniamo ogni giorno a garantire un servizio improntato su valori come la disponibilità, il rispetto e la cortesia, nell'ottica di un rapporto di elevata professionalità che tenga conto delle reali esigenze del cliente, attraverso l'offerta di prodotti e servizi di qualità che soddisfino le sue aspettative e necessità.



In particolare, siamo convinti che per offrire un servizio di qualità sia fondamentale **l'ascolto attivo** dei bisogni dei nostri clienti. Per questo abbiamo messo a disposizione diversi canali di contatto, progettati per **facilitare la comunicazione** e garantire che ogni cliente sia ascoltato e ogni necessità soddisfatta.

I consumatori possono contattarci attraverso le **sezioni "Contatti" presenti all'interno di ciascuno dei siti delle nostre insegne**, per qualsiasi tipo di segnalazione o richiesta di informazioni. Inoltre, abbiamo predisposto un **canale centralizzato** all'indirizzo www.grupporomano.it, a cui fanno capo tutti i punti vendita retail delle insegne con cui siamo presenti sul territorio.



Oltre a questi, siamo presenti sui principali **social media** come **Facebook e Instagram**, che monitoriamo in modo costante per assicurare una risposta tempestiva ai messaggi che ci vengono inviati da parte dei nostri consumatori.



Per i clienti che hanno delle esigenze rispetto ai prodotti a marca Umberto Romano, abbiamo predisposto il sito di Gruppo www.umberto-romano.it dove è presente **l'indirizzo e-mail** info@grupporomano.it a cui presentare eventuali richieste o segnalazioni.



Con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente il rapporto di fiducia che ci lega ai nostri clienti, dal 2023 abbiamo inoltre implementato e messo a disposizione sul nostro sito www.cdsspa.it una **piattaforma di whistleblowing**, che consente a ciascun cliente di segnalare in modo anonimo qualsiasi comportamento non etico, irregolarità o preoccupazione riguardante i nostri prodotti o servizi.

Progettata per essere facilmente **accessibile e intuitiva**, la piattaforma permette di inviare segnalazioni in modo sicuro e riservato.

Ogni segnalazione viene trattata con la massima serietà e riservatezza, assicurando che **tutte le informazioni fornite siano protette** e che vengano prese le misure necessarie per indagare e risolvere le problematiche sollevate.

Utilizzando il sistema di *whistleblowing*, i nostri clienti hanno l'opportunità di **contribuire in maniera proattiva** a migliorare i nostri processi e a salvaguardare **gli standard etici e di qualità** che ci impegniamo a mantenere. Il nostro obiettivo, infatti, non è solo risolvere le eventuali problematiche, ma anche e soprattutto prevenire casi futuri, migliorando così l'esperienza complessiva dei nostri clienti.

3.3.2 Innovazione dei servizi al cliente

Siamo costantemente alla ricerca di **soluzioni innovative** per migliorare l'esperienza di acquisto dei nostri clienti: in un'epoca in cui la **digitalizzazione** gioca un ruolo cruciale, abbiamo introdotto una serie di **servizi digitali** che rendono la spesa più comoda, veloce e personalizzata.

Fidelity Card Digitali

Le carte fedeltà dei punti vendita permettono di usufruire di promozioni dedicate in volantino, offerte e sconti personalizzati, servizi e iniziative speciali riservate ai titolari con due versioni secondo l'insegna, **Spicciolo d'oro** per i punti vendita **il Centesimo**, e **Mizzica** per **Famila** e **Max Supermercati**.



Nell'ambito del processo di digitalizzazione, abbiamo trasformato la nostra tradizionale **carta fedeltà** Spicciolo d'oro in una pratica versione **digitale**. Il formato digitale offre ai clienti tutti i vantaggi delle carte fisiche, con il valore aggiunto della comodità. I clienti iscritti al nostro programma fedeltà possono scaricare in modo semplice la loro carta sullo smartphone **dalla nostra app dedicata**, accumulando punti ad ogni acquisto, accedendo a sconti esclusivi e monitorando in tempo reale le **promozioni personalizzate** a loro dedicate.

Nel futuro, vogliamo rendere disponibile la fidelity card Mizzica digitale per le insegne Famila e Max Supermercati, ma anche ai clienti professionali che si rivolgono ai punti vendita all'ingrosso della rete CDH.

Apposta per Te

Un'altra iniziativa volta a migliorare l'esperienza d'acquisto, che abbiamo lanciato per l'insegna **il Centesimo**, è l'app **APPosta per Te**: un servizio innovativo, progettato per offrire una serie di **funzionalità avanzate** che vanno ben oltre il semplice acquisto online.



Tra le altre cose, i clienti possono

utilizzare l'app per esplorare il catalogo completo dei prodotti, monitorare le offerte speciali e usufruire di coupon che permettono di beneficiare di ulteriori sconti su prodotti mirati. L'app permette inoltre di **creare e condividere liste della spesa**, trovare i negozi più vicini e pianificare il ritiro degli acquisti effettuati online.

L'integrazione di queste funzionalità in un'app la rende uno strumento indispensabile per una clientela sempre più digitale, promuovendo **una connessione diretta e continua** con i nostri clienti che contribuisce al miglioramento continuo del servizio di vendita.

Volantino Digitale

Per tenere i nostri clienti sempre aggiornati sulle ultime offerte e promozioni, abbiamo anche introdotto il **volantino digitale** per le insegne **Famila e il Centesimo**. Accessibile nell'app, nei nostri siti web in una sezione dedicata e tramite il canale whatsapp, il volantino digitale è **più sostenibile**, in quanto evita lo spreco di carta, e permette di sfogliare tutte le promozioni attive ovunque e in qualsiasi momento.



Per l'insegna **Famila** l'iniziativa rientra nel progetto **Più foglie meno fogli**, già richiamata all'interno del paragrafo E5, promossa a partire dal 2022. Con l'obiettivo di coinvolgere sempre più i nostri clienti, in tutti i punti vendita **Famila Sicilia e il Centesimo** sono stati collocati dei **QR code** da scansare, per accedere in modo più rapido al volantino digitale, in punti strategici quali l'ingresso e i carrelli della spesa.

Servizio di Spesa Online

Un altro aspetto di cui comprendiamo l'importanza per i nostri clienti è la praticità e il risparmio di tempo. Per questo abbiamo sviluppato **Ciao Spesa**, un intuitivo servizio di **spesa online** accessibile sia dai siti web delle insegne **Famila, Max Supermercati e il Centesimo**, sia dall'app che dal sito dedicato <https://www.ciaospesa.it/>, per fare la spesa comodamente da casa, scegliendo tra una vasta gamma di prodotti freschi e confezionati. A completamento dell'acquisto, è poi possibile ricevere la spesa direttamente a casa grazie all'opzione della **consegna a domicilio**.



Etichette Elettroniche



Al fine di rendere ancora più accurate le informazioni sui prodotti, dal 2021 abbiamo introdotto le **etichette elettroniche**. Posizionate sugli scaffali dei nostri punti vendita, le etichette digitali permettono di **aggiornare in tempo reale** i prezzi e i dettagli dei prodotti, garantendo sempre la **massima trasparenza e correttezza**. Le versioni elettroniche riducono significativamente il margine di errore e il consumo di supporto cartaceo rispetto alle tradizionali e, fornendo **informazioni chiare e aggiornate**, migliorano l'esperienza di acquisto dei nostri clienti. L'innovativo sistema è presente in **24 punti vendita** della rete **CDS** (Famila, il Centesimo e Max Supermercati), a cui si è aggiunto nel 2023 il punto vendita il Centesimo di Misterbianco (CT).

I servizi nel punto vendita

Oltre che con i prodotti e le iniziative innovative, il nostro impegno per un'esperienza d'acquisto sempre migliore per i nostri clienti si concretizza anche arricchendo i servizi **all'interno dei nostri punti vendita**.

Servizio Orteria

Nè un esempio il reparto ortofrutta, dove rendiamo disponibili due diverse modalità di selezione e acquisto di prodotti freschi a km zero. Il cliente può scegliere di essere **servito da un nostro addetto** che lava, taglia e inserisce in una vaschetta la verdura e la frutta, pronta per il consumo. In alternativa, può acquistare nei banchi frigorifero frutta e verdura già lavate, tagliate e confezionate, pronte da portare via.

Pensato per chiunque desideri acquistare in modo più pratico e veloce un prodotto pronto per il consumo rapido, il libero servizio è attualmente attivo nei punti vendita a insegna **Famila** a Caltanissetta in via Salvo D'Acquisto e Via Pietro Leone e a Palermo, in Via Castelforte.



Non solo carne



Nel reparto macelleria delle nostre insegne CDS (Famila, il Centesimo e Max Supermercati), produciamo **hamburger vegani** per soddisfare le esigenze dei nostri clienti che seguono una dieta vegetariana o vegana.

Questo prodotto è pensato per offrire un'alternativa gustosa e nutriente, allineata con le tendenze alimentari contemporanee.

Un'esperienza Pet-Friendly

Per facilitare gli acquisti ai nostri clienti che desiderano portare con sé i propri amici a quattro zampe, abbiamo introdotto degli appositi **carrelli**.

Ogni punto vendita della rete CDS è dotato di tre carrelli, progettati per garantire sicurezza e comfort agli animali durante la spesa.



3.3.3 La tutela e l'inclusione economica del consumatore

La tutela economica

Un'altra priorità è la **tutela economica** dei nostri clienti. A questo scopo abbiamo sviluppato diverse iniziative che garantiscono prezzi accessibili e vantaggi anche ai clienti che vivono situazioni di difficoltà economica. In particolare, siamo impegnati a offrire **prodotti di qualità a prezzi competitivi** attraverso una serie di **programmi specifici**.

Prezzi Fissi e Bassi

L'iniziativa **Prezzi Fissi e Bassi** è una promozione che offre ai clienti delle insegne Famila Sicilia, il Centesimo e Max Supermercati l'opportunità di acquistare **articoli di alta qualità** a prezzi estremamente vantaggiosi, contribuendo a ridurre il costo complessivo della spesa. Nei supermercati il Centesimo, inoltre, abbiamo stabilito una politica di prezzi fissi e bassi su una selezione di prodotti di uso quotidiano attraverso l'iniziativa **Il Ribassone**. Questo assicura ai nostri clienti la possibilità di pianificare la spesa senza sorprese, garantendo risparmi costanti su **prodotti essenziali**.



Spesa Difesa



Con il programma **Spesa Difesa**, promosso dalla **Centrale Selex**, nei punti di vendita ad insegna Famila e Max Supermercati ci impegniamo a proteggere il potere d'acquisto dei nostri clienti mantenendo i prezzi stabili nonostante le fluttuazioni del mercato. Questo programma è pensato per offrire sicurezza e tranquillità, permettendo ai clienti di effettuare acquisti senza preoccuparsi di aumenti imprevisti dei prezzi.

Spesa Difesa, un gesto di responsabilità a protezione del potere d'acquisto

Nel complesso contesto socioeconomico attuale, caratterizzato da tensioni sui prezzi, **Selex** con le società aderenti – tra le quali il nostro Gruppo – ha ritenuto necessario **proteggere il potere d'acquisto delle famiglie**. Nel 2022 è nata così la campagna nazionale **Spesa Difesa**, che si pone come obiettivo di rendere ancora più conveniente la qualità, grazie a iniziative dedicate di **contenimento dei prezzi** su oltre **1.000 prodotti a marchio Selex** acquistabili presso i punti vendita con le diverse insegne della rete CDS. I prodotti offerti spaziano dagli alimentari di uso quotidiano, quali pasta, tonno, caffè, biscotti, a quelli ricreativi come gelato o creme spalmabili, fino ai detersivi e prodotti per la cura della casa. L'efficacia del programma è stata rafforzata da un'iconica campagna pubblicitaria che ha messo in campo due "supereroi", un uomo e una donna, diffusa sui media generalisti e sui social.



Sconti su Prodotti in Scadenza

Per ridurre gli sprechi alimentari e offrire ulteriori risparmi ai nostri clienti, applichiamo **sconti significativi** (in media pari al 50%) **sui prodotti prossimi alla scadenza** per tutte le insegne CDS. Questa iniziativa non solo aiuta i clienti a risparmiare, ma promuove anche un consumo responsabile e sostenibile.

I progetti di inclusione del consumatore

Sconto Over 60

Per agevolare i nostri clienti **over 60**, offriamo uno **sconto del 10%** sulla spesa **ogni mercoledì** nei punti vendita **Famila**. Questa iniziativa, attiva dal 2021 e riconfermata nel 2023, è pensata per supportare economicamente una parte importante della nostra comunità.



Social Card

Oltre le iniziative intraprese dal Gruppo nei punti vendita delle insegne CDS, abbiamo aderito **all'iniziativa della Social Card**, riconoscendo un'agevolazione economica aggiuntiva ai beneficiari della carta di solidarietà prevista dalle politiche sociali nazionali.

La Social Card: oltre l'assistenza

La Carta Acquisti, conosciuta anche come **Social Card**, è una carta riservata a **cittadini di età superiore ai 65 anni** o **genitori di bambini sotto i 3 anni** che eroga un importo spendibile in beni primari ai cittadini che ne hanno diritto, in base a particolari condizioni di reddito. Funziona come una semplice carta di pagamento elettronica attiva su circuito Mastercard: è totalmente gratuita e ricaricata ogni 2 mesi di un importo fisso pari a 80 euro.

Oltre all'adesione alla convenzione delle nostre insegne Famila e Max Supermercati, che consente ai titolari di utilizzarla nei rispettivi punti vendita, si segnala l'iniziativa di Famila, che ha voluto riconoscere loro il **15% di sconto sulla spesa effettuata**. In questo modo, i beneficiari della carta possono godere di una riduzione di prezzo sui prodotti acquistati, potendo acquistare altri prodotti aggiuntivi con l'importo risparmiato grazie allo sconto. Anche in questo caso, fine ultimo è **aumentare il potere d'acquisto** di

coloro che versano in particolari condizioni economiche, favorendo un maggior accesso al cibo e a un'alimentazione sicura, anche in un contesto di tensioni sui prezzi come l'attuale.



3.3.4 Un'esperienza d'acquisto sicura e trasparente

Per noi **la sicurezza** dei nostri clienti è l'elemento fondamentale alla base di un servizio di qualità, volto a costruire **relazioni di fiducia durature** con i nostri clienti. Lato prodotti, per garantire **un'esperienza sicura** comunichiamo una serie di informazioni attraverso una **corretta etichettatura**, mentre, per quanto riguarda la gestione, implementiamo la sicurezza tramite la **protezione dei dati personali e finanziari** dei clienti.

All'interno dei punti di vendita, disponiamo di **manuali operativi** che forniscono linee guida per l'operatività: sono incluse sia linee guida per una **corretta gestione dei prodotti a scaffale**, come la rotazione della merce, sia procedure operative per la realizzazione dei prodotti preparati nei reparti di lavorazione (preparati di macelleria, di gastronomia, e i prodotti di orteria) in accordo con le **normative HACCP**.

Oltre a questo, noi del Gruppo Romano ci impegniamo in tutte le nostre attività operative, dal punto vendita al magazzino, per conservare correttamente gli alimenti a temperature appropriate, assicurando che i prodotti freschi e surgelati siano **sicuri per il consumo**.

Per garantire la corretta conservazione degli alimenti nelle operazioni quotidiane, seguiamo il nostro **manuale di autocontrollo** che disciplina la rotazione dei prodotti, le condizioni igieniche dei contenitori e del trasporto degli alimenti, nonché l'integrità degli imballaggi. Per assicurare che le linee guida e le altre norme e regole siano congrue e attuate correttamente, prevediamo inoltre **piani formativi erogati alle figure interessate**, come i tecnici dei reparti di lavorazione e i dipendenti dei punti vendita.

.....

Gli elevati standard di sicurezza della nostra operatività sono confermati dagli zero casi di non conformità in materia di salute e sicurezza dei consumatori registrati nel 2023 per prodotti a marca e presenti nei reparti del fresco/freschissimo¹.

¹ Con **prodotti a marca**, si intende non solo il gruppo di prodotti appartenenti al marchio Umberto Romano, ma anche i prodotti la cui responsabilità viene direttamente imputata all'insegna: prodotti freschi, freschissimi presenti nel reparto orto-frutta, macelleria, pescheria, gastronomia, salumeria, etc.



Sempre **in tema di salute e di sicurezza dei prodotti**, in applicazione del principio di trasparenza previsto dal nostro Codice Etico forniamo informazioni dettagliate attraverso un'**etichettatura chiara** sui prodotti a marca. In particolare, siamo attenti alle esigenze dei consumatori allergici, garantendo che i prodotti contenenti allergeni siano chiaramente contrassegnati con **etichette e cartelloni specifici**, oltre che riportati in un **libro degli ingredienti elettronico** per consentire ai consumatori di accedere facilmente alle informazioni sugli ingredienti utilizzati.

Nel 2023 sono stati registrati zero casi di non conformità con normative in materia di etichettatura dei prodotti a marca e presenti nei reparti del fresco/freschissimo.

Infine, per garantire un'esperienza d'acquisto **sicura** ai nostri clienti, operiamo a favore del rispetto e della **protezione dei dati** personali e finanziari dei nostri clienti, avendo cura della loro **privacy**.

Ogni informazione che ci viene fornita è trattata con la massima riservatezza e utilizzata esclusivamente per **migliorare l'esperienza di servizio** e personalizzare le offerte in base alle esigenze individuali. I dati personali vengono gestiti con **protocolli di sicurezza specifici** per prevenire accessi non autorizzati, perdite o abusi da figure esterne esperte a cui ci affidiamo per la gestione e trattamento dei dati. Per i dati dei clienti trattati nel punto vendita, come la sottoscrizione della fidelity card cartacea, prevediamo inoltre specifici piani formativi erogati alle figure interessate, in accordo a quanto previsto dal GDPR 679/16.

Chiunque lo desideri, può rivolgersi per ogni necessità legata al trattamento dei dati al Responsabile Compliance all'indirizzo e-mail privacy@grupporomano.it o al **Responsabile della protezione dei dati (o anche DPO)** all'indirizzo e-mail renorm@legalmail.it

Nel 2023, a testimonianza dell'impegno perseguito, sono stati registrati zero casi di violazione della privacy.

I punti vendita sempre più sicuri: l'installazione dei DAE

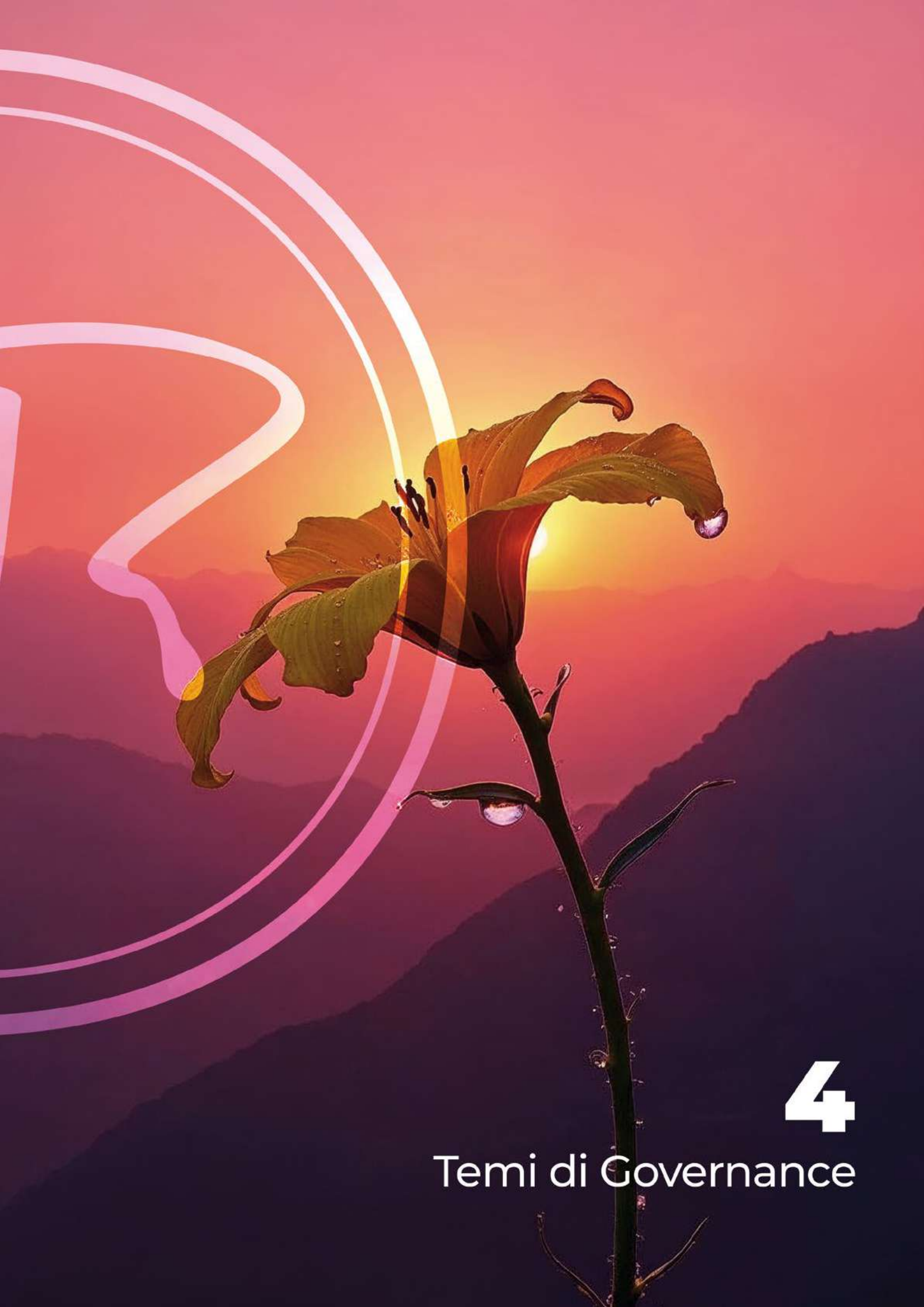


Nel Gruppo Romano siamo altamente consapevoli dell'importanza di prevenire infortuni o altri eventi accidentali all'interno dei nostri punti vendita, non solo per i nostri dipendenti, per i quali implementiamo tutte le misure previste dalla legge sulla sicurezza nei luoghi di lavoro, ma anche per i nostri clienti. Per questo abbiamo fortemente voluto l'installazione, che avverrà nel corso del 2024, di **defibrillatori semiautomatici (DAE)** nei **31 punti vendita della rete CDS** meno prossimi ai servizi di pronto soccorso, per garantire un

intervento rapido in caso di necessità.

Per rendere più efficace l'installazione, prevediamo di **erogare una formazione specifica** ai nostri operatori di negozio, in modo che siano preparati ad affrontare situazioni di emergenza e a fornire un supporto immediato fino all'arrivo delle figure competenti. Con questo investimento non solo miglioriamo la sicurezza dei nostri spazi commerciali, ma dimostriamo anche il nostro **impegno concreto nel tutelare la salute e la sicurezza** delle persone all'interno dei nostri supermercati.





4

Temi di Governance

4.1 ESRS G1: Condotta delle imprese

4.1.1 Il nostro impegno etico

Noi del Gruppo Romano siamo fortemente impegnati a coltivare una **cultura aziendale** che rifletta i **valori di trasparenza, integrità e responsabilità** di cui vogliamo essere promotori. Il settore della grande Distribuzione Organizzata, in cui operiamo, è – per sua natura – potenzialmente esposto al rischio di corruzione, a causa dei numerosi rapporti commerciali con diversi fornitori, dei grandi volumi di transazione e dell'interazione frequente con enti di diverso tipo.

Da qui nasce, nel 2021, la volontà di adottare un **Modello Organizzazione Gestione e Controllo** ai sensi del D.Lgs. 231/01 (e per questo spesso definito anche **Modello 231**), per implementare un sistema strutturato di controlli interni volto a prevenire la commissione di illeciti aziendali. Adottato da **CDS** e **CDL**, questo modello ci aiuta a identificare e mitigare i rischi di comportamenti illeciti, non solo garantendo che tutte le nostre operazioni siano conformi alle leggi e normative, ma promuovendo anche un **agire etico e trasparente**.

Grazie alle analisi eseguite per l'adesione al modello, abbiamo individuato **i processi aziendali a rischio e le figure particolarmente esposte**. Per **CDS** si tratta principalmente dell'Ufficio Affari Generali, l'Ufficio Tecnico e tutti gli Uffici che hanno rapporti con soggetti esterni, i Responsabili di Punto vendita e i consulenti incaricati dall'azienda. Per **CDL**, dei capi settore e degli operatori che ricevono la merce dai fornitori nei due depositi del Gruppo. A queste figure viene quindi dedicata **una particolare attenzione nella formazione sui rischi**, tra i quali quello di corruzione, per garantire una corretta attuazione del modello adottato.

Oltre alla formazione relativa al Modello 231, ci assicuriamo che queste figure siano consapevoli dei flussi informativi che periodicamente devono essere inviati all'Organismo di Vigilanza aziendale per le sue attività di supervisione e controllo.

.....
A riprova di questo nostro costante impegno, nel 2023 si sono verificati **0 casi** di violazione di leggi in materia di corruzione attiva e passiva in CDS e CDL.
.....

.....
Con l'obiettivo di completare il processo di adozione del Modello 231 a tutte le società del Gruppo, abbiamo già previsto nei prossimi piani di sviluppo di estenderlo alla società **CDH**, ad oggi non dotata di questo strumento.
.....

Siamo consapevoli che un modello è efficace solo se le persone all'interno dell'azienda lo perseguono correttamente. Per questo, oltre a renderlo disponibile sul sito aziendale della controllante CDS, ci assicuriamo che **ne siano informate tutte le persone del Gruppo**. Il documento viene inviato in formato digitale tramite e-mail ai neoassunti e, in caso di modifiche o aggiornamenti, a tutto il personale.

In un settore complesso come quello in cui operiamo, comunque, il controllo interno può non essere sufficiente. Per questo abbiamo risposto in modo proattivo alla disciplina del **whistleblowing**, adottandolo tempestivamente per tutte le società del Gruppo. Per questo motivo abbiamo reso disponibile un canale attraverso cui ciascuno stakeholder può segnalare eventuali condotte in contrasto con il Modello 231.

Le segnalazioni giungono all'attenzione del **Responsabile Whistleblowing** (o dell'Organismo di Vigilanza, se la segnalazione riguarda la condotta del Responsabile stesso), o ancora dell'Organismo di Vigilanza nel caso la segnalazione riguardi i reati contemplati all'interno del Modello 231.

Le segnalazioni possono essere effettuate tramite lettera raccomandata o, per garantire l'anonimato, attraverso la piattaforma informatica centralizzata Openbow, (si veda box "*Riservatezza a prova di software*"), disponibile sul sito aziendale www.grupporomano.it.

Riservatezza a prova di software

Per garantire **la riservatezza dei dati personali, dell'identità del segnalante e del contenuto delle segnalazioni**, in tutte le società del Gruppo abbiamo introdotto il sistema informatico

Openblow: una piattaforma di *whistleblowing* che consente di segnalare e gestire condotte illecite in modo semplice, sicuro e protetto.

In particolare, Openblow tutela il segnalante da possibili discriminazioni, garantendo la separazione e la riservatezza dell'identità e del contenuto della segnalazione durante tutto il processo grazie a un sistema di **crittografia**.

Compilando il modulo di segnalazione sulla piattaforma, viene fornito **un codice personale**

identificativo che consente al segnalante di seguire l'iter della segnalazione inviata, leggere le risposte degli incaricati, dialogare con loro e allegare eventuali altri documenti.

Alla ricezione di una segnalazione, un incaricato procede con la presa in carico e la verifica preliminare per **valutarne l'ambito e la fondatezza**. In seguito, viene avviata un'istruttoria per definirne **l'esito e le azioni correttive**, coinvolgendo i dipartimenti interni o gli uffici competenti.

La piattaforma implementa in modo nativo **i ruoli operativi previsti dalla normativa e dalle linee guida di riferimento**.

La documentazione sulle segnalazioni è accessibile al **Responsabile Whistleblowing**, all'**Organismo di Vigilanza** e all'**Organo Amministrativo**, direttamente coinvolti nella fase di valutazione della pertinenza della segnalazione stessa, nel rispetto degli obblighi di riservatezza e salvo i casi in cui i soggetti segnalati coincidano con i componenti di questi organi.

Per rafforzare la cultura della legalità e della trasparenza, nel **2024** è prevista in CDS una **sessione di formazione specifica** sul Modello 231.

A un livello più generale, il **Codice Etico** rappresenta lo strumento fondamentale per salvaguardare e tramandare **i valori e i principi più autentici** che rappresentano i veri pilastri della nostra filosofia imprenditoriale.

In qualità di capogruppo, CDS ha definito la struttura del **Codice Etico unico condiviso** che le società del Gruppo adottano nella sua totalità, ciascuna con le specificità della propria realtà aziendale.-

Il Codice Etico rappresenta, in particolare, l'insieme dei principi positivi e delle regole di comportamento che la nostra organizzazione **ha scelto volontariamente di adottare** e rendere pubblico, come concreta espressione del proprio impegno verso tutti gli stakeholder dell'azienda.

Il Codice Etico: i valori in cui crediamo

L'adozione del Codice Etico non si esaurisce nel descrivere ciò che i membri dell'organizzazione possono o non possono fare ma, con spirito pragmatico, si propone anche di **individuare le risorse utili ad affrontare particolari situazioni** nell'ambito lavorativo.

Con questo pragmatismo il Codice traduce nella realtà quella **missione aziendale** che ne è il cuore: valorizzare una lunga storia di crescita responsabile per **affrontare nuove sfide con entusiasmo e passione**, grazie a un capitale umano che continua ad alimentarsi degli stessi valori che hanno ispirato il fondatore, **Umberto Romano**.

In particolare, il Codice Etico si fonda sui principi generali di:

- **Reciprocità:** richiediamo che i soggetti terzi agiscano nei nostri confronti con un'analoga condotta etica
- **Legalità:** ci poniamo come principio imprescindibile il rispetto delle leggi, regolamenti e procedure sociali
- **Lealtà e correttezza:** improntiamo tutte le attività, interne ed esterne, alla massima lealtà e integrità morale
- **Imparzialità e pari opportunità:** evitiamo ogni tipo di discriminazione in base ad età, sesso, stato di salute, razza, opinioni politiche, credenze religiose o altro
- **Diligenza, professionalità ed efficienza:** svolgiamo le nostre mansioni perseguendo obiettivi di efficienza ed efficacia, anche attraverso costanti investimenti in qualità e servizi
- **Trasparenza:** facilitiamo la comunicazione interna all'azienda a tutti i livelli e tra tutti i soggetti che vi operano e che vi entrano in contatto
- **Sicurezza sul lavoro:** ci impegniamo a garantire ambienti di lavoro sicuri e salubri, non solo adottando tutte le protezioni e prevenzioni previste, ma anche mirando al miglioramento continuo
- **Tutela dell'ambiente:** riconosciamo l'ambiente quale bene primario e ne promuoviamo il rispetto, la salvaguardia e la valorizzazione
- **Conflitti d'interesse:** evitiamo ogni situazione di interesse personale in potenziale conflitto con gli interessi della società, o che possa configurare reato
- **Riservatezza delle informazioni:** rispettiamo la riservatezza, integrità e veridicità di qualsiasi dato, informazione, documento e sistema, a chiunque appartenente

In un'ottica di responsabilità sociale, il Codice costituisce inoltre la **Carta dei diritti e dei doveri morali** a cui devono ispirarsi, senza alcuna eccezione, tutti i membri del Gruppo (manager, dipendenti, consulenti, partner, fornitori) sia nei rapporti interni sia verso l'esterno, e a cui ci ispiriamo per l'attuazione della nostra mission.

Conoscere a fondo il Codice Etico è un dovere, così come è un dovere applicarlo. Il successo del Gruppo è il frutto dell'attenzione di tutti e di ciascuno: "INSIEME" è, infatti, il punto di forza del Gruppo.

4.1.2 I nostri fornitori

I fornitori del Gruppo Romano



Noi del Gruppo Romano selezioniamo con accuratezza i nostri fornitori per garantire ai nostri clienti prodotti di qualità nella rete vendita di CDS e di CDH¹. Ci rivolgiamo di preferenza a **fornitori locali**, prediligendo dove possibile quelli appartenenti al nostro territorio.

¹ La società CDL svolge un'attività di movimentazione delle merci per conto di CDS. Questa attività viene svolta all'interno di magazzini di proprietà di CDS, a supporto delle attività core del Gruppo Romano. Per questo motivo, il paragrafo è interamente incentrato sulle società CDH e CDS, più direttamente coinvolte in attività di collaborazione con fornitori di merci sul territorio.

Nel 2023, i nostri fornitori sono stati **1.617**, di cui 1.446 riconducibili alle attività di approvvigionamento di CDS e 171 a quelle di CDH, e registrando nel complesso dell'anno un aumento del **6,45%**. Entrambe le attività di approvvigionamento sono in prevalenza rivolte ai **prodotti alimentari** (pari all'83,12% per CDS e all'85,38% per CDH). A queste fa seguito una restante percentuale per l'assortimento di **prodotti non alimentari**, pari al 16,88% per la rete di supermercati CDS e al 14,62% per i punti vendita all'ingrosso CDH.

Accanto all'approvvigionamento rivolto alle due reti, il Gruppo si rivolge a fornitori di servizi ausiliari necessari all'attività delle sue imprese – pulizia, servizi informatici, ecc. – che nel 2023 ammontano a **446** per CDS (+1,5% rispetto al 2022) e a **83** per CDH (+2% rispetto al 2022).

In CDS le categorie merceologiche alimentari principali sono quelle **dei Fresco da Banco, Fresco da Asporto, Food confezionato e Alimenti surgelati**. Data la grande presenza e varietà di produttori alimentari di qualità che vanta il nostro territorio, la quasi totalità **dei fornitori riguarda produttori italiani** – il **98,62%** a cui va il **99,13%** del valore degli acquisti – seguita da un **1,38%** che proviene invece da altri Paesi europei. Nell'ambito delle forniture locali, i **produttori del nostro territorio** rappresentano il **23,65%** e a loro va il **22,27%** del valore spesa.

La prevalenza dei prodotti alimentari e dell'origine italiana per i prodotti assortiti riguarda anche la rete di vendita all'ingrosso di CDH, a testimonianza dell'orientamento verso il settore Food che caratterizza l'attività del nostro Gruppo. Dei **171** fornitori diretti di CDH, l'**85,38%** riguarda i prodotti alimentari. Al pari di CDS, anche in CDH si registra una **quasi totalità di fornitori italiani**, che nel 2023 si attesta al **100%**. Di questi, il **36,84%** sono **fornitori regionali** da cui ci riforniamo della maggior parte di prodotti, raggiungendo un valore spesa pari al **86,83%**.



Il legame con il territorio

Il legame con i fornitori siciliani rappresenta per noi la leva per generare valore sul nostro territorio, avendo cura di preservare **la tradizione e lo sviluppo economico locali**. Per esempio, ci impegniamo a selezionare **prodotti locali a chilometro zero**, che garantiscono anche maggior freschezza e qualità del prodotto: lo facciamo in particolare grazie alla collaborazione con il **Consorzio Siciliano Gal Terre Normanne**, che ci permette di sostenere fornitori che utilizzano le risorse locali e di vantare una **selezione locale** di vini da vitigni autoctoni, olio d'oliva prodotto con metodi tradizionali, formaggi e latticini, prodotti agricoli e specialità gastronomiche tipiche della Sicilia occidentale (si veda box seguente *"Nel cuore del territorio"*).

Nel cuore del territorio: Gal Terre Normanne

Terre Normanne è un Gruppo di azione locale (Gal) che si propone di attuare una strategia di **sviluppo locale sostenibile** valorizzando il territorio con il turismo responsabile e con la promozione dei prodotti tipici.

L'area delle **Terre Normanne** si trova nella **zona occidentale della Sicilia**, comprendendo i comuni di Altofonte, Belmonte Mezzagno, Campofiorito, Carini, Cefalà Diana, Camporeale, Giardinello, Godrano, Monreale, Piana degli Albanesi, San Cipirello, San Giuseppe Jato, Santa Cristina Gela, Corleone, Marineo, Montelepre, Roccamena, Torretta, Isola delle Femmine e Capaci.

Un esempio della promozione congiunta del territorio e dei suoi prodotti è il **Museo del cannolo e dei prodotti tipici del Gal Terre Normanne**, in corso di realizzazione a **Palazzo Manzone**, edificio del XVII secolo nel centro storico di Piana degli Albanesi, comune in provincia di Palermo tra i principali custodi della cultura *arbëreshe*, gli albanesi di Sicilia.



La regionalità dei nostri prodotti non si esaurisce nella scelta a scaffale, ma si esprime anche nella selezione dei fornitori **per i nostri prodotti a marchio** disponibili nella rete vendita al dettaglio di CDS, quali i prodotti **Romano Passione e Tradizione**, e molti altri.



I prodotti Romano nascono dalla bottega di Umberto Romano che, da sempre, ha voluto mescolare ricerca, cura e tanta passione come principali ingredienti per portare sulla tavola dei clienti prodotti alimentari genuini, garantiti e naturalmente buoni.

La scelta dei prodotti è sinonimo di qualità, ma soprattutto di tradizione, dal momento in cui ognuno di loro è stato selezionato per regalare un emozionante viaggio nel passato.

È questo il dono più grande lasciato da Umberto, oggi racchiuso in una linea di prodotti scelti con cura, attenzione e amore, perché ogni giorno nuovi ricordi prendano vita.

Le categorie merceologiche sono: amari e liquori, condimenti pronti, confetture e marmellate, creme spalmabili, filetti di tonno, olio EVO, pesti, proseccchi, verdure conservate, vini DOC rossi e bianchi, uova, ma anche salumi e formaggi.



Nel 2023 abbiamo inoltre aderito al progetto del **Consorzio del Pecorino Siciliano**, che ha visto l'introduzione del Pecorino Siciliano Dop Fresco in tutti i punti vendita della rete CDS e CDH, mentre abbiamo incrementato l'assortimento freschi del **Piacentinu Ennese DOP**.

Queste iniziative mirano a rafforzare ulteriormente il legame con il territorio, garantita dai marchi di denominazione d'origine protetta (DOP).



Il Consorzio del Pecorino Siciliano DOP

Il **Consorzio Pecorino Siciliano DOP** è un'organizzazione che tutela e promuove la produzione del Pecorino Siciliano, un formaggio a **denominazione di origine protetta (DOP)**.

Il Pecorino Siciliano DOP è stato il primo formaggio ad essere inserito tra i **prodotti storici protetti** nel 1955. Solo successivamente, con l'istituzione del **marchio DOP** da parte dell'Unione Europea, il Pecorino Siciliano riceve il riconoscimento di denominazione di origine protetta.



Il consorzio garantisce infatti **la qualità e l'autenticità del prodotto**, salvaguardando le tecniche di produzione tradizionali e sostenendo i produttori locali. La storia, la tradizione e i metodi di produzione identificano **il marchio DOP** del Pecorino Siciliano, il quale riconosce come fondamentali tre elementi: il latte crudo di pecora, l'alimentazione degli animali al pascolo e la stagionalità. Il forte legame col territorio dona la specificità al prodotto DOP.

Il consorzio ha dunque la responsabilità di vigilare verso tutti i componenti della **filiera produttiva** nel rispetto delle disposizioni contenute nel disciplinare di produzione che conferiscono al pecorino siciliano DOP le **caratteristiche storiche, culturali e organolettiche** che lo rendono straordinario.



La nostra relazione con la filiera

Nella Grande Distribuzione Organizzata (GDO), i fornitori rivestono un ruolo cruciale: garantiscono infatti non solo la disponibilità ma anche la qualità dei prodotti offerti ai consumatori.

Per questo, per noi di Gruppo Romano una collaborazione solida e la condivisione di valori sono essenziali per creare un rapporto sinergico e sostenibile, capace di generare benefici reciproci.

In particolare, è fondamentale **la correttezza nella relazione contrattuale**: i fornitori devono rispettare rigorosi standard di qualità per assicurare la soddisfazione del cliente finale, mentre il nostro Gruppo si impegna a **onorare puntualmente i pagamenti**, favorendo così un ambiente di fiducia e affidabilità in un circolo virtuoso per l'economia locale. Solo attraverso questo **impegno reciproco e trasparente** possiamo costruire una catena di fornitura efficiente e resiliente, capace di rispondere alle esigenze del mercato e al contempo di **promuovere lo sviluppo economico**.

In CDS e in CDH dal 2021 promuoviamo questo approccio richiedendo ai nostri fornitori, in sede di stipula del contratto e con rinnovo annuale, la sottoscrizione delle clausole relative al Modello 231 e al Codice Etico della società appartenente al Gruppo che è parte contraente, al fine di diffondere la cultura della legalità e condividere i principi etici aziendali.

La sottoscrizione al Modello 231 e al Codice Etico da parte dei fornitori è essenziale per garantire legalità, integrità e sostenibilità delle relazioni commerciali, costruendo una base solida di fiducia e collaborazione reciproca. Nel sottoscrivere il Modello 231 e il Codice Etico, i nostri fornitori contribuiscono a **generare un ambiente di legalità per il Gruppo e per tutta la comunità**, assicurando che tutte le operazioni siano conformi alle leggi e alle normative vigenti. La condivisione del Codice Etico con i fornitori promuove inoltre **integrità e trasparenza**. Il Codice definisce infatti in modo chiaro **i valori e i principi** che ci guidano, in modo da favorire la creazione di una **cultura aziendale condivisa** che facilita la cooperazione e la risoluzione dei problemi in modo efficace e trasparente.





L'accuratezza con cui, come già accennato, selezioniamo i nostri fornitori secondo **standard di qualità** e convenienza si esprime soprattutto per i **prodotti ortofrutticoli**, scegliendo i produttori mediante verifiche preliminari, come visure societarie, visite agli stabilimenti e **test di qualità sui prodotti**, come previsto dal nostro Modello 231. Una volta selezionato il produttore, si procede alla contrattualizzazione, inserendo clausole che garantiscano la conformità alle normative fitosanitarie.

Inoltre, ci assicuriamo che gli standard di qualità e di conformità siano **mantenuti nel tempo**, effettuando **audit sui fornitori** che consistono in specifiche analisi effettuate mensilmente per ortaggi da frutto, foglia e fiore, e almeno due volte a stagione per tuberi e frutta, a cui possono aggiungersi ulteriori analisi periodiche quando necessario. Se i limiti vengono superati, i prodotti non vengono distribuiti, salvaguardando la sicurezza organolettica del prodotto e, di conseguenza, la salute del consumatore.

Infine, ci impegniamo concretamente a **garantire condizioni di pagamento corrette e puntuali**, affinché i nostri fornitori possano **contare sull'affidabilità del nostro Gruppo** per favorire una propria stabilità finanziaria. Per i fornitori di merce, il tempo medio di pagamento è di 30 o 60 giorni, a seconda della tipologia di fornitura, mentre per i fornitori di servizi il tempo medio è 30 giorni. Questo ci consente di costruire solide relazioni di fiducia e collaborazione, che sono alla base della crescita e successo a lungo termine.

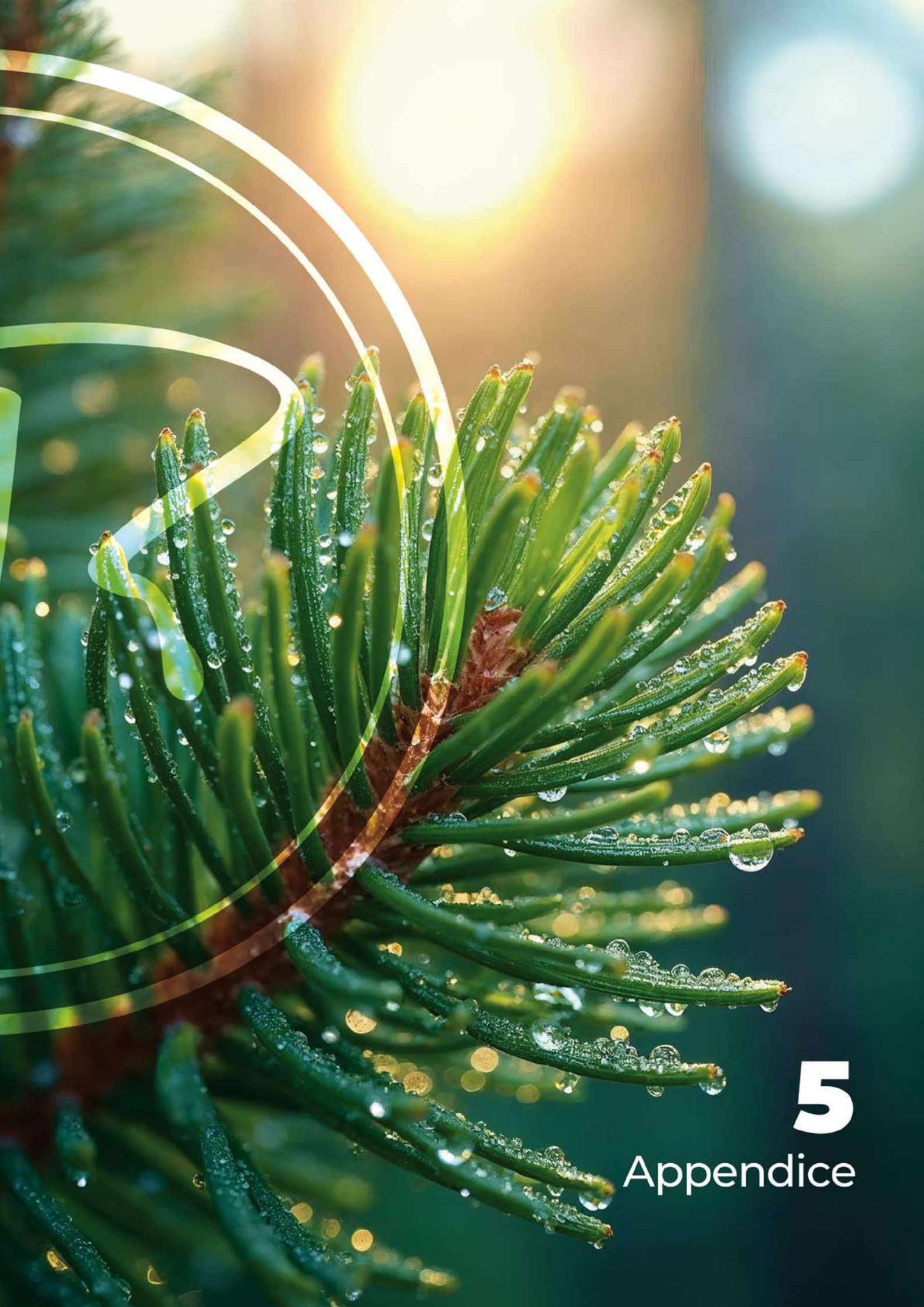
Grazie al rigoroso rispetto di queste linee guida, nel 2023 in CDS e CDH sono stati registrati **0 procedimenti giudiziari** dovuti a ritardi di pagamento dei fornitori.

CDS OTTIENE L'ATTESTATO CRIBIS PRIME COMPANY

Il CRIBIS Prime Company è un riconoscimento che ogni anno viene assegnato solo all'8% degli oltre 6 milioni di imprese italiane. Il titolo viene attribuito utilizzando il CRIBIS D&B Rating, un indicatore sintetico che, sulla base di un algoritmo statistico, misura la probabilità che un'azienda generi gravi insoluti commerciali: il calcolo prende in considerazione numerose variabili, tra cui informazioni anagrafiche, indici e dati di bilancio, anzianità aziendale, esperienze di pagamento, presenza di informazioni negative.

Il riconoscimento CRIBIS Prime Company è il massimo livello di valutazione dell'affidabilità commerciale di un'organizzazione ed è rilasciata solo ed esclusivamente ad aziende che mantengono costantemente un'elevata affidabilità e sono virtuose nei pagamenti verso i fornitori.





5

Appendice

5.1 Annex

Capitolo 2 – ESRS E1

Consumi di energia e mix energetico	u.m.	2022	2023	Δ 2023-2022
Consumo di combustibile da carbone e prodotti del carbone	Mwh	0,00	0,00	-
Consumo di combustibile da petrolio grezzo e prodotti petroliferi	Mwh	646,38	703,10	8,77%
Consumo di combustibile da gas naturale	Mwh	0,00	0,00	-
Consumo di combustibili da altre fonti non rinnovabili	Mwh	0,00	0,00	-
Consumo di energia elettrica, calore, vapore e raffrescamento da fonti fossili, acquistati o acquisiti	Mwh	2.596.862,01	2.428.249,73	-6,49%
Consumo totale di energia da fonti fossili	Mwh	2.597.508,39	2.428.952,83	-6,49%
Consumo totale di energia da fonti nucleari	Mwh	0,00	0,00	-
Consumo di combustibili per le fonti rinnovabili, compresa la biomassa	Mwh	0,00	0,00	-
Consumo di energia elettrica, calore, vapore e raffrescamento da fonti rinnovabili, acquistati o acquisiti	Mwh	0,00	0,00	-
Consumo di energia rinnovabile autoprodotta senza ricorrere a combustibili	Mwh	246,96	259,96	5,26%
Consumo totale di energia da fonti rinnovabili	Mwh	246,96	259,96	5,26%
Consumo totale di energia	Mwh	2.597.755,36	2.429.212,78	-6,49%
Quota di fonti fossili sul consumo totale di energia	%	99,990%	99,989%	-0,001%
Quota di fonti nucleari sul consumo totale di energia	%	0,00	0,00	0,00
Quota di fonti rinnovabili sul consumo totale di energia	%	0,010%	0,011%	12,56%

Emissioni GHG	u.m.	2022	2023	Δ 2023-2022
Emissioni Scope 1 - Gruppo				
Emissione Lorde di GES Scope 1	tCO _{2eq}	5.358,80	6.543,15	22,10%
Percentuale di emissioni di GES di ambito 1 coperta da sistemi regolamentati di scambio di quote di emissioni (%)	tCO _{2eq}	-	-	-
Emissioni Scope 2 - Gruppo				
Scope 2 - Location Based	tCO _{2eq}	818.011,53	764.898,66	-6,49%
Scope 2 - Market Based	tCO _{2eq}	1.185.649,29	1.108.665,98	-6,49%
Emissioni Scope 3 - Gruppo				
Scope 3	tCO _{2eq}	-	-	-
Emissioni Totali - Gruppo				
Emissioni totali - Location Based	tCO _{2eq}	823.370,34	771.441,81	-6,31%
Emissioni totali - Market Based	tCO _{2eq}	1.191.008,09	1.115.209,13	-6,36%

Capitolo 3 – ESRS E1

50a s1-6 50b s1-6 55a s1-7	Collaboratori complessivi per contratto di lavoro e per genere al 31 dicembre	2023	50b s1-6	Dipendenti per tipologia d'impiego e per genere al 31 dicembre	2023
	Totale	1.448		Full time	865
	Donne	467		Donne	129
	Uomini	981		Uomini	736
	Tempo indeterminato	1397		Part time	583
	Donne	458		Donne	338
	Uomini	939		Uomini	245
	Tempo determinato	51		Tot. dipendenti	1448
	Donne	9			
	Uomini	42			
	Totale altri collaboratori	101			
	Donne	27		Collaboratori complessivi per inquadramento e genere al 31 dicembre	2023
	Uomini	68		Totale dirigenti	0
	Altro	6		Donne	0
	di cui somministrati	78		Uomini	0
	Donne	23		Totale Quadri	17
	Uomini	55		Donne	3
	di cui autonomi	12		Uomini	14
	Donne	2		Totale impiegati	619
	Uomini	4		Donne	232
	Altro	6		Uomini	387
	di cui collaboratori a progetto	4		Totale Operai	812
	Donne	0		Donne	232
	Uomini	4		Uomini	580
	di cui agenti	3		Totale	1448
	Donne	0		Totale donne	467
	Uomini	3		Totale uomini	981
	di cui stage	4			
	Donne	2			
	Uomini	2			

50c s1-6	Nuovi dipendenti assunti, per fascia d'età e genere al 31 dicembre	2023
	Sotto i 30 anni	222
	Donne	60
	Uomini	162
	Tra i 30 e i 50 anni	149
	Donne	56
	Uomini	93
	Oltre i 50 anni	15
	Donne	2
	Uomini	13
	Totale dipendenti	386
	Totale donne	118
	Totale uomini	268

50c s1-6	Dipendenti che hanno cessato il rapporto di lavoro, per fascia d'età e genere al 31 dicembre	2023
	Sotto i 30 anni	61
	Donne	9
	Uomini	52
	Tra i 30 e i 50 anni	46
	Donne	18
	Uomini	28
	Oltre i 50 anni	26
	Donne	6
	Uomini	20
	Totale dipendenti	133
	Totale donne	33
	Totale uomini	100

60a s1-8	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi di contrattazione collettiva	2023
	Totale dipendenti	1448
	Numero di dipendenti coperti da accordi di contrattazione collettiva	1448
	Percentuale di dipendenti coperti	100,00%

50c s1-6	Tassi di turnover (espresso in %) per genere e fascia d'età	2023
	Tasso turnover complessivo	24,52%
	Tasso di turnover in entrata	26,72%
	Donne	25,27%
	Uomini	27,64%
	Sotto i 30 anni	85,15%
	Donne	34,88%
	Uomini	65,12%
	Tra i 30 e i 50 anni	23,29%
	Donne	41,18%
	Uomini	58,82%
	Oltre i 50 anni	3,34%
	Donne	14,29%
	Uomini	85,71%
	Tasso di turnover in uscita	9,38%
	Donne	7,07%
	Uomini	10,84%
	Sotto i 30 anni	22,28%
	Donne	20,00%
	Uomini	80,00%
	Tra i 30 e i 50 anni	7,36%
	Donne	41,86%
	Uomini	58,14%
	Oltre i 50 anni	5,97%
	Donne	24,00%
	Uomini	76,00%

63a s1-8	Percentuale globale di dipendenti coperti da rappresentanti dei lavoratori al 31 dicembre	2023
	Totale dipendenti	ND

66 s1-9	Dipendenti, per fascia d'età e genere	2023	66a s1-9	Composizione del C.d.A. per genere e fascia d'età	2023
	Sotto i 30 anni	265		Sotto i 30 anni	0
	Donne	75		Donne	0
	Uomini	190		Uomini	0
	Tra i 30 e i 50 anni	693		Tra i 30 e i 50 anni	1
	Donne	244		Donne	0
	Uomini	449		Uomini	1
	Oltre i 50 anni	490		Oltre i 50 anni	2
	Donne	148		Donne	1
	Uomini	342		Uomini	1
	Totale dipendenti	1.448		Totale	3
	Totale donne	467		Totale donne	1
	Totale uomini	981		Totale uomini	2
66a s1-9	Composizione del C.d.A. per genere e fascia d'età	2023	79 S1-12; 80 S1-12	Composizione del C.d.A. per genere e fascia d'età	2023
	Sotto i 30 anni	0,00%		Totale dipendenti	1.448
	Donne	-		Dipendenti appartenenti a categorie protette	79
	Uomini	-		Donne	22
	Tra i 30 e i 50 anni	33,33%		Uomini	57
	Donne	0,00%		Percentuale di dipendenti con disabilità su totale	5,46%
	Uomini	100,00%		Donne	27,85%
	Oltre i 50 anni	66,67%		Uomini	72,15%
	Donne	50,00%			
	Uomini	50,00%			
	Totale	100,00%			
	Totale donne	33,33%			
	Totale uomini	66,67%			
83 a S1-13	Percentuale di dipendenti che hanno partecipato a revisioni periodiche delle prestazioni e dello sviluppo della carriera;	2023			
	Totale dipendenti	1.267			
	Dipendenti che hanno partecipato a revisione periodica	89			
	Donne	37			
	Uomini	52			
	Percentuale di dipendenti che hanno partecipato a revisione periodica	7,02%			
	Donne	41,57%			
	Uomini	58,43%			

88a s1-14	Percentuale di dipendenti coperti dal sistema di gestione della salute e della sicurezza	2023
	Totale dipendenti	0%

83 b S1-13	Ore di formazione medie per categoria di dipendente e per genere	2023
	Ore medie di formazione erogata ai dirigenti	0,00
	Donne	0,00
	Uomini	0,00
	Ore medie di formazione erogata ai quadri	0,00
	Donne	0,00
	Uomini	0,00
	Ore medie di formazione erogata a impiegati	0,36
	Donne	0,28
	Uomini	0,41
	Ore medie di formazione erogata a operai	1,94
	Donne	1,00
	Uomini	2,32
	Ore medie di formazione erogata ai dipendenti	1,24
	Donne	0,63
	Uomini	1,53

88 e s1-14	Giorni di recupero relativi agli infortuni occorsi ai dipendenti al 31 dicembre	2023
	Totale giorni di recupero	798
	Dirigenti	0
	Quadri	0
	Impiegati	214
	<i>di cui a donne</i>	<i>61</i>
	<i>di cui a uomini</i>	<i>153</i>
	Operai	584
	<i>di cui a donne</i>	<i>15</i>
	<i>di cui a uomini</i>	<i>569</i>

88b s1-14 88c s1-14 88d s1-14	Infortuni dei dipendenti al 31 dicembre	2023
	Infortuni registrabili	35
	di cui occorsi al personale dipendente	35
	di cui a lavoratori esterni	0
	Di cui medicazioni e first aid	0
	di cui occorsi al personale dipendente	0
	di cui a lavoratori esterni	0
	di cui infortuni con conseguenze non gravi (tra 24h e 180 giorni di assenza dal lavoro)	35
	di cui occorsi al personale dipendente	35
	di cui a lavoratori esterni	0
	di cui infortuni con conseguenze gravi (oltre 180 giorni di assenza dal lavoro)	0
	di cui occorsi al personale dipendente	0
	di cui a lavoratori esterni	0
	Decessi sul lavoro	0
	di cui occorsi al personale dipendente	0
	di cui a lavoratori esterni	0
	Tasso di infortuni registrabili	16,21
	di cui occorsi al personale dipendente	16,21
	di cui a lavoratori esterni	0

93 a,b s1-15	Numero e percentuale di dipendenti che hanno avuto diritto e che hanno usufruito di congedi per motivi familiari per genere	2023
	Dipendenti aventi diritto a congedi parentali	30
	Donne	8
	Uomini	22
	Dipendenti che hanno usufruito a congedi parentali	30
	Donne	8
	Uomini	22
	Percentuale dipendenti aventi diritto a congedi parentali	2,07%
	Donne	26,67%
	Uomini	73,33%
	Percentuale dipendenti aventi diritto che hanno usufruito di congedi parentali	100,00%
	Donne	100,00%
	Uomini	100,00%

*Per i congedi sono stati inseriti i congedi parentali a cui i dipendenti hanno avuto diritto e usufruito.

97b 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
		5,16

97 a s1-16	Divario retributivo di genere, definito come la differenza tra i livelli retributivi medi corrisposti ai lavoratori di sesso femminile e a quelli di sesso maschile, espressa in percentuale del livello retributivo medio dei lavoratori di sesso maschile	2023
	COMPONENTE FISSA	
	Gender pay gap complessivo	-4,08
	Livello Quadro - Gender pay gap	0,23
	Livello impiegato Gender pay gap	-3,09
	Livello Quadro - Gender pay gap	0,23
	COMPONENTE TOTALE (FISSA+VARIABILE)	
	Gender pay gap complessivo	-4,31
	Livello Quadro - Gender pay gap	-4,73
	Livello impiegato Gender pay gap	-3,13
	Livello operaio- Gender pay gap	-2,47

*Il divario retributivo, o anche "gender pay gap" è definito come la differenza tra i livelli retributivi medi corrisposti ai lavoratori di sesso femminile e a quelli di sesso maschile. Il Gender Pay Gap è stato calcolato sulle posizioni di quadro e impiegato, poiché nel 2023 non sono presenti donne all'interno della categoria contrattuale dei Dirigenti. Il Gender Pay Gap di Gruppo corrisponde con quello della società CDS, dal momento in cui è l'unica società ad avere nell'organico aziendale delle donne, non presenti né in CDL, né in CDH.

	Incidenti, denunce e impatti gravi in materia di diritti umani	2023
103 a s1-17	Numero totale di episodi di discriminazione, comprese le molestie	0
103 b s1-17	Numero di denunce presentate attraverso i canali predisposti affinché i lavoratori propri dell'impresa sollevino preoccupazioni	0
103 c s1-17	l'importo totale delle ammende, delle sanzioni e del risarcimento di danni risultanti dagli incidenti e dalle denunce di cui sopra	0
104 a s-17	Numero di incidenti gravi in materia di diritti umani connessi alla forza lavoro dell'impresa	0
104 b s1-17	Importo totale delle ammende, delle sanzioni e del risarcimento di danni per gli incidenti in materia di diritti umani connessi alla forza lavoro dell'impresa	0

5.2 Content Index

Con l'approvazione della **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)**, 5Erre Spa sarà tenuta a rendicontare le proprie performance di sostenibilità a partire dall'anno fiscale 2025 secondo i nuovi Standard di rendicontazione emananti dall'EFRAG, gli **European Sustainability Reporting Standards (ESRS)**. In modo volontario, 5Erre Spa ha deciso di anticipare le richieste dell'obbligo normativo e di prepararsi a questa sfida pubblicando un Bilancio di Sostenibilità ispirato a questi Standard, per assumere sempre più **consapevolezza** circa le informative quali-quantitative richieste da questo framework.

ESRS Content Index

ESRS 2 - INFORMAZIONI GENERALI	Riferimento nel testo	Note
BP-1 Criteri generali per la redazione della dichiarazione della sostenibilità	Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.2 Il nostro modello di business, paragrafo 1.4 Il processo di rendicontazione Appendice	La dichiarazione di sostenibilità riguarda la società 5ERRE S.p.A., l'ambito di consolidamento è il medesimo del bilancio civilistico.
BP-2 Informativa in relazione a circostanze specifiche	Appendice	
GOV-1 Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo	Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.3 La governance del Gruppo	
GOV-2 Informazioni fornite agli organi di amministrazione, direzione e controllo dell'impresa e questioni di sostenibilità da questi affrontate	Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.3 La governance del Gruppo	Ad oggi 5ERRE S.p.A. non dispone di un processo strutturato interno rispetto alla formazione / informazione degli organi di amministrazione, direzione e controllo sulle questioni di sostenibilità. Gli organi di amministrazione, direzione e controllo sono tuttavia allineati su tutte le decisioni aziendali.
GOV-3 Integrazione delle prestazioni in termini di sostenibilità nei sistemi di incentivazione	Appendice	Attualmente 5ERRE S.p.A. non dispone di alcun sistema di incentivazione legato alle prestazioni di sostenibilità
GOV-4 Dichiarazione sul dovere di diligenza	-	Attualmente 5ERRE S.p.A. non redige la dichiarazione sul dovere di diligenza. Il documento verrà integrato con l'introduzione dell'obbligo normativo
GOV-5 - Gestione del rischio e controlli interni sulla rendicontazione di sostenibilità	Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.4 Il processo di rendicontazione	L'elenco dei rischi legati alle questioni di sostenibilità è legato al processo di valutazione degli impatti, rischi ed opportunità. L'elenco dei rischi risultati come rilevanti è presente nelle tabelle del Capitolo 1.
SBM-1 Strategia, modello aziendale e catena del valore	Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.2 Il nostro modello di business	
SBM-2 Interessi e opinioni dei portatori di interessi	Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.4 Il processo di rendicontazione	5ERRE S.p.A. ha identificato i suoi stakeholder rilevanti in base alla loro capacità di influenzare o essere influenzati dagli obiettivi, dagli impatti e dalle performance dell'azienda stessa. L'approfondimento circa altre tipologie di coinvolgimento con i singoli portatori di interesse viene approfondito in maniera più dettagliata nel Capitolo 3 (ESRS S1, ESRS S3) e 4 (ESRS G1).
SBM-3 -Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale	Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.4 Il processo di rendicontazione	5ERRE S.p.A. rimanda la compilazione degli effetti finanziari attuali e attesi dei rischi e delle opportunità rilevanti con l'introduzione dell'obbligo normativo
IRO-1 Descrizione del processo per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti		Per un maggiore approfondimento circa le tematiche emerse come materiali, si rimanda al Capitolo 2 (ESRS E1, ESRS E5), al Capitolo 3 (ESRS S1, ESRS S3, ESRS S4) e al Capitolo 4 (ESRS G1).
IRO-2 Obblighi di informativa degli ESRS oggetto della dichiarazione sulla sostenibilità dell'impresa	Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.4 Il processo di rendicontazione	

ESRS E1 – CAMBIAMENTI CLIMATICI	Riferimento nel testo	Note
E1-1 Piano di transizione per la mitigazione dei cambiamenti climatici	-	5ERRE S.p.A. non dispone attualmente di un piano di transizione dei cambiamenti climatici
ESRS 2 SBM-3 – Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale	Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.4 Il processo di rendicontazione Capitolo 2 Temi ambientali, paragrafo 2.1 ESRS E1: Cambiamento climatico ed emissioni	-
ESRS 2 IRO-1 – Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti legati al clima	Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.4 Il processo di rendicontazione	-
E1-2 – Politiche relative alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi	-	5ERRE S.p.A. attualmente non dispone di politiche a riguardo
E1-3 – Azioni e risorse relative alle politiche in materia di cambiamenti climatici	Capitolo 2 Temi ambientali, paragrafo 2.1 ESRS E1: Cambiamento climatico ed emissioni	-
E1-4 – Obiettivi relativi alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi	-	5ERRE S.p.A. attualmente non ha formalizzato obiettivi a riguardo
E1-5 – Consumo di energia e mix energetico	Capitolo 2 Temi ambientali, paragrafo 2.1 ESRS E1: Cambiamento climatico ed emissioni Appendice, sezione Annex Capitolo 2	-
E1-6 – Emissioni lorde di GES di ambito 1, 2, 3 ed emissioni totali di GES	Capitolo 2 Temi ambientali, paragrafo 2.1 ESRS E1: Cambiamento climatico ed emissioni Appendice, sezione Annex Capitolo 2	-
E1-7 – Assorbimenti di GES e progetti di mitigazione delle emissioni di GES finanziati con crediti di carbonio	-	-
E1-8 – Fissazione del prezzo interno del carbonio	-	-
E1-9 – Effetti finanziari attesi di rischi fisici e di transizione rilevanti e potenziali opportunità legate al clima	-	-

ESRS E5 – USO DELLE RISORSE ED ECONOMIA CIRCOLARE	Riferimento nel testo	Note
ESRS 2 IRO-1 — Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti connessi all'uso delle risorse e all'economia circolare	Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.4 Il processo di rendicontazione	-
E5-1 — Politiche relative all'uso delle risorse e all'economia circolare	-	5ERRE S.p.A. attualmente non dispone di politiche a riguardo
E5-2 — Azioni e risorse relative all'uso delle risorse e all'economia circolare	Capitolo 2 Temi ambientali, paragrafo 2.2 ESRS E5: Uso delle risorse ed economia circolare	-
E5-3 — Obiettivi relativi all'uso delle risorse e all'economia circolare	-	5ERRE S.p.A. attualmente non ha formalizzato obiettivi a riguardo
E5-4 — Flussi di risorse in entrata	Capitolo 2 Temi ambientali, paragrafo 2.2 ESRS E5: Uso delle risorse ed economia circolare	-
E5-5 — Flussi di risorse in uscita	Capitolo 2 Temi ambientali, paragrafo 2.2 ESRS E5: Uso delle risorse ed economia circolare	-
E5-6 – Effetti finanziari attesi derivanti da impatti, rischi e opportunità connessi all'uso delle risorse e all'economia circolare	-	-

ESRS S1- FORZA LAVORO PROPRIA	Riferimento al testo	Note
ESRS 2 SBM-2 – Interessi e opinioni dei portatori d'interessi	Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.4 Il processo di rendicontazione Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria, sotto-paragrafo 3.1.1 Un Gruppo fatto di persone	
ESRS 2 SBM-3 – Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale	Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.4 Il processo di rendicontazione Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria	
S1-1 – Politiche relative alla forza lavoro propria	-	5ERRE S.p.A. attualmente non dispone di politiche a riguardo
S1-2 – Processi di coinvolgimento dei lavoratori propri e dei rappresentanti dei lavoratori in merito agli impatti	Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.4 Il processo di rendicontazione Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria, sotto-paragrafo 3.1.2 Il nostro impegno per il benessere delle persone	
S1-3 – Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai lavoratori propri di sollevare preoccupazioni	Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria, sotto-paragrafo 3.1.2 Il nostro impegno per il benessere delle persone	
S1-4 – Interventi su impatti rilevanti per la forza lavoro propria e approcci per la gestione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti in relazione alla forza lavoro propria, nonché efficacia di tali azioni	Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria, sotto-paragrafo 3.1.2 Il nostro impegno per il benessere delle persone	
S1-5 – Obiettivi legati alla gestione degli impatti negativi rilevanti, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti		5ERRE S.p.A. attualmente non ha formalizzato obiettivi a riguardo
S1-6 – Caratteristiche dei dipendenti dell'impresa	Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria, sotto-paragrafo 3.1.1 Un gruppo fatto di persone Appendice, sezione Annex Capitolo 3	
S1-7 – Caratteristiche dei lavoratori non dipendenti nella forza lavoro propria dell'impresa	Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria, sotto-paragrafo 3.1.1 Un gruppo fatto di persone Appendice, sezione Annex Capitolo 3	
S1-8 – Copertura della contrattazione collettiva e dialogo sociale	Appendice, sezione Annex Capitolo 3	Il 100% dei dipendenti è coperto da accordi di contrattazione collettiva. A tutti è applicato il C.C.N.L. Distribuzione Moderna Organizzata, fatta eccezione per i dipendenti di Ica.Market S.r.l. e Max Market S.r.l., ai quali si applica il contratto collettivo del commercio
S1-9 – Metriche della diversità	Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria, sotto-paragrafo 3.1.1 Un gruppo fatto di persone, sotto-paragrafo 3.1.2 Il nostro impegno per il benessere delle persone, Appendice, sezione Annex Capitolo 3	
S1-10 – Salari adeguati	Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria, sotto-paragrafo 3.1.2 Il nostro impegno per il benessere delle persone	Al 100% dei dipendenti è applicato il C.C.N.L. Distribuzione Moderna Organizzata, fatta eccezione per i dipendenti di Ica.Market S.r.l. e Max Market S.r.l., ai quali si applica il contratto collettivo del commercio
S1-11 Protezione sociale	Per il congedo parentale, si faccia riferimento all'appendice, sezione Annex Capitolo 3	Al 100% dei dipendenti è applicato il C.C.N.L. Distribuzione Moderna Organizzata o del Commercio che contempla al suo interno anche i temi della protezione sociale
S1-12 – Persone con disabilità	Appendice, sezione Annex Capitolo 3	
S1-13 – Metriche di formazione e sviluppo delle competenze	Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria, sotto-paragrafo 3.1.2 Il nostro impegno per il benessere delle persone Appendice, sezione Annex Capitolo 3	

ESRS S1- FORZA LAVORO PROPRIA	Riferimento al testo	Note
S1-14 – Metriche di salute e sicurezza	Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria, sotto-paragrafo 3.1.2 Il nostro impegno per il benessere delle persone Appendice, sezione Annex Capitolo 3	
S1-15 – Metriche dell'equilibrio tra vita professionale e vita privata	Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria, sotto-paragrafo 3.1.2 Il nostro impegno per il benessere delle persone Appendice, sezione Annex Capitolo 3	Nell'ambito dei congedi per motivi familiari, sono stati considerati esclusivamente i congedi parentali. Nel 2023 il 100% degli aventi diritto in CDS e CDL ha usufruito del congedo parentale. In CDH nel 2023 nessun dipendente ha maturato diritto al congedo parentale
S1-16 – Metriche di retribuzione (divario retributivo e retribuzione totale)	Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria, sotto-paragrafo 3.1.2 Il nostro impegno per il benessere delle persone Appendice, sezione Annex Capitolo 3	
S1-17 – Incidenti, denunce e impatti gravi in materia di diritti umani	Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria, sotto-paragrafo 3.1.2 Il nostro impegno per il benessere delle persone Appendice, sezione Annex Capitolo 3	

ESRS S3 – COMUNITÀ INTERESSATE	Riferimento al testo	Note
ESRS 2 SBM-2 – Interessi e opinioni dei portatori d'interessi	Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.4 Il processo di rendicontazione Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.2 ESRS S3: Comunità interessate	
ESRS 2 SBM-3 – Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale	Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.4 Il processo di rendicontazione Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.2 ESRS S3: Comunità interessate	
S3-1 – Politiche relative alle comunità interessate	-	5ERRE S.p.A. attualmente non dispone di politiche a riguardo
S3-2 – Processi di coinvolgimento delle comunità interessate in merito agli impatti	Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.4 Il processo di rendicontazione Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.2 ESRS S3: Comunità interessate	
S3-4 – Interventi su impatti rilevanti sulle comunità interessate e approcci per gestire i rischi rilevanti e conseguire opportunità rilevanti per le comunità interessate, nonché efficacia di tali azioni	Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.2 ESRS S3: Comunità interessate	
S3-5 – Obiettivi legati alla gestione degli impatti rilevanti negativi, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti		5ERRE S.p.A. attualmente non ha formalizzato obiettivi a riguardo

ESRS S4 – CONSUMATORI ED UTILIZZATORI FINALI	Riferimento al testo	Note
ESRS 2 SBM-2 – Interessi e opinioni dei portatori d'interessi	Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.4 Il processo di rendicontazione Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.2 ESRS S4: Consumatori e utilizzatori finali	
ESRS 2 SBM-3 – Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale	Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.4 Il processo di rendicontazione Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.2 ESRS S4: Consumatori e utilizzatori finali	
S4-1 – Politiche connesse ai consumatori e agli utilizzatori finali	-	5ERRE S.p.A. attualmente non dispone di politiche a riguardo
S4-2 – Processi di coinvolgimento dei consumatori e degli utilizzatori finali in merito agli impatti	Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.4 Il processo di rendicontazione Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.2 ESRS S4: Consumatori e utilizzatori finali	
S4-3 – Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai consumatori e agli utilizzatori finali di esprimere preoccupazioni	Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.2 ESRS S4: Consumatori e utilizzatori finali, sotto-paragrafo 3.3.1 L'ascolto riservato ai nostri clienti 3.3.4 Un'esperienza d'acquisto sicura e trasparente	
S4-4 – Interventi su impatti rilevanti per i consumatori e gli utilizzatori finali e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il conseguimento di opportunità rilevanti in relazione ai consumatori e agli utilizzatori finali, nonché efficacia di tali azioni	Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.2 ESRS S4: Consumatori e utilizzatori finali	
S4-5 – Obiettivi legati alla gestione degli impatti rilevanti negativi, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti		5ERRE S.p.A. attualmente non ha formalizzato obiettivi a riguardo

ESRS G1- CONDOTTA DELLE IMPRESE	Riferimento al testo	Note
ESRS 2 GOV-1 – Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo	Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.3 La governance del Gruppo, sotto-paragrafo 1.3.1 Gli organi di amministrazione, direzione e controllo	
ESRS 2 IRO-1 – Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti	Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.4 Il processo di rendicontazione	
G1-1 – Politiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese	Capitolo 4 Temi di governance, paragrafo 4.1 ESRS G1: Condotta delle imprese, sotto-paragrafo 4.1.1 Il nostro impegno etico	
G1-2 – Gestione dei rapporti con i fornitori	Capitolo 4 Temi di governance, paragrafo 4.1 ESRS G1: Condotta delle imprese, sotto-paragrafo 4.1.2 I nostri fornitori	
G1-3 – Prevenzione e individuazione della corruzione attiva e passiva	Capitolo 4 Temi di governance, paragrafo 4.1 ESRS G1: Condotta delle imprese, sotto-paragrafo 4.1.1 Il nostro impegno etico	
G1-4 – Casi accertati di corruzione attiva o passiva	Capitolo 4 Temi di governance, paragrafo 4.1 ESRS G1: Condotta delle imprese, sotto-paragrafo 4.1.1 Il nostro impegno etico	Nel 2023 5ERRE S.p.A. non ha registrato casi di corruzione attiva o passiva
G1-6 – Prassi di pagamento	Capitolo 4 Temi di governance, paragrafo 4.1 ESRS G1: Condotta delle imprese, sotto-paragrafo 4.1.2 I nostri fornitori	Nel 2023 5ERRE S.p.A. non ha registrato alcun procedimento giudiziario relativo a ritardi di pagamento verso i suoi fornitori







GRUPPO

ROMANO



Insieme, facciamo la differenza, anticipando le esigenze dei mercati
e costruendo un futuro più prospero e sostenibile per tutti.