

Bilancio di Sostenibilità 2021-2022





*Perché
parlare di noi
significa parlare
del mondo
che cambia.*

Sommario

Lettera agli stakeholder	4		
Nota metodologica	5		
IL QUARTO BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ DI GRUPPO VÉGÉ			
Lo scopo del Bilancio di Sostenibilità			
Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)	6		
L'ispirazione al Report di Sostenibilità di Settore di Federdistribuzione	7		
TRASPARENZA E COINVOLGIMENTO: LE CHIAVI DEL SUCCESSO	8		
Il valore del dialogo con gli stakeholder			
Il processo di materialità di Gruppo Végé	9		
Il coinvolgimento delle Imprese Socie nell'elaborazione del Bilancio	10		
LA STRUTTURA DEL REPORT	10		
1. Gruppo Végé	11		
LA STORIA DI GRUPPO VÉGÉ	11		
Da più di 60 anni protagonisti della distribuzione in Italia			
LA CENTRALE VÉGÉ	14		
La Centrale di Gruppo Végé			
Il marketing centralizzato	15		
Il Consiglio di Amministrazione	15		
Gestione trasparente e compliance	16		
LE IMPRESE SOCIE	16		
Le imprese parte di Gruppo Végé			
LE PARTNERSHIP NAZIONALI E INTERNAZIONALI	18		
La nuova alleanza con Carrefour Italia fa nascere AICUBE 4.0			
L'accordo con IFA			
LA DISTRIBUZIONE DEL VALORE	19		
Un Gruppo in continua espansione			
Il valore aggiunto creato e distribuito			
UNO SGUARDO STRATEGICO AL FUTURO	20		
2. SDG 2 & SDG 12	22		
I TEMI INDAGATI	23		
La lotta contro lo spreco alimentare e contro la povertà	24		
La gestione dei rifiuti e la circolarità delle risorse	26		
Alimentazione sicura e di qualità	28		
Tracciabilità e trasparenza	29		
3. SDG 3 & SDG 4	32		
I TEMI INDAGATI	33		
Salute e sicurezza	34		
Benessere dei dipendenti	36		
Il valore del capitale umano: formazione e piani di sviluppo	37		
Supporto all'ambito medico e scientifico	39		
Promozione della cultura	43		
4. SDG 7 & SDG 13	46		
I TEMI INDAGATI	47		
Gestione responsabile dei consumi energetici	48		
Riduzione delle emissioni e contrasto al cambiamento climatico	50		
5. SDG 8	55		
I TEMI INDAGATI	56		
Il rapporto con i fornitori MdD	57		
La valorizzazione dell'economia locale	59		
La tutela dei diritti umani	61		



Lettera agli stakeholder

*Il mestiere più bello per l'uomo
è quello di unire gli uomini.
(Antoine de Saint-Exupéry)*

È con grande orgoglio che presentiamo la quarta edizione del Bilancio della Sostenibilità di Gruppo VèGé, il documento che riflette il nostro impegno nel condurre il nostro essere impresa in modo sostenibile e inclusivo, soprattutto in un contesto in continuo mutamento, caratterizzato da rapidi cambiamenti e situazioni imprevedibili.

Durante il biennio 2021-2022, il settore della GDO italiana ha attraversato un periodo di profonda trasformazione. In risposta ai mutamenti nei comportamenti dei consumatori e nell'ambiente commerciale, le aziende del settore hanno adottato strategie di adattamento. La pandemia del COVID-19 ha agito da catalizzatore, accelerando alcune tendenze preesistenti come l'aumento delle attività di e-commerce e la crescente attenzione alla sostenibilità. Noi, come Gruppo VèGé, abbiamo sempre cercato di lavorare in modo compatto e uniforme comunicando la nostra identità tramite i nostri valori. Siamo un simbolo di speranza, fiducia e stabilità. Le nostre insegne sono un punto di riferimento e i nostri punti di vendita, (distribuiti in modo capillare tra città e sedi periferiche) agiscono come antenne di prossimità, contribuendo a costruire coesione sociale nel territorio. In questo scenario, la sostenibilità, declinata nelle sue tre dimensioni, sociale, economica e ambientale, ha giocato un ruolo determinante per prepararsi alle nuove sfide e comprendere meglio le esigenze dei clienti.

Il nostro Bilancio mostra che stiamo lavorando correttamente, con un forte spirito di adattamento a un mondo in costante evoluzione. Racconta nel dettaglio tutte le nostre iniziative finalizzate a garantire e tracciare le filiere produttive, mantenere la sostenibilità dei prodotti sugli scaffali, offrendoli ad un giusto prezzo sulla base di una convenienza equa. Illustra inoltre la nostra dedizione nella costruzione di relazioni di fiducia con i clienti e nel porre la sicurezza dei nostri collaboratori al primo posto. Il Bilancio mette in evidenza le nostre strategie per la selezione dei fornitori e il sostegno al made in Italy, dimostrando la nostra attenzione all'aspetto nutrizionale, all'educazione alimentare e al benessere anche attraverso la linea di prodotti Ohi Vita. Allo stesso modo pone in risalto la nostra attenzione alla cura e all'alimentazione degli animali domestici, come dimostra la nostra nuova linea Mucho Amor, dedicata interamente al pet food e alla pet care.

In questa circostanza, desidero esprimere la mia profonda gratitudine a tutti i nostri dipendenti e collaboratori che ogni giorno con il loro agire, interpretano correttamente i valori del Gruppo. Abbiamo una profonda fiducia nel potenziale delle persone, che siano dipendenti, fornitori o clienti. Ci impegniamo costantemente a fare la cosa giusta e a estendere una mano a coloro che ne hanno bisogno.

Ci dedichiamo da sempre, con determinazione, alla lotta contro lo spreco alimentare, sosteniamo attivamente la scuola e promuoviamo i valori della cultura, della solidarietà, dello sport e del bene comune.

Ciò che emergerà dalle prossime pagine è il resoconto di un Gruppo in costante crescita, con una solida presenza nel territorio e una chiara identità orientata all'innovazione sostenibile.

Da sempre VèGé si è contraddistinta per la sua vocazione imprenditoriale orientata allo sviluppo di strumenti e idee innovative, mettendo in campo ogni energia, con l'obiettivo di diventare un esempio ispiratore per tutti. Continueremo con impegno in questa direzione.

il Presidente
Giovanni Arena

Il quarto Bilancio di Sostenibilità di Gruppo VEGÉ

Lo scopo del Bilancio di Sostenibilità

Il presente Report rappresenta la **quarta edizione del Bilancio di Sostenibilità di Gruppo VEGÉ**, portato avanti con continuità e orgoglio dal 2015, grazie alla collaborazione con ALTIS Advisory, spin-off dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.

Il Bilancio di Sostenibilità rappresenta per VEGÉ lo strumento imprescindibile per raccogliere e presentare i risultati, i progetti e le iniziative messe in atto nel corso degli esercizi 2021 e 2022 (dal 1° gennaio 2021 al 31 dicembre 2022) non solo dalla Centrale, ma anche dalle 31 Imprese Socie del Gruppo rispetto ai temi di sostenibilità economica, sociale e ambientale. Il Report vuole essere uno strumento non solo di rendicontazione socio-ambientale, ma anche una riflessione sull'identità, sui valori e sulle prospettive future di tutto il Gruppo e delle sue imprese socie.

La redazione del Bilancio di Sostenibilità, infatti, costituisce un momento fondamentale di riflessione e di dialogo con tutte le Imprese del Gruppo, per raccogliere a fattor comune i risultati di ciascuna e per continuare a mettere a fuoco la mission e l'identità di Gruppo.

Come per gli anni passati, Gruppo VEGÉ ha da sempre aderito al Report di Sostenibilità di Settore (BSS) della DMO sviluppato da **Federdistribuzione**, anch'esso redatto in collaborazione con ALTIS Advisory. È proprio per questo motivo che, a partire dalla presente edizione, il Bilancio di Sostenibilità di Gruppo VEGÉ trasforma la sua struttura, per seguire quella promossa da Federdistribuzione, che ha analizzato e misurato l'impegno delle aziende associate rispetto agli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)** verso i quali la Distribuzione Moderna riesce a fornire il proprio apporto in maniera prioritaria (per un approfondimento sugli SDGs si veda il sotto-paragrafo seguente "Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)").

Per ogni eventuale commento, consiglio e richiesta è possibile fare riferimento all'ufficio Marketing e scrivere all'indirizzo e-mail info@gruppovege.it.



CON IL SUPPORTO DI

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

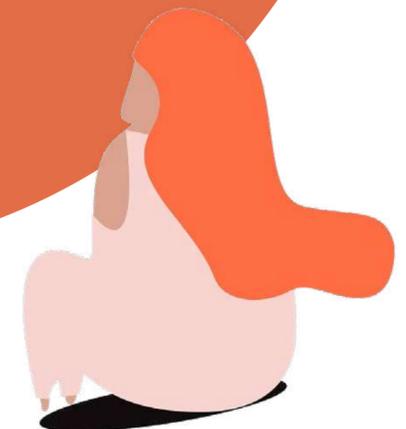
Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)

Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, dall'inglese Sustainable Development Goals (SDGs), sono un insieme di 17 Obiettivi formulati nel 2015 da oltre 190 Paesi membri delle Nazioni Unite rispetto ai temi dello sviluppo sostenibile. Questi target, suddivisi in 169 sotto-obiettivi specifici, sono stati inseriti dall'ONU all'interno dell'Agenda 2030, con l'obiettivo di indirizzare gli Stati di tutto il mondo a capire le linee guida da seguire e gli obiettivi da raggiungere entro il 2030. Messi insieme, gli SDGs coprono tutti gli ambiti d'intervento dell'azione sociale, ambientale ed economica: mirano a porre fine alla povertà e alla fame nel mondo, ad assicurare la salute e il benessere delle persone, a fornire

un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, a raggiungere l'uguaglianza di genere e a garantire a tutta la popolazione del mondo la disponibilità e la gestione delle risorse che il pianeta offre.

Gli SDGs sono stati introdotti nel Bilancio di Sostenibilità del Gruppo VEGÉ per la prima volta nell'edizione 2019-2020. L'idea di VEGÉ, infatti, era stata quella di impegnarsi ad **allineare i propri obiettivi di sostenibilità con quanto viene definito dalle Nazioni Unite**, partecipando all'ambiziosa sfida per contribuire allo sviluppo sostenibile globale.

THE GLOBAL GOALS obiettivi globali per lo sviluppo sostenibile



L'ispirazione al Report di Sostenibilità di Settore di Federdistribuzione

Come Gruppo associato a Federdistribuzione, VéGé ha deciso di **seguire la struttura del Report di Sostenibilità di Settore 2023**, relativo al biennio 2021-2022. Attraverso quest'ultima edizione, infatti, il documento ha cambiato il proprio aspetto e la struttura che lo ha sempre caratterizzato, con l'obiettivo di sposare pienamente la logica degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.

Il risultato offerto al lettore è una panoramica del settore che non solo affronta i temi più attuali ed emergenti della sostenibilità, ma approfondisce anche i campi su cui la Distribuzione Moderna è davvero in grado di

agire e fare la differenza.

Per poterlo fare e per comprendere quali siano gli obiettivi in cui le aziende del settore possono contribuire in modo significativo, Federdistribuzione, in collaborazione con il team di ALTIS Advisory, spin-off dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, ha condotto un'indagine di benchmark tra le imprese del settore che ha permesso di selezionare gli SDGs che, più di tutti, sono **coerenti e attinenti alle attività delle aziende facenti parte della GDO**.

I risultati emersi da questa ricerca, hanno permesso di selezionare 6 Obiettivi di sviluppo Sostenibile:



Colto con grande serietà il messaggio lanciato dalla Federazione, Gruppo VéGé ha deciso di replicare la struttura del Report, andando a descrivere quanto la Centrale VéGé e le sue Imprese Socie abbiano fatto nel corso dell'ultimo biennio 2021-2022 rispetto ai temi più rilevanti per l'intero settore, confrontandosi in maniera oggettiva con gli standard individuati sul mercato.

Rispetto agli SDGs individuati da Federdistribuzione, Gruppo VéGé ha deciso di integrare nella propria rendicontazione un ulteriore Obiettivo di Sviluppo Sostenibile:



Trasparenza e coinvolgimento: le chiavi del successo

Il valore del dialogo con gli stakeholder

Il primo Bilancio di Sostenibilità del Gruppo VÉGé pubblicato nel 2015 ha rappresentato uno strumento non solo di monitoraggio e condivisione, ma soprattutto di incentivo nello sviluppo di un percorso sostenibile anche da parte delle imprese socie. Nel corso degli anni, il Gruppo ha continuato ad **informare e sensibilizzare** in maniera continuativa **le imprese e i clienti, ricoprendo il ruolo di facilitatore**

nella condivisione tra le imprese, di attività con obiettivi di sostenibilità.

Ad oggi, Gruppo VÉGé ha rapporti con diversi stakeholder - in primis le imprese e i dipendenti - con cui vuole creare delle relazioni stabili, serene e solide. L'azienda ha col tempo concretizzato una serie di iniziative che puntano a creare un engagement continuo e concreto, attraverso una elevata **trasparenza** che rende maggiormente

disponibili agli stakeholder i dati dell'attività.

Numerosi sono gli **incontri** che vengono realizzati per confrontarsi su progetti passati, presenti e futuri e per condividere le principali iniziative che coinvolgono il Gruppo nella sua totalità. Confrontarsi con gli stakeholder significa anche comunicare con i clienti finali, in collaborazione con le imprese, valutando piani di marketing e commerciali ad hoc, proposti dalla sede centrale

e implementati dalle singole imprese.

Di fondamentale importanza anche il confronto con i dipendenti dell'azienda, affinché l'attività lavorativa sia ogni giorno sicura e le mansioni siano eque e ben distribuite, con l'obiettivo di creare un ambiente di lavoro proficuo e al contempo accogliente, nonché adatto alla conciliazione famiglia-lavoro.



Il processo di materialità di Gruppo VEGÉ

Il processo di materialità rappresenta un **percorso strutturato di coinvolgimento** del management e degli stakeholder esterni, che, attraverso la valutazione puntuale della rilevanza di un elenco di aspetti di sostenibilità, ha permesso a VEGÉ di identificare gli aspetti di sostenibilità più rilevanti.

Il processo è stato effettuato per la prima volta nel 2015 per la pubblicazione del primo Bilancio di Sostenibilità del Gruppo ed è stato rinnovato nel 2020 attraverso il coinvolgimento del top management della Centrale VEGÉ e alcune categorie di stakeholder esterni, ritenute fondamentali per il Gruppo stesso (es. Federdistribuzione e Konsumer).



L'elenco dei parametri oggetto di valutazione è stato costruito sulla base degli aspetti definiti dai **GRI Standards**.

Gli aspetti risultati materiali per entrambe le categorie di stakeholder coinvolti (interni ed esterni) sono: riduzione degli impatti ambientali, attenzione alla comunicazione di prodotto, soddisfazione del cliente, sensibilizzazione del consumatore alla sostenibilità, offerta di prodotti sicuri e di qualità, prodotti MDD sostenibili. Queste tematiche sono state perfettamente integrate nel presente Bilancio di Sostenibilità, non più all'interno della categoria di stakeholder direttamente intaccata, ma all'interno dell'SDG ritenuto più coerente, trovando una corrispondenza tema materiale secondo Standard GRI / SDG.

Il coinvolgimento delle Imprese Socie nell'elaborazione del Bilancio

Le imprese di Gruppo VEGÉ sono aziende accomunate non solo da una strategia coerente con il modello dell'impresa familiare e da un solido presidio sul territorio di pertinenza, ma anche dall'attenzione verso le iniziative di sostenibilità, in un'ottica di continuo miglioramento. Infatti, l'attuazione delle pratiche di sostenibilità è insita nella natura stessa di tali business, da sempre più presenti e vicini alle persone, alla società e all'ambiente.

Nel 2022, per indagare le iniziative di sostenibilità adottate dalle Imprese Socie nel corso del biennio 2021-2022, è stato, per la prima volta, sottoposto un **questionario strutturato**, erogato in modalità online, **suddiviso sulla base degli SDGs selezionati** come più rilevanti (si veda

sopra, nel paragrafo "L'ispirazione al Report di Settore di Federdistribuzione").

Ciascuna delle Imprese del Gruppo è stata chiamata a rispondere alla survey e, per alcune delle Imprese, la raccolta delle informazioni è stata ulteriormente approfondita anche attraverso una **intervista** telefonica.

Questi strumenti hanno permesso di mappare lo stato dell'arte con riferimento al biennio 2021-2022.

I risultati emersi sono riportati all'interno dei capitoli di questo Bilancio, suddivisi per SDG pertinente e, quindi, per area tematica, insieme alla descrizione delle buone pratiche più rappresentative realizzate dalle Imprese Socie in termini di sostenibilità.

La struttura del Report

Il presente Bilancio si compone di **cinque capitoli**. Dopo una presentazione generale sul Gruppo VEGÉ e sulle sue 31 Imprese Socie, i successivi 4 capitoli sono interamente dedicati a descrivere le iniziative ed i progetti che la Centrale e le Imprese Socie hanno sviluppato nel corso del biennio 2021-2022 rispetto agli SDGs identificati come più rilevanti per il settore.

Si è deciso di accorpare gli SDGs 2 e 12 perché, nella Grande Distribuzione Organizzata, il tema del contrasto alla povertà si lega con le iniziative di contrasto allo spreco alimentare e, quindi, alla circolarità e alla redistribuzione delle eccedenze alimentari, alla corretta gestione del cibo, per evitare l'accrescere di rifiuti.

Gli SDGs 3 e 4, invece, sono stati accorpati in quanto legati da un tema sociale di base: la promozione del benessere delle persone che gravitano intorno a Gruppo VEGÉ.

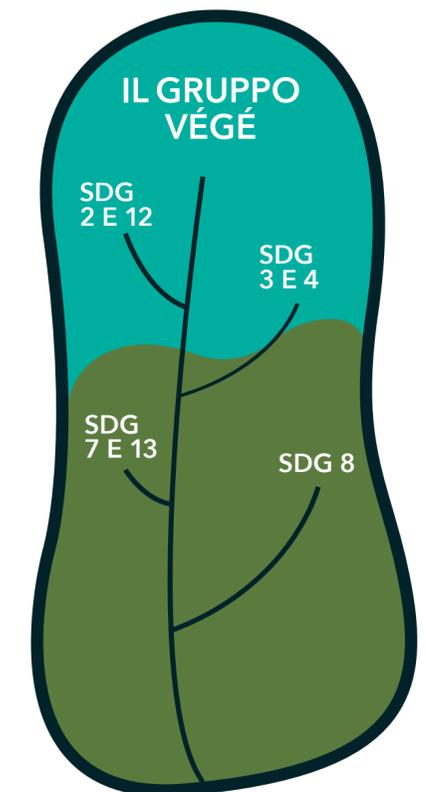
All'interno del più ampio concetto di benessere, infatti, per il Gruppo rientrano anche la formazione e la promozione della cultura, non solo per i dipendenti del Gruppo, ma anche con riferimento alla comunità circostante.

Gli SDGs 7 e 13, infine, sono stati accorpati in quanto dedicati a tematiche ambientali tra loro interconnesse: quella dell'energia e delle emissioni, quella della transizione al rinnovabile

e quella della mitigazione al cambiamento climatico.

All'interno di ciascuno di questi capitoli vengono presentate le principali **politiche**, le iniziative e le **progettualità** che le aziende di Gruppo VEGÉ hanno messo in atto, restituendo anche un'analisi rispetto alla presenza o meno di **sistemi di monitoraggio** attivi.

All'interno del testo, inoltre, sono stati inseriti dei grafici riassuntivi, in modo da offrire al lettore una chiave di lettura più immediata dello stato dell'arte.



—CAPITOLO 1—
**Gruppo
VéGé**



**Da più di 60 anni protagonisti
della distribuzione in Italia.**

La storia di GruppoVéGé, dall'olandese "Verkoop Gemeenschap", "Vendere Insieme", inizia in una cittadina dei Paesi Bassi chiamata Breda, quando nel 1925, il visionario imprenditore Theo Albada Jeigersma decide di aprire il primo negozio dedicato a prodotti grocery, del largo consumo confezionato. **L'esperienza italiana di Gruppo VéGé nasce il 20 maggio del 1959.**

La storia di Gruppo VéGé

1959

Gruppo VéGé nasce come Unione Volontaria e prima organizzazione italiana a utilizzare una forma di associazionismo basata sull'integrazione tra ingrosso e dettaglio. La formula innovativa proposta dal Gruppo rafforza fin da subito la connotazione dei punti vendita al dettaglio associati, riunendoli sotto una comune insegna, sviluppando così una **politica di Gruppo rivoluzionaria**.



1979

Nel 1979, all'interno del Gruppo, **viene costituita la divisione Cash & Carry** che in breve dà vita alla più estesa catena Cash&Carry sul territorio nazionale con l'insegna **Pantamarket**. Dalla costituzione di quest'ultima, il Consorzio VéGé non si identifica più solo con l'Unione



Volontaria, ma svolge la sua funzione distributiva con due diverse strutture: il Centro di Distribuzione e il Cash & Carry. Sempre in questi anni Gruppo VéGé crea il marchio **SIDIS** (acronimo di Sistema di Discount), formato nato in risposta alla situazione economica e all'atteggiamento degli italiani nei confronti dei consumi.

1987

Negli anni Ottanta, **Gruppo VéGé è un attore determinante nel processo di abbassamento del costo della vita**, nonché di quello di modernizzazione della rete distributiva italiana. Gruppo VéGé ha sempre promosso innovazione e progresso, per migliorare le condizioni di vita dei consumatori italiani ed è uno dei primi gruppi ad aderire al Piano triennale nazionale per l'intermediazione commerciale.

1996

Gruppo VéGé e Gruppo Selex danno vita a Euromadis (European Marketing Distribution). Euromadis rappresenta la vera e propria centrale associativa che unisce i due gruppi che risultano partner con una quota paritetica del 50%. Il nuovo Gruppo si colloca al secondo posto della distribuzione italiana con 59 imprese associate, 3.117 punti vendita e una quota di mercato pari a 12,2%.

1999

L'anno 1999 segna la **conclusione del progetto Euromadis** e la separazione dei due gruppi partner. A seguito della conclusione del progetto **nasce Interdis**, erede di VéGé che prosegue un percorso di innovazione incentrato sempre sul consumatore.

2014

Interdis, ad inizio 2014, **riunisce 21 imprese** fortemente radicate sul territorio e l'insegna nazionale utilizzata dal Gruppo nel canale supermercato è **Sidis**, a cui si aggiungono insegne regionali quali **Dimeglio, Etè, Isa** e **Migross**.

Nei primi mesi del 2014 Interdiscambia nuovamente nome, per percorrere ancora

una volta una strada di successo valorizzando fortemente le proprie radici: **Gruppo VéGé torna al centro della scena**.



2018

Il Gruppo sigla l'accordo per entrare a far parte del Comitato Acquisti Centralizzati Internazionali di **Gruppo IFA, leader nel settore della distribuzione** di prodotti alimentari e di largo consumo in Spagna. In questo modo il Gruppo si espande in sud Europa e ritorna a essere internazionale. Sempre nel corso di questo anno, dall'alleanza tra Carrefour Italia, Gruppo VéGé e Gruppo Pam **nasce la nuova centrale d'acquisto AICUBE**.



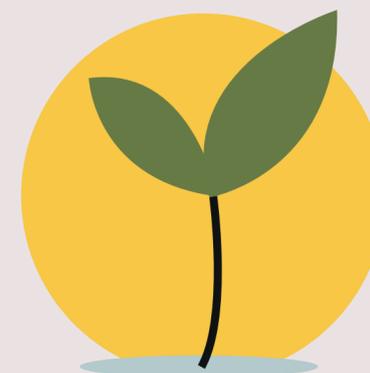
2019

Gruppo VéGé festeggia i suoi 60 anni come primo Gruppo della Distribuzione Organizzata nato in Italia.

Oggi

Dopo aver percorso una strada di successo valorizzando le proprie radici, con la creazione di una GDO innovativa, oggi il Gruppo risulta essere il **quinto distributore nazionale** con una **quota di mercato pari al 7,5% nel 2021, che nel 2022 è aumentata fino al 7,9%**.

(fonte: elaborazione interna dei dati GNLC settembre 2022 e GNCC novembre 2022 Nielsen)



La Centrale VEGÉ

La Centrale di Gruppo VEGÉ

La **missione** di VEGÉ è quella di valorizzare il cliente finale in ogni fase del suo percorso d'acquisto, attraverso il raggiungimento dell'eccellenza nei servizi di marketing e commerciale forniti alle imprese socie del Gruppo; servizi finalizzati ad ottimizzare l'operato dei punti di vendita al dettaglio e all'ingrosso, sfruttando le specificità dei territori presidiati.

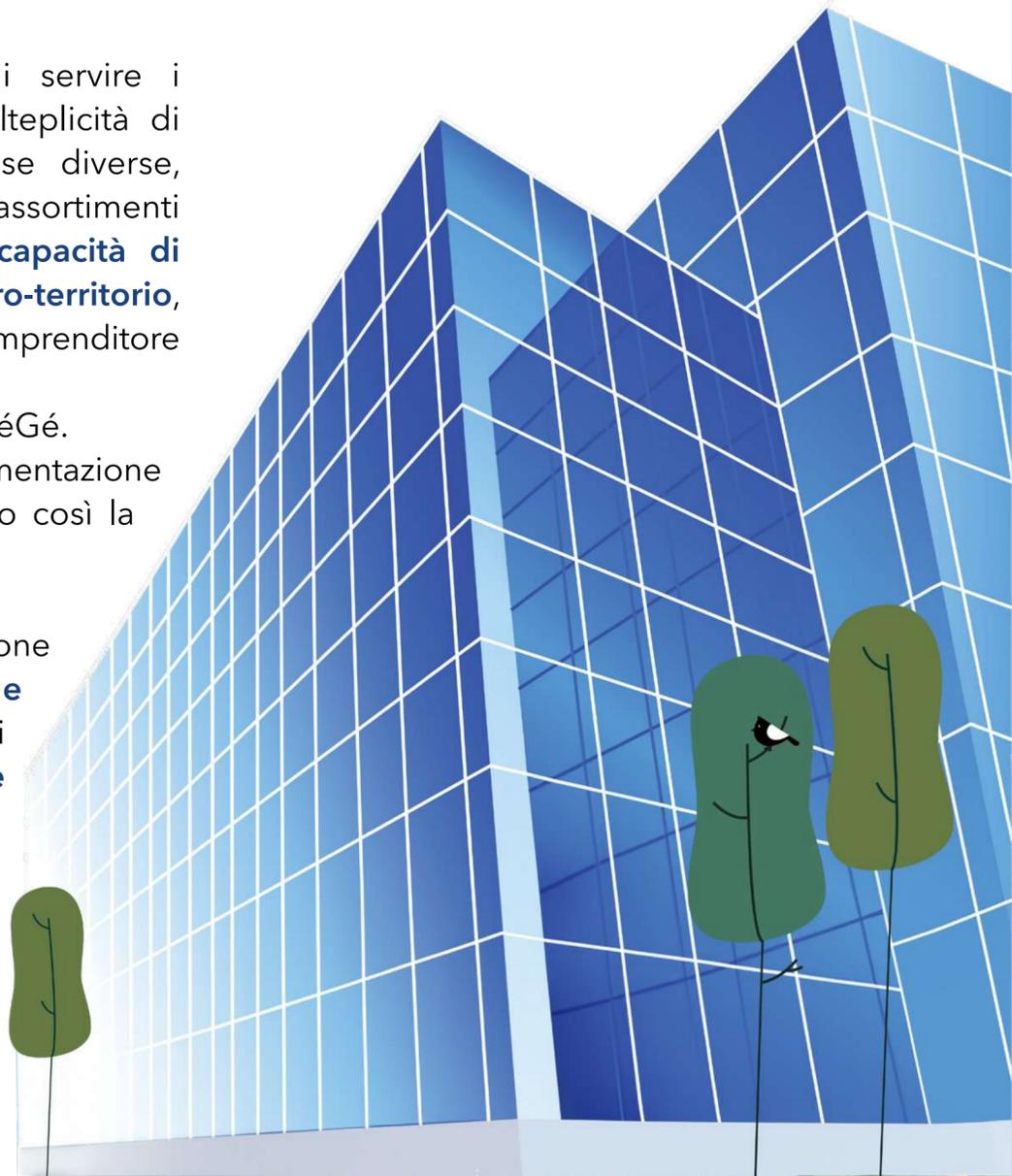
Gruppo VEGÉ è orgoglioso di servire i propri clienti attraverso una molteplicità di prodotti e servizi offerti: imprese diverse, insegne diverse, format diversi, assortimenti e posizionamenti diversi. È la **capacità di ascolto e comprensione del micro-territorio**, caratteristica fondamentale dell'imprenditore della Distribuzione Organizzata, la chiave di volta del successo di VEGÉ. La saggia profilazione e relativa segmentazione dell'offerta commerciale diventano così la nuova eccellenza del retail.

L'obiettivo che Gruppo VEGÉ si pone è quello di **favorire lo sviluppo e la competitività dei suoi soci**, di conseguire un'elevata **espansione del network delle aziende** che lo compongono su tutto il territorio italiano, mantenendo sempre un equilibrio ottimale tra la numerosità delle imprese e la solidità patrimoniale dei singoli associati.

Gruppo VEGÉ è, quindi, una perfetta alchimia tra le esigenze delle singole imprese (vere dominus del retail) e la capacità di proporre un saggio e performante Minimo Comune Multiplo progettuale che valorizzi ulteriormente le valenze delle diverse insegne.

Gruppo VEGÉ ha come oggetto sociale:

- lo studio, l'elaborazione ed il coordinamento delle politiche commerciali, assortimenti e di marketing;
- lo svolgimento di attività ed iniziative intese a conferire a tutti i suoi soci forza e prestigio di Gruppo;
- l'organizzazione e la gestione in comune, svolta direttamente o per il tramite di altri soggetti a ciò delegati, dell'attività di convenzionamento e contrattazione collettiva;
- il coordinamento e la gestione di iniziative finalizzate alla diffusione ed alla razionalizzazione dell'organizzazione commerciale dei suoi soci, allo sviluppo delle loro funzioni ed all'ammodernamento della rete di vendita;
- la gestione delle licenze d'uso dei marchi e segni distintivi;
- l'erogazione di servizi di formazione professionale;
- lo sviluppo di attività commerciale di acquisto e vendita ai soci di generi alimentari e beni di largo consumo e comunque di tutti quei prodotti abitualmente presenti nei punti di vendita della moderna distribuzione organizzata.



Il marketing centralizzato

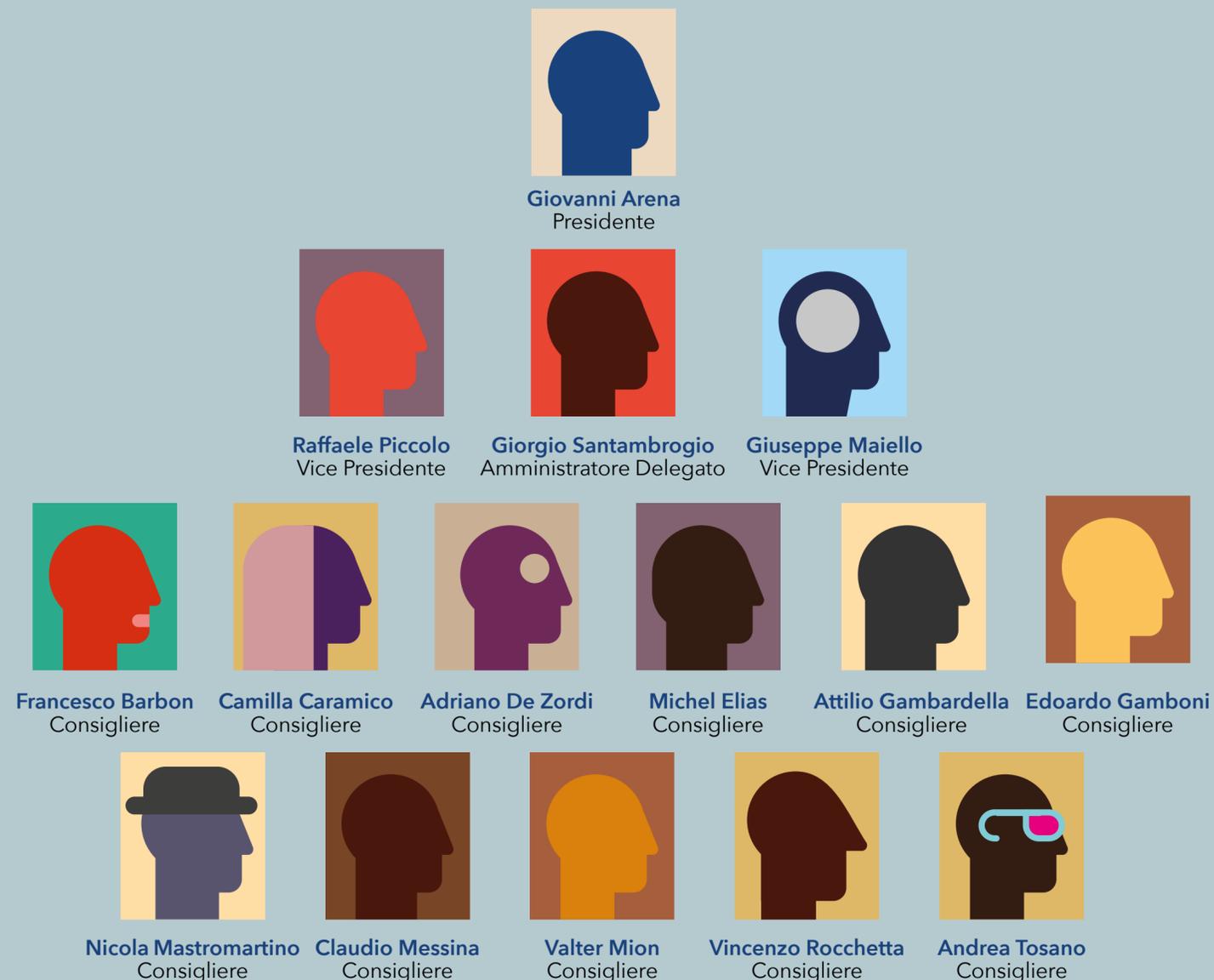
Gruppo VéGé supporta le proprie consorziate attraverso la condivisione di conoscenze e best practice e la realizzazione di soluzioni di marketing che si concretizzano in campagne di comunicazione istituzionali, promozionali, l'advertising relativo alla marca del distributore VéGé e azioni tattiche in punto di vendita. Queste iniziative permettono alle aziende di avere un vantaggio in termini di qualità e costi dei servizi. La strategia centralizzata ha l'obiettivo di **comunicare efficacemente** e **capillarmente**, sia sotto il profilo corporate che sotto il profilo consumer, attraverso l'uso organico e integrato di tutti i canali a disposizione online e offline.

Gruppo VéGé sviluppa - per tutti i punti di vendita al dettaglio del Gruppo - la linea a Marca del Distributore (MdD) VéGé.

A supporto della MdD il marketing sviluppa e studia il packaging dei prodotti da lanciare sul mercato e le eventuali rielaborazioni richieste dalla legge o dal mercato stesso; inoltre vengono realizzate diverse iniziative di concept brand e di loyalty management, attraverso diversi strumenti di comunicazione: sito web, canali social, numero verde dedicato, consumer magazine, coupon sconto, concorsi e iniziative di co-marketing nazionali.

Il Consiglio di Amministrazione

Il Consiglio di Amministrazione (CdA) del Gruppo è un organo collegiale nominato dall'Assemblea dei soci, a cui compete la gestione dell'azienda. Al 31 dicembre 2022 è formato da:



Al Consiglio sono attribuite funzioni inerenti i poteri di gestione, limitando la competenza dell'assemblea a determinati atti, per esempio la nomina e revoca degli amministratori, l'approvazione dei bilanci, le modifiche dello statuto. Il CdA non si occupa della direzione quotidiana dell'azienda, competenza invece in capo al management.

Al Consiglio di Amministrazione della controllata VéGé Retail Srl sono delegate alcune funzioni atte a rendere più tempestive alcune decisioni aziendali e facilitare di conseguenza l'operatività degli uffici di sede.

Gestione trasparente e compliance

La gestione delle segnalazioni da parte di terzi viene presidiata da diverse unità aziendali in base alle tematiche a cui fanno riferimento. Ricevuta la segnalazione, l'unità competente provvede a effettuare un'analisi approfondita e una valutazione che ha lo scopo anche di trarre eventuali azioni di miglioramento da implementare, nell'ambito delle procedure organizzative o dell'offerta commerciale o degli aspetti relazionali.

Le **segnalazioni da parte dei clienti** vengono raccolte tramite **e-mail, numero verde e canali social**; la gestione avviene a cura dell'unità aziendale di competenza oppure, se necessario, viene inoltrata direttamente alle imprese di pertinenza.

Può succedere anche che, nel caso di piccoli

reclami e segnalazioni locali, questi possano essere raccolti e gestiti direttamente nei punti vendita della rete.

Nel corso del periodo di rendicontazione, non sono stati registrati all'interno della società incidenti o atti illeciti riconducibili a fenomeni di corruzione, comportamenti anti-competitivi e antitrust, violazioni di leggi sul monopolio. Inoltre, non si sono verificati incidenti dovuti alla non conformità, ai regolamenti e codici volontari in tema di comunicazione di marketing, pubblicità, promozione e sponsorizzazione.

Infine, non sono pervenuti a Gruppo VéGé reclami legati all'impatto ambientale, sociale, sulla società e sui servizi erogati dall'azienda.



Le Imprese socie

Le imprese parte del Gruppo VéGé

Gruppo VéGé rappresenta una scelta innovativa nel panorama della moderna distribuzione associata italiana.

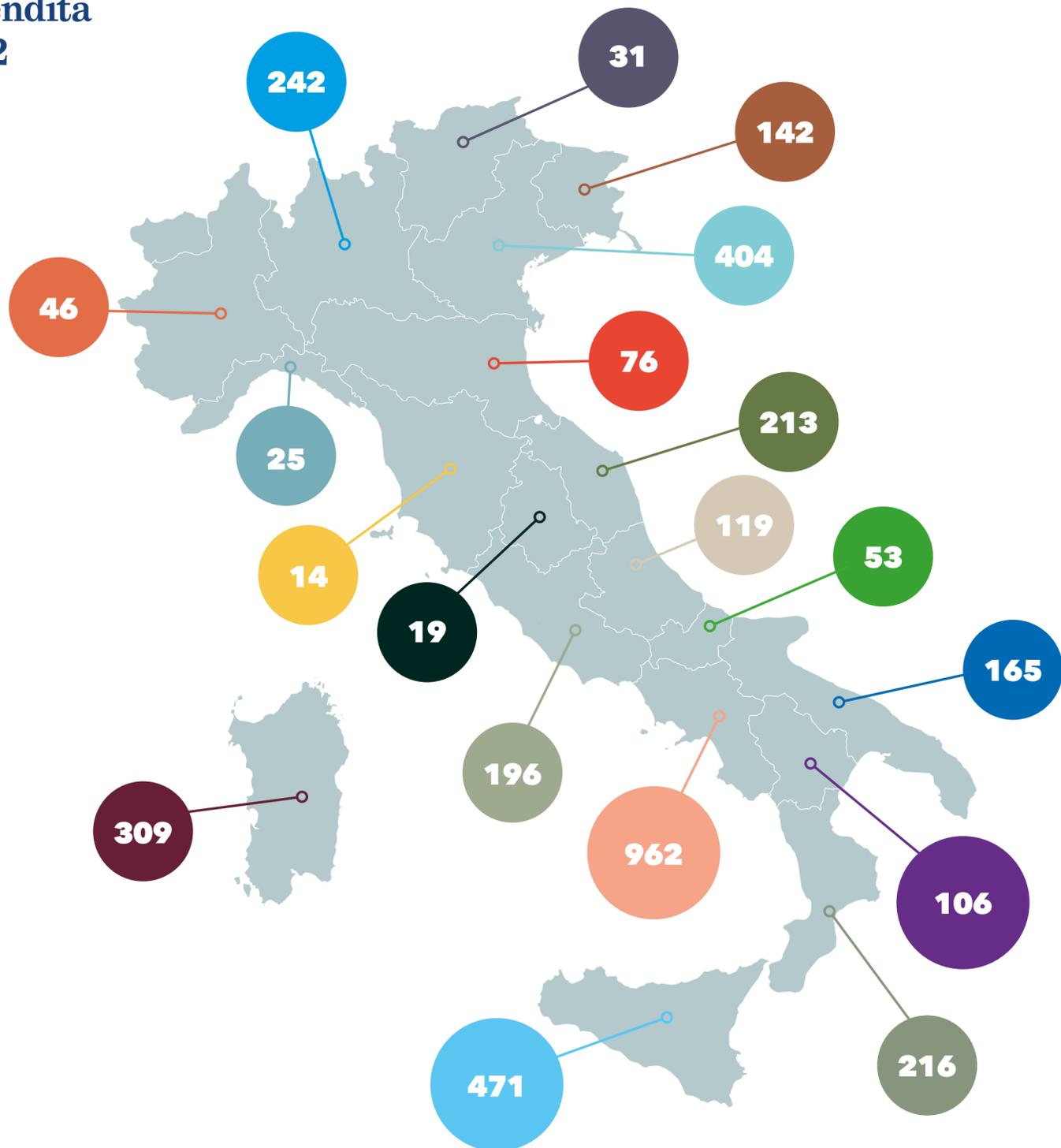
Il Gruppo, in continua crescita, è attualmente composto da **31 imprese socie** che hanno in comune una strategia coerente con il modello dell'impresa familiare e il solido presidio dei bacini territoriali in cui ciascuna impresa opera.

Continua l'inarrestabile espansione di Gruppo VéGé

Nel 2021 VéGé ha accolto all'interno della compagine del proprio Gruppo due importanti insegne: **Dado SpA** e **Coal Soc. Coop.** Dinamica realtà della Distribuzione Organizzata, Dado SpA dà lavoro a 460 persone, operando dal 1998 nell'area del Triveneto con 58 punti di vendita diretti ed affiliati ad insegna EUROSPESA e IDEASHOP, oltre a 90 punti di vendita affiliati con insegna BELMARKET e rifornendo all'ingrosso ulteriori 410 punti vendita clienti. COAL SpA è in assoluto il protagonista della Distribuzione Organizzata del centro Italia e, nel 2021, è tornato tra le Imprese socie del Gruppo. Fortemente legata al territorio, la storica insegna COAL (ex DIT) ha saputo evolversi negli anni, coniugando la capacità di sviluppare una rete di supermercati convenienti e attenti alla qualità, con la necessità di offrire una copertura territoriale profonda, in grado di raggiungere anche il più piccolo borgo del centro Italia. Queste acquisizioni portano con sé dei considerevoli risultati non soltanto a livello di Gruppo, ma anche in termini di soddisfazione dei consumatori.



N° punti di vendita 2022



Elenco Imprese del Gruppo per regione

PIEMONTE

Bennet Spa • Comipro Consorzio Gargiulo & Maiello Spa • METRO Italia Cash & Carry Spa • Multicedi mcn Scarl •

LOMBARDIA

Asta Srl • Bennet Spa • Centrodet Spa Comipro Consorzio • Gargiulo & Maiello Spa Market Ingross Srl • METRO Italia Cash & Carry Spa Migross Spa • Multicedi mcn Scarl • Rossi Srl Supermercati Tosano Cerea Srl • Vega Soc. Cop.

TRENTINO ALTO ADIGE

Centrodet Spa • Dado Spa • In. Prof Consorzio METRO Italia Cash & Carry Spa

FRIULI VENEZIA GIULIA

Centrodet Spa • Comipro Consorzio • Dado Spa METRO Italia Cash & Carry Spa • Supermercati Tosano Cerea Srl • Vega Soc. Cop.

VENETO

Centrodet Spa • Comipro Consorzio • Dado Spa In. Prof Consorzio • METRO Italia Cash & Carry Spa Migross Spa • Rossi Srl • Supermercati Tosano Cerea Srl • Vega Soc. Cop.

EMILIA ROMAGNA

Bennet Spa • Centrodet Spa • Coal Soc. Coop. A.r.l. Comipro Consorzio • Dado Spa • Market Ingross Srl • METRO Italia Cash & Carry Spa Migross Spa • Rossi Srl • Supermercati Tosano Cerea Srl • Vega Soc. Cop.

LIGURIA

Bennet Spa • GFE Srl • METRO Italia Cash & Carry Spa

TOSCANA

Comipro Consorzio • Gargiulo & Maiello Spa GFE Srl • METRO Italia Cash & Carry Spa

UMBRIA

Comipro Consorzio • METRO Italia Cash & Carry Spa

MARCHE

Coal Soc. Coop. A.r.l. • Comipro Consorzio METRO Italia Cash & Carry Spa • Scelgo SpA

ABRUZZO

Coal Soc. Coop. A.r.l. • Comipro Consorzio Gambardella Srl • Gargiulo & Maiello Spa GDA spa • METRO Italia Cash & Carry Spa Multicedi srl • Scelgo SpA

LAZIO

Caramico Gaetano & C. Spa • Coal Soc. Coop. A.r.l. Colonial Sud Spa • Comipro Consorzio Gambardella Srl • Gargiulo & Maiello Spa GDA spa • In. Prof Consorzio • METRO Italia Cash & Carry Spa • Multicedi srl

MOLISE

Coal Soc. Coop. A.r.l. • Comipro Consorzio Gambardella Srl • GDA spa • Multicedi srl Scelgo SpA

PUGLIA

Caramico Gaetano & C. Spa • Comipro Consorzio • Gambardella Srl • Gargiulo & Maiello Spa • GDA spa • In. Prof Consorzio METRO Italia Cash & Carry Spa • Moderna 2020 Srl • Multicedi srl • Scudo Scarl

CAMPANIA

American Cash Srl • Bava Srl • Caramico Gaetano & C. Spa • Colonial Sud Spa Comipro Consorzio • Fratelli Morgese Srl Gambardella Srl • Gargiulo & Maiello Spa GDA spa • In. Prof Consorzio • METRO Italia Cash & Carry Spa • Moderna 2020 Srl Multicedi srl • Scudo Scarl • SIDI Piccolo Srl

BASILICATA

Caramico Gaetano & C. Spa • Comipro Consorzio • Gambardella Srl • Gargiulo & Maiello Spa • GDA spa • In. Prof Consorzio Moderna 2020 Srl • Multicedi srl • Scudo Scarl

CALABRIA

Caputo Saverio & Figli Srl • Comipro Consorzio Detercart Lombardo Srl • Fratelli Arena Srl Gambardella Srl • Gargiulo & Maiello Spa GDA spa • In. Prof Consorzio • Moderna 2020 Srl Multicedi srl • Scudo Scarl

SICILIA

Comipro Consorzio • Detercart Lombardo Srl Erregi Srls • Fratelli Arena Srl • Gargiulo & Maiello Spa • GRD Scarl • Grossy Srl • In. Prof Consorzio • METRO Italia Cash & Carry Spa

SARDEGNA

Comipro Consorzio • ISA Spa • METRO Italia Cash & Carry Spa

Al 31.12.2022, la rete commerciale di Gruppo VEGÉ è composta da 3.809 punti di vendita, dislocati in modo capillare con insegne su tutto il territorio nazionale, per un totale di oltre 2.84 mln di mq² nel 2022. Tra questi è possibile trovare ogni tipo di format: supermercati, ipermercati, superette, discount, specializzati e Cash&Carry.

Il Gruppo VEGÉ è leader di mercato in Campania, Basilicata e Sicilia ed è secondo in Sardegna, a testimonianza del forte legame con il territorio.

Le partnership nazionali e internazionali

La nuova alleanza con Carrefour Italia fa nascere AICUBE 4.0

Nel 2021, dall'alleanza tra **Gruppo VEGÉ** e **Carrefour Italia** è nata la nuova **centrale d'acquisto Aicube 4.0** (acronimo di Associazione imprese internazionali indipendenti 4.0), che figura un'evoluzione e un potenziamento della storica centrale fondata da Gruppo VEGÉ.

AICUBE 4.0 rappresenta, in fase di negoziazione, oltre 4.900 punti vendita sull'intero territorio nazionale, per un fatturato complessivo al consumo superiore a 16,4 miliardi di euro.

Aicube 4.0 è, secondo i due partner fondatori, il luogo "ideale" di incontro tra retail e industria per stabilire la giusta presenza di prodotti di marca nella rete di vendita, garantendo allo stesso tempo competitività e autonomia alle imprese.



ASSOCIAZIONE IMPRESE INTERNAZIONALI INDIPENDENTI



L'accordo con IFA

A partire da febbraio 2018, Gruppo VEGÉ ha siglato l'accordo per entrare a far parte del **Comitato Acquisti Centralizzati Internazionali di Gruppo IFA**, leader nel settore della distribuzione di prodotti alimentari e di largo consumo in Spagna. A questa intesa hanno aderito fin da subito anche IFA Retail, controllata dal Gruppo IFA e Sonae, il leader della GDO portoghese. Gli obiettivi non sono solo di natura commerciale ed economica: la condivisione di impegni e progettualità specifiche insieme alle altre società permette di ottenere miglioramenti anche a vantaggio dei consumatori, in ciascuno dei Paesi in cui sono presenti i tre Soci. Attraverso questa alleanza, infatti, è stata garantita la presenza sugli scaffali dei prodotti originari delle singole realtà aderenti, ampliando decisamente l'offerta al pubblico.

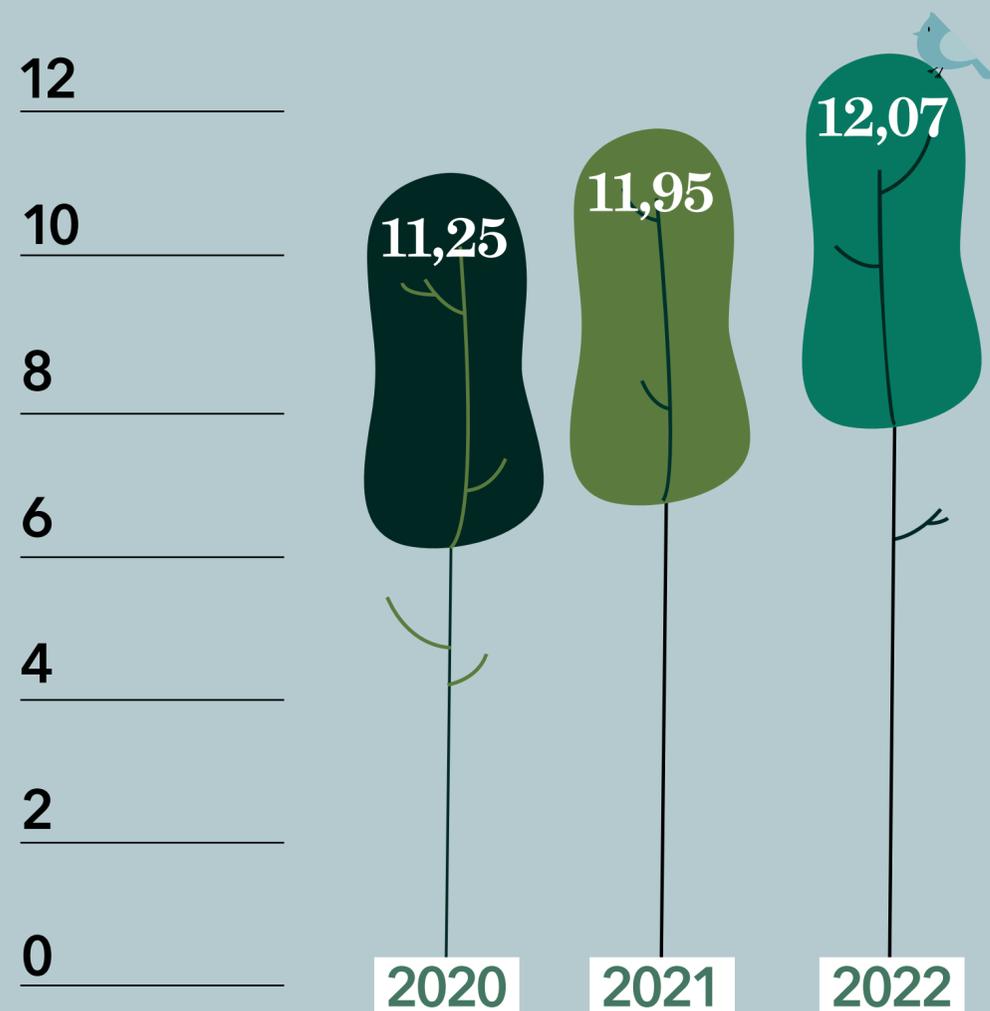
Nel 2022, questa partnership vanta oltre 11.500 punti vendita fra Spagna, Portogallo e Italia, mettendo a disposizione per gli utenti finali, tramite diverse insegne multicanale quasi 8 milioni mq² di superficie di vendita, per un valore ricavi alle casse che supera i 36 miliardi di euro. Protagonisti di questa alleanza, oltre ai componenti del Comitato Direttivo, uno per Paese, sono le persone, i collaboratori che superano nell'insieme le 144.000 unità.

La distribuzione del valore

Un Gruppo in continua espansione

Gruppo Végé è una realtà in continua espansione all'interno del settore della GDO italiana. Nel 2021 il Gruppo ha registrato una **quota di mercato** pari al 7,5%, che nel 2022 è aumentata fino al **7,9%, posizionandosi al quarto posto della classifica delle grandi realtà distributive in Italia** (fonte: elaborazione interna dei dati GNLC settembre 2022 e GNCC novembre 2022 Nielsen).

Anche i dati relativi al **fatturato** testimoniano una **crescita costante**, confermando la tendenza in atto da 9 anni. Il Gruppo, infatti, ha raggiunto **fatturato al consumo pari a 11,95 miliardi di euro nel 2021, salito fino a oltre 12,7 miliardi di euro nel 2022 (con una crescita del +6,7% rispetto al 2021)**.



Fatturato del Gruppo Végé (in miliardi di Euro)

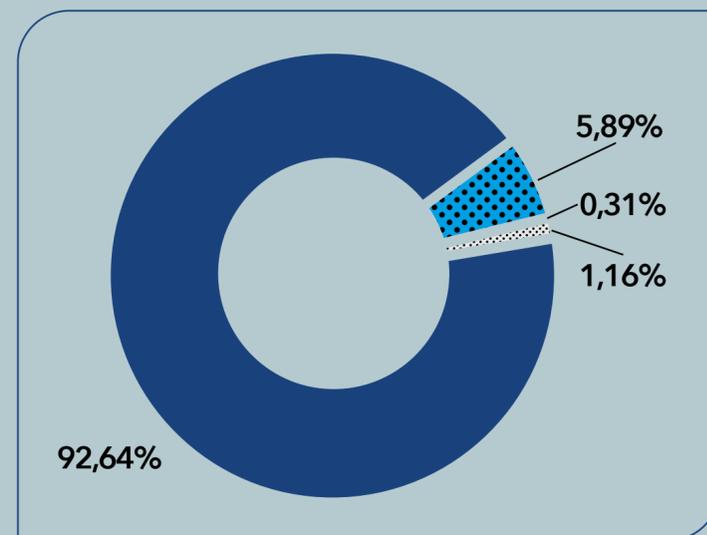
Il valore aggiunto creato e distribuito

Il seguente prospetto, tratto dai Bilanci di Esercizio 2021 e 2022, mostra il valore economico direttamente generato da Gruppo Végé attraverso la riclassificazione del conto economico di **Gruppo Végé Società Cooperativa**, società Capogruppo, e delle sue controllate, **Végé Retail S.r.l. e Végé Brands S.r.l.**, redatto applicando il metodo del consolidamento integrale.

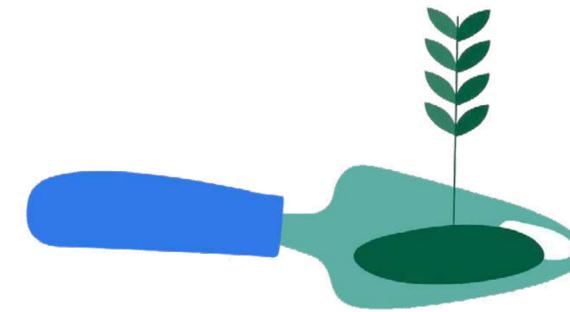
	2022	2021	Δ 2022-2021
Valore economico direttamente generato	59.043.388	50.323.015	17,33%
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	58.526.173	50.115.166	16,78%
Variazioni delle rimanenze e dei lavori in corso su ordinazione	0	0	/
Incrementi delle immobilizzazioni per lavori interni	0	0	/
Altri ricavi e proventi netti	517.215	223.007	131,93%
Proventi finanziari	0	118	-100,00%
Rettifiche di valore attività finanziarie	0	- 15.276	-100,00%
Valore economico distribuito	58.359.540	48.768.400	19,67%
Costi operativi per acquisto materie prime, sussidiarie, di consumo, merci	1.440.427	1.522.361	-5,38%
Costi per servizi	50.137.052	43.009.090	16,57%
Costi per godimento bene di terzi	189.317	141.306	33,98%
Oneri diversi di gestione	2.933.595	531.761	451,68%
Costi del personale (stipendi corrisposti a personale dipendente, comprensivi di oneri sociali, TFR e altri costi)	3.476.715	3.433.898	1,25%
Oneri finanziari	2	6	-66,67%
Dividendi distribuiti	0	0	/
Imposte e oneri tributari	182.432	129.984	40,35%
Valore economico trattenuto	683.848	1.554.610	-56,01%
Ammortamenti e accantonamenti	498.355	482.664	3,25%
Utili non distribuiti	185.493	1.071.946	-82,70%

Il seguente prospetto mostra, al 31.12.2022, la **distribuzione del valore economico** direttamente generato agli **stakeholder interni ed esterni**.

	2022	2021	Δ 2022-2021
Valore economico trattenuto	683.848	1.554.610	-56,01%
Valore economico distribuito	58.359.540	48.768.400	19,67%
Costi operativi riclassificati	54.700.391	45.204.518	21,01%
Remunerazione del personale	3.476.715	3.433.898	1,25%
Remunerazione dei finanziatori	2	6	-66,67%
Remunerazione degli azionisti	0	0	/
Liberalità	0	0	/
Remunerazione della Pubblica Amministrazione	182.432	129.984	40,35%



Ripartizione del valore economico generato agli stakeholder nel 2022



Uno sguardo strategico al futuro

Dall'inizio del percorso di rendicontazione, avviato nel 2015, la sostenibilità ha acquisito sempre maggior rilevanza per Gruppo VEGÉ. Riconoscendo il valore aggiunto derivante dall'adozione di buone pratiche di Responsabilità Sociale d'Impresa, il Gruppo ha iniziato ad integrare trasversalmente progetti di sostenibilità, stringendo sempre nuove collaborazioni di valore e attivando, anche dal punto di vista dei consumi, attività di monitoraggio sempre più accurate, con l'obiettivo di sensibilizzare sul tema non solo la stessa Centrale, ma tutte le imprese associate,

in ottica di un miglioramento continuo nel medio-lungo termine. Gruppo VEGÉ, nel tempo, ha appreso che la sostenibilità è diventata una vera e propria leva strategica per il successo delle sue aziende, in grado non solo di portare benefici al sistema sociale e ambientale in cui le stesse operano, ma capace generare vantaggi competitivi e rispondere meglio alle aspettative dei consumatori, ormai sempre più attenti alle tematiche di sostenibilità ambientale, sociale ed economica.



Gli obiettivi di sostenibilità di Gruppo VEGÉ

Diversi sono gli obiettivi che Gruppo VEGÉ intende perseguire:

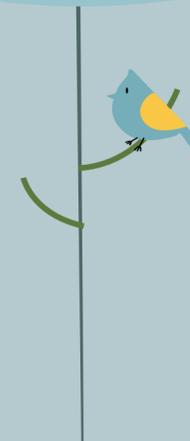
- **attività che sempre più diano rilevanza alla sostenibilità e siano con essa imprescindibilmente legate;**
- sviluppo e mantenimento di **prodotti sostenibili**, con una crescente **qualità;**
- **informazione sempre più chiara e dettagliata** ai clienti circa le provenienze e le lavorazioni dei singoli prodotti;
- **sensibilizzazione e educazione alimentare** attraverso strumenti di comunicazione online e offline;
- **attenzione al riutilizzo** di prodotti e confezioni;
- mantenimento di **attività** rivolte alla clientela **con finalità sociali**, tra cui Noi Amiamo La Scuola, una collezione punti a favore delle scuole del territorio;
- **mantenimento e ampliamento delle attività di sostegno** ad enti e associazioni attive concretamente nella comunità, tra le quali Balzoo, Medici Senza Frontiere, Emergency o Banco Alimentare.



Per Gruppo VEGÉ risulta prioritario formulare un piano strategico di investimenti in progetti affini ai suoi valori e al concetto di **Responsabilità Sociale d'Impresa**, di cui si fa promotore.

Le aziende del Gruppo sono convinte che soltanto attraverso una pianificazione a lungo termine che preveda il costante rinnovamento delle iniziative da realizzare possano essere raggiunti gli obiettivi di sostenibilità che si pone.

Le azioni progettate riguardano sia aspetti sociali che aspetti ambientali e si pongono, tra i tanti, gli obiettivi di **migliorare i contesti delle comunità** dei territori dove le aziende del Gruppo operano, di **promuovere prodotti e materie prime sostenibili**.



—CAPITOLO 2—



Sdg 2

Sconfiggere la fame



Sdg 12

Consumo e produzione responsabili



I temi indagati

In quanto appartenente al settore della Grande Distribuzione Organizzata e, in particolare, del comparto "Food", Gruppo VÉGÉ ritiene che l'**SDG 2** sia estremamente importante, proprio perché rappresenta, tra tutti e 17 gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, quello più coerente e allineato al proprio business.

Per questo motivo, all'interno dell'indagine si è deciso di indagare quanto sia diffusa, tra le Imprese socie del Gruppo VÉGÉ, la presenza di politiche, iniziative e progetti che aiutino a contribuire all'SDG 2.

In particolare, nell'ambito di questo obiettivo, i temi sui quali si è deciso di focalizzare l'attenzione sono:

- **Lotta allo spreco alimentare:** iniziative e attività volte all'eliminazione e alla riduzione degli sprechi alimentari, insieme alla redistribuzione degli stessi.
- **Alimentazione sicura:** iniziative e attività volte a garantire un'alimentazione sicura e di qualità, con livelli e standard di sicurezza alimentare sempre più elevati;
- **Educazione alimentare:** iniziative e attività di sensibilizzazione sui temi dello spreco alimentare e della sana e corretta alimentazione;

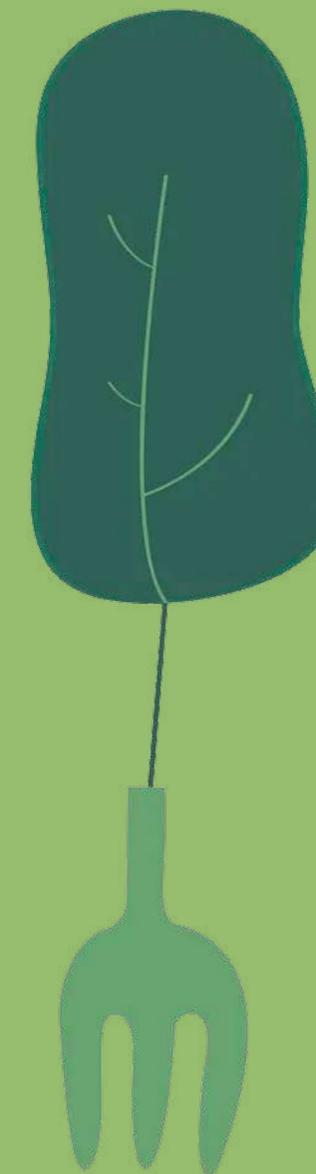
Se è vero che la lotta allo spreco alimentare è inserita all'interno delle modalità attraverso cui

è possibile promuovere l'SDG 2 e, quindi, la riduzione della fame nel mondo, è anche vero che questo tema ben si ricollega all'**SDG 12**, legato alla riduzione dei rifiuti e alle corrette forme di gestione e smaltimento degli stessi. Le iniziative di contrasto allo spreco alimentare, infatti, sono strettamente interconnesse ai concetti di circolarità delle risorse, alla redistribuzione delle eccedenze alimentari e alla corretta gestione del cibo, con il duplice obiettivo di contrastare la povertà da una parte e di evitare l'aumento dei rifiuti prodotti dall'altra.

A tal proposito, i temi su cui le Imprese socie del Gruppo VÉGÉ stanno lavorando riguardano l'implementazione di iniziative mirate, collaborazioni con associazioni ed enti terzi, ma anche pratiche di efficientamento interno sempre più virtuose ed innovative.

L'indagine si è concentrata in particolare su:

- **Riduzione dei rifiuti e degli imballaggi**, in cui è compreso l'impegno a eliminare l'utilizzo della plastica nei processi di confezionamento;
- **Circularità delle risorse:** iniziative per il riuso e il riciclo dei materiali impiegati nei processi di produzione e vendita;
- **Tracciabilità e trasparenza.**





La lotta contro lo spreco alimentare e contro la povertà

Lo spreco alimentare domestico è stato quantificato in 524,1 grammi pro capite secondo l'Osservatorio internazionale di Waste Watcher / Spreco Zero attraverso i dati del nuovo monitoraggio che ha indagato i comportamenti dei cittadini in Italia.

I nuovi dati si riferiscono al mese di gennaio 2023 e ci dicono che, in media, in Italia, ciascun cittadino getta nel cestino circa 75 grammi di cibo al giorno e, quindi, oltre 27 kg annui. Ma c'è un dato ulteriore da aggiungere, ed è quello relativo allo spreco di filiera, fra perdite in campo e sprechi nella catena dell'industria e della distribuzione del cibo.

Nel 2023, infatti, sono state sprecate nella filiera italiana oltre 4 milioni di tonnellate di cibo, per un valore complessivo nella filiera di 9.301.215.981 di euro. Lo spreco del cibo di filiera pesa al 26% in agricoltura, al 28% nell'industria e all'8% nella distribuzione.

Consapevoli di quanto sia importante sostenere e promuovere la lotta contro questi

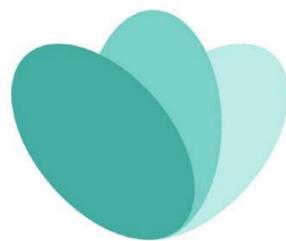
comportamenti, la Centrale VéGé e la maggiore parte delle Imprese Associate¹ (91%) mettono in atto iniziative e progettualità specifiche su questi temi.

La Centrale VéGé, a tal proposito, a partire dal 2021 ha iniziato un'importante **collaborazione con Too Good To Go, l'app numero uno contro lo spreco alimentare in Italia.**

Grazie a questa collaborazione, il Gruppo ha potuto vendere 32.510 "surprise bags" nel 2021 e 79.347 nel 2022, grazie all'adesione di moltissimi punti vendita sul territorio nazionale. Le "surprise bags" altro non sono che box contenenti prodotti freschi, ma non più vendibili, come ad esempio prodotti di gastronomia o panetteria che i supermercati preparano freschi ogni giorno e che la sera sono ancora invenduti, oppure prodotti confezionati con packaging rovinati: alimenti, quindi, che andrebbero sprecati a fine giornata.

Il consumatore può acquistare una "surprise bag" nel punto vendita più vicino a lui e ritirarlo all'ora indicata, senza conoscere prima quali prodotti verranno inseriti nella propria bag.

¹ Le Imprese che hanno risposto alla survey per la redazione del presente documento sono state 23 su 31. La percentuale di Imprese Socie partecipanti sul totale, quindi, è stata pari al 74%.



Too Good To Go

Grazie alla partnership con Too Good To Go, nel 2021 76 punti vendita del Gruppo VEGÉ hanno aderito all'iniziativa, vendendo 32.510 "surprise bags" per un totale di 18.093 pasti salvati e 45.233 kg di CO² risparmiata.

Nel 2022 questi numeri si sono raddoppiati. Il numero dei punti vendita del Gruppo che ha aderito al progetto è salito a 140, vendendo 79.347 bags, per un totale di 46.375 pasti salvati e 115.938 kg di CO² risparmiata.

A sostegno della comunità più bisognosa e delle famiglie in difficoltà, la Centrale VEGÉ ha continuato il suo pluriennale rapporto con il **Banco Alimentare** in occasione della **Giornata**



Nazionale della Colletta Alimentare, un evento su scala nazionale diventato, ormai da 26 anni, un evento che celebra la solidarietà tramite la donazione di una parte della propria spesa.

Grazie a questo evento, nel 2021 il Gruppo VEGÉ e i suoi 659 punti vendita aderenti, hanno donato 394.898 kg di alimenti a Banco Alimentare, per un valore economico stimato di oltre 1 milione e 200 mila euro.

Nel 2022 i punti vendita partecipanti all'evento sono saliti a 752, raccogliendo 402.892 kg di prodotti alimentari per un valore economico stimato di quasi 1 milione e mezzo di euro.

Una nuova collaborazione che è nata nel corso del 2022 è quella tra Gruppo VEGÉ e **L'albero della Vita**, un'organizzazione impegnata in Italia e a livello internazionale nel promuovere azioni efficaci per il contrasto alla povertà.

"Varcare la Soglia" è il progetto che VEGÉ ha promosso all'interno dei punti vendita delle Imprese Associate nel territorio italiano e prevede la presa in carico di interi nuclei familiari in difficoltà, per il reinserimento sociale, economico e relazionale.

Attraverso un sistema di raccolta punti e donazione da parte dei clienti, VEGÉ ha voluto aiutare le famiglie bisognose ad uscire da condizioni di emarginazione ed esclusione sociale.

Oltre a queste progettualità, supportate e



ONLUS

L'Albero della Vita

PROGETTI D'AMORE
PER I BAMBINI

sostenute a livello Centrale, le Imprese Socie hanno sviluppato numerose attività sul territorio nazionale.

In particolare, attraverso la survey è stato domandato

quali siano state le iniziative messe in atto per contrastare la lotta contro lo spreco alimentare nell'ultimo biennio.

L'attività più diffusa, come mostrato dal grafico 2.1, svolta dal 65% delle Imprese, è **l'applicazione di sconti ad hoc sui prodotti prossimi alla scadenza**, mentre il 61% sostiene progetti in collaborazione con **strutture caritative del territorio**.

Meno diffuse sono le attività di sensibilizzazione rispetto a tali tematiche: solo il 13% delle Imprese Associate promuove le pratiche per la riduzione degli sprechi alimentari tramite social, web, o anche nelle scuole.

Grafico 2.1 - Quali iniziative sono messe in atto per la lotta contro lo spreco alimentare?

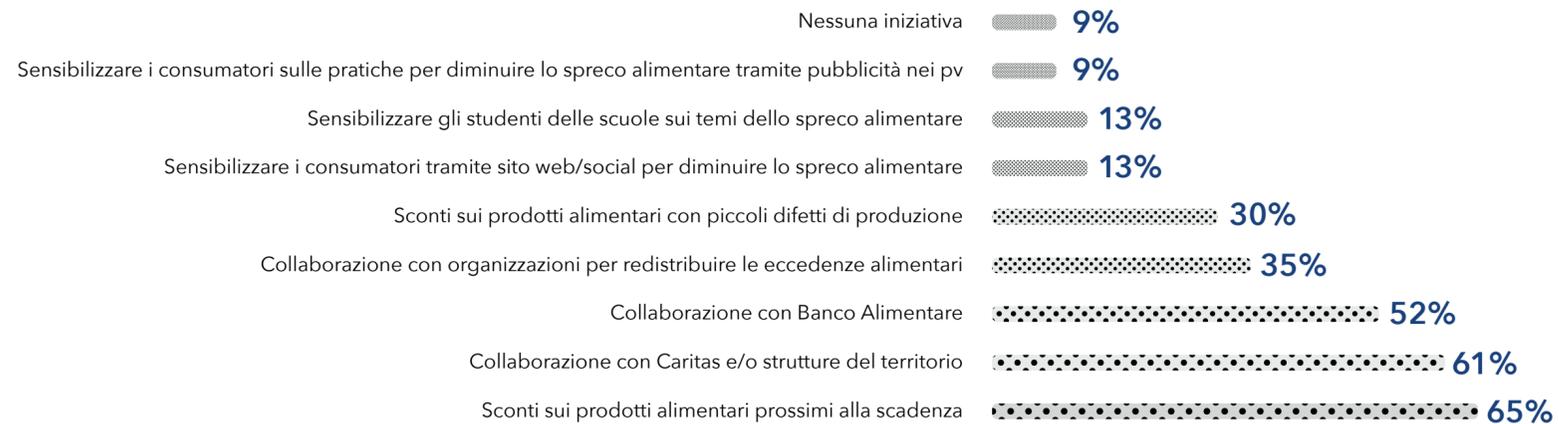
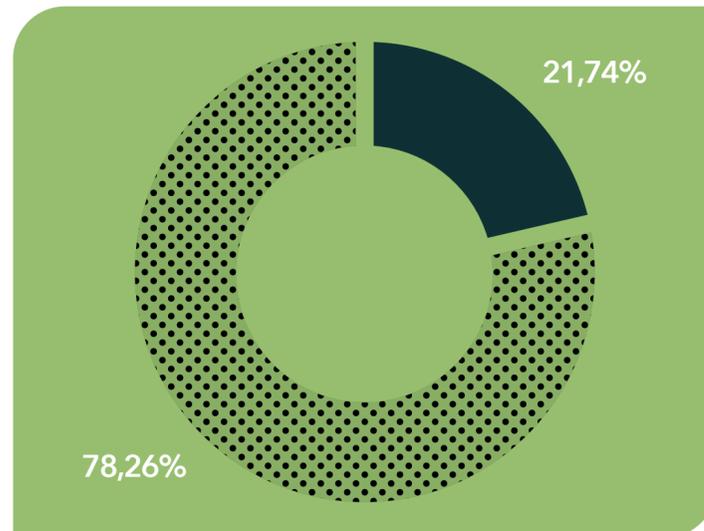


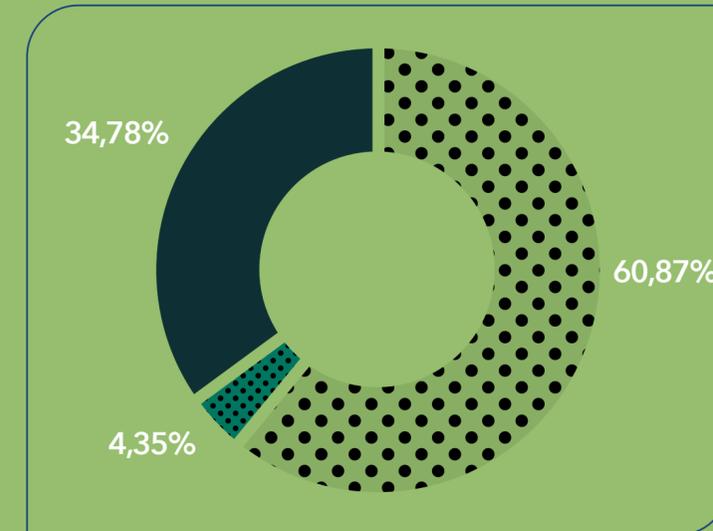
Grafico 2.2 - Esiste un sistema di monitoraggio delle donazioni di cibo effettuate dall'azienda?



Nonostante il numero di Imprese che sviluppano iniziative di donazione delle eccedenze alimentari sia molto elevato, purtroppo ad oggi solo il 22% di esse ha sviluppato sistemi di monitoraggio in grado di tenere traccia dei kg di prodotti/eccedenze alimentari direttamente donati dai propri punti vendita.

Questo mostra, senza ombra di dubbio, l'importante attenzione che le Imprese debbano mettere nella creazione di opportuni sistemi di monitoraggio delle proprie performance non solo qualitativi, ma anche quantitativi.

Grafico 2.3 - Ha l'azienda una policy formalizzata per la gestione e/o riduzione dei rifiuti?

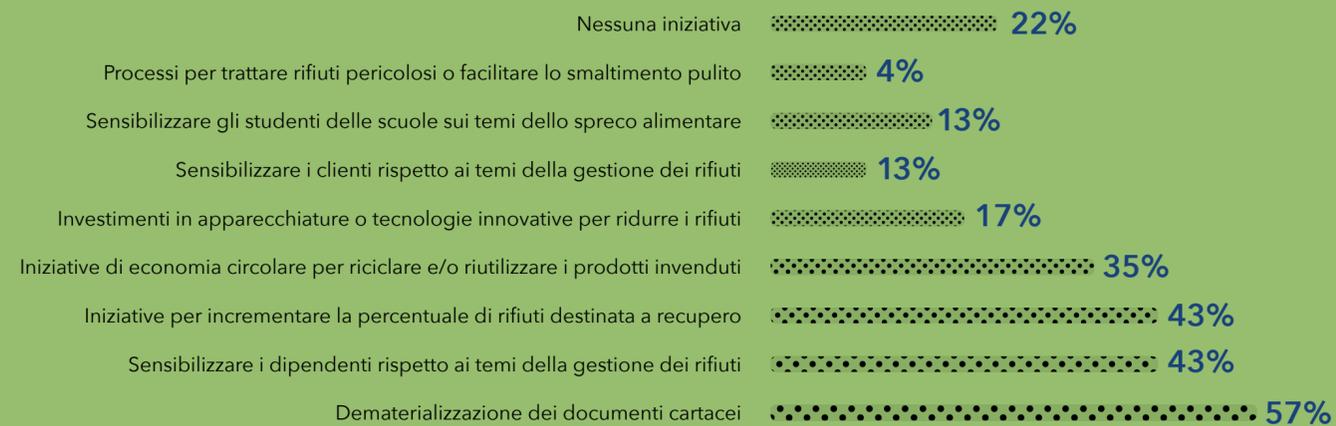


La gestione dei rifiuti e la circolarità delle risorse
Nell'indagine è stato domandato alle Imprese Associate al Gruppo VEGÉ se, allo stato attuale, sia presente nella propria azienda una politica dedicata interamente alla gestione dei rifiuti. Come mostrato dal grafico 2.3, il **65% delle aziende si è dotata di una politica per la gestione dei rifiuti.**

Di queste Imprese, il 61% lo fa attraverso un documento ad hoc per i rifiuti: questo rappresenta un segnale di consapevolezza

molto forte, che accomuna gran parte delle Imprese del Gruppo, rispetto ad uno dei temi più caldi per l'intero settore della GDO. Il 4% del panel ha dichiarato di trattare la gestione dei rifiuti all'interno di una più ampia politica, nella quale vengono trattate contemporaneamente più tematiche relative alla dimensione ambientale, mentre il rimanente 35%, invece, sostiene di non aver ancora sviluppato un documento per la gestione di questi aspetti.

Grafico 2.4 - Quali iniziative sono messe in atto per quanto ridurre/gestire responsabilmente i rifiuti (non alimentari)?



Ma quali sono le pratiche più diffuse dalle aziende del Gruppo VEGÉ rispetto alle modalità più corrette per la riduzione e/o gestione responsabile dei rifiuti accumulati?

Rispetto alla regola delle "3 R" - Ridurre, Riutilizzare e Riciclare - il Grafico 2.4 mostra come le Imprese del Gruppo VEGÉ si stanno muovendo nell'ultimo biennio 2021-2022.

Il 57% delle Imprese ha messo in atto pratiche per promuovere la **digitalizzazione dell'azienda** e, quindi, per ridurre la quantità di materiale stampato, mentre solo il 17% ha sviluppato

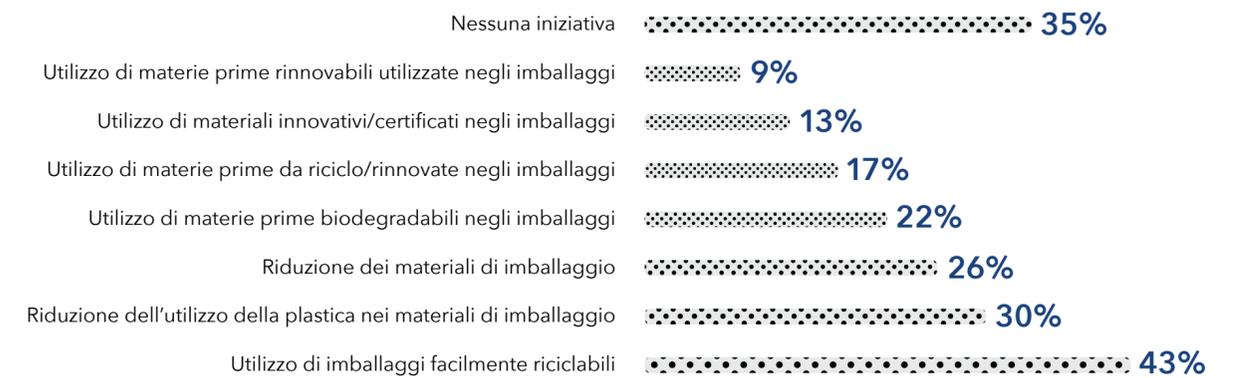
investimenti in tecnologie innovative per ridurre i rifiuti.

Se per le aziende del Gruppo, dunque, è più difficile agire sulla riduzione del rifiuto in sé, è sicuramente più impattante l'impegno sulla seconda e terza "R", ovvero quelle del Riutilizzo e del Riciclo.

Il 35% delle aziende, infatti, ha introdotto delle attività per **riciclare e riutilizzare i prodotti invenduti** e il 43% delle aziende ha previsto iniziative volte a **incrementare la percentuale di rifiuti destinati a recupero**.



Grafico 2.5 - Quali iniziative sono in atto per l'impiego di imballaggi sostenibili?



Tra le tante variabili che generano rifiuto per un'impresa appartenente al settore del Food, una che non può essere trascurata riguarda l'imballaggio con il quale il prodotto viene commercializzato, ovvero il suo packaging.

La trasformazione dei materiali di imballaggio tradizionali in materiali più sostenibili rappresenta per l'intero comparto una tendenza verso la quale occorre necessariamente prestare attenzione. Il 65% delle Imprese del Gruppo VEGÉ, come mostrato dal grafico 2.5, ha sviluppato iniziative di vario genere. L'attività più diffusa (43% dei casi) riguarda

l'utilizzo di **imballaggi facilmente riciclabili**, con particolare attenzione non solo al materiale utilizzato, ma anche al fatto che l'imballaggio o il packaging finale possano essere completamente smaltiti in modo pulito, facile, immediato e comprensibile da parte del consumatore, ad esempio optando per imballaggi mono-materiale e non separabili. Oltre a questo, il 30% delle Imprese socie ha introdotto sistemi di imballaggio alternativi a quelli fatti in plastica, con l'obiettivo di **valorizzare materiali alternativi a quelli plastici** e con un minore impatto ambientale.

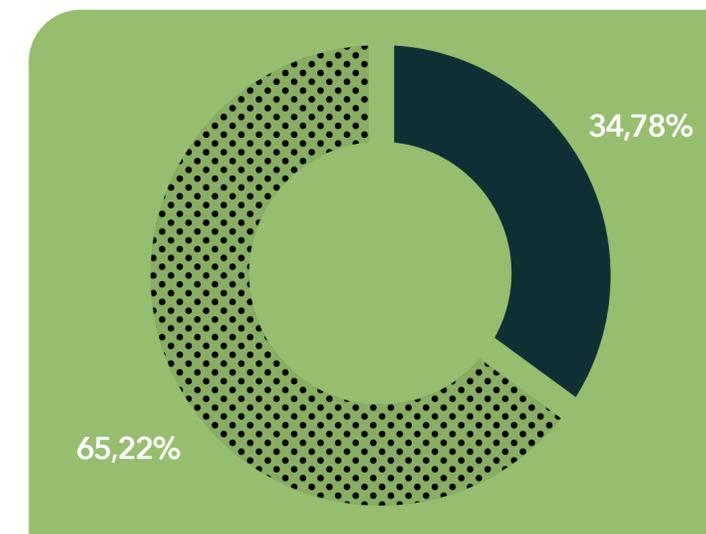


Grafico 2.6 - Esiste un sistema di monitoraggio dei rifiuti prodotti dall'azienda?

Un dato che presenta, anche in questo caso, un grande margine di miglioramento, riguarda il sistema di monitoraggio dei rifiuti. (grafico 2.6). Il 65% delle Imprese Socie non monitora i rifiuti prodotti dalla centrale e dai propri punti vendita sul territorio.

Solo il 35% detiene sistemi di monitoraggio in grado di stabilire KPI precisi per i rifiuti differenziati.

Alimentazione sicura e di qualità

Garantire prodotti che siano eccellenti, di alta qualità e sicuri per i consumatori è un obiettivo fondamentale per VEGÉ.

Questo scopo trova la sua **massima espressione nei prodotti a marchio VEGÉ**, commercializzati

in tutti i punti vendita al dettaglio del Gruppo sul territorio nazionale.

La prima esperienza sulla marca commerciale in VEGÉ è datata 1959, quasi simultaneamente alla nascita dell'unione volontaria del Gruppo stesso.

Ad oggi l'offerta a marchio VEGÉ conta una vasta gamma di 1.169 prodotti (con una crescita del 43,26% rispetto al 2021), che spazia dal food fresco fino al non food, in tutte le sue sfaccettature, per offrire al cliente una garanzia di qualità da oltre 60 anni.

Linee di prodotto MdD VEGÉ	2022	2021
Mainstream VEGÉ	639	655
Brand Ohi Vita	70	61
Brand Mucho Amor	40	0
Marchi fantasia	18	15
PI locali dei Soci	402	85
Totale	1.169	816

I criteri fondamentali per la selezione dei fornitori a marca del distributore VEGÉ e per la determinazione delle condizioni d'acquisto di beni e servizi sono quelli della **qualità**, della **sicurezza** e del prezzo e le valutazioni vengono effettuate sempre secondo imparzialità ed obiettività.

Accanto a questi criteri spesso viene aggiunta anche una valutazione riguardante la **sostenibilità**, in particolare riferita alla dimensione ambientale, chiedendo ai fornitori di comunicare i propri consumi energetici nell'ottica della riduzione degli impatti ambientali.

Oltre a quanto avviene per la Centrale VEGÉ, la sicurezza alimentare è stata indagata anche presso le Imprese socie del Gruppo.

Il 70% delle rispondenti alla survey dichiara di avere un documento strutturato, seppur privo di certificazioni fornite da enti terzi, per **garantire che i prodotti commercializzati rispondano ai massimi criteri di qualità e sicurezza alimentare**.

Solo il 30% delle Imprese non ne è formalmente dotato, pur applicando per prassi ormai consolidata, tutti i requisiti richiesti dalla legge rispetto alle tematiche di sicurezza alimentare.

Grafico 2.7 - Ha l'azienda una policy di gestione della sicurezza alimentare?

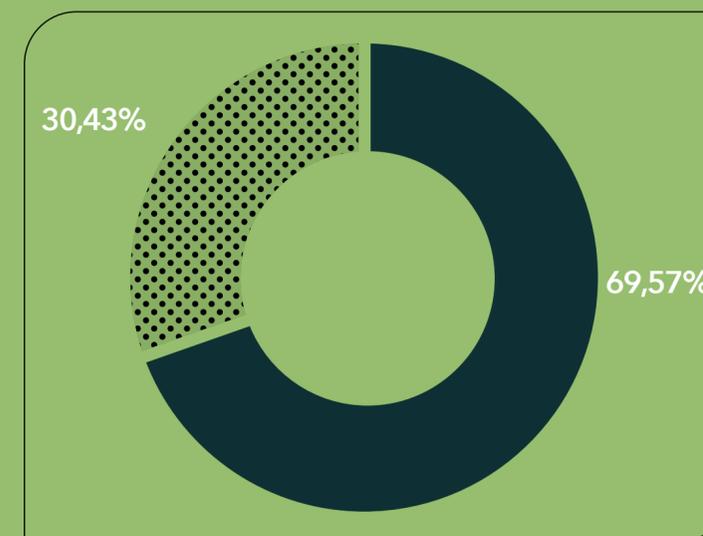
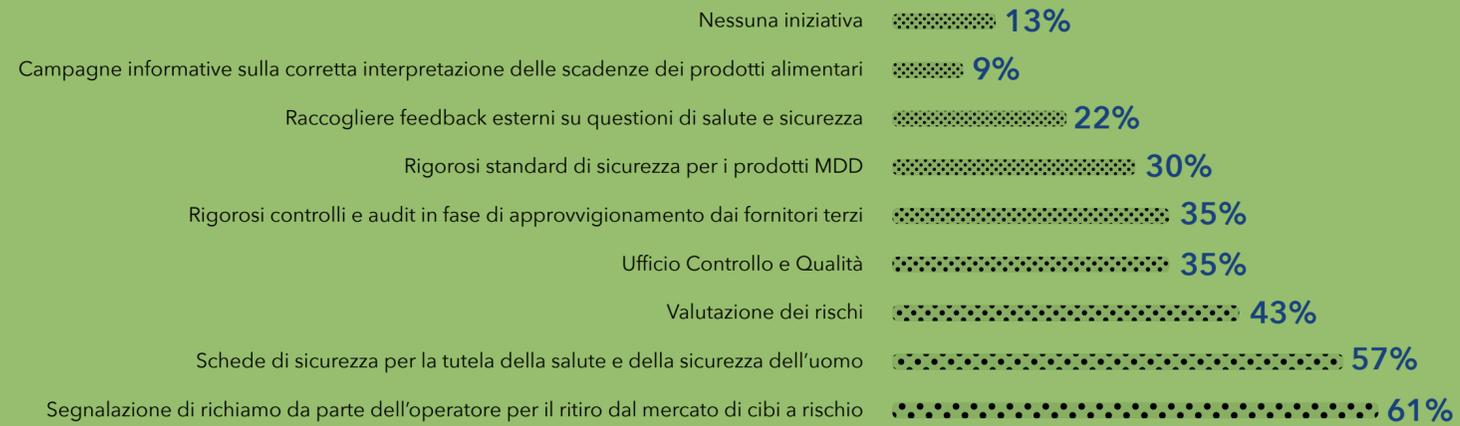


Grafico 2.8 - Quali iniziative sono messe in atto per garantire un'alimentazione sicura e di qualità?



Le Imprese del Gruppo hanno adottato svariate iniziative per garantire ai propri consumatori la qualità e la sicurezza dei propri prodotti, come mostra il grafico 2.8.

Il 61% delle Imprese, ad esempio, detiene una sezione del proprio sito web interamente dedicata a eventuali prodotti che richiedono,

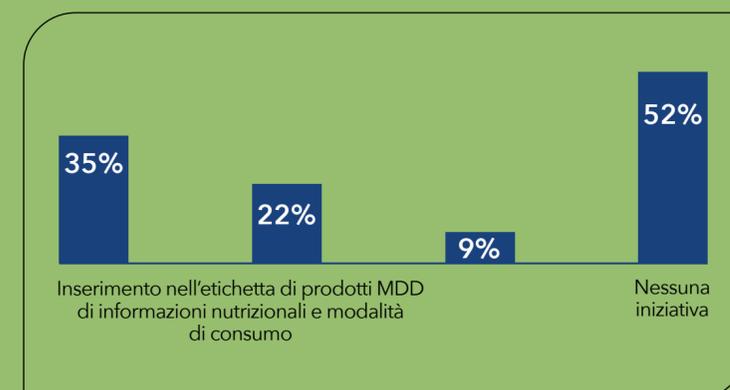
per un motivo o per un altro, il ritiro dal mercato direttamente da parte del fornitore del prodotto stesso; il 57% detiene **schede di sicurezza** per la tutela del consumatore, mentre il 43% adotta un sistema strutturato di **valutazione dei rischi** rispetto ai propri prodotti.

Un altro strumento che le aziende hanno a disposizione e che è stato indagato all'interno del questionario riguarda **l'educazione alimentare** e le modalità che le imprese adottano per diffondere tra i propri consumatori - e non solo - i temi della **sana e corretta alimentazione**.

Come emerge dal grafico 2.9, è evidente che questi aspetti non siano ancora particolarmente diffusi, poiché solo il 48% del campione analizzato promuove iniziative di questo genere. L'attività più diffusa, presente nel 35% delle Imprese del Gruppo, è quella che ha a che fare con l'informazione sull'etichettatura

del prodotto, mentre solo il 22% ha attivato canali di sensibilizzazione per **rendere più consapevoli i propri consumatori rispetto ai temi della corretta alimentazione**.

Grafico 2.9 - Quali iniziative sono messe in atto per promuovere la corretta educazione alimentare?

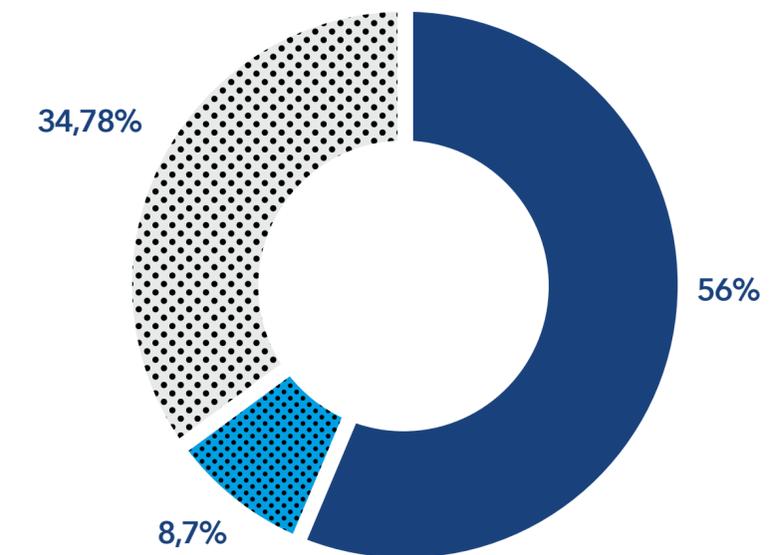


Tracciabilità e trasparenza

Un tema fortemente connesso all'SDG numero 12 riguarda la capacità dell'azienda di garantire ai propri portatori di interesse prodotti che siano **tracciabili**, il cui **processo di produzione sia trasparente e facilmente consultabile**.

Tra le Imprese del Gruppo VEGÉ, come mostra il grafico 2.10, questo tema risulta decisamente importante: il 65% delle Imprese, infatti, ha adottato delle **procedure interne per la formalizzazione in materia di tracciabilità dei processi**. In particolare, di queste, il 56% lo ha fatto attraverso un documento specifico, seppur non certificato, mentre il 9% lo ha fatto all'interno di documenti gestionali più ampi.

Grafico 2.10 - Ha l'azienda una policy formalizzata in materia di tracciabilità dei processi?





Best Practices

bennet

Nel 2022 Bennet ha consolidato il rapporto con Lisa Casali, blogger, scrittrice, scienziata ambientale ed appassionata di Ecocucina, che si è occupata non solo di raccontare ai clienti le modalità con cui Bennet ha integrato la sostenibilità nel proprio business, ma ha anche profuso consigli importanti che potessero diffondere comportamenti virtuosi, in relazione alle scelte alimentari, alla conoscenza di frutta e verdura stagionali, per evitare gli sprechi e scegliere prodotti freschi e di stagione.

Questo percorso è stato intrapreso perché Bennet crede nella necessità di stimolare il consumatore a pensare anche ai propri comportamenti individuali, comprendendo quale sia l'impatto sull'ambiente, sulla biodiversità e sull'equità sociale, partendo proprio dal semplice gesto quotidiano del "fare la spesa".



Spesa Sospesa Poetica è un progetto di sensibilizzazione sociale promosso dall'Associazione Impronte Poetiche che Moderna2020, con le sue insegne (Eté, XSempre, DiMeglio e Superdisc), sostiene dal 2020 con grande impegno.

L'iniziativa si pone come obiettivo quello di raccogliere donazioni di beni di prima necessità presso i punti vendita aderenti, a favore di strutture assistenziali e famiglie in difficoltà economica.

Ogni benefattore viene ricompensato per la sua buona azione con poesie inedite di giovani compositori del territorio, stampate su piccoli gadget.

Fino ad ora, sono state donate oltre 1.600 buste della spesa e organizzate oltre 165 operazioni di consegna.

Le poesie sono state donate, in cambio di ogni Spesa Sospesa, sotto forma di segnalibro poetico, grazie alla collaborazione con 35 poeti e 19 artisti provenienti da tutta Italia.



Best Practices

bennet

La circolarità di Bennet è stata misurata attraverso CircolUP, uno strumento sviluppato da GS1 Italy in partenariato con l'Istituto di Management della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa.

L'obiettivo della collaborazione tra Bennet e CircolUP, oltre alla quantificazione della circolarità, è anche quello di aiutare Bennet ad effettuare un'analisi rispetto ai suoi punti di forza e di debolezza, per cogliere le opportunità di miglioramento.

Sulla base delle evidenze raccolte, CircolUP ha identificato Bennet come un'organizzazione "Concerned", con un risultato di performance di circolarità pari al 40%.

Questo vuol dire che Bennet attua già in maniera consolidata pratiche e soluzioni ispirate ai principi dell'economia circolare, con ampi margini di miglioramento.



Rispetto al tema dello spreco alimentare, dal 2017 la Fratelli Arena ha deciso di aderire alla Legge n. 166 del 19/08/2016 per la limitazione degli sprechi, l'uso consapevole delle risorse e la sostenibilità ambientale, per affondare le proprie radici nel tessuto della solidarietà sociale ed ambientale.

Una normativa che ha rivoluzionato il sistema di recupero di cibo, consentendo a commercianti e catene di distribuzione di ridurre gli sprechi, trasformandoli in opportunità per aiutare le persone bisognose e limitare l'impatto ambientale. Inoltre, la Fratelli Arena ha aderito al progetto Life-Food. Waste. StandUp, impegnandosi a cedere a titolo gratuito le eccedenze alimentari dei propri supermercati ad organizzazioni senza scopo di lucro (Caritas) nel territorio siciliano, destinate alla redistribuzione degli indigenti.

Nel 2022 la Fratelli Arena ha esteso ulteriormente la collaborazione con Banco Alimentare, con cessione gratuita dei prodotti del reparto gastronomia e cucina rimasti invenduti a fine giornata.

La sera, infatti, i volontari di Banco Alimentare passano dai punti vendita e distribuiscono nella notte i prodotti della Fratelli Arena ai senza tetto.



Nel 2021 SI.DI.PICCOLO ha annunciato la nascita del sodalizio con l'azienda KP Films, leader del packaging sostenibile.

L'obiettivo di questa collaborazione è quello di sostituire un materiale complesso da riciclare come il polistirolo con un materiale innovativo e moderno quale il PET trasparente.

In tutti i laboratori di macelleria della SI.DI. PICCOLO sono stati introdotti vassoi in pet riciclato e riciclabili, che saranno nuovamente vassoi quando andranno al riciclo.

All'interno di questo sodalizio, una figura importante è ricoperta anche dal cliente stesso, che avrà un ruolo centrale in questo processo di circolarità: a ciascuno dei clienti sarà data la possibilità di riportare presso i supermercati Piccolo i vassoi vuoti, ricevendo in cambio punti sulla carta fedeltà.



—CAPITOLO 3—



Sdg 3

Salute e benessere



Sdg 4

Istruzione di qualità



I temi indagati

Gruppo VéGé rappresenta il quinto distributore sul territorio nazionale, con un numero di dipendenti complessivi stimato pari a 11.935 a livello di Imprese Socie di Gruppo VéGé. Le **persone** ne costituiscono, pertanto, il maggior patrimonio e **l'imprescindibile fattore di sviluppo e crescita del Gruppo**, rappresentandone da sempre un elemento indispensabile per la sua esistenza, che si fonda su una **filosofia collaborativa e partecipativa**. La dedizione e le competenze dei collaboratori sono valori e condizioni determinanti per il futuro del Gruppo e sono la fonte della sua reputazione sul mercato.

All'interno del presente capitolo, i dipendenti del Gruppo rappresentano il nucleo centrale, analizzato e indagato attraverso gli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) 3 e 4**.

Ma non sono l'unico ambito esaminato attraverso la survey.

In particolare, nell'ambito dell'**SDG 3**, i temi sui quali è stata focalizzata l'attenzione sono:

- **Benessere dei dipendenti:** iniziative per promuovere il benessere fisico e mentale dei dipendenti e dei collaboratori;
- **Salute e sicurezza per collaboratori e clienti:**

iniziative, certificazioni e attività poste in essere per garantire ambienti di lavoro sicuri, salubri, non solo per i dipendenti ma anche per i clienti;

- **Sostegno alla ricerca scientifica e ad a enti, organizzazioni e associazioni che operano nell'ambito sanitario:** attività per promuovere, sostenere e finanziare la ricerca scientifica di qualsiasi ambito e/o sistema sanitario nazionale e tutte le organizzazioni di volontariato.

Nell'ambito dell'**SDG 4**, invece, i temi sono:

- **Formazione e piani di sviluppo dei collaboratori:** iniziative volte alla crescita e aggiornamento delle competenze tecniche e non delle persone in azienda (es. corsi di formazione) e iniziative che riguardino lo sviluppo e la crescita verticale dei collaboratori in azienda (es. piani di carriera);
- **Collaborazioni con scuole e università:** iniziative e progettualità che prevedono la collaborazione studenti più o meno giovani, facenti parte di istituti scolastici e/o universitari;
- **Promozione della cultura e del sapere/istruzione:** iniziative che prevedono la collaborazione con Associazioni, Musei, Scuole, Università o altri enti / organizzazioni con l'obiettivo di promuovere la cultura, il sapere e l'istruzione.



Salute e sicurezza

La salute e la sicurezza sul lavoro sono una priorità per Gruppo VéGé, nella convinzione che condizioni di lavoro sicure, sane e rispettose della dignità individuale siano un prerequisito indispensabile sia per garantire lo sviluppo umano delle persone in ambito lavorativo, sia per il raggiungimento degli obiettivi di business con efficienza ed efficacia.

Per questo, Gruppo VéGé promuove tutte le azioni necessarie a **garantire la salute e l'incolumità dei propri dipendenti** e collaboratori, in tutte le situazioni dove svolgono la propria attività, nel rispetto della normativa vigente in materia di **prevenzione e protezione**.

Gruppo VéGé è costantemente impegnato a garantire condizioni e ambienti di lavoro sicuri e salubri e tutti i collaboratori partecipano

nell'ambito delle proprie mansioni alla diffusione di una cultura della sicurezza e della consapevolezza dei rischi, realizzando comportamenti responsabili e rispettosi del sistema di sicurezza adottato e delle procedure aziendali che ne formano parte.

A tal proposito, VéGé si impegna a:

- tutelare la sicurezza e la salute dei propri dipendenti attraverso la sicurezza di tutte le attività poste in essere;
- informare e formare tutti coloro che prestano la propria attività lavorativa per la società circa i rischi connessi alla sicurezza, assicurando tutti i mezzi e i dispositivi di protezione individuali richiesti dalla normativa vigente;
- monitorare continuamente e riesaminare periodicamente le prestazioni e l'efficienza del proprio sistema a presidio dei rischi connessi alla sicurezza.

Gruppo VEGÉ reputa la tutela della salute e della sicurezza del personale un parametro fondamentale per **garantire la qualità del servizio erogato**.

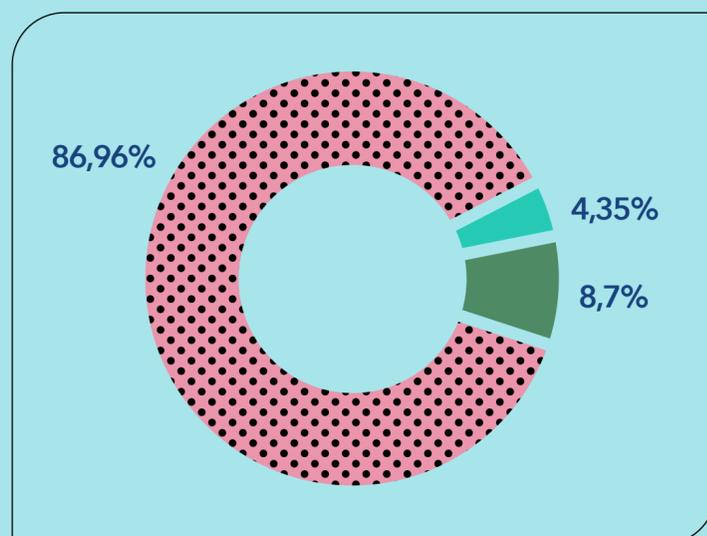
Infatti, salute, sicurezza e dignità delle persone, oltre che a mantenere un clima interno sereno e contenere l'assenteismo, contribuiscono a garantire migliori performance sia in termini di quantità sia di qualità delle attività rivolte ai clienti e agli stakeholder esterni in generale.

Di conseguenza, la salute e la sicurezza dei dipendenti si riflettono direttamente sia sulla **sicurezza e la qualità di vita dei clienti** che

usufruiscono del servizio, sia sulla valorizzazione e la salvaguardia del territorio e dell'ambiente in cui l'azienda opera.

Grazie all'indagine svolta è stato possibile indagare quante aziende appartenenti al Gruppo siano dotate di una politica formalizzata relativamente ai temi di salute e sicurezza sul lavoro. Delle 23 aziende rispondenti al questionario, il **91% è dotato di una specifica policy sui temi della salute e della sicurezza sul lavoro**, mentre il 9% non ha ancora strutturato un documento su queste tematiche (si veda grafico 3.1).

Grafico 3.1 - Ha l'azienda una policy per garantire la salute e sicurezza dei collaboratori?



Tra le aziende dotate di una politica sul tema della salute e sicurezza sul lavoro, una di esse presenta una sistema di gestione certificato particolarmente virtuoso, redatto secondo la **ISO 45001**. Questa certificazione, riconosciuta a livello mondiale, è stata emanata per proteggere i collaboratori di una qualsiasi azienda da incidenti e malattie legate al lavoro e per mitigare tutti i fattori che possono causare danni irreparabili a dipendenti e aziende.

Da un punto di vista delle iniziative implementate (si veda grafico 3.2), il 52% delle Imprese del Gruppo VEGÉ si è dotata internamente di un Responsabile per la Gestione della Salute e della Sicurezza, il 30% svolge una formazione su questi temi oltre quanto previsto dalla normativa italiana e il 30% svolge **un'analisi legata ai rischi di stress lavoro-correlato**.

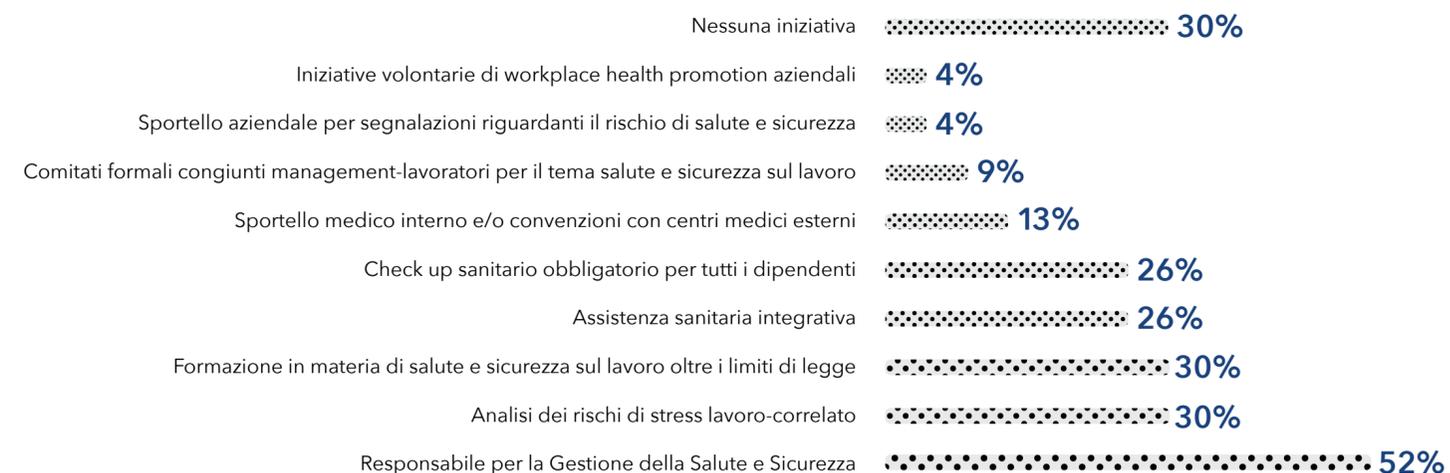
Oltre a questo, il 26% delle Imprese garantisce ai propri dipendenti un'**assistenza sanitaria**

integrativa e un **check up obbligatorio per tutto il personale**.

Infine, tra le aziende più virtuose, c'è chi ha implementato delle **iniziative volontarie di "Workplace Health Promotion" (WHP)**.

Le aziende che aderiscono al programma WHP appartengono alla categoria dei "Luoghi di lavoro che Promuovono Salute" e si fondano sul modello promosso dall'OMS, con l'obiettivo impegnarsi a costruire, attraverso un processo partecipativo e in un'ottica di responsabilità sociale, un contesto che favorisce l'adozione di comportamenti e scelte positive per la salute. A tal fine, le aziende attivano interventi efficaci e sostenibili, tra cui quelli legati alla promozione di abitudini alimentari sani, o di uno stile di vita attivo, ma anche quelli tesi a contrastare fattori di rischio (tabagismo, lo scorretto consumo di alcool) e promuovere azioni inerenti il contrasto alle dipendenza patologiche.

Grafico 3.2 - Quali iniziative sono messe in atto per diffondere il tema della salute e della sicurezza sul lavoro e per favorire un ambiente di lavoro salubre e sicuro per i collaboratori?



Benessere dei dipendenti

Secondo la ricerca "Il Welfare di Domani" condotta da Nomisma per l'Osservatorio CIRFOOD DISTRICT, il **sistema di welfare aziendale** gioca un ruolo di primo piano per le aziende italiane, soprattutto dopo la pandemia da Covid-19 che ha colpito duramente la nostra società.

Per welfare aziendale, letteralmente "benessere aziendale" si intende un insieme di benefit e prestazioni non monetarie erogate a favore dei dipendenti, con l'obiettivo di migliorarne la qualità della vita e lo stato di benessere.

Secondo l'analisi condotta da Nomisma, 8 lavoratori su 10 scelgono il posto di lavoro anche sulla base dei servizi di welfare aziendale offerti e 9 occupati su 10, tra coloro che non usufruiscono di piani di welfare in azienda, vorrebbero avere questa possibilità. Anche le imprese sono sempre più consapevoli del valore di questo strumento: l'87%, infatti, considera il welfare aziendale uno strumento fondamentale per **migliorare la vita dei dipendenti** e il 78% per **potenziare l'immagine e la reputazione dell'azienda**.



Per le aziende appartenenti al Gruppo VEGÉ, il tema del benessere dei propri dipendenti è sicuramente centrale, ma sono ancora poche le aziende che hanno formalizzato una politica su questi aspetti (si veda grafico 3.3).

Tra le 23 aziende del Gruppo rispondenti alla survey, il 17% tratta il tema del benessere dei propri dipendenti all'interno di una politica sociale più ampia (ad esempio all'interno del proprio Codice Etico o all'interno della Policy di Responsabilità Sociale), il **13% lo fa in un documento creato e strutturato appositamente per il tema del welfare dei dipendenti**, mentre il 70% non ha formalizzato alcun documento su questi aspetti.

Grafico 3.3 - Ha l'azienda una policy di welfare aziendale?

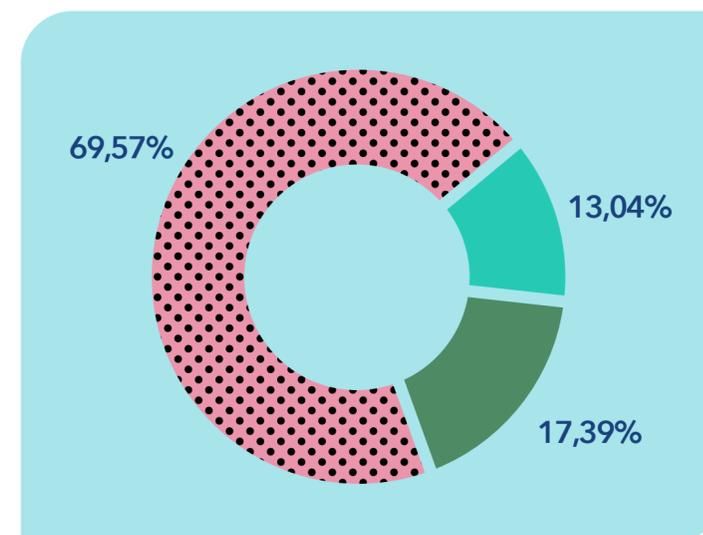
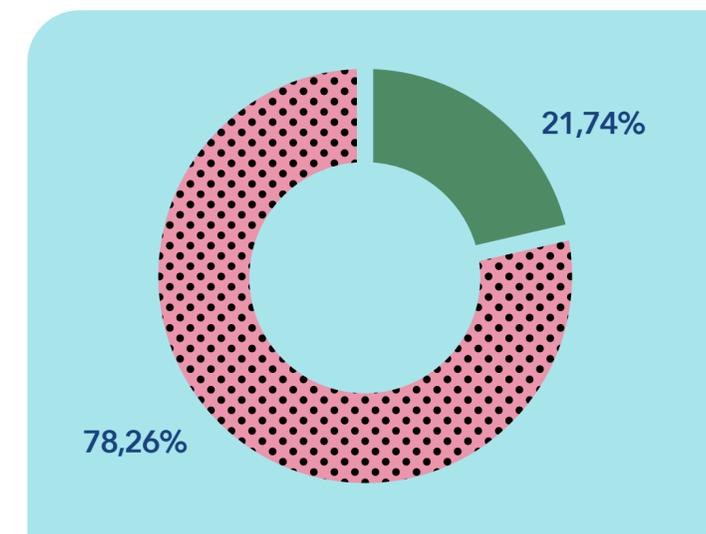


Grafico 3.4 - Esiste un sistema di monitoraggio dello stato di benessere dei lavoratori in azienda?



Guardando ai sistemi di monitoraggio, invece, (grafico 3.4) solo il **22% delle aziende del Gruppo VEGÉ ha implementato un sistema per monitorare lo stato di benessere dei lavoratori in azienda**. Questa percentuale, ancora molto bassa, prevede grande margine di miglioramento. Le aziende, infatti, devono assumere consapevolezza che tenere sotto controllo il livello di benessere dei dipendenti può aiutare a comprendere meglio le esigenze diffuse dei collaboratori e, quindi, di contrastare situazioni di difficoltà in azienda. Livelli alti di benessere in azienda, infatti, incentivano la fidelizzazione dei dipendenti, riducendo le assenze sul lavoro e riducendo il tasso di turnover aziendale.



Il valore del capitale umano: formazione e piani di sviluppo

VéGé Academy è un'unità di formazione centralizzata, una sorta di scuola interna al Gruppo, dove sia i manager delle Imprese Socie che i collaboratori di sede possono **ampliare le loro conoscenze** e **valorizzare la propria professionalità** attraverso seminari, workshop e percorsi d'eccellenza.

VéGé Academy è nata nel 2018 e ha visto un

crescente interesse verso la formazione e una sempre maggiore partecipazione alle iniziative. L'Academy vuole rappresentare per le Imprese Associate una sorta di **HUB generator: un acceleratore di innovazione e miglioramento continuo attraverso l'approfondimento, il confronto e la condivisione di best practices.** Per l'erogazione e la progettazione della formazione VéGé si avvale della collaborazione con aziende altamente qualificate nel settore GDO.

Solo tra il 2021 e il 2022, la VéGé Academy ha raggiunto un target di oltre 800 iscrizioni.

Le dinamiche subentrate a causa della pandemia hanno portato l'introduzione di nuove metodologie e della formazione on line, che ha consentito una maggior penetrazione e diffusione delle proposte su tutto il territorio.

Nel 2022, la situazione epidemiologica ha permesso di riprendere la formazione in presenza con la realizzazione di alcuni workshop che hanno coinvolto in particolare il target HR e Area Manager delle Imprese Associate.

I martedì di VéGé Academy

Nel 2021 VéGé ha creato un interessante format che ha raccolto un notevole successo presso le Imprese Associate: i martedì di VéGé Academy. Un calendario di appuntamenti quindicinali, erogati in modalità on line, con l'obiettivo di:

- approfondire temi di interesse per il mondo retail attraverso sessioni formative ed interviste;
- confrontarsi e ascoltare testimonial "Best in class" sia del settore che di altri mercati. Gli incontri sono stati rivolti a tutti i manager delle Imprese Associate ed hanno toccato tematiche innovative e di primario interesse per il settore della GDO.



Il focus è stato rivolto a due asset principali: tematiche verticali - a contenuto più tecnico - e tematiche trasversali.

Tra i contenuti trattati vediamo ad esempio:

- Il carrello del futuro
- Orientamento al cliente: evoluzione dei ruoli e delle competenze nella GDO
- Strategie di Fidelity e Loyalty

- Neuroscienze e processi decisionali
- L'innovazione dei servizi a supporto del ready to eat
- Experience and service design
- Strategie highlow price vs. everyday low price
- Nuovi stili di vita e consumo
- Live shopping: sviluppo dell'integrazione tra il fisico e il digitale
- Posizionamento di insegna
- Nuovi modelli di ristorazione



Nel corso del 2022 il focus della formazione ha riguardato in particolare la lettura degli **scenari futuri in ambito GDO**, affrontando tematiche quali "La gastronomia del futuro", "Il ruolo strategico del visual merchandising", "La ridefinizione del ruolo di area manager nel mondo GDO" e "Le strategie per creare ingaggio ed attrarre giovani talenti nel settore retail".

Forte della particolare attenzione al tema della **centralità del cliente**, l'Academy ha realizzato nel corso dello stesso anno un ciclo

di incontri dal titolo: "Customer relationship management: strategie e strumenti a supporto della relazione con il cliente".

Il format ha visto l'alternanza di lezioni frontali, use case e attività a diretto coinvolgimento dei partecipanti così da innescare un processo iterativo di formazione e raccolta di esperienze e feedback da parte degli Associati al Gruppo. Il percorso ha condotto ad un'ampia riflessione sull'importanza di creare una vista unica del cliente all'interno di tutta la customer journey, oltre che ad un approfondimento sulle tecnologie e fattori abilitanti.

Infine, la VéGé Academy ha dedicato uno spazio importante alle tematiche legate alla **lotta allo spreco** approfondendo il quadro normativo della "Legge Gadda" e dei suoi risvolti applicativi.

A tal proposito, è stato realizzato un incontro con l'On. Maria Chiara Gadda, prima firmataria della legge antisprechi, che ha coinvolto tutte le Imprese Associate del Gruppo VéGé.

Grazie alla survey, è stato possibile indagare non solo quanto sia stato fatto dalla sede VéGé in modo centralizzato per le proprie Imprese Associate, ma anche quale sia il livello di presidio delle Imprese Socie di VéGé rispetto a questi temi.

Dal grafico 3.5, ad esempio, emerge che il **22% delle Imprese Associate di VéGé** sia

dotata di una politica dedicata interamente ai temi della formazione del personale, mentre il 17% affronta queste tematiche in una policy sociale più ampia, in cui all'interno il tema della formazione viene toccato ma in maniera non esclusiva (esempio: nel Codice Etico o nella Policy di Responsabilità Sociale).

Le percentuali relative al dato sul monitoraggio delle ore di formazione (si veda grafico 3.6) non si scostano molto rispetto ai dati che sono stati raccolti nelle precedenti domande relative al monitoraggio.

Tra le Imprese Associate di VéGé, infatti, solo il 39% ha un sistema di monitoraggio attivo e in grado di stabilire quali siano le ore di formazione erogate ai propri dipendenti e rispetto a quale ambito.

Grafico 3.5 - Ha l'azienda una policy per la formazione dei propri dipendenti?

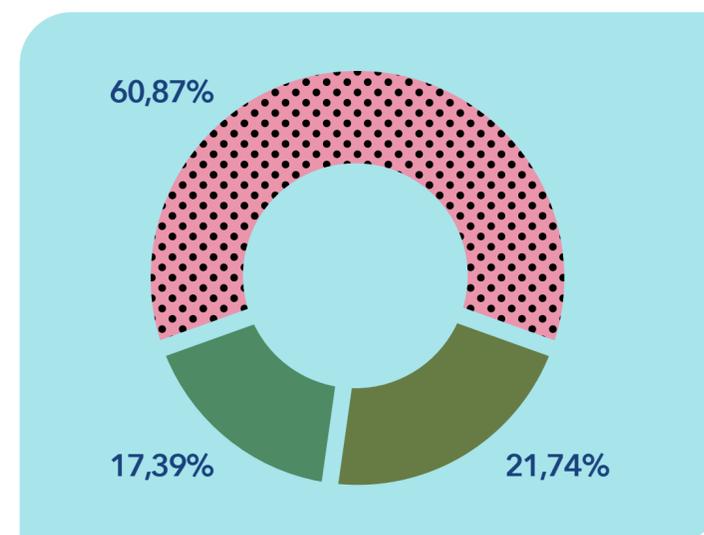
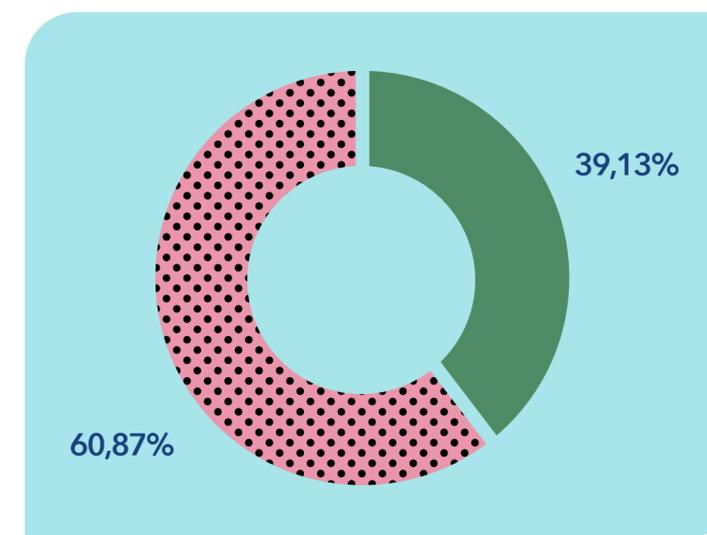


Grafico 3.6 - Esiste un sistema di monitoraggio con riferimento alla formazione del personale?





Oltre al tema della formazione, lo sviluppo del capitale umano in azienda viene promosso anche attraverso altre strategie di crescita.

Tra queste, ad esempio, c'è la **definizione dei premi di risultato**, che viene praticata nel 39% delle Imprese Associate del Gruppo V&G (si veda grafico 3.7). Inoltre, ci sono i **sistemi di valutazione annuali delle performance individuali** che sono attivi nel 30% delle aziende rispondenti.

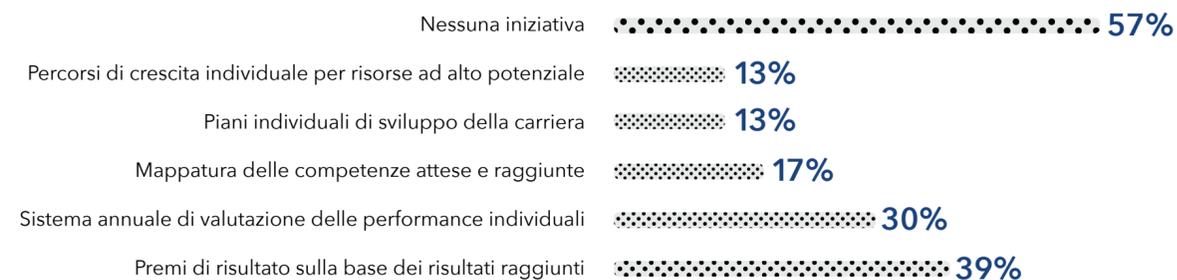
Questi sistemi servono a responsabilizzare le risorse su tutti i livelli e a stimolare il miglioramento della performance individuale, valorizzando il ruolo e il contributo di ciascun

dipendente all'interno della più ampia realtà aziendale.

Un buon sistema di valutazione aiuta non solo le aziende a migliorare la performance complessiva, ma permette di instaurare un confronto costruttivo con i propri collaboratori, migliorando il clima organizzativo attraverso la condivisione e il lavoro di gruppo.

Ancora, il 13% delle Imprese del campione ha attivato la **definizione di specifici piani individuali per lo sviluppo di carriera e percorsi di crescita per risorse ad alto potenziale**.

Grafico 3.7 - Quali iniziative legate alla formazione e allo sviluppo dei talenti sono attive in azienda?



Supporto all'ambito medico e scientifico

Il tema del sostegno alla ricerca scientifica e agli enti che operano nell'ambito sanitario è strettamente connesso all'SDG 3 che si pone come target quello di **"assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età"**.

Con riferimento ai progetti sviluppati in tale campo, la Centrale V&G promuove ormai da tempo delle importantissime collaborazioni in ambito sociale, con l'obiettivo di contribuire a generare effetti positivi per tutte le collettività. Attraverso le iniziative di **raccolta punti** nei punti vendita diretti, i clienti possono utilizzare i loro punti spesa per effettuare delle **donazioni**, scegliendo le associazioni benefiche dal catalogo della raccolta stessa. Tra le iniziative proposte nel biennio 2021-2022 da Gruppo V&G sono presenti:

Medici Senza Frontiere

Dopo 10 anni dallo scoppio del conflitto in Nigeria nord-orientale, gli scontri tra gruppi armati ed esercito nigeriano sono tutt'altro che terminati. A Maiduguri, nello stato del Borno, l'80% delle persone sfollate, sono donne e bambini sotto i 5 anni e sopravvivono solo grazie all'assistenza umanitaria.

Il 40% delle strutture sanitarie non funziona e gran parte delle famiglie vive sotto la soglia di povertà, senza alcun accesso a cure mediche gratuite e di qualità. In collaborazione con Medici Senza Frontiere, V&G sostiene un progetto per **prendersi cura delle donne e dei bambini nigeriani malnutriti**. Grazie alla attiva collaborazione dei propri clienti e alle donazioni effettuate, V&G garantisce a queste persone **cure e terapie alimentari gratuite** presso il Centro Nutrizionale Terapeutico.

Emergency

In Italia, dal 2006, Emergency offre **cure mediche gratuite** e di elevata qualità, **educazione sanitaria e servizi di orientamento socio sanitario alle persone in stato di bisogno**. I pazienti che vengono aiutati negli ambulatori del loro Centro appartengono a fasce deboli della popolazione: anziani che vivono in stato di indigenza, bambini, senzatetto, migranti, donne vittime di tratta e sfruttamento sessuale. Tutte le strutture di Emergency sono allestite con dotazione tecnica e materiale di consumo sanitario (guanti, garze, teli monouso, mascherine, siringhe etc.), oltre che dai farmaci necessari per le visite.



Airc

Anche nel 2021 e nel 2022 Gruppo VéGé, attraverso le sue Insegne Socie, ha preso parte all'iniziativa "Le Arance Rosse per la Ricerca", annuale appuntamento organizzato da Fondazione AIRC per la **ricerca sul cancro**.

Nata nel 2016, la campagna Arance Rosse per la ricerca prevede il coinvolgimento delle aziende della Grande Distribuzione e della Distribuzione Organizzata a sostegno di Fondazione AIRC.

Ad oggi AIRC è il maggiore finanziatore indipendente di ricerca oncologica in Italia.

Gli obiettivi della campagna sono proprio quello di sensibilizzare i consumatori sui temi della sana alimentazione e di sostenere la ricerca oncologica italiana.

Grazie al sostegno delle 49 aziende aderenti al progetto con oltre 8.000 punti vendita sparsi sul territorio nazionale, nel 2022 sono state vendute 809.000 reticelle dedicate ad AIRC e sono stati raccolti 430.000 euro tramite le raccolte fondi.

Dal 2018 Gruppo VéGé aderisce al progetto distribuendo all'interno dei punti vendita delle sue Imprese Associate le reticelle di arance con cui le sue insegne sostengono AIRC

e il lavoro dei suoi ricercatori.

Nel 2022 VéGé ha potuto dare il proprio contributo grazie al coinvolgimento di 700 punti vendita su tutto il territorio nazionale e alla partecipazione di 8 Imprese Associate, che hanno permesso di devolvere alla campagna "Arance rosse per la ricerca" di AIRC una donazione totale pari a 33.000 euro.



Fondazione Umberto Veronesi & Citrus

I "Limoni per la Ricerca" sono un **progetto di Fondazione Umberto Veronesi** realizzato in partnership esclusiva con **Citrus**.

Attraverso la vendita di speciali retine acquistabili nei principali supermercati italiani, il progetto ha il duplice obiettivo di divulgare i benefici nutrizionali del limone e raccogliere fondi a **sostegno della ricerca scientifica nell'ambito della nutrigenomica**, scienza che studia il rapporto tra genoma e dieta.

Ciò che mangiamo, infatti, influenza il DNA e la salute persino nei nascituri.

Nel 2022 sono state raccolte 525 mila retine di limone, adottati 8 ricercatori e raccolti 240 mila euro totali.

Telethon

Nel 2022 Gruppo VEGÉ, grazie alla collaborazione delle proprie Imprese Socie e della grande solidarietà dei propri clienti, ha partecipato ad un progetto molto importante, promosso da **Telethon** e chiamato "Io per lei". Attraverso l'acquisto di alcuni speciali biscotti, i "Cuori di biscotto", i clienti hanno avuto la possibilità non solo di trovare un'idea regalo prelibata e originale in occasione della Festa della Mamma, ma anche di **sostenere la ricerca sulle malattie genetiche rare**.

La Campagna "Io per lei", infatti, è un invito a unirsi alla grande **catena di solidarietà** verso le mamme dei bambini con una malattia genetica rara.



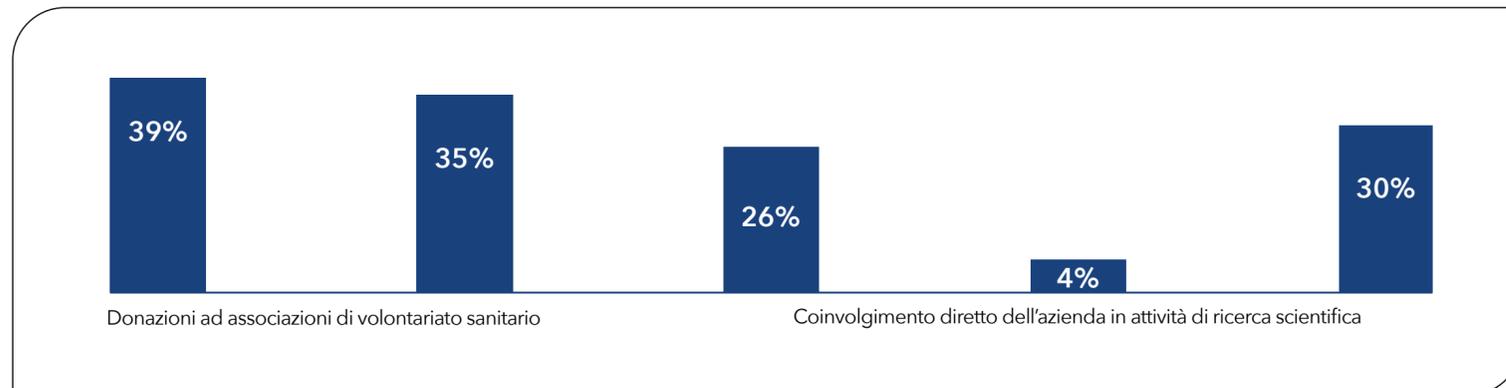
Gruppo VEGÉ ha supportato questa iniziativa, con la collaborazione di 18 Imprese Associate e di 667 Punti di Vendita aderenti.

124.866 euro donati!



In generale, rispetto ai temi del **supporto alla ricerca medica e scientifica**, le Imprese Associate del Gruppo VEGé hanno dimostrato di avere una **grande attenzione** e di **partecipare in maniera molto attiva**. Il 39% effettua donazioni ad associazioni di volontariato in ambito sanitario, il 35% a organizzazioni di ricerca per lo studio di specifiche patologie mediche e il 26% effettua donazioni direttamente ad Ospedali e strutture sanitarie locali (grafico 3.8).

Grafico 3.8 - Quali iniziative sono messe in atto per sostenere la ricerca e/o enti operanti in ambito sanitario?



Un gesto di solidarietà per l'Ucraina

Oltre ai progetti sopra elencati, nel 2022 Gruppo VEGé e tutte le Imprese Associate hanno raccolto l'appello urgente lanciato dalle associazioni umanitarie impegnandosi a devolvere **500.000 euro** a favore degli aiuti umanitari alla popolazione ucraina.

Gruppo VEGé e le Imprese Associate hanno voluto dare un segnale concreto di vicinanza a un popolo che ha vissuto e che sta tutt'ora vivendo momenti drammatici a causa del conflitto in corso.

Un popolo che ha bisogno di acqua, cibo,

medicinali e assistenza sanitaria per poter soddisfare i bisogni primari di centinaia di migliaia di persone bloccate nelle zone di combattimento o sfollate nelle nazioni confinanti.

Lo stanziamento a favore dell'emergenza umanitaria in Ucraina è stato approvato da tutte le 31 imprese socie di Gruppo VEGé.

Inoltre, in centinaia di punti di vendita VEGé, in tutto il territorio italiano, è partita l'attività "Raccolta alimentare per i profughi".

Essere per la pace significa prima di tutto poter fare qualcosa di concreto per chi è costretto a fuggire dai suoi affetti, dalle sue case, dal suo Paese.

Promozione della cultura

Dopo il successo delle precedenti edizioni, Gruppo VéGé continua a dimostrare il suo amore verso la scuola. Nel 2022, infatti, è stato rinnovato per il **sesto anno di fila** il progetto nazionale **"Noi amiamo la scuola"**.

L'iniziativa è attuata con il supporto della Rete ITASF (rete di scuole facente parte del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca), e ha lo scopo di **sostenere in maniera concreta il mondo scolastico**, in particolare gli Istituti Comprensivi, Scuole Statali e paritarie di 1° e 2° grado, Scuole d'Infanzia Statali e paritarie presenti sul territorio italiano.

Il rinnovo del progetto "Noi amiamo la scuola" testimonia l'attenzione di VéGé per il territorio in cui opera e l'attenzione **per la formazione e l'istruzione**.

L'iniziativa coinvolge gli studenti e le relative famiglie, prevedendo la possibilità, per i



singoli istituti, di richiedere in premio materiale di consumo e tecnologico utile all'attività didattica, scegliendo da un catalogo dedicato.

In particolare, ogni 15 euro di spesa e multipli con scontrino unico, le famiglie, residenti nei comuni coinvolti nell'iniziativa, possono raccogliere delle

card con dei codici in formato digitale, che, a loro volta, possono essere scannerizzati attraverso un QRcode dall'APP dedicata, oppure inseriti sul sito web dell'iniziativa www.noiamiamolascuola.it.

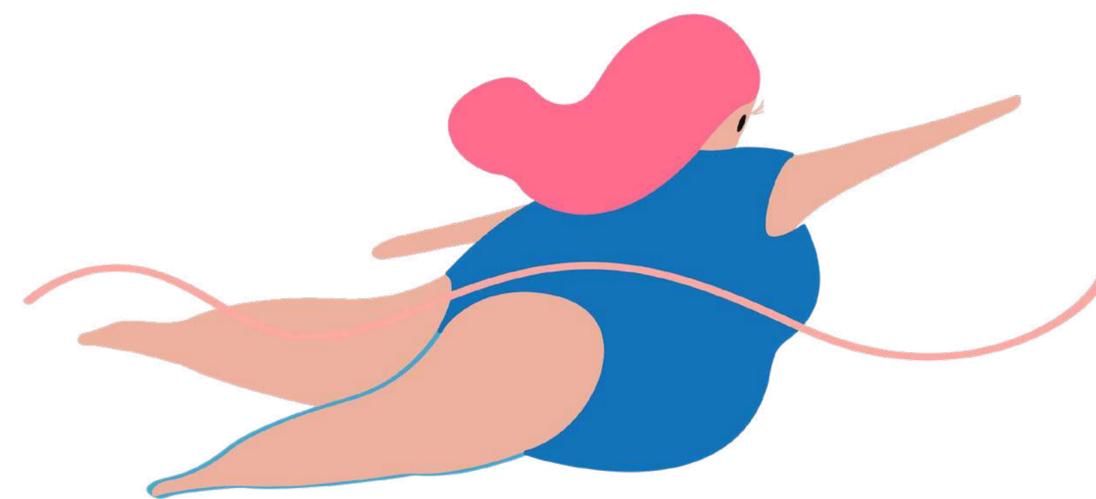
Le scuole, iscritte nel sito dedicato, ricevono direttamente online tutti i codici raccolti e, attraverso questi, scelgono e richiedono uno o più premi del catalogo, selezionando tra strumenti elettronici, attrezzature sportive, materiale didattico o giochi ed intrattenimento, in base a quanto raccolto.

Al 31.12.2022 le scuole iscritte all'iniziativa "Noi amiamo la scuola" sono 4.492 e i premi che sono stati consegnati sono più di 20.000.

Oltre a questo progetto, nel 2022 il Gruppo VéGé, in collaborazione con **Decathlon**, gruppo internazionale produttore e distributore di articoli sportivi, ha dato vita all'iniziativa **"Da VéGé lo sport è di famiglia"**, declinata in "Fai Vincere lo Sport", "Noi Amiamo lo Sport",

"Sosteniamo lo Sport" e "Tutti Uniti per lo Sport" presso le proprie Imprese Associate. L'iniziativa ha lo scopo di premiare le **associazioni sportive dilettantistiche** presenti su tutto il territorio nazionale.

Nell'ambito del progetto "Da VéGé lo sport è di famiglia", il Gruppo VéGé, attraverso 28 Insegne Associate e circa 2.200 punti vendita, ha partecipato direttamente all'assegnazione di premi per un **valore complessivo di 1.300.000 euro**, a beneficio di oltre **2.100 associazioni sportive sull'intero territorio nazionale**.





Best Practices



La Supermercati Tosano nel 2022 ha riattivato il servizio gratuito di vaccinazione antinfluenzale su base volontaria per la propria popolazione aziendale, dopo una fase di sospensione legata all'emergenza sanitaria da Covid-19.

La campagna di prevenzione a tutela della salute dei dipendenti ha riscosso l'adesione di 200 lavoratori, localizzati in 22 sedi operative.

Inoltre, a sostegno della genitorialità, la Supermercati Tosano ha confermato per il terzo anno consecutivo l'erogazione del servizio gratuito dei centri estivi aziendali per i figli dei propri dipendenti di età compresa da 1 a 14 anni. I due centri estivi aziendali hanno coinvolto complessivamente 122 tra bambini e ragazzi, con una media di 45 partecipanti a settimana.

111 lavoratori hanno usufruito del contributo alle spese per i gest di zona, di cui hanno potuto beneficiare 155 figli di dipendenti.

Nel 2022 il tema dei centri estivi è stato "Custodi della biodiversità", mentre nel 2021 il tema era stato "C-factor, coraggio sono io", con 108 bambini e ragazzi.



Nel 2021, a seguito del periodo di enorme difficoltà sanitaria che il Paese ha dovuto affrontare, Gambardella ha voluto mostrare vicinanza e solidarietà al proprio territorio andando a supportare l'Ospedale di Nocera Inferiore.

Questo Ospedale ha rappresentato la struttura del territorio locale più colpita dalla crisi che il Covid ha portato con sé e, quindi, la struttura alla quale offrire un supporto incondizionato in un momento di difficoltà.

La donazione effettuata da Gambardella all'Ospedale di Nocera Inferiore è stata pari a 50.000 euro e ha permesso l'acquisto di importanti strumenti medici, tra cui dei respiratori per i reparti di terapia intensiva.



"La Città della Speranza" è un'associazione che, da quasi 30 anni, si occupa di raccogliere i fondi da destinare alla ricerca scientifica per sconfiggere le malattie dei bambini.

I 4 pilastri intorno ai quali ruota il supporto di questa associazione sono: l'assistenza alle famiglie bisognose, la ricerca pediatrica, le diagnosi precoci, le terapie e la divulgazione scientifica.

Grazie al contributo di Centrodet, di tante altre aziende, di volontari e fondi di crowdfunding, l'associazione "La Città della Speranza" è riuscita a raggiungere importanti risultati: la realizzazione di 6 nuove strutture ospedaliere, di 166 progetti di ricerca finanziati, con un contributo di 43 milioni di euro.



Best Practices

bennet

In concomitanza con BookCity, la festa del libro e della lettura celebrata a novembre 2022 a Milano, Bennet ha voluto dare un segnale di sostegno alla lettura con la campagna "Hungry for Culture". Attraverso questa iniziativa, i clienti dei punti vendita Bennet hanno potuto trovare in luoghi totalmente inattesi - nei banchi freschi dei reparti di macelleria, pescheria e ortofrutta - confezioni di libri, esattamente come se fossero prodotti alimentari.

Affiancare alimenti e libri è stato un modo per sottolineare il profondo valore comune, per esprimere quanto la cultura sia un bisogno primario al pari del cibo, perché il consumo culturale alimenta la mente, stimola la curiosità, fa crescere i pensieri e accende le emozioni.



Per favorire i percorsi di crescita e sviluppo dei talenti aziendali da avviare alla carriera direttiva di negozio, l'azienda Tosano nel biennio 2021-2022 ha selezionato ed avviato al percorso per futuri Direttori e Vicedirettori 16 risorse, tra risorse interne e acquisite sul mercato esterno.

I giovani talenti sono stati accompagnati nella formazione per 26 settimane complessive tra sala e reparti freschi, prevedendo affiancamenti sul campo al Direttore, nel suo prezioso ruolo di mentor, nelle attività di gestione del punto vendita, al fine di sviluppare e consolidare competenze sia tecniche che trasversali (leadership, teamworking, problem solving, gestione dei collaboratori, gestione dello stress e delle priorità, time management etc.), strategiche e funzionali all'esercizio del loro nuovo ruolo.



La formazione è un tema che sta molto a cuore a Centrodet. Proprio per questo motivo, l'azienda ha deciso di investire nella crescita delle competenze delle proprie persone.

Nel 2022 sono state erogate 230 ore di formazione online e 50 ore in presenza, oltre a quanto stabilito dalla normativa vigente.

Questi corsi hanno avuto come focus le tematiche relative alla digitalizzazione e al marketing.

Le persone che sono state portate a bordo di questo progetto non sono stati solo quelli coinvolti direttamente nella funzione marketing, ma anche altri collaboratori aziendali, che hanno potuto imparare nozioni utili per la formazione su Excel e per il lavoro di tutti i giorni.



L'azienda SI.D.I. PICCOLO, nel corso del 2022, ha donato 50.000 euro alle scuole primarie e secondarie di primo grado del Comune di Sant'Anastasia.

Questa donazione è stata ripartita tra i tre Comprensivi che operano nella città e ogni dirigente scolastico ha potuto utilizzare la propria quota come meglio ritenuto opportuno.

L'idea di supportare le scuole di Sant'Anastasia è stata fortemente voluta dal fondatore dei supermercati, Michele Piccolo che, all'interno di un libro donato alle classi, ha scritto "Il futuro è l'albero che continuo a piantare pur sapendo che i suoi frutti si vedranno tra venti, trenta, quarant'anni. L'albero cerca radici nel terreno dove sta così come i ragazzi cercano radici nelle scuole delle città dove sono e dove hanno le loro famiglie e le loro vite." Inoltre, SI.D.I. PICCOLO ha stretto una collaborazione con alcuni istituti alberghieri, con i quali ha realizzato un protocollo di intesa per dare agli studenti la possibilità di affacciarsi al mondo del lavoro. I ragazzi sono stati accolti presso le strutture di SI.D.I. PICCOLO e affiancati da diverse figure aziendali, dall'accoglienza ai laboratori di produzione di cucina, panetteria e pasticceria.



—CAPITOLO 4—



Sdg 7

Energia pulita e accessibile



Sdg 13

Lotta contro
il cambiamento climatico

I temi indagati

L'energia pulita è, per la grande distribuzione, uno snodo fondamentale nel percorso di integrazione fra sostenibilità e strategie di sviluppo. Elementi come la gestione di grandi spazi commerciali, la logistica e il mantenimento delle catene del freddo offrono alle Imprese Associate del Gruppo VEGÉ una carica di protagonista nello sforzo per raggiungere l'efficienza energetica.

Nell'indagine relativa all'**SDG7** si è deciso di analizzare l'impegno delle Imprese Associate su due grandi temi legati ai consumi energetici:

- **Energia rinnovabile:** iniziative, certificazioni e attività per incrementare l'uso di fonti di energia rinnovabile;
- **Efficiamento energetico:** iniziative e attività volte a ridurre / ottimizzare i consumi energetici.

Un aspetto fortemente connesso al tema dell'energia che è stato analizzato all'interno del presente Bilancio di Sostenibilità è quello relativo al cambiamento climatico (**SDG 13**), che rappresenta, nel panorama odierno, una sfida centrale per lo sviluppo sostenibile.

Ma che cosa si intende per cambiamento climatico?

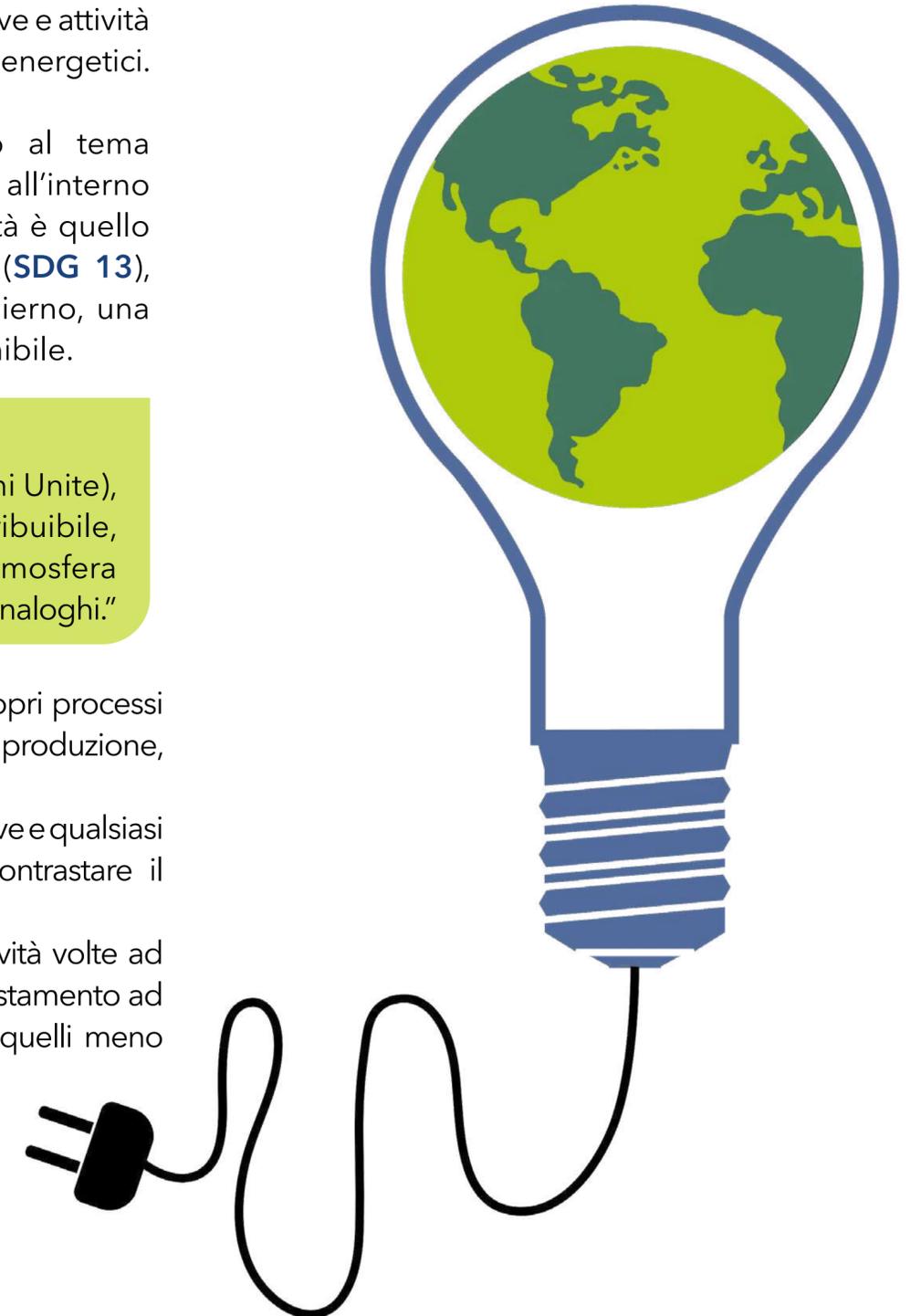
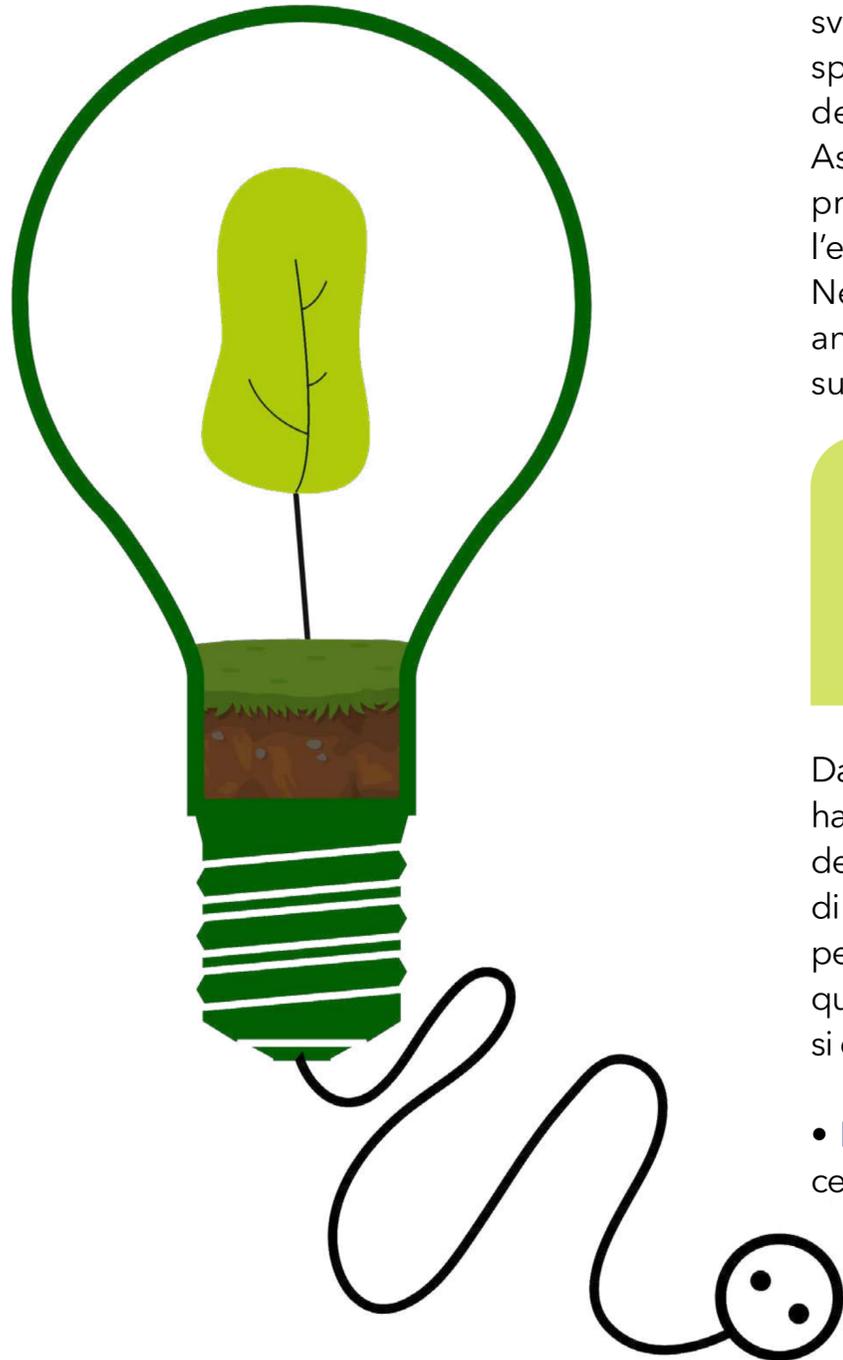
Secondo l'UNFCCC (Convenzione Quadro sul Cambiamento Climatico delle Nazioni Unite), il cambiamento climatico si definisce come: "Il cambiamento del clima che sia attribuibile, direttamente o indirettamente, ad attività umane che alterino la composizione dell'atmosfera planetaria e che si sommino alla naturale variabilità climatica osservata su intervalli di tempo analoghi."

Data l'importanza di questa tematica, Gruppo VEGÉ ha deciso di misurare il livello di consapevolezza delle proprie Associate rispetto alla diffusione di politiche e iniziative presenti all'interno del perimetro del proprio Gruppo e volte al contrasto di questo fenomeno. In particolare, rispetto all'**SDG13** si è deciso di analizzare i seguenti aspetti:

- **Riduzione delle emissioni inquinanti:** iniziative, certificazioni e attività per la riduzione delle

emissioni inquinanti all'interno dei propri processi di approvvigionamento delle risorse, produzione, vendita e/o consumo;

- **Lotta contro il climate change:** iniziative e qualsiasi tipo di attività messe in atto per contrastare il cambiamento climatico;
- **Mobilità sostenibile:** iniziative e attività volte ad eliminare/ridurre l'uso di mezzi di spostamento ad alto impatto ambientale, a favore di quelli meno inquinanti.



Gestione responsabile dei consumi energetici

La promozione dell'efficienza energetica è ormai considerata una priorità per il settore della GDO e passare da un buon sistema di gestione ne può rappresentare un importante punto di forza.

A pensarla in questo modo è il **52% delle imprese Associate al Gruppo VéGé** che, al 31.12.2022 ha già **sviluppato un sistema di gestione energetico** a supporto di una transizione energetica sempre più green (grafico 4.1).

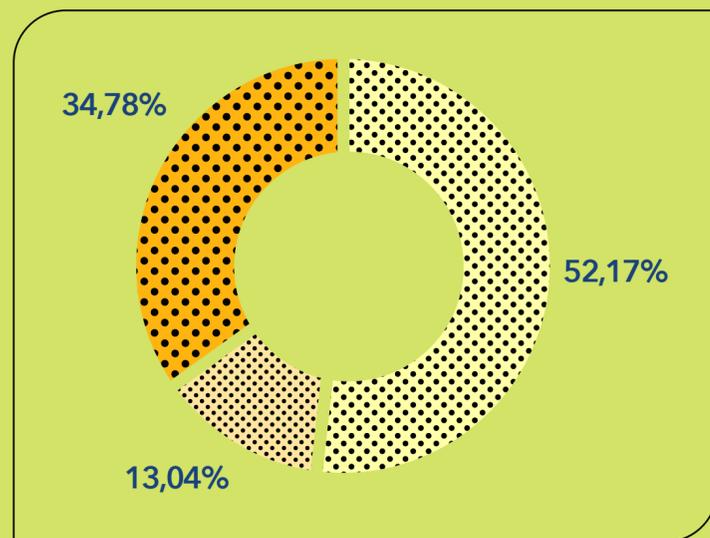


Grafico 4.1 - Ha l'azienda una policy per la gestione dei consumi energetici?

Dal punto di vista della progettualità e delle attività messe in atto nel biennio 2021-2022, l'**83% del campione analizzato utilizza energia rinnovabile**, dato decisamente positivo nella panoramica generale di settore. Solo il 13% non ha ancora sviluppato alcuna iniziativa con riferimento alle energie rinnovabili (si veda grafico 4.2)

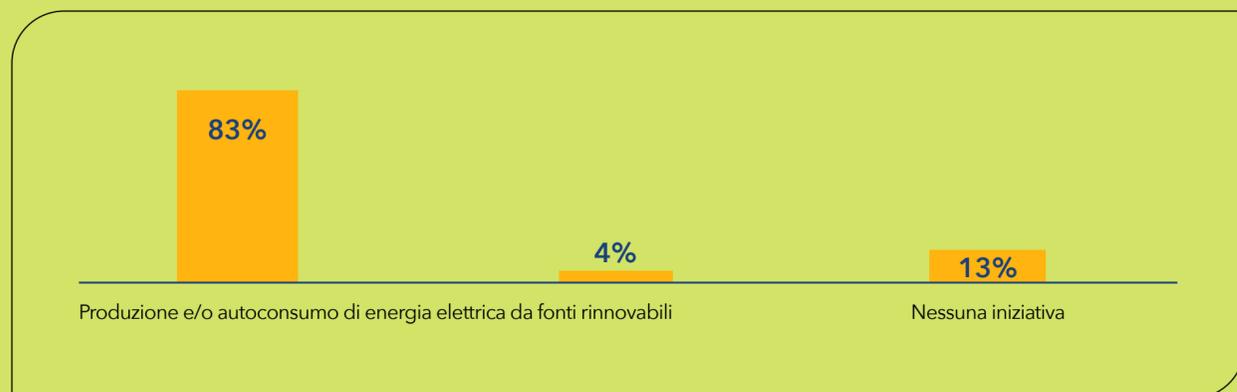
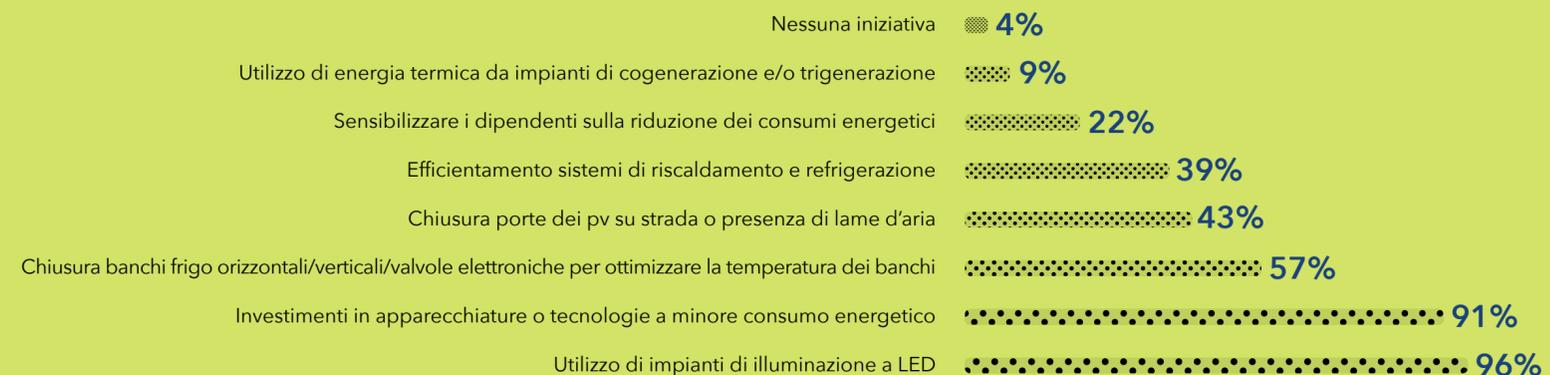


Grafico 4.2 - Quali iniziative sono messe in atto per promuovere l'uso di energia da fonti rinnovabili?

Grafico 4.3 - Quali iniziative sono messe in atto per l'efficiamento energetico?



Oltre all'impiego di energia verde, sono molte le iniziative che le aziende mettono in atto con l'obiettivo di **incrementare il livello di efficientamento energetico** (grafico 4.3). Queste attività sono importanti non solo perché permettono alle Associate di registrare un minor impatto ambientale, ma anche perché incidono positivamente sul contenimento dei loro costi aziendali.

Il 96% delle imprese ha migrato verso sistemi di illuminazione efficiente a LED; il 91% ha investito sugli impianti presenti in azienda, perseguendo l'obiettivo di sostituire le apparecchiature con strumenti innovativi e a minor consumo. Oltre a questo, il 57% ha puntato sulla chiusura dei banchi frigo orizzontali e/o verticali e nell'installazione di valvole elettroniche per ottimizzare la temperatura dei banchi.

Proprio per il ruolo cruciale di queste tematiche e per l'importante risvolto economico che i sistemi di efficientamento energetico hanno sull'economia dell'azienda, il **65% delle Imprese Associate a VEGÉ dichiara di avere un monitoraggio attivo dei consumi energetici** (si veda grafico 4.4).

Data l'alta percentuale e, quindi, la solidità del dato relativo al monitoraggio dei consumi, l'analisi ha indagato anche quale sia la percentuale di energia elettrica da fonti rinnovabili acquistata/utilizzata nel 2022 dalle aziende che hanno risposto alla survey.

Per questo dato, il campione interessa solo quell'65% di imprese che hanno dichiarato di avere un monitoraggio attivo, ovvero le uniche in grado di poter fornire un dato veritiero e verificabile.

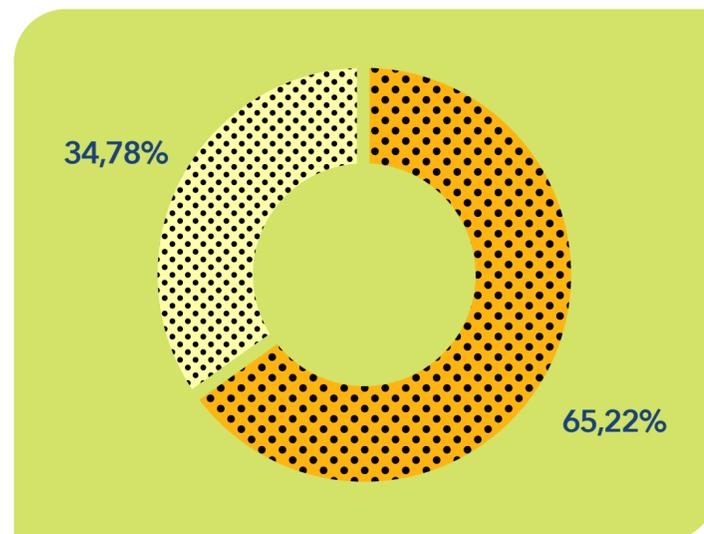
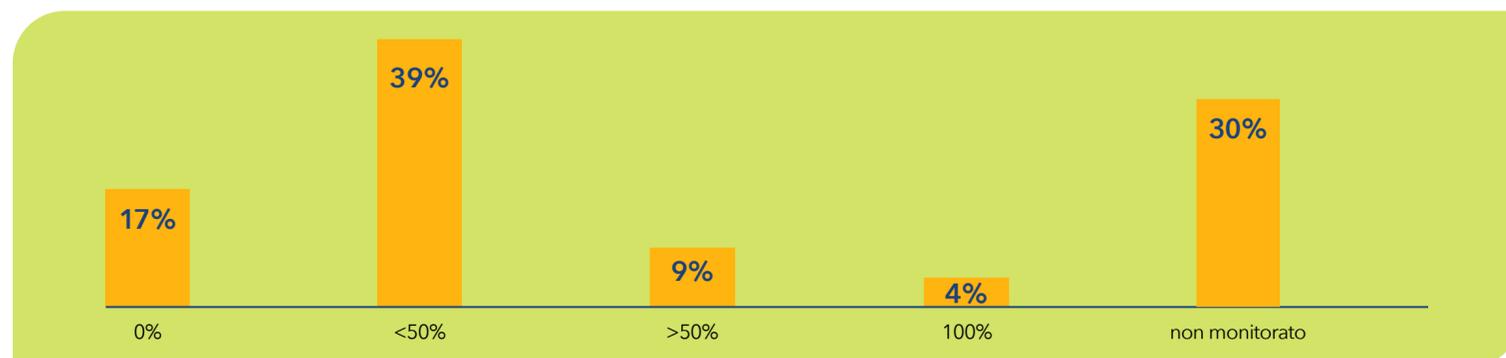


Grafico 4.4 - Esiste un sistema di monitoraggio dei consumi energetici?

Grafico 4.5 - Qual è la percentuale di energia elettrica da fonti rinnovabili acquistata/utilizzata nel 2022?



Come si evince dal grafico 4.5, rispetto alla totalità, il 30% delle aziende non è stato in grado di fornire la percentuale di energia elettrica che, nel corso del 2022, è stata **acquistata/utilizzata da fonti rinnovabili** rispetto a quella proveniente da fonti tradizionali e il 17% ha dichiarato di non approvvigionarsi da fonti rinnovabili. La maggior parte delle Associate del Gruppo, però, si collocano all'interno della categoria di aziende più virtuose, in cui è presente un acquisto/utilizzo di energia elettrica da fonti rinnovabili. Il 39% delle Associate si colloca nella fascia inferiore al 50%, il 9% nella fascia tra il 50 e il 99% e, infine, il 4% dichiara di utilizzare il 100% di energia green.



Riduzione delle emissioni e contrasto al cambiamento climatico

Gruppo VEGÉ è da sempre consapevole degli impatti che le imprese della grande distribuzione hanno sull'ambiente e, per questo, si impegna a condurre le proprie attività secondo le **buone pratiche della sostenibilità ambientale**.

Inoltre, considerato il grande potenziale comunicativo nei confronti della clientela, il Gruppo è impegnato anche in **campagne di sensibilizzazione e azioni concrete** volte a diffondere i principi del rispetto ambientale. Dipendenti e clienti sono incoraggiati a rendere le loro abitudini di vita e di consumo più sostenibili e a porre attenzione al futuro del pianeta e al benessere delle future generazioni, con la convinzione che con piccoli gesti quotidiani si possa fare la differenza e

contribuire a ridurre sprechi di risorse e, di conseguenza, la degradazione dell'ambiente.

L'impegno nella sostenibilità ambientale si realizza con una serie di azioni volte a ridurre l'impatto ambientale delle imprese. Questo approccio deve concretizzarsi non solo con iniziative mirate, ma anche con un cambiamento generalizzato del comportamento e delle abitudini.

Le politiche ambientali sono, a tal proposito, decisamente rilevanti per la strategia aziendale delle imprese facenti parte della distribuzione organizzata. Tra le Imprese appartenenti al Gruppo VEGÉ, come mostra il grafico 4.6, solo il **26% ha una politica per la gestione delle emissioni**, mentre il 74% non si è dotato di alcun documento.

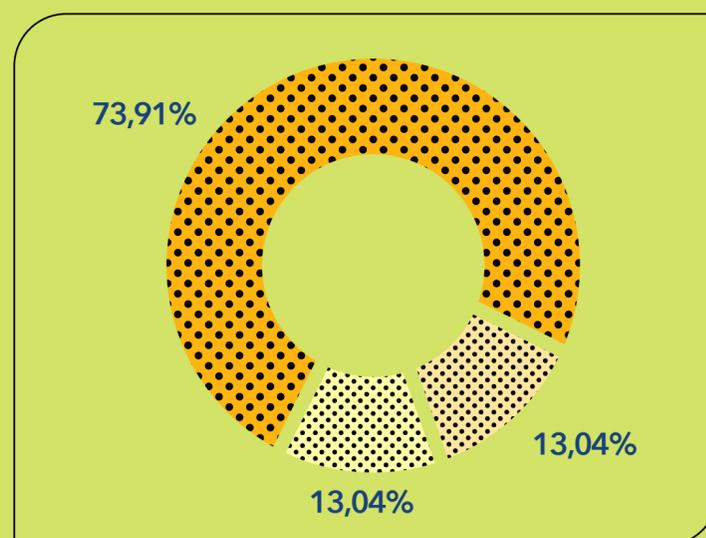
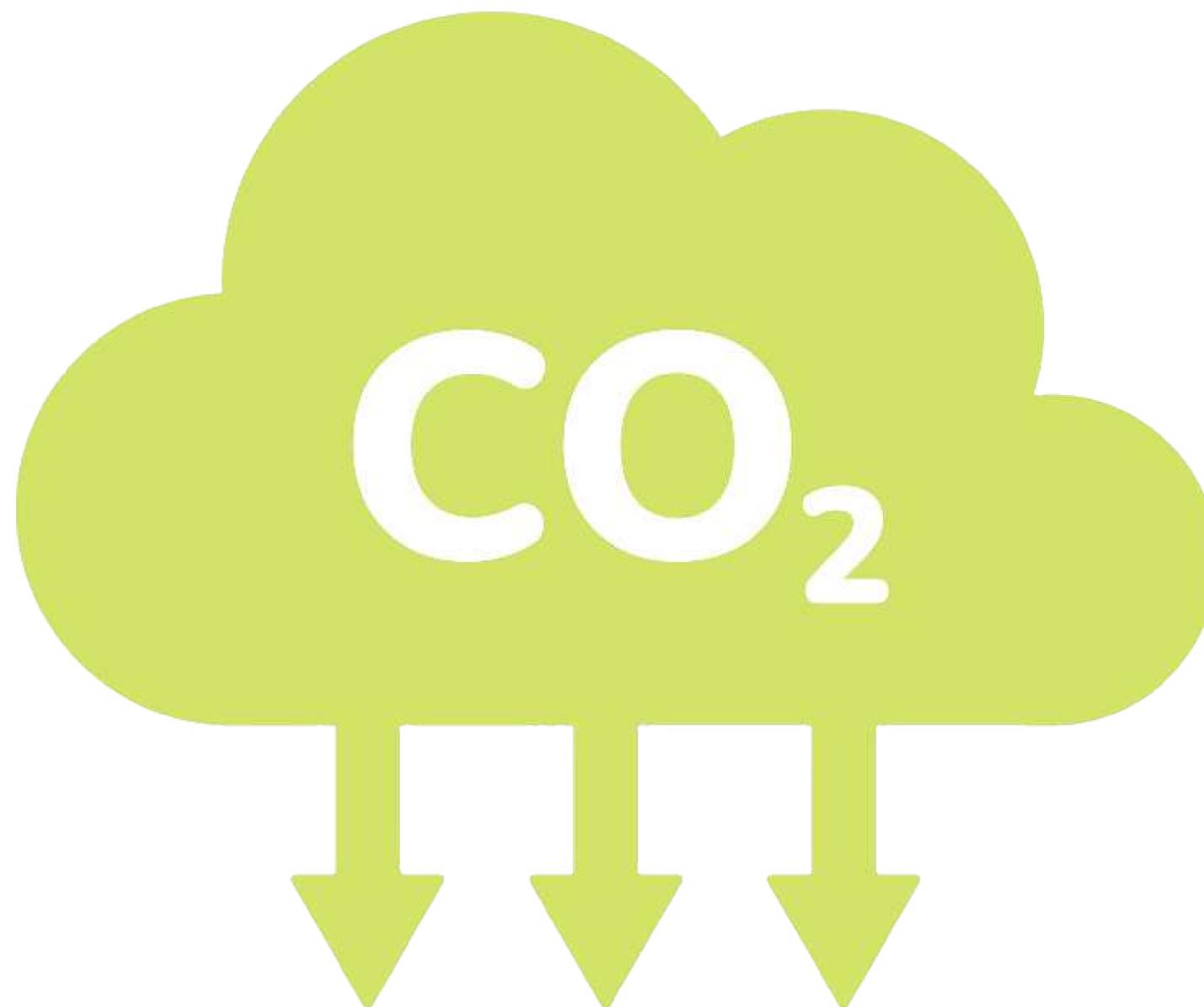


Grafico 4.6 - Ha l'azienda una policy per la gestione e/o riduzione delle emissioni in atmosfera?

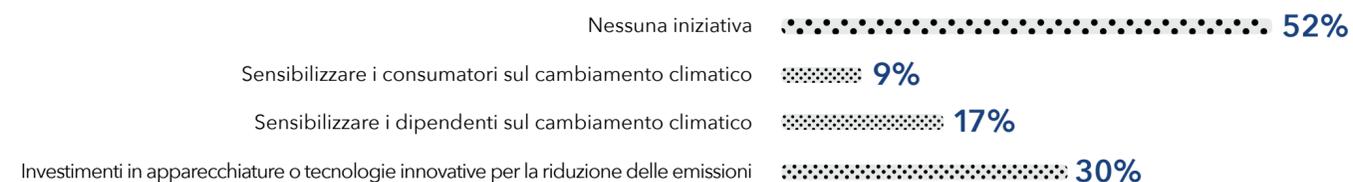


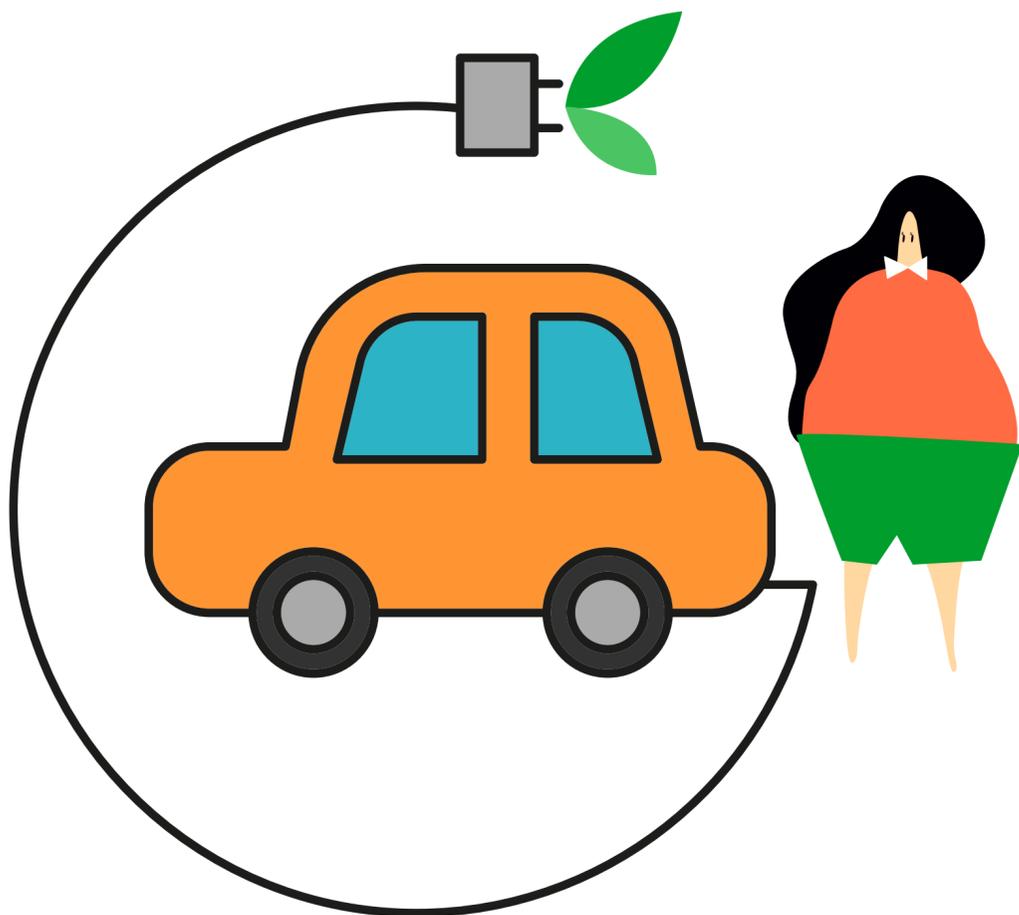
Se si guarda in dettaglio alle iniziative introdotte per la riduzione delle emissioni atmosferiche (si veda grafico 4.7), **il 30% delle aziende rispondenti dichiara di aver effettuato negli ultimi anni investimenti in apparecchiature o tecnologie innovative**, con l'obiettivo di diventare meno impattante, non solo nella fase di produzione, ma lungo tutta la catena del valore, comprese le attività a monte e a valle dei propri processi,



come la logistica in entrata e in uscita. **Il 17% svolge attività di sensibilizzazione nei confronti dei dipendenti** sull'importanza di questi temi, mentre **il 9% ha lanciato campagne di sensibilizzazione rivolte anche ai clienti e ai consumatori finali**, per educare una platea quanto più ampia su tematiche di interesse globale.

Grafico 4.7 - Quali iniziative sono messe in atto per la lotta contro il cambiamento climatico e per la riduzione delle emissioni?





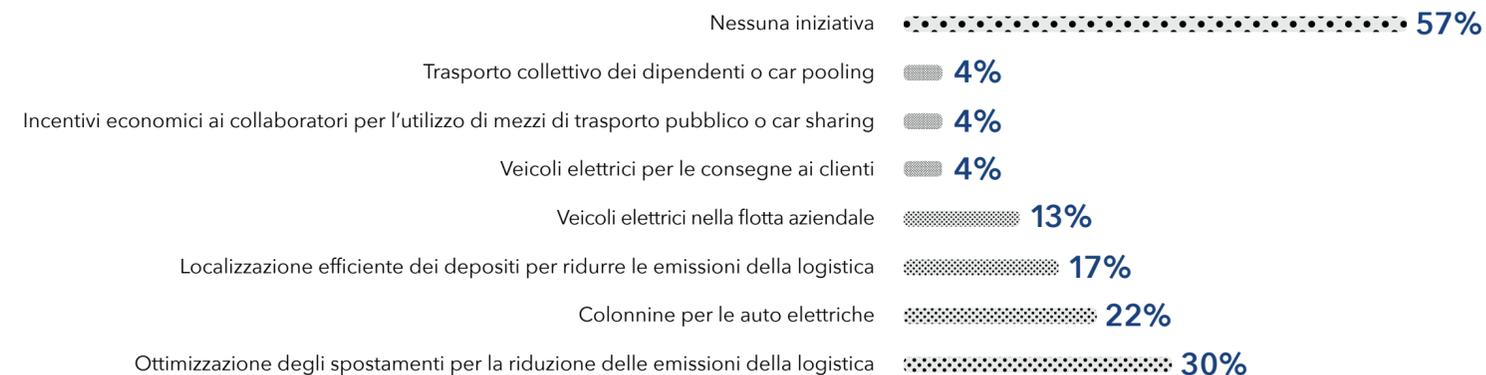
La **mobilità sostenibile** è, poi, un tema dal quale non si può prescindere quando si parla di cambiamento climatico in un settore come quello della Grande Distribuzione Organizzata. Dalla logistica ai dipendenti fino ai consumatori, la GDO movimenta, infatti, ogni giorno un gran numero di persone e mezzi, provocando così un rilevante impatto ambientale con conseguenze dirette sul quantitativo di emissioni in atmosfera.

L'analisi indaga in dettaglio le iniziative nell'ambito della mobilità sostenibile (si veda grafico 4.8) e la pratica risultata più ricorrente, adottata dal 30%

dei rispondenti, consiste **nell'ottimizzazione degli spostamenti**, seguita subito dopo dall'**installazione di colonnine di ricarica per le auto elettriche** (nel 22% dei casi), pratica che incentiva la presenza di veicoli a impatto zero sul territorio, non solo per i dipendenti, ma anche per i clienti.

Le aziende appaiono impegnarsi anche nella **migrazione verso mezzi a minor impatto ambientale**. Il 13% delle imprese del Gruppo VéGé rispondenti al questionario, infatti, ha migrato verso veicoli elettrici nella flotta aziendale, mentre il 4% anche per i veicoli usati per le consegne ai clienti.

Grafico 4.8 - Quali iniziative sono messe in atto per promuovere la mobilità sostenibile?



In generale, però, quello che emerge è una partecipazione ancora poco attiva per iniziative legate a queste tematiche. Il 57% delle Imprese Associate, infatti, non ha ancora adottato alcun genere di iniziativa per la riduzione dei propri impatti ambientali legati alla logistica.

Infine, è stato chiesto alle aziende se monitorano le proprie emissioni (si veda grafico 4.9). Solo il 13% ha risposto positivamente.

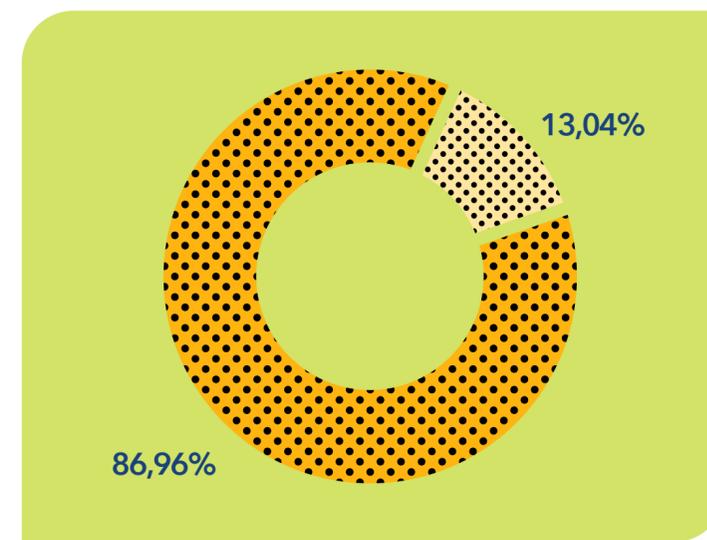


Grafico 4.9 - Esiste un sistema di monitoraggio delle emissioni di gas inquinanti?



Best Practices



Moderna2020 crede nella sostenibilità e nel rispetto dell'ambiente.

Sono questi i valori che hanno indirizzato le proprie scelte di approvvigionamento energetico e che hanno portato, nel corso del biennio 2021-2022, ad effettuare un investimento in impianti fotovoltaici, predisponendo due impianti su un Ce.Di. e su un Cash&Carry (Salerno). Il progetto ha permesso di stimare una riduzione di 285,62 tonnellate di CO² annua.



Nel 2022 Gambardella ha connesso alla propria rete un impianto fotovoltaico dalla potenza di 1 mega che ha permesso all'azienda non solo di ridurre notevolmente i costi di approvvigionamento energetico, ma anche di iniziare un percorso di riduzione dei propri impatti ambientali connessi al consumo di fonti energetiche.

Tramite questo progetto, l'azienda nel 2022 ha prodotto 94.949 kWh di energia elettrica, evitando quindi l'emissione in atmosfera di 61 tonnellate di CO².

Convinta del proprio impegno, nel 2023 sono previsti nuovi investimenti in energia rinnovabile in altri due punti vendita del territorio.



Il tema dell'efficienza energetica è sempre stato oggetto di grande attenzione ed impegno da parte di tutto il Gruppo Arena.

In questo ambito, nel corso degli anni, sono stati realizzati importanti interventi di efficienza energetica che, unitamente alle attività gestionali, hanno consentito di ridurre i consumi e gli impatti ambientali ad essi correlati. A testimonianza di un impegno continuo su questo fronte, il Gruppo Arena ha definito una vera e propria Politica Energetica e realizzato un sistema di Energy Management, in grado di monitorare i consumi energetici direttamente dai propri impianti ed elaborarli attraverso analisi complessive e di dettaglio secondo logiche legate alla tipologia di impianto. Da un punto di vista degli interventi che sono stati realizzati, si citano: la sostituzione dell'illuminazione tradizionale con quella a LED, il revamping delle centrali frigo, la creazione di un "cappotto termico" per favorire l'isolamento termico, il revamping degli impianti per il trattamento dell'aria, la realizzazione di alcuni impianti fotovoltaici, sui tetti dei supermercati e centri di distribuzione. Nel 2022 sono stati avviati cinque impianti fotovoltaici che hanno portato la potenza totale installata del Gruppo Arena a 4,5 MW, con una produzione a regime di circa 6 milioni di kWh.



Supermercati Tosano prosegue il suo impegno sulla strada della sostenibilità ambientale attraverso la realizzazione di interventi finalizzati all'autoproduzione di energia da fonti rinnovabili, all'efficientamento energetico e alla sensibilizzazione del proprio personale per un uso consapevole delle risorse energetiche. In particolare, a fronte dell'aumento previsto della quota di consumi nel biennio 2021-2022, l'azienda ha completato 4 nuovi impianti fotovoltaici installati presso i punti vendita ed il centro logistico, portando la capacità totale di energia green installata a oltre 1.200 kW.

Questo progetto ha permesso di registrare un'importante riduzione dei consumi di energia elettrica prelevata da rete e una corrispondente riduzione di emissioni in atmosfera per oltre 500 tonnellate di CO² all'anno.



La SI.DI.PICCOLO per Natale 2022 ha deciso di non allestire i punti vendita con le classiche luci natalizie, ma di devolvere l'investimento delle luminarie a Telethon.

L'iniziativa, voluta fortemente da Michele Piccolo, ha previsto che l'intera somma di 30 mila euro che si spendeva ogni anno per allestire di luminarie l'esterno di tutti i punti vendita supermercati Piccolo andasse a Telethon.

Telethon è un'impresa collettiva, nata per finanziare la migliore ricerca scientifica italiana sulle malattie genetiche rare per trovare una cura, dare diagnosi certe, migliorare la vita di chi è affetto da queste patologie. Inoltre, per lo stesso Natale, SI.DI.PICCOLO ha deciso di non utilizzare alberi finti, ma addobbare alberi veri che sono successivamente stati ripiantati in un'area verde destinata ad un'area pubblica.



Best Practices



L'impegno del Gruppo Arena per la riduzione delle emissioni di gas serra è definito in un piano di investimenti a breve e medio termine, volto a migliorare gli impianti e i processi, garantendo un incremento delle performance non solo in termini di riduzione delle emissioni, ma anche da un punto di vista economico e di efficienza energetica.

Nel 2022 è stato avviato un progetto per consegnare la spesa fatta online con furgoni elettrici che verranno ricaricati grazie all'installazione di colonnine a ricarica fast.

Inoltre nel nuovo polo logistico è stato completato un progetto che ha previsto l'installazione di nove colonnine di ricarica per un totale di 18 postazioni di ricarica. Questa soluzione integrata all'impianto fotovoltaico installato sulle pensiline dei parcheggi permette la ricarica di un'auto elettrica con un impatto zero sull'ambiente.



Con uno sguardo sempre al futuro, Bennet si è attrezzata per accogliere nei propri parcheggi un numero sempre maggiore di auto elettriche. Nel corso del 2021, in partnership con BeCharge, l'azienda ha installato 10 colonnine di ricarica nei parcheggi dei centri commerciali, raggiungendo un totale di 45 in tutti i punti vendita e un +28% sul totale del 2020.



A partire da dicembre 2022, al fine di favorire la mobilità casa-lavoro dei propri lavoratori del Centro logistico di Cerea (VR), la Supermercati Tosano ha organizzato e messo a disposizione degli stessi, a fronte di un esiguo contributo mensile, un servizio di trasporto collettivo, grazie all'acquisto di 6 automezzi aziendali.

Questi mezzi sono stati assegnati ai dipendenti individuati dall'azienda ed incaricati di recuperare presso il domicilio (o punti di incontro e raccolta stabiliti) i colleghi di lavoro beneficiari del servizio (40 persone), privi di patente o non automuniti, per condurli presso il posto di lavoro.



Per incentivare il ricorso alla mobilità sostenibile, la SI.DI.PICCOLO nel 2022 ha installato presso le sedi della propria azienda e dei punti vendita colonnine per la ricarica delle auto elettriche.

Inoltre, l'azienda ha stretto una collaborazione con la società Tecnoauto, situata a Nola, che promuove il car sharing utilizzando auto elettriche a sostegno della mobilità sostenibile.

Grazie a questo progetto, è stato possibile dedicare delle postazioni auto all'interno del parco auto aziendale direttamente alla Tecnoauto.

—CAPITOLO 5—



SDG 8

Lavoro dignitoso
e crescita economica



I temi indagati

Per un settore come quello della Grande Distribuzione Organizzata, è imprescindibile parlare del rapporto con i propri fornitori e, quindi, delle politiche e delle iniziative che vengono messe in campo dalle aziende per garantire ai consumatori finali che il rispetto dei valori e dei principi etici venga esercitato lungo tutta la catena del valore.

Nel settore, infatti, sono sempre di più le aziende che coinvolgono i propri fornitori all'interno di processi di sensibilizzazione, ma anche di valutazione rispetto a specifici criteri di

sostenibilità. Per comprendere le modalità con cui le aziende contribuiscono al raggiungimento dell'**SDG 8**, il tema del rapporto con i fornitori occupa indubbiamente un ruolo centrale.

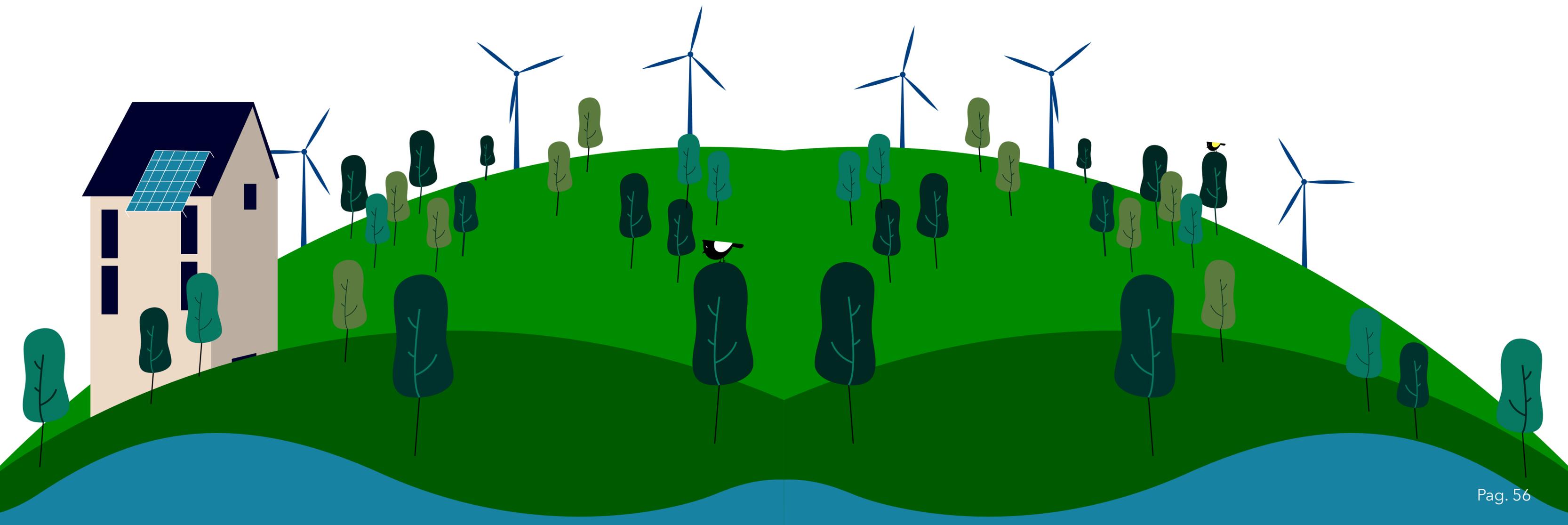
In particolare, per sostenere la crescita economica di cui si parla nell'Obiettivo di Sviluppo Sostenibile in questione e per comprendere le modalità attraverso cui le aziende della GDO promuovono e incentivano la **crescita economica e sostenibile** del territorio, si è deciso di focalizzare l'attenzione rispetto a due importanti temi, ovvero:

- **Sostegno ai piccoli fornitori:** iniziative, certificazioni e attività messe in atto per favorire rapporti di filiera con fornitori di piccole e medie dimensioni, incentivando lo sviluppo di realtà locali;
- **Valorizzazione delle eccellenze locali:** iniziative, certificazioni e attività volte a promuovere e valorizzare le eccellenze del territorio nazionale e regionale sul mercato;

Un secondo importante aspetto che viene trattato all'interno dell'SDG 8 è quello che riguarda il **"lavoro dignitoso"** e le modalità attraverso cui le

aziende garantiscono il pieno rispetto dei diritti umani non solo all'interno del proprio perimetro aziendale, ma anche lungo la catena del valore. In particolare, il tema che si è deciso di analizzare è:

- **Rispetto dei diritti umani e tutela dei minori:** iniziative, certificazioni e attività messe in atto per garantire il pieno rispetto dei diritti umani, tra cui la lotta contro il lavoro forzato, obbligato e minorile.



Il rapporto con i fornitori MdD

Gruppo VéGé pone grande attenzione alla selezione e alla scelta dei propri fornitori che non solo rappresentano uno stakeholder importante per tutto il Gruppo, ma assumono un ruolo chiave quando si tratta della **realizzazione del prodotto a Marchio Del Distributore (MdD)**.

Per questo motivo c'è molta attenzione nel richiedere ai propri fornitori prestazioni di alta qualità e affidabilità.

Le imprese che rientrano nell'elenco fornitori MdD di Gruppo VéGé operano nei seguenti ambiti:

Categoria	Totale	Totale in %
Alimentari	102	24,9%
Bevande	88	21,5%
Cura della casa	44	10,7%
Freschi	38	9,3%
Dolciario	37	9,0%
Cura della persona	29	7,1%
Freschissimi	24	5,8%
Salumi	24	5,8%
Surgelati	18	4,4%
Pet care & pet food	6	1,5%
Totale	410	100%

I criteri fondamentali per la selezione dei fornitori e la determinazione delle condizioni d'acquisto di beni e servizi sono quelli della **qualità, prezzo e garanzie** fornite. Le valutazioni vengono effettuate sempre secondo **imparzialità ed obiettività**.

Accanto a questi criteri spesso viene aggiunta anche una valutazione riguardante la **sostenibilità**, in particolare riferita alla dimensione ambientale, chiedendo ai fornitori di comunicare i propri consumi energetici nell'ottica della riduzione degli impatti ambientali.

Allo stesso modo, si cerca di preferire dove possibile, **fornitori**

locali scelti in base a criteri di prossimità in modo tale da avere una catena di fornitura corta con benefici sia in termini economici ma anche sociali ed ambientali **riducendo l'impatto della logistica** per il trasporto e generando ricadute positive per tutto il territorio.

Criteri di questo tipo sono applicati anche per gli imballi logistici che non essendo personalizzati, permettono di ridurre i danni ambientali causati dagli inchiostri e da altre finiture applicabili.

Tra le linee di prodotti MdD, quelle che più di tutte riassumono l'impegno di VéGé nei confronti della sostenibilità sono Ohi Vita e Mucho Amor.



Ohi Vita: una linea di prodotti sostenibile lungo tutta la catena di fornitura

Ohi Vita è una linea di prodotti pensata per coloro che scelgono non solo la qualità ed il giusto prezzo, ma anche il rispetto dell'ambiente e la sostenibilità: dalla coltivazione degli alimenti all'allevamento degli animali, dalle forme di lavorazione all'efficientamento dei consumi, dalla stagionalità dei prodotti al rispetto della territorialità, sino alla razionalizzazione dei trasporti e alla scelta di materiali di imballaggio sempre più facili da smaltire e recuperare.

Ohi Vita nasce con l'obiettivo di **valorizzare i produttori**, le loro storie, l'attenzione ai metodi di lavorazione, il rispetto degli standard qualitativi e l'impegno per la tutela dell'ambiente.

Tutti i prodotti della linea Ohi Vita hanno una storia da raccontare, che passa dalla provenienza delle materie prime, dalla qualità del prodotto e dal saper fare di chi le produce. Le storie raccontano di persone e di aziende legate ai paesaggi, ai territori e alle comunità in cui operano e si possono trovare tutte sul sito dedicato <https://www.ohivita.it/>

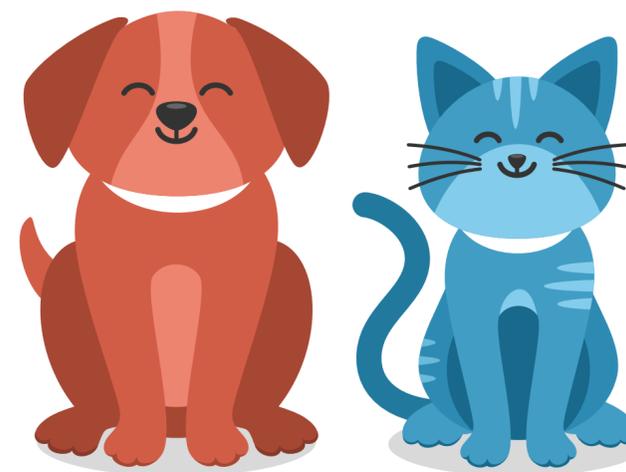
Tra i prodotti della linea "Free from" e "Biologico", Ohi Vita propone l'alta qualità degli affettati, partendo dall'accurata selezione della materia prima, garantita antibiotic free in tutte le fasi dell'allevamento, che unisce il saper fare della tradizione italiana con i più elevati standard di sicurezza alimentare.



Mucho Amor: scelte fatte con amore per gli amici a quattro zampe

Mucho Amor è una linea di prodotti pronta a rispondere con amore alle esigenze degli amici a quattro zampe.

Tutti i prodotti alimentari sono preparati con ingredienti di alta qualità e specifici in relazione ai fabbisogni e alle caratteristiche dell'animale. Un vasto assortimento di prodotti per l'igiene di ogni giorno, destinati a chi conosce bene le esigenze specifiche del proprio amico a quattro zampe.



La valorizzazione dell'economia locale

La capillarità territoriale, che consente alle aziende di Gruppo VEGÉ di presidiare il territorio di appartenenza e valorizzare le relazioni con fornitori e produttori locali, ha da sempre contraddistinto le aziende socie.

Queste, infatti, promuovono azioni nei confronti della loro catena di approvvigionamento che vanno oltre a quelle previste per legge e si concretizzano nella **valorizzazione dei prodotti locali**, nella promozione dell'efficienza di filiera e nel sostegno a una tipologia di filiera etica e controllata.

Tra le aziende appartenenti al Gruppo VEGÉ, dalla ricerca è emerso che il **26%** ha **implementato un Codice Fornitori**, con lo scopo di sensibilizzare i propri partner verso tematiche di responsabilità sociale e, contemporaneamente, assicurarsi che i propri fornitori aderiscano a standard elevati, tra cui il rispetto di condizioni lavorative sicure, il trattamento equo dei dipendenti e le pratiche etiche (grafico 5.1).

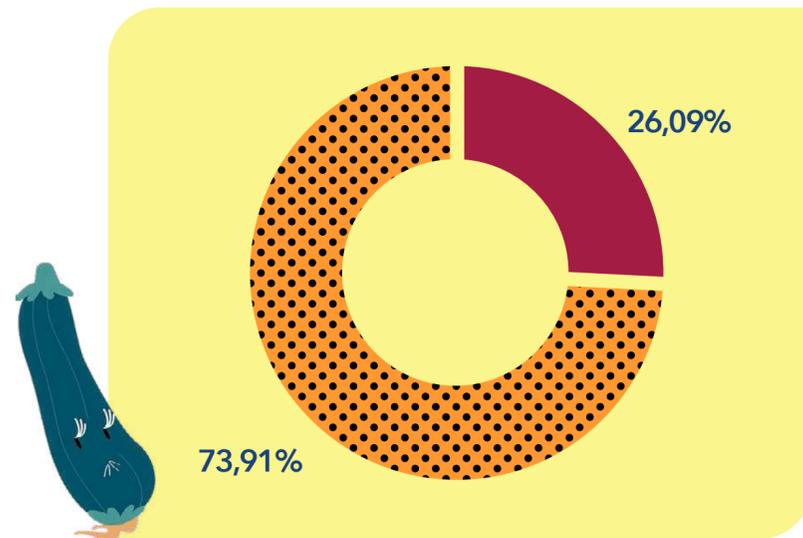


Grafico 5.1 - L'azienda attualmente è dotata di un Codice Fornitori?

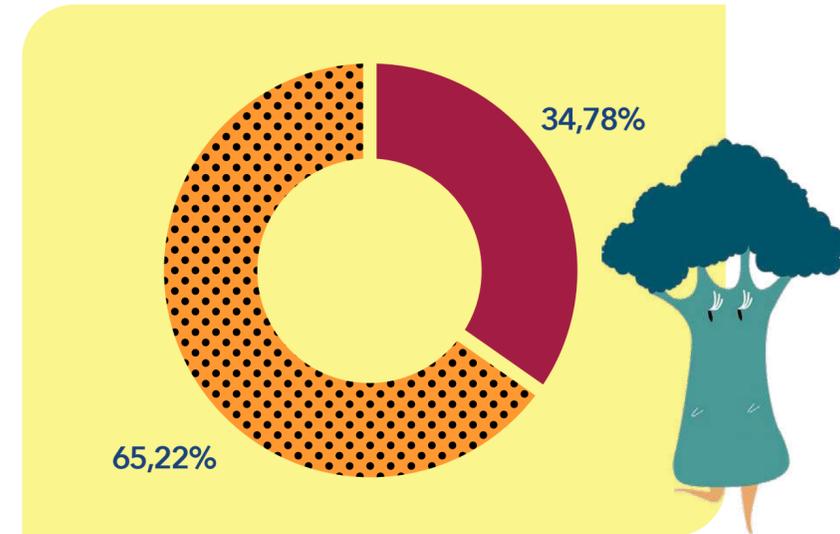


Grafico 5.2 - Ha l'azienda una politica in cui esplicita i criteri di selezione dei propri fornitori?

Inoltre, il **35%** delle imprese ha formalizzato una **politica in cui esplicita i propri criteri di valutazione e selezione dei fornitori**, rendendo trasparente il processo di approvvigionamento (grafico 5.2).

Il numero di aziende che integra i criteri di sostenibilità all'interno di questi processi di

valutazione e selezione dei fornitori, però, è ancora molto contenuto.

Le aziende che hanno sviluppato un sistema di selezione dei fornitori considerando tra i criteri di valutazione anche gli aspetti di sostenibilità sociale sono ancora molto poche (solo il 4% delle aziende intervistate).

Da un punto di vista delle relazioni, (si veda grafico 5.3), la ricerca ha fatto emergere che il **78%** delle Imprese Associate a VEGé ha in essere contratti di **fornitura con aziende di**

piccole-medie dimensioni, localizzate nella maggior parte dei casi in prossimità dei punti vendita.

Questi rapporti sono fortemente orientati allo sviluppo delle attività imprenditoriali locali, alla valorizzazione dei produttori locali e alla crescita del territorio.

Il 74% delle aziende propone sui propri scaffali prodotti che **valorizzano le eccellenze del territorio** italiano e tutte le **specialità regionali** che meglio lo rappresentano.

A seconda della localizzazione delle diverse Insegne e, quindi, dei punti vendita, all'interno del Gruppo VEGé è possibile trovare prodotti

di altissima qualità che raccontano l'Italia da nord a sud.

Questi prodotti sono spesso protetti da **certificazioni che ne garantiscono e ne proteggono la tipicità**, come la sigla DOP (Denominazione di Origine Protetta) o la sigla IGP (Indicazione Geografica Tipica).

Grafico 5.3 - Quali rapporti di fornitura vengono privilegiati in azienda per valorizzare le eccellenze locali?



La tutela dei diritti umani

L'SDG 8 è un obiettivo articolato e il secondo grande ambito di indagine riguarda la capacità delle aziende di stringere relazioni con i fornitori, mantenendo sempre alta l'attenzione sulla **correttezza etica in tutte le sue forme**.

A tale riguardo sono state analizzate le iniziative e le attività finalizzate a garantire il pieno **rispetto dei diritti umani** lungo la catena del valore, tra cui la lotta contro il lavoro forzato, obbligato e minorile.

Per indagare l'impegno rispetto a questi temi, nella survey è stato domandato alle aziende di Gruppo VEGÉ se avessero formalizzato delle



politiche per garantire il rispetto al tema dei diritti umani (si veda Grafico 5.4).

Il documento maggiormente utilizzato per presidiare queste tematiche è il **Codice Etico, che il 39% delle rispondenti ha adottato** al proprio interno per comunicare a tutti gli stakeholder quali siano i valori e i principi fondamentali, insieme alle procedure finalizzate a contrastare eventuali illeciti commessi in ambito sociale. Solo il 13% delle imprese ha formalizzato una politica di Responsabilità Sociale, il 9% una politica per prevenire il lavoro minorile e il 4% una politica per combattere le forme di discriminazione in azienda.

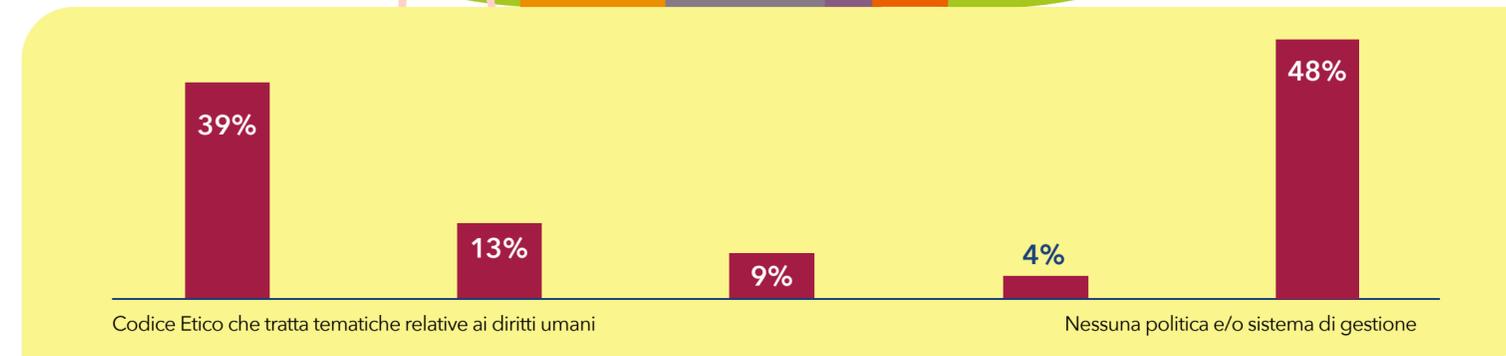


Grafico 5.4 - Quali politiche per la tutela dei diritti umani vengono adottate dall'azienda?



Best Practices

bennet

La Linea Filiera Valore Bennet realizza prodotti sicuri, tracciabili e di qualità, nel rispetto della natura, degli animali e delle persone.

Nel corso del 2021, la linea è stata ampliata con nuovi prodotti e arricchita di ulteriori elementi.

Ciò è stato reso possibile grazie alla collaborazione con la Filiera Agricola Italiana la quale, mediante il marchio FDAI (Firmato Dagli Agricoltori Italiani), garantisce, sostiene e promuove i valori di un modello gestionale etico dell'intera filiera produttiva a matrice agricola.

Tra i valori che vengono garantiti con l'acquisto dei prodotti della Linea Filiera Valore Bennet ci sono: la tracciabilità della filiera agricola, l'equa e trasparente distribuzione del valore tra gli attori della filiera, lo sviluppo della biodiversità delle zone produttive, nel rispetto del benessere animale e ambientale, quale patrimonio dell'identità territoriale.



Gambardella ha supportato e sostenuto la manifestazione che si è tenuta presso il Comune di Pagani con l'obiettivo di valorizzare l'eccellenza dei prodotti locali e della imprenditorialità del territorio.

Durante le giornate di manifestazione, sono stati tantissimi i produttori locali che hanno potuto esporre i propri prodotti, tanti gli agricoltori che hanno avuto la possibilità di farsi conoscere ed essere valorizzati. Inoltre, durante l'evento sono stati trattati temi importanti, tra cui l'importanza dell'attività fisica e della corretta e sana alimentazione.



VéGé Retail S.r.l. Società Unipersonale
Via Lomellina 10, 20133 Milano
Tel. 02 752961



info@gruppovege.it
www.gruppovege.it

Realizzazione Grafica
Sunny Milano

Contributo Scientifico
ALTIS Advisory SRL Società Benefit,
spin-off dell'Università Cattolica del
Sacro Cuore di Milano

Illustrazioni
Image by rawpixel.com

Milano, Novembre 2023



GRUPPO
VeGé