



SARDI COME VOI

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2023

SARDI COME VOI



Indice

INTRODUZIONE

1.1 Lettera agli Stakeholder di Francesco Murgia VP e Silvia Massa AD06

1.2 Highlights 2023.....08

SOSTENIBILITÀ IN SUPEREMME

2.1 Il processo di materialità10

2.2 Nota metodologica12

2.3 La Strategia di Sostenibilità18

2.4 Agenda 2030.....20

FAMIGLIA, AZIENDA, PROPRIETÀ

3.1 Famiglia22

3.2 Azienda.....26

3.3 Proprietà32



IMPATTI AMBIENTALI

4.1 ESRS E1 - Cambiamento climatico ed emissioni36

4.2 ESRS E5 - Gestione dei rifiuti alimentari e non alimentari ed economia circolare.....44

IMPATTI SOCIALI

5.1 ESRS S1 - Forza lavoro propria50

5.2 ESRS S3 - Comunità interessate62

5.3 ESRS S4 - Consumatori e utilizzatori finali74

IMPATTI DI GOVERNANCE

6.1 ESRS G1 - Condotta delle imprese84

RIFLESSIONI FINALI

7.1 Riflessioni finali dell'AD Silvia Massa sull'impegno aziendale di sostenibilità90

APPENDICE

8.1 Annex.....92

IN COPERTINA: ALBERO DELLA VITA

«Questa è la mia interpretazione dell'albero della vita in cui vedo la storia familiare, la crescita e un percorso verso la parte più profonda di noi. Ma ognuno troverà la sua interpretazione in cui ho percepito un intenso valore spirituale: è la metafora della vita che, malgrado le difficoltà e le salite a cui ci pone di fronte, resta un dono ricco e straordinario».

Giorgio Casu

Artista Sardo Contemporaneo - 30 Luglio 2021
Dal 2002 Giorgio Casu, focalizzato sulla sua carriera artistica, ha cercato di spaziare tra le diverse forme d'arte attraverso uno stile personale, passando tra il Regno Unito, il Sud-Est asiatico e gli Stati Uniti. Proprio qui alcuni suoi dipinti sono stati esposti in alcune grandi gallerie internazionali.

Lettera agli Stakeholder

Gentili Stakeholder,

siamo orgogliosi di presentarvi il **nostro quarto Bilancio di Sostenibilità, redatto ancora una volta su base volontaria**, uno strumento che negli anni ci ha permesso di comunicarvi in modo semplice, trasparente e dettagliato **gli obiettivi, le performance e gli impegni futuri della nostra Azienda in termini di sostenibilità**.

In un'epoca in cui la responsabilità sociale d'impresa e l'impatto ambientale sono sempre più al centro dell'attenzione globale, riteniamo fondamentale dimostrare concretamente il nostro impegno verso un futuro più sostenibile. Questo bilancio rappresenta non solo un dovere di trasparenza nei confronti di voi Stakeholder, ma anche un elemento di orgoglio per i risultati già raggiunti e un incentivo a migliorare continuamente.

Durante l'ultimo anno, abbiamo intrapreso diverse iniziative che hanno permesso di ridurre significativamente il nostro impatto ambientale, migliorare le condizioni di lavoro ed incrementare il coinvolgimento della Comunità Locale.

Abbiamo migliorato l'efficienza energetica dei nostri impianti, abbiamo pensato e realizzato fin dalle fondamenta i nuovi stabilimenti in ottica sostenibile. E, per il 2024, abbiamo progettato la prima Academy interna della GDO in Sardegna, con programmi di formazione per i nostri Dipendenti, focalizzandoci sulla crescita personale, sullo sviluppo delle *soft skill* e sul potenziamento delle intelligenze: emotiva, relazionale e sociale.



Siamo consapevoli che il percorso verso una completa sostenibilità è lungo, laborioso e ricco di sfide. Tuttavia, il nostro impegno è di continuare su questa strada, implementando **strategie** che rispondano alle esigenze attuali e che siano anche **proiettate verso un futuro sostenibile in ambito ambientale, sociale e di governance**.

Nel Bilancio che vi presentiamo, troverete una descrizione dettagliata delle azioni che abbiamo già intrapreso, dei progressi fatti e degli obiettivi per il prossimo futuro.

Ci auguriamo che questo documento possa fornirvi una visione completa del nostro impegno e **ispirarvi a continuare a collaborare con noi per promuovere pratiche sempre più sostenibili**.

Francesco Murgia
Vice Presidente



Silvia Massa
Amministratrice Delegata



Highlights 2023



>1000
DIPENDENTI
assunti



50% 50%
CDA
Donne Uomini



99%
FORNITORI ITALIANI
da cui ci approvvigioniamo
rispetto al totale dei Fornitori



23%
FORNITORI
provenienti dalla Sardegna
sul totale dei Fornitori italiani



35
PUNTI VENDITA



2
NUOVI PUNTI VENDITA
APERTI



4
PUNTI VENDITA
RISTRUTTURATI



>260
FATTURATO
in milioni di euro



10,1%
QUOTA DI MERCATO
IN SARDEGNA
Fonte: DB Nielsen 2023 IPER+SUPER+LIS

Il processo di materialità

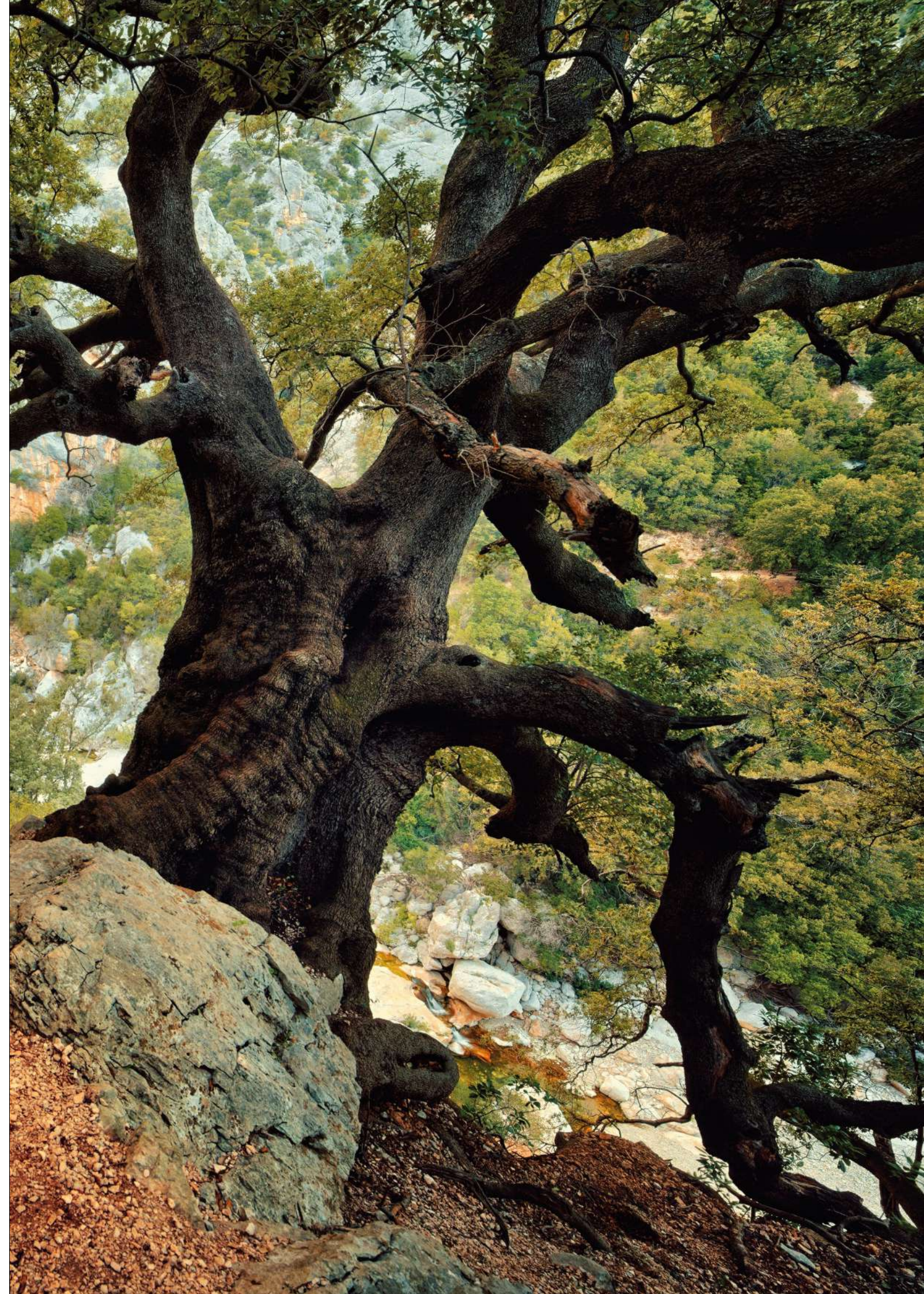
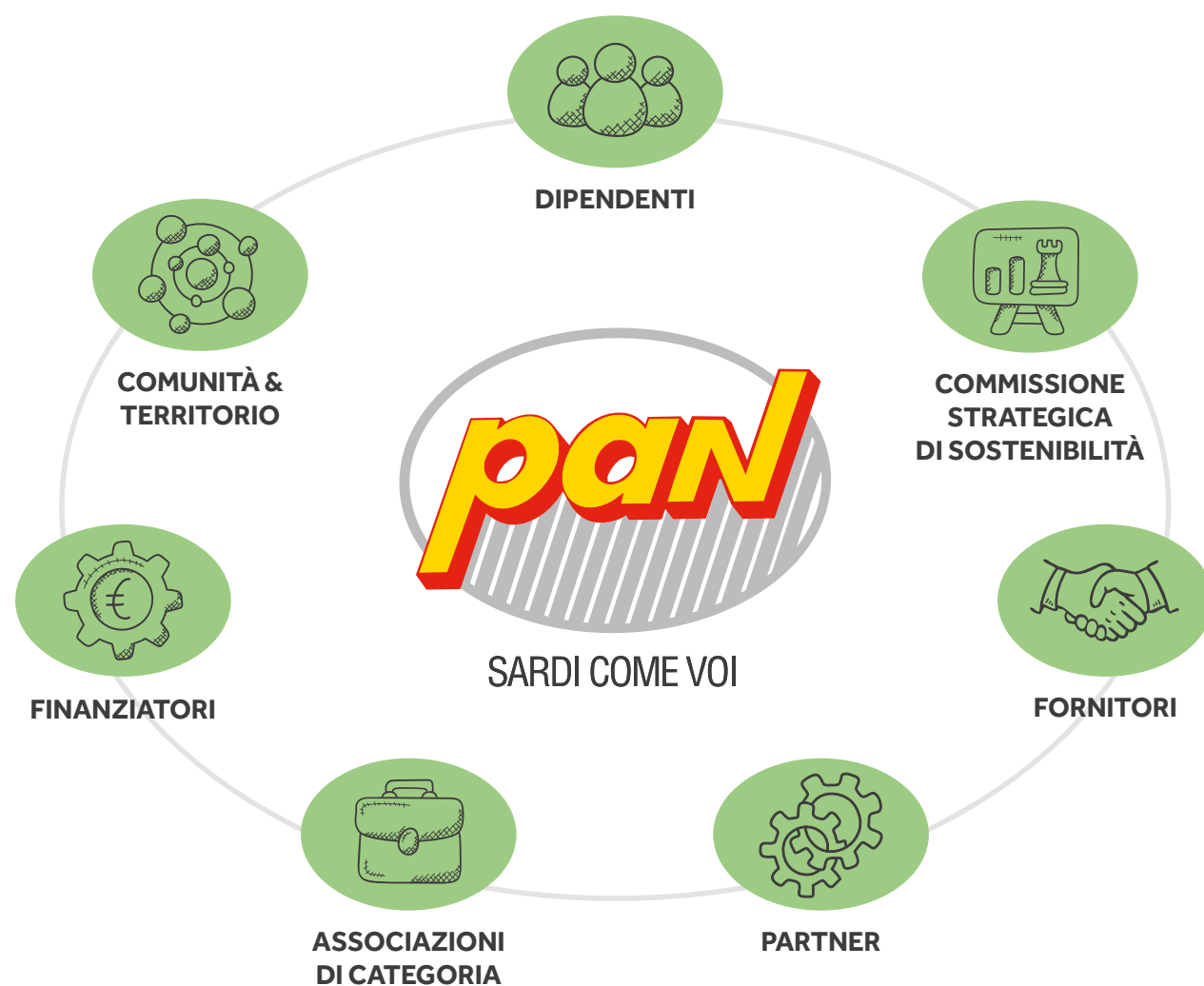
LA DEFINIZIONE DELLE NOSTRE TEMATICHE DI SOSTENIBILITÀ

Fin dall'inizio il nostro processo di coinvolgimento dei principali interlocutori esterni è stato fondamentale per comprendere quanto **la nostra strategia aziendale, in tema di sostenibilità, risponda alle priorità dei nostri Stakeholder.**

Questo ci ha permesso di rimanere aperti a nuove azioni di miglioramento.

Il nostro impegno è quello di considerare gli interessi dei diversi Stakeholder, integrandoli all'interno delle nostre decisioni strategiche.

Nel 2023 abbiamo coinvolto 7 diverse categorie di Stakeholder, con l'obiettivo di mantenere relazioni solide, durevoli e di valore.



Nota metodologica

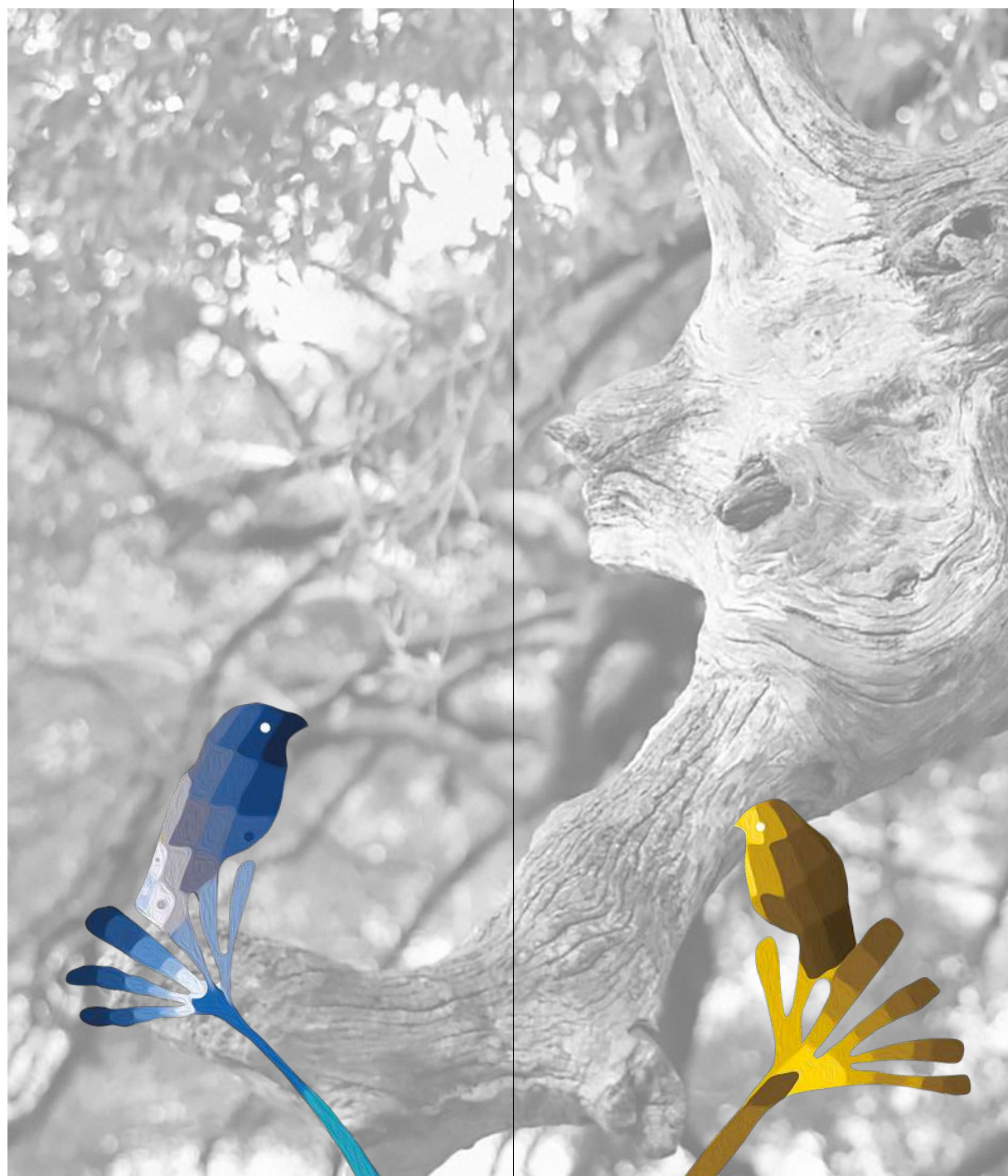
IL PROCESSO DI VALUTAZIONE DEGLI IMPATTI

In continuità con gli anni precedenti, **abbiamo sviluppato un percorso ispirato a rigorosi standard di rendicontazione in materia di trasparenza.**

Con l'approvazione della **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)**, saremo tenuti alla rendicontazione delle performance di sostenibilità a partire dall'anno fiscale 2025, ma, 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 ispirandoci alla metodologia prevista dagli European Sustainability Reporting Standards (ESRS).** Secondo l'analisi di doppia materialità, un impatto può essere rilevante dal punto di vista *inside-out* (quando l'azienda genera su persone e ambiente un impatto rilevante) e/o *outside-in* (quando gli Stakeholder e l'ambiente generano un impatto rilevante per l'azienda, espresso in termini di opportunità e/o rischio, generando un beneficio economico o una perdita di valore).

Il processo è stato svolto in 6 fasi:

- 1. Analisi del contesto esterno:** tramite un *benchmark* del settore abbiamo identificato le tematiche di sostenibilità rilevanti per il nostro business;
- 2. Identificazione di una lista di potenziali Opportunità, Rischi e Impatti:** sulla base delle indicazioni degli Standard di rendicontazione ESRS e di quanto emerso nella fase 1 con il *benchmark* di settore, abbiamo definito una lista di opportunità, rischi ed impatti che è stata sottoposta alla valutazione di materialità interna ed esterna;
- 3. Valutazione della rilevanza degli impatti:** come definito dagli Standard, abbiamo coinvolto la Commissione Strategica e il Comitato Operativo di Sostenibilità nel processo di materialità degli impatti, per individuare, tra tutti i temi di sostenibilità, quelli sui quali la nostra Azienda genera un impatto rilevante. Con la logica di impostare un processo in linea con le richieste degli Standard e, quindi, non autoreferenziale, abbiamo coinvolto nella medesima valutazione anche gli attori chiave che interagiscono con il



nostro business, identificandoli in base alla loro capacità di influenzare o essere influenzati dagli obiettivi, dagli impatti e dalle performance della nostra Azienda. 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:** la valutazione della rilevanza finanziaria è stata sottoposta, per questo primo esercizio, alla funzione amministrativa, finanza, controllo e alla Direzione, con l'obiettivo di andare a definire opportunità e rischi prioritari. Per la valutazione della rilevanza finanziaria è stata adottata la stessa metodologia della materialità degli impatti e, quindi, lo stesso sistema di valutazione da 1 a 5;
- 5. Aggregazione dei risultati:** ai fini dell'analisi, sono stati considerati rilevanti solo quegli impatti che hanno superato il c.d. *valore soglia*, calcolato come la media aritmetica delle valutazioni medie attribuite agli impatti da ciascuna categoria di Stakeholder. In questo modo, è stato possibile identificare una lista complessiva di opportunità, rischi e impatti per noi rilevanti;
- 6. Validazione degli impatti ad opera del CdA:** La Commissione Strategica di Sostenibilità ha informato tutti gli organi di amministrazione, direzione e controllo dei risultati emersi dall'analisi di doppia materialità, oltreché delle opportunità, rischi e impatti dei risultati.

Tale processo, adottato volontariamente, è altresì ispirato agli **Standard di Rendicontazione GRI** (Global Reporting Initiative), che rappresentano, ad oggi, il framework convenzionale maggiormente diffuso e identificato a livello mondiale in materia di rendicontazione non finanziaria. **L'obiettivo di questo nostro bilancio 2023 è quello di mostrare il processo di transizione verso la compliance normativa, che ricadrà sulla nostra Azienda a partire dal 2025, senza perdere la continuità delle informazioni e degli indicatori raccolti nelle edizioni dei Bilanci di Sostenibilità precedenti.**

OPPORTUNITÀ, RISCHI E IMPATTI IN TEMA AMBIENTALE

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
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 ad una minore esposizione alla volatilità del prezzo dei prodotti che da esso derivano							Operazioni proprie
Variabilità dei costi legati all'attuale grado di dipendenza da combustibile fossile e quindi alla volatilità del prezzo dei prodotti che da esso derivano							Operazioni proprie
Eventuali costi dovuti a danni alle infrastrutture aziendali, a possibili interruzioni nella catena del valore e connessi a costi di ripristino e di adattamento causati da eventi climatici estremi e altre calamità naturali							Operazioni proprie

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 ad una corretta gestione della fase di prevenzione/riciclo / recupero del prodotto							Operazioni proprie e operazioni a valle della catena del valore (clienti ed enti del territorio)
Produzione di rifiuti alimentari e di quelli non alimentari difficilmente recuperabili / riciclabili e, quindi, destinati a rifiuto							Operazioni proprie
Corretta gestione delle risorse non alimentari lungo la catena del valore grazie ad attività di collaborazione a monte e a valle della catena del valore							Operazioni proprie e operazioni a monte della catena del valore (fornitori di packaging)
Riduzione del consumo di materie prime grazie all'eco-progettazione degli imballaggi							Operazioni proprie
Facilitazione nella fase di destinazione del rifiuto nella raccolta differenziata attraverso scelte di packaging facilmente riciclabile							Operazioni proprie
Opportunità legate ad una corretta gestione di prodotti alimentari altrimenti destinati a rifiuto							Operazioni proprie
Opportunità legate all'utilizzo di materiale riciclato all'interno del packaging di prodotto							Operazioni proprie
Opportunità legate al recupero dei materiali e alla riduzione di rifiuti							Operazioni proprie
Costi dovuti ad una scorretta gestione di prodotti alimentari destinati a rifiuto e non a pratiche di economia circolare							Operazioni proprie
Danno reputazionale legato ad uno scarso impegno rispetto all'uso di materiale riciclato all'interno del packaging di prodotto							Operazioni proprie
Costi dovuti ad una scorretta gestione di prodotti non alimentari destinati a rifiuto e non a pratiche di economia circolare							Operazioni proprie

OPPORTUNITÀ, RISCHI E IMPATTI IN TEMA SOCIALE

S1 - 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
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 e l'equilibrio tra vita professionale e privata ai propri dipendenti							Operazioni proprie
Incremento del livello dell'occupazione femminile e di quella giovanile (under 30)							Operazioni proprie
Incremento del livello dell'occupazione di persone con disabilità							Operazioni proprie
Diffusione di una cultura inclusiva che considera la diversità e la non discriminazione dei valori da promuovere							Operazioni proprie
Capacità di garantire una parità di trattamento tra i dipendenti indipendentemente da ogni forma di diversità							Operazioni proprie
Creazione di una cultura della salute dei dipendenti che travalichi gli aspetti collegati al lavoro							Operazioni proprie
Compromissione dello stato di salute e della sicurezza dei dipendenti dovuto a eventi di infortunio sul lavoro							Operazioni proprie
Opportunità derivata dalla capacità di attrarre o trattenere forza lavoro qualificata, garantendo un buon livello di soddisfazione ai propri dipendenti							Operazioni proprie
Miglioramento continuo delle nuove competenze legate alle attività di aggiornamento delle conoscenze							Operazioni proprie
Rischio legato all'incapacità dell'organizzazione di attrarre o trattenere forza lavoro qualificata							Operazioni proprie
Danno reputazionale dovuto ad episodi di discriminazione all'interno dell'organizzazione							Operazioni proprie
Danni legati ad episodi di infortunio tra i dipendenti sul posto di lavoro							Operazioni proprie

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 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 e operazioni a monte della catena del valore (fornitori)
Sviluppo economico delle aree locali in cui l'organizzazione opera, attraverso politiche di assunzione di persone provenienti dal territorio							Operazioni proprie
Opportunità legata ad un elevato grado di partecipazione e dialogo con il territorio							Operazioni proprie
Rischio legato ad una scarsa partecipazione e dialogo con il territorio							Operazioni proprie

OPPORTUNITÀ, RISCHI E IMPATTI IN TEMA SOCIALE

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
Capacità di garantire cibo di qualità, nel pieno rispetto dei parametri di responsabilità sociali e ambientali							Operazioni proprie
Miglioramento dell'esperienza del cliente nel punto vendita e non, attraverso i servizi erogati							Operazioni proprie
Inclusione delle categorie di consumatori più vulnerabili, generato dalla capacità di erogare prodotti e servizi ad hoc							Operazioni proprie
Incremento della fidelizzazione del cliente, grazie a pratiche di coinvolgimento aziendali (dialogo trasparente, meccanismi di reclamo)							Operazioni proprie
Diffusione di una cultura sulle tematiche della corretta e sana alimentazione							Operazioni proprie
Generazione di una sempre più diffusa consapevolezza di acquisto tra i consumatori attraverso una comunicazione trasparente e completa per i prodotti commercializzati							Operazioni proprie
Violazione dei diritti dei consumatori connesso ad eventuali episodi di mancato rispetto della privacy o di pubblicità ingannevole							Operazioni proprie
Opportunità che deriva dall'elevato grado di attenzione dell'organizzazione ai bisogni dei propri consumatori							Operazioni proprie
Opportunità legata al livello di fidelizzazione del cliente che predilige una comunicazione di prodotto trasparente e chiara							Operazioni proprie
Danno reputazionale dovuto a episodi che possano compromettere lo stato di salute dei clienti rispetto alla sicurezza dei prodotti commercializzati dall'organizzazione							Operazioni proprie
Danno legato ad uno scarso grado di attenzione dell'organizzazione ai bisogni dei propri consumatori							Operazioni proprie
Danno conseguente a episodi di fughe di dati ed erronea gestione dei temi di protezione della privacy a danno del consumatore							Operazioni proprie
Danno conseguente a episodi di mancata trasparenza o erronea comunicazione a danno del consumatore							Operazioni proprie

OPPORTUNITÀ, RISCHI E IMPATTI IN TEMA DI GOVERNANCE

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
Diffusione di una cultura relativa al benessere animale lungo tutta la catena del valore							Operazioni proprie ed operazioni a monte della catena del valore (fornitori)
Compromissione del benessere degli animali dovuto all'incapacità dell'organizzazione di prevenire pratiche di allevamento non sostenibili nel processo di produzione dei prodotti commercializzati							Operazioni proprie ed operazioni a monte della catena del valore (fornitori)
Impatto positivo potenziale sul livello di benessere dei dipendenti, generato dalla capacità dell'organizzazione di diffondere una cultura di impresa sana all'interno dell'organizzazione							Operazioni proprie
Distribuzione del valore nei confronti di fornitori locali e di piccoli artigiani localizzati nel territorio							Operazioni proprie ed operazioni a monte della catena del valore (fornitori)
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 ed operazioni a monte della catena del valore (fornitori)
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 ed operazioni a monte della catena del valore (fornitori)
Opportunità legata al livello di fidelizzazione del cliente che predilige prodotti legati a eccellenti condizioni di benessere animale							Operazioni proprie
Opportunità legata alla capacità di attrarre nuovi talenti e di fidelizzare i dipendenti garantendo una cultura di impresa sana							Operazioni proprie
Opportunità legata alla disponibilità dei prodotti offerti al consumatore grazie ad una buona gestione del livello di reperibilità delle materie prime di cui l'organizzazione si rifornisce							Operazioni proprie
Danno reputazionale conseguente a episodi in cui l'azienda viene collegata ad una scarsa attenzione del benessere animale							Operazioni proprie
Danno dovuto all'incapacità di attrarre nuovi talenti e di fidelizzare i dipendenti, senza garantire una cultura di impresa sana							Operazioni proprie
Danno economico e reputazionale legato a episodi di corruzione aziendale							Operazioni proprie
Danno economico e reputazionale legato all'incapacità di disporre dei prodotti offerti al consumatore dovuto alla collaborazione con fornitori che non garantiscono la reperibilità delle materie prime di cui l'organizzazione si rifornisce							Operazioni proprie

La Strategia di Sostenibilità

TRIENNIO 2022-2024

La Strategia di Sostenibilità è diventata essenziale per guidare la nostra Azienda verso il futuro. Rispetto al 2021, abbiamo perfezionato il nostro approccio, rendendolo più consapevole e strutturato. Essa si basa su tre pilastri fondamentali che riflettono il nostro impegno ad operare in modo responsabile:

1. **Valorizzazione del Territorio**
2. **Valorizzazione dei Dipendenti**
3. **Valorizzazione degli Asset Aziendali**

Per ciascuno di questi pilastri, abbiamo identificato gli Stakeholder chiave, definito la missione e stabilito le azioni per il triennio 2022-2024, con l'obiettivo di raggiungere risultati concreti. Inoltre, abbiamo allineato la nostra strategia agli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite (SDGs), associando ciascun pilastro strategico ad uno o più SDGs.

PILASTRI	STAKEHOLDER COINVOLTI	OBIETTIVI	AZIONI	SDGs
VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO	 ISTITUZIONI  CLIENTI  COMUNITÀ & TERRITORIO  GENERAZIONI FUTURE  FORNITORI  FINANZIATORI  MEDIA	Supportare lo sviluppo del Territorio e della Comunità locale nel pieno rispetto della storia, della tradizione e della sostenibilità.	- Investire su sistemi per la riduzione di consumi energetici - Investire su sistemi per la riduzione dei rifiuti, per il riuso e per il riciclo - Investire sulla Strategia e sul Bilancio di Sostenibilità	 1  2  3  4  7  11  12  13  14  15
VALORIZZAZIONE DEI DIPENDENTI	 ISTITUZIONI  DIPENDENTI  GENERAZIONI FUTURE  SINDACATI  ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA  AZIONISTI  FORNITORI  FINANZIATORI  MEDIA	Preservare lo sviluppo professionale, il benessere lavorativo e l'equilibrio casa-lavoro, attraverso la scoperta, la valorizzazione e il potenziamento delle risorse uniche di ciascuno.	- Investire sulle competenze tecniche, sulle competenze trasversali e sull'attitudine al cambiamento - Investire sull'intelligenza emotiva dei Dipendenti - Investire sull'intelligenza collettiva dei Dipendenti	 4  5  8  10
VALORIZZAZIONE DEGLI ASSET AZIENDALI	 ISTITUZIONI  DIPENDENTI  GENERAZIONI FUTURE  AZIONISTI  CLIENTI  FORNITORI  FINANZIATORI	Garantire la ricerca, lo sviluppo e l'innovazione tecnologica di beni e servizi al fine della maggior consapevolezza dei Dipendenti, della loro responsabilità e della loro autodeterminazione.	- Investire sulla tecnologia al servizio dei Dipendenti - Investire sulla privacy dei Dipendenti - Investire sulle Partnership strategiche su tutto il territorio nazionale	 4  8  9  11  16  17

INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ

La sfida principale è **bilanciare innovazione, tradizione e sostenibilità per continuare a migliorare l'esperienza dei nostri Clienti mantenendo un ambiente di lavoro stimolante per i nostri Dipendenti**.

Per realizzare questa visione, nella ristrutturazione dei nostri punti vendita esistenti, utilizziamo materiali e sistemi innovativi che riducono l'impatto ambientale. I nuovi SuperPan e IperPan, poi, sono progettati, fin da subito, per essere moderni, tecnologici e a risparmio energetico (ad esempio: banchi frigoriferi orizzontali con pannelli di chiusura per evitare la dispersione del freddo, impianti fotovoltaici per l'autonomia energetica, sistemi con standard Konnex (KNX) per il controllo da remoto delle luci, illuminazione a LED e scambiatori termici per il recupero del calore).

Alcuni dei nostri punti vendita sono dotati di pareti green in ceramica estrusa, che hanno proprietà antinquinamento e offrono un eccellente isolamento termico. Queste pareti riducono

il fabbisogno energetico per il riscaldamento e il raffrescamento, mantenendo condizioni climatiche ottimali all'interno degli edifici.

La sostenibilità si riflette anche sull'offerta dei prodotti; per questo ci impegniamo con i nostri Fornitori locali a garantire che le scelte di approvvigionamento siano responsabili e rispettose dell'ambiente, creando così un ciclo virtuoso di sviluppo sostenibile. Nei nostri reparti *food*, proponiamo frutta e verdura a km 0, alimenti vegani e *free from*, nonché prodotti naturali e biologici come il nostro pane a lievitazione naturale.

Al fine di sviluppare, ampliare e sostenere le imprese locali, abbiamo creato la linea di prodotti a marchio Alligresa provenienti dalle imprese del Territorio sardo.

Il nostro impegno si estende anche alla sostenibilità sociale per garantire a tutti i nostri Clienti l'accesso ai migliori servizi, al fine di ottimizzare sempre di più l'esperienza d'acquisto presso la nostra rete di vendita.



Agenda 2030

CORRELAZIONE TRA IMPATTI MATERIALI ESRS E SDGs

OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

		1 SODDISFACERE LA POVERTÀ	2 SODDISFACERE L'ALIMENTAZIONE	3 SALUTE E BENESSERE	4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ	5 PARITÀ DI GENERE	6 ACQUA PULITA E SERVIZI IGIENICO-SANITARI	7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE	8 LAVORO DECENTO E CRESCITA ECONOMICA	9 INDUSTRIE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE	10 RIDURRE LE DISUGLIANZE	11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI	12 CONSUMI E PRODUZIONE RESPONSABILI	13 Lotta contro il cambiamento climatico	14 VITA SOTT'ACQUA	15 VITA SULLA TERRA	16 PACE, GIUSTIZIA E LEGGI	17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI
	IMPATTI AMBIENTALI																	
	E1 - Cambiamento climatico ed emissioni																	
	E5 - Gestione dei rifiuti alimentari e non alimentari ed economia circolare																	
	IMPATTI SOCIALI																	
	S1 - Forza lavoro propria																	
	S3 - Comunità interessate																	
	S4 - Consumatori e utilizzatori																	
	IMPATTI DI GOVERNANCE																	
	G1 - Condotta delle imprese																	

Famiglia

NOI SIAMO SARDI

Noi siamo sardi.

*Noi siamo spagnoli, africani, fenici,
cartaginesi, romani, arabi,
pisani, bizantini, piemontesi.*

*Siamo le ginestre d'oro giallo
che spiovono sui sentieri rocciosi
come grandi lampade accese.*

*Siamo la solitudine selvaggia,
il silenzio immenso e profondo,
lo splendore del cielo,
il bianco fiore del cisto.*

*Siamo il regno ininterrotto del lentisco,
delle onde
che ruscellano i graniti antichi,
della rosa canina,
del vento,
dell'immensità del mare.*

*Siamo una terra antica di lunghi silenzi,
di orizzonti ampi e puri,
di piante fosche,
di montagne bruciate
dal sole e dalla vendetta.*

Noi siamo sardi.

*Poesia di Grazia Deledda
Scrittrice Sarda*

Premio Nobel per la Letteratura 1926



Famiglia

I NOSTRI VALORI

Famiglia, Onestà e Passione sono i valori che ci hanno guidato per tre generazioni e ancora oggi continuano a farlo.

La nostra Azienda, la nostra Famiglia e gli oltre mille Dipendenti, che oggi rappresentano questa realtà sarda in continua crescita, ne sono la testimonianza.

Il nostro successo si basa sulla capacità di definire chiaramente la nostra *vision*, essere proattivi negli investimenti, tempestivi negli impegni ed eccellenti nell'esecuzione dei compiti quotidiani.

Da noi strategia e operatività vanno di pari passo, alimentate dal solido rapporto tra Famiglia e Management.

FAMIGLIA

un senso di appartenenza che valica i nostri legami di sangue, includendo Dipendenti, Fornitori e Clienti.

ONESTÀ

L'onestà è il cuore della relazione che, da oltre 60 anni, ci lega profondamente ai nostri Clienti.

PASSIONE

La passione per la ricerca dell'eccellenza, la passione per il miglioramento continuo e la passione per l'innovazione nella tradizione ci distinguono sul mercato.





Azienda

LA NOSTRA TRADIZIONE DI COMMERCianti DA OLTRE 60 ANNI

Da oltre 60 anni facciamo commercio e da quasi 50 operiamo nella Grande Distribuzione Organizzata sul Territorio sardo, contribuendo al sostegno dell'economia locale, occupazionale e sociale della nostra Isola.

Dal 1990 siamo Soci Selex GC; in questi decenni, la sinergia creatasi con gli altri associati, Leader nei rispettivi territori operanti nel settore della GDO, ci ha permesso di avere un dialogo costante, una visione allargata e strategica, stimoli per una crescita continua. Partecipiamo anche alla centrale d'acquisto ESD Italia e ad EMD, primaria centrale europea di negoziazione sia per l'industria di marca che per la marca del distributore.


1960

A Dolianova, un piccolo paese a 20 km da Cagliari, la Famiglia Murgia gestisce un emporio tradizionale con prodotti alimentari e non food.


1975

In corso Repubblica 90, apre il primo negozio con insegna **SUPERMERCATI MP** (dai fondatori Murgia Francesco e Piras Margherita); ha così inizio la trasformazione da piccolo emporio a moderno supermercato, dove ortofrutta e carni sono confezionate.


1980

Nasce Superemme con l'apertura di due nuovi punti vendita nella Città di Cagliari. L'insegna Supermercato MP viene sostituita con ***PAN***, dal greco "tutto".


1988

Apriamo il primo ipermercato della Sardegna, l'Iperpan nella SS 131 a Sestu, una struttura di circa 3.000 mq moderna e innovativa che diventa ben presto il punto di riferimento per tutta l'area del capoluogo. Ha inizio così un intenso sviluppo nella nostra Isola.


1990

Noi di Superemme aderiamo a Selex GC, ESD Italia e EMD. L'obiettivo di questo importante accordo è garantire al Cliente una sempre maggior qualità a prezzi competitivi.


2020

Rappresentiamo un'importante realtà della moderna distribuzione regionale e, con 33 punti vendita sul territorio e quasi 1.000 Dipendenti, garantiamo il sostegno occupazionale ed economico dell'Isola. Nel 2020 realizziamo il nostro primo Bilancio di Sostenibilità su base volontaria.


2021

Realizziamo il Progetto L'Evoluzione nella Tradizione che racconta il secondo Passaggio Generazionale con Francesco Murgia e Silvia Massa guidati dagli stessi valori.


2022

Con il secondo Passaggio Generazionale intrapreso nel 2021, si rafforza il ruolo della Famiglia, dove Evoluzione e Tradizione si uniscono per accrescere una visione più ampia, consapevole e responsabile in ambito ambientale, sociale e di governance. Lo sviluppo e la crescita dell'Azienda passano attraverso i nostri Dipendenti. Ai familiari si affiancano nuovi Manager, competenti e appassionati che sposano valori, visione e missione della nostra Azienda.


2023

Ampliamo la nostra rete con due nuove aperture a Dolianova e Olbia. Intensifichiamo il processo di riorganizzazione manageriale e consolidamento strutturale, mirando ad implementare una strategia di sostenibilità sempre più allineata con gli obiettivi futuri della nostra Azienda. Prestiamo una sempre maggiore attenzione alle tematiche ambientali, sociali e di governance. Aumentiamo il sostegno occupazionale ed economico della nostra Isola, superando i 1.000 Dipendenti.

Azienda

ATTIVITÀ E CATENA DEL VALORE

Siamo una delle più importanti realtà imprenditoriali del Territorio sardo.

Operiamo nella regione Sardegna, con crescente consapevolezza e responsabilità verso la sostenibilità ambientale, sociale e di governance, nel settore della Grande Distribuzione Organizzata; ci occupiamo di commercio al dettaglio e all'ingrosso di prodotti di largo e generale consumo offrendo sia generi alimentari che non alimentari.

Siamo sempre più attivi per rispondere concretamente alla continua evoluzione del mercato e delle esigenze dei Consumatori, sviluppando e realizzando servizi complementari, integrativi e digitalizzati.

Con una storia lunga oltre 60 anni, 35 punti vendita, 2 poli logistici, 1 sede amministrativa e oltre 1.000 Persone, **contribuiamo al sostegno dell'economia locale, occupazionale e sociale della nostra Isola.**



***Essere protagonisti dello sviluppo dell'economia della Sardegna, puntando sempre su qualità, crescita ed innovazione.
Sostenere i Dipendenti, la Comunità e il Territorio per dare continuità alla cultura, alla tradizione e ai prodotti tipici che rendono unica la nostra Terra.***



VISION



Supportiamo la crescita del Territorio e della Comunità Locale nel pieno rispetto della storia, della tradizione e della sostenibilità. Preserviamo l'evoluzione professionale e il benessere lavorativo attraverso la scoperta, la valorizzazione e il potenziamento delle risorse uniche di ciascuno. Garantiamo la ricerca, il progresso e l'innovazione tecnologica di beni e servizi al fine della maggior consapevolezza dei Dipendenti.



MISSION



I principi e i valori che guidano le azioni e le decisioni dell'organizzazione trovano espressione nel nostro **Codice Etico**, che costituisce il patrimonio comune che deve essere conosciuto, condiviso e messo in pratica da tutti i Collaboratori, a qualunque livello e nello svolgimento di qualsiasi attività lavorativa, all'interno così come all'esterno dell'Azienda.

L'implementazione di un **Codice Etico** è fondamentale per promuovere **trasparenza, integrità e responsabilità**. Questo strumento ci aiuta a **prevenire conflitti di interesse e comportamenti illeciti, rafforzando il nostro impegno verso pratiche responsabili e corrette**. Adottare e rispettare il Codice Etico per noi significa non solo essere *compliance*, ma contribuisce anche a creare rapporti di fiducia e collaborazione sia all'interno dell'organizzazione sia con i Partner, generando un impatto positivo sulla società.

Il nostro Codice Etico si fonda sull'impegno a valorizzare le Persone, promuovendo lo **sviluppo delle competenze, la crescita professionale e la non discriminazione**, per garantire la soddisfazione e il benessere dei nostri Collaboratori sia nella sede centrale che in tutti i punti vendita sul territorio. Lavoriamo costantemente per rendere questa soddisfazione sempre più tangibile.

Tutti i nostri punti vendita, **IperPan** e **SuperPan**, hanno come *pay off* **"SARDI COME VOI"** per dare enfasi alle nostre radici sarde e al nostro impegno verso Comunità e Territorio locale.

Azienda

I PUNTI VENDITA

ASSEMINI

- Via Carmine
- Via Sardegna
- Via Trieste

BOSA

- Via degli Artigiani

CAGLIARI

- Viale Marconi
- Via del Pozzetto
- Via Castiglione
- Via Sant'Alenixedda
- Via Calamattia
- Via Figari
- Via Cinquini
- Via Santa Gilla
- Viale La Plaia

CARBONIA

- Via Costituente
- Via Santa Caterina

DECIMOMANNU

- Via delle Aie

DOLIANOVA

- Corso Repubblica
- Via Zuddas

GONNOSFANADIGA

- Via Nazionale

IGLESIAS

- Corso Colombo
- Via Villa di Chiesa

OLBIA

- Piazza Crispi
- Via Barcellona

ORISTANO

- Via Dublino

QUARTU SANT'ELENA

- Piazza Azuni
- Via Monsignor Angioni
- Via Fiume

SAN GIOVANNI SUERGIU

- Via Vittorio Emanuele

SANLURI

- Via Bologna

SELARGIUS

- Via Piero della Francesca
- Via San Nicolò
- Via della Libertà

SESTU

- Ex S.S. 131 - Km 7,650
- Ex S.S. 131 - Corte del Sole

VILLASOR

- Via Cagliari



● SUPERPAN

● IPERPAN

● RISTRUTTURAZIONI
2023

● NUOVE APERTURE
2023

35
PUNTI VENDITA

10,1%
QUOTA
DI MERCATO*

*Fonte: DB Nielsen 2023
IPER+SUPER+LIS
(pdv diretti e affiliati)

All'interno dei nostri punti vendita, è possibile scegliere tra un vasto assortimento di prodotti alimentari e non alimentari, per garantire un'offerta completa e di qualità con focus su: reparti freschissimi, localismo e prodotto a Marchio del Distributore.

Le nostre principali Marche sono: Selex, Le Vie dell'Uva, Amico Mio Selex, Natura chiama Selex, Primi Anni Selex, Vivi Bene Selex, Vivi Bene Senza Glutine, Casa per Casa, Saper di Saperi, Armonia & Benessere, Le Bontà del Pasticciere, Storie di Gastronomia, Happy Di.

Sono protagonisti i reparti di pescheria, macelleria, ortofrutta, latticini, gastronomia, salumeria, panetteria e pasticceria, con una ricca selezione di specialità locali, che dimostrano la nostra conoscenza approfondita della tradizione culinaria, la consapevolezza della genuinità dei prodotti locali e il nostro profondo legame con il Territorio. **Ogni reparto propone il meglio in termini di freschezza e gusto grazie alla nostra gestione diretta dei rapporti e degli accordi commerciali con le aziende locali.**

Nel 2023 abbiamo aperto due nuovi Superpan: ad aprile a Dolianova e a luglio a Olbia.

Entrambi i punti vendita sono dotati di casse veloci "Self Checkout" e del servizio attivo 7 giorni su 7. A Olbia è anche possibile effettuare la spesa online tramite la piattaforma digitale "Così Comodo".

Durante quest'anno abbiamo ultimato le ristrutturazioni di quattro punti vendita e abbiamo terminato i lavori per la nuova Sede Amministrativa a Cagliari che, a partire da Gennaio 2024, ospiterà oltre 80 Collaboratori in un ambiente accogliente, innovativo e altamente sostenibile.

Nonostante le numerose difficoltà, che hanno prolungato e reso più impegnativi i costi e i tempi di investimento, abbiamo aumentato la nostra presenza sul territorio.

Crediamo fermamente nel nostro *format* caratterizzato da ampi spazi che valorizzano in particolare i prodotti freschi e il localismo.

Stiamo anche continuando a sviluppare nuove soluzioni per agevolare le spese veloci, come le casse automatiche, i servizi di "Click & Collect" e "Home Delivery" per creare ancora più valore per l'intera Comunità sarda.

Ci avvaliamo di un'importante categoria di Fornitori di servizi, quella dei **trasporti**. La nostra attività di logistica, infatti, è esternalizzata e affidata a Partner di valore in grado di assicurare elevati standard di servizio, efficienza e tempestività. Le merci vengono coltate all'interno dei nostri due poli logistici localizzati a Macchiareddu e Sestu e successivamente inviate ai 35 punti vendita sul Territorio.

Proprietà

LA NOSTRA GOVERNANCE

Siamo una **Società per Azioni**, interamente controllata dalla società Cedifin di F.lli Murgia & C. Sas. Deteniamo il 75% delle partecipazioni di DIS Srl, mentre il restante 25% è detenuto dalla controllante Cedifin. Ad oggi non pubblichiamo un Bilancio Consolidato.

Dal 1990 siamo soci di Selex GC ed in questi anni abbiamo costruito, con gli altri associati e la Centrale, forti sinergie strategiche per promuovere costantemente l'innovazione ed arricchire ulteriormente le competenze dei nostri Collaboratori. Insieme a Selex, partecipiamo come Mandanti alla Centrale di Acquisto ESD Italia e ad EMD, primaria centrale europea che gestisce gli accordi con le grandi industrie internazionali e le collaborazioni per l'acquisto e sviluppo dei prodotti a Marca del Distributore.

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

La gestione è in capo al Consiglio di Amministrazione, un organo collegiale che, al 31 Dicembre 2023, è formato da:

RAPPRESENTANTI D'IMPRESA



P - **Giangiuseppe Murgia**



AD - **Antonello Murgia**

DIREZIONE GENERALE



VP - **Francesco Murgia**



AD - **Silvia Massa**

CONSIGLIERI



CD - **Anna Murgia**



CD - **Silvana Murgia**



C - **Alberto Murgia**



C - **Carlotta Farigu**

P = Presidente – VP = Vicepresidente – AD = Amministratore Delegato – CD = Consigliere Delegato – C = Consigliere
Murgia Francesco e Massa Silvia sono membri esecutivi e nessuno tra loro è membro indipendente.

La nostra missione è ispirata al rispetto di ogni legge e/o regolamento vigente nazionale e internazionale. Per questa ragione, i nostri Amministratori uniformano la propria attività ai principi di integrità, lealtà e senso di responsabilità nei confronti della società, astenendosi dall'agire in situazioni di conflitto di interessi nell'ambito dell'attività da loro svolta in azienda. Abbiamo richiesto a tutti gli Amministratori di assumere

un comportamento ispirato ad autonomia, indipendenza e correttezza con le istituzioni pubbliche, i soggetti privati, le associazioni economiche, le forze politiche ed ogni altro portatore d'interesse, oltretutto di partecipare con assiduità alle adunanze e alle attività degli organi sociali; inoltre questi sono tenuti a tutelare la riservatezza delle informazioni di cui vengono a conoscenza per ragioni di ufficio.



Come Società per Azioni abbiamo un organo collegiale attraverso il quale i Soci esercitano i loro diritti di partecipazione alla vita societaria. Questo organo, l'Assemblea dei Soci, rappresenta la principale espressione della volontà dei Soci e svolge un ruolo cruciale nella governance della società. Essa si riunisce in sessioni ordinarie e straordinarie per deliberare su questioni fondamentali che riguardano la vita societaria.

ASSEMBLEA DEI SOCI

CEDIFIN SAS, SOCIO UNICO DI SUPEREMME



Giangiuseppe Murgia
Socio Accomandatario



Antonello Murgia
Socio Accomandatario



Anna Murgia
Socio Accomandante



Silvana Murgia
Socio Accomandante

Composizione dell'Assemblea dei Soci di Superemme al 31 dicembre 2023.

COLLEGIO SINDACALE

PRESIDENTE



Antonio Moi

SINDACI



Daniele Ariu



Fulvio Ferrarini

SINDACI SUPPLEMENTI



Flavio Carboni



Aurelio Planta

Composizione del Collegio Sindacale
al 31 dicembre 2023.
I membri non sono dipendenti
di Superemme.

Proprietà

LA NOSTRA GOVERNANCE DI SOSTENIBILITÀ

A presidio della Governance di Sostenibilità, è presente la **Commissione Strategica di Sostenibilità**, formata dall'AD Silvia Massa, dalla Coordinatrice della Sostenibilità Laura Piras, e da una Professionista esterna indipendente Cristina D'Alonzo.

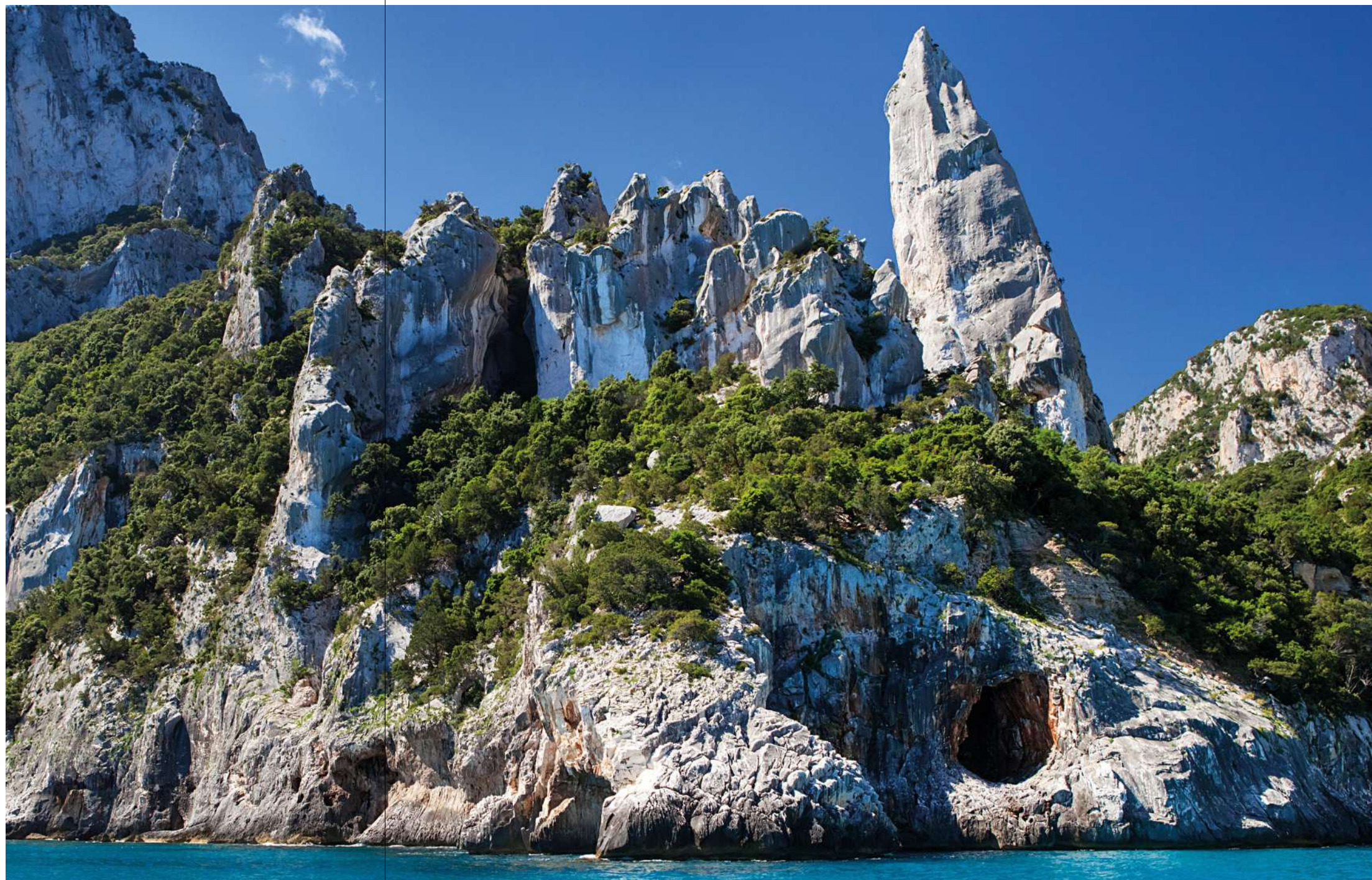
La Commissione Strategica di Sostenibilità si incontra una volta a settimana per dettare le linee guida sui Progetti di Sostenibilità, fornire le informazioni utili allo sviluppo e monitorarne la messa a terra, affidata al **Comitato Operativo di Sostenibilità** che, di fatto, coordina all'interno e all'esterno dell'organizzazione tutti i Progetti.

I singoli Responsabili di Funzione, membri del Comitato Operativo, hanno il compito di proporre progettualità in linea con gli indirizzi strategici e di monitorare, verificare e convalidare la chiarezza, la veridicità e la coerenza dei dati raccolti al fine della rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità.

In ottica di avvicinamento all'obbligatorietà di rendicontazione a partire dall'anno 2026 (consuntivo 2025) e di revisione strategica di lungo periodo, la Commissione Strategica di Sostenibilità ha deciso di proseguire anche per questo 2023 il processo di rendicontazione volontario della sostenibilità, **ispirandosi, fin da subito, ai nuovi standard europei** (European Sustainability Reporting Standard o anche ESRS) introdotti dalla Direttiva sulla Corporate Sustainability (CSRD).

Inoltre, a supporto della **revisione di lungo periodo**, la Commissione si occuperà di **presidiare il perseguimento degli obiettivi a medio-lungo periodo** e di monitorare la rendicontazione dei KPI di sostenibilità.

Il processo di rendicontazione, revisione e validazione dei dati di questo Bilancio di Sostenibilità è stato in capo al Comitato Operativo, composto dai Responsabili di Funzione e guidato dalla Commissione Strategica di Sostenibilità, di cui Laura Piras, da ben 15 anni in azienda, già Assistente di Direzione, ne è la Coordinatrice.





Cambiamento Climatico

IL RISPETTO PER L'AMBIENTE

Per la nostra Azienda investire in azioni e comportamenti responsabili nell'ambito ambientale, sociale e di governance è una scelta quotidiana.

Un impegno che si traduce nella realizzazione di diversi progetti, legati principalmente alle attività dei punti vendita -cuore del nostro business- e nella promozione della Cultura Sostenibile a tutti i livelli della nostra organizzazione.



NUOVI PUNTI VENDITA SOSTENIBILI

Quando progettiamo un nuovo punto vendita o un nuovo format, siamo orientati verso una costruzione che rispetti i parametri della sostenibilità, selezionando materiali e tecnologie innovative con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale, anche a fronte di un maggior investimento economico.

Il nostro impegno per la **riduzione delle emissioni** si fonda sui principi chiave che guidano le decisioni strategiche e che ci consentono di spendere in modo efficace l'esperienza e il *know-how* tecnico che abbiamo acquisito nel corso degli anni.

Per le nuove aperture del 2023 abbiamo infatti adottato l'ormai consolidata procedura che prevede l'installazione di impianti fotovoltaici per aumentare l'indipendenza energetica dei nostri punti vendita, l'installazione di sistemi

con standard Konnex (KNX) per il controllo e programma a distanza dell'accensione e spegnimento delle luci nonché l'illuminazione a LED a minor consumo energetico. Nei nuovi punti vendita, in continuità con gli altri già esistenti, sono stati inseriti i banchi frigoriferi verticali dotati di chiusura per evitare la dispersione del freddo e installati scambiatori termici in grado di recuperare il calore proveniente dalle centrali frigorifere e riutilizzarlo per produrre acqua calda sanitaria in modo sostenibile.



Nel corso del 2023 questi sono stati i principali progetti legati alla nostra strategia di riduzione delle emissioni:

- efficientamento e ottimizzazione degli impianti;
- investimenti continui in approvvigionamento da fonti rinnovabili;
- ristrutturazione o costruzione degli edifici in un'ottica sempre più innovativa e sostenibile;
- sostituzione dei banchi frigoriferi con altri a migliore prestazione ambientale;
- rinnovamento della flotta aziendale con progressiva introduzione dei veicoli EURO 6.

IL NOSTRO IMPEGNO A FAVORE DELL'ENERGIA RINNOVABILE

2023

6
impianti fotovoltaici
attivi

1.302.750 KWh
capacità di produzione annuale
di energia rinnovabile
garantita dagli impianti attivi

27,56%*

copertura fabbisogno energetico sostenibile
rispetto al fabbisogno energetico totale



4

impianti fotovoltaici
da attivare

1.261.764 kWh
previsione capacità futura totale
degli impianti fotovoltaici
da attivare



96,85%

incremento dell'autoproduzione
energetica

2024

* Il dato deve intendersi contestualizzato a quei punti vendita sui quali sono stati installati pannelli fotovoltaici. Il 27,56% è infatti dato dal rapporto tra la produzione annuale (in kWh) dei 6 punti vendita sul quale è stato installato il fotovoltaico (pari a 1.302.750 kWh), rispetto al fabbisogno energetico complessivo di quei 6 punti vendita (pari a 4.726.608 kWh)



Già a partire dal 2021, con l'installazione del **primo impianto fotovoltaico nel punto vendita di Oristano**, abbiamo dato priorità all'uso di **energia proveniente da fonti rinnovabili** per sostituire le fonti fossili, puntando a una maggiore indipendenza energetica per ridurre l'impatto ambientale conseguente al nostro approvvigionamento energetico.

Nel 2023 sono stati attivati 5 nuovi impianti fotovoltaici nei punti vendita di Cagliari Via Calamattia; Cagliari Viale Marconi; Gonnosfanadiga Via Nazionale; San Giovanni Suergiu Via Vittorio Emanuele e Sanluri Via Bologna; che producono circa 1.104 MWh di energia autoprodotta all'anno. **Questi nuovi impianti, in aggiunta a quello di Oristano, ora coprono potenzialmente il 27,56% del fabbisogno energetico totale dei 6 punti vendita. Importanti gli investimenti e i programmi di nuove installazioni per il 2024.**

NUOVI PUNTI VENDITA CON FACCIATA VENTILATA



DOLIANOVA
Via Zuddas



OLBIA
Via Barcellona

Durante il 2023, abbiamo realizzato nuove facciate ventilate nei 2 punti vendita di Dolianova e Olbia, un sistema di efficientamento energetico innovativo che consente un'attività di assorbimento naturale di CO₂. In particolare, per ogni 14 mq di facciata ventilata viene svolto il lavoro che un singolo albero può fare nel corso di un anno, assorbendo 20 Kg di CO₂. Di conseguenza, nel corso del 2023 il punto vendita di Dolianova (circa 430 mq di superficie) ha potuto assorbire 614 kg di CO₂ annui, mentre il punto vendita di Olbia (circa 585 mq di superficie) ha contribuito all'assorbimento di 836 kg di CO₂ annui.

A questi risultati aggiungiamo i 193 kg di CO₂ assorbiti annualmente dalla facciata installata nel 2022 nel punto vendita Iperpan di Carbonia (135 mq), **la nostra capacità totale di assorbimento raggiunge circa 1.643 kg di CO₂ all'anno, equivalente alla quantità di CO₂ assorbita da oltre 80 alberi.**

Questo innovativo sistema di efficientamento, garantisce un buon isolamento dell'edificio, producendo un duplice beneficio: riduce le perdite di calore in inverno e la dispersione del fresco in estate.

PUNTI VENDITA SEMPRE PIÙ SOSTENIBILI: LE NOSTRE FACCIATE VENTILATE

2022

prima facciata ventilata
installata

193 kg di CO₂
assorbiti
pari alla quantità
assorbita da circa
10 alberi



2 nuove facciate ventilate
installate

1.643 kg di CO₂
assorbiti
pari alla quantità
assorbita da circa
82 alberi

2023



LE NOSTRE SCELTE SUGLI F-GAS



-50,18%

riduzione delle perdite di gas refrigerante
ad alto impatto sull'ambiente registrate tra il 2022 e il 2023

Nel 2023, abbiamo risposto proattivamente al regolamento UE 517/2014 (noto anche come Normativa Europea F-Gas) che impone il divieto di utilizzare gas refrigeranti ad alto impatto ambientale.

In anticipo rispetto alle disposizioni normative europee, **abbiamo implementato nuovi sistemi di refrigerazione equipaggiati con le tecnologie più avanzate che utilizzano gas refrigeranti eco-compatibili con prestazioni ambientali** superiori rispetto a quelli precedentemente impiegati, sostituendo in particolare il gas refrigerante R404A e R448A con alternative a base di CO₂, con un potenziale di riscaldamento globale (GWP) pari a 1 e, dunque, più ecocompatibili.

Grazie all'introduzione di banchi frigoriferi di ultima generazione, nel 2023 abbiamo inoltre ridotto le perdite di gas refrigerante del 50,18% rispetto a quelle relative al 2022.

I gas refrigeranti a minor impatto ambientale sono caratterizzati da un contributo ridotto al riscaldamento globale (Global Warming Potential, GWP) rispetto ai gas refrigeranti tradizionalmente utilizzati nel settore della Grande Distribuzione Organizzata.

La recente normativa europea F-Gas introduce misure rigorose per ridurre l'uso di gas fluorurati ad alto GWP e prevede:

- una progressiva eliminazione di HFC (idrofluorocarburi) ad alto GWP entro il 2030;
- imposizione di limiti stringenti sulle quantità di gas immesse sul mercato;
- incentivazione dell'uso di alternative a basso GWP, come ammoniaca (NH₃), idrocarburi (HC) e in particolare la CO₂, che ha un GWP pari a 1.

Il nuovo regolamento in vigore prevede anche una maggiore tracciabilità e monitoraggio delle emissioni, la formazione obbligatoria per gli operatori del settore e l'implementazione di tecnologie avanzate per il contenimento e il recupero dei gas refrigeranti.

Tutte misure che mirano a ridurre l'impatto ambientale dei sistemi di refrigerazione e a promuovere soluzioni sostenibili nel lungo termine.

Grazie a questi progetti possiamo rendere sempre più concreto il nostro impegno per minimizzare l'impatto ambientale generato dallo svolgimento delle nostre attività.



CONSUMI ENERGETICI ED EMISSIONI
 VARIAZIONI DAL 2022 AL 2023

-6,72%
riduzione totale
consumi energetici

+965,06%
energia auto-consumata
da fonti rinnovabili (fotovoltaico)

-66,53%
riduzione delle emissioni
direttamente imputabili
alle perdite di gas refrigeranti,
grazie alla sostituzione
con gas di ultima generazione
a minor impatto ambientale

-8,66%
riduzione delle emissioni
parco auto aziendale



-64,33%
riduzione
delle emissioni dirette
Scope 1

-11,82%
riduzione
delle emissioni indirette
Scope 2 - Location Based

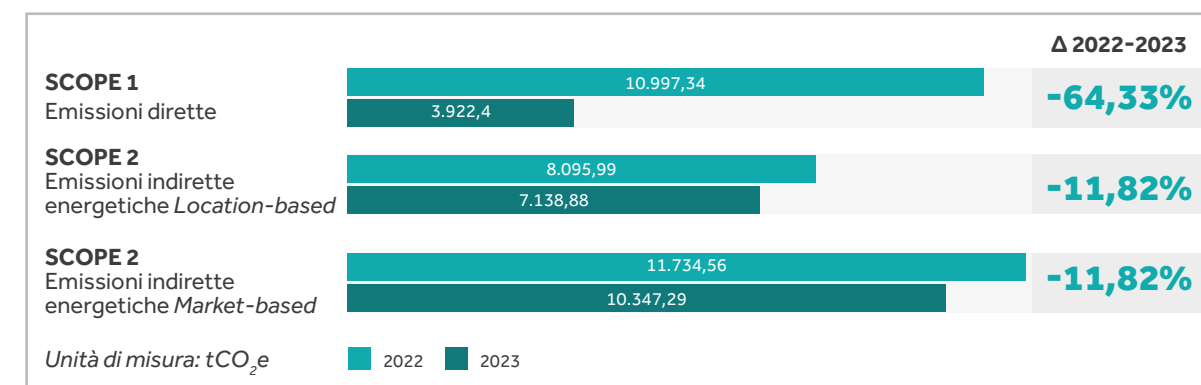
-11,82%
riduzione
delle emissioni indirette
Scope 2 - Market Based

A testimonianza dell'impegno profuso e delle attività realizzate, descritte nei precedenti paragrafi, nel 2023 la nostra Azienda ha ottenuto, a livello complessivo, una **riduzione dei consumi energetici pari al 6,72%**. Abbiamo potuto raggiungere tale risultato, nonostante l'apertura di due nuovi punti vendita, grazie all'effetto delle azioni di efficientamento adottate nel corso di quest'anno.

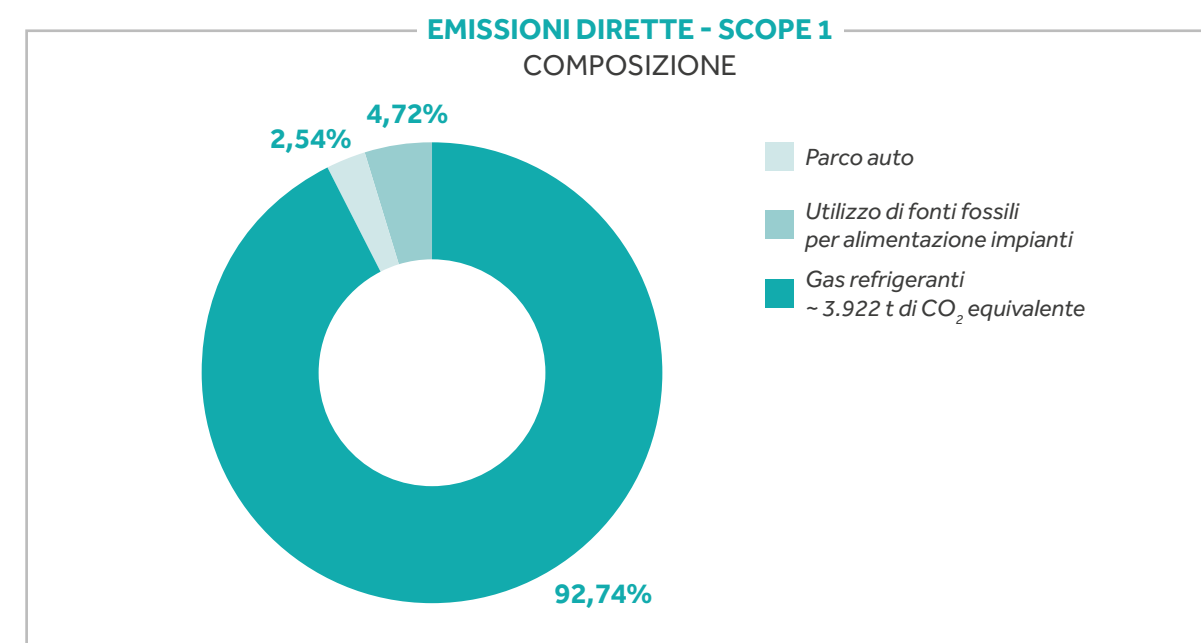
In particolare, nel 2023, abbiamo consumato **24.398,25 Mwh di energia, di cui il 97,91%** consumati da fonti fossili. All'interno di questa percentuale, la maggior parte del consumo energetico deriva dall'acquisto di energia elettrica da fonti non rinnovabili, mentre una piccola quota, pari a **669,22 Mwh**, deriva dall'autoproduzione di energia da sorgenti non rinnovabili. Tale consumo è dovuto all'apertura dei nuovi punti vendita che, nella prima fase di apertura, non essendo allacciati alla rete elettrica né disponendo dei pannelli fotovoltaici attivi, sono stati alimentati grazie all'autoproduzione di energia da generatori elettrici autonomi alimentati a gasolio (gruppi elettrogeni).

La restante percentuale, pari al **2,09%** deriva dal consumo di **fonti energetiche rinnovabili**, ovvero da energia solare autoprodotta e consumata grazie all'installazione e all'attivazione degli impianti fotovoltaici. Questa quota è in netta crescita rispetto al 2022, registrando **un aumento pari al 965,06%**, con un incremento di energia autoconsumata da 47,80 Mwh del 2022 a 509,10 Mwh del 2023. Solo una piccolissima percentuale di energia autoprodotta viene destinata alla vendita nella rete, pari a 27,70 Mwh nel 2023.

Per calcolare l'impatto ambientale di un'azienda rispetto ai temi del riscaldamento climatico, si considerano le emissioni di gas a effetto serra (o GHG-Greenhouses Gases). Tali emissioni possono essere prodotte da diverse fonti, più o meno controllabili dall'organizzazione che le genera. Per questo motivo, si è soliti distinguere tra **emissioni dirette (Scope 1*) ed emissioni indirette (Scope 2**)**.



Nel 2023, le nostre emissioni Scope 1 sono ammontate a **3.922,44 tonnellate di CO₂ equivalente**, imputabili principalmente alle emissioni dirette derivanti da perdite di gas utilizzato per le attività di refrigerazione all'interno dei nostri punti vendita (92,74%), seguite da una piccola parte di emissioni legata all'utilizzo di gasolio per l'autoproduzione di energia elettrica da fonti non rinnovabili (4,72%) ed emissioni derivanti dall'utilizzo di carburante per le autovetture presenti nel nostro parco auto aziendale (2,54%).



In particolare, le emissioni lorde di Scope 1 registrate nel 2023, rispetto a quelle del 2022, hanno ottenuto un'importante riduzione, pari al 64,33%. Tale riduzione è principalmente riconducibile alla categoria di emissioni derivanti da perdite di gas refrigeranti e, più precisamente, dall'azione di sostituzione della tipologia di gas refrigerante che abbiamo utilizzato nel 2023 per l'alimentazione delle celle frigorifere, a cui è

imputabile una riduzione di emissioni pari al 66,53% rispetto al 2022. Questi nuovi impianti di refrigerazione di ultima generazione utilizzano gas refrigeranti a basso impatto ambientale e, avendo un potenziale di riscaldamento minore rispetto a quelli precedentemente utilizzati, producono minori emissioni in caso di perdite di gas.

La riduzione del 64,33% di emissioni di Scope 1 è stata ottenuta anche grazie alla riduzione delle emissioni derivanti dall'utilizzo delle auto aziendali, all'interno delle quali vengono conteggiate le auto ad uso personale e quello ad uso promiscuo. Le emissioni dirette derivanti dall'utilizzo del parco auto, infatti, sono state pari a 99,76 tonnellate di CO₂ equivalente, pari all'8,66% in meno rispetto alle emissioni dirette prodotte nel 2022. Tale riduzione è imputabile ad un minor utilizzo delle auto ad uso aziendale (a parità di macchine tra il 2022 e il 2023).

Anche nell'ambito delle emissioni Scope 2 è stata registrata una riduzione nel corso del 2023 rispetto all'anno precedente, precisamente dell'11,82%. Tali riduzioni sono imputabili sia alla riduzione dei consumi energetici pari al 6,72%, sia al notevole incremento delle fonti rinnovabili all'interno del mix energetico. Grazie agli investimenti effettuati in ambito di energia rinnovabile, infatti, è stata evitata l'immissione in atmosfera di 177,68 t di CO₂ equivalente.



Per un maggior dettaglio degli indicatori riguardanti gli impatti materiali ambientali rimandiamo alle tabelle presenti in appendice.

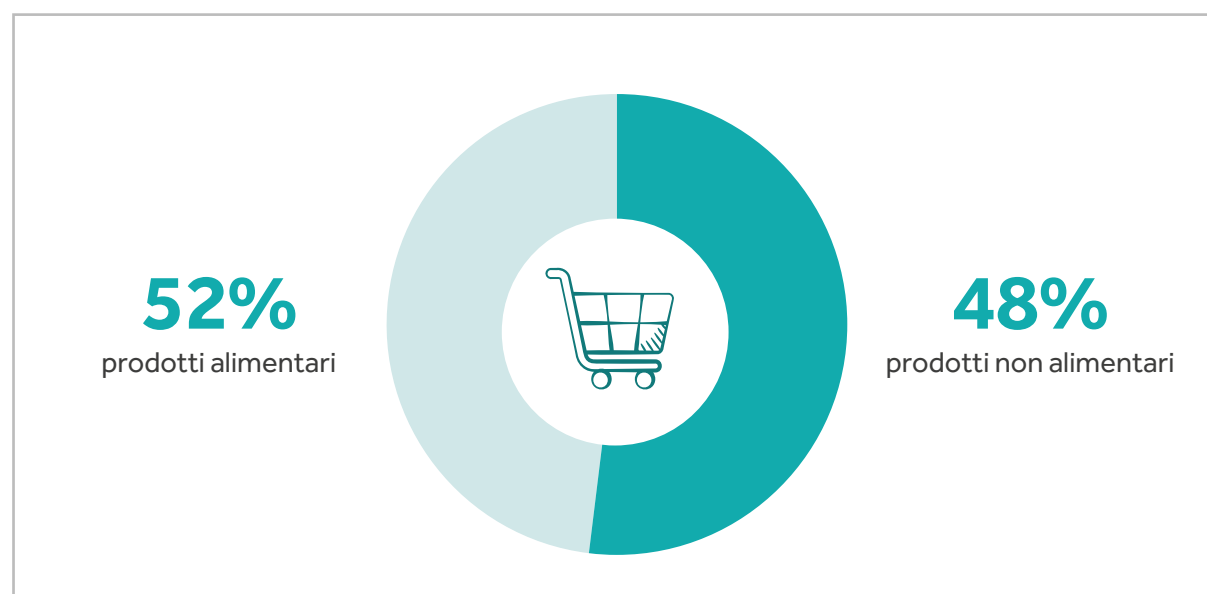
* Per emissioni **Scope 1** si intendono le **emissioni generate direttamente dalla nostra organizzazione** a partire dai nostri impianti di riscaldamento, raffreddamento e dal parco auto, alimentati con combustibili fossili (quali benzina, diesel, gasolio, gas metano), a cui si sommano le emissioni fugitive (perdite) dei gas refrigeranti. Dipendendo dai consumi aziendali, le Scope 1 rappresentano la categoria di emissioni più facile da individuare e su cui intervenire in ottica di mitigazione degli impatti ambientali.

** Le emissioni **Scope 2** rappresentano, invece, le **emissioni di gas serra derivanti dall'energia elettrica utilizzata. Queste emissioni non sono generate direttamente dalla nostra organizzazione ma da terze parti**, che, a loro volta, generano emissioni di gas serra nel processo di produzione di energia. Per calcolare queste emissioni indirette si utilizzano due metodologie differenti che contemplano le peculiarità specifiche del mercato energetico. Nella metodologia Location Based, le emissioni vengono calcolate utilizzando i fattori di emissione medi relativi al mix energetico del Paese in cui è localizzata l'organizzazione; esse seguono linearmente l'andamento del mix energetico e sono calcolate sulla base di un fattore di emissione nazionale. Ne deriva che, se nel corso dell'anno a livello nazionale viene prodotta più energia proveniente da fonti rinnovabili che da fonti fossili, il fattore di emissione sarà più basso e di conseguenza anche le emissioni attribuibili ai consumi energetici dell'azienda che calcola il proprio Scope 2. Nel metodo Market Based si utilizza un fattore che valorizza la possibilità dell'azienda di operare una scelta consapevole sul libero mercato. Le emissioni, in questo caso, sono calcolate a partire da un fattore di emissione chiamato residual mix, specifico sulla base dell'energia rinnovabile utilizzata dall'organizzazione. Ne deriva che, se un'organizzazione sceglie energia rinnovabile al 100%, le emissioni Scope 2 Market Based sono nulle.



Gestione delle Risorse Alimentari, non Alimentari ed Economia Circolare

USO DELLE RISORSE ED ECONOMIA CIRCOLARE



La nostra offerta si compone di **prodotti alimentari** e di **prodotti non alimentari**. La maggior parte delle referenze rappresentano **prodotti alimentari**, che compongono il **52%** del totale. Tra questi, le principali categorie merceologiche sono rappresentate dal reparto drogheria alimentare; seguito dai freschi, bevande, surgelati, ortofrutta; e dai reparti freschissimi: carne, pesce, gastronomia, formaggi, panetteria e pasticceria.

I nostri supermercati offrono anche un'offerta dedicata ai **prodotti non alimentari**, che coprono il **48%** delle nostre referenze a scaffale. In questa tipologia di referenze è possibile trovare prodotti per la cura della casa e della persona, cibo per animali, e, a corredo, articoli tessili, bazar e bricolage.

In Superemme siamo concretamente impegnati in tutti quegli ambiti in cui sappiamo di poter dare un contributo grazie al controllo diretto della tematica, come sui temi della **lotta allo spreco alimentare** e sulla **accurata selezione dei materiali per il packaging** con cui confezioniamo i nostri prodotti freschi di reparto, prediligendo materiali provenienti da fonti gestite in modo responsabile e materiali riciclati.

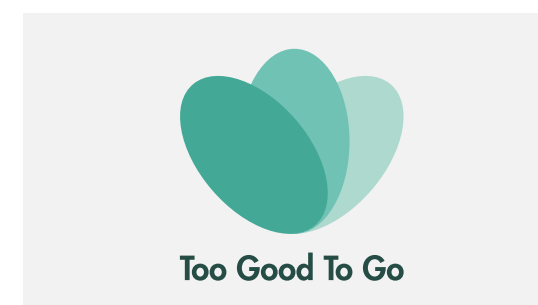
Per le risorse su cui abbiamo un controllo limitato, come gli imballaggi da trasporto (*packaging* secondario) utilizzati per lo spostamento dei prodotti nei punti vendita, ci impegniamo a gestire correttamente la fase di disposizione e di smaltimento dei rifiuti.

LA NOSTRA LOTTA CONTRO LO SPRECO ALIMENTARE

Considerato che le risorse alimentari rappresentano la maggioranza della nostra offerta commerciale ed essendo consapevoli dell'importanza di prevenire gli impatti negativi legati agli scarti, portiamo avanti la **lotta contro lo spreco alimentare**, adottando pratiche virtuose al fine di prevenire lo spreco del cibo invenduto.

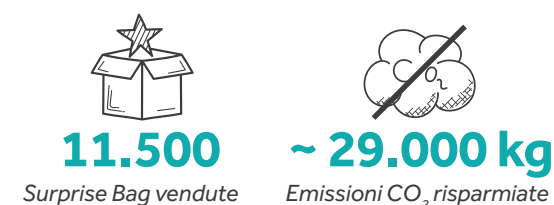
Nel corso del 2023 abbiamo proseguito la nostra lotta contro lo spreco alimentare, ampliando la rosa dei punti vendita aderenti alle iniziative **Too Good To Go** e **Ultimi giorni**.

TOO GOOD TO GO



Too Good To Go è una iniziativa contro lo spreco alimentare che mette in contatto, attraverso un'App, i Clienti finali con gli esercizi commerciali che hanno cibo e prodotti alimentari che a fine giornata restano invenduti. I prodotti vengono confezionati all'interno di **Surprise Bag** e hanno un prezzo molto vantaggioso per i nostri Clienti, che fino all'acquisto non ne conoscono il contenuto. Nel 2023 abbiamo aggiunto al progetto pilota **altri 7 punti vendita*** aderenti all'iniziativa commerciale di **Too Good To Go**.

Grazie a questo progetto e ai nostri Clienti, abbiamo evitato lo spreco di oltre **11.500 Surprise Bag** di cibo invenduto, corrispondenti a circa **29.000 kg di emissioni CO₂** risparmiate.



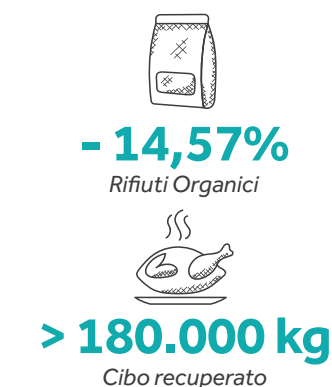
*Il servizio Too Good To Go è disponibile presso i punti vendita di Cagliari: Viale la Plaia, Viale Marconi e Via Santa Gilla; Carbonia: Via Costituente; Iglesias: Via Villa di Chiesa; Oristano: Via Dublino; Quartu S.E.: Via Monsignor Angioni; Sestu: ex SS 131 km 7,650.

ULTIMI GIORNI



Nel 2023 abbiamo promosso, in tutti i nostri punti vendita, il corner **ULTIMI GIORNI per valorizzare l'acquisto di prodotti prossimi alla scadenza**, con proprietà nutrizionali inalterate e un prezzo super conveniente per i Clienti (arrivando anche al 40% di sconto per i prodotti dei reparti freschi e freschissimi).

Grazie a queste iniziative, nel 2023, abbiamo **ridotto del 14,57%** i rifiuti organici prodotti**, per un totale di oltre **180.000 kg** di cibo recuperato.



**Il dato relativo alla riduzione del 14,57% dei rifiuti registrati tra il 2022 e il 2023 è stato calcolato considerando i dati certificati che ci sono stati forniti da parte degli operatori terzi autorizzati con i quali collaboriamo per il ritiro della raccolta organica differenziata. Il dato comprende una stima delle quantità di rifiuti organici provenienti da quei punti vendita in cui la raccolta viene gestita dal Comune e per i quali non ci è stato possibile disporre del dato certificato.

VERSO UN USO RESPONSABILE DEI MATERIALI

Nel perseguire il nostro obiettivo di sostenibilità, ci impegniamo a ridurre i materiali utilizzati nelle attività quotidiane dei punti vendita, implementando soluzioni di digitalizzazione e l'adozione di materiali sostenibili per il *packaging*.

A seguito delle innovazioni introdotte nel 2022, come la gestione digitale degli ordini nei punti vendita, la digitalizzazione dei servizi al Cliente con l'introduzione delle **Fidelity Card** e del **volantino digitale** accessibile tramite l'**App Supermercati Pan**, abbiamo deciso di fare ulteriori passi avanti nel 2023.

Abbiamo sostituito le tradizionali etichette cartacee con **etichette elettroniche di nuova generazione in 32 punti vendita, coprendo il 91% della nostra rete ed eliminando così il consumo di carta** per l'indicazione dei prezzi.

Parallelamente, abbiamo migliorato l'uso dei volantini cartacei, utilizzando carta riciclata proveniente da foreste gestite in modo responsabile e riducendo del **10%** la quantità di carta stampata.

Inoltre, **poniamo grande attenzione alla scelta dei materiali per il confezionamento dei nostri prodotti freschi come pesce, carne e gastronomia, preferendo materiali sostenibili che garantiscano la sicurezza del prodotto finito** (i.e. per le insalate pronte, macedonie, contorni, primi e secondi piatti confezionati nei nostri punti vendita, utilizziamo confezioni d'asporto in carta FSC e plastica riciclabile, eliminando completamente gli imballaggi non riciclabili).

Infine, per i formaggi porzionati, abbiamo consolidato l'uso dei vassoi in carta FSC, abbandonando definitivamente quelli in polistirolo.

Anche per i nostri prodotti artigianali utilizziamo confezioni di carta FSC.

Mettiamo a disposizione dei Clienti macchinari per la preparazione di spremute fresche con bottigliette e tappi in plastica riciclata, un'iniziativa che verrà estesa anche ad altri punti vendita nel 2024.



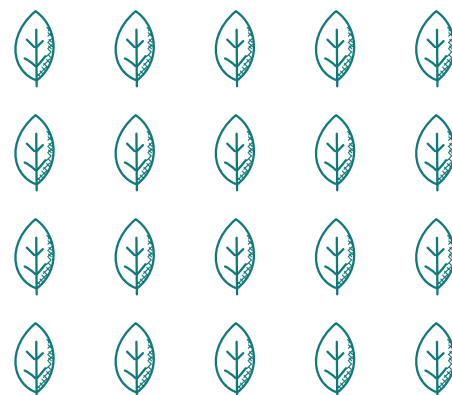
*Il marchio di certificazione FSC,
apposto sui prodotti composti da materie prime di origine forestale,
assicura che l'intera filiera legno-carta,
da cui derivano, sostiene la gestione forestale responsabile.*



LA CORRETTA GESTIONE DEI RIFIUTI

Mettiamo il massimo impegno per estendere il più possibile la vita utile delle risorse; tuttavia, quando non è possibile, ci assicuriamo che queste possano avere una seconda vita, seguendo i principi dell'economia circolare, grazie ad una corretta gestione dei rifiuti per i nostri punti vendita, affidandoci sia a ditte specializzate che ne garantiscono lo smaltimento, sia alla raccolta comunale per la parte residua.

Per ridurre al minimo il quantitativo totale dei rifiuti indifferenziati conferiti in discarica, **privilegiamo il recupero delle risorse alimentari e non alimentari attraverso l'incremento della percentuale delle risorse destinate alla raccolta differenziata**. Per concretizzare questo obiettivo, abbiamo promosso alcune iniziative di ottimizzazione della fase di disposizione rifiuti all'interno dei punti vendita.



20

isole ecologiche installate
presso i punti vendita
al 31.12.2023



Quest'anno abbiamo installato **un nuovo sistema di isola ecologica**, dotato di gabbia portarifiuti per isolare correttamente i rifiuti organici, facilitare la fase di raccolta da parte dell'operatore ecologico e contrastare l'aumento del non differenziato. **Siamo così arrivati a quota 20 isole ecologiche, con l'obiettivo a medio-lungo periodo non solo di migliorare le operazioni di conferimento, bensì di migliorare anche la pulizia, l'estetica e il decoro degli immobili.**

Per quanto concerne le categorie carta e plastica differenziata, rispetto ai valori pubblicati nel Bilancio di Sostenibilità 2022, abbiamo deciso di affinare la metodologia di calcolo, non solo includendo i rifiuti che vengono raccolti da parte di operatori terzi autorizzati, ma prevedendo all'interno anche una stima delle quantità di rifiuti provenienti da quei punti vendita in cui la raccolta viene gestita dal Comune e per i quali, ad oggi, non è disponibile un dato puntuale.

Osservando la tabella, tra il 2022 e il 2023 si registrano lievi variazioni nei rifiuti differenziati di cartone e di plastica, rispettivamente dell'1,61% e del 7,36%. Questi dati non sono facilmente gestibili da parte della nostra Azienda poiché, per la maggior parte, prendono in considerazione

i materiali di *packaging* secondario con cui i prodotti arrivano nei magazzini e nei punti vendita. Tali materiali, dunque, sono imputabili alla catena del valore a monte, su cui non abbiamo attualmente previsto azioni per incentivare iniziative di eco-progettazione, finalizzate a ridurre il consumo dei materiali per questo tipo di imballaggi.

Un altro punto importante riguarda la **plastica non differenziata**.

In generale, nel 2023, abbiamo registrato una **riduzione della frazione di rifiuti non differenziati pari al 5,43%**.

IL NOSTRO IMPEGNO PER IL FUTURO

Nel 2024, con l'obiettivo di facilitare sempre più la corretta gestione dei rifiuti e favorire il riciclo dei materiali abbiamo previsto l'introduzione di una **pressa per il riciclo del polistirolo**.

Per contribuire attivamente alla corretta gestione dei rifiuti anche a valle della catena del valore, ovvero da parte dei clienti, nel 2024 sosterremo un progetto per facilitare la **raccolta post-consumo di bottiglie in plastica PET**.

RIFIUTI DIFFERENZIATI*

ORGANICO



Δ 2022-2023

-14,57%

CARTONE



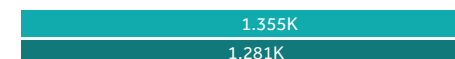
1,61%

PLASTICA



7,36%

INDIFFERENZIATO



-5,43%

Unità di misura K=1.000 Kg

■ 2022 ■ 2023

* Nel 2023 i kg di rifiuti organici sono stati calcolati in modo puntuale per 5 punti vendita, la cui raccolta differenziata viene gestita attraverso una ditta privata specializzata. Per i restanti 30 punti vendita il sistema si basa su un calcolo stimato di raccolta differenziata tramite il Comune. Nel calcolo rientra anche una stima per i due nostri due poli logistici. Anche per i rifiuti di plastica e cartone abbiamo proceduto nello stesso modo.

In particolare, nel corso del 2023, abbiamo raccolto, in modo puntuale: i rifiuti di plastica da imballaggio in 14 dei nostri punti vendita e i rifiuti di cartone in 27 dei nostri punti vendita.



Forza lavoro propria



I DIPENDENTI: LA CHIAVE DEL NOSTRO SUCCESSO

Siamo un'Azienda familiare, profondamente integrata nel tessuto locale.

Da oltre 60 anni, il nostro impegno ha trasformato un piccolo emporio di paese in una delle principali catene di supermercati della Sardegna.

Ad oggi sono oltre 1.000 i Dipendenti che lavorano con serietà nei nostri 35 punti vendita per offrire il miglior servizio ai nostri Clienti.

Il nostro successo è strettamente correlato al valore dei nostri Dipendenti, alla loro capacità di fare squadra e alla loro profonda motivazione per la propria crescita personale e professionale.

I Dipendenti sono sempre stati il motore portante del nostro successo; per questo crediamo che sia importante valorizzarli, seguendo il principio per cui la qualità del lavoro è sempre il riflesso diretto del benessere e della soddisfazione dei Dipendenti. Lo dimostriamo promuovendo un **ambiente di lavoro sicuro e inclusivo**, investendo risorse in **programmi di sviluppo e formazione**.

Questo contribuisce a creare un circolo virtuoso che garantisce il successo complessivo della nostra Azienda e, contestualmente, il benessere di tutti coloro che vi lavorano all'interno.

LE NOSTRE PERSONE

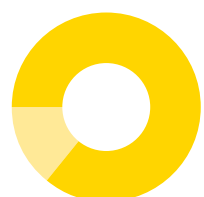
1.013
DIPENDENTI



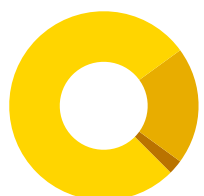
50,25%
Donne
509



49,75%
Uomini
504



di cui
85,98%
Dipendenti assunti
a tempo indeterminato

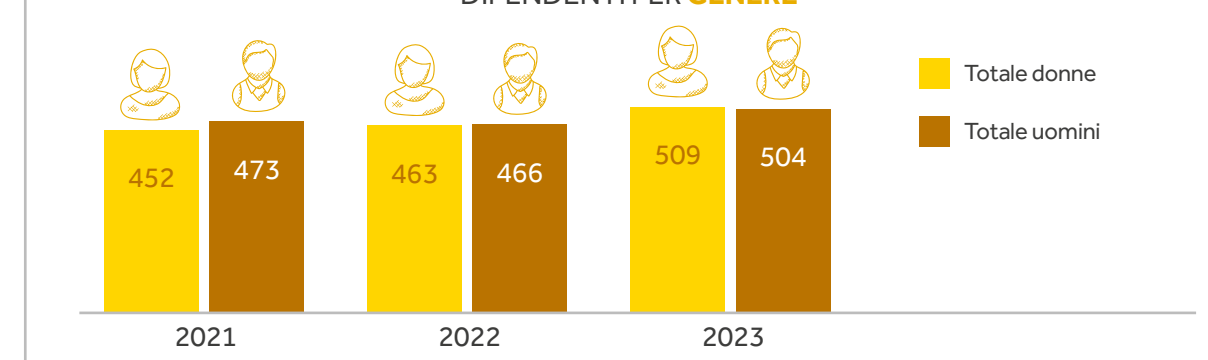


oltre a
40 COLLABORATORI
31 in tirocinio formativo
8 somministrati
1 a progetto

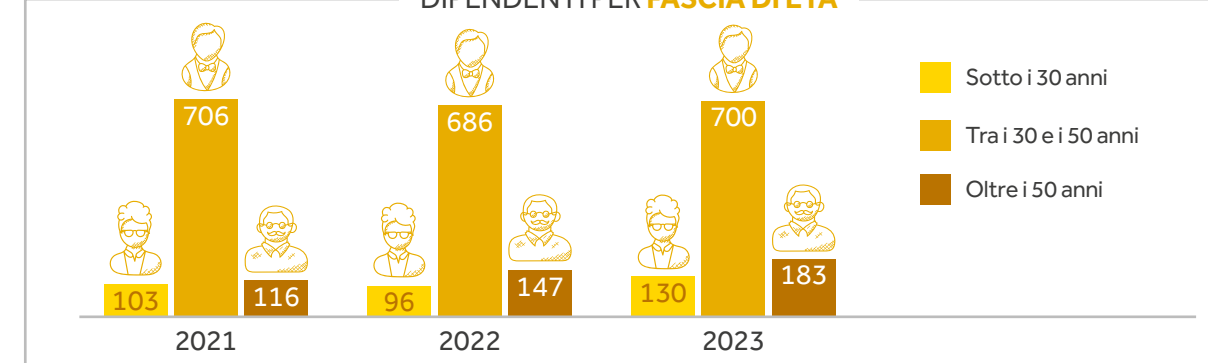
299 NUOVI ASSUNTI NEL 2023



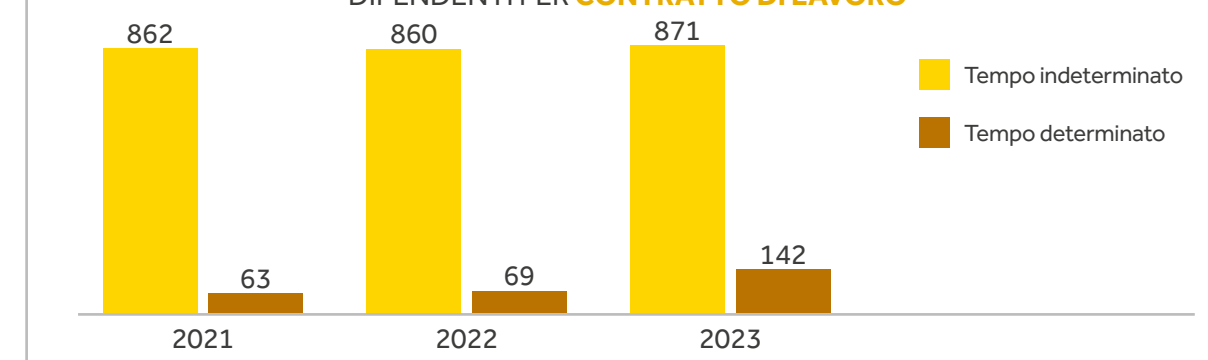
DIPENDENTI PER GENERE



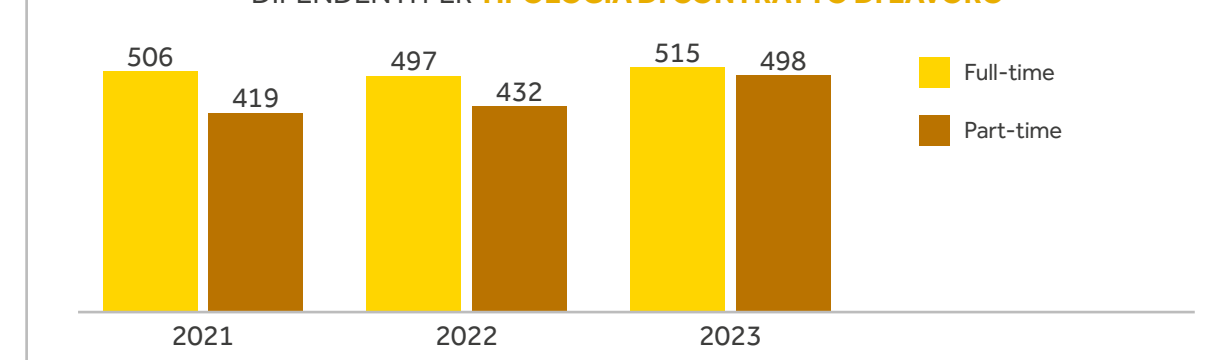
DIPENDENTI PER FASCIA DI ETÀ



DIPENDENTI PER CONTRATTO DI LAVORO



DIPENDENTI PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO DI LAVORO



In Superemme abbiamo 1.013 Dipendenti, di cui 509 (50,25%) donne e 504 (49,75%) uomini.

Dei 1.013 Dipendenti, **871 sono assunti a tempo indeterminato** (85,98% della popolazione totale) e 142 a tempo determinato (14,02% della popolazione totale). Inoltre, il 50,84% dei Dipendenti è impiegato full-time, mentre il 49,16% è con **contratto part-time, una scelta in prevalenza delle donne (71,08%) per favorire la conciliazione famiglia-lavoro.**

Per quanto riguarda la composizione dell'età, il 12,83% ha meno di 30 anni (+27,45% rispetto al 2022), il 69,10% ha un'età compresa tra i 30 e i 50 anni, mentre il 18,07% ha più di 50 anni.

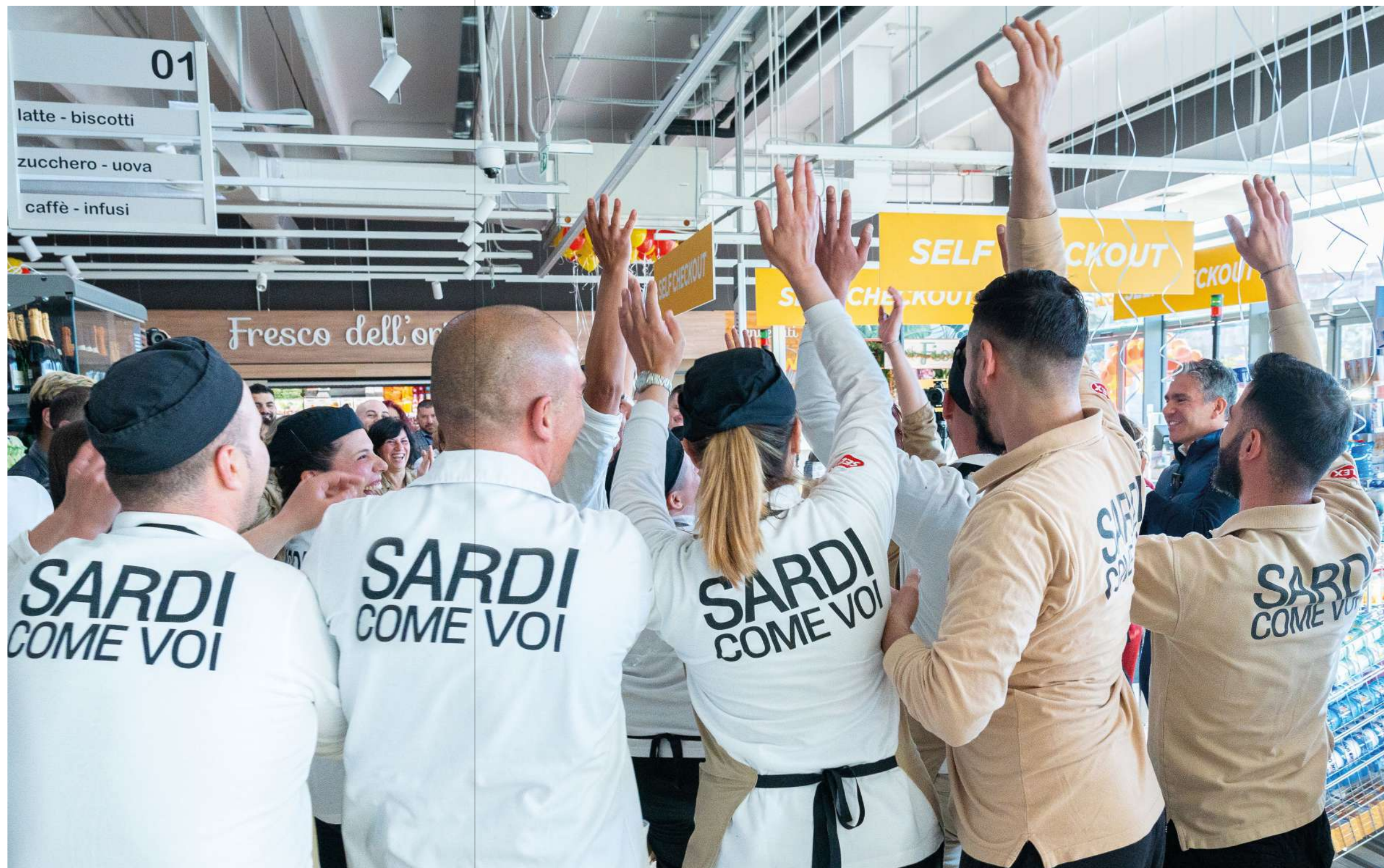
Rispetto al tipo di categoria contrattuale, 3 ricoprono il ruolo di Dirigente, 4 rientrano nella categoria dei Quadri e la maggioranza (99,31%), è rappresentata da Impiegati, di cui il 50,50% donne e 49,50% uomini.

Nel 2023 abbiamo assunto complessivamente 299 nuovi Dipendenti, rispetto ai 167 dell'anno precedente, il 37,46% dei quali sotto i trent'anni e il 59,20% nella fascia di età tra i 30 e i 50 anni.

Accanto ai Dipendenti assunti a tempo determinato e indeterminato, ci avvaliamo di altre categorie di Collaboratori: 31 in tirocinio formativo, 8 somministrati e 1 a progetto.



Per un maggiore dettaglio degli indicatori riguardanti gli impatti materiali sociali si rimanda alle tabelle presenti in Appendice.



IL BENESSERE DEI NOSTRI DIPENDENTI

La qualità del lavoro è intrinsecamente legata al valore delle persone, sia in termini di coesione che di crescita professionale, per questo dedichiamo grande attenzione allo sviluppo professionale e alla sicurezza sul posto di lavoro dei nostri Dipendenti promuovendo una cultura aziendale, sostenibile e basata sulla responsabilità e la collaborazione, adottando un approccio strategico e proattivo per identificare, valutare, mitigare e monitorare i rischi associati a queste dimensioni.

Nel 2023 abbiamo introdotto la "People Survey", con l'obiettivo di migliorare concretamente il clima aziendale; lo strumento ha offerto a tutti i nostri Dipendenti la preziosa opportunità di esprimere le proprie opinioni, ascoltando, al contempo, le opinioni altrui.

La Survey ha permesso di rafforzare il legame e il dialogo con i nostri Dipendenti, oltreché di definire le aree di miglioramento.

Per garantire un alto livello di benessere per i nostri Dipendenti e risolvere rapidamente eventuali criticità, oltre alla "People Survey", i nostri Dipendenti hanno la possibilità di comunicare e ricevere riscontro con diverse modalità che includono: incontri e/o comunicazioni con i responsabili di funzione e l'ufficio Personale, oltre che canali digitali come il *whistleblowing* (per un maggiore dettaglio si rimanda al Capitolo 6, Impatti di Governance), che garantiscono la riservatezza delle segnalazioni. A seguito di una segnalazione, gli uffici competenti si attivano per accertare e risolvere eventuali criticità, garantendo al Dipendente serenità e benessere nel contesto organizzativo.



IL NOSTRO IMPEGNO PER IL FUTURO

Per dare sempre più concretezza all'impegno preso e diventare sempre più un'azienda orientata alle Persone, abbiamo deciso di sviluppare un approccio più *human centred* che vedrà la riorganizzazione ed evoluzione dell'Ufficio del Personale, per strutturare e diffondere tale cultura in un clima positivo.

Abbiamo investito sulla formazione e, entro la prima metà del 2024, inaugureremo la **EMME Academy**, con l'obiettivo di **sviluppare le competenze dei nostri Dipendenti e di valorizzarle a tutti i livelli dell'organizzazione, al fine di essere allineati con la strategia aziendale di medio-lungo periodo.**

Crediamo che questo progetto possa alimentare un clima positivo e professionale, migliorando la qualità del servizio offerto ai nostri Clienti e contribuendo a consolidare la nostra reputazione.

L'Academy interna ci permetterà altresì di preparare al meglio i nostri Dipendenti per ricoprire ruoli di maggiore responsabilità all'interno dell'organizzazione, oltreché di trattenere i talenti e rispondere al mercato dei mestieri e della distribuzione, oggi in profonda trasformazione.

Inoltre, per offrire un dialogo interaziendale sempre più trasparente e bidirezionale, stiamo lavorando per l'**attivazione di un sistema di ticketing** e di una **intranet aziendale** ampliando così i canali di comunicazione a disposizione dei Dipendenti e assicurando la tempestività di un eventuale intervento a seguito di una richiesta.

LO SVILUPPO DELLE COMPETENZE

Nella nostra visione è viva la creazione di una comunità in cui ogni Dipendente possa crescere, sentirsi apprezzato e contribuire al successo collettivo.

Per raggiungere questo scopo, ci impegniamo ad attrarre, formare e trattenere i migliori talenti presenti sul mercato, coltivando un ambiente di lavoro in cui la soddisfazione e il benessere dei Dipendenti siano prioritari.

Abbiamo ridisegnato le procedure di ricerca interna e di selezione dei talenti, assicurandoci che ogni fase sia allineata ai nostri valori di sostenibilità e inclusività:

- **Onboarding**, che fornisce al neoassunto tutte le informazioni necessarie per l'inserimento nel ruolo e contesto lavorativo;
- **Talenti esterni**, che prevede un processo di inserimento con l'obiettivo di trasferire i valori fondamentali, le regole e il comportamento da adottare all'interno della nostra Azienda.

Favoriamo la diffusione di una cultura basata sul miglioramento continuo, attraverso il monitoraggio costante delle performance dei Dipendenti.

CULTURA DELLA FORMAZIONE

La formazione è un elemento fondamentale per la creazione di un ambiente di lavoro dinamico e innovativo.

Abbiamo implementato percorsi formativi che spaziano dai programmi di *Coaching* individuale ai corsi di aggiornamento professionale. Questi percorsi sono studiati per migliorare sia le competenze tecniche che le *soft skill*, con l'obiettivo di creare una forza lavoro versatile e motivata. I percorsi di *Coaching* individuale, in particolare, offrono un qualificato supporto personalizzato, aiutando i Dipendenti ad identificare i loro punti di forza e le aree di miglioramento nonché a definire percorsi di sviluppo professionale su misura.

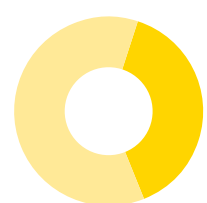
FORMAZIONE

3.062

ORE DI FORMAZIONE EROGATE

393

DIPENDENTI FORMATI



38,80%

della popolazione aziendale ha partecipato ai programmi di formazione della nostra Azienda

La maggior formazione ha riguardato le competenze relazionali. Precisamente, in questo ambito sono state erogate sessioni formative su:

- sviluppo delle competenze relazionali (*soft skill*) con focus sullo sviluppo del lavoro di Squadra, che ha visto il coinvolgimento di diversi profili in Area vendita quali responsabili di funzione, i Direttori e i rispetti allievi, i referenti e gli allievi referenti dei reparti;
- sviluppo e consolidamento della capacità di Team Management rivolto ai livelli aziendali apicali, quali il Vicepresidente, l'Amministratrice Delegata, i Dirigenti, i Responsabili di funzione.

Diversamente la formazione in ambito tecnico ed operativo ha riguardato lo sviluppo delle competenze specifiche per il consolidamento delle competenze tecniche di mestiere (*hard skill*). La formazione è stata indirizzata alle aree selezionate del reparto pane-pasticceria e del reparto salumi e ha coinvolto i Dipendenti impiegati in quei reparti, tra cui il Direttore Commerciale, il Direttore Vendite, i Capi Area, i Tecnici di reparto, i Buyer e gli addetti di reparto.

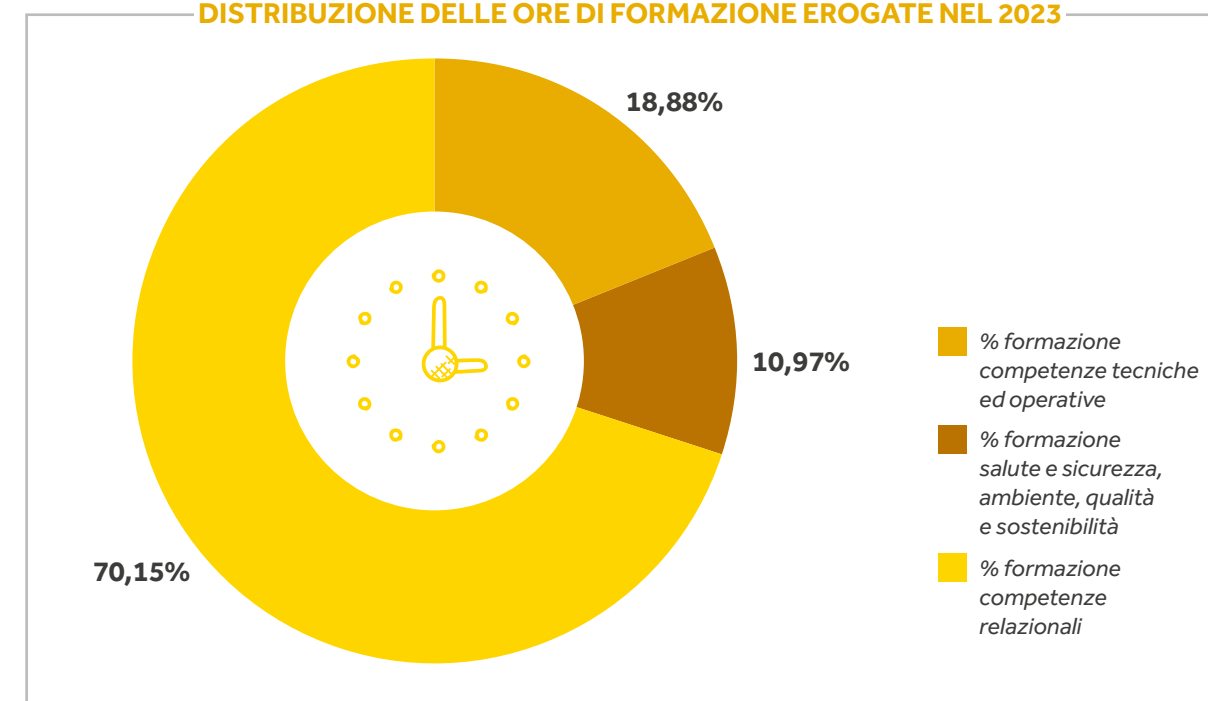
Diversi percorsi formativi per un solo obiettivo: la creazione di un ambiente proattivo, collaborativo e partecipativo.

Nel 2023 abbiamo erogato 3.062 ore di formazione a 393 Dipendenti, tra dirigenti, quadri e impiegati, riducendo così il monte ore erogato nell'anno precedente del 66,29%.

Questo è dovuto al fatto che nel 2022 è stata attivata un'importante campagna di sensibilizzazione sui temi legati alla sicurezza sul luogo di lavoro per tutta la popolazione aziendale.

Le ore di formazione erogate possono essere suddivise su diversi ambiti di competenza, tra cui: competenze tecniche e operative; salute e sicurezza, ambiente, qualità e sostenibilità e competenze relazionali.

DISTRIBUZIONE DELLE ORE DI FORMAZIONE EROGATE NEL 2023



Anche nel 2023 abbiamo aderito alla proposta formativa di **Selex GC**, che annualmente ci propone dei seminari di aggiornamento; in particolare abbiamo fruito di una formazione *ad hoc* sui temi di sostenibilità, con un focus specifico sul tema del cambiamento climatico, anche in relazione ai futuri obblighi imposti dalla normativa CSRD, elementi imprescindibili per affrontare le nuove sfide di un settore dinamico, competitivo e in continuo cambiamento come quello della GDO.

Inoltre, per le funzioni Area Vendita e Area Commerciale sono stati organizzati specifici seminari sulle seguenti tematiche:

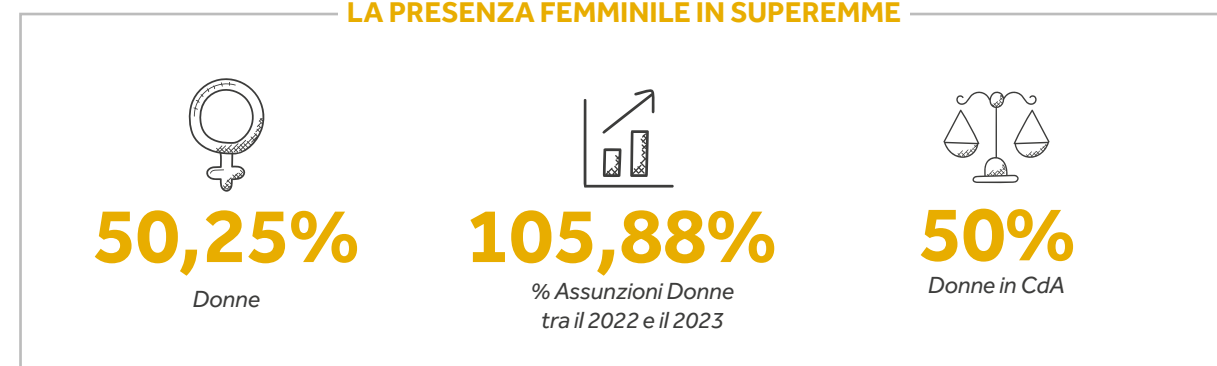
- distintività ed innovazione della proposta commerciale;
- posizionamento dell'insegna;
- sviluppo dei servizi web in ambito e-commerce;
- il *Customer Relationship Management*;
- la gestione del punto di vendita;
- la gestione dei prodotti freschi dei reparti ortofrutta, gastronomia e macelleria;
- la Relazione con il Cliente;
- la Responsabilità Sociale;
- salute e sicurezza.

GARANTIRE LE PARI OPPORTUNITÀ

Come espresso nel Codice Etico alla sezione A, Art. 3, “ogni comportamento che rappresenti una discriminazione sarà ritenuto intollerabile [...]. L’azienda crede che le differenze e le diversità rappresentino un valore nelle relazioni umane e rifiuta categoricamente ogni forma di discriminazione che si basi su opinioni politiche e sindacali, appartenenza etnica o religiosa, sesso o orientamenti sessuali, stato civile, invalidità fisica o mentale, nazionalità, lingua o condizioni economiche e sociali”

Per noi l’unicità delle persone rappresenta un potenziale immenso di **valorizzazione delle pari opportunità**: obiettivo su cui ci impegniamo quotidianamente per garantire sempre la parità di genere uomo-donna.

LA PRESENZA FEMMINILE IN SUPEREMME



Vantiamo un organico aziendale **equamente** distribuito, formato dal 50,25% di donne e dal 49,75% di uomini. Pur non avendo donne nei ruoli da dirigente, il 25% dei quadri è rappresentato da donne, così come il 50,50% nel ruolo di impiegate, tendenza che si rispecchia anche nei contratti di lavoro non dipendente. Nel 2023, abbiamo assunto il 105,88% in più di donne rispetto al 2022. Il nostro impegno sulla **parità di genere** si manifesta anche nella composizione del Consiglio di Amministrazione, formato al 50% da donne.

Crediamo fortemente nella **parità di genere anche sul piano retributivo** e, nel corso dell’anno, abbiamo calcolato il nostro **Gender Pay Gap**, che misura la disparità retributiva tra uomini e donne, calcolata come la differenza percentuale tra il guadagno medio di tutti i nostri Dipendenti di sesso maschile e quello di tutti i nostri Dipendenti di sesso femminile.

Monitorare il Gender Pay Gap è per noi un passo importante verso la trasparenza e l’equità retributiva, per garantire a tutti i nostri Dipendenti un riconoscimento equo e meritocratico delle proprie competenze e del proprio contributo professionale.

Questo indicatore è fondamentale perché evidenzia eventuali disparità salariali di genere e ci permette di adottare misure correttive per promuovere l’uguaglianza.

RETRIBUZIONE FISSA	16,45%	6,88%	17,19%
Gender Pay Gap complessivo Livello Quadro - Gender Pay Gap Livello Impiegato - Gender Pay Gap			
RETRIBUZIONE TOTALE (FISSA + VARIABILE)	-12,07%	-26,45%	14,87%

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.

Le analisi mostrano che, considerando la **retribuzione fissa** stabilita secondo gli accordi contrattuali, **le donne, in media, ricevono una retribuzione maggiore rispetto agli uomini** in tutti i livelli contrattuali (quadri e impiegati). Tuttavia, la retribuzione totale comprende sia la componente fissa che quella variabile. Estendendo l’analisi del Gender Pay Gap alla componente variabile, emerge che nella categoria dei quadri la percentuale diventa negativa. Questo dato è influenzato dalla retribuzione variabile, strettamente legata alla valutazione delle performance individuali, e, quindi, non necessariamente imputabile a differenze di genere. Un altro tema connesso alle pratiche per garantire le pari opportunità per noi di Superemme è rappresentata dal congedo parentale. Nel 2023, 115 Dipendenti hanno avuto diritto ad ottenere il periodo di congedo parentale. Di questi, il 70,43% è rappresentato da donne e il restante 29,57% da uomini. Inoltre, il 100% di questi Dipendenti è tornato a ricoprire il proprio ruolo a seguito del periodo di congedo richiesto.

Siamo molto orgogliosi di aver registrato 0 casi di discriminazione durante questo anno.

PROGETTO MARIA

Essere un’azienda inclusiva che sostiene le pari opportunità arricchisce il clima e la cultura aziendale, incoraggiando tutti a vedere nelle diversità una risorsa preziosa.

Nel 2023, abbiamo sostenuto il “**Progetto Maria**”, mirato a promuovere l’inserimento lavorativo delle persone fragili, un’iniziativa sfidante di alto valore.

Il progetto prende il nome da Maria, una studentessa con Sindrome di Down, che nel corso dell’anno ha conseguito il diploma in servizi di sala e vendita presso l’Istituto Alberghiero di Cagliari.

IL NOSTRO IMPEGNO PER IL FUTURO

Anche nel 2024 daremo l’opportunità a Maria di proseguire il suo percorso di autonomia e crescita presso uno dei nostri punti vendita.

SALUTE E SICUREZZA

Per noi la sicurezza è importante: per questo promuoviamo comportamenti responsabili e diffondiamo una cultura della sicurezza attraverso una **formazione continua**, ora disponibile anche a distanza tramite una **piattaforma digitale dedicata**.

Come previsto dalle linee guida e dalle procedure di valutazione, prevenzione, intervento e controllo definite dal **D.L. 81/08** e successive integrazioni, oltreché dal nostro Regolamento Interno, **adottiamo tutte le misure necessarie a prevenire infortuni e incidenti sul lavoro per assicurare la sicurezza e la salute dei nostri Dipendenti**.

Per garantire maggior competenza, imparzialità e professionalità, abbiamo affidato il ruolo di **RSPP -Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione-** ad un professionista esterno che ci fornisce un controllo imparziale, assistenza continua sul campo e *audit* periodici presso tutte le unità operative.

Abbiamo anche uno **Sportello Medico Interno**, sempre pronto a raccogliere richieste e segnalazioni, per assicurare una risposta rapida, esauritiva e di qualità rispetto alle esigenze di sicurezza dei nostri Dipendenti.

Per garantire una gestione efficace della salute e della sicurezza, utilizziamo processi di coinvolgimento strutturati. In particolare, viene organizzata una riunione periodica guidata dal Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione e dal Medico Competente, che coinvolgono il **Datore di Lavoro, i Rappresentanti della Sicurezza per i Lavoratori (RLS)** e le altre figure aziendali di staff responsabili, come il Coordinatore dell'area sicurezza e i rappresentanti degli uffici Personale, Legale e Tecnico.

L'incontro annuale ha l'obiettivo di condividere i risultati del **Programma Annuale di Sicurezza e Prevenzione**, valutare gli interventi effettuati, analizzare incidenti o infortuni, esaminare i risultati delle visite ispettive degli Enti competenti e aggiornare il **Documento di Valutazione dei Rischi (DVR)** se necessario. Tra i punti del giorno della riunione viene discussa anche la riprogrammazione o conferma del programma di sicurezza e prevenzione per l'anno successivo, in linea con eventuali aggiornamenti normativi, come la nomina dei **Preposti**, se ricorrente nell'anno considerato.

Grazie al costante presidio, **gli infortuni registrati sono stati per lo più dovuti a stiramenti, distorsioni e/o piccole fratture**.

Sebbene si tratti di incidenti di lieve entità, riteniamo essenziale ridurre sempre le cause in ogni modo possibile.

Per questo a **fine anno**, analizziamo la natura e la frequenza degli infortuni, valutiamo i risultati delle verifiche ispettive condotte dagli enti preposti e consideriamo gli eventuali riflessi di nuovi processi lavorativi. Questo ci consente di pianificare e implementare interventi mirati per minimizzare i rischi e ogni forma di pericolo.

INFORTUNI SUL LUOGO DI LAVORO

2022

24

Numero
infortuni
registrati

18,22

Indice di frequenza*

Δ 2022-2023

-20,8%



-25,30%

2023

19

Numero
infortuni
registrati

13,61

Indice di frequenza*

*L'indice di frequenza viene calcolato dividendo il numero totale dei casi di infortuni registrati durante l'anno rispetto al numero totale di ore lavorate, tutto moltiplicato per 1.000.000.
In particolare, nel 2023 il numero di ore lavorate sono state pari a 1.396.039.

Siamo costantemente impegnati nella **formazione su Salute e Sicurezza** anche con il supporto della nostra piattaforma digitale di formazione a distanza.

Nel 2023, abbiamo erogato 336 ore di formazione su questi temi di rilevante importanza. E per assicurare che la formazione produca un impatto positivo a lungo termine, **ci assicuriamo la corretta applicazione delle procedure di prevenzione dei rischi utilizzando sopralluoghi e audit**, condotti dal nostro Medico Competente e dal Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione.

Coscienti che il benessere dei Dipendenti non dipenda solo da eventuali incidenti fisici, **riteniamo di primaria importanza il presidio della salute mentale dei nostri Dipendenti**. Per questo motivo, al fine di garantire un ambiente di lavoro disteso e mentalmente sano, **svolgiamo delle analisi a cadenza biennale** (come previsto dalla normativa in materia di

salute e sicurezza) **dello stress da lavoro correlato** e ci impegniamo per promuovere con tutti i nostri Dipendenti il Progetto Comemangio.it sviluppato da Selex GC, volto alla condivisione e diffusione dei temi della salute oltre il contesto lavorativo.

IL NOSTRO IMPEGNO PER IL FUTURO

Al fine di perseguire un ambiente di lavoro sempre più sicuro, abbiamo previsto l'implementazione del sistema gestionale **Safety Zucchetti già dal prossimo 2024**.

Tale sistema è progettato per garantire il monitoraggio delle prestazioni legate alla sicurezza sul posto di lavoro e all'aggiornamento della formazione oltreché la consegna dei DPI (Dispositivi di Protezione Individuale).



Comunità interessate

ATTENZIONE AL TERRITORIO

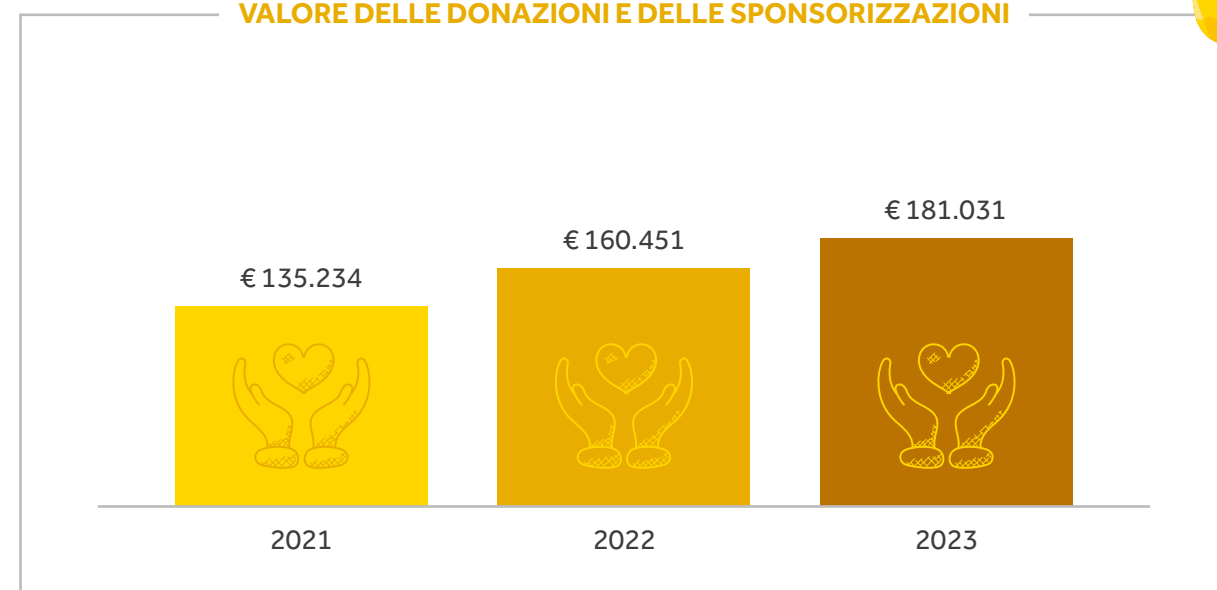
L'impegno verso il Territorio in cui operiamo è da sempre una priorità. Tutte le nostre iniziative istituzionali hanno l'obiettivo di fornire un supporto concreto allo sviluppo della Comunità Locale Sarda e alle diverse organizzazioni benefiche attraverso elargizioni in denaro, donazioni di prodotti e sostegno organizzativo a programmi sul territorio.

Ciò genera un circolo virtuoso che incentiva **coesione sociale** e **cittadinanza attiva**, promuovendo anche un miglioramento del benessere dei nostri Clienti e dei nostri Dipendenti.

La nostra Azienda ha adottato come linea guida nella realizzazione dei Progetti di Responsabilità Sociale d'Impresa il principio di **identificare, selezionare e sostenere iniziative che rispettano i nostri valori di integrità, fiducia, trasparenza, responsabilità, chiarezza, diversità e inclusione**.

Dimostriamo il nostro impegno concreto anche attraverso partnership, sponsorizzazioni, finanziamenti e donazioni, a sostegno di enti con finalità sportive, culturali e sociali che donano supporto alle persone meno fortunate.

VALORE DELLE DONAZIONI E DELLE SPONSORIZZAZIONI



Durante l'anno le risorse che abbiamo destinato al supporto della Comunità locale sono state circa di € 181.030,98, quasi il 13% in più rispetto al 2022.

OCCUPAZIONE LOCALE



Principio costituente della nostra Azienda è rappresentato dall'impegno di contribuire all'**occupazione locale**, migliorando le condizioni socio-economiche sul Territorio sardo, attraverso 35 Punti Vendita, una Sede Amministrativa, 2 Poli Logistici e oltre 1.000 Dipendenti assunti.

Il legame con Comunità e Territorio si nutre della collaborazione e del dialogo con i cittadini e le istituzioni.

Il nostro obiettivo è promuovere iniziative concrete che soddisfino dei bisogni reali e riuscire a portarle a termine con correttezza e trasparenza.

Per garantire un dialogo continuo con la Comunità, abbiamo messo a disposizione dei canali di comunicazione sul sito, aperti a tutti, con lo scopo di agevolare le comunità interessate nella verifica dell'efficacia delle iniziative da noi proposte o per comunicare direttamente le proprie preoccupazioni, esigenze o, ancora, per ricevere assistenza da parte della nostra Azienda. I canali principali sono presenti nella sezione "Contattaci" <https://www.supermercatipan.it/Parla-con-noi> o tramite la piattaforma Whistleblowing <https://segnalazioni.superemme.it>, a seconda del tipo di segnalazione.

NOI PER IL TERRITORIO

Contribuiamo attivamente a diversi progetti che hanno l'obiettivo di valorizzare la Comunità locale e migliorare il benessere sociale del Territorio in cui siamo radicati, anche coinvolgendo direttamente i nostri Clienti nelle iniziative che supportiamo.

RACCOLTA CONTRIBUTI PER L'ACQUISTO DI UNA AUTOEMOTECA PER LA CROCE ROSSA



DONA CON IL CUORE

Puoi aiutare anche tu.

Fino al 31 dicembre nei Supermercati Pan è attiva una raccolta fondi che ha l'obiettivo di **sostenere la Croce Rossa Italiana Comitato di Cagliari** per l'acquisto di un'autoemoteca.

A sostegno del progetto noi doneremo **€ 15.000**.

Nel quarto trimestre dell'anno abbiamo condotto una raccolta fondi nella nostra rete di vendita, con l'ambizioso obiettivo di supportare la Croce Rossa di Cagliari per l'acquisto di una autoemoteca, un mezzo per la raccolta mobile del sangue. Grazie al contributo dei nostri Clienti abbiamo raccolto oltre 16.000 euro; a questo si è aggiunto il ricavato generato dalle sottoscrizioni alla gara podistica "PAN Cagliari Respira"; oltre la nostra donazione di ulteriori 15.000 euro. Per un totale di quasi 32.000 euro raccolti per l'acquisto dell'autoemoteca.

~ 32.000 €
totale fondi raccolti

di cui

>16.000 €
per sottoscrizioni
dei nostri Clienti

15.000 €
da noi donati

800 €
per sottoscrizioni gara podistica
PAN Cagliari Respira

IL NOSTRO SUPPORTO ALL'EMILIA ROMAGNA



A Maggio abbiamo risposto prontamente all'appello lanciato da Selex GC a tutte le sue associate, aderendo al progetto "Insieme per l'Emilia Romagna" coordinato dalla Croce Rossa Italiana a seguito dell'alluvione che ha colpito la regione lasciando migliaia di famiglie senza casa e senza cibo.

Dal 24 Maggio al 14 Giugno, grazie al contributo dei nostri Clienti, abbiamo raccolto quasi 28.000 euro per sostenere l'evacuazione e la messa in sicurezza della popolazione locale.



~ 28.000 €
totale fondi raccolti

GARA DI SOLIDARIETÀ "VICINO A TE"



Una gara di solidarietà in cui vincono tutti i partecipanti.

Questa iniziativa prevede che i Clienti ricevano, a fronte della spesa fatta in uno dei punti vendita aderenti all'iniziativa, un gettone da utilizzare per esprimere la propria preferenza rispetto all'Associazione/Ente da loro ritenuto più meritevole di supporto economico secondo la propria sensibilità.

Quest'anno sono state tante le donazioni che abbiamo fatto alle associazioni e agli enti presenti e operanti sul nostro Territorio. Tra queste, citiamo:

Cagliari Aidia, Associazione Italiana Donne Ingegneri e Architetti, collaborazioni creative per l'imprenditorialità femminile;

Comune di Gonnosfanadiga: 17 febbraio, per non dimenticare, in ricordo dei morti a causa dei bombardamenti americani del 1943;

Feste patronali e Sagre paesane;

Supporto ai Vigili del Fuoco in occasione della celebrazione per la festa della patrona Santa Barbara.

LA PROMOZIONE DELLO SPORT E DEL BENESSERE

Nel corso del 2023 abbiamo riservato una particolare importanza al sostegno delle associazioni sportive. Il nostro interessamento nasce dalla convinzione che la diffusione di comportamenti attivi sia da considerare uno strumento di gestione della salute pubblica, con l'obiettivo di migliorare lo stato di benessere delle persone, a cui associare una cultura di promozione per una alimentazione sana e di qualità.



Il nostro impegno nel supportare lo **sport come disciplina inclusiva e salutare per uno sviluppo sano della Comunità**, si manifesta concretamente anche con l'adesione all'iniziativa **Tutti in Campo**, la più grande community a livello nazionale dello sport italiano. www.tuttincampo.it

Il progetto, promosso e coordinato da Selex GC, è dedicato a chi ama lo sport e alle Associazioni e Società Sportive Dilettantistiche Italiane.

Nell'ultimo quadrimestre dell'anno, i Clienti titolari di Carta Fedeltà degli oltre 1.800 supermercati in Italia aderenti all'iniziativa, hanno ricevuto i tagliandi "Tutti in Campo" per sostenere le Associazioni Sportive Dilettantistiche, le quali hanno potuto richiedere gratuitamente nuove attrezzature.

PAN CAGLIARI RESPIRA



Per il secondo anno consecutivo abbiamo sponsorizzato la **gara podistica su strada Pan Cagliari Respira**, che ha visto la partecipazione di oltre 6.000 iscritti di ogni età. **I nostri punti vendita hanno avuto un ruolo attivo nell'iniziativa**; grazie alla gestione delle sottoscrizioni alla gara è stato, infatti, possibile contribuire alla donazione per l'acquisto dell'autoemoteca in collaborazione con Croce Rossa Italiana.

POWER OF SPORT



Abbiamo partecipato come Sponsor a **Power of sport**, la manifestazione immersiva di sport paralimpici che si pone l'obiettivo di promuovere l'inclusività sportiva e la valorizzazione delle diversità in Sardegna (www.powerofsport.it). **Alla manifestazione hanno preso parte 435 società sportive a livello nazionale e 9.717 atleti tesserati, con la partecipazione di figure di spicco del mondo paralimpico e i rappresentanti delle istituzioni cittadine.**

LE NOSTRE SPONSORIZZAZIONI SPORTIVE



ASD Pallavolo Alfieri Cagliari



Polisportiva Ferrini Cagliari A.S.D.



Esperia Olimpia Cagliari

Contribuiamo al sostegno di **associazioni sportive dilettantistiche**, con un'attenzione particolare verso le **persone svantaggiate** che hanno tra i loro principali obiettivi la **diffusione dell'attività sportiva giovanile** e la **valorizzazione dell'attività ricreativa e culturale**.



Calcio A.S.D.
Gonnosfanadiga



A.S.D. Accademia
Dolianova



Tennis Club
Cagliari



Calcio e Padel Ferrini
Cagliari



ASD Pallavolo Alfieri
Cagliari



Esperia Olimpia
Cagliari

I NOSTRI PROGETTI A FAVORE DELL'EDUCAZIONE E DELL'ISTRUZIONE

Ci impegniamo a offrire il nostro contributo alla valorizzazione del tessuto sociale e lo facciamo sostenendo **l'educazione e l'istruzione, pilastri fondamentali per lo sviluppo personale e professionale dei giovani e della Comunità.**

Grazie a iniziative e partnership strategiche, **ci dedichiamo costantemente a consolidare l'apprendimento continuo, affinché ogni singolo individuo abbia gli strumenti per crescere e partecipare attivamente alla Comunità.**

TUTTI PER LA SCUOLA



Abbiamo sostenuto anche quest'anno, l'iniziativa **"Tutti per la scuola"**, coordinata da Selex GC, che si rivolge alle scuole dell'infanzia primarie di tutto il territorio nazionale. Grazie a questa iniziativa i nostri Clienti hanno potuto contribuire attivamente donando i punti della propria carta fedeltà ad una delle scuole aderenti all'iniziativa, le quali hanno potuto scegliere e ricevere gratuitamente i materiali didattici, di consumo e selezionare tante proposte educative da un catalogo dedicato.

MASTER YOUR TALENT



Abbiamo promosso e sostenuto il progetto **Master Your Talent (MYT)**, un'attività formativa che si pone l'obiettivo di **creare un ponte di collegamento con gli studenti diplomandi delle scuole alberghiere della Sardegna.**

Uno spazio di crescita in cui i diplomandi, infatti, hanno la possibilità di ricevere il giusto supporto da parte di esperti professionisti del settore e un affiancamento nel processo di orientamento verso il mondo del lavoro.

TOUR DELLE SCUOLE



In linea con la missione aziendale di promuovere uno stile di vita più sano e divulgare la conoscenza dell'educazione alimentare, quest'anno abbiamo ospitato il progetto **"Tour delle scuole"**, allestendo una serie di percorsi all'interno dei reparti dove gli alimenti vengono lavorati e coinvolgendo nelle attività i bambini delle scuole di inglese: British School di Carbonia e Chatterbox Schools and College di Cagliari. Al termine del tour guidato nei due punti vendita abbiamo avuto il piacere di donare ad ogni bambino una merenda ed un gadget in ricordo dell'esperienza vissuta.

COMEMANGIO



Dal 2020 sosteniamo, con orgoglio, **Come mangio®**, un'iniziativa nata dalla collaborazione tra Selex GC e Università Cattolica del Sacro Cuore, che mira a **promuovere i principi di una corretta alimentazione.** Tramite la piattaforma informativa che coinvolge docenti, studenti e ricercatori si promuove un'alimentazione equilibrata, **ispirata alla dieta mediterranea, riconosciuta per i suoi benefici sulla salute.** Grazie a questo progetto è possibile avere **consigli pratici su come interpretare le etichette nutrizionali, imparare nuove tecniche per preservare i nutrienti durante la cottura e attingere a strategie efficaci per ridurre gli sprechi alimentari.**



I PROGETTI SUPEREMME CONTRO LO SPRECO ALIMENTARE

Nel corso del 2023 abbiamo sostenuto diverse realtà del Territorio con donazioni di beni alimentari per un valore equivalente di oltre 15.000 euro donati (14% in più rispetto al 2022).

COLLABORAZIONE CON BANCO ALIMENTARE



In collaborazione con la Fondazione Banco Alimentare, una ONLUS italiana che si occupa della raccolta di generi alimentari e del recupero delle eccedenze alimentari della produzione agricola e industriale e della loro redistribuzione a strutture caritative sparse sul territorio, abbiamo raccolto **18.524 i kg di beni di prima necessità destinati alle fasce più deboli del Territorio Sardo.**

> 18.000 Kg

*beni di prima necessità donati
alle persone meno fortunate*

LA GIORNATA NAZIONALE DELLA COLLETTA ALIMENTARE



Ogni anno a Novembre si svolge la **Giornata Nazionale della Colletta Alimentare**, l'appuntamento annuale promosso dalla Fondazione Banco Alimentare, durante il quale **si possono acquistare, nei supermercati che aderiscono all'iniziativa e sul portale online, alimenti non deperibili da donare alle persone in difficoltà.**

CARRELLO SOLIDALE



Questa iniziativa, nata durante il periodo di Pandemia da Covid-19 con l'obiettivo di assistere le famiglie bisognose e/o le persone in temporanea difficoltà, è proseguita oltre il periodo di emergenza sanitaria. Abbiamo continuato a dare il nostro supporto nei punti vendita Iperpan e Superpan, in occasione delle festività di Pasqua e Natale e per eventi dedicati, ospitando i volontari della Protezione Civile, della Caritas e di altre associazioni attive sul Territorio che raccolgono prodotti alimentari e generi di prima necessità donati dai nostri Clienti, sempre generosi verso la Comunità di cui facciamo parte, per poi distribuirli alle famiglie in difficoltà.

IL NOSTRO IMPEGNO CONTRO LA FAME E LA POVERTÀ

Siamo attualmente all'opera per **sviluppare ulteriormente il sistema delle donazioni a Banco Alimentare, introducendo la possibilità da parte di Clienti di effettuare donazioni anche tramite il canale di vendita online** sul sito CosiComodo.

<https://www.cosicomodo.it>



RACCOLTE ALIMENTARI PER I NOSTRI AMICI ANIMALI



Accogliamo anche richieste di associazioni che si occupano di animali per effettuare le raccolte alimentari destinate ai piccoli randagi, per sostenere la lotta contro la fame dei nostri amici a quattro zampe e combattere il fenomeno del randagismo, molto presente in Sardegna.

MENSA DEL BUON PASTORE



Durante le festività di Pasqua e Natale regaliamo colombe e panettoni alla mensa dei poveri, attraverso l'Associazione Volontaria "La Provvidenza Istituto del Buon Pastore" di Cagliari, che, dal 1998, sfama gratuitamente ogni giorno oltre 120 persone indigenti ed oltre 26.000 all'anno, fornendo loro pasti caldi. Un piccolo grande gesto per dare il nostro supporto alle persone in difficoltà del nostro Territorio.

> 26.000

in pasti caldi per persone in difficoltà del nostro Territorio



LE NOSTRE DONAZIONI PER LA RICERCA SCIENTIFICA

Abbiamo chiara l'importanza della **salute come fondamento del benessere sociale e individuale**, per questo motivo il nostro obiettivo è contribuire attivamente al miglioramento continuo della nostra Comunità, affrontando le sfide specifiche del nostro Territorio con iniziative e progetti di sostegno e ricerca.

SOSTEGNO AD AIRC



La ricerca scientifica rappresenta un altro modo per difendere la nostra salute, per questo motivo in Superemme abbiamo scelto di sostenerla, vendendo **3.000 spille "Nastro Rosa"** nei nostri punti vendita e **raccogliendo oltre 9.000 euro a supporto di AIRC**.

Inoltre, annualmente supportiamo l'associazione AIRC anche attraverso la vendita di: **biglietti della lotteria AIRC, "Arance Rosse per la Ricerca"; azalee e cioccolatini**.

A dimostrazione dell'impegno perseguito per la Ricerca, lo scorso 30 Ottobre, presso il **Palazzo del Quirinale, alla presenza del Presidente della Repubblica, Sergio Mattarella, si è svolta la cerimonia di celebrazione de "I Giorni della Ricerca"**, iniziativa promossa dall'Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro Fondazione AIRC per la Ricerca sul Cancro ETS. La nostra Amministratrice Delegata, Silvia Massa, in rappresentanza di tutti noi, ha avuto l'onore di prendere parte a questo evento così sentito e speciale grazie all'invito di Fondazione AIRC Comitato Sardegna. Un evento che ci ricorda, anche attraverso le parole del Presidente Mattarella, quanto sia **importante sostenere, donare e collaborare per la Ricerca e quanto sia altrettanto importante continuare a farlo**.

ABOS



In occasione della **Giornata Mondiale contro i tumori infantili**, abbiamo organizzato una **raccolta fondi a sostegno di ABOS – Associazione Bambini Ospedalizzati Sardegna**, coinvolgendo i nostri Clienti per regalare ai bambini affetti da gravi patologie un viaggio a Gardaland per quest'estate 2023. La raccolta è stata attiva per un mese in tutti i nostri supermercati della Sardegna, dando la possibilità ai Clienti di fare una donazione libera. L'iniziativa ha permesso di raccogliere oltre 14.500 euro, a cui abbiamo aggiunto la nostra donazione di 5.000 euro per 13 bambini più 27 adulti accompagnatori.

33
punti vendita
coinvolti nella raccolta

> 14.500 €
fondi raccolti grazie al supporto
dei nostri Clienti

5.000 €
fondi da noi donati



Consumatori e utilizzatori finali

ATTENZIONE AL CLIENTE

Nei nostri supermercati proponiamo una vasta selezione di prodotti freschi, naturali e di stagione, accuratamente scelti secondo rigorosi standard di qualità, sicurezza e attenzione al prezzo.

Ci impegniamo quotidianamente a:

- mantenere l'ambiente dei nostri punti vendita accogliente, pulito e organizzato per favorire una spesa sana, completa e rapida;
- sostenere la passione, la professionalità e l'impegno dei nostri Dipendenti;
- rendere disponibile un assortimento che rispetti e valorizzi anche le tradizioni del Territorio sardo, garantendo la qualità al miglior prezzo.

In risposta alla fiducia che riceviamo quotidianamente, adottiamo un ascolto attivo per soddisfare le esigenze dei nostri Clienti, utilizzando canali di comunicazione diretta, inclusi i metodi tradizionali e digitali come il nostro servizio di *ticketing* online, per garantire che ogni *feedback* sia rapidamente gestito dal nostro Ufficio Marketing.

In particolare, i punti di contatto che mettiamo a disposizione dei nostri Clienti per contattarci in ogni momento sono:

- la sezione "parla con noi" sul sito supermercatipan.it e sull'app Supermercati Pan;
- la piattaforma Messenger sulla pagina Facebook;
- il Customer Care telefonico dedicato, attivo per la ricezione di telefonate;
- i nostri Dipendenti in tutti i punti vendita per favorire il contatto diretto.

Nel corso del 2023 sul sito Supermercati Pan sono state ricevute più di 1.600 ticket, analizzati ed evasi con tempestività dall'Ufficio Marketing, oltre a 1.224 recensioni tramite la piattaforma Google, che sono state esaminate dai Responsabili di Funzione in ottica di miglioramento e ascolto del Cliente. Tra queste recensioni, il 75% risulta molto positiva, con un pieno gradimento del servizio offerto.

Con l'obiettivo di migliorare ulteriormente il nostro posizionamento reputazionale sul Territorio, abbiamo implementato una nuova indagine sui nostri Clienti, rivolta tanto agli attuali quanto ai potenziali, per sondare le loro esigenze e le tendenze di mercato.

Questa indagine, condotta da un'azienda terza, ha offerto un supporto essenziale nell'allineamento delle nostre priorità strategiche a medio-lungo termine, che mira a garantire i migliori standard di soddisfazione della clientela.



SERVIZI INNOVATIVI PER I NOSTRI CLIENTI

Profondiamo un grande impegno nella digitalizzazione dei servizi di vendita per migliorare costantemente l'esperienza di acquisto dei nostri Clienti, tra cui:

PAN SIGNIFICA INNOVAZIONE



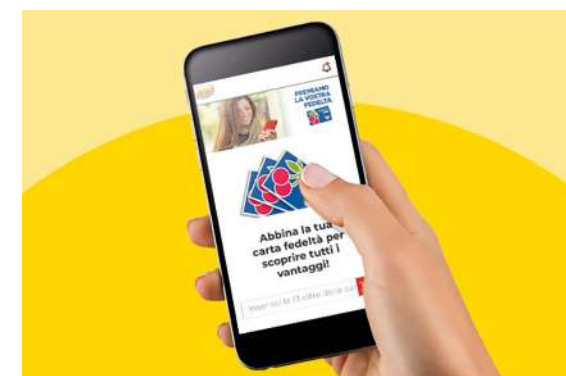
Così Comodo
LA SPESA FATTA IN CASA

LA SPESA ON LINE - COSÌCOMODO.IT

Lanciato nel 2018, l'e-commerce è diventato sempre più strategico per la crescita della nostra Azienda.

CosìComodo (www.cosicomodo.it) è il **portale di spesa online** che raggruppa l'offerta di più insegne appartenenti a Selex GC.

Il servizio si configura come un **"Clicca e Ritira"** dove i Clienti possono ordinare la spesa comodamente da casa, scegliendo tra un vasto assortimento di prodotti, e ritirarli, in un momento successivo, in modo semplice, veloce e gratuito nel punto vendita prescelto, grazie al supporto del nostro personale dipendente.



DEMATERIALIZZAZIONE E DIGITALIZZAZIONE

Rispetto al nostro impegno verso l'innovazione dei servizi al Cliente, abbiamo intrapreso anche progetti di dematerializzazione, come la digitalizzazione di volantini, della fidelity card e delle etichette.

Questo progetto, oltre a ridurre il nostro impatto ambientale, ha anche un importante risvolto sociale, perché permette di offrire notevoli vantaggi ai Clienti, soprattutto in termini di accessibilità al servizio e *Customer experience*, per un'esperienza di acquisto più semplice, moderna e sostenibile.

PAN SIGNIFICA COMODITÀ



CONSEGNA A CASA DELLA SPESA FATTA IN NEGOZIO

Con l'obiettivo di aumentare il servizio al Cliente e anche rendere più accessibile la spesa alle persone più fragili, nel 2023 abbiamo introdotto il servizio di **CONSEGNA A CASA** in 4 punti vendita a **Cagliari** (Viale La Plaia, Via Salaris, Viale Marconi e Via Figari) e in 2 punti vendita a **Olbia** (Piazza Crispi e Via Barcellona) **permettendo così di fare acquisti in negozio e di ricevere la spesa direttamente al domicilio.**

HOME DELIVERY

Con l'ulteriore servizio di **HOME DELIVERY**, i Clienti più digitali possono fare la spesa direttamente sul **Sito** o dalla **App CosìComodo** e farsela consegnare comodamente a casa.

Inoltre continuiamo ad effettuare il **servizio di consegna per diportisti nel porto di Cagliari e in quello di Olbia.**



CLICK & COLLECT

Abbiamo **incrementato il servizio CLICK & COLLECT** a **Quartu S.E.** (Via Monsignor Angioni) e ad **Olbia** (Via Barcellona), grazie al quale i Clienti possono ordinare on line e ritirare direttamente in negozio.



IL NOSTRO IMPEGNO PER IL FUTURO

A partire dal 2024 implementeremo il servizio di consegna a casa in tutti i punti vendita di Quartu S.E. e, sempre nel Comune di Quartu S.E., amplieremo il servizio di Home Delivery.

PAN SIGNIFICA RAPIDITÀ



CASSE SELF CHECKOUT

Al fine di migliorare l'esperienza di acquisto dei nostri Clienti che desiderano fare una spesa quotidiana veloce, abbiamo implementato, presso alcuni dei nostri punti vendita, le **CASSE SELF CHECKOUT**, comode, veloci e di semplice utilizzo, che permettono un notevole risparmio di tempo rispetto alle casse tradizionali. Un operatore è sempre disponibile per supportare i nostri Clienti.



RAPIDO

Grazie al nostro servizio di self scanning **RAPIDO**, e a un palmare che consente di leggere i codici a barre dei prodotti, i nostri Clienti hanno la possibilità di fare la spesa in totale autonomia, riducendo significativamente i tempi di attesa rispetto alle casse tradizionali.

CARRELLI PER GLI AMICI A QUATTRO ZAMPE



Nel 2023, all'interno del 75% dei nostri punti vendita, abbiamo inserito il carrello ecologico **Save the Sea**, interamente realizzato con plastiche ripescate dal mare "Rpet" e dotato di uno speciale alloggiamento per trasportare i nostri piccoli amici a quattro zampe.

IL NOSTRO IMPEGNO PER IL FUTURO

La nostra sfida è quella di riuscire ogni anno a migliorarci, investendo nell'ottimizzazione e nell'efficientamento dei servizi offerti al Cliente.

Sulla base di questa fondamentale missione, nel corso del 2024 abbiamo previsto degli **importanti aggiornamenti della nostra App Supermercati Pan**: l'implementazione di una **nuova funzione riservata al Catalogo Premi**, che consentirà ai nostri Clienti di prenotare i premi direttamente online, risparmiando tempo, energia e carta; **l'integrazione dei Coupon.**

Inoltre, per il prossimo anno, con l'obiettivo di ridurre ulteriormente la distribuzione cartacea, implementeremo il nuovo **servizio Whatsapp**, attraverso il quale i nostri Clienti potranno ricevere in anticipo, su richiesta, il volantino promozionale in modo semplice, veloce e gratuito.

IL RISPETTO DELLA PRIVACY

La **tutela della privacy** dei nostri Clienti è una priorità per la nostra Azienda, a tale scopo cerchiamo sempre di operare in conformità al regolamento GDPR 679/2016.

Congiuntamente ai consulenti esterni, lavoriamo al fine di garantire che la gestione dei dati personali dei nostri Clienti sia conforme alle norme del GDPR.

Ci dedichiamo alla valutazione dei rischi e all'implementazione di strategie e sistemi aziendali per garantire il pieno rispetto della conformità normativa.

Abbiamo anche creato all'interno del sito web una **sezione appositamente dedicata** per informare i Clienti sulle finalità e le modalità di trattamento dei dati personali, che consente loro di inoltrare alla nostra Azienda eventuali richieste, perplessità o segnalazioni in merito al trattamento dei dati e della privacy, utilizzando la mail dedicata.

<https://www.supermercatipan.it/privacy>



Ci siamo impegnati per la diffusione delle informazioni in merito alla privacy, con appositi cartelli direttamente nelle aree vendita, che invitano i Clienti a fare riferimento alla apposita sezione del sito per l'esercizio del proprio diritto alla gestione, opposizione e/o cancellazione.

Sempre nel rispetto del Regolamento Europeo per la protezione dei dati, abbiamo implementato un processo interno già ben strutturato con la nomina di un **DPO (Data Protection Officer) esterno**, per il supporto nel monitoraggio della conformità di dare linee guida relative agli obblighi di protezione dei dati e svolgere da punto di contatto con le autorità di controllo competenti.

Oltre ad aver assicurato una formazione *ad hoc* ai membri del Team Marketing Operativo e al Team IT, la nostra Azienda ha condotto una **campagna informativa** al fine di sensibilizzare ogni funzione aziendale sull'importanza della privacy e portare a conoscenza di tutti i Dipendenti le forme, le azioni e le prescrizioni necessarie a salvaguardare la privacy dei Clienti.

Siamo orgogliosi di non aver ricevuto alcuna segnalazione o denuncia in merito alla violazione della privacy dei Clienti.

ASSICURARE LA QUALITÀ, GARANTENDO TRASPARENZA, RESPONSABILITÀ E TRACCIABILITÀ

Nel promuovere un **consumo e una produzione responsabili**, il settore della Grande Distribuzione Organizzata svolge un ruolo chiave e noi siamo pienamente consapevoli di avere una grande responsabilità. Se, da un lato, approfondiamo un grande impegno sull'offerta di beni offerti per garantirne la tracciabilità e promuoverne la sostenibilità; dall'altro, sappiamo di esercitare una significativa influenza sulle abitudini di consumo dei nostri Clienti e, per questo motivo, **ci impegniamo attivamente nella sensibilizzazione** di questi ultimi, attraverso **un'informazione chiara, trasparente e genuina sui nostri prodotti, grazie a etichette dettagliate** e conformi alla normativa vigente (i.e. provenienza, tipologia, ingredienti, allergeni, nonché indicazioni su confezionamento, modalità di conservazione e consumo).

IL PROCESSO DI ETICHETTATURA DEI NOSTRI PRODOTTI

Il **processo di etichettatura** è gestito attraverso un sistema che coinvolge sia i nostri Dipendenti sia i consulenti esterni.

Per garantire la corretta gestione delle etichette dei prodotti *food*, nel pieno rispetto della normativa vigente, per la quale tutte le informazioni alimentari obbligatorie devono essere correttamente riportate sulle etichette, ci siamo dotati di un **manuale per l'etichettatura** e abbiamo strutturato un processo che vede coinvolte diverse funzioni e figure interne ed esterne.

Ci avvaliamo altresì del supporto di una **figura specializzata in materia di sicurezza alimentare**, che dopo aver effettuato le visite ispettive programmate nei punti di vendita e gli interventi di verifica ordinari, **esegue anche il controllo delle informazioni contenute nelle etichette dei prodotti direttamente lavorati e confezionati.**

Garantiamo la **corretta gestione della comunicazione** verso i Clienti attraverso la compilazione di una *check list* bimestrale a cura degli Area Manager e dei Tecnici di Reparto.

*Nel corso del 2023, per il terzo anno consecutivo, **non abbiamo registrato alcun caso di non conformità relative all'informazione e all'etichettatura dei prodotti.** Questo risultato sottolinea il nostro impegno costante nel garantire trasparenza, veridicità e affidabilità delle informazioni che forniamo ai nostri Clienti.*



I CONTROLLI SULLA QUALITÀ E SULLA SICUREZZA DEI NOSTRI PRODOTTI

Il mantenimento degli standard di qualità che ci siamo prefissati è soggetto a verifiche per garantire **la salute e la sicurezza del Cliente** all'interno del punto vendita e abbraccia il controllo del rispetto dei livelli di servizio, della freschezza, della qualità dei prodotti in vendita, nonché della pulizia e dell'igiene degli ambienti.

Le verifiche, a cadenza bimestrale, gestite dai nostri Dipendenti, riguardano:

- **qualità e freschezza delle merci** in vendita in tutti i reparti;
- **servizio al Cliente** secondo standard aziendali prefissati (i.e. numero massimo di Clienti in attesa alle casse e nei reparti serviti);
- **igiene di banchi espositivi, celle frigorifere, aree di stoccaggio**;
- **pulizia e ordine delle divise indossate** dei nostri Dipendenti;
- **presenza dell'assortimento reparti freschi e promozioni in tutto il punto vendita** (che permette di evitare le c.d. rotture di stock).

Per garantire e tutelare la salute e la sicurezza alimentare dei Clienti, abbiamo anche introdotto un **processo di verifica qualitativa dei prodotti freschi** (sfusi e confezionati) che devono essere conservati in ambiente temperato/refrigerato.

Il processo parte dal nostro Centro di Distribuzione attraverso:

- **la verifica** della qualità **organolettica** e delle temperature di conservazione garantite durante il trasporto (mediante controllo della temperatura della cella di trasporto del vettore) e al momento della ricezione del prodotto;
- **la verifica** del rispetto delle **modalità di conservazione** del prodotto in ambiente temperato, sia durante lo stoccaggio che durante la successiva preparazione dei prodotti per i punti di vendita presso la logistica.

Qualora si rilevino delle non conformità qualitative, si attiva immediatamente la procedura di reso al fornitore o di smaltimento della merce.

Il controllo qualità viene effettuato anche al ricevimento dei prodotti nei punti vendita, in particolare, sui prodotti freschi, vengono esaminati: il mantenimento della catena del freddo, la qualità degli alimenti, l'integrità del *packaging* e la rispondenza delle lavorazioni ai capitoli d'acquisto. Anche in questo caso, eventuali non conformità rilevate generano la restituzione al Fornitore o la distruzione del prodotto.

Per assicurare il rispetto e l'efficacia delle procedure e delle azioni per la gestione dei prodotti alimentari in totale sicurezza per i Clienti, utilizziamo un **Manuale di Autocontrollo** che dettaglia l'implementazione di sistemi di analisi, la prevenzione e controllo dei rischi di contaminazione alimentare in tutte le fasi di lavorazione e produzione degli stessi.

Inoltre, grazie al supporto di un **professionista esterno esperto in sicurezza alimentare**, effettuiamo visite ispettive regolari nei punti vendita per verificare il rispetto delle procedure di lavorazione, conservazione e vendita in conformità agli **standard HACCP** (Hazard Analysis Critical Control Point).

Questo sistema identifica, valuta e monitora i pericoli e i punti critici di controllo di tutta la filiera alimentare, dalla manipolazione alla vendita e la sua elaborazione è obbligatoria per tutte le aziende del settore alimentare, disciplinata dal Regolamento CE n. 852/2004.

Inoltre, sempre con il supporto del consulente in Sicurezza Alimentare, vengono anche eseguite periodicamente, a campione e a rotazione, delle analisi batteriche mirate su specifici prodotti freschi e lavorati, nonché sulle superfici utilizzate come piani di lavoro per le preparazioni alimentari, presso un laboratorio specializzato.

Siamo fieri di comunicare che, nel corso di quest'anno, non abbiamo avuto casi di non conformità di prodotti e servizi a regolamenti e codici volontari in materia di salute e sicurezza dei Consumatori.

I NOSTRI PROGETTI

Ci impegniamo ogni giorno per soddisfare le esigenze dei nostri Clienti, mettendo in campo iniziative innovative e sostenibili. I progetti che proponiamo hanno l'obiettivo di rafforzare la qualità del servizio offerto e garantire il nostro impegno verso la responsabilità sociale e ambientale. Le nostre iniziative coinvolgono diverse aree di attività: dalla cura nella comunicazione nei reparti freschi alla promozione di un consumo consapevole, passando per l'educazione alimentare e la sicurezza dei Clienti, al fine di creare un legame sempre più forte con la nostra Comunità locale e rispondere così in modo concreto alle esigenze dei nostri Clienti, contribuendo così al benessere collettivo. **La salute e la sicurezza dei Consumatori sono sempre al centro della nostra attenzione.**

COMUNICAZIONE NEL REPARTO DEI PRODOTTI FRESCI



Al fine di valorizzare il prodotto fresco, punta di diamante del nostro assortimento, dedichiamo una particolare cura alla comunicazione.

Accanto all'etichetta prezzo, affianchiamo specifiche di prodotto che permettono al Cliente di identificare con immediatezza la categoria merceologica di appartenenza e che ne evidenziano alcune caratteristiche (i.e. prodotti: locali, biologici, vegani, senza glutine, benessere e *free from*).

Grazie a questo tipo di comunicazione, oltre a fornire dettagli utili ai nostri Clienti, **viene attribuito al fresco un valore aggiunto importante che ne mette in risalto le qualità distintive e il legame con la nostra Cultura e il nostro Territorio sardo.**

CARTELLI INFORMATIVI PRODOTTI ORTOFRUTTICOLI STAGIONALI



Al fine di agevolare i Clienti a preferire i prodotti stagionali, abbiamo introdotto, in tutte le aree ortofrutta dei nostri punti vendita, dei **cartelli informativi che indicano i momenti migliori per l'acquisto di frutta e verdura.**

In linea con il nostro impegno a sensibilizzare la Clientela verso scelte sane, salutari e sostenibili, in tutti i punti vendita recentemente rinnovati, questa comunicazione è ulteriormente messa in evidenza sui pilastri dei reparti.

Da sempre ci impegniamo per promuovere un'offerta **"sempre più sarda"** e vicina alla tradizione; meno industriale e più naturale; che esalti le peculiarità del nostro Territorio.

ETICHETTE PER IL BANCO CARNE



Per agevolare l'identificazione della qualità dei prodotti all'interno dei banchi carne e formaggio, sono state create delle etichette che riportano le caratteristiche organolettiche e la filiera di provenienza dei prodotti in vendita. Ad esempio, le nuove etichette identificano la carne: "100% suino" o "100% vitello".

I supporti per il banco dei formaggi, invece, riportano informazioni sul tipo e sull'origine del latte utilizzato (con indicazioni specifiche su presenza o meno di lattosio e sulla certificazione di marchio DOP, Denominazione di Origine Protetta).

LA TUTELA ECONOMICA DEL CONSUMATORE

Con l'obiettivo di offrire un sostegno concreto ai nostri Clienti e, in particolare, alle famiglie più vulnerabili, ci impegniamo a garantire la qualità dei prodotti e l'accesso facilitato ai beni di prima necessità.

Ci siamo attivamente impegnati per tutelare e potenziare il potere di acquisto dei Clienti attraverso iniziative strategiche mirate. **Tutte le nostre iniziative commerciali** si traducono in un risparmio significativo sulla spesa quotidiana per i nostri Clienti e **contribuiscono alla lotta contro lo spreco alimentare**.

Questi progetti riflettono il nostro impegno sociale per tutelare economicamente i Clienti, facilitando un accesso più vantaggioso ai prodotti e promuovendo, al contempo, uno stile di vita più sostenibile.

Nel corso di quest'anno, abbiamo lanciato e rinnovato alcuni progetti a dimostrazione che la nostra attenzione al Consumatore si traduce in azioni concrete per rispondere con prontezza alle esigenze del contesto socio-economico attuale.



GRANDE CONCORSO



In tutti i Superpan e Iperpan, quest'anno, abbiamo rilanciato il **"GRANDE CONCORSO"** dedicato ai nostri Clienti fidelizzati, **erogando 3.510 buoni spesa per un valore di 70.000 euro di montepremi**.



3.510
buoni spesa

70.000 €
montepremi

COMBATTERE L'INFLAZIONE



Anche quest'anno abbiamo profuso un grande impegno per **limitare significativamente l'impatto dell'inflazione sul carrello della spesa dei Clienti**, operando in sinergia con i nostri Fornitori.

Così facendo **abbiamo assorbito direttamente più del 10%** dell'aumento esercitato dai nostri Fornitori a fronte del rincaro dei costi delle materie prime (olio, grano e latte) e delle *utilities* (energia), per limitare al massimo l'impatto dei prezzi finali e difendere il potere d'acquisto dei nostri Clienti.

SPESA DIFESA



Per tutto il 2023 i nostri Supermercati e Ipermercati hanno aderito alla campagna **Spesa Difesa, promossa da Selex GC e diventata ormai uno slogan dell'impegno dell'Azienda a difesa del potere d'acquisto dei Clienti**.

Inoltre, su 2000 prodotti Selex in assortimento, **abbiamo assorbito il 50% dell'aumento dei costi, garantendo sempre più offerte di qualità a prezzi convenienti**.

Nei punti vendita con maggiori spazi disponibili sono stati anche implementati dei carrelli denominati *Caddy* che espongono i prodotti Selex e ricordano al Cliente la convenienza di Spesa Difesa.



Condotta delle Imprese

CULTURA D'IMPRESA E LEGALITÀ

Promuoviamo la diffusione di una **cultura basata sulla collaborazione, coesione e correttezza professionale**, valori che trovano espressione nel **Regolamento Aziendale** e nel Codice Etico. Incoraggiamo la diffusione interna dei valori fondamentali dell'Azienda, tramite l'invio di e-mail e newsletter.

Crediamo fermamente nel **valore della legalità** e ci impegniamo attivamente per garantire una cultura aziendale basata su comportamenti eticamente corretti e leciti. A tal fine, utilizziamo strumenti efficaci ed efficienti per prevenire, gestire e, se necessario, segnalare qualsiasi irregolarità o violazione delle norme che regolano l'attività aziendale, facendo uso di canali sicuri e confidenziali.



WHISTLEBLOWING

In conformità con il D.Lgs. 24/2023, **abbiamo istituito una sezione di whistleblowing sul nostro sito supermercatipan.it.**

Questo strumento permette di **effettuare segnalazioni anonime di comportamenti illeciti, facilitandone l'identificazione e la gestione.**

Le segnalazioni possono riferirsi a **qualsiasi comportamento e irregolarità** (episodi di *mobbing* e violazioni sulla privacy, compresi), da cui possa derivare un danno per la nostra Azienda, per i nostri Dipendenti, Clienti, Soci e Investitori.

Per facilitare la segnalazione di eventuali comportamenti illeciti abbiamo messo a disposizione una **piattaforma dedicata** che consente di segnalare qualsiasi comportamento che possa costituire una violazione (o tentativo) delle disposizioni legali e/o delle politiche aziendali.



<https://segnalazioni.superemme.it>

Dalla piattaforma, sviluppata secondo gli standard più elevati di privacy e sicurezza dei dati, è possibile effettuare **segnalazioni in modo anonimo**. Tutte le segnalazioni ricevute tramite il sistema informatico sono oggetto di analisi da parte del personale competente.

Il segnalante sarà informato del ricevimento della segnalazione.

Garantiamo e tuteliamo i segnalanti in buona fede da qualsiasi forma di ritorsione, discriminazione o penalizzazione, indipendentemente dai soggetti coinvolti.

Ove necessario, adottiamo sanzioni disciplinari e/o altri provvedimenti nei confronti di coloro che effettuano segnalazioni in malafede o con grave negligenza, con l'obiettivo di arrecare danno alla reputazione di soggetti segnalati ingiustamente.

Resta sempre e comunque **garantita la protezione** dei dati personali dei soggetti segnalati. Questo ci permette di promuovere la trasparenza, rafforzare il senso di responsabilità e l'integrità all'interno della nostra organizzazione, contribuendo significativamente al miglioramento delle politiche di governance e alla prevenzione degli illeciti.

Inoltre, per rafforzare il nostro sistema di gestione del rischio, con particolare attenzione alla **corruzione aziendale**, abbiamo adottato:

- **misure organizzative**, mirate a garantire la trasparenza dei processi e la chiara definizione delle competenze;
- **misure relative al personale e alla gestione aziendale**, finalizzate a responsabilizzare i nostri Dipendenti e a incentivarli a segnalare eventuali irregolarità;
- **misure di controllo e correttive**, applicate attraverso test di conoscenza e/o monitoraggio, per identificare e correggere le eventuali vulnerabilità emerse.

Nel 2023 non sono state rilevate irregolarità o sanzionate violazioni di norme regolamentari o di legge.

IL NOSTRO IMPEGNO PER IL FUTURO

Nel quadro di un impegno continuo **per rafforzare la cultura della legalità in Azienda**, in linea con il nostro Codice Etico, **abbiamo previsto l'adozione del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (Modello 231 o MOG)**, segnando un ulteriore passo avanti verso un ambiente di lavoro etico e trasparente.

L'argomento sarà frutto di approfondimento della Commissione Strategica nel primo semestre del 2024, al fine della strutturazione del Progetto nonché per l'inserimento a **budget** per il prossimo biennio.

I Fornitori e il legame con il territorio

IL NOSTRO LEGAME CON IL TERRITORIO A GARANZIA DELLA MASSIMA QUALITÀ DEI PRODOTTI

Il legame con il Territorio rappresenta uno dei pilastri fondamentali della nostra filosofia aziendale, motivo per cui selezioniamo i nostri Fornitori con estrema cura per offrire ai nostri Clienti prodotti che incarnano le eccellenze locali di altissima qualità.

In tutti i punti vendita SuperPan e IperPan della Sardegna, viene proposta un'ampia gamma di prodotti forniti da aziende locali.

Sostenere i produttori sardi contribuisce a proteggere e promuovere il patrimonio alimentare isolano, stimolando al contempo l'occupazione e le opportunità di lavoro a livello locale.

Vogliamo continuare ad essere protagonisti dello sviluppo della Sardegna, mantenendo un occhio attento alle novità nel rispetto delle tradizioni locali e dei prodotti del Territorio.

Per questo ci impegniamo a scegliere Fornitori che offrono prodotti a chilometro zero, assicurando così la massima freschezza e qualità della merce in vendita per i nostri Clienti.

Per esempio, una parte rilevante dei prodotti dei nostri reparti ortofrutta arrivano da produttori locali, garantendo freschezza e alta qualità, minori emissioni ambientali e costi di trasporto ridotti: tutti fattori che rendono i prodotti anche più convenienti per i nostri Clienti e sostenibili per l'ambiente.

Grazie alla cura e attenzione nella selezione, ogni giorno i nostri Clienti hanno quindi la possibilità di scegliere tra prodotti freschi e di stagione, frutto di un rigoroso processo di selezione che segue criteri elevati di qualità, sicurezza e convenienza. Il localismo è uno dei nostri pilastri fondanti e il **pay off SARDI COME VOI**, che accompagna il nostro logo, **rappresenta la massima espressione di questo sentimento.**

I PRODOTTI ALLIGRESA: UNA GARANZIA DI QUALITÀ

Con l'obiettivo di garantire una qualità costante, che soddisfi le aspettative dei nostri Clienti, e, al contempo di contribuire alla valorizzazione del Territorio rafforzando i principi di qualità, tradizione e crescita sostenibile della nostra Terra Sarda, **quest'anno abbiamo lanciato sul mercato la linea dei nostri prodotti a marchio Alligresa.**

Questi sono il **frutto di un'accurata selezione di Fornitori locali** fatta attraverso un piano di *auditing ad hoc*.

In particolare, secondo la procedura validata, abbiamo svolto il controllo documentale su tutti i Fornitori locali e il controllo in presenza presso due Fornitori selezionati.



Per il 2024, a conferma del nostro costante impegno nel preservare alti standard di qualità, abbiamo programmato, un ampliamento del perimetro di auditing dei Fornitori locali.

LA CERTIFICAZIONE UNICARVE: MASSIMA QUALITÀ SULLA CARNE DI BOVINO



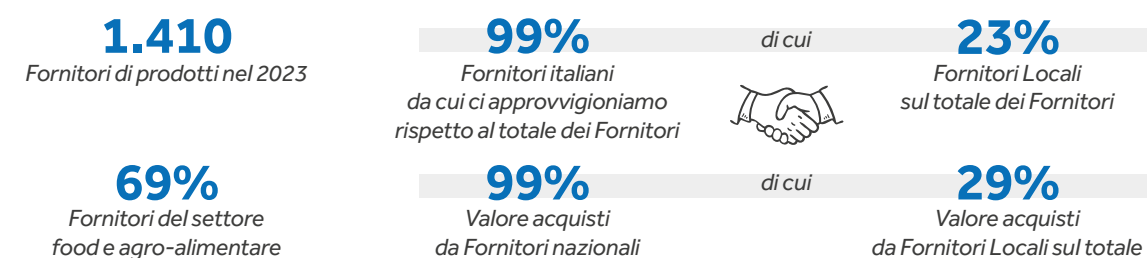
Nei nostri reparti macelleria e salumeria, **offriamo esclusivamente carne di bovino certificata UniCarve, una garanzia distintiva di qualità, salubrità e tracciabilità della provenienza**, con l'obiettivo di **difendere i prodotti del territorio regionale e nazionale dai rischi della globalizzazione e dalla concorrenza sleale della merce contraffatta.**

Applicando lo stesso processo di qualità e promozione secondo il **"Disciplinare di Qualità Verificata"**, a prodotti come latte, formaggi, carne e ortofrutta, UniCarve garantisce che ogni articolo sia facilmente riconoscibile grazie al marchio registrato dalla Regione Veneto come sinonimo di eccellenza e sicurezza alimentare. Un impegno per la qualità che dà più valore alla nostra offerta sostenendo l'economia locale e proteggendo la qualità della filiera.

Per assicurare il pieno rispetto della qualità dei prodotti che offriamo, conduciamo sui nostri Fornitori, accuratamente selezionati, regolari controlli di accertamento degli standard di qualità, sia nei nostri Poli Logistici che al momento del ricevimento delle merci nei punti vendita. Inoltre, come parte del nostro processo di riordino, monitoriamo costantemente il livello di servizio dalla fornitura al deposito e dal deposito al punto vendita,

intervenedo prontamente nel caso non raggiunga gli standard prefissati, garantendo così la massima efficienza e qualità.

Il rispetto degli standard di qualità, per i **prodotti freschissimi a marca privata Selex**, è garantito anche da **audit effettuati sui Fornitori a cura di Selex GC**, anche se presenti certificazioni sul prodotto.



Quest'anno abbiamo registrato 1.410 Fornitori, in crescita del 4% rispetto al 2022, dovuto a un aumento del 7% dei prodotti commercializzati nel 2023 rispetto all'anno precedente.

Per soddisfare le richieste di una Clientela sempre più diversificata, il nostro assortimento comprende prodotti adatti a diverse diete, tra cui 49 Fornitori con referenze senza glutine, 82 Fornitori con referenze senza lattosio e 39 Fornitori con referenze proteiche.

Una quota minore dei nostri Fornitori (12%), invece, appartiene a categorie merceologiche *no food*: cura casa, cura persona, edicola, libri, giocattoli, accessori per la cucina, tessile per la casa e intimo, etc. In aggiunta, nel 2023 abbiamo collaborato con 574 Fornitori di servizi, suddivisi nelle seguenti categorie: energia elettrica, acqua, manutenzioni, attrezzature, impianti, software, appaltatori edili, pubblicità, consulenti di vario genere, studi legali, studi notarili, trasportatori, etc.

IL RAPPORTO CON I FORNITORI

Per assicurare il **rispetto dei diritti lungo la nostra catena di fornitura**, abbiamo adottato misure stringenti per i prodotti del reparto orto-frutta.

Da diversi anni, agiamo per **eliminare il fenomeno del caporalato, prevenire lo sfruttamento di operai e braccianti agricoli e richiamare tutti al rispetto della normativa** sul lavoro e della legislazione sociale, **chiedendo che tutti i Fornitori**, per lavorare con noi, **aderiscano alla Rete del Lavoro Agricolo di Qualità** o che ottengano una certificazione equivalente.

Congiuntamente all'impegno preso da Selex GC, **abbiamo altresì sottoscritto il Protocollo d'Intesa del 28 Giugno 2017**, un accordo, relativo ai prodotti agricoli e agroalimentari e all'utilizzo delle piattaforme elettroniche, **stipulato dal Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali e dall'associazione di settore, Federdistribuzione**.



La nostra serietà in materia di correttezza nei rapporti economici con i Fornitori è confermata dall'**assenza di procedimenti giudiziari per ritardi di pagamento**, Ciò testimonia l'efficacia delle nostre politiche aziendali, create *ad hoc* al fine di mantenere relazioni sane con tutti i nostri Fornitori commerciali.

Nel 2023, tutti i nostri punti vendita hanno sostenuto il percorso di **valorizzazione dei prodotti a Km0, dei prodotti biologici ed il mantenimento di rapporti di fornitura di lunga durata con piccole imprese o imprenditori locali sul territorio regionale**.

In conformità a tale Protocollo **ci impegniamo a non utilizzare le aste elettroniche inverse a doppio ribasso per l'acquisto di prodotti agricoli e agroalimentari al fine di garantire una maggiore equità del rapporto economico tra Fornitori e Clienti**, con lo scopo di disincentivare la competizione al ribasso dei prezzi da parte dei Fornitori per ottenere un contratto di fornitura con la GDO.

Inoltre, considerata la numerosa presenza di piccole imprese locali con cui abbiamo rapporti sul Territorio, **abbiamo rafforzato le nostre procedure relative ai pagamenti**, nel pieno rispetto delle normative vigenti relative all'**UTP -Unlikely To Pay-**, **con l'obiettivo di mantenere relazioni eque e, al contempo, evitare ritardi nei pagamenti**.

In particolare, paghiamo i Fornitori di merci alimentari conformemente alla normativa vigente (Legge 198/2021); tutti gli altri Fornitori di prodotti non alimentari entro 5 giorni dalla data di scadenza.

IL NOSTRO IMPEGNO PER IL FUTURO

A Dicembre 2023 abbiamo perfezionato una partnership con Banca Intesa aderendo al **Progetto Confirming**, un programma di Supply Chain Finance che avrà la sua decorrenza a valere dai primi mesi del 2024.

Il progetto è finalizzato al sostegno della filiera dei Fornitori locali, che aderiscono, attraverso l'offerta di servizi finanziari, a tecnologie e supporto della gestione della liquidità, facilitando l'accesso al credito.

L'iniziativa si colloca nell'ambito del nostro impegno a sostenere e supportare il localismo e la crescita del Territorio nelle diverse realtà economiche, al fine di promuovere collaborazioni solide, proficue e durature con i nostri Fornitori.

L'IMPEGNO PER IL BENESSERE ANIMALE

La sicurezza della filiera alimentare è strettamente legata al **benessere degli animali**. Condizioni di stress o scarso benessere possono aumentarne la suscettibilità alle malattie trasmissibili, rappresentando così un rischio per i Consumatori.

Per questo motivo, su base volontaria, diamo la preferenza agli **allevamenti sostenibili** piuttosto che a quelli intensivi e l'inserimento di Fornitori di prodotti a Marchio del Distributore (MDD) con diverse certificazioni quali Consorzio Agnello IGP di Sardegna, Certificazione Antibiotic Free, Certificazione MSC, Certificazione ASC, Certificazione Friend of the Sea, Global G.A.P.

In questo modo, **promuoviamo e garantiamo la qualità, la genuinità e la salubrità dei nostri prodotti, tutelando la salute dei consumatori**.

CERTIFICAZIONI PRODOTTI

CReNBA

Nel reparto macelleria la nostra carne bovina possiede anche la **certificazione legata al metodo CReNBA, che garantisce standard elevati di benessere animale**.



NO ANTIBIOTICI

Selezioniamo con cura i prodotti freschissimi con Certificazione Antibiotic Free, che garantisce che non vengano utilizzati antibiotici durante l'intero ciclo di vita degli animali.



Consorzio Agnello IGP Di Sardegna. Nel reparto macelleria, selezioniamo **esclusivamente agnelli IGP forniti dal Consorzio Agnello IGP di Sardegna**, a garanzia che l'allevamento avvenga prevalentemente allo stato brado; che l'agnello non sia soggetto a forzature alimentari, a stress ambientali e/o a sofisticazioni ormonali; e che venga nutrito esclusivamente con latte materno e con l'integrazione pascolativa di alimenti naturali ed essenze spontanee peculiari dell'*habitat* caratteristico dell'isola di Sardegna.



Nel reparto pescheria adottiamo le pratiche di pesca che garantiscono la sostenibilità delle risorse ittiche:

- **lo standard MSC**, Marine Stewardship Council **creato per la lotta contro la pesca non sostenibile**;
- **lo standard ASC**, Aquaculture Stewardship Council™, **creato per incoraggiare gli allevamenti ittici a minimizzare i principali impatti ambientali e sociali dell'acquacoltura**;
- **lo standard Friend of the Sea** **creato per incoraggiare le pratiche sostenibili** nei settori della pesca, dell'acquacoltura e della produzione di olio di pesce e omega 3.



Nel **reparto ortofrutta** abbiamo Fornitori di prodotti ortofrutticoli Marca del Distributore Selex con **certificazione Global G.A.P., standard attestante qualità e legalità, che garantisce che il processo produttivo avvenga salvaguardando i lavoratori e rispettando l'ambiente**.

Abbiamo a cuore il benessere animale e, per questo, promuoviamo politiche *ad hoc*, soprattutto sulle linee specialistiche. Un impegno che si riflette anche nelle operazioni quotidiane e nelle scelte di sviluppo dei volumi dei prodotti a Marchio Selex.

Riflessioni finali dell'AD

RIFLESSIONI FINALI DI SILVIA MASSA SULL'IMPEGNO AZIENDALE DI SOSTENIBILITÀ

Francesco ed io, fin dall'inizio del nostro mandato, abbiamo creduto che gli interessi economici dovessero necessariamente fondersi con quelli ambientali e sociali; e che la possibilità di accrescere il valore della nostra Azienda dovesse, al contempo, garantire il benessere di Comunità e Territorio.

È da questi presupposti, dall'attenzione che da sempre la nostra Azienda riserva allo sviluppo sostenibile, dagli ingenti investimenti realizzati in questi anni, in termini di tempo, energia e denaro, che ha preso forma **il nostro quarto Bilancio di Sostenibilità**.

Quest'anno sono molteplici i motivi che rendono ancora più impegnativa la rendicontazione: una nuova direttiva europea, un nuovo processo di doppia materialità e una nuova prospettiva su opportunità, rischi e impatti.

Ciò non di meno abbiamo ritenuto nostro dovere metterci nuovamente in gioco per comprendere come giungere a questo nuovo documento, che ci permetterà di presentare, raccontare e illustrare il cammino della nostra Azienda verso la Cultura Rigenerativa in ambito ambientale, sociale e di governance in modo corretto, trasparente e innovativo.

Questa scelta è stata vincente in quanto ha permesso a noi e alle nostre Persone di "allenarci" con sempre maggior consapevolezza, nuovi strumenti a disposizione e una responsabilità sempre più compartecipata.

Abbiamo deciso di fornire un esempio tangibile di comunicazione sostenibile partendo dall'individuazione dei nostri impatti rilevanti, offrendo un modello semplice, pratico, visivo alle migliaia di aziende che, a brevissimo, dovranno redigere la rendicontazione secondo questa nuova direttiva.

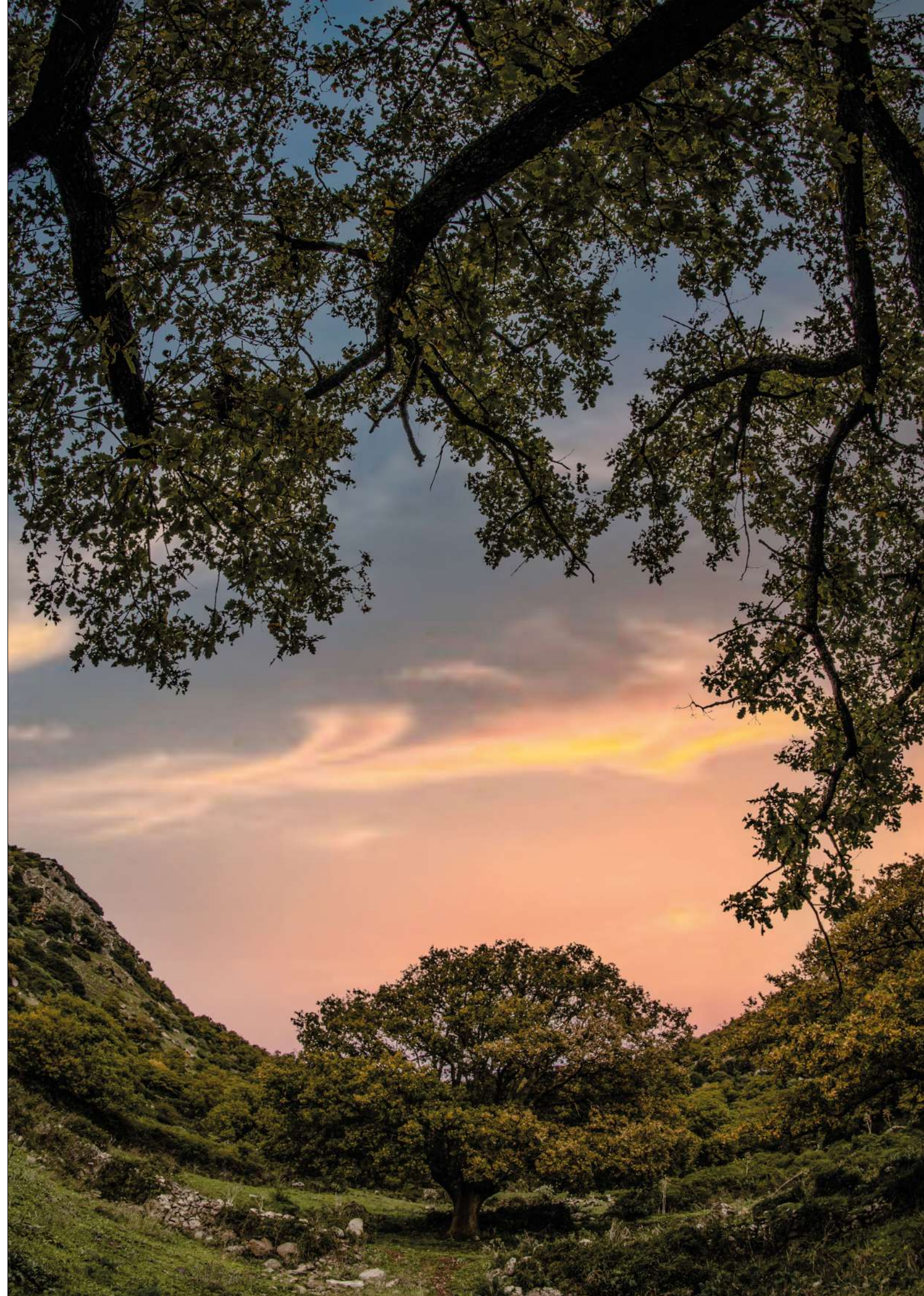
Il Bilancio di Sostenibilità rappresenta un impegno concreto per l'applicazione *day by day* dei principi ESG all'interno delle dinamiche aziendali.

La Sostenibilità è per noi l'unione che genera valore.

Noi, i nostri Dipendenti, i nostri Fornitori, i nostri Clienti, la nostra Comunità, il nostro Territorio; uniti per un obiettivo comune, per generare un ciclo virtuoso: da un lato forniamo un sistema per misurare le performance ESG dell'azienda e dall'altro promuoviamo azioni sostenibili e innovative attraverso appuntamenti dedicati alla sostenibilità d'impresa, che si riverberano sulle nostre Famiglie, sui nostri Amici, sui nostri Conoscenti, sulla nostra Terra Sarda.

La Sostenibilità è diventata un caposaldo della nostra strategia, una bussola per orientarci al meglio in qualsiasi situazione, un faro da seguire per raggiungere il nostro obiettivo.

Silvia Massa
Amministratrice Delegata





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	406,96	1.064,30	161,53%
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	25.701,56	22.824,85	-11,19%
Consumo totale di energia da fonti fossili	Mwh	26.108,51	23.889,15	-8,50%
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	47,80	509,10	965,06%
Consumo totale di energia da fonti rinnovabili	Mwh	47,80	509,10	965,06%
Consumo totale di energia	Mwh	26.156,31	24.398,25	-6,72%
Quota di fonti fossili sul consumo totale di energia	%	99,82%	97,91%	-1,91%
Quota di fonti nucleari sul consumo totale di energia	%	0,00%	0,00%	-
Quota di fonti rinnovabili sul consumo totale di energia	%	0,18%	2,09%	1.041,81%

EMISSIONI GHG	u.m.	2022	2023	Δ 2023-2022
Emissioni Scope 1				
Emissione Lorde di GES Scope 1		10.977,34	3.922,44	- 64,27%
Percentuale di emissioni di GES di ambito 1 coperta da sistemi regolamentati di scambio di quote di emissioni (%)		0,00 %	0,00 %	-
Emissioni Scope 2				
Scope 2 - Location Based		8.095,99	7.138,88	-11,82%
Scope 2 - Market Based		11.734,56	10.347,29	-11,82%
Emissioni Scope 3				
Scope 3		ND	ND	-
Emissioni Totali				
Emissioni totali - Location based		19.073,33	11.061,32	-42,01%
Emissioni totali - Market Based		22.711,90	14.269,73	-37,17%



CAPITOLO 3 – ESRS S1

50A S1-6 | 50B S1-6 | 55A S1-7

COLLABORATORI COMPLESSIVI PER CONTRATTO DI LAVORO E PER GENERE AL 31 DICEMBRE	2022	2023
Totale dipendenti	929	1013
Totale donne	462	509
Totale uomini	467	504
di cui indeterminato	860	871
Donne	430	431
Uomini	430	440
di cui determinato	69	142
Donne	32	78
Uomini	37	64
Totale altri collaboratori	53	40
Donne	16	20
Uomini	37	20
di cui somministrati	15	8
Donne	5	4
Uomini	10	4
di cui autonomi	0	0
Donne	0	0
Uomini	0	0
di cui collaboratori a progetto	0	1
Donne	0	1
Uomini	0	0
di cui agenti	0	0
Donne	0	0
Uomini	0	0
di cui stage	38	31
Donne	11	15
Uomini	27	16

50B S1-6

DIPENDENTI PER TIPOLOGIA D'IMPIEGO E PER GENERE AL 31 DICEMBRE	2022	2023
Full time	497	515
Donne	150	155
Uomini	347	360
Part time	432	498
Donne	312	354
Uomini	120	144
Totale dipendenti	929	1013
Totale donne	462	509
Totale uomini	467	504



COLLABORATORI COMPLESSIVI PER INQUADRAMENTO E GENERE AL 31 DICEMBRE	2022	2023
Totale dirigenti	1	3
Donne	0	0
Uomini	1	3
Totale quadri	5	4
Donne	1	1
Uomini	4	3
Totale impiegati	923	1006
Donne	461	508
Uomini	462	498
Totale operai	0	0
Donne	0	0
Uomini	0	0
Totale dipendenti	929	1013
Totale donne	462	509
Totale uomini	467	504

50C S1-6

NUOVI DIPENDENTI ASSUNTI, PER FASCIA D'ETÀ E GENERE AL 31 DICEMBRE	2022	2023
Sotto i 30 anni	84	112
Donne	33	48
Uomini	51	64
Tra i 30 e i 50 anni	80	177
Donne	34	86
Uomini	46	91
Oltre i 50 anni	3	10
Donne	1	6
Uomini	2	4
Totale dipendenti	167	299
Totale donne	68	140
Totale uomini	99	159

50C S1-6

DIPENDENTI CHE HANNO CESSATO IL RAPPORTO DI LAVORO, PER FASCIA D'ETÀ E GENERE AL 31 DICEMBRE	2022	2023
Sotto i 30 anni	65	69
Donne	23	23
Uomini	42	46
Tra i 30 e i 50 anni	89	138
Donne	31	65
Uomini	58	73
Oltre i 50 anni	10	9
Donne	4	6
Uomini	6	3
Totale dipendenti	164	216
Totale donne	58	94
Totale uomini	106	122



50C S1-6

TASSI DI TURNOVER (ESPRESSO IN %) PER GENERE E FASCIA D'ETÀ	2022	2023
Tasso turnover complessivo	35,63%	50,84%
Tasso di turnover in entrata	17,98%	29,52%
Donne	14,72%	27,50%
Uomini	21,20%	31,55%
Sotto i 30 anni	82,35%	86,15%
Donne	39,29%	42,86%
Uomini	60,71%	57,14%
Tra i 30 e i 50 anni	11,94%	25,29%
Donne	42,50%	48,59%
Uomini	57,50%	51,41%
Oltre i 50 anni	1,91%	5,46%
Donne	33,33%	60,00%
Uomini	57,50%	51,41%
Tasso di turnover in uscita	17,65%	21,32%
Donne	12,55%	18,47%
Uomini	22,70%	24,21%
Sotto i 30 anni	63,73%	53,08%
Donne	35,38%	33,33%
Uomini	64,62%	66,67%
Tra i 30 e i 50 anni	13,28%	19,71%
Donne	34,83%	47,10%
Uomini	65,17%	52,90%
Oltre i 50 anni	6,37%	4,92%
Donne	40,00%	66,67%
Uomini	60,00%	33,33%

60A S1-8

PERCENTUALE DEI DIPENDENTI COPERTI DA ACCORDI DI CONTRATTAZIONE COLLETTIVA AL 31 DICEMBRE	2022	2023
Totale dipendenti	929	1013
Dipendenti coperti da accordi di contrattazione collettiva	929	1013
Percentuale di dipendenti coperti	100,00%	100,00%

63A S1-8

PERCENTUALE GLOBALE DI DIPENDENTI COPERTI DA RAPPRESENTANTI DEI LAVORATORI AL 31 DICEMBRE	2022	2023
Totale dipendenti	100%	100%



66B S1-9

DIPENDENTI, PER FASCIA D'ETÀ E GENERE AL 31 DICEMBRE	2022	2023
Sotto i 30 anni	102	130
Donne	32	52
Uomini	70	78
Tra i 30 e i 50 anni	670	700
Donne	346	362
Uomini	324	338
Oltre i 50 anni	157	183
Donne	84	95
Uomini	73	88
Totale dipendenti	929	1.013
Totale donne	462	509
Totale uomini	467	504

66A S1-9

COMPOSIZIONE DEL C.D.A. PER GENERE E FASCIA D'ETÀ AL 31 DICEMBRE	2022	2023
Sotto i 30 anni	2	2
Donne	1	1
Uomini	1	1
Tra i 30 e i 50 anni	2	2
Donne	1	1
Uomini	1	1
Oltre i 50 anni	4	4
Donne	2	2
Uomini	2	2
Totale	8	8
Totale donne	4	4
Totale uomini	4	4

66A S1-9

COMPOSIZIONE DEL C.D.A. PER GENERE E FASCIA D'ETÀ AL 31 DICEMBRE	2022	2023
Sotto i 30 anni	25,00%	25,00%
Donne	50,00%	50,00%
Uomini	50,00%	50,00%
Tra i 30 e i 50 anni	25,00%	25,00%
Donne	50,00%	50,00%
Uomini	50,00%	50,00%
Oltre i 50 anni	50,00%	50,00%
Donne	50,00%	50,00%
Uomini	50,00%	50,00%
Totale	100,00%	100,00%
Totale donne	50,00%	50,00%
Totale uomini	50,00%	50,00%



79 S1-12 | 80 S1-12

PERCENTUALE DI PERSONE CON DISABILITÀ PRESENTI TRA I DIPENDENTI AL 31 DICEMBRE	2022	2023
Totale dipendenti	929	1.013
Dipendenti appartenenti a categorie protette	42	44
Donne	26	26
Uomini	16	18
Percentuale di dipendenti con disabilità sul totale	4,52%	4,34%
Donne	61,90%	59,09%
Uomini	38,10%	40,91%

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

83A S1-13

PERCENTUALE DI DIPENDENTI CHE HANNO PARTECIPATO A REVISIONI PERIODICHE DELLE PRESTAZIONI E DELLO SVILUPPO DELLA CARRIERA AL 31 DICEMBRE	2022	2023
Percentuale di dipendenti valutati	100,00%	100,00%
Donne	100,00%	100,00%
Uomini	100,00%	100,00%

83B S1-13

ORE DI FORMAZIONE MEDIE PER CATEGORIA DI DIPENDENTE E PER GENERE AL 31 DICEMBRE	2022	2023
Totale ore formazione erogate a dirigenti	40	23
Donne	0	0
Uomini	40	23
Totale ore formazione erogate a quadri	161	31
Donne	24	8
Uomini	137	23
Totale ore formazione erogate a impiegati	8883	3008
Donne	3673	808
Uomini	5210	2200
Totale ore formazione erogate a operai	NA	NA
Donne	NA	NA
Uomini	NA	NA
Totale ore formazione erogate a dipendenti	9084	3062
Donne	3697	816
Uomini	5387	2246

*Nell'anno di rendicontazione in oggetto, sono stati considerati solo i congedi parentali all'interno della categoria dei congedi per motivi familiari.

88A S1-14

PERCENTUALE DI DIPENDENTI COPERTI DAL SISTEMA DI GESTIONE DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA	2022	2023
Totale dipendenti	0,00%	0,00%



88B S1-14 | 88C S1-14 | 88D S1-14

INFORTUNI DEI DIPENDENTI AL 31 DICEMBRE	2022	2023
Totale degli infortuni registrabili	24	19
di cui occorsi al personale dipendente	24	19
di cui a lavoratori esterni	0	0
Infortuni con conseguenze non gravi (tra 24h e 180 giorni di assenza dal lavoro)	24	19
di cui occorsi al personale dipendente	24	19
di cui a lavoratori esterni	0	0
Infortuni con conseguenze gravi (oltre 180 giorni di assenza dal lavoro)	0	0
di cui occorsi al personale dipendente	0	0
di cui a lavoratori esterni	0	0
Decessi sul lavoro	0	0
di cui occorsi al personale dipendente	0	0
di cui a lavoratori esterni	0	0
Tasso di infortuni registrabili	18,22	13,61
di cui occorsi al personale dipendente	18,22	13,61
di cui a lavoratori esterni	0	0

88E S1-14

GIORNI DI RECUPERO RELATIVI AGLI INFORTUNI OCCORSI AI DIPENDENTI AL 31 DICEMBRE	2022	2023
Totale giorni di recupero	535	528
Dirigenti	0	0
Quadri	0	0
Impiegati	535	528
di cui a donne	91	101
di cui a uomini	444	427
Operai	NA	NA
di cui a lavoratori esterni	0	0

93A S1-15 | 93B S1-15

NUMERO E PERCENTUALE DI DIPENDENTI CHE HANNO AVUTO DIRITTO E CHE HANNO USUFRUITO DI CONGEDI PER MOTIVI FAMILIARI, SUDDIVISI PER GENERE	2022	2023
Dipendenti aventi diritto a congedi parentali	80	115
Donne	63	81
Uomini	17	34
Dipendenti che hanno usufruito a congedi parentali	80	115
Donne	63	81
Uomini	17	34
Percentuale dipendenti aventi diritto a congedi parentali	8,61%	11,35%
Donne	78,75%	70,43%
Uomini	26,98%	41,98%
Percentuale dipendenti aventi diritto che hanno usufruito di congedi parentali	100,00%	100,00%
Donne	100,00%	100,00%
Uomini	100,00%	100,00%

*Per i congedi, nel biennio considerato, sono stati inseriti i congedi parentali a cui i dipendenti di Superemme hanno avuto diritto e usufruito.



97A S1-16

DIVARIO RETRIBUTIVO DI GENERE *, ESPRESSO IN PERCENTUALE RISPETTO AL LIVELLO RETRIBUTIVO MEDIO DEI LAVORATORI DI SESSO MASCHILE AL 31 DICEMBRE	2022	2023
COMPONENTE FISSA		
Gender pay gap complessivo	18,76%	16,45%
Livello Quadro - Gender pay gap	6,70%	6,88%
Livello Impiegato - Gender pay gap	19,17%	17,19%
COMPONENTE TOTAE (FISSA + VARIABILE)		
Gender pay gap complessivo	-15,16%	-12,07%
Livello Quadro - Gender pay gap	-22,90%	-26,45%
Livello Impiegato - Gender pay gap	16,79%	14,87%

*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.

97A 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	2022	2023
Divario retributivo	3,52	3,52

103A S1-17 | 103B S1-17 | 103C S1-17 | 104A S-17 | 104B S1-17

INCIDENTI, DENUNCE E IMPATTI GRAVI IN MATERIA DI DIRITTI UMANI AL 31 DICEMBRE	2022	2023
Numero totale di episodi di discriminazione, comprese le molestie	0	0
Numero di denunce presentate attraverso i canali predisposti affinché i lavoratori propri dell'impresa sollevino preoccupazioni	0	0
Importo totale delle ammende, delle sanzioni e del risarcimento di danni risultanti dagli incidenti e dalle denunce di cui sopra	-	-
Numero di incidenti gravi in materia di diritti umani connessi alla forza lavoro dell'impresa	0	0
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	-	-



Questo bilancio è stato stampato su carta ecologica di elevata qualità, 100% certificata FSC®

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ DI



SUPPORTO METODOLOGICO

ALTIS
advisory

Spin-off dell'Università Cattolica del Sacro Cuore

PROGETTO STRATEGICO



PROGETTO GRAFICO

**che
ntu**

Anche quest'anno, senza essere normativamente obbligati dalla legislazione attualmente in vigore (Direttiva 2014/95/UE, recepita in Italia attraverso il D. Lgs. 254/2016), abbiamo deciso di presentare il nostro Bilancio di Sostenibilità. La scelta delle tematiche da rendicontare nel Bilancio è frutto di un processo di ascolto, dialogo e consultazione svolto all'interno della nostra Azienda attraverso il **coinvolgimento degli Stakeholder esterni**.

Questo percorso è iniziato nel 2021, con la pubblicazione del nostro **Primo Report 2020** ed è proseguito fino ad oggi, arrivando alla **quarta edizione 2023** (1 Gennaio - 31 Dicembre 2023).

*Il documento è disponibile,
consultabile e scaricabile sul sito:*
www.supermercatipan.it

*Per ulteriori informazioni
è possibile scrivere a:*
sostenibilita@superemme.it