

# Dentro la Spesa Intelligente



La Spesa intelligente

[europsin.com](http://europsin.com)



La Spesa intelligente

**Bilancio  
di Sostenibilità  
2024**



## Bilancio di Sostenibilità 2024

**Eurospin Italia S.p.A.**  
Via Campalto 3/d  
37036 San Martino Buon Albergo (VR)

[eurospin.com](http://eurospin.com)



# Indice

Lettera agli Stakeholder	06	CLIENTI	
IDENTITÀ		→ <b>Dal bisogno alla trasparenza</b>	
→ <b>Dentro la Spesa Intelligente</b>		Spesa smart, esperienza di qualità	83
Chi siamo	12	Bisogni in evoluzione, nuove soluzioni	88
Dalle regole ai valori: la nostra etica	22	Trasparenza nella comunicazione	93
SOSTENIBILITÀ		AMBIENTE	
→ <b>Una leva per crescere</b>		→ <b>Impatti ambientali: una sfida quotidiana</b>	
Contesto Macroeconomico	28	Sviluppo con consapevolezza	99
Ascolto, impatto, responsabilità	32	Ottimizzazione della logistica	108
PERSONE		Per un uso responsabile delle risorse	113
→ <b>La nostra forza</b>		TERRITORIO	
Crescita e valorizzazione del capitale umano	44	→ <b>Condividere valore con il territorio</b>	
Formazione e sviluppo	49	I benefici per le comunità locali	121
Salute e sicurezza: un impegno prioritario	52	Il supporto alle comunità	124
FILIERA PRODUTTIVA		Condividere per non sprecare	126
→ <b>Impegno per una qualità accessibile</b>		APPENDICE	
Gli elementi di un assortimento di qualità	63	Nota metodologica	128
Qualità e sicurezza alimentare	74	Riconciliazione impatti e temi materiali	130
Performance di sostenibilità		Indice dei contenuti GRI e interoperabilità con gli ESRS	145

Le emissioni di CO<sub>2</sub>e generate dai materiali utilizzati per questo report sono state calcolate e compensate attraverso l'acquisto di crediti di carbonio certificati secondo lo standard VCS, a supporto di progetti verificati da enti terzi indipendenti, che contribuiscono alla riduzione delle emissioni di gas serra e alla tutela del clima e dell'ambiente.



# Lettera agli Stakeholder

Cari lettori,

Questa è la terza edizione del Bilancio di Sostenibilità di Eurospin. I due anni appena trascorsi dall'ultima edizione sono stati caratterizzati da difficoltà e turbolenze non meno intense di quelle del biennio precedente. La situazione internazionale continua a essere caratterizzata dall'instabilità. Le due grandi guerre che, mentre scrivo queste righe, continuano a infuriare nel cuore dell'Europa e nel Vicino Oriente, non favoriscono l'ottimismo. Inoltre, la nuova Amministrazione USA, con l'introduzione di misure protezionistiche che non si ricordavano da decenni, ostacola la stabilizzazione dei prezzi al consumo.

All'interno di questo contesto complesso, Eurospin mantiene salda la propria identità, perché è proprio in queste situazioni di difficoltà del mercato che si conferma la profonda attualità della nostra missione e della nostra proposta commerciale. La Spesa Intelligente è e deve essere, adesso più che mai, al servizio dei clienti, continuando a offrire prodotti di qualità alla massima convenienza.

Nel biennio preso in esame da questo Bilancio (2023-2024), abbiamo registrato un tasso di deflazione del 2,16%, in radicale controtendenza rispetto alla media del mercato. L'insegna Eurospin ha superato i 10 miliardi di fatturato, rafforzando la propria leadership assoluta nel canale discount e ponendosi come 5° operatore del mercato nel mondo della GDO.

In questo biennio abbiamo ulteriormente consolidato la capillarità della rete in Italia e, al contempo, investito nell'espansione internazionale, sbarcando a Malta con un primo punto vendita, inaugurato nel 2024.

L'offerta di prodotti sicuri e di qualità è perseguita con coerenza e determinazione. Nel 2024, abbiamo svolto quasi 1.000 test, interni ed esterni, mirati alla verifica, al miglioramento e allo sviluppo dei prodotti. La scelta attenta dei fornitori e la gestione responsabile delle filiere non esige solo il rispetto di criteri di puntualità, qualità e sicurezza, ma anche un approccio condiviso di rispetto dei diritti umani, tutela dell'ambiente e condotta di business etica.

Prediligiamo e valorizziamo i prodotti italiani, che hanno rappresentato il 92% a valore della nostra spesa verso i fornitori nel 2024.

Abbiamo investito sui bisogni emergenti dei consumatori e sulle tendenze più recenti. Lo conferma il successo crescente della linea Amo Essere, nelle sue diverse declinazioni: etiche, salutistiche, funzionali, gourmet, che, con un assortimento che si arricchisce ogni anno, nel 2024 ha registrato una crescita dell'11% delle vendite rispetto al 2023.

Rimane saldo il nostro impegno per l'ambiente. Al cuore del nostro approccio si collocano alcune direttive fondamentali, come l'efficientamento energetico, l'investimento in energie rinnovabili, la digitalizzazione dei processi e la riduzione degli sprechi. Proprio quest'ultimo aspetto si lega in modo concreto al supporto delle comunità locali, attraverso la collaborazione ormai pluriennale con Banco Alimentare. Nel 2024 hanno aderito all'iniziativa 826 punti vendita, per un totale di oltre 615 mila kg di alimenti donati.

Per fare tutto ciò, possiamo contare su oltre 21.500 dipendenti che, ogni giorno, concorrono con passione al successo del business. Ci impegniamo nell'ascolto attivo delle nostre persone e investiamo in attività volte a favorirne la crescita professionale e il benessere. Nel 2024 sono state erogate più di 120.000 ore di formazione e sono stati investiti 5,9 milioni di euro in iniziative di welfare.

Questi e molti altri sono gli impegni che hanno caratterizzato il biennio appena trascorso e che potrete approfondire nelle pagine successive.

Che cosa ci aspetta adesso? Guardiamo al futuro con ambizione, mirando a consolidare i risultati ottenuti e a potenziare l'impatto positivo generato.

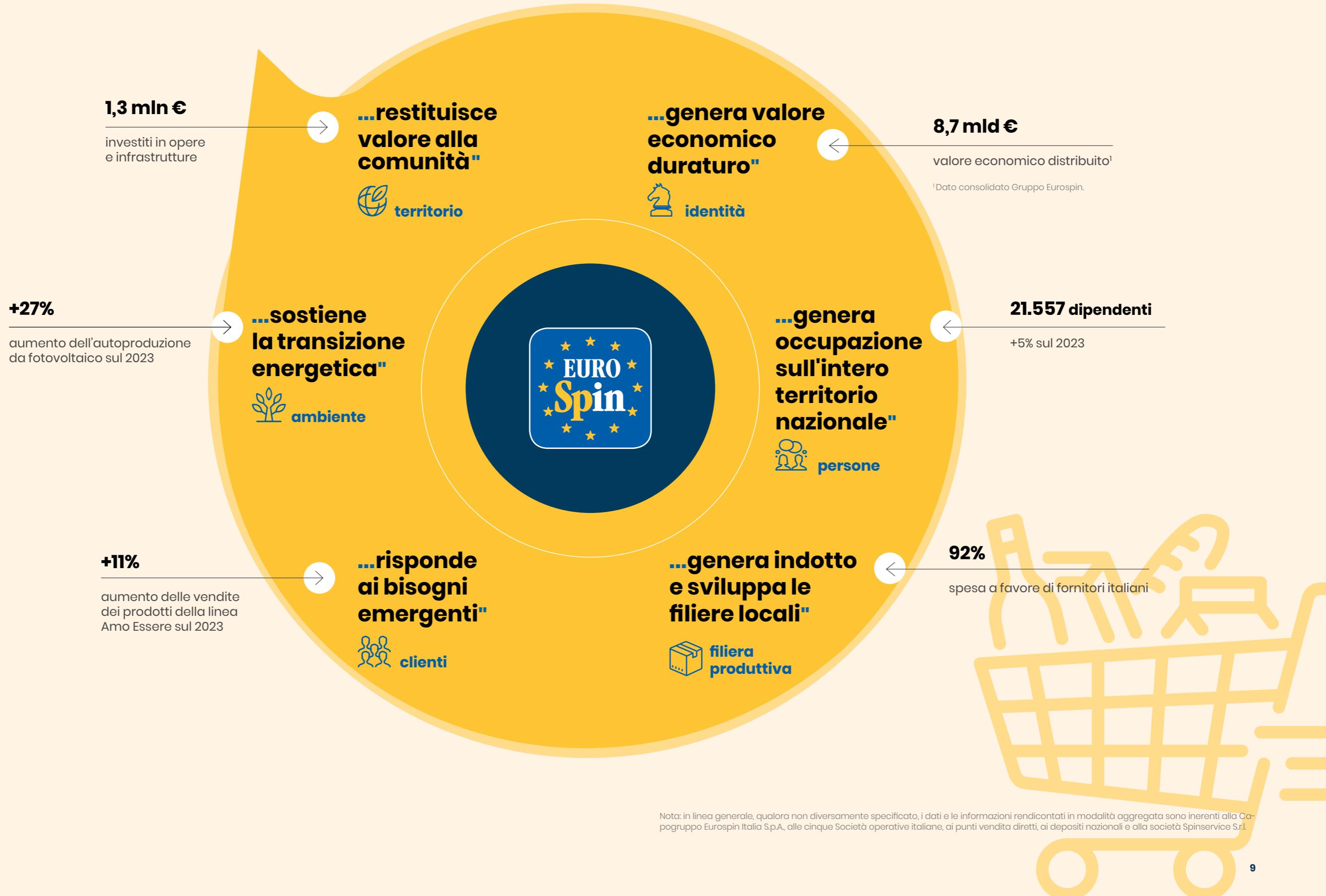
Inoltre, seguiamo con attenzione le evoluzioni normative in ambito ESG. Restare aggiornati significa anticipare i cambiamenti e cogliere opportunità di rafforzare ulteriormente trasparenza e responsabilità verso gli stakeholder.

Siamo, quindi, lieti e orgogliosi nel presentare i risultati di questo biennio, che, come sempre per Eurospin, sono solo una tappa di un percorso ancora lungo, da costruire giorno dopo giorno.

**Daniele Mion**

Presidente Eurospin Italia SpA

# "La Spesa Intelligente è anche sostenibile quando...





IDENTITÀ

# Dentro la Spesa Intelligente

1.326

punti vendita in Italia e all'estero

9,0 mld di euro

ricavi<sup>2</sup>

70+

marchi di proprietà



Dal 1993 la nostra sfida è offrire una spesa accessibile e conveniente, senza rinunciare alla qualità. Oggi continuamo a evolverci, accogliendo le nuove abitudini di consumo e promuovendo soluzioni sempre più responsabili.



<sup>2</sup> Dato consolidato Gruppo Eurospin 2024.



# Chi siamo

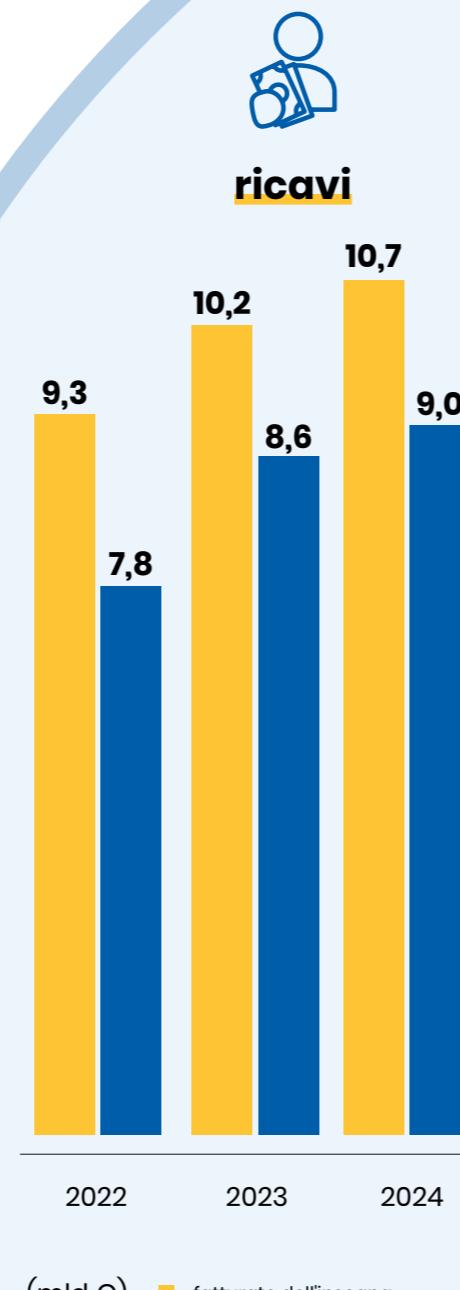
Il Gruppo Eurospin è il punto di riferimento italiano nel commercio al dettaglio di prodotti, alimentari e non, a marchio proprio per i consumatori che cercano il miglior rapporto qualità-prezzo.

Dal 2004 siamo attivi anche in Slovenia (Eurospin Eko d.o.o.) e, dal 2020, in Croazia (Eurospin Hrvatska d.o.o.) con, rispettivamente, 59 e 29 punti vendita. Più recente è l'apertura a Malta (Eurospin Malta Limited), con un primo punto vendita inaugurato nel 2024.

Il fatturato generato dall'insegna Eurospin nel 2024 ammonta a 10,7 miliardi di euro, a fronte di ricavi diretti di Gruppo pari a 9,0 miliardi di euro, in aumento del 5% rispetto all'anno precedente.



## EUROSPIN IN NUMERI



**26**  
centri  
logistici  
22 in Italia  
e 4 all'estero

I nostri centri ci permettono di ottimizzare la logistica, con vantaggi economici e ambientali.



## punti vendita

Nel 2024 abbiamo aperto 43 nuovi punti vendita, di cui 34 in Italia, 2 in Slovenia, 6 in Croazia e uno a Malta. Inoltre, ne abbiamo ristrutturati 24 per rendere l'esperienza dei nostri clienti ancora più semplice e piacevole e, allo stesso tempo, efficientare gli edifici e rendere più funzionali gli impianti.

punti vendita totali

**1.326**

→ **981**  
diretti

→ **275**  
affiliati

→ **70**  
in gestione



## clienti

clienti raggiunti<sup>3</sup>

**14,7**  
milioni  
di famiglie

Oltre a un'ampia rete di punti vendita su tutto il territorio nazionale e all'estero, raggiungiamo i nostri clienti con i canali di vendita online.

<sup>3</sup>Dato stimato. Fonte: YouGov Shopper Intelligence – Eurospin Retailer Report, 2024.



## dipendenti

Lo sviluppo del Gruppo offre opportunità di occupazione in tutte le regioni italiane, con una crescita dei dipendenti del 5%.

→ **18.601**  
2022<sup>4</sup>

→ **20.581**  
2023

**21.557**  
2024

<sup>4</sup>Il dato 2022 è stato riesposto rispetto a quanto pubblicato nella precedente edizione del Bilancio di Sostenibilità a fronte di una modifica nelle modalità di estrazione delle informazioni dai gestionali.



**assortimento**

**70+**  
marchi  
di proprietà



## LA STRUTTURA DEL GRUPPO

### SOCIETÀ CAPOGRUPPO



#### Eurospin Italia S.p.A.

Sede legale San Martino Buon Albergo (VR)

Definisce l'indirizzo strategico e gestisce i servizi principali per il coordinamento e l'attività delle Società operative: funzioni di acquisto, controllo e assicurazione qualità, ricerca e sviluppo di prodotto, vendite, marketing, logistica, progettazione ed espansione, amministrazione, legale, internal audit, controllo di gestione, sistemi informativi e risorse umane.

### Otto Società operative e tre di servizio

Operano nel canale distributivo del discount negli ambiti dello sviluppo immobiliare e vendite.  
Sono controllate dalla Capogruppo Eurospin Italia S.p.A.

#### Società operative italiane

- Spesa Intelligente S.p.A.
- Eurospin Tirrenica S.p.A.
- Eurospin Lazio S.p.A.
- Eurospin Puglia S.p.A.
- Eurospin Sicilia S.p.A.

#### Società operative estere

- Eurospin Eko d.o.o.
- Eurospin Hrvatska d.o.o.
- Eurospin Malta Limited

#### Spinservice S.r.l.

Società che svolge attività di commercio all'ingrosso intragruppo di generi alimentari e non, oltre ad attività di lavorazione della materia prima (carni, formaggi e salumi), per alcune referenze fino al confezionamento del prodotto finito. Le attività sono svolte per conto e a favore delle società operative del Gruppo.

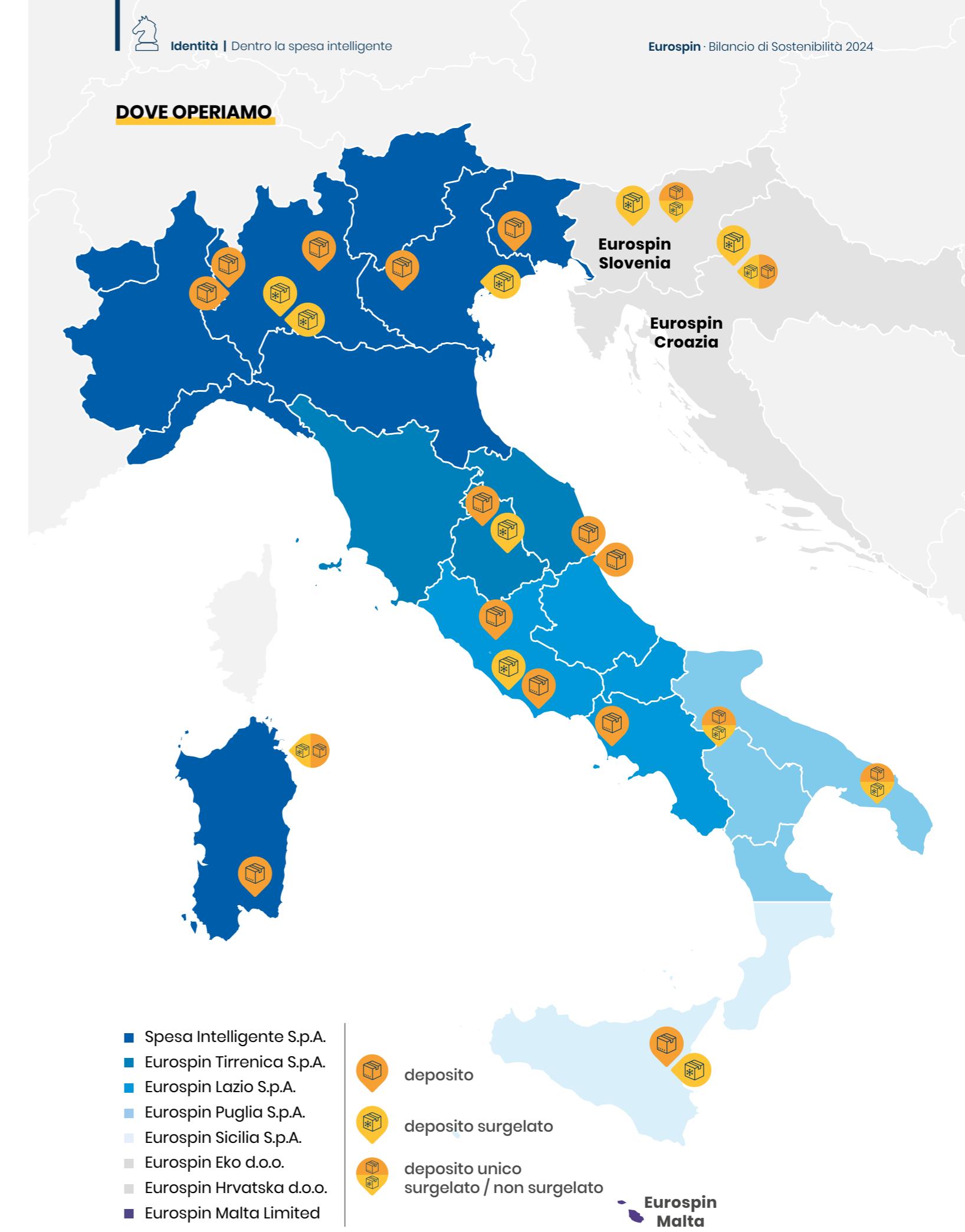
#### New Business S.r.l.

Società che svolge attività di agenzia viaggi e operatività di service per il Gruppo nello sviluppo del canale e-commerce.

#### Malta Real Estate

Società responsabile degli investimenti immobiliari per l'espansione del gruppo a Malta.

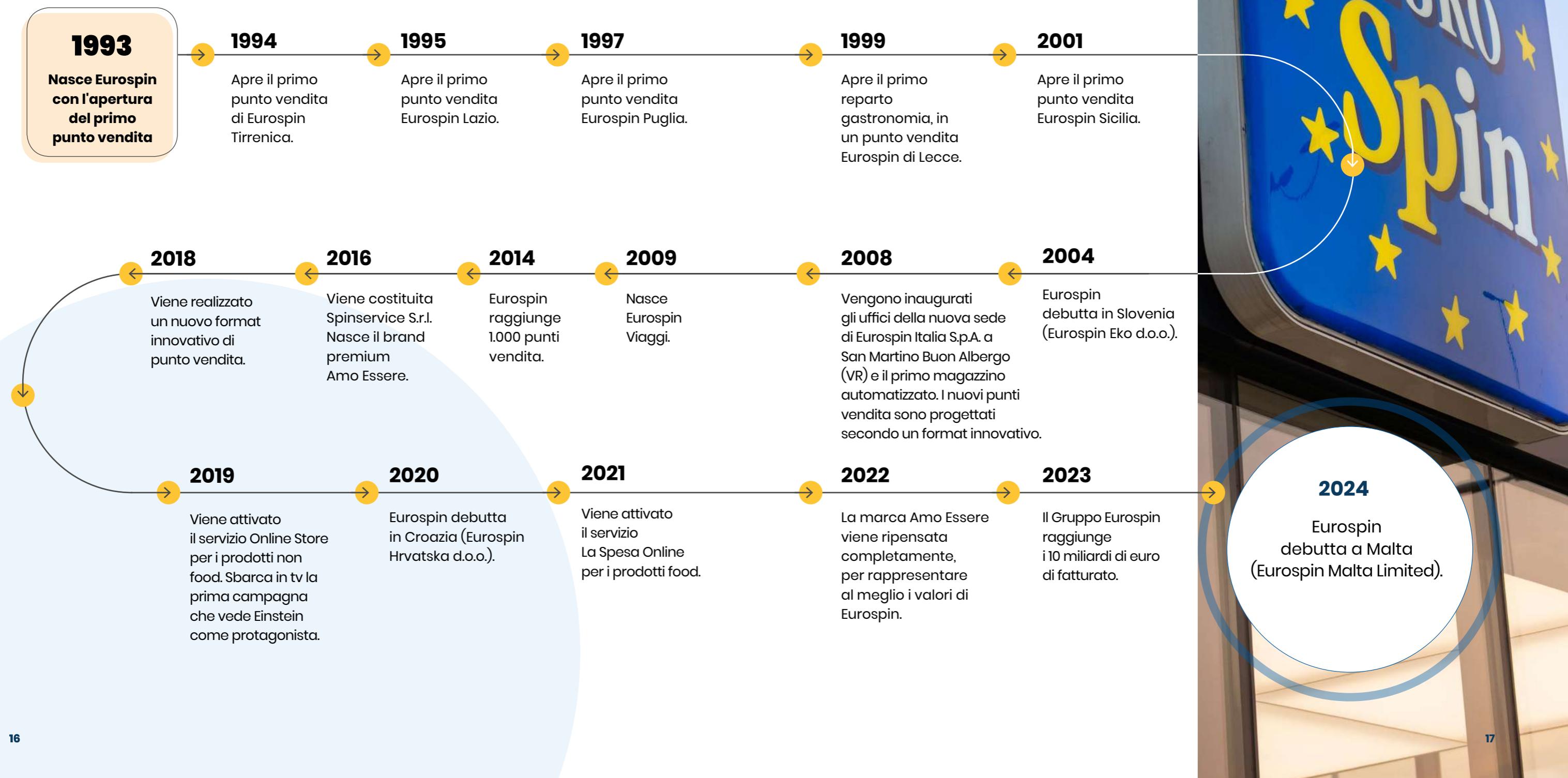
### DOVE OPERIAMO





## LA STORIA

Eurospin nasce nel 1993 dall'idea di quattro imprenditori della grande distribuzione alimentare che volevano fornire una risposta tutta italiana alla crescente richiesta di qualità e convenienza da parte dei consumatori. Oggi Eurospin è il più grande gruppo discount del nostro Paese, leader nel settore per numero di clienti, punti vendita e fatturato.





## LA NOSTRA MISSION E IL MODELLO DI BUSINESS

**La Spesa Intelligente è offrire prodotti di qualità alla massima convenienza tutti i giorni.** È questa la nostra mission. La perseguiamo partecipando direttamente alla progettazione dei prodotti, definendone i criteri di sicurezza e le caratteristiche specifiche, selezionando i fornitori migliori e rendendo l'esperienza d'acquisto semplice e immediata.

"Spesa Intelligente" è il concetto che riassume al meglio la nostra visione e il nostro modello di business e li diffonde con il nome stesso dell'insegna: "SP" significa Spesa e "IN" sta per Intelligente. È **frutto di scelte attente che considerano gli effetti e i vantaggi a lungo termine** nella progettazione e nella gestione di tutti i fattori e i processi che concorrono a determinare l'offerta dei prodotti e l'esperienza d'acquisto.



### I VALORI E I PRINCIPI CHE CI GUIDANO

Per realizzare ogni giorno la nostra missione, ci ispiriamo ai valori e principi del Codice Etico:

#### Orientamento al cliente

Esperienza nel settore e soddisfazione dei clienti rappresentano i principi cardine su cui fondiamo la nostra organizzazione per migliorare continuamente le nostre prestazioni. L'apprezzamento del cliente è di primaria importanza per il nostro successo, per questo dimostriamo attenzione nei suoi confronti offrendo esclusivamente prodotti che rispettano i più alti standard di qualità e sicurezza.

#### Legalità

Il rispetto delle normative vigenti è un principio imprescindibile del nostro operare. Nello svolgimento delle loro attività, tutti i collaboratori sono tenuti a rispettare la legge e standard etici di comportamento elevati.

#### Onestà e correttezza

L'onestà è un elemento fondante della gestione aziendale. Il comportamento dei collaboratori deve essere improntato a criteri di correttezza, collaborazione e lealtà.

#### Concorrenza leale

Condanniamo ogni comportamento di tipo collusivo, predatorio o che implichii l'abuso di posizione dominante.

#### Chiarezza e verità in ogni operazione e transazione

Ogni operazione e transazione deve essere legittima, autorizzata, coerente, congrua, documentata, registrata e in ogni tempo verificabile. Ci impegniamo a diffondere informazioni complete, trasparenti e comprensibili, per consentire ai nostri interlocutori di prendere decisioni consapevoli.

#### Rispetto della dignità delle persone

Ogni collaboratore di Eurospin ha diritto a un trattamento corretto, cortese e rispettoso da parte dei suoi responsabili, dei subordinati e dei pari grado. Nelle relazioni interne ed esterne, non sono ammesse forme di discriminazione di alcun tipo (basate su razza, nazionalità, genere, età, disabilità fisiche, orientamenti sessuali ecc.) e non sono tollerate le vessazioni fisiche o psicologiche.



## LA CATENA DEL VALORE



## MODELLO DI BUSINESS: I 4 PILASTRI

1

### Italianità nel gusto, nella sensibilità e nella storia imprenditoriale

Ci definiamo "l'interpretazione italiana del discount". L'italianità, infatti, è uno dei nostri tratti distintivi, e rappresenta un criterio centrale nella costruzione della nostra offerta. In questa logica, nel nostro assortimento valorizziamo anche prodotti locali-regionali, con l'obiettivo di soddisfare al meglio le esigenze tipiche delle aree dove l'insegna è presente.

2

### Marchi di proprietà

Offriamo una gamma essenziale ma completa di prodotti alimentari e non alimentari, con più di 4.000 articoli confezionati. I prodotti sono commercializzati attraverso i marchi di proprietà di Eurospin, permettendo ai consumatori di pagare solo la qualità dei prodotti.

3

### Assortimento ampio e selezionato

Il nostro assortimento è costantemente aggiornato. Oltre ai confezionati freschi, secchi e surgelati, nei punti vendita Eurospin sono presenti i reparti macelleria e ortofrutta, per una spesa quotidiana completa. In molti punti vendita si possono trovare anche i reparti pane fresco, pescheria e gastronomia. Sono presenti prodotti non alimentari come elettrodomestici, casalinghi, tessile e bricolage.

4

### Spesa veloce

Fare la spesa dev'essere un'esperienza semplice, nella quale i prodotti si trovano facilmente. Per rispettare questo principio, la dimensione ideale dei punti vendita è di circa 1.200 m<sup>2</sup>. La scelta di esporre i prodotti confezionati in cartoni è in linea con la nostra mission, in quanto permette di rifornire il punto vendita più rapidamente consentendo un risparmio di costi che contribuisce a mantenere i prezzi bassi.

**Assortimento selezionato:**  
per soddisfare i tuoi bisogni quotidiani.



**100% italiani**

nel gusto, nella sensibilità, nella storia imprenditoriale.

**Spesa veloce:**  
tutto quello che ti serve, a portata di mano.




**Prodotti di qualità alla massima convenienza tutti i giorni:**  
questa è la Spesa intelligente.

**Le nostre marche**

Da noi paghi solo la qualità dei prodotti.



# Dalle regole ai valori: la nostra etica

Per realizzare la nostra mission, ci siamo dotati di una governance solida. La Capogruppo Eurospin Italia S.p.A. ha adottato il cosiddetto sistema tradizionale, il più adatto a garantire flussi decisionali e di controllo che consentano di attuare la strategia aziendale in modo efficace.

## → ASSEMBLEA DEI SOCI

- rappresenta gli azionisti;
- approva il bilancio;
- nomina Amministratori e Sindaci.

## → CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

- determina le scelte di carattere strategico e di indirizzo dell'attività;
- sviluppa, approva e aggiorna purpose, mission, valori, strategia e politiche aziendali, compresi gli aspetti relativi allo sviluppo sostenibile;
- verifica l'andamento della gestione e l'applicazione delle regole di governo.



## → COLLEGIO SINDACALE

- vigila sull'osservanza della legge e dello Statuto;
- controlla che l'assetto organizzativo, amministrativo e contabile siano adeguati e funzionali.

## → REVISIONE LEGALE DEI CONTI

- è un soggetto o una società che deve accertare la regolare tenuta della contabilità societaria;
- verifica la corrispondenza del bilancio alle risultanze dei libri e delle scritture contabili, in conformità con la normativa di riferimento.





# STRUMENTI DI CONTROLLO PER ASSICURARE ETICA E INTEGRITÀ

## CODICE ETICO DI COMPORTAMENTO DEL GRUPPO EUROSPIN

Adottato dai CdA della Capogruppo e delle società controllate, questo documento promuove il massimo livello di professionalità per evitare comportamenti difformi dagli interessi dell'azienda e dai valori che ispirano il Gruppo o devianti rispetto alla legge. Il Codice Etico di Comportamento è rivolto ai componenti degli organi sociali, a tutti i dipendenti di ogni ordine e grado del Gruppo e a tutti coloro che, in qualsiasi modo, interagiscono con il Gruppo.

**Il documento è suddiviso in tre sezioni**



### 1. CARTA ETICA

Formalizza la mission, il valore della reputazione e i principi etici di base che costituiscono il fondamento della cultura del Gruppo Eurospin.



### 2. CODICE DI COMPORTAMENTO

Evidenzia i criteri di condotta e le modalità di comportamento a cui attenersi per garantire il rispetto dei valori e dei principi di Eurospin.



### 3. ORGANISMI E PROCEDURE DI ATTUAZIONE E CONTROLLO

Identifica i responsabili dell'attuazione e del controllo del Codice Etico. Gli OdV delle singole società hanno il compito di accertare e punire con adeguate misure disciplinari le presunte violazioni ai principi contenuti nel Codice Etico, garantendo la piena tutela dei segnalanti da eventuali intimidazioni o ritorsioni.

## MODELLO DI ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CONTROLLO

ex Decreto Legislativo 8 giugno 2001, n. 231 ("Modello 231"). Ogni società del Gruppo ha definito procedure organizzative, gestionali e di controllo per orientare una condotta improntata alla legalità e prevenire eventuali reati previsti dal D.lgs. 231/2001. L'**Organismo di Vigilanza** ("OdV") di ogni società vigila sull'efficace funzionamento e sull'osservanza del Modello 231, e propone al CdA modifiche e/o integrazioni, se necessario.

## CANALE DI SEGNALAZIONE WHISTLEBLOWING

Per contrastare eventuali condotte illecite, Eurospin mette a disposizione degli stakeholder un **canale di segnalazione online**. Le segnalazioni, effettuabili anche in forma anonima e in ogni caso tutelate da misure contro possibili ritorsioni, possono riguardare violazioni del D.lgs. 231/2001, del Codice Etico, nonché di leggi o regolamenti, nazionali o comunitari, che compromettano l'interesse pubblico, l'integrità della pubblica amministrazione o dell'ente privato. Attraverso lo stesso canale possono essere comunicate segnalazioni che coinvolgono una o più società del Gruppo Eurospin. Nel biennio 2023-2024, dai canali di segnalazione non sono emerse criticità rilevanti.

## MODELLO ORGANIZZATIVO PRIVACY

ex Regolamento UE 2016/679 ("GDPR"). Comprende le procedure adottate dalle società a protezione della privacy e tutela dei dati personali. Il Modello fa in modo che i comportamenti interni che prevedono il trattamento di dati personali siano conformi alle leggi. Un **Data Protection Officer (DPO)**, aiutato dai **Responsabili Interni del Trattamento** (ruolo assegnato a tutti i Responsabile di Funzione o Management) vigila sul rispetto della normativa. Inoltre, il **GDPR Committee** si riunisce ogni mese, in presenza del DPO, per recepire i nuovi trattamenti, se necessari e nel rispetto della normativa. Il Modello Privacy è rafforzato da una gestione scrupolosa della **sicurezza informatica**, che si concretizza in regolari attività di "vulnerability assessment" e nel contributo di figure specializzate dedicate allo sviluppo di misure di protezione efficaci per la tutela dei sistemi informativi aziendali.

### COME IL GRUPPO DIFFONDE UNA CULTURA BASATA SU INTEGRITÀ E COMPLIANCE

Per Eurospin agire nel pieno rispetto delle regole è una componente essenziale della cultura aziendale.



Ci impegniamo a formare e informare i nostri dipendenti e gli organi di governo sui principi e sui contenuti dei Modelli 231, del Codice Etico di Comportamento e del Modello Organizzativo Privacy per rendere tutti i collaboratori consapevoli dei potenziali rischi legati alle loro mansioni. La formazione è erogata a ogni neoassunto, in aula o in modalità e-learning. Inoltre, **i dipendenti delle Società del Gruppo sono periodicamente coinvolti in attività di informazione e aggiornamento**.



Il Codice Etico e i Modelli Organizzativi vengono diffusi dalle società del Gruppo ai partner esterni. Infatti, ogni contratto contiene una clausola risolutiva attraverso la quale **ciascun fornitore dichiara di aver preso visione del Modello 231 della società e del Codice Etico di Comportamento**, di conoscerne le finalità e le prescrizioni e di impegnarsi a rispettarli. L'inosservanza degli impegni e/o la non veridicità delle dichiarazioni del fornitore comportano un inadempimento grave degli obblighi contrattuali.



SOSTENIBILITÀ

## Una leva per crescere

13

temi materiali

6

SDGs a cui contribuiamo



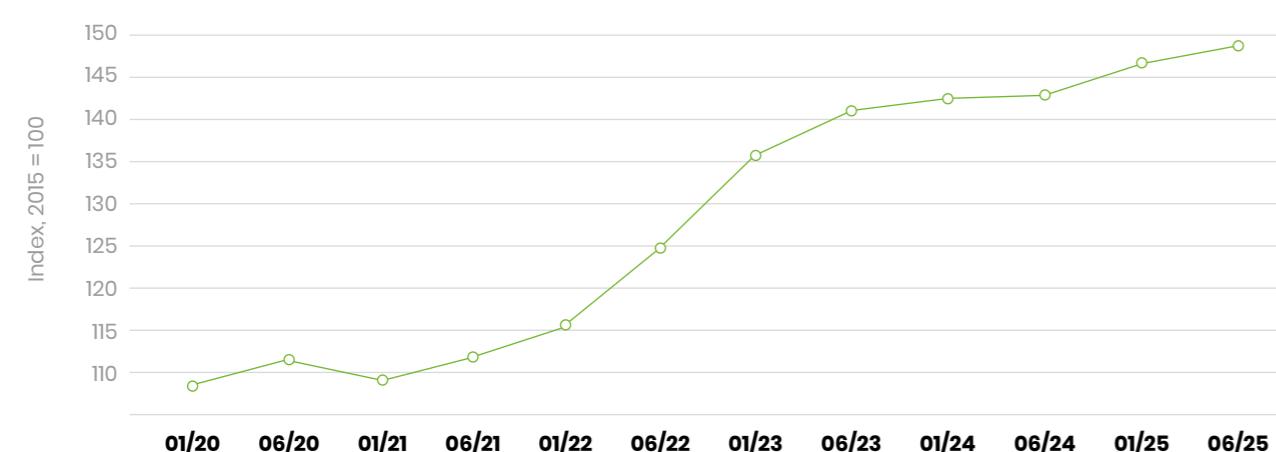
Sostenibilità, per noi, è trasformare l'efficienza in valore: ottimizziamo risorse e costi per generare un impatto positivo per i clienti e le comunità.

# Contesto Macroeconomico

Per definizione, la sostenibilità è un approccio olistico che si pone un orizzonte di medio-lungo termine. Nessun attore può generare un cambiamento significativo se agisce in modo isolato, tanto più in un settore complesso come quello alimentare, in cui ogni anello della filiera ricopre un ruolo specifico e determina impatti distinti sotto il profilo ambientale, sociale e di governance. In un simile contesto, la capacità di leggere e interpretare i macro-trend di scenario è fondamentale: è su questa base che si edificano strategie efficaci, da declinare in azioni mirate.

## PREZZI

A partire dal 2022, quando la guerra in Ucraina ha determinato una crisi energetica e ha interrotto le catene di approvvigionamento, l'**inflazione** ha raggiunto livelli record nell'area euro, superando in alcuni mesi il 10% annuo. Da allora i prezzi dei prodotti alimentari si sono stabilizzati, ma restano nettamente superiori rispetto ai livelli precedenti.



Fonte: Food price monitoring tool, Eurostat

## Focus Italia

Anche in Italia la crescita dei prezzi alimentari risulta ben al di sopra del tasso di inflazione, attenuatosi dopo il picco del 2022. Nel 2024 una famiglia con due figli ha **speso in media 219 euro in più** rispetto all'anno precedente per acquistare cibo e bevande.

Fonte: Istat, Assoluti

### INDICE DEI PREZZI AL CONSUMO

**+1%**

Variazione media  
2024-2023

**+5,7%**

Variazione media  
2023-2022

### PRODOTTI ALIMENTARI E BEVANDE

**+2,4%**

Variazione media  
2024-2023

**+10%**

Variazione media  
2023-2022

## DEMOGRAFIA

La popolazione globale, che negli anni Cinquanta superava di poco i 2,5 miliardi di persone, nel 2023 ha **oltrepassato la soglia degli 8 miliardi**. Se – come prevedono le stime intermedie – la Terra sarà abitata da 9,75 miliardi di individui nel 2050, per riuscire a sfamarli la produzione agricola globale dovrà raggiungere i 14 milioni di miliardi di calorie da colture (+47% rispetto ai livelli del 2011). Il che pone grandi interrogativi in termini di sostenibilità ambientale.

## Nel 2023:

**733**  
**miloni**  
**di persone**

hanno sofferto la fame  
(+152 milioni rispetto  
al 2019)

**2,33**  
**miliardi di**  
**persone**

erano in stato di  
insicurezza alimentare,  
moderata o severa

Fonte: Dipartimento Statunitense dell'agricoltura, Rapporto Sofi2024

## Focus Italia

L'Italia vede la coesistenza di due grandi fenomeni demografici: **bassa fecondità e invecchiamento della popolazione**. Questa trasformazione incide profondamente sulla struttura sociale: sempre più persone vivono sole, spesso in età avanzata, senza una rete familiare o comunitaria di supporto. La rarefazione dei legami sociali rende più difficile intercettare situazioni di fragilità.

**36%**

delle famiglie è formato  
da una sola persona

**24%**

della popolazione  
ha più di 65 anni

Fonte: Istat, dati relativi al 2023

## AMBIENTE

Per soddisfare le esigenze di una popolazione in crescita è imperativo **ripensare radicalmente i modelli di produzione e consumo**. Nel suo insieme, oggi il sistema alimentare è uno dei principali fattori di deforestazione e contribuisce a circa un terzo delle emissioni di gas serra di origine antropica. Un impatto che, peraltro, viene in larga parte amplificato dallo spreco.

**29,7%**

emissioni di CO<sub>2</sub> dovute al sistema alimentare

**80%**

deforestazione imputabile all'agricoltura

**32%**

cibo che viene sprecato nella filiera o dai consumatori

Fonte: Fao, Uncdd

### Focus Italia

Nei frigoriferi delle famiglie italiane c'è cibo a sufficienza per fornire 1,3 pasti al giorno a ogni persona che, nel mondo, soffre la fame. Nel 2024 **lo spreco è tornato a crescere** rispetto all'anno precedente, attestandosi su una media di 618 grammi pro capite alla settimana.

## PERDITA E SPRECO NELLA FILIERA ALIMENTARE



Agricoltura  
1.291.016 t



Industria  
1.008.276 t



Distribuzione  
307.972 t



Domestico  
1.905.967 t

4,5  
mln di tonnellate

29%      22%      7%      42%

■ agricoltura   ■ industria   ■ distribuzione   ■ domestico

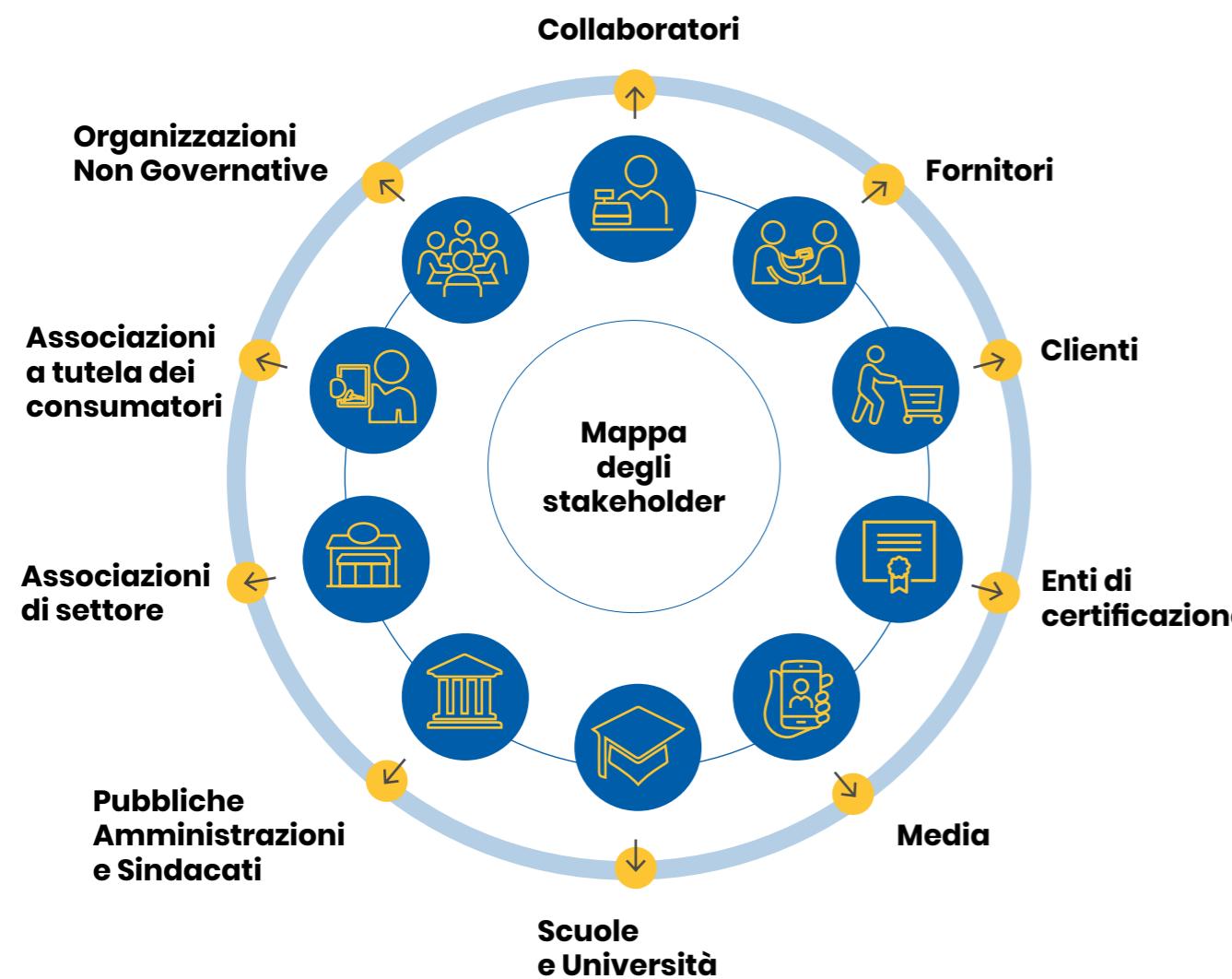
Fonte: Osservatorio Waste Watcher



# Ascolto, impatto, responsabilità

La parola chiave della nostra missione è qualità, ma è solo quando entrano in gioco le persone che è possibile creare valore. Ecco perché, per noi di Eurospin, è fondamentale comprendere le aspettative di tutti gli stakeholder coinvolti nella nostra attività.

Abbiamo individuato i gruppi di stakeholder più rilevanti a partire dall'analisi delle nostre attività dirette e indirette e dalle relazioni che stringiamo. Ci siamo focalizzati soprattutto sugli stakeholder maggiormente impattati, negativamente o positivamente, dalle nostre azioni e coloro capaci di influenzare le decisioni aziendali.



Oltre ai canali di comunicazione accessibili a tutti gli stakeholder, come il sito web aziendale, la newsletter e il volantino promozionale, abbiamo predisposto **canali dedicati** per dialogare con i gruppi con cui intercorre uno scambio più costante e su temi specifici. Focalizzare i contenuti, le modalità di comunicazione e la frequenza sulla base delle esigenze di ciascun gruppo ci permette di **accogliere e rispondere alle differenti istanze con efficacia e tempestività**.

CANALI	TEMI
 <b>Collaboratori</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Indirizzo e-mail dedicato e contatti del personale dell'Ufficio Risorse Umane;</li> <li>Sportello Virtuale;</li> <li>Intranet aziendale;</li> <li>People Survey;</li> <li>Whistleblowing.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Richiesta di informazioni e supporto per ogni ambito relativo alla vita in azienda;</li> <li>Ascolto dell'esperienza dei collaboratori e monitoraggio della soddisfazione.</li> </ul>
 <b>Fornitori</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Portale dedicato accessibile dall'"area fornitori" presente nel sito web aziendale;</li> <li>Fiere nazionali e internazionali.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accreditamento per entrare a far parte del parco fornitori Eurospin;</li> <li>Partecipazione alla negoziazione economica;</li> <li>Condivisione di trend di mercato e di consumo rilevanti.</li> </ul>
 <b>Clienti</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Servizio di assistenza clienti:             <ul style="list-style-type: none"> <li>webform;</li> <li>numero verde dedicato.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Richiesta di informazioni;</li> <li>Condivisione di suggerimenti e feedback;</li> <li>Invio di reclami.</li> </ul>
 <b>Enti di certificazione</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Audit;</li> <li>Comunicazioni formali.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verifiche di conformità;</li> <li>Approvazione di etichette e packaging.</li> </ul>
 <b>Scuole e Università</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Recruiting day;</li> <li>Convenzioni e partnership con scuole e Università.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Employer branding e recruiting;</li> <li>Orientamento al lavoro;</li> <li>Promozione e attivazione di tirocini;</li> <li>Informazione.</li> </ul>

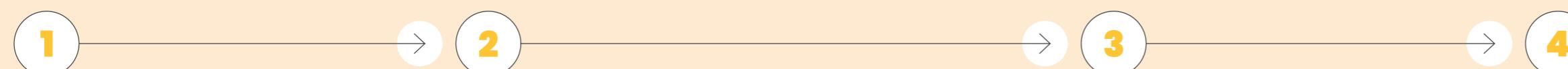
## ANALISI DI MATERIALITÀ E CONTRIBUTO AGLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE

L'analisi di materialità, realizzata per la prima volta nel 2020 e aggiornata nel 2022 alla luce delle novità metodologiche introdotte dai GRI Standard 2021, è il processo di individuazione e valutazione degli impatti più significativi (materiali) su cui l'organizzazione è chiamata a focalizzare gli indirizzi strategici e la rendicontazione. I **temi materiali** risultanti dell'ultima analisi sono stati **ritenuti validi anche per il periodo di rendicontazione 2024**.

Muovendoci con anticipo rispetto alle richieste normative europee in materia di rendicontazione (Corporate Sustainability Reporting Directive), nel 2025 abbiamo avviato il processo per la definizione della **doppia materialità**. Si tratta di una metodologia che sprona l'organizzazione a non ragionare più solo sugli impatti generati, ma anche a riflettere sulla correlazione con rischi, opportunità e relative ricadute economico-finanziarie, fungendo da strumento estremamente utile in ottica strategica e di resilienza di business.



### IL PROCESSO DI DEFINIZIONE DEI TEMI MATERIALI<sup>5</sup>

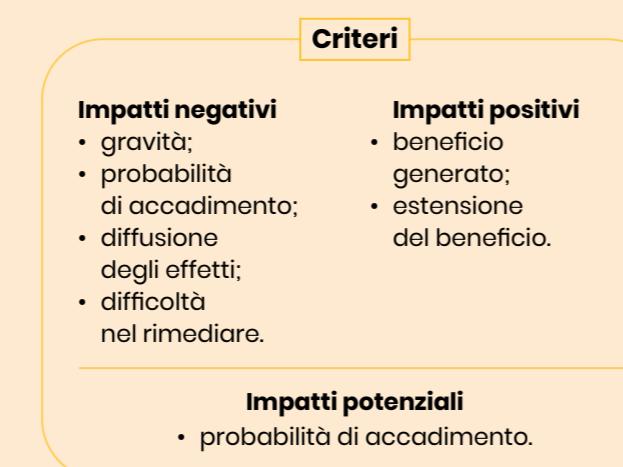


#### ANALISI DELLA CATENA DEL VALORE E DEL CONTESTO

- Scomposizione della catena del valore di Eurospin in fasi, distinguendo quelle sotto il controllo diretto e indiretto dell'organizzazione.
- Identificazione delle relazioni con gli stakeholder in ogni fase.
- Comprensione del quadro normativo, delle aree di impatto e dei trend caratteristici del settore.

#### ANALISI DEGLI IMPATTI

- Individuazione degli impatti negativi e positivi, reali e potenziali associati al business di Eurospin per ogni fase della catena del valore.
- Valutazione della significatività di ciascun impatto, validata dal top management di Eurospin.



#### CONSULTAZIONE DEGLI STAKEHOLDER

- Coinvolgimento degli stakeholder per indagarne pareri e istanze da integrare alle analisi interne. Nel 2022, abbiamo somministrato un questionario online a dipendenti, fornitori strategici ed esperti del settore e delle istanze dei consumatori, i cui risultati sono ritenuti ancora validi.

#### DEFINIZIONE DEI TEMI MATERIALI

- Ordinamento degli impatti negativi e positivi in base al livello di rilevanza definito dalle valutazioni interne e dagli stakeholder consultati.
- Raggruppamento degli impatti nella lista di temi materiali di Eurospin, in ordine di priorità.

<sup>5</sup> Metodologia definita dagli Standard GRI 2021 elaborati dalla Global Reporting Initiative.

## TEMI MATERIALI

- Qualità e sicurezza dei prodotti
- Qualità accessibile
- Salute e sicurezza sul lavoro
- Relazioni con la catena di fornitura
- Selezione e gestione dell'assortimento dei prodotti
- Gestione e valorizzazione delle persone Eurospin
- Consumo di risorse energetiche ed emissioni
- Integrità e sostenibilità economica
- Packaging e rifiuti
- Etichettatura e comunicazione trasparente
- Lotta allo spreco alimentare
- Valorizzazione del territorio
- Ascolto e dialogo con i clienti

Attraverso l'impegno e le azioni che intraprendiamo per contenere gli impatti negativi e ampliare la portata degli effetti positivi, possiamo **contribuire alla realizzazione degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030 dell'ONU.**

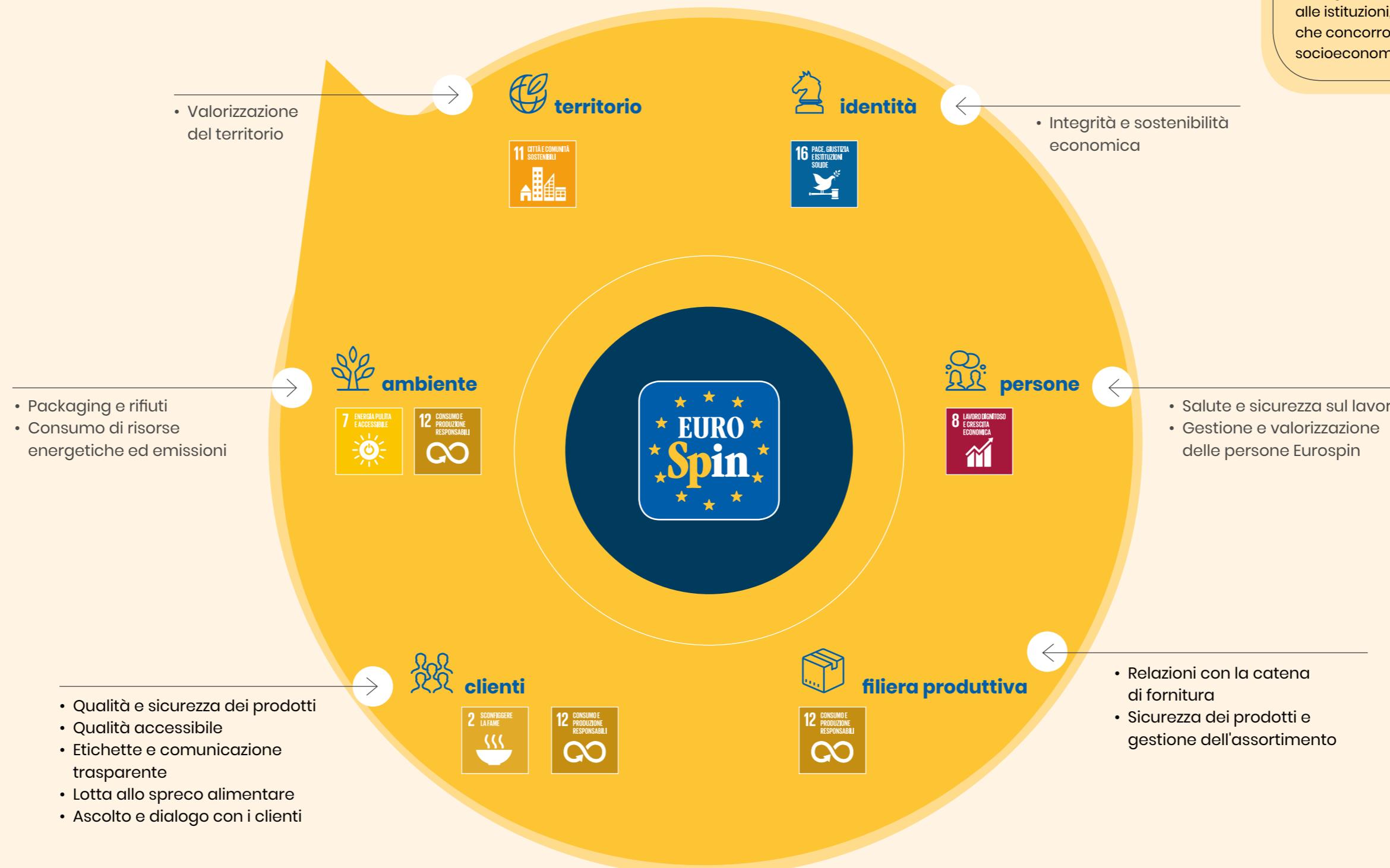
A partire da un'analisi che ha permesso di riconciliare i temi materiali con i target degli SDGs<sup>6</sup>, abbiamo individuato i **6 obiettivi** sui quali possiamo focalizzare il nostro contributo positivo. Dato il nostro modello di business e la centralità per la nostra impresa dei temi di qualità, accessibilità, sviluppo di prodotto e collaborazione con la filiera, l'**obiettivo 12 Consumo e produzione responsabili** è quello che più rappresenta la nostra mission e il futuro a cui miriamo.



Qualità e sicurezza dei prodotti,  
Qualità accessibile e Salute  
e sicurezza sul lavoro  
si confermano i temi prioritari  
per Eurospin.

<sup>6</sup> Per la riconciliazione tra temi materiali e SDGs si sono seguite le linee guida contenute in "GRI e UN Global Compact, 2018. Integrare gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) nel reporting aziendale. Una guida pratica."

## Il contributo di Eurospin all'Agenda 2030



### Che cos'è l'Agenda 2030

Sottoscritta nel 2015 dai 193 Paesi membri dell'ONU, l'Agenda è un documento programmatico per indirizzare l'economia e la società globale verso uno sviluppo equo e inclusivo, in equilibrio con le risorse limitate del pianeta. I 17 obiettivi dell'Agenda sono rivolti non solo alle istituzioni, ma a tutti gli attori che concorrono allo sviluppo socioeconomico, tra cui le imprese.



PERSONE

## La nostra forza

21.557  
dipendenti

120.900+  
ore di formazione erogate<sup>7</sup>

5,9 mln €  
investiti in welfare



Crediamo nelle persone  
e nelle loro capacità.  
Coltiviamo competenze  
e talenti, consapevoli che ogni  
contributo è fondamentale  
per il successo comune.

<sup>7</sup> Nel 2024.

## Le nostre aree di impatto

Temi materiali

### Gestione e valorizzazione delle persone Eurospin

Interventi per favorire il dialogo, la formazione e la valutazione (cultura del feedback).

### Salute e sicurezza sul lavoro

Ci impegniamo a garantire un'adeguata conoscenza dei rischi connessi alle attività lavorative e delle azioni preventive da adottare.

Azioni intraprese

Intranet aziendale e sportello virtuale, operativi dal 2023.

Modello di Gestione e Controllo (ex art. 30 D. lgs. n. 81/2008).

+ Presenza di uno strumento per la valutazione delle competenze, incluse quelle trasversali, a supporto dei manager, per diffondere una cultura della valutazione e del feedback, basati su criteri oggettivi, e orientare con più efficacia la crescita dei collaboratori.

+ Scuola dei Mestieri: dal 2016, forma i professionisti del settore distributivo, specializzati in Gastronomia, Macelleria e Panetteria, estendendo il know-how del personale più esperto alle nuove risorse introdotte in azienda.

+ Tutti i dipendenti sono sottoposti a sorveglianza sanitaria.

+ La formazione in materia di salute e sicurezza è uno degli strumenti chiave per prevenire eventuali situazioni di rischio.





# Crescita e valorizzazione del capitale umano

La dedizione e la professionalità delle persone che lavorano con noi ci permettono di portare la Spesa Intelligente in tutt'Italia e all'estero. Per questo ci impegniamo nel creare un ambiente di lavoro stimolante e positivo, dove ciascuno possa sviluppare le proprie attitudini e contribuire allo sviluppo del Gruppo con la propria capacità e creatività, in un clima di rispetto e collaborazione.

Avendo una rete molto capillare e diffusa sul territorio, è fondamentale per noi raggiungere i collaboratori con i canali e le modalità più immediati ed efficaci per coinvolgerli nella nostra mission d'impresa. Oltre a un indirizzo e-mail dedicato e ai contatti diretti del personale dell'ufficio Risorse Umane, dal 2023 sono attivi la **intranet aziendale** e lo **sportello virtuale**. La prima ci permette di mantenere aggiornati quotidianamente i dipendenti sullo sviluppo e le novità del business, diffondere i valori e la cultura aziendale e favorire l'accesso alla documentazione corporate, come politiche, procedure e regolamenti. Tali documenti, infatti, sono stati totalmente digitalizzati, rendendoli più accessibili e, al contempo, riducendo il consumo di carta. Attraverso lo sportello virtuale semplifichiamo e promuoviamo la comunicazione tra i dipendenti dei punti vendita e gli uffici Risorse Umane delle sedi, per soddisfare le necessità dei collaboratori in modo rapido e tempestivo. Eventuali segnalazioni più specifiche possono essere condivise anche attraverso il canale di whistleblowing, accessibile dalla intranet e dal sito web istituzionale. Infine, ogni funzione si avvale di un sistema di messaggistica istantanea, utile all'organizzazione operativa giornaliera.

Al 31 dicembre 2024 l'organico di Eurospin<sup>8</sup> è costituito da **21.557 dipendenti**<sup>9</sup> (in crescita del 5% rispetto al 2023).

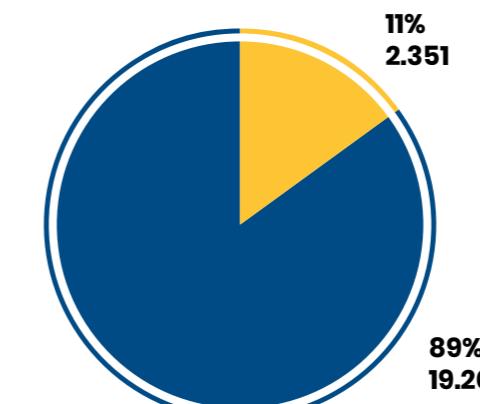
L'89% dei dipendenti è assunto con **contratto a tempo indeterminato**, in aumento rispetto al biennio precedente, quando era pari all'85%, e il **50%** ha un **contratto full time**, in linea con gli anni precedenti. Nel 2024, la quota di dipendenti appartenenti a categorie vulnerabili è pari al 4,3%, distribuita abbastanza equamente tra uomini e donne<sup>10</sup>.

Il **93%** della forza lavoro è costituito dagli **addetti dei punti vendita**. La parte restante è rappresentata dagli impiegati delle sedi amministrative. Dei **31 senior manager** che lavorano nelle sedi operative, il **68%** proviene dalla comunità locale<sup>11</sup>.

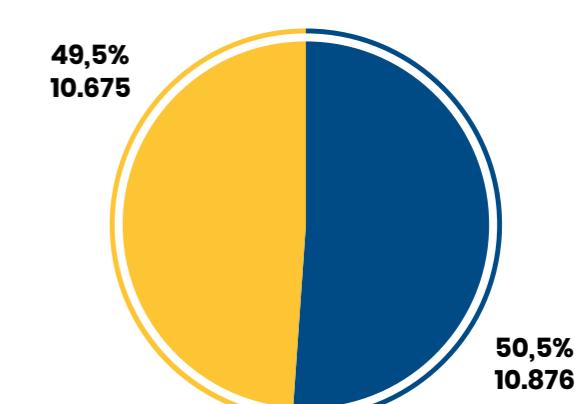
**21.557**  
dipendenti

**89%**  
contratti a tempo indeterminato  
(+4 pp sul 2023)

Dipendenti per tipologia di contratto

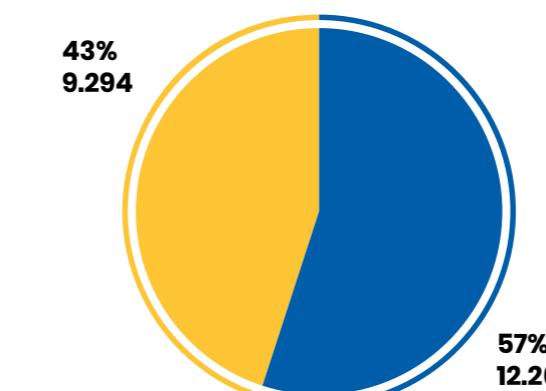


Dipendenti per tipologia di impiego<sup>12</sup>

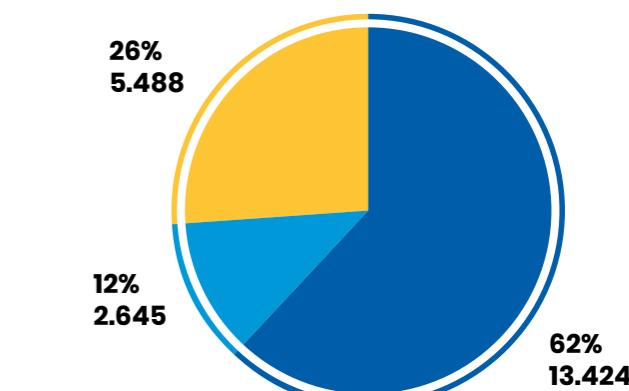


La popolazione aziendale è composta per il **43% da uomini** e per il **57% da donne**, in linea con il biennio precedente. Il **62%** della popolazione si colloca nella fascia **tra i 30 e i 50 anni**, di cui il 42% uomini e il 58% donne. Gli under 30 rappresentano il 26% della popolazione, mentre la restante quota comprende i dipendenti oltre i 50 anni (12%). Rispetto al biennio precedente, risultano in lieve diminuzione i dipendenti con meno di 30 anni (28% nel 2022 e 27% nel 2023), a fronte di un leggero aumento degli over 50 (10% nel 2022 e 11% nel 2023). Si mantengono in linea i dipendenti nella fascia d'età 30-50.

Dipendenti per genere



Dipendenti per fascia di età



Il **100%** della popolazione aziendale è **coperto da accordi nazionali di contrattazione collettiva**<sup>13</sup>.

<sup>8</sup> I dati sulle risorse umane riguardano la Capogruppo Eurospin Italia S.p.A., le cinque società italiane che operano nel canale distributivo del discount, i punti vendita diretti e i depositi sul territorio nazionale, e la società Spinservice S.r.l.

<sup>9</sup> Il Gruppo si avvale, inoltre, della collaborazione di 652 lavoratori non dipendenti, tra cui stagisti e lavoratori somministrati.

<sup>10</sup> La quota comprende solo i dipendenti con disabilità, per tale ragione il dato non è confrontabile con la soglia minima prevista legge 68 del 1999.

<sup>11</sup> Per comunità locale si intende la regione di competenza della Società operativa presso cui il senior manager è impiegato.

<sup>12</sup> Sono presenti anche 6 dipendenti con contratto a chiamata, pari allo 0,027% del totale.

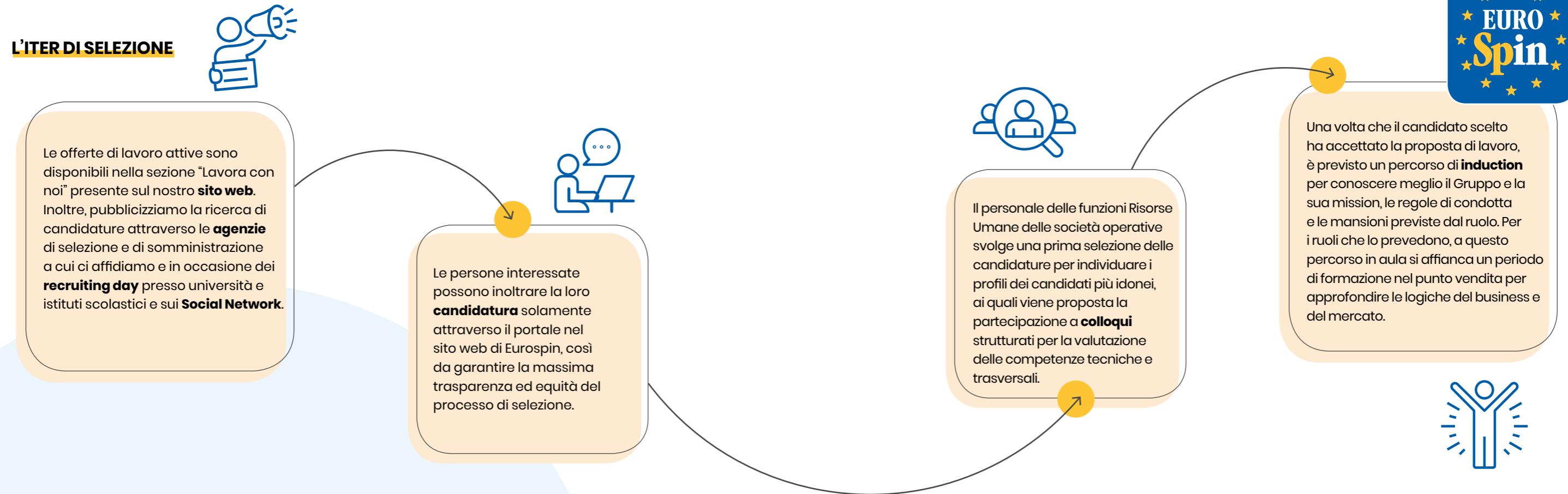
<sup>13</sup> Il Gruppo Eurospin non aderisce ad accordi quadro o ad altri accordi specifici tra azienda e rappresentati dei lavoratori sul rispetto dei diritti umani al di fuori dei CCNL applicati.



## EQUITÀ E MERITO, LE BASI DELLA NOSTRA SELEZIONE

Il processo di selezione del personale si basa sui principi di equità e merito. Applichiamo criteri oggettivi per valutare l'allineamento dei candidati ai valori aziendali e alle competenze per il ruolo ricercato, senza alcuna discriminazione associata alle caratteristiche individuali delle persone, come il genere, la nazionalità, l'orientamento sessuale e l'appartenenza politica. Tali principi sono formalizzati nel nostro Codice Etico di Comportamento.

Il dipartimento Risorse Umane definisce le politiche e le linee guida legate all'attrazione dei talenti, incluse le iniziative di employer branding e l'attivazione dei canali online e offline necessari, alla selezione e all'inserimento in azienda dei neoassunti. Le procedure sono predisposte in coerenza con il Codice Etico che ciascuna società del Gruppo Eurospin ha adottato.



Dal 2024, il processo di ricerca e selezione è stato completamente **digitalizzato**, garantendo massima trasparenza e tracciabilità delle operazioni.

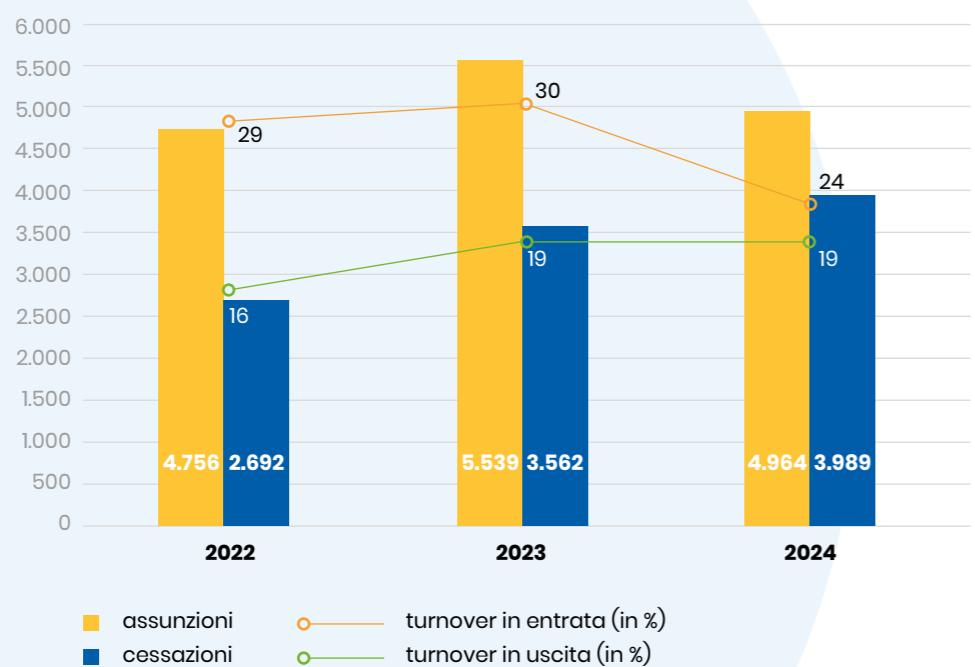
Per agevolare l'ingresso dei giovani nel mercato del lavoro, crediamo profondamente nella collaborazione tra aziende e scuole, università, ITS e altri istituti formativi, fiere del lavoro ed enti del territorio. Dal 2019 collaboriamo con l'Università di Verona per la promozione di tirocini formativi e attività di orientamento. Visto il successo della partnership, nel 2021 abbiamo anche stipulato la "Convenzione di tirocinio, di formazione ed orientamento", rinnovata di recente. Stiamo ampliando ulteriormente le attività di recruiting ed employer branding.

Nel corso del 2024 **sono state assunte 4.965 persone**, di cui il 40% uomini e il 60% donne. Il turnover in entrata<sup>14</sup> si attesta al 24% (30% nel 2023). Dall'altro lato, **si sono registrate 3.989 cessazioni**, dovute soprattutto a dimissioni volontarie e fine di contratti a termine, in aumento del 12% rispetto all'anno precedente. Tuttavia, se si considera il dato in rapporto all'organico, il turnover in uscita<sup>15</sup> è rimasto in linea con quello 2023 (19%).

<sup>14</sup> Il turnover in entrata è calcolato come rapporto tra il totale dei nuovi assunti al 31.12 dell'anno di rendiconto e il numero totale di dipendenti al 31.12 dell'anno precedente.

<sup>15</sup> Il turnover in uscita è dato dal rapporto tra il totale delle cessazioni avvenute al 31.12 dell'anno di rendiconto e il numero totale di dipendenti al 31.12 dell'anno precedente.

## Numero di assunzioni e cessazioni e percentuale di turnover<sup>16</sup>



<sup>16</sup> I dati 2022 sono stati rieposti rispetto a quanto pubblicato nella precedente edizione del Bilancio di Sostenibilità in ragione di una differente modalità di raccolta dei dati.

# Formazione e sviluppo

Crediamo nell'importanza di promuovere la crescita personale e professionale dei collaboratori per stimolare il talento e la creatività, così da offrire un servizio di qualità sempre eccellente e favorire lo sviluppo innovativo del business.

Le linee guida per la pianificazione e l'erogazione della formazione obbligatoria e volontaria sono definite dalla funzione Risorse Umane della Capogruppo. Le Società operative si occupano di attuare le attività previste e possono raccogliere i bisogni formativi specifici, tenendo conto sia delle aspirazioni personali che delle necessità individuate.

### TRE TIPOLOGIE DI EROGAZIONE:



Aula



E-learning



Affiancamento

Oltre alla formazione obbligatoria in materia di salute e sicurezza e di sicurezza alimentare, favoriamo lo sviluppo di **competenze tecniche e manageriali**, come l'utilizzo di applicativi e software specifici, lingua inglese e project management.

Coinvolgiamo i capi settore, che ricevono formazione e aggiornamenti a cadenza periodica, nei percorsi di inserimento dei neoassunti, per facilitare l'apprendimento "on the job" e la trasmissione delle competenze all'interno dell'azienda. Questa modalità di formazione, completata dalle sessioni in aula, è prevista in particolar modo per gli apprendisti e le figure operanti nelle aree vendita in qualità di assistenti di filiale.



**oltre 120.900**  
ore di formazione

Per quanto riguarda l'attività in aula e in modalità e-learning, nel 2024 abbiamo erogato complessivamente **120.960 ore di formazione**, in aumento rispetto all'anno precedente (+6%), corrispondenti a 5,6 ore medie pro-capite, in linea con gli anni precedenti, equamente distribuite tra uomini e donne. A queste si aggiunge l'affiancamento in punto vendita non quantificato in termini di ore.



## LA SCUOLA DEI MESTIERI EUROSPIN

Nel 2016 abbiamo costituito la Scuola dei Mestieri di Eurospin con l'obiettivo di creare futuri professionisti del settore distributivo, specializzati in **Gastronomia, Macelleria e Panetteria**, estendendo il know-how del personale più esperto alle nuove risorse introdotte in azienda. In questo modo vogliamo formare personale qualificato e specializzato, che sappia assistere il cliente durante gli acquisti rispondendo a qualsiasi dubbio o curiosità sul prodotto offerto.

Per i neoassunti inseriti nel percorso Scuola dei Mestieri è previsto un periodo di **formazione on the job** nei "Punti Vendita Scuola" con una figura senior interna all'azienda, ovvero un esperto del settore in grado di trasmettere al neoassunto sia le conoscenze necessarie per poter svolgere la propria mansione con professionalità, che i valori Eurospin. Oltre alla formazione on the job, il progetto prevede l'erogazione di **aule di formazione tecnica** sui temi alimentare, di prodotto e di vendita, e **formazione trasversale**, come comunicazione efficace, team work e relazione con il cliente, rivolta non solo al personale neoassunto, ma anche al personale esperto che si occupa dell'affiancamento. Per monitorare l'efficacia della formazione, a metà e al termine del percorso, i neoassunti vengono sottoposti a un **test di verifica delle conoscenze** e valutati dai superiori secondo i criteri codificati all'interno della "Scheda di valutazione delle competenze tecniche" specifica per il reparto di riferimento. In caso di esito positivo, le risorse vengono inserite all'interno dei negozi.

Nel biennio 2023-2024 sono stati aggiornati i Manuali dei dipendenti. Il personale è stato informato delle modifiche e ha ricevuto una formazione d'aula dedicata.

Oltre alle attività formative, un momento importante per lo sviluppo delle competenze e della carriera del personale di sede è l'incontro annuale tra i manager e i collaboratori del proprio team per la **valutazione delle performance** e delle opportunità di crescita. Nel 2022 abbiamo stilato uno strumento per la valutazione delle competenze, incluse quelle trasversali, a supporto dei manager. La "Scheda di Valutazione delle Competenze Impiegati Gruppo Eurospin" ha l'obiettivo di diffondere una cultura della valutazione e del feedback, basati su criteri oggettivi, e orientare con più efficacia la crescita dei collaboratori. Sono stati organizzati momenti formativi specifici su come dare e ricevere feedback correttamente.

Con l'intento di coinvolgere maggiormente i lavoratori e incoraggiarli al raggiungimento degli obiettivi aziendali e individuali, abbiamo strutturato un **sistema di incentivazione MBO** ("Management by Objectives") rivolto ad alcune figure professionali, compresi i capi settore e i responsabili di punto vendita, che comprende obiettivi sia qualitativi individuali definiti dai responsabili di funzione, che quantitativi legati a progetti specifici e declinati in base alle singole funzioni.





# Salute e sicurezza: un impegno prioritario

Tutelare la salute e la sicurezza di tutte le persone che lavorano con noi è la nostra priorità. Per questo ci impegniamo a minimizzare i pericoli e accrescere la consapevolezza e l'attenzione dei lavoratori.

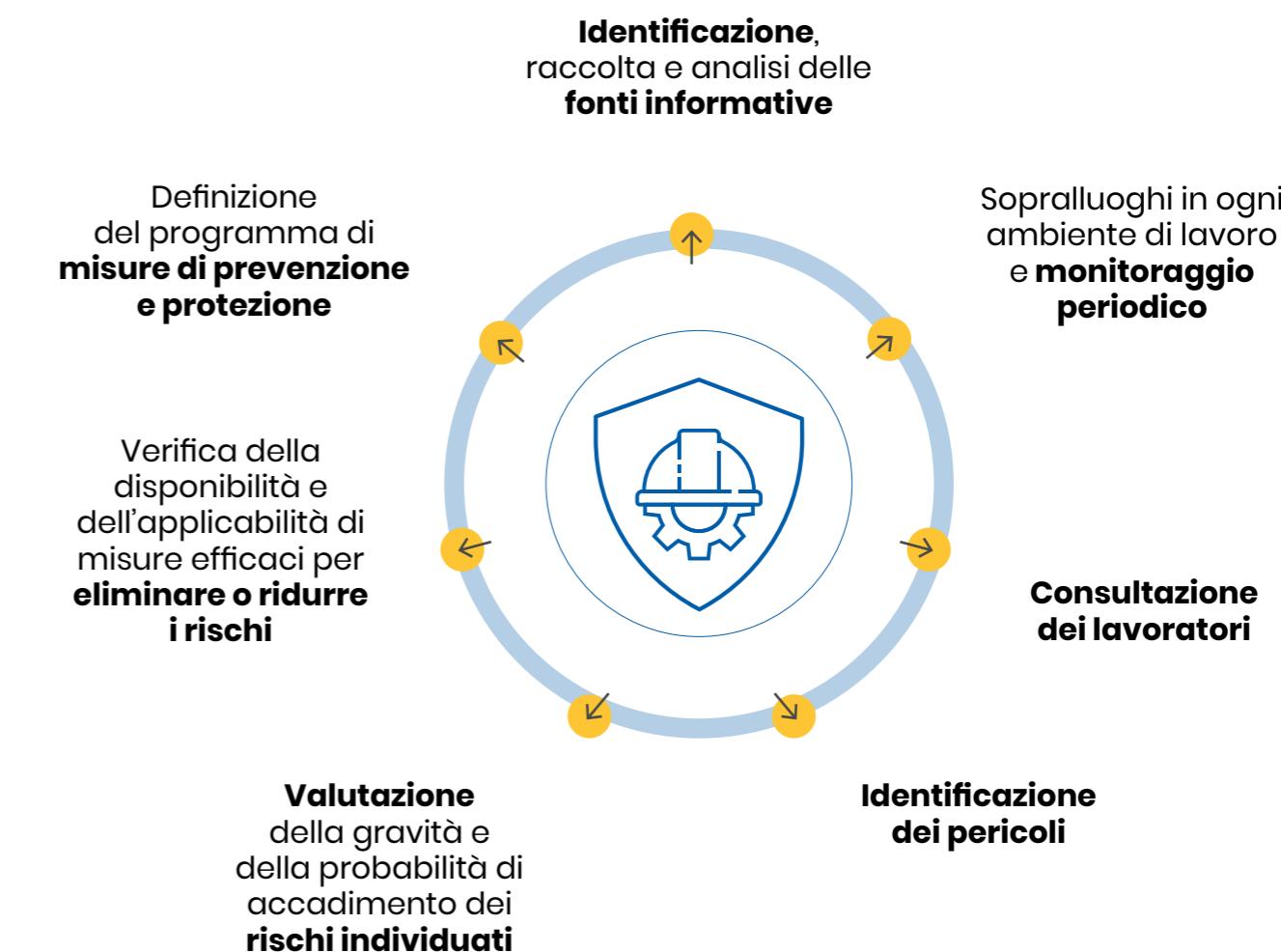
Per tutti i nostri dipendenti, nonché a copertura di tutti i lavoratori non dipendenti<sup>17</sup>, abbiamo adottato un **Modello di Gestione e Controllo ai sensi dell'art. 30 del D. lgs. n. 81/2008**. Il sistema si basa sull'individuazione dei rischi per la salute sui luoghi di lavoro, periodicamente aggiornati nel Documento Valutazione Rischi (DVR), e sulla loro prevenzione e mitigazione, attraverso interventi opportuni e attività di informazione e formazione dei lavoratori. Il piano di attuazione della politica di Gestione della Salute e Sicurezza rientra nel quadro del MOG 231/2001, ed è a sua volta oggetto di audit da parte dell'Internal Audit Department del Gruppo.

**Il Servizio di Prevenzione e Protezione Aziendale** (SPP), prende in esame gli ambienti lavorativi, collaborando con il team progettazione per mantenere gli standard di benessere organizzativo e qualitativo dei propri dipendenti, sovraintendendo le attività e le mansioni svolte, le attrezzature e gli impianti utilizzati per **individuare i potenziali rischi** per la salute e valutare le misure per la loro gestione.

<sup>17</sup> Tirocinanti e lavoratori somministrati.



## SALUTE E SICUREZZA: IL SISTEMA DI PREVENZIONE DEI RISCHI



Oltre alle misure per la prevenzione dei pericoli associati ai luoghi e alle attrezzature utilizzate, adottiamo gli standard più elevati per garantire anche la sicurezza dei nostri prodotti nelle operazioni di movimentazione e vendita a tutela sia dei dipendenti che dei clienti, assicurandoci che le procedure e le modalità prescritte non impattino sulla qualità dell'esperienza d'acquisto.



## PROMUOVERE COMPORTAMENTI RESPONSABILI

La **formazione in materia di salute e sicurezza** è uno degli strumenti chiave per prevenire eventuali situazioni di rischio. Ci impegniamo a garantire un'adeguata conoscenza dei rischi connessi alle attività lavorative e delle azioni preventive da adottare.

Corsi formativi previsti per ruolo:

- Neoassunti:** corsi dedicati che comprendono sia la formazione generale che la formazione specifica per il ruolo ricoperto.
- Addetti all'uso dei transpallet con forche elevabili nei punti vendita:** formazione tenuta dai referenti dell'azienda fornitrice delle attrezzature per preparare al meglio il lavoratore sulle funzioni e sui potenziali pericoli della macchina.
- Preposti:** sessioni annuali secondo il piano formativo in base alle tempistiche stabilite dalla normativa vigente.
- Squadra di Emergenza:** corsi tenuti da società esterne in relazione alle tematiche di primo soccorso e antincendio.
- Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza:** corso iniziale di 32 ore con un aggiornamento annuale di altre 8 ore.
- Dirigente per la Sicurezza:** corso specifico di formazione della durata di almeno 16 ore, ai sensi della normativa vigente.



**44.995**

ore di formazione in materia di salute e sicurezza erogate nel 2024

Nel 2024 il trend degli infortuni non gravi registrati risulta lievemente in aumento, ma, nonostante l'ampliamento della forza lavoro, in linea con gli obiettivi aziendali di salute e sicurezza. La spinta espansionistica e di crescita a livello di numero di punti vendita, dunque, non ha impedito di garantire **standard elevati di sicurezza**.

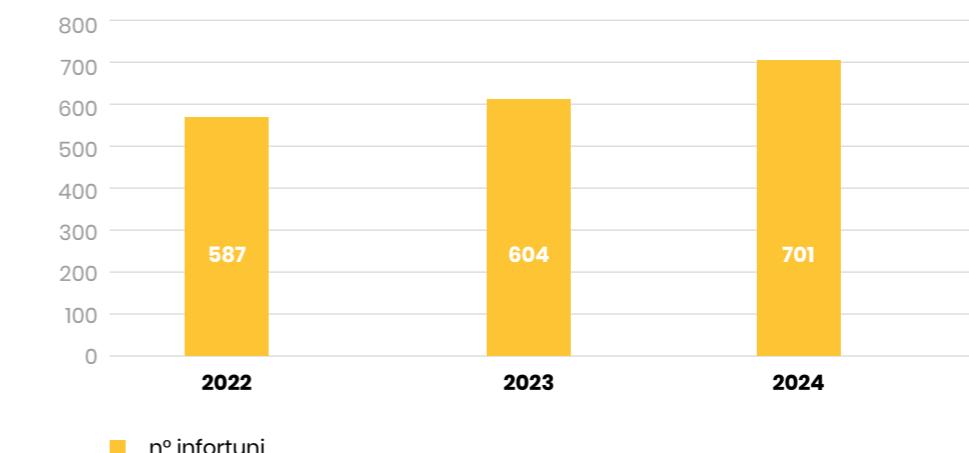
Rapportando il numero di episodi alle ore totali lavorate in azienda, nel 2024 il tasso di infortuni<sup>18</sup> è stato pari a 22,7, di poco superiore ai due anni precedenti (21,1 nel 2023 e 22,5 nel 2022).

Gli infortuni registrati sono principalmente dovuti a distrazione nelle attività lavorative tipo scivolamenti, tagli o lievi impatti durante l'utilizzo dei muletti.

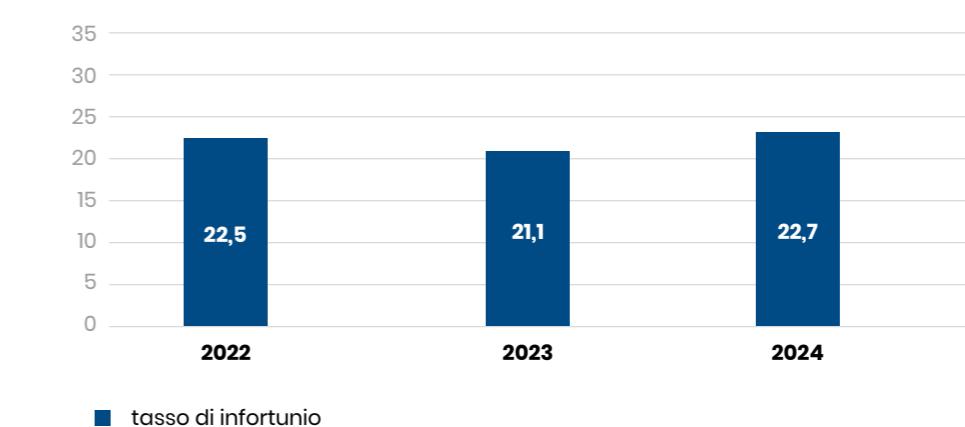
Per quanto riguarda i **collaboratori terziari** nel 2024 si sono verificati **29 casi di infortunio non grave**, in diminuzione rispetto al biennio precedente (50 e 30 infortuni rispettivamente nel 2023 e 2022). Il tasso di infortuni sul lavoro registrabili è pari a 29,1, diminuito notevolmente rispetto al 2023 (-37%) e, seppur meno marcatamente, anche rispetto al 2022 (-11%).

Infine, vengono monitorati gli infortuni riguardanti **altri lavoratori** che operano nei siti dell'azienda<sup>19</sup>. In questo caso, nel 2024 si sono registrati **48 casi di infortunio**, in diminuzione rispetto al biennio precedente, quando erano pari a 52, di cui uno con gravi conseguenze. Principalmente si tratta di infortuni derivanti dall'utilizzo di transpallet elettrici, da movimentazione manuale dei carichi, oppure dovuti a urti, schiacciamenti e scivolamenti.

## Numero di infortuni<sup>20</sup> sul lavoro registrabili\*



## Tasso di frequenza degli infortuni sul lavoro\*



\* I dati rappresentati fanno riferimento ai lavoratori dipendenti.

<sup>18</sup> Il tasso di frequenza degli infortuni è calcolato come il rapporto tra il numero di infortuni e il totale delle ore lavorate nello stesso periodo, moltiplicato per 1.000.000.

<sup>19</sup> I dati riguardano i centri di distribuzione e le aziende logistiche operanti per le Società operative Eurospin Tirrenica, Lazio, Puglia e Sicilia. Non è stato possibile estendere la raccolta dati alla totalità delle aziende manutentive.

<sup>20</sup> I dati 2022 sono stati riesposti rispetto a quanto pubblicato nell'edizione precedente del Bilancio di Sostenibilità.



La nostra missione è quella di focalizzarci soprattutto sulla gestione dei **near miss**. In considerazione degli infortuni registrati, analizziamo ogni scenario, per sviluppare costantemente misure preventive e adottare procedure, formazione ed eventuali accorgimenti di nuove attrezzature o tecnologie. Per esempio, tra le misure introdotte negli ultimi anni, per mitigare i rischi legati alla movimentazione dei carichi e prevenire eventuali infortuni a carico dell'apparato muscoloscheletrico, abbiamo fornito transpallet elettrici capaci di sollevare le forche fino a un'altezza di 70 cm. Per supportare gli addetti dei reparti gastronomia e macelleria nel sollevamento dei prodotti da affettare e nelle operazioni di taglio abbiamo acquistato delle affettatrici verticali in sostituzione di quelle oblique (o a gravità). Adottiamo programmi gestionali per facilitare i punti vendita nel monitoraggio e nella gestione degli aspetti legati al benessere.

## BENEFIT E INIZIATIVE DI WELFARE

Per promuovere il benessere e la soddisfazione dei nostri dipendenti abbiamo istituito una serie di **benefit**: alcuni sono comuni a tutti i dipendenti, altri variano in base alla funzione e alle responsabilità ricoperte e secondo i contratti di riferimento.

### BENEFIT PER TUTTI I DIPENDENTI (CCNL)

Tutti i lavoratori sono iscritti all'Ente di **Assistenza Sanitaria Integrativa del Commercio, del Turismo e dei Servizi e dei Settori Affini** (Fondo Est); inoltre, i quadri sono iscritti alla Cassa Assistenza Sanitaria Quadri (Qu.A.S) e i dirigenti al Fondo Assistenza Sanitaria Dirigenti Aziende Commerciali (FASDAC).

Come previsto dal CCNL, inoltre, garantiamo il diritto al **congedo parentale**. Nel 2024 sul totale degli aventi diritto, ovvero l'intera popolazione aziendale, ne hanno usufruito 1.790 dipendenti, di cui 1.353 donne e 437 uomini. Il tasso di rientro al lavoro<sup>21</sup> dei dipendenti a livello globale è stato dell'89% (in linea con l'anno precedente), più elevato nelle donne (91%) rispetto agli uomini (84%). Il tasso di retention dei dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale<sup>22</sup> si attesta all'86% (in aumento di un punto percentuale rispetto al 2023, ma in diminuzione di 5 punti rispetto al 2022).

Similmente, tutti i dipendenti hanno diritto al congedo familiare per prestatori di assistenza. Nel 2024 ne hanno usufruito 937 dipendenti, equamente distribuiti tra uomini e donne. Oltre al congedo parentale, tutti i dipendenti beneficiano di strumenti di **protezione sociale** contro la perdita di reddito dovuta a malattia, disoccupazione, infortunio sul lavoro e disabilità acquisita e pensionamento.

#### Benefit per tutti i dipendenti



Assistenza sanitaria



Congedo parentale e familiare



Copertura assicurativa in caso di disabilità e invalidità

<sup>21</sup> Il tasso di rientro è calcolato come rapporto tra il numero di persone effettivamente rientrare in azienda al termine del periodo di congedo parentale e il numero di dipendenti che sarebbero dovuti tornare al lavoro nel periodo di rendicontazione.

<sup>22</sup> Il tasso di retention misura il numero di dipendenti che, rientrati in azienda al termine del periodo di congedo parentale, sono ancora dipendenti nei 12 mesi successivi al rientro.



## BENEFIT CHE VARIANO IN BASE AL RUOLO E WELFARE

Tra i benefit che variano in base alla funzione e alle responsabilità ricoperte e secondo i contratti di riferimento rientrano l'assicurazione sulla vita, l'erogazione di un premio di risultato, l'automobile aziendale a uso promiscuo e la dotazione di cellulari e PC aziendali.

Tra le azioni per promuovere il welfare, anche quest'anno abbiamo consegnato un **buono spesa** a tutta la popolazione aziendale, senza distinzione di tipologia contrattuale e inquadramento. A ciò, si aggiungono **nuove iniziative per favorire il benessere** in azienda.

Per il personale delle sedi sono stati introdotti l'orario d'entrata flessibile, la possibilità di lavorare in smartworking, un servizio gratuito di mensa (Mensa Diffusa), l'asilo nido aziendale e alcune convenzioni con attività commerciali sul territorio, come palestre, autolavaggi e lavanderie. Il personale di punto vendita invece, è stato dotato di cellulari aziendali per uso lavorativo.

Inoltre, abbiamo introdotto un portale con sconti e convenzioni per tutti i dipendenti a tempo indeterminato, compresi gli apprendisti, e attivato ulteriori convenzioni, in questo caso a livello nazionale, per esempio con parchi tematici e autonoleggi.

Infine, abbiamo installato erogatori e distributori automatici di acqua, bevande e snack nei luoghi di lavoro.

Una componente fondamentale di un'esperienza lavorativa positiva è anche la costruzione di team coesi e collaborativi. Per questo, promuoviamo momenti di condivisione attraverso eventi celebrativi in occasione delle festività (come il Natale o gli anniversari aziendali), attività di team building su richiesta dei responsabili di funzione e iniziative di aggregazione come gite, tornei sportivi e altre attività ricreative.

Per valutare l'efficacia delle azioni implementate, monitoriamo il **tasso di adesione** alle iniziative, come il numero di iscritti al portale sconti e convenzioni oppure il numero di fruitori dei pasti nella Mensa Diffusa. Inoltre, nel 2024 abbiamo sottoposto alle nostre persone una **"People Survey"** per indagarne la soddisfazione e valutare azioni di miglioramento. Infine, indirettamente, anche il monitoraggio del tasso di turnover ci permette di intuire il benessere generale.

Complessivamente, nel 2024 **abbiamo investito 5,9 milioni di euro in welfare**, in aumento rispetto ai 5,1 milioni del 2023. Se si rapporta il valore investito al numero di dipendenti totali, l'impegno di Eurospin è cresciuto dell'11% rispetto all'anno precedente.



Benefit che variano in base al ruolo e welfare		
		Assicurazione sulla vita
		Premio di risultato
		Automobile aziendale a uso promiscuo
		Cellulare
		PC portatile
		Mensa diffusa
		Buoni spesa e convenzioni
		Flessibilità e smartworking
		Asilo nido aziendale



FILIERA PRODUTTIVA

# Impegno per una qualità accessibile

92%

acquisti da fornitori italiani  
(a valore)\*

92%

acquisti di freschi e freschissimi  
da fornitori italiani (a valore)\*

1,5 mln €

investiti nella qualità

≈1000

test interni ed esterni effettuati



Lavoriamo fianco a fianco con partner qualificati per sviluppare insieme prodotti che rispondono ai più alti standard di qualità e sicurezza.

\*Calcolato sulla spesa di Eurospin Italia



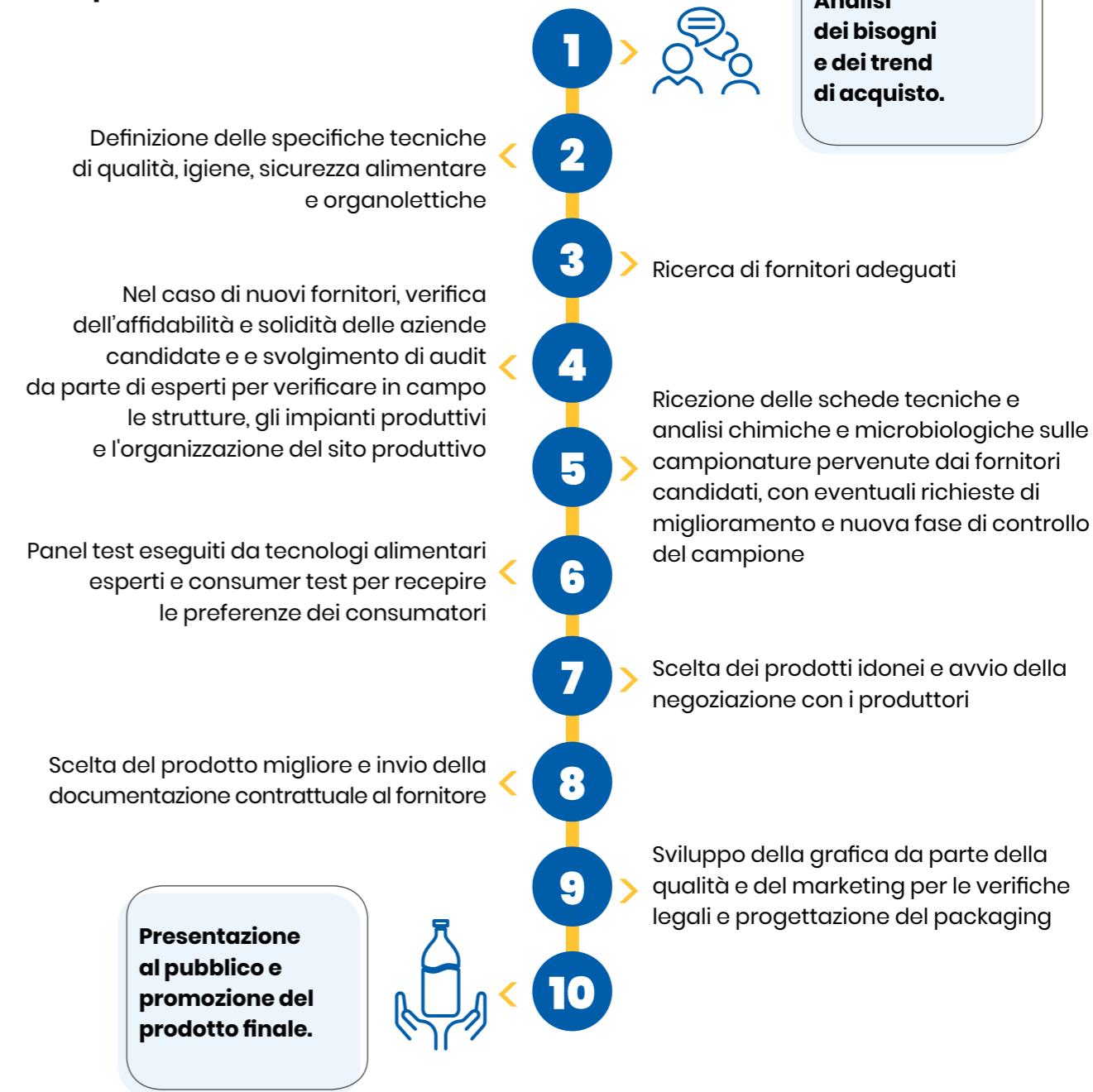
## Le nostre aree di impatto



## Gli elementi di un assortimento di qualità

**Italianità e qualità** sono i principi che guidano lo sviluppo dei prodotti a marchio Eurospin. Entriamo attivamente nel processo di creazione del prodotto, selezionando le materie prime migliori e i fornitori più affidabili e qualificati, e definendo le caratteristiche di qualità e sicurezza che vogliamo garantire.

### Il processo di sviluppo dei prodotti a marchio





La scelta attenta dei partner e le relazioni solide che instauriamo con la catena di fornitura sono cruciali per garantire prodotti sicuri e contribuire così al benessere dei clienti e delle comunità. La decisione di **commercializzare i prodotti sotto marchi di proprietà è una scelta di trasparenza, ma è anche strategica** per realizzare la nostra missione, perché ci consente di concentrare la maggior parte degli investimenti aziendali sul mantenimento del miglior rapporto qualità/prezzo, preservando la fiducia dei nostri clienti.

Abbiamo suddiviso l'assortimento in 3 categorie principali:

- **Prodotti freschissimi:** si tratta dei prodotti da banco come pane, pesce, prodotti di macelleria, prodotti di gastronomia, frutta e verdura.
- **Prodotti grocery food e non food:** comprendono tutti i prodotti alimentari freschi e secchi confezionati (per esempio pasta, olio, biscotti e dolci, prodotti in scatola), detergivi, prodotti per la pulizia della casa, cura della persona, cosmetica e molti altri.
- **Prodotti non food:** sono i prodotti non alimentari (principalmente giocattoli, accessori per il giardinaggio, abbigliamento, fai da te ed elettronica), non presenti continuativamente nell'assortimento, ma commercializzati tramite attività promozionali a tempo limitato.

Nel nostro assortimento contiamo **più di 70 marchi di proprietà**.



## RELAZIONI EQUE E DURATURE

I fornitori sono per noi uno stakeholder di importanza strategica, poiché la qualità del prodotto finale è cruciale per soddisfare le aspettative dei clienti. Per questo, **privilegiamo collaborazioni di medio-lungo termine con i fornitori dei prodotti a marchio**, riconoscendo la continuità e l'affidabilità qualitativa ed economica del partner come requisiti fondamentali. Per instaurare collaborazioni proficue, assicurare continuità di servizio, e quindi di business, e minimizzare potenziali rischi derivanti dalla catena di fornitura, il processo di selezione e le relazioni con i fornitori si basano sui principi di **qualità, capacità tecnica, economicità, puntualità, correttezza ed eticità**.

Monitoriamo i **rischi principali** a cui è esposta la catena di fornitura e che possono caratterizzare le relazioni con i fornitori, come potenziali inadempienze contrattuali in tema di condotta aziendale, prodotto o servizio, possibili problematiche legate agli standard di qualità e sicurezza, tensioni di costo sui mercati di approvvigionamento, interruzioni di fornitura dovute a variabili esogene.

Il sistema di qualifica e controlli che abbiamo adottato è progettato per garantire un monitoraggio approfondito dei processi che ci consente di identificare tempestivamente eventuali criticità e mitigare in modo incisivo i rischi potenziali, assicurando affidabilità e continuità operativa. Ai fornitori è richiesto di condividere il proprio rating Cerved, documento senza il quale l'azienda non può accedere alla selezione, per verificarne solvibilità e merito creditizio, tutelando così il Gruppo dal rischio di insolvenza. Tutti i contratti di fornitura stipulati dalle società del Gruppo prevedono una clausola risolutiva attraverso la quale a ciascun fornitore è **richiesto di prendere visione del Modello 231 della Società e del Codice Etico di Comportamento** e di impegnarsi a rispettare i principi in essi contenuti. Non vengono effettuati acquisti in cui sussista rischio significativo di lavoro minorile o forzato, condotta esplicitamente esclusa dall'art. 23 delle condizioni generali d'acquisto del Gruppo. L'inosservanza di questi impegni da parte del fornitore comporta un inadempimento grave degli obblighi contrattuali che legittima Eurospin a risolvere il contratto di fornitura con effetto immediato. Qualora emergessero violazioni dei diritti umani lungo la catena del valore, Eurospin agirebbe con denuncia tempestiva alle autorità competenti. Inoltre, non intratteniamo relazioni, dirette o indirette, con soggetti dei quali sia sospettata l'appartenenza a organizzazioni criminali o comunque che operano al di fuori della liceità.

Il **portale fornitori telematico** presente sul nostro sito web è la modalità esclusiva con cui i fornitori possono accreditarsi. In questo modo garantiamo la tracciabilità di tutte le fasi del rapporto e assicuriamo un processo di assegnazione basato sui principi di oggettività, equità e neutralità. Solo per le importazioni di alcuni prodotti non food, possiamo avvalerci anche del supporto di intermediari (trader).



Ci impegniamo a garantire ai fornitori di prodotti a marchio un prezzo di acquisto non soggetto a oscillazioni nel breve periodo, fatta eccezione per quei prodotti (come frutta e verdura) il cui costo può subire cambiamenti repentini e radicali in base a fattori non prevedibili, e che quindi richiedono listini variabili nel tempo. Nel condurre le **negoziazioni economiche** con i fornitori, ci basiamo sui principi di trasparenza, correttezza, proporzionalità e reciproca corrispettività delle prestazioni. Condanniamo qualsiasi comportamento che imponga direttamente o indirettamente condizioni contrattuali ingiustificatamente gravose e ci assicuriamo che il prezzo di acquisto non sia inferiore ai costi di produzione e che sia sufficiente per garantire condizioni economiche adeguate verso i fornitori. Per evitare dinamiche di asta al ribasso, concordiamo un periodo entro il quale i candidati possono proporre il prezzo che ritengono più opportuno, che rimane riservato e non visibile agli altri candidati. Solo al termine di questa finestra temporale, prendiamo in esame le proposte per scegliere il prodotto migliore, considerando la qualità e le condizioni economiche.

Per garantire relazioni stabili e sostenibili nel tempo anche sotto il profilo economico-finanziario, il Gruppo pone particolare attenzione al **rispetto delle scadenze di pagamento verso tutti i fornitori** di beni e servizi, sia che derivino da accordi contrattuali, sia che si tratti di obblighi normativi. La dotazione di strumenti informatici evoluti, che permettono una visione complessiva e centralizzata delle operazioni, consente una corretta gestione contabile del rapporto di fornitura, garantendo pagamenti puntuali. Inoltre, i sistemi informativi sono costantemente aggiornati per rispondere alla normativa vigente, in particolare in materia di filiera agroalimentare. Tutte le procedure interne, per esempio, sono state adeguate ai dettami del D.lgs. 198/2021<sup>23</sup>.

**100%**

pagamenti verso fornitori on-time

Nel 2020, a seguito di una fase di test, è stato lanciato il **programma Supply Chain Finance** (Dynamic Discount) che consente alle Società del Gruppo, in momenti di eccedenze di cassa, di effettuare pagamenti anticipati delle fatture, permettendo ai fornitori di accedere a liquidità in tempi più rapidi a fronte di uno sconto dinamico, proporzionale al numero di giorni di anticipo rispetto alla scadenza originaria. Ad oggi, 83 fornitori aderiscono al portale. Data la strategicità di una gestione della tesoreria efficace, abbiamo avviato un progetto pilota che mira a centralizzare e ottimizzare il processo di gestione dei pagamenti del Gruppo, garantendo al contempo maggiore sicurezza e prevenzione di potenziali frodi interne ed esterne.

## IL SISTEMA DI QUALIFICA DEI FORNITORI

Definiamo con procedure specifiche i criteri e le modalità per la gestione del processo di qualifica e mantenimento dei fornitori di prodotti a marchio Eurospin in assortimento fisso. Innanzitutto, come prerequisito per iniziare il processo di qualifica, i potenziali fornitori devono essere in possesso della documentazione necessaria a prova del rispetto dei diritti umani e delle norme in materia di ambiente, lavoro, salute e sicurezza sul lavoro. Una volta avviato il processo, si raccoglie e aggiorna la documentazione necessaria per valutare lo stato di qualifica del fornitore.

<sup>23</sup> Decreto di recepimento in Italia della Direttiva (UE) 2019/633 in materia di pratiche commerciali sleali nei rapporti tra imprese nella filiera.

## PARAMETRI DI QUALIFICA FORNITORI

### AFFIDABILITÀ FINANZIARIA

Controllo dell'affidabilità creditizia dell'azienda attraverso il monitoraggio dello score Cerved

### QUESTIONARIO DI QUALIFICAZIONE

#### Requisiti minimi vincolanti

Possesso di un'autorizzazione sanitaria o di un titolo equivalente e l'applicazione del sistema HACCP (per i prodotti alimentari).

#### Altri requisiti premianti

- possesso di certificazioni internazionali come International Featured Standard (IFS), British Retailer Consortium (BRC), Food Safety System Certification (FSSC 22000) e Global GAP;
- gestione efficace della catena di subfornitura, della tracciabilità, di rischi specifici e del trasporto del prodotto;
- gestione efficace della qualità;
- gestione efficace del processo produttivo attraverso puntuali controlli durante le lavorazioni e specifici piani di campionamento sulle materie prime e sul prodotto finito;
- gestione efficace del Food Defence;
- gestione efficace della Food Fraud.

### RISULTATI DEGLI AUDIT

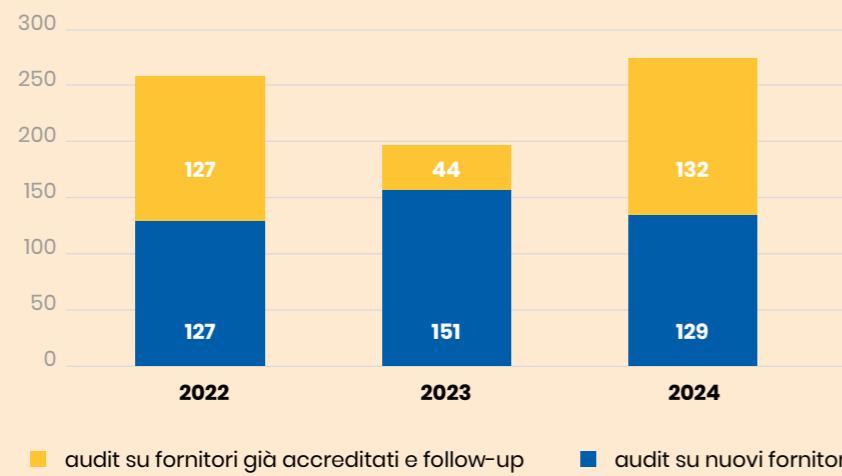
Sottoponiamo i nuovi fornitori ad audit, mentre valutiamo ciclicamente i fornitori già esistenti. L'Ufficio Assicurazione Qualità organizza le attività attraverso una pianificazione annuale, con il supporto di auditor esperti.

#### Aspetti valutati:

- organizzazione aziendale;
- capacità di approvvigionamento del fornitore;
- caratteristiche strutturali e dotazioni impiantistiche del sito;
- modalità di controllo del processo produttivo delle materie prime e del prodotto finito;
- gestione della sicurezza alimentare e della qualità del prodotto;
- gestione della tracciabilità del prodotto.



## Audit sui fornitori



Dopo un lieve rallentamento nel 2023, dovuto a una riorganizzazione interna, nel 2024 le attività sono tornate a regime: sono stati condotti **261 audit**, di cui 129 su nuovi fornitori e 122 su fornitori già in albo, in aumento rispetto al biennio precedente (+34% sul 2023 e +3% sul 2022).

## STORICITÀ DELLE FORNITURE



Privilegiamo la creazione di rapporti di collaborazione a medio-lungo termine con i fornitori, dando importanza alla continuità e all'affidabilità. Per questo, per ogni annualità di fornitura effettuata, attribuiamo al fornitore un punteggio di qualifica positivo.

## INDICE DI CONFORMITÀ DELLE FORNITURE



Indice calcolato sulla base delle non conformità registrate dall'Ufficio Assicurazione Qualità nel corso dell'anno a carico dei prodotti consegnati dai fornitori.

Sulla base delle evidenze raccolte e dei parametri valutati, il sistema di qualifica assegna un punteggio al fornitore. Nel caso di valutazione negativa, viene **richiesto al fornitore di implementare le azioni correttive di miglioramento**, definite in uno specifico Piano.

A seguito all'adozione del **Regolamento europeo 2023/1115 sulla deforestazione**, anche conosciuto con la sigla "EUDR", il Gruppo ha avviato le attività necessarie per adeguare i propri presidi interni alle nuove richieste normative.

### La relazione tra consumi e deforestazione



**90%**  
della  
deforestazione  
causato  
dall'alimentazione  
umana



**36.000**  
ettari all'anno  
di deforestazione  
di cui è  
responsabile  
l'Italia



**6 m<sup>2</sup>**  
all'anno di  
deforestazione  
causati da ogni  
italiano con i  
propri consumi  
alimentari

Fonte: WWF Italia



### SELEZIONE DEI FORNITORI CHE SVOLGONO ATTIVITÀ CON POTENZIALE IMPATTO AMBIENTALE

Alcuni fornitori svolgono attività con potenziale impatto a livello ambientale, come i trasportatori, gli operatori che si occupano di raccolta e smaltimento rifiuti, i laboratori di analisi, i manutentori, gli operatori nell'ambito di demolizioni e bonifiche.

Per questi fornitori abbiamo definito appositi criteri di valutazione, specifici per categoria di servizio. Devono dimostrare, per esempio, di essere in possesso delle dovute abilitazioni o autorizzazioni in corso di validità per svolgere le attività previste per legge, che richiediamo in fase di stipula del contratto. A titolo di esempio, ai trasportatori di rifiuti o fornitori di opere di bonifica sono richiesti:

- iscrizione all'Albo Nazionale dei Gestori Ambientali del trasportatore e le autorizzazioni degli impianti dove conferiscono i rifiuti;
- elenco nominativo degli eventuali subappaltatori e relativa iscrizione all'Albo Nazionale dei Gestori Ambientali;
- Documento Unico di Regolarità Contributiva (DURC);
- autocertificazione antimafia;
- visura camerale.



## RESPONSABILITÀ SOCIALE NELLE FILIERE GLOBALI

Anche per gli articoli non food che completano il nostro assortimento, selezioniamo solo fornitori in grado di garantire che le proprie operazioni e le attività lungo la filiera siano condotte in modo etico, nel rispetto dei lavoratori e delle normative ambientali. Prediligiamo produttori italiani; tuttavia, per alcune categorie, ricorriamo anche a produzioni estere. Negli anni abbiamo consolidato collaborazioni con società di importazione che selezionano i fornitori includendo criteri sociali specifici.

Tra questi, molti sono certificati **Business Social Compliance Initiative (BSCI)**, un'iniziativa internazionale che, attraverso l'adozione di un Codice di Condotta verificato attraverso un rigido protocollo di audit, richiede il rispetto di 11 principi, definiti sulla base degli standard dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO), della Carta dei Diritti Umani delle Nazioni Unite, nonché dei regolamenti nazionali di ogni Paese. Inoltre, per alcune filiere specifiche, come quella del legno, svolgiamo le opportune operazioni di due diligence e scegliamo prodotti certificati FSC®. O ancora, per alcuni prodotti tessili, ci assicuriamo sia presente la certificazione Oeko-Tex® a garanzia che le referenze non contengano o rilascino sostanze nocive per la salute umana.

Infine, in ogni ordine di importazione inoltrato al fornitore esplicitiamo chiaramente la richiesta di garantire il rispetto delle normative sul lavoro e dei diritti umani, quale condizione necessaria per il mantenimento del rapporto commerciale.



## ITALIANITÀ, LA NOSTRA BANDIERA

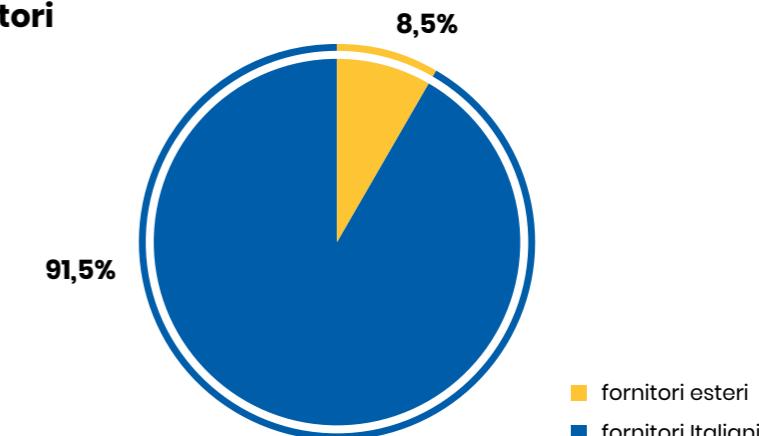
L'italianità è il valore aggiunto e distintivo della nostra offerta. Privilegiamo i rapporti con fornitori locali soprattutto per i prodotti del reparto gastronomia e per le categorie merceologiche carne, frutta e verdura, promuovendo i principi di collaborazione diretta con il produttore, valorizzando la filiera corta e favorendo lo sviluppo locale. Nel 2024 la quota parte di spesa per **approvvigionamento verso fornitori italiani ammonta a 5,8 miliardi di euro, pari al 91,5% del valore totale di spesa**<sup>24</sup>, in lieve aumento rispetto all'anno precedente.

oltre  
**2.100**  
fornitori

**91,5%**

valore della spesa  
verso fornitori italiani

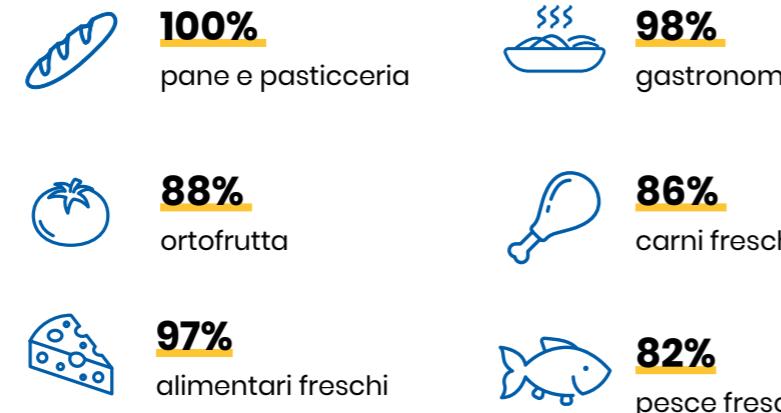
Quote di spesa in base  
all'origine dei fornitori



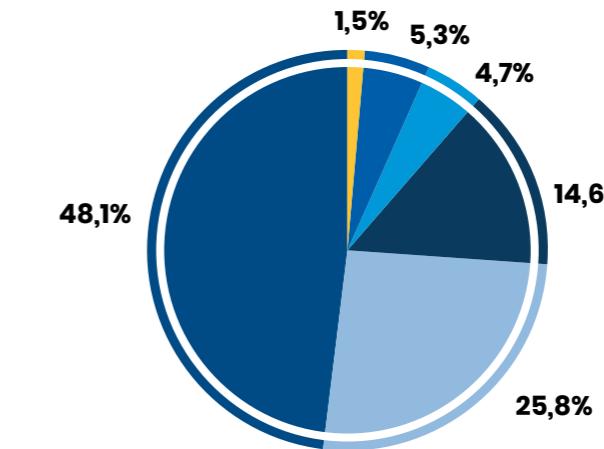
<sup>24</sup> Dati riferiti a Eurospin Italia S.p.A. La spesa verso fornitori italiani di Spinservice S.r.l. ammonta a 90,78 milioni di euro nel 2024, pari al 32,9% del valore totale di spesa.



## Prodotti freschi e freschissimi acquistati da fornitori italiani<sup>25</sup>



## Prodotti con garanzia d'origine per tipologia di certificato



■ STG ■ IGT ■ DOCG ■ DOC ■ IGP ■ DOP

L'attenzione all'italianità è promossa anche attraverso i **prodotti tipici locali**. Con linee dedicate, tra le quali Vini Integralmente Prodotti, Pascoli Italiani e Amo Essere Eccellente vogliamo soddisfare le richieste dei clienti più esigenti, che sono attenti alla provenienza e alla lavorazione delle materie prime, ma non rinunciano alla convenienza. Allo stesso tempo, intendiamo supportare lo sviluppo delle filiere e la crescita economica locale. Questi prodotti, strettamente legati al territorio, raccontano la storia e la cultura di una regione e per questo spesso sono disponibili solo nei punti vendita della zona di riferimento.

Nel 2024 erano **241 le referenze italiane a scaffale garantite da certificazioni di tipicità**, quali Denominazione di Origine Protetta (DOP), Indicazione Geografica Protetta (IGP), Denominazione di Origine Controllata (DOC), Denominazione di Origine Controllata e Garantita (DOCG), Indicazione Geografica Tipica (IGT) o Specialità Tradizionale Garantita (STG).

Oltre a queste, nei **reparti gastronomia, carne e ortofrutta**, i nostri clienti hanno potuto **trovare 231 tipicità**, di cui 145 DOP, 83 IGP, una DOC, una DOCG e una STG.



<sup>25</sup> Calcolato sul valore di spesa per l'approvvigionamento.



# Qualità e sicurezza alimentare

La qualità e la sicurezza alimentare dei prodotti Eurospin sono frutto di un lavoro attento e continuo. In seguito alla selezione dei fornitori e allo sviluppo delle caratteristiche di prodotto ottimali, il monitoraggio prosegue con un piano di controlli completo e attraverso un sistema di gestione della sicurezza alimentare per le fasi di distribuzione e vendita.

Nel 2024 abbiamo investito **1,5 milioni di euro nel controllo e assicurazione qualità**.

La funzione Controllo e Assicurazione Qualità predispone un piano di analisi specifico in base alla categoria di prodotto, definendo la frequenza e le tipologie di controlli, affidati a laboratori esterni qualificati. Il piano comprende analisi microbiologiche, chimico-fisiche e organolettiche.

Per esempio, i test condotti dai laboratori esterni sono di due tipi:

- **Panel test:** i laboratori fanno eseguire i test a degli esperti assaggiatori che possano dare una valutazione tecnica del prodotto.
- **Consumer test:** i laboratori inviano il prodotto in forma anonima a dei consumatori insieme ad altri prodotti comparabili di competitor e leader di mercato per ricevere una valutazione, una preferenza ed eventuali suggerimenti di miglioramento.

Nel 2024 abbiamo condotto analisi su più di 1.600 campioni di prodotti alimentari e pet food a marchio per un totale di **306 test effettuati da laboratori esterni** (+51% rispetto al 2022).

Inoltre, sottoponiamo i campioni anche a test di assaggio interni, effettuati da colleghi appositamente formati, per valutare ingressi di nuovi prodotti, nuovi fornitori, nuove ricette ed eventuali sostituzioni; il tutto per garantire una qualità costante. Questi test vengono effettuati nel dipartimento Acquisti di Eurospin. I **test interni** eseguiti nel 2024 sono **più di 600** e includono prodotti grocery, freschi e freschissimi.

 **300+**  
test esterni

 **600+**  
test interni

Il crescente investimento in qualità del Gruppo testimonia l'impegno nel miglioramento continuo dell'offerta al mercato.

Infine, il 100% delle categorie di prodotti significative è stato valutato in termini di impatti sulla salute e sulla sicurezza per rilevare eventuali opportunità di miglioramento.

Adottiamo i più alti standard di qualità e sicurezza alimentare per assicurarcene che anche in fase di distribuzione e vendita i prodotti siano sempre gestiti e maneggiati correttamente. Il **"Manuale di gestione della sicurezza alimentare"** raccoglie le linee guida e le procedure del Sistema per la gestione della sicurezza alimentare dell'azienda: **Sistema Hazard Analysis and Critical Control Point – HACCP**. Come previsto dal Regolamento CE 852 del 2004 relativo all'igiene dei prodotti alimentari, il sistema di autocontrollo HACCP ha lo scopo di prevenire, eliminare o ridurre i potenziali rischi nella filiera alimentare controllandone la lavorazione, la manipolazione e la distribuzione. Nello specifico, il manuale si applica alle attività svolte in tutti i punti vendita e nelle piattaforme logistiche. Per assicurare che il personale applichi al meglio le procedure previste dal sistema della qualità e quindi garantire standard elevati in tutti i nostri punti vendita, organizziamo **attività di formazione e aggiornamento periodiche rivolte agli addetti** sui temi di sicurezza alimentare, pulizia e igiene nel punto vendita e gestione dei prodotti in scadenza. La formazione è svolta sia in aula che in modalità e-learning.

Le procedure vengono periodicamente aggiornate e adattate alle necessità emergenti del business. In particolare, nel 2024 è stato revisionato il **"Manuale di autocontrollo dei punti vendita"** rendendolo più facilmente fruibile per gli operatori; inoltre, sono state introdotte due nuove procedure per la preparazione alla vendita di frutta e verdura tagliate e per l'utilizzo delle friggitrici. Ogniqualvolta vengano introdotte novità procedurali, gli operatori sono adeguatamente informati e formati.

Attraverso un sistema informatico, inoltre, possiamo tracciare e rintracciare ciascun prodotto in qualsiasi momento. In questo modo siamo in grado di gestire tempestivamente il ritiro dal mercato o il richiamo di determinati prodotti, nel caso in cui dovessimo ricevere segnalazioni di potenziali rischi per la salute o non conformità dei prodotti in vendita.





## QUALITÀ E RESPONSABILITÀ GARANTITE

La garanzia di qualità e sicurezza alimentare dei prodotti è supportata anche dalle certificazioni di qualità, considerate come criteri premianti nella scelta dei fornitori. Tra le iniziative internazionali riconosciute e adottate dal settore alimentare e della grande distribuzione, vi sono:

- **International Food Standard (IFS)**: qualifica i fornitori di prodotti alimentari della filiera della grande distribuzione, verificando la conformità dei fornitori ai requisiti legali e specifici della Grande Distribuzione Organizzata (GDO).
- **British Retail Consortium (BRC)**: certifica le aziende alimentari di trasformazione e preparazione, valutandone la gestione della qualità e la sicurezza igienico-sanitaria dei prodotti, prendendo come riferimento la metodologia HACCP. Si tratta di uno standard volontario, ma spesso richiesto dai retailer per garantire che i fornitori soddisfino specifici requisiti di sicurezza e qualità.
- **Food Safety System Certification (FSSC 22000)**: certifica il Sistema di Gestione della Sicurezza Alimentare garantendo l'adozione delle procedure per promuovere la sicurezza agroalimentare "dal campo alla tavola" sulla base di principi fondamentali riconosciuti a livello internazionale e sulla metodologia HACCP.
- **ISO 9001**: verifica l'implementazione di un Sistema di Gestione della Qualità efficace, allineato ai requisiti individuati dalla norma.

Anche tutti i nostri prodotti non food sono conformi alle direttive di prodotto comunitarie e alle disposizioni italiane sulla **sicurezza elettrica, chimica e di contatto con gli alimenti**. Ci assicuriamo che i prodotti siano stati testati e certificati da enti indipendenti accreditati, non solo in ambito di qualità e sicurezza del prodotto, ma anche in termini di performance. Infatti, su alcuni nostri prodotti sono state anche eseguite prove prestazionali ("Fit for use") che testano le prestazioni simulando il reale utilizzo, in modo che le aspettative dei consumatori siano pienamente soddisfatte.

Data la quantità di controlli e test a cui sono sottoposti i prodotti non food di importazione, nonché la mole di documentazione di accompagnamento, stiamo lavorando alla realizzazione di un **portale per il tracciamento digitalizzato e l'archiviazione dei certificati** e all'introduzione di uno **strumento per la firma e archiviazione digitale dei documenti doganali**. Entrambe le soluzioni mirano a supportare il personale nelle procedure operative, con il beneficio collaterale di ridurre la quantità di carta stampata. Il portale di tracciamento sarà anche accessibile agli stakeholder esterni interessati, come i fornitori e i laboratori. Non è escluso che, una volta rodato, questo sistema venga esteso anche alle referenze non importate.

Per noi di Eurospin qualità significa anche **responsabilità e attenzione agli impatti** associati alla produzione degli articoli che proponiamo sul mercato. Per questo, ove possibile ci impegniamo ad assortire prodotti con certificazioni di sostenibilità ambientale e/o sociale<sup>26</sup>. Nel 2024, l'**81,8% del cacao e il 34% del caffè** erano certificati Rainforest Alliance, così come il **99% del tè in bustina** (quota che si attesta al 7,4% se si considera il tè come ingrediente). Il **52,5% del pesce acquistato** è certificato da un'iniziativa a tutela delle risorse marine, come Friends of the Sea® e MSC Marine Stewardship Council. Inoltre, il **100% delle uova** vendute proviene da galline non allevate in gabbia. Considerando anche le uova utilizzate come ingredienti di altri prodotti, la quota è pari all'89,8%.

Riguardo ai prodotti per la cura della persona, nel 2020 abbiamo introdotto la linea Amo Essere Eco Fior di Magnolia certificata **COSMOS Organic**, che si affianca alla linea Hello Baby certificata **ECO BIO COSMESI**, contenenti ingredienti biologici certificati. Per l'arredamento scegliamo legno certificato FSC®, marchio che assicura che l'intera filiera di trasformazione mantenga una gestione forestale rispettosa dell'ambiente, socialmente utile ed economicamente sostenibile. Nel 2024 **il 100% dell'arredamento in legno è certificato FSC®**, e **il 100% dei prodotti in carta e cellulosa sono certificati PEFC o FSC®**. Inoltre, dal 2018 siamo associati al Consorzio Conlegno, un consorzio privato nato per tutelare il patrimonio forestale e la biodiversità. Per l'importazione di tutti gli articoli il cui codice doganale rientra nel Regolamento Legno (Regolamento UE 995/2010) eseguiamo l'analisi del rischio e identifichiamo tutta la filiera dei fornitori coinvolti.

### I PRODOTTI CERTIFICATI



<sup>26</sup> Le modalità di rendicontazione dei dati sono state affinate e sono stati integrati anche i prodotti di SpinService.



## FOOD

## Certificazioni e standard



- Friend of the Sea®
- MSC Marine Stewardship Council
- GGN Certified Aquaculture
- Dolphin Safe

## Garanzie

- Provenienza da pesca e acquacoltura sostenibili
- Rispetto dei requisiti di responsabilità sociale a tutela di tutti i lavoratori
- Protezione dei delfini e dei mammiferi marini durante le pratiche di pesca



- Produzione biologica

- Rispetto delle pratiche di agricoltura biologica stabilite in Italia dal Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali



- Produzione biologica

- Galline nutritate con mangimi biologici e con ampie aree di movimento



- Rainforest Alliance
- Fair Trade

- Promozione di filiere agricole sostenibili nel rispetto dell'ambiente, della biodiversità e della tutela dei lavoratori e delle loro famiglie



- Spiga Barrata

- Prodotti senza glutine, conformi allo standard AOECS for Gluten Free Foods (Association of European Coeliac Societies)

## prodotti non contenenti glutine

## NON FOOD

## Certificazioni e standard



- COSMOS Organic
- ECO BIO COSMESI

## prodotti per la cura della persona



- Ecolabel

## prodotti per la cura della casa



- OekoTex Standard 100
- Hohenstein Quality Label
- Global Organic Textile Standard (GOTS)
- Global Recycled Standard (GRS)

## abbigliamento



- FSC®

## arredamento



- FSC®/PEFC

## carta e prodotti in cellulosa



- IMQ Istituto Marchio di Qualità

## elettrodomestici

## Garanzie

- Impiego di ingredienti biologici e sostanze chimiche di origine naturale, selezionate sulla base di criteri di sostenibilità ambientale e salubrità

- Elevati standard prestazionali e ridotto impatto ambientale durante l'intero ciclo di vita dei prodotti

- Tessuti non contenenti sostanze nocive per la salute dell'uomo
- Tessuti realizzati con fibre naturali da agricoltura biologica
- Tessuti realizzati con fibre riciclate

- Legno proveniente da foreste gestite in maniera corretta e responsabile secondo rigorosi standard ambientali, sociali ed economici

- Carta e materiali provenienti da foreste gestite in maniera corretta e responsabile secondo rigorosi standard ambientali, sociali ed economici

- Conformità dei prodotti elettronici ai requisiti delle norme CEI ed EN



CLIENTI

## Dal bisogno alla trasparenza

6

→ linee a marchio dedicate ai bisogni emergenti

4+ mln

→ clienti registrati nell'App Eurospin Family nel 2024<sup>27</sup>

+11%

→ aumento delle vendite dei prodotti della linea Amo Essere rispetto al 2023



Migliorare l'esperienza del cliente è il nostro obiettivo quotidiano. Per noi, costruire relazioni autentiche con il mercato significa ascoltare, capire e agire con trasparenza.





## Le nostre aree di impatto

Temi materiali

### Ascolto e dialogo con i clienti

Aiutiamo i nostri clienti a valorizzare al massimo il loro tempo, oltre che il loro risparmio.

### Etichettatura e comunicazione trasparente

Garantiamo che le nostre etichette rispettino tutte le normative e forniamo importanti informazioni aggiuntive.

Azioni intraprese

Ottimizzazione del format per struttura, disposizione e impiego di tecnologie all'avanguardia.

Linea Amo Essere per soddisfare i nuovi trend di consumo.

Comunicazione multicanale per recepire tutte le esigenze.

Assistenza semplice e veloce anche tramite l'App Eurospin Family.

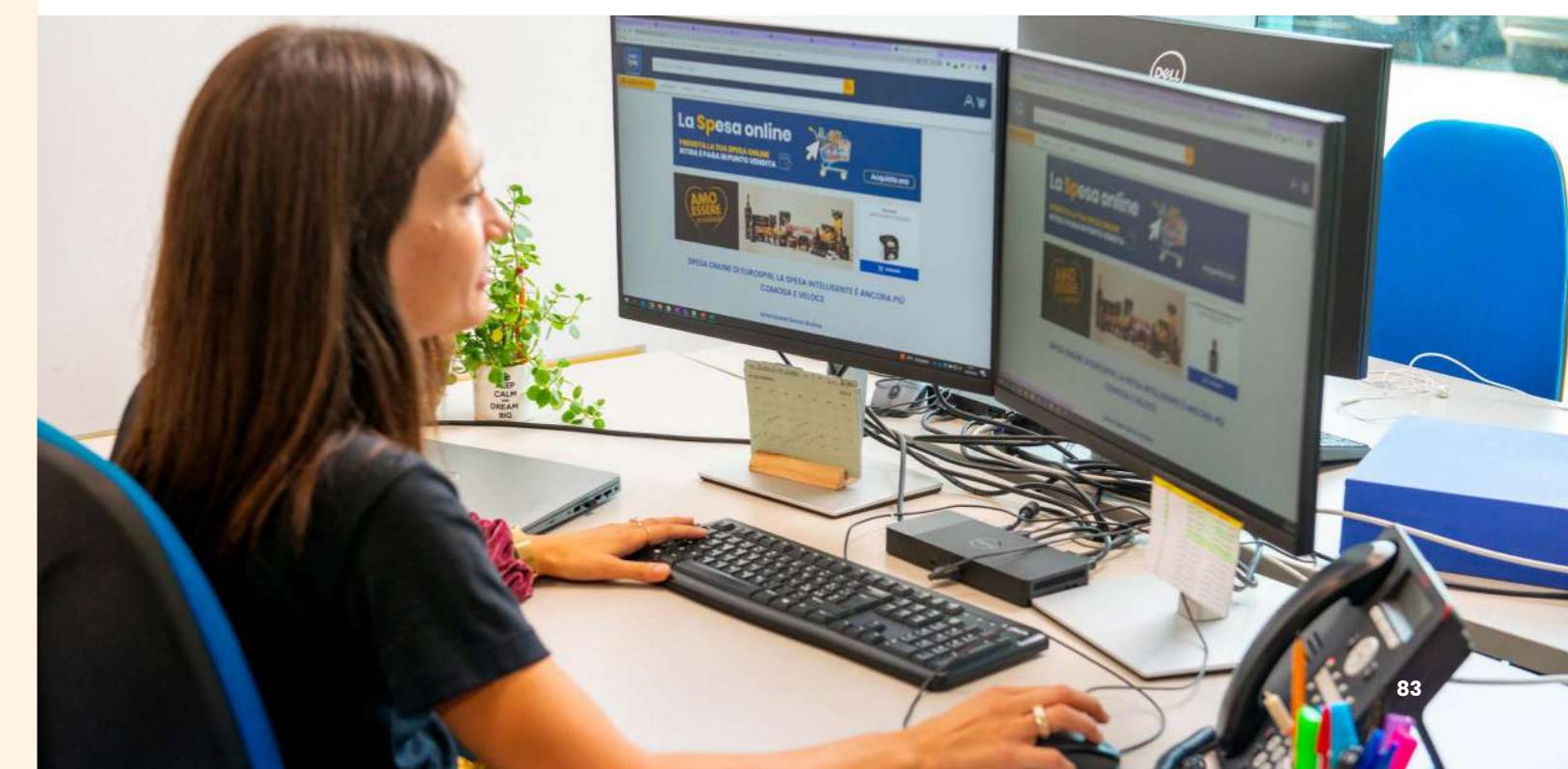
## Spesa smart, esperienza di qualità

Il segreto di una spesa semplice e veloce risiede nell'attenta progettazione di ogni singolo aspetto: dalla struttura dei punti vendita, all'esposizione dell'assortimento, fino ai più piccoli accorgimenti per garantire il benessere dei clienti.

Nella società di oggi, il tempo è una risorsa di grande valore. Noi di Eurospin, anche per un'attività comune e di routine come la spesa, aiutiamo i nostri clienti a valorizzare al massimo il loro tempo, oltre che il loro risparmio. Nel corso degli anni, il format dei negozi Eurospin è evoluto per rispondere alle esigenze del mercato sino ad arrivare al nuovo format che, oltre ad avere ottimizzato la struttura, prevede l'impiego di tecnologie all'avanguardia e attrezature di ultima generazione.

Poniamo estrema attenzione agli standard con cui progettiamo, realizziamo e allestiamo i nostri negozi, per fare in modo che i clienti si ritrovino in un ambiente accogliente e familiare e percepiscano l'identità dell'insegna.

In più, per rispondere sempre meglio all'esigenza crescente di rapidità e comodità, da gennaio 2019 è attivo il servizio Online Store per la vendita online dei prodotti non food di Eurospin con consegna a domicilio. La **Consegna a Casa**, effettuata tramite corriere su tutto il territorio nazionale, è a pagamento, in base al peso e volume dei prodotti. Il servizio è stato poi completato con **Clicca e Ritira**, gratuito e disponibile su tutta la rete di punti vendita italiana. Dal 2021, inoltre, per molti punti vendita abbiamo abilitato La **Spesa Online** anche per l'assortimento alimentare, da ordinare sullo shop online e ritirare nel punto vendita più vicino, per rendere la Spesa Intelligente ancora più veloce. Nella città di Milano è anche disponibile il servizio di consegna a casa.





## "La spesa da Eurospin è semplice e veloce perché...

Apriamo i nostri punti vendita in **posizioni strategiche** e **facilmente accessibili**. La loro **presenza è capillare** sul territorio italiano: c'è sempre un Eurospin vicino al cliente.

**...è vicina"**

Ci assicuriamo che le condizioni ambientali nei punti vendita siano sempre ideali per garantire il **massimo comfort** durante la spesa. La **temperatura**, l'**illuminazione** e la **qualità** dell'aria, infatti, sono costantemente monitorate e, in caso di necessità, adeguate attraverso un sistema di controllo centralizzato.

**...è piacevole"**

Ogni referenza è riposta sugli scaffali all'interno del proprio packaging secondario, ovvero nei cartoni, distinti per colore e grafica così da **facilitare l'individuazione dei prodotti**. Questa modalità permette di **rifornire i punti vendita rapidamente**, garantendo la continuità dell'assortimento e un risparmio nei costi per poter essere sempre più competitivi.

**...è accessibile"**

Tutti i **punti vendita** sono segnalati con **accessi ben visibili**. Sono dotati di **ampio parcheggio** per consentire una mobilità agevole sia in ingresso che in uscita, nonché favorire la sicurezza delle persone che vi accedono.



**...è sempre disponibile"**

**...è completa"**

Il nostro assortimento prevede una **gamma completa di prodotti** per rispondere a tutte le esigenze quotidiane di una famiglia, ma con una selezione mirata, per rendere più veloci ed **efficienti le scelte di acquisto**. Nei punti vendita, gli **spazi sono organizzati** in modo intuitivo e i prodotti sono distribuiti con **razionalità**, così che tutto quello che serve sia a portata di mano. Tra i criteri per l'esposizione dei prodotti consideriamo il prezzo, la funzionalità e la sicurezza, nonché criteri estetici.

## LE PREFERENZE ALIMENTARI DEGLI ITALIANI



### **Dieta vegetariana e vegana**

In Italia il 90,5% della popolazione si dichiara onnivora: la percentuale include anche un 5% di individui che hanno seguito una dieta vegetariana in passato. Nel 2024 i vegetariani sono il 7,2%, il valore più alto del decennio, mentre i vegani il 2,3%, il quadruplo rispetto a dieci anni prima.



### **Vantaggi del cibo plant-based**

Tra chi si dichiara vegetariano o vegano, l'86,4% sostiene di sentirsi meglio fisicamente e il 73,3% di mantenere con più facilità il peso forma. Secondo il 66,5% degli intervistati, anche la creatività in cucina ne giova. C'è però un 39,8% che rimpiange i sapori della tradizione culinaria.



### **Alimentazione "free from"**

Alcuni alimenti "senza" sono entrati a far parte delle abitudini dei nostri connazionali, anche in assenza di allergie o intolleranze. I più diffusi sono quelli senza lattosio, consumati dal 30,9% della popolazione. Seguono i cibi senza zucchero (25%), glutine (21%), lievito (18,3%) e uova (13,8%).



### **Cibi funzionali e superfood**

Hanno conquistato una grande popolarità gli alimenti salutari ad alto valore nutrizionale, come i mix di frutta secca e semi (il 33,5% della popolazione ne fa un uso frequente, il 37% sporadico) e i semi di lino, girasole, canapa ecc. (il 23,5% li consuma spesso, il 37% qualche volta).



### **Aderenza alla dieta mediterranea**

Da uno studio condotto su 3.732 adulti volontari emerge che soltanto il 5% mostra un'aderenza elevata al modello della dieta mediterranea, un modello caratterizzato da un elevato apporto di frutta e verdura, cereali (specie se integrali), legumi, olio d'oliva e frutta secca.



### **Pasti fuori casa e salute**

L'aderenza alla dieta mediterranea scende tra le persone che lavorano fuori casa (a tempo pieno o parziale) e dunque hanno meno possibilità di dedicarsi alla preparazione dei pasti. Tra chi tende a rispettare di più la piramide alimentare ci sono le persone vegetariane e vegane.

Fonte: Rapporto Italia 2024, Eurispes; indagine Arianna condotta dall'Istituto Superiore di Sanità





# Bisogni in evoluzione, nuove soluzioni

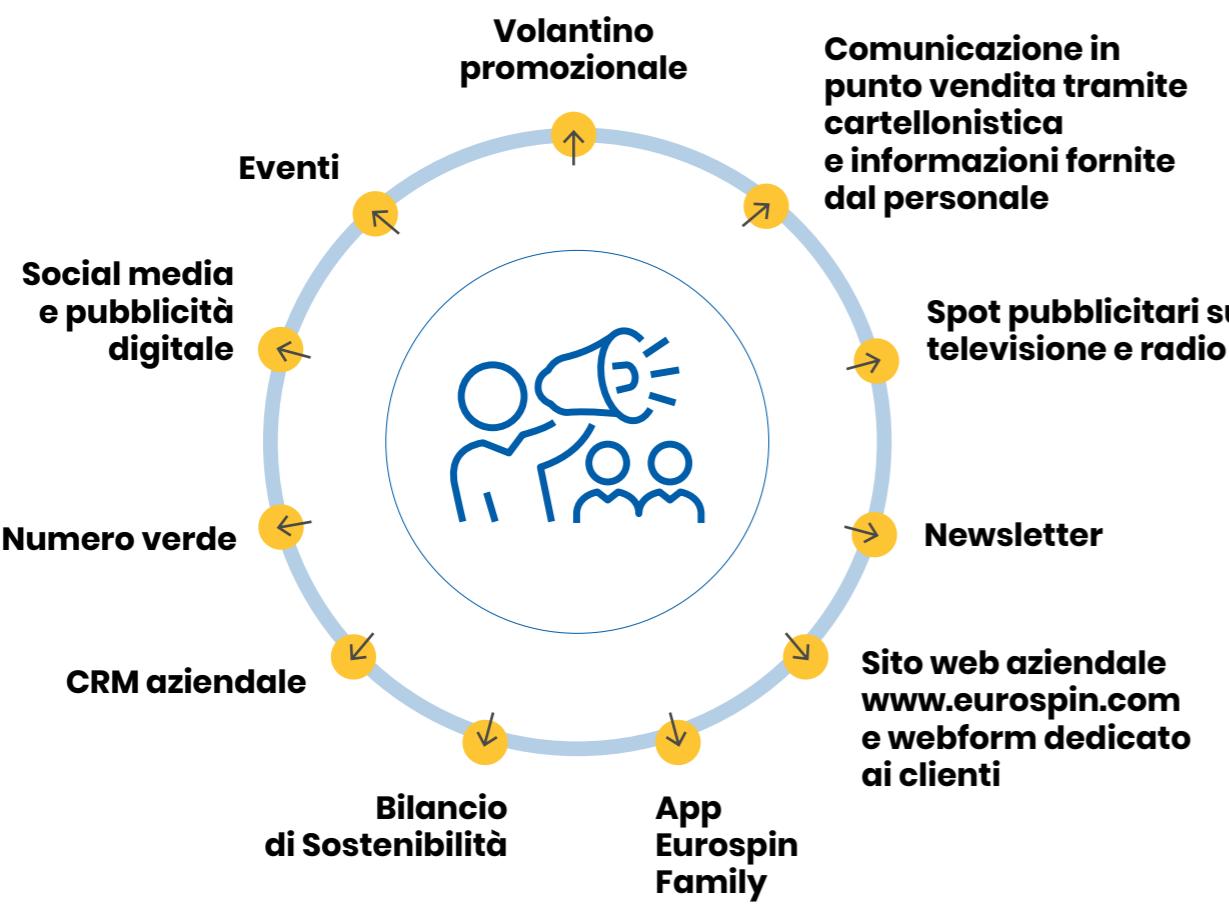
Lo sviluppo di nuovi prodotti parte da un'attenta analisi dei bisogni e delle richieste dei consumatori, così da garantire sempre un assortimento che risponda alle esigenze dei nostri clienti.

Per questo, seguiamo un approccio basato su più livelli:

- indaghiamo i bisogni e le richieste che emergono dai consumatori, attraverso l'analisi periodica dei dati forniti dalle maggiori agenzie di rilevazione di tendenze sul consumo;
- verifichiamo la risposta dei clienti a categorie di prodotto specifiche già introdotte nei punti vendita, per conoscerne il livello di gradimento;
- analizziamo e monitoriamo le richieste ricevute direttamente dai clienti attraverso i nostri canali di segnalazione.

Per pianificare le nostre scelte future, per noi di Eurospin è fondamentale mantenere aperto e continuo il dialogo con i nostri clienti. Per fare ciò, ci avvaliamo di una comunicazione multicanale, sia online che offline.

## CANALI DI COMUNICAZIONE E DI ASCOLTO



Il **volantino** Eurospin è senza dubbio lo strumento più semplice e immediato per informare i clienti sulle attività promozionali. Al contempo, riveste un ruolo fondamentale nella trasmissione del valore dei nostri marchi, della nostra identità e della nostra mission, così come avviene nelle comunicazioni pubblicitarie su **televisione e radio**.

L'organizzazione o partecipazione a **eventi** mira a favorire la dimensione esperienziale, fornendo a un numero elevato di persone l'opportunità di provare i prodotti Eurospin. Queste occasioni sono utili anche per raccogliere un feedback diretto da clienti e consumatori.

Il percorso di digitalizzazione della comunicazione ha visto inoltre la crescita dei **profili social media** di Eurospin, tra cui Facebook, Instagram, TikTok e LinkedIn, attraverso i quali possiamo entrare direttamente in contatto e dialogare con i nostri clienti, approfondendo anche alcuni temi di sostenibilità, come la lotta contro lo spreco alimentare.

Di più recente introduzione è l'**App Eurospin Family** che permette ai clienti di scoprire, di settimana in settimana, nuove offerte dedicate e sbloccare sconti esclusivi, nonché accedere ai volantini digitali e ricercare il punto vendita più vicino. Con la sezione "Lista spesa", il cliente può anche creare e condividere la propria lista di articoli da acquistare. Infine, tante ricette da cui prendere ispirazione possono essere salvate nell'area "Il tuo ricettario" per averle sempre a portata di mano.

## LA PRESENZA DI EUROSPIN SUI SOCIAL MEDIA

CANALE	FACEBOOK	INSTAGRAM	TIKTOK	LINKEDIN
FAN/FOLLOWER	1.202.361	379.712	181.656	159.690

Per raccogliere le opinioni e le segnalazioni dei nostri clienti, invece, mettiamo a disposizione un **servizio di assistenza**. Attraverso un apposito **webform**, chiamando il **numero verde** dedicato, consultabili sul nostro sito web, o tramite l'**app**, i clienti possono chiedere informazioni, fornire suggerimenti, manifestare apprezzamento o muovere critiche e reclami. In particolare, l'app permette ai clienti di ottenere sia assistenza sui prodotti o servizi, che sul funzionamento stesso dell'app e sulle relative funzioni, come il tipo di offerte attive, le modalità di ritiro dei premi, ecc. Ogni richiesta pervenuta dai clienti, i cui dati sono trattati nel pieno rispetto delle normative privacy, viene esaminata e gestita secondo specifiche procedure interne. Sulla base del tema trattato, la segnalazione viene indirizzata alla funzione di competenza che ne prende in carico la verifica, per poi fornire un riscontro al cliente in tempi brevi.

Nel 2024, tramite il webform e il numero verde dedicati all'assistenza clienti, abbiamo ricevuto circa 27.000 **reclami**, su 365.000 ticket totali, di cui il 60% relativo ai prodotti e il 40% al servizio. Attraverso l'app, invece, sono stati gestiti poco più di 67.000 reclami, in questo caso soprattutto relativi all'utilizzo dell'applicazione stessa.



## AMO ESSERE, LA LINEA PER OGNI ESIGENZA

In un mercato in evoluzione e sempre più variegato negli stili di vita e nelle preferenze dei consumatori, studiamo costantemente nuovi prodotti per soddisfare anche esigenze specifiche, senza rinunciare a gusto e convenienza. Ecco perché abbiamo creato la marca Amo Essere, che raccolte prodotti di alta qualità suddivisi in marchi verticali, dedicati a **esigenze di tipo gourmet, etico e salutistico**. Le diverse linee, segnalate da un colore distintivo, permettono ai clienti di individuare facilmente e velocemente prodotti con determinate caratteristiche. I prodotti a marchio Amo Essere sono spesso inseriti nelle attività promozionali per rendere queste referenze ancora più accessibili e offrire a tutti la possibilità di provarle.



### Amo Essere Eccellente

linea di Eurospin dedicata alle eccellenze gastronomiche, di alta qualità e dal gusto prelibato. Una vasta scelta di sapori – molti dei quali DOP, IGP, STG – nati per soddisfare le richieste dei clienti che cercano prodotti realizzati con attenzione alla provenienza e alla lavorazione delle materie prime, senza rinunciare alla convenienza.



### Amo Essere Senza Glutine

rivolta a chi è intollerante al glutine, la linea, contrassegnata dal cuore color nocciola, offre i formati più diffusi di pasta a base di farine di mais e riso, oltre a miscele speciali da utilizzare come materie prime (preparati per torte, pane e pizza). Sono poi disponibili prodotti da forno già pronti per la prima colazione o la merenda. Tutte le referenze della linea sono verificate da AIC (Associazione Italiana Celiachia) e riportano il marchio Spiga Barrata sulle confezioni.



### Amo Essere Senza Lattosio

una vasta gamma di prodotti contrassegnati da un cuore lilla che comprende latte e latticini altamente digeribili, pensata per gli intolleranti al lattosio, senza rinunciare al piacere e alle proprietà nutritive del latte e dei suoi derivati.



### Amo Essere Bio

per consumatori responsabili, che hanno fatto della sostenibilità uno stile di vita. Contrassegnata da un cuore di colore verde, propone una vasta gamma di prodotti certificati secondo le norme europee per la produzione biologica. La linea comprende gli ingredienti di base che non possono mancare in cucina: olio extra vergine d'oliva, uova, pasta trafilata al bronzo, riso, farina, latte intero, passata di pomodoro, cioccolato, frutta secca e succhi di frutta. Bevande vegetali alternative al latte (di avena, di riso, di riso e soia) e tofu al naturale completano l'offerta.



### Amo Essere Veg

una linea di prodotti a base vegetale, composta da piatti pronti, freschi e surgelati, appetitosi e pratici. Con Amo Essere Veg, la cucina vegetale diventa così un'alternativa alla portata di tutti, oltre che un modo per approfittare della ricchezza e della varietà che il mondo vegano e vegetariano sa offrire.



### Amo Essere Eco

la linea per la cura della persona e della casa. I prodotti cosmetici sono stati formulati e testati per ridurre al minimo il rischio di allergie. I prodotti per la detergenza degli abiti e per la pulizia della casa sono certificati Ecolabel, a garanzia di una produzione responsabile nel rispetto della salute e dell'ambiente.

Negli ultimi anni è cresciuto il numero di prodotti commercializzati sotto i brand della linea Amo Essere: siamo passati dalle 571 referenze del 2022 alle 684 del 2024 (+20%).

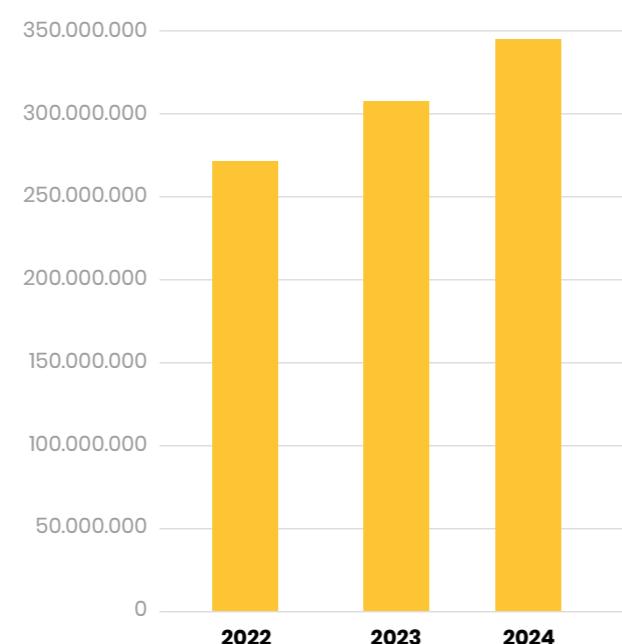
Marchi della linea Amo Essere	2022*	2023	2024
AMO ESSERE ECCELLENTE	318	344	368
AMO ESSERE SENZA GLUTINE	31	36	36
AMO ESSERE SENZA LATTOSIO	40	45	51
AMO ESSERE BIO	103	105	115
AMO ESSERE VEG	46	55	73
AMO ESSERE ECO	33	39	41
<b>Totale</b>	<b>571</b>	<b>624</b>	<b>684</b>

\*I dati 2022 sono stati rieposti a fronte di una revisione nella modalità di estrazione dei dati, considerando anche gli articoli "spot", ovvero commercializzati in quantità limitate.



Anche le vendite riflettono questa crescita: dai 275,8 milioni di pezzi venduti nel 2022, si è passati a 306,5 milioni nel 2023 e 341,4 milioni nel 2024. Tutte le linee hanno registrato un trend positivo e ininterrotto. In particolare, i tassi di crescita delle vendite più elevati riguardano i prodotti Amo Essere Veg (+21% rispetto al 2023) e Amo Essere Eco (+18%), seguiti dalle referenze Amo Essere Senza Glutine (+14%).

#### **Numero di pezzi venduti, commercializzati sotto le linee della marca Amo Essere**



## Trasparenza nella comunicazione

L'impegno di Eurospin per garantire la qualità e la sicurezza dei prodotti in assortimento si traduce anche nell'assicurare una comunicazione responsabile e trasparente nei confronti dei clienti.

In questo senso, le etichette dei prodotti rappresentano lo strumento più importante e immediato per comunicare informazioni chiare e accurate sulle caratteristiche dei nostri prodotti. Tali informazioni, infatti, possono influenzare le scelte di acquisto e consumo. Per questo, ci impegniamo per fornire ai nostri clienti tutte le informazioni utili e rilevanti per poter compiere scelte informate e consapevoli.

Innanzitutto, **garantiamo che le nostre etichette rispettino tutte le normative applicabili, nazionali e internazionali**, che disciplinano l'informativa sui prodotti, come l'indicazione degli ingredienti e degli allergeni, dei valori nutrizionali, della data di scadenza, delle modalità di utilizzo e di smaltimento del packaging.

Le **"Linee Guida Etichettatura"** di Eurospin per i prodotti alimentari esplicitano la documentazione e le informazioni minime obbligatorie da richiedere ai fornitori. L'Ufficio Assicurazione Qualità verifica periodicamente la correttezza dei contenuti delle etichette di tutte le categorie di prodotti a livello tecnico-legale attraverso una propria check list di valutazione di conformità. L'Ufficio Qualità segue tutte le fasi di verifica dell'etichettatura fino al rilascio dell'approvazione finale dei testi presenti sull'etichetta. Nel caso in cui siano coinvolti consulenti esterni per svolgere il controllo di tali aspetti, richiediamo a questi ultimi di fornire un report di conformità con riferimento alla normativa vigente per ciascun paese di commercializzazione oggetto di verifica tecnico-legale.





## INFORMAZIONI CHIARE E SEMPLICI

Oltre a rispettare i requisiti di etichettatura previsti per legge, attraverso le nostre etichette forniamo anche **importanti informazioni aggiuntive**. In particolare, di seguito riportiamo alcuni esempi:



Per alcuni prodotti forniamo indicazioni nutrizionali, sulla salute o informazioni sull'**assenza di glutine, latte, lattosio e uova** utili ai consumatori per individuare una dieta adatta alle proprie necessità. Alcuni dei prodotti riformulati sostituendo gli ingredienti contenenti glutine sono verificati dall'Associazione Italiana Celiachia (AIC) e riportano il marchio "Spiga Barrata".



I **prodotti vegetariani** vengono identificati dal claim "100% vegetale" o "Vegetale" e i **prodotti vegani** vengono identificati dal logo "Vegan" sul fronte della confezione.



L'informazione sul **contenuto di fibre** è presente nella totalità dei prodotti contenenti fibre. Dove possibile vengono forniti i valori medi per 100 g e per porzione, entrambi accompagnati dalla percentuale delle assunzioni e dal numero di porzioni di riferimento. Su diverse linee di prodotto l'energia viene riportata in forma grafica sul fronte riferita sia a 100 g/ml sia per porzione.



I claim riferiti all'**assenza/presenza di additivi** (coloranti, conservanti, esaltatori di sapidità, dolcificanti, conservanti) e all'assenza di OGM vengono inseriti solo se effettivamente differenzianti per il prodotto. Nel caso degli OGM, per esempio se ne vanta l'assenza se è documentabile una gestione più restrittiva di quanto previsto dalla legislazione vigente, attraverso schemi di certificazione volontari.



Per i **prodotti ittici**, dove richiesto, viene data evidenza della specie ittica, della zona di pesca e degli attrezzi da pesca utilizzati, anche nel caso di preparazioni. Qualora siano previste alternative, viene inserita una codifica aggiuntiva stampata con il codice lotto o con il Termine Minimo di Conservazione (TMC) che consenta al consumatore di identificare la specie ittica presente e/o la zona di provenienza.



Il **miglioramento della formulazione dei prodotti**, come prodotti da forno senza olio di palma, prodotti in cui la farina utilizzata viene sostituita con farina 100% integrale, prodotti per cui è stata effettuata una diminuzione dell'uso di additivi, l'eliminazione degli aromi o il passaggio ad aromi naturali. Sono tendenze del mercato recepite in fase di acquisto. Tutti i claim sono supportati da documentazione che ne certifica la veridicità.

Raccogliamo e gestiamo tutte le segnalazioni e i reclami ricevuti dai clienti su aspetti inerenti all'etichettatura dei prodotti effettuando adeguate verifiche e fornendo sempre un riscontro al cliente che ha effettuato la segnalazione. Con riferimento a episodi di non conformità in materia di etichettatura di prodotti, si segnala che nel triennio 2022-2024 abbiamo registrato complessivamente 6 rilievi da parte delle Autorità. Per tutte le segnalazioni le etichette sono state modificate e corrette. Per lo stesso triennio, non si è registrato alcun caso di violazione e/o di non conformità alle normative e/o ai codici di autoregolamentazione inerenti alle attività di marketing, quali pubblicità, promozione e sponsorizzazione.



AMBIENTE

# Impatti ambientali: una sfida quotidiana

27%

aumento autoproduzione  
da fotovoltaico rispetto al 2023

1,2 mln di km

evitati grazie a trasporti efficienti

4.300 t

plastica vergine non consumata  
all'anno nel biennio 2023-2024



Riconoscere l'impatto  
ambientale è il primo passo.  
Il nostro impegno  
è trasformarlo in opportunità,  
per un'espansione della rete  
consapevole e sostenibile.



## Le nostre aree di impatto

Temi materiali

### Consumo di risorse energetiche ed emissioni

Siamo costantemente impegnati nel migliorare i punti vendita e i centri logistici, con l'obiettivo di avere tutti gli edifici classificati in classe energetica A. Adottiamo politiche per rendere i trasporti più efficienti.

### Packaging e rifiuti

Lavoriamo per prevenire la produzione dei rifiuti.

### Lotta allo spreco alimentare

La diminuzione degli sprechi è una nostra priorità, per ragioni etiche, ambientali ed economiche.

Azioni intraprese

In tutti i nuovi punti vendita installiamo un impianto fotovoltaico, che copre una percentuale del fabbisogno energetico.

Il sistema di controllo e gestione remota consente di monitorare e regolare il funzionamento delle apparecchiature.

Grazie all'opzione franco fabbrica, viaggiamo a carico pieno per ottimizzare i trasporti.

Con un sistema di prenotazione degli scarichi riduciamo le attese degli autisti e nelle operazioni di carico ci assicuriamo di esaurire la capacità dei camion per ottimizzare le consegne e limitare il numero di mezzi movimentati.

Ottimizziamo la gestione degli approvvigionamenti per minimizzare la produzione – e conseguente smaltimento – di invenduti.

Favoriamo la riparazione o la sostituzione degli articoli elettronici.

Sono sempre allo studio nuove iniziative per la riduzione dei materiali di packaging e la sostituzione della plastica con alternative a minor impatto.

## Sviluppo con consapevolezza

Puntiamo a rendere i nostri processi e le nostre sedi sempre più efficienti per tutelare le risorse.

Vogliamo rendere la Spesa Intelligente accessibile a sempre più persone, ma siamo consapevoli che il processo di sviluppo debba essere gestito con responsabilità, limitando gli impatti sul territorio e sulle risorse. Per questo, adottiamo un approccio di lungo periodo alla valutazione degli investimenti in strutture e processi, considerando i benefici ambientali ed economici.

### IL NOSTRO APPROCCIO ALLA GESTIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI



#### Riqualificazione



#### Transizione energetica



#### Efficienza energetica



#### Riduzione degli sprechi



#### Formazione degli operatori

Nell'individuazione delle nuove aperture di punti vendita e depositi, cerchiamo di **limitare il consumo di suolo**, prediligendo, ove possibile, la riqualificazione e la bonifica dei terreni. Per i punti vendita, promuoviamo l'inserimento dei negozi nel tessuto economico e sociale cittadino, riducendo la cementificazione di nuovo suolo e restituendo alla città un territorio inutilizzato. Il 45% dei nuovi punti vendita inaugurati nel 2024 (il 63% nel 2023) è stato edificato su terreni riqualificati.

**19**

punti vendita costruiti su terreni riqualificati nel 2024, 45% sul totale



Ci impegniamo costantemente a migliorare i punti vendita e i centri logistici, progettando edifici con standard sempre più elevati e intervenendo sull'ammodernamento ed efficientamento dei punti vendita meno recenti, con l'obiettivo di portare tutti gli edifici alla classe energetica A.

In tutti i nuovi punti vendita installiamo un **impianto fotovoltaico**, progettato per coprire una parte del fabbisogno energetico della struttura. Gli impianti di climatizzazione sono costituiti da pompe di calore alimentate dall'elettricità rinnovabile autoprodotta. Scegliamo **impianti e apparecchiature efficienti**, che contribuiscono alla riduzione dell'impronta dei nostri punti vendita. Per esempio, l'illuminazione è interamente costituita da impianti LED, i transpallet per la movimentazione dei carichi pesanti impiegano batterie al litio, invece che al piombo, e gli impianti frigoriferi non utilizzano gas fluorurati, così da ridurre le emissioni di gas serra.

Per una gestione sempre più oculata ed efficiente, ci avvaliamo di un **sistema di controllo e gestione remota** sia nei punti vendita sia nei centri distributivi, che consente di monitorare e regolare il funzionamento delle apparecchiature, grazie ad appositi sensori, e intervenire in caso di malfunzionamento.

#### MONITORING DA REMOTO

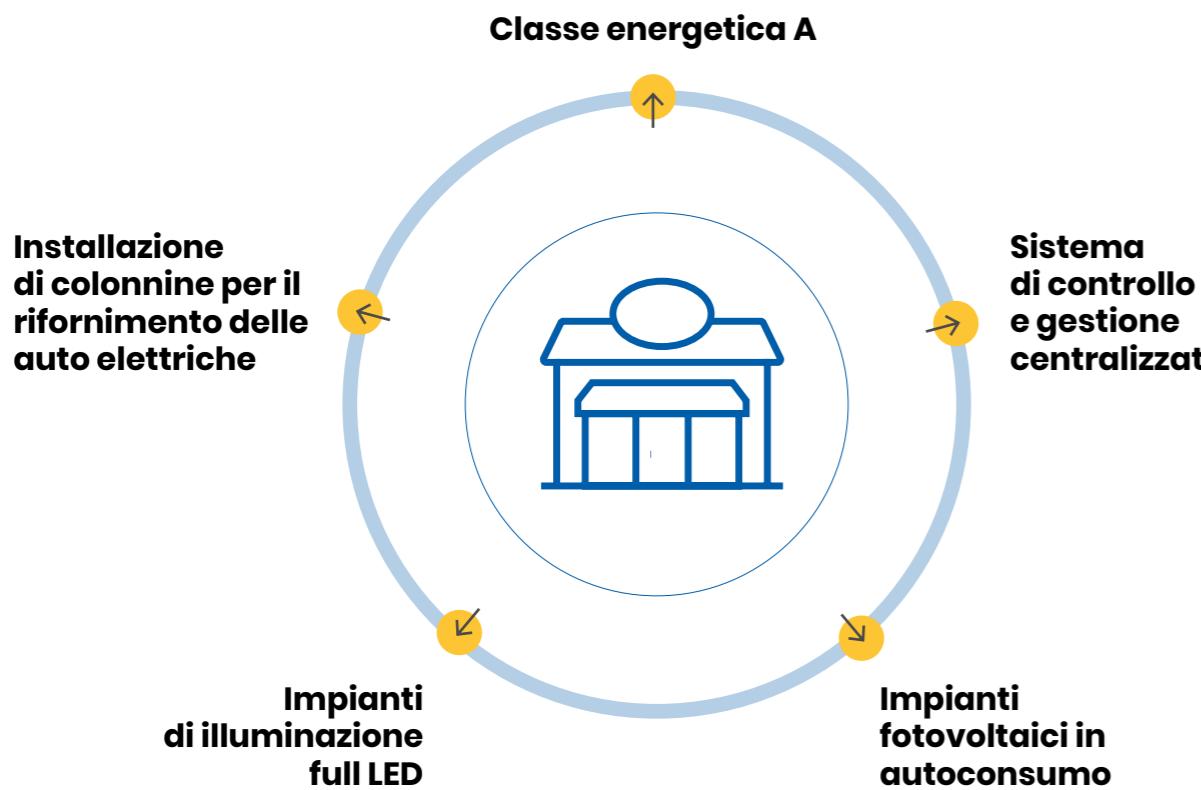


Tra 2022 e il 2024, il numero di punti vendita tele gestiti è arrivato a **oltre 550**. In ottica di contenimento del consumo di energia, i benefici più significativi della telegestione si ottengono dall'attività di programmazione delle linee del freddo e del condizionamento. Mettendo a confronto un campione di 187 punti vendita sottoposti a regolazione centralizzata delle temperature, abbiamo quantificato l'impatto positivo generato: dal 2021, il consumo di energia elettrica in queste strutture si è ridotto del 15,2%.





## LO STANDARD DEI PUNTI VENDITA DI ULTIMA GENERAZIONE



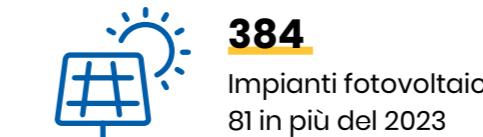
Nell'ambito del miglioramento dei punti vendita già esistenti, pianifichiamo interventi periodici di manutenzione e sostituzione degli impianti con soluzioni più efficienti. Per esempio, a partire dal 2023 abbiamo effettuato **67 relamping**. Nel 2024, invece, abbiamo installato **nuovi impianti di refrigerazione**, per una gestione del freddo più rispettosa dell'ambiente, ma anche più resistente alle crescenti temperature estive.

Infine, anche le **modalità di gestione degli impianti e di utilizzo delle apparecchiature** da parte degli operatori nei punti vendita e nei depositi possono contribuire a contenere i consumi energetici. Per questo, abbiamo formato il personale e messo a disposizione manuali, aggiornati nel 2023, per ottimizzare le pratiche di gestione delle attività, così da ridurre gli sprechi di energia, per esempio nella gestione della temperatura nei magazzini, delle celle frigorifere per l'ortofrutta e nell'utilizzo di apparecchiature come le lavasciuga. La funzione Sviluppo e Tecnico centrale monitora costantemente i consumi da remoto e quando possibile svolge controlli nei punti vendita per verificare l'adozione delle pratiche corrette.

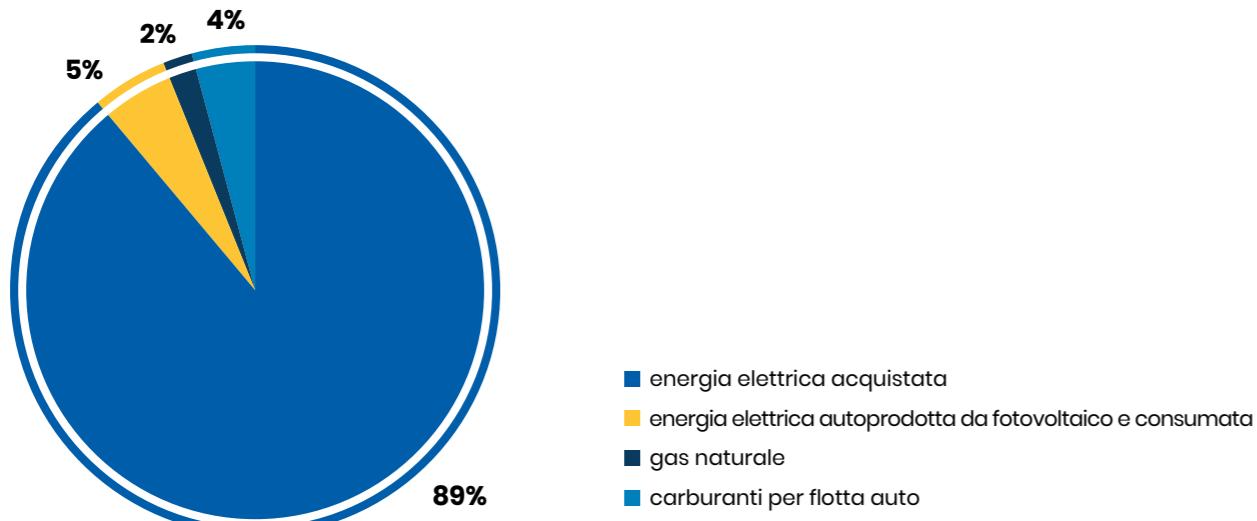
## CONSUMI ENERGETICI

Nel 2024, il mix energetico del Gruppo è costituito per il **94% da energia elettrica** (442.841 MWh), impiegata per l'illuminazione, la climatizzazione delle sedi e dei punti vendita diretti, il mantenimento del freddo alimentare e la ricarica delle auto elettriche. Il 4% è rappresentato dal consumo di carburanti, diesel e benzina, utilizzati per la flotta aziendale (20.657 MWh) e il 2% dal gas naturale per il riscaldamento (8.672 MWh).

Il 5,2% dell'energia totale consumata (24.433 MWh) è autoprodotta dagli impianti fotovoltaici installati su alcuni punti vendita.



## Il fabbisogno energetico del Gruppo Eurospin nel 2024



- L'energia elettrica acquistata** nel 2024 è pari a 418.408 MWh, in aumento del 6,9% rispetto al 2023 e del 9,0% rispetto al 2022. Gli impianti fotovoltaici nel 2024 hanno prodotto 24.593 MWh di energia elettrica rinnovabile, in aumento del 27% rispetto al 2023 e del 72% rispetto al 2022. Dell'energia elettrica complessivamente prodotta nel 2024, una minima quota (0,6%, pari a 160 MWh) è stata ceduta alla rete, mentre 24.433 MWh sono stati autoconsumati.
- Il gas naturale** consumato (792.330 m<sup>3</sup>, pari a 8.672 MWh) è in diminuzione del 28% rispetto a 2023 e del 32% rispetto al 2022, a fronte dell'aumento dell'energia elettrica consumata. I dati, infatti, confermano l'approccio ormai consolidato del Gruppo, che intende puntare sull'elettrificazione delle sedi e dei punti vendita, aumentando quanto più possibile la quota di elettricità da fonti rinnovabili autoprodotta.
- Per la **fлота aziendale**, composta da 685 mezzi (34 in più del 2023), nel 2024 sono stati consumati 243.698 litri di benzina (-11% rispetto al 2023 e +35% rispetto al 2022) e 1.849.030 litri di diesel (+2% rispetto al 2023 e -2% rispetto al 2022). Mentre, per alimentare le auto elettriche presenti nella flotta sono stati consumati 13 MWh di energia, di cui 12 MWh presso colonnine di ricarica proprietarie<sup>28</sup> e 1 MWh da colonnine terze.

I **consumi energetici totali** si attestano a 472.170 MWh, in aumento del 7% rispetto al 2023 e del 10% rispetto al 2022. Di questi, il **94,8% proviene da fonti fossili** e il **5,2% da fonti rinnovabili**, ripartizione in linea con il biennio precedente.

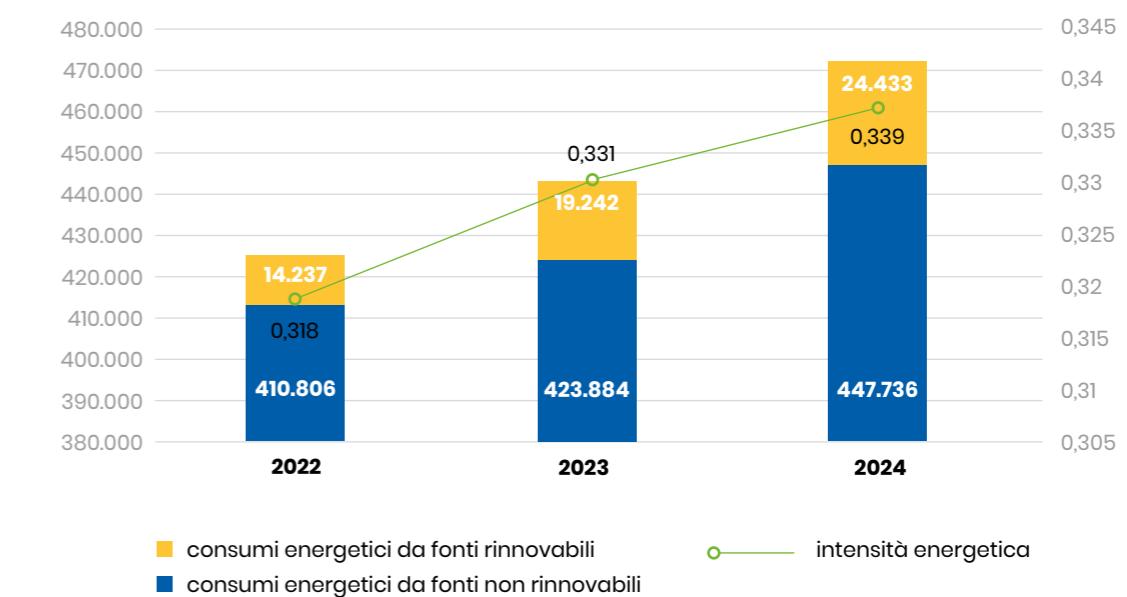
L'**intensità energetica**<sup>29</sup> dimostra un lieve peggioramento. Infatti, se si rapportano i consumi alla superficie complessiva dei punti vendita e dei centri logistici, l'indice di intensità energetica nel 2024 è pari a 0,339 MWh/m<sup>2</sup>, in aumento del 2% rispetto al 2023 (0,331 MWh/m<sup>2</sup>) e nel 7% rispetto al 2022 (0,318 MWh/m<sup>2</sup>).

Infine, il Gruppo **monitors i consumi di carburante per le operazioni logistiche e i trasporti non gestiti direttamente da Eurospin**, ma da fornitori logistici esterni. Nel 2024, i 787 mezzi adoperati hanno consumato 26.549.338 litri di diesel (pari a 265.494 MWh), in linea con l'anno precedente e in lieve diminuzione (-4,0%) rispetto al 2022.

<sup>28</sup> Si precisa che i 12 MWh di energia elettrica da colonnine di ricarica aziendali sono già compresi nel totale dell'energia elettrica acquistata nell'anno, mentre l'energia prelevata da colonnine di terzi (1 MWh) rappresenta un consumo aggiuntivo.

<sup>29</sup> Calcolata come somma di gas naturale, elettricità acquistata dalla rete, elettricità autoprodotta e consumata e carburanti della flotta aziendale, rapportata alla superficie totale dei punti vendita e dei centri logistici.

## Consumi energetici totali (MWh) e Intensità energetica (MWh/m<sup>2</sup>)<sup>30</sup>



<sup>30</sup> I dati 2022 sono stati riesposti rispetto a quanto pubblicato nell'edizione precedente del Bilancio di Sostenibilità a seguito della rilevazione di un errore in fase di raccolta dei dati.





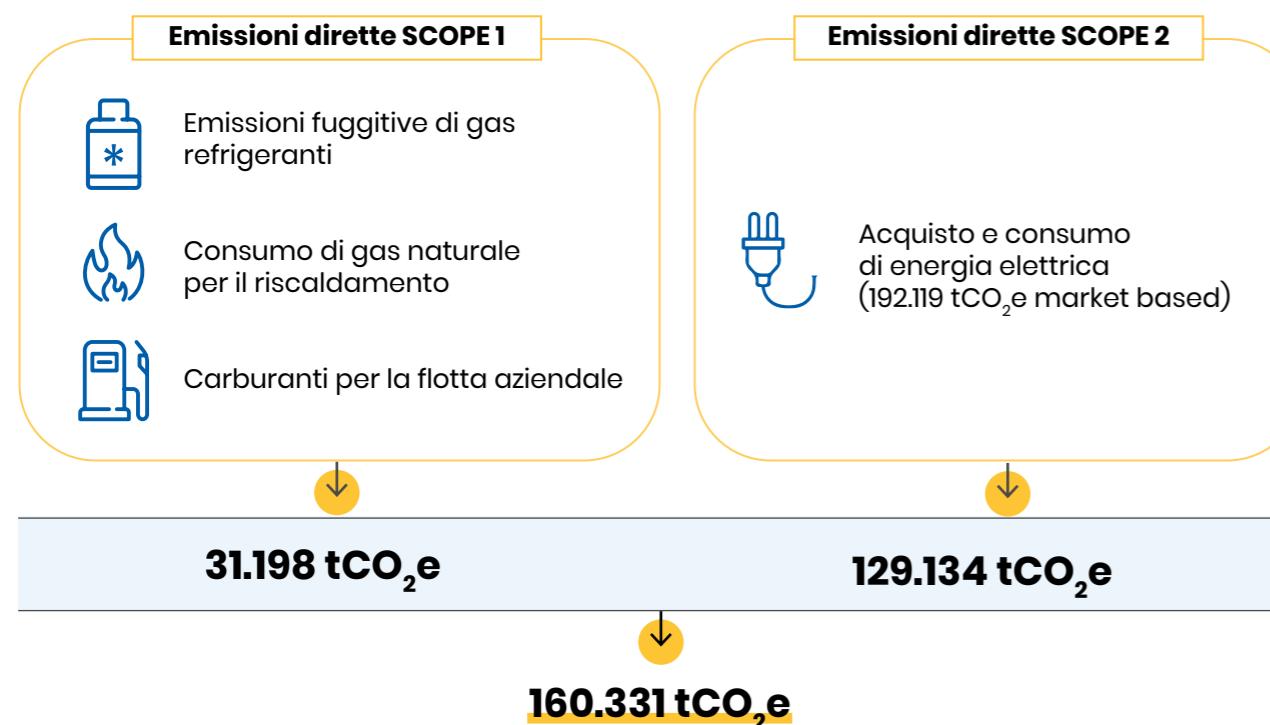
## EMISSIONI<sup>31</sup>

Negli anni, Eurospin ha lavorato su diversi fronti per cercare di contenere i propri impatti ambientali, attraverso, per esempio, i progetti di efficientamento, di gestione centralizzata dei consumi e l'investimento nell'autoproduzione di energia da fonti rinnovabili. Il percorso di preparazione alla CSRD, e più in particolare l'analisi di doppia materialità, ha innescato un processo che ci porterà gradualmente alla strutturazione di un approccio programmatico alla mitigazione dei cambiamenti climatici, a cominciare dall'analisi della resilienza del modello di business del Gruppo. Partendo dal calcolo delle nostre emissioni dirette e indirette siamo in grado di dimensionare parte dei nostri impatti. Queste informazioni costituiranno la base per definire strategie rilevanti e fissare obiettivi concreti, allineati all'Accordo di Parigi.

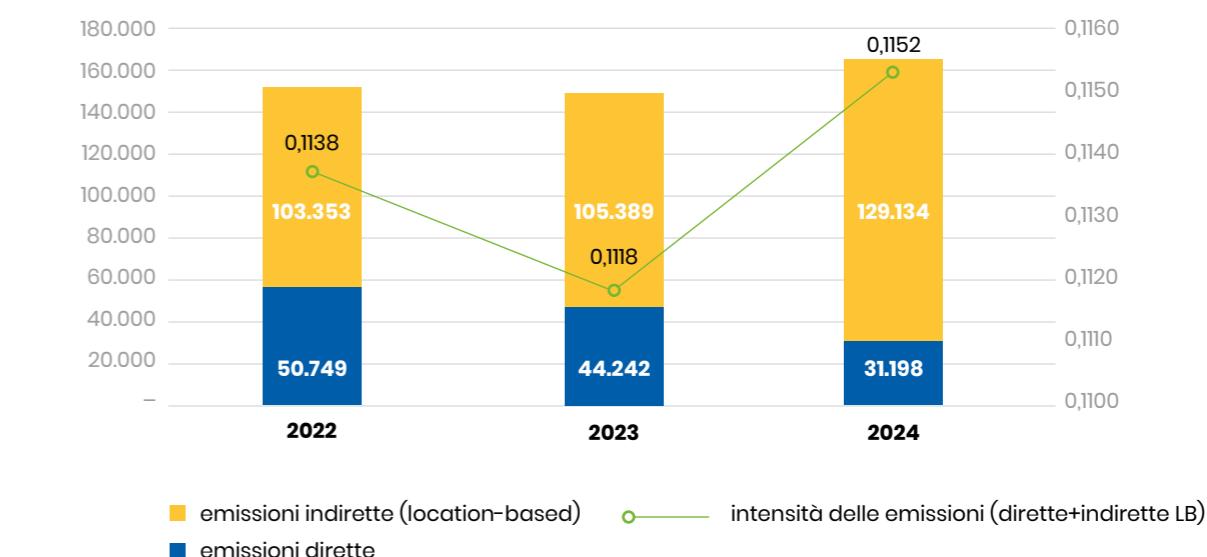
Le **emissioni dirette (Scope 1)** generate dal Gruppo sono per il 77% legate alle emissioni fuggitive per la perdita di gas refrigeranti da celle e apparecchiature utilizzate per il mantenimento del freddo alimentare. La quota rimanente è dovuta al consumo di gas naturale per il riscaldamento e ai carburanti per la flotta aziendale. Nel 2024, queste emissioni sono state pari a **31.198 tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalenti (tCO<sub>2</sub>e)**, in diminuzione del 29,5% rispetto al 2023, grazie a una riduzione generalizzata di tutte le voci, a eccezione dei consumi di diesel per la flotta auto, che hanno registrato un lieve aumento (+2,3%).

Le **emissioni indirette di Scope 2** associate all'acquisto e al consumo di energia elettrica sono state pari a 129.134 tCO<sub>2</sub>e secondo il metodo location-based<sup>32</sup>, in aumento del 22,5% rispetto al 2023 e del 24,9% rispetto al 2022. Se calcolate secondo il metodo market-based, le emissioni di Scope 2 sono pari a 192.119 tCO<sub>2</sub>e, in aumento del 6,9% rispetto al 2023 e del 9,0% rispetto al 2022.

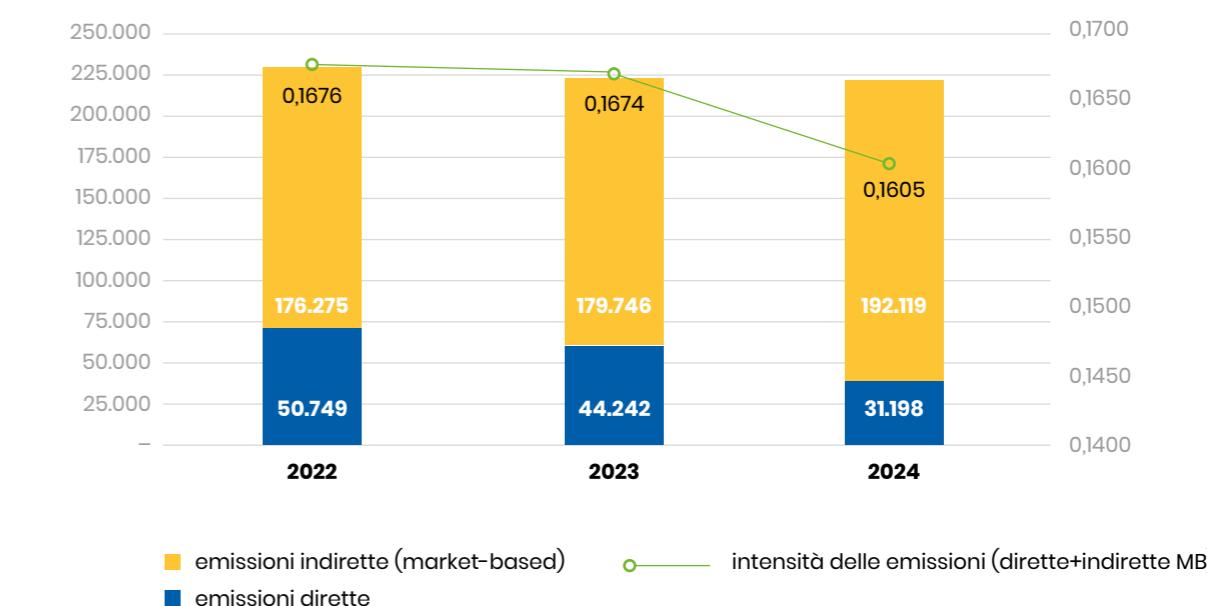
Nel 2024, dunque, le **emissioni di CO<sub>2</sub> e totali del Gruppo (Scope 1 e Scope 2 location-based)** sono state pari a 160.331 tCO<sub>2</sub>e, in aumento del 7,2% rispetto all'anno precedente e del 4,0% rispetto al 2022. L'**intensità emissiva**<sup>33</sup> di Scope 1 e Scope 2 location-based è pari a 0,1152 tCO<sub>2</sub>e/m<sup>2</sup> nel 2024, in aumento del 3,1% rispetto al 2023 e dell'1,3% sul 2022.



## Emissioni dirette e indirette totali (tCO<sub>2</sub>e) e intensità delle emissioni (tCO<sub>2</sub>e/t) – location-based



## Emissioni dirette e indirette totali (tCO<sub>2</sub>e) e intensità delle emissioni (tCO<sub>2</sub>e/t) – market-based



<sup>31</sup> In funzione dell'affinamento della metodologia di calcolo delle emissioni intervenuto nel 2024 sono stati ricalcolati e riesposti anche i dati 2022 rispetto a quanto pubblicato nell'edizione precedente del Bilancio di Sostenibilità.

<sup>32</sup> Il metodo location-based riflette l'intensità media delle emissioni relative alle reti dalle quali l'energia viene erogata, mentre il metodo market-based riporta le emissioni connesse all'elettricità che la società ha deciso di acquistare.

<sup>33</sup> Calcolata come tonnellate di emissioni equivalenti prodotte, rapportate alla superficie totale dei punti vendita e dei centri logistici.



# Ottimizzazione della logistica

Sistemi di gestione digitalizzati e collaborazione tra le funzioni mirano a ottimizzare le fasi di approvvigionamento e distribuzione dei prodotti dai nostri centri logistici ai punti vendita, minimizzando gli sprechi.

Disponiamo di una rete di distribuzione ottimizzata per l'approvvigionamento giornaliero dei freschi.

Nei depositi, la merce consegnata dai diversi fornitori viene riorganizzata in base alla categoria merceologica per rifornire velocemente i negozi secondo le rispettive necessità, così da limitare i costi di stoccaggio e prevenire gli sprechi alimentari. Infatti, è stato implementato un **sistema di segnalazione automatico delle scadenze** della merce presente in magazzino, grazie al quale è possibile gestire in modo maggiormente efficiente gli articoli più vicini a scadenza. Inoltre, quando necessario, interveniamo con attività promozionali o tagli prezzo per incentivare le vendite di prodotti meno richiesti o prossimi a scadenza. Qualora rimangano prodotti idonei alla vendita, questi, se possibile, vengono donati al Banco Alimentare, altrimenti vengono conferiti ad aziende specializzate per il loro smaltimento. Stiamo implementando soluzioni per l'automatizzazione parziale di alcuni magazzini, con l'obiettivo, nel lungo termine, di realizzarne uno completamente automatizzato.

Le operazioni di movimentazione e di scarico sono gestite in modo efficiente, con sistemi e attrezzature periodicamente aggiornati e ammodernati per limitare l'impatto ambientale delle attività logistiche.

## GESTIONE DEI RIFIUTI

La corretta gestione dei rifiuti è un aspetto chiave della nostra attività, in particolar modo nei punti vendita e nei centri logistici. Ci impegniamo a rispettare la gerarchia dei rifiuti definita dalla Direttiva quadro dell'Unione Europea in materia<sup>34</sup>.

Inoltre, per prevenire la produzione dei rifiuti da imballaggio, stiamo lavorando ad alcune iniziative per la riduzione dei materiali di packaging e la sostituzione della plastica con alternative a minor impatto.

### PRINCIPALI TIPOLOGIE DI RIFIUTI E PRATICHE DI GESTIONE

→ Imballaggi in **carta, cartone, plastica o materiali misti**: conservati in appositi press container all'interno dei punti vendita e dei centri logistici e ritirati dalla società incaricata dello smaltimento secondo le tempistiche riferimento, nel rispetto dell'art. 183 D. Lgs. 152/2006 del Testo Unico Ambientale.

→ **Scarti inutilizzabili** derivanti dal processo di trasformazione dei prodotti freschi come carne e pesce e scarti di prodotti alimentari non più commerciabili: possono essere gestiti come sottoprodotti di origine animale, qualora rispettino determinati requisiti<sup>35</sup>; in tal caso vengono affidati ad aziende specializzate che li trasformano in nuovi prodotti, per esempio petfood.

→ **Rifiuti indifferenziati e rifiuti organici**: avviati a recupero o smaltimento attraverso i servizi municipali.

→ **Rifiuti di apparecchiature elettriche ed elettroniche (RAEE)**: la procedura ambientale regola le modalità di raccolta, stoccaggio e conferimento ai partner esterni. Dal 2008 siamo associati al Consorzio Erion che si occupa della gestione di rifiuti provenienti da apparecchiature elettriche ed elettroniche, pile e accumulatori a fine vita e si impegna in attività di informazione e sensibilizzazione dei consumatori sulle buone pratiche legate al loro corretto conferimento evidenziando i benefici ambientali ed economici legati al recupero e riciclo.

<sup>34</sup> Direttiva 2008/98/CE.

<sup>35</sup> Regolamento 1069/2009/CE.



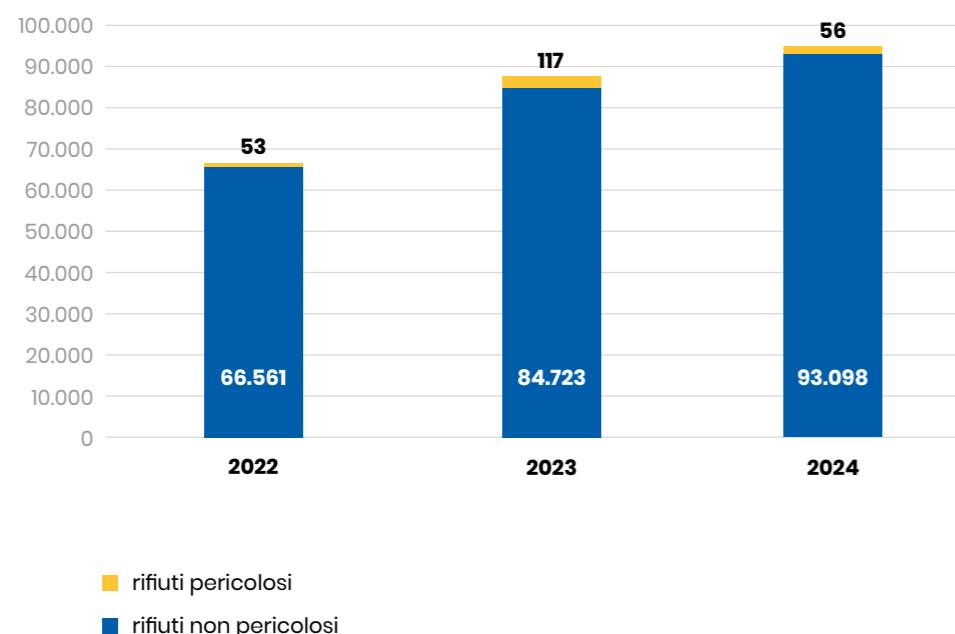
Nel 2024 la **produzione di rifiuti** è pari a 93.154 tonnellate<sup>36</sup>, in aumento del 10% rispetto all'anno precedente e del 48% rispetto al 2022, in parte a causa dell'ampliamento del business, ma anche frutto di un monitoraggio più preciso delle quantità raggiunto nel tempo. Se si rapportano i rifiuti alla somma della superficie occupata dai punti vendita e dai centri logistici di proprietà, si nota un leggero peggioramento dell'indice della produzione di rifiuti, che passa da 0,063 t/m<sup>2</sup> nel 2023 a 0,067 t/m<sup>2</sup> nel 2024 (+5,6%).

La quasi totalità è costituita da rifiuti non pericolosi. La quota di rifiuti classificati come pericolosi risulta minima (0,06%). Si tratta principalmente di apparecchiature fuori uso contenenti sostanze pericolose, batterie e accumulatori, che sono recuperati e affidati a smaltitori specializzati.

A questi si aggiungono 3.218 tonnellate di sottoprodotto derivati dal processo di trasformazione dei prodotti freschi, in diminuzione del 2% rispetto al 2023 e del 24% rispetto al 2022. Selezioniamo i trasportatori e gli impianti di trattamento assicurandoci che siano in possesso dei requisiti di legge e, in collaborazione con il consulente ambientale, effettuiamo verifiche a campione sui formulari.

Il 100% dei rifiuti pericolosi e non pericolosi è stato inviato a recupero o riciclo.

## Rifiuti non pericolosi e pericolosi (t)



<sup>36</sup> Si specifica che per tutti i rifiuti conferiti per mezzo del servizio pubblico non è stato possibile rendicontare i volumi e la destinazione.

## GESTIONE VIRTUOSA DEI PRODOTTI NON FOOD

Nel 2023 abbiamo sviluppato e implementato uno strumento per la formulazione delle quantità di prodotti non food da ordinare, che ricalca il modello di quello già in uso per le referenze alimentari. Grazie a una pianificazione migliore degli acquisti, si aspira a una crescita sempre più sostenibile che eviti sprechi di risorse, minimizzando la necessità di smaltire prodotti invenduti. Nel 2024, lo strumento è stato esteso a tutto il Gruppo.

Oltre a cercare il più possibile di evitare sprechi a monte grazie a una gestione attenta degli ordini, ci impegniamo a promuovere un approccio sostenibile lungo tutto il ciclo di vita del prodotto, per ridurne l'impatto anche dopo la vendita. Per gli articoli elettronici, in particolare, mettiamo a disposizione dei clienti un servizio di assistenza e riparazione, per massimizzare la vita utile del prodotto e posticiparne lo smaltimento. Negli anni abbiamo perfezionato il servizio attraverso un approccio interfunzionale che ha portato all'ottimizzazione della logistica dei pezzi di ricambio e la movimentazione dei prodotti interessati dalla riparazione.

### I RIFIUTI RAEE IN ITALIA



**349.345 t**  
RAEE<sup>37</sup> raccolti  
in Italia

**5,92**  
**kg/abitante**  
RAEE prodotti  
annualmente pro-capite

Dati 2023 – Fonte: Centro di Coordinamento RAEE

<sup>37</sup> Rifiuti da Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche.



## DISTRIBUZIONE PIANIFICATA E OTTIMIZZATA

Dal 2020 abbiamo introdotto un **sistema di Transport Management System per la pianificazione dei giri di consegna**. Il software permette di pianificare i tragitti in maniera efficiente, riducendo i chilometri percorsi, il numero di veicoli impiegati e, come conseguenza, l'impatto emissivo generato, oltre che ottenere diversi vantaggi in riduzione di costi e tempi.

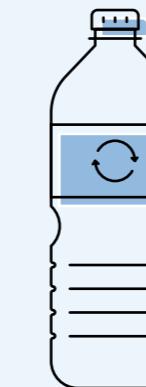
In aggiunta, adottiamo politiche specifiche che concorrono a rendere i trasporti più efficienti. Per esempio, dal 2022 per molti articoli a bassa rotazione richiediamo al fornitore la consegna su un unico magazzino centrale, occupandoci direttamente della successiva consegna ai centri logistici periferici. Quest'approccio ci ha fatto risparmiare quasi 95 mila km nel 2023 e più di 105 mila km nel 2024. Inoltre, preferiamo l'opzione franco fabbrica, recuperando la merce direttamente dal produttore o in appositi punti di stoccaggio. Quest'organizzazione ci permette di viaggiare a carico pieno e ottimizzare i trasporti. In tal modo, nel 2024 abbiamo evitato **1.141.585 km** (+5% rispetto al 2023). Infine, anche l'apertura di nuovi depositi in posizioni strategiche concorre alla riduzione delle tratte percorse verso i punti vendita.

Sempre nell'ottica di ottimizzare i flussi, dal 2022 ci siamo dotati di un **sistema di prenotazione degli scarichi**, tramite il quale fornitori e partner possono prenotare il proprio slot di scarico in magazzino. Ciò consente di ridurre le attese degli autisti e l'impatto generato dai camion in coda. Inoltre, ci assicuriamo che la merce in uscita sia sempre caricata fino a esaurire la capacità massima dei camion, così da ottimizzare le consegne e ridurre il numero di mezzi movimentati.

## Per un uso responsabile delle risorse

Un uso consapevole delle risorse e dei materiali è oggi una condizione imprescindibile per operare in modo efficiente e responsabile. Per questo, adottiamo soluzioni per ridurre l'impatto del nostro assortimento, di packaging e imballi secondari, nonché dei processi aziendali e di vendita. Il nostro impegno si traduce nella scelta di materiali alternativi e certificati, nella progressiva riduzione della plastica vergine, nell'ottimizzazione delle soluzioni di confezionamento e nella digitalizzazione delle attività, mirando a coniugare sicurezza, qualità e responsabilità ambientale.

### Packaging in plastica: il riciclo in Italia



Dati 2023 - Fonti: Conai e Corepla

**75,3%**

tasso di riciclo sull'immesso al consumo

**25 kg/abitante**

quantità di plastica riciclata pro-capite

**10,5 mln t**

rifiuti da imballaggio riciclati





## PACKAGING: UN APPROCCIO PRAGMATICO

Perseguiamo l'obiettivo di ridurre la presenza di plastica, in primo luogo, nel nostro **assortimento**, in conformità alla Direttiva 2019/904. Da anni, presentiamo la nostra linea di prodotti da tavola monouso interamente in materiali biodegradabili e compostabili, come bioplastica, legno di betulla, polpa di cellulosa e polpa di canna da zucchero. Anche le nostre capsule di caffè a marchio "Don Jerez" sono in plastica compostabile, compatibili con i sistemi "Nespresso" e "A modo mio".

Al contempo, ci impegniamo per la riduzione dell'utilizzo e, ove possibile l'eliminazione, della plastica nel **packaging**, mantenendo la garanzia di perfetta conservazione dei prodotti e nel rispetto delle condizioni igieniche e di sicurezza. Commercializzando un'elevata quantità di referenze, l'impatto dei materiali utilizzati per gli imballaggi è senz'altro un aspetto su cui poniamo grande attenzione. Periodicamente, svolgiamo analisi interne per monitorare le quantità e le tipologie di materiali utilizzati e misuriamo i miglioramenti che abbiamo conseguito grazie a nuovi design nel packaging e iniziative specifiche, spesso sviluppate anche attraverso la collaborazione con i nostri fornitori.



### LE DIRETTRICI DEL NOSTRO IMPEGNO

#### → Riduzione ed eliminazione

- Riduzione, e in molti casi eliminazione, della quantità di plastica vergine negli imballaggi della maggior parte dei prodotti confezionati e venduti in Italia, nel biennio 2023-2024.

#### → Materiali alternativi

- Inserimento di referenze con imballaggi in carta, in alcuni casi anche in sostituzione di packaging in plastica.
- Riduzione dell'impiego di imballaggi in plastica per prodotti tessili per la casa, adottando alternative come bande di carta, sacchetti in tessuto, appendini in cartone.
- Nel 2023, promozione di articoli casalinghi realizzati in plastica bio-based da scarti di canna da zucchero.

#### → Materiali riciclati

- Inserimento in assortimento di nuove referenze con confezioni contenenti plastica riciclata in percentuali comprese tra il 25% e il 50%.
- Ampliamento linea Amo Essere Eco con articoli per la cura della casa e dei tessuti con confezioni realizzate al 50% in RPET e certificati ICEA.
- Sostituzione di articoli per la cura della casa con una nuova linea che utilizza plastica riciclata tra il 60% e il 90%.
- Nel 2024, inserimento tra gli articoli casalinghi di padelle e bicchieri rispettivamente in alluminio e vetro riciclato.

#### → Design

- Nel 2024, in conformità con le normative vigenti per prevenire la dispersione di plastica nell'ambiente, introduzione del tappo non separabile su tutte le bottiglie.

Queste iniziative hanno consentito una riduzione della plastica immessa sul mercato di circa 4.300 tonnellate all'anno<sup>38</sup>.



**4.300 t**

Plastica vergine evitata all'anno

<sup>38</sup>Calcolato sul biennio 2023-2024.

A ulteriore testimonianza del nostro impegno verso la riduzione della plastica, in oltre il 98% dei nostri punti vendita, i sacchetti dell'ortofrutta vengono pesati alla cassa, senza la necessità di stampare l'etichetta di plastica. Oltre ad aver **evitato la stampa di 490 milioni di etichette nel biennio 2023-2024**, questo approccio favorisce lo smaltimento corretto del sacchetto nella frazione organica, altrimenti reso più difficoltoso dalla presenza della componente plastica.

## SOLUZIONI PRATICHE ED EFFICIENTI PER GLI IMBALLI SECONDARI

Nel corso del 2024 abbiamo utilizzato 767.098kg di film estensibile plastico per l'imballaggio dei prodotti. Per il trasporto dei prodotti **ortofrutta**, il 50% dell'imballaggio secondario viene riutilizzato. Questa soluzione consente ai prodotti di attraversare tutte le fasi della catena di fornitura arrivando direttamente al punto vendita senza necessità di disimballaggio o re-imballaggio. Questi imballaggi sono inoltre progettati per conservare la freschezza dei prodotti, limitando al contempo il rischio di danni durante il trasporto. Così, si riducono i rifiuti alimentari e si garantisce una migliore qualità della merce presso i punti vendita. Nel 2024 abbiamo riutilizzato oltre 45 milioni di cassette, evitando il rilascio di 68.500 tonnellate di CO<sub>2</sub>e.

Da diversi anni aderiamo al **circuito di pooling pallet** per la gestione dei bancali in legno utilizzati per il carico/scarico delle merci. Il servizio di pooling implica il noleggio dei pallet da parte del fornitore presso un provider esterno, che si occupa del ritiro delle pedane una volta consegnate nei nostri punti vendita, nonché della loro sanificazione ed eventuale ripristino. Il sistema del pooling, liberando il trasportatore dalla necessità di restituire i pallet vuoti al fornitore, consente anche una riduzione dei "km a vuoto" con conseguente riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub>. In alternativa utilizziamo il **sistema dell'interscambio**, che consente al trasportatore di consegnare le pedane cariche di merci e ritirare quelle vuote presso i punti vendita. Entrambi i sistemi presentano importanti vantaggi in termini ambientali: la riduzione del consumo di materie prime per la costruzione delle pedane e di conseguenza la riduzione della produzione di rifiuti.



### DIGITALIZZAZIONE, UN'ALLEATA VERSO PROCESSI PAPER-FREE

Continua il nostro impegno per la digitalizzazione e la dematerializzazione dei processi per limitare l'utilizzo della stampa ed evitare così il consumo di materiali ed energia. Da alcuni anni, abbiamo **eliminato il formato cartaceo del Documento di trasporto** (DDT), utilizzato per giustificare il trasferimento della merce e tenere traccia delle diverse fasi del processo logistico. Il sistema cartaceo è stato sostituito da uno **strumento per la gestione digitale** del processo, ovvero un software che opera sia sui dispositivi mobile mediante app, sia attraverso un portale online, così da permettere a tutti i soggetti coinvolti di aggiornare e monitorare le diverse fasi del processo eliminando del tutto l'utilizzo di carta e garantire la corretta conservazione dei documenti. Recentemente, è stata introdotta la **fatturazione elettronica** per la maggior parte degli acquisti e speriamo nei prossimi anni di riuscire a rendere tutto il processo approvativo interno "paper-free".

Al contempo, dal 2022, nonostante l'espansione della rete di punti vendita, è continuato il progressivo **calo del numero di volantini stampati**, trainato dall'utilizzo sempre più diffuso dell'app. Dal 2022 al 2024, il numero medio annuo di volantini per punto vendita si è ridotto del 3%, attestandosi a una media di 210.000 copie all'anno.





TERRITORIO

## Condividere valore con il territorio

→ **1,3 mln €**

investiti in opere e infrastrutture  
a utilizzo pubblico

→ **7,2 mln €**

donati a sostegno di iniziative solidali



Coltiviamo la nostra  
presenza sul territorio con  
consapevolezza, investendo  
in uno sviluppo urbano  
responsabile e supportando  
iniziativa che generano valore  
condiviso con le comunità.

## Le nostre aree di impatto

Temi materiali

### Integrità e sostenibilità economica

Abbiamo un sistema di politiche e procedure per assicurare una condotta etica e la tutela del valore creato.

### Valorizzazione del territorio

Sia con le nostre attività, sia attraverso donazioni, contribuiamo allo sviluppo del territorio e sosteniamo iniziative solidali.

Azioni intraprese

Del valore economico complessivo generato dalle attività di Eurospin, la maggior parte (94%) va a diretto beneficio degli stakeholder.

Quando costruiamo un nuovo punto vendita, se possibile, cogliamo l'occasione per realizzare infrastrutture e aree verdi utili a tutta la comunità locale.

Grazie alla collaborazione con Banco Alimentare recuperiamo le eccedenze e sosteniamo persone in difficoltà.

Supportiamo economicamente importanti associazioni impegnate nella ricerca e nella lotta contro le malattie rare e il cancro.

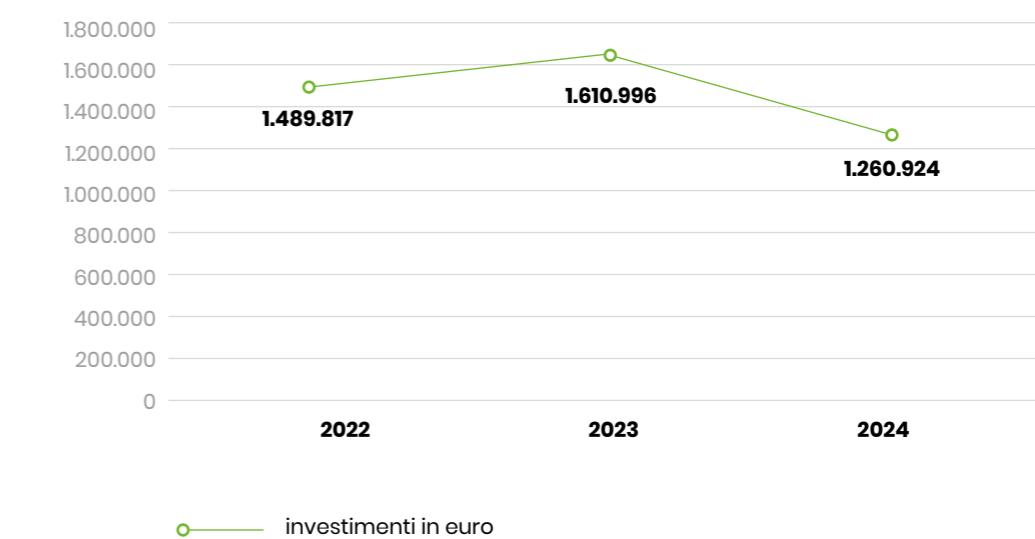
## I benefici per le comunità locali

Investiamo in opere e infrastrutture utili alle comunità dei territori dove progettiamo l'apertura di nuovi punti vendita Eurospin.

Eurospin supporta la comunità e il territorio realizzando opere e infrastrutture a uso pubblico in occasione dell'apertura di alcuni nuovi punti vendita. Infatti, grazie alla collaborazione e al coinvolgimento delle Amministrazioni comunali, realizziamo opere e infrastrutture a beneficio della collettività come piste ciclabili, parcheggi pubblici, aree verdi e parchi pubblici, o prendiamo parte al rinnovamento di quelle esistenti.

Negli ultimi anni abbiamo progressivamente rafforzato il nostro contributo a favore del territorio in questo senso. Complessivamente, nel biennio 2023-2024 gli investimenti in opere e infrastrutture sono stati pari a oltre 2,87 milioni di euro. Gli interventi dell'ultimo anno sono stati realizzati nelle regioni Lombardia, Toscana, Marche e Sardegna per la riqualificazione delle aree attraverso attività di bonifica e opere edilizie.

### Investimenti in opere e infrastrutture a utilizzo pubblico<sup>39</sup>

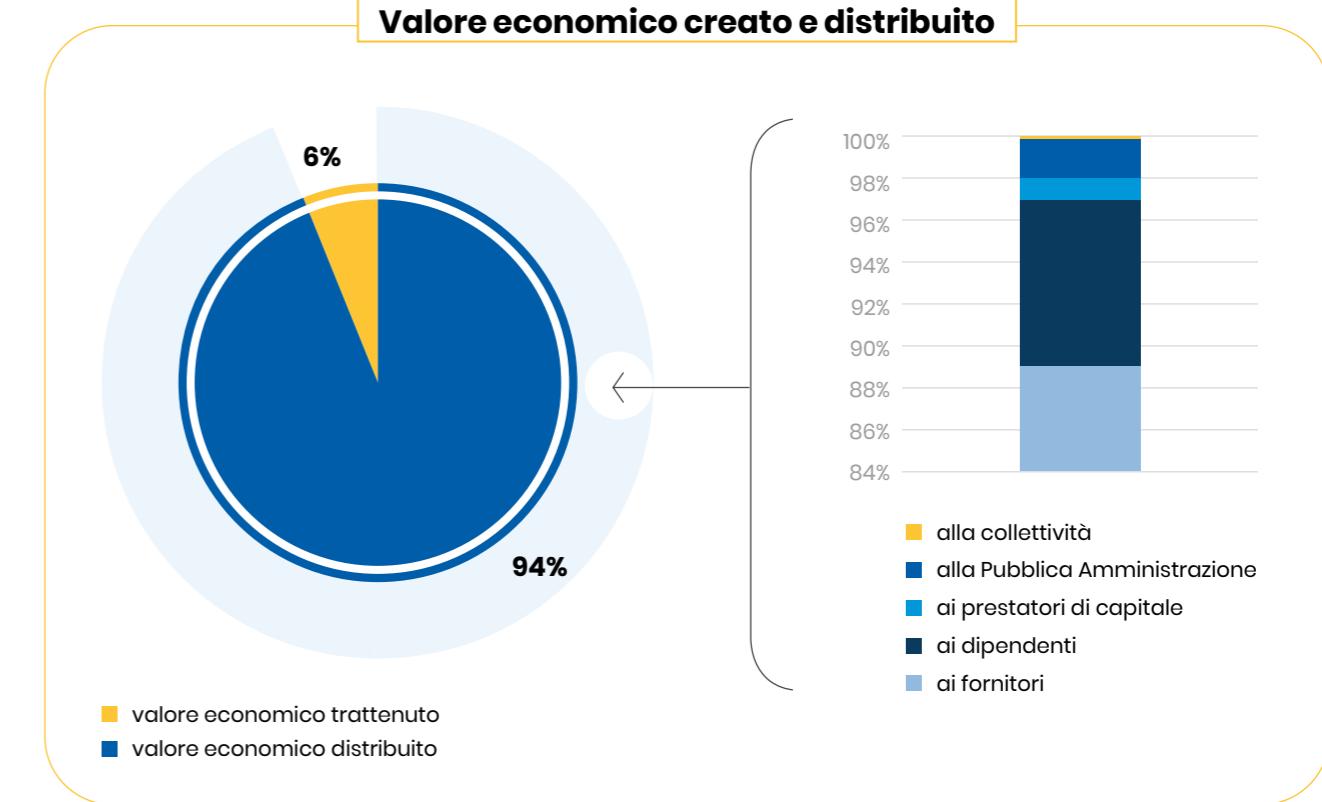


<sup>39</sup> Si specifica che i valori indicati in tabella fanno riferimento alle sole opere pubbliche cedute direttamente alle Amministrazioni Locali.

## IL VALORE GENERATO E DISTRIBUITO

Con le sue attività, Eurospin genera valore economico che viene condiviso con gli stakeholder, i quali a loro volta, direttamente o indirettamente, hanno contribuito a produrlo attraverso il loro lavoro e le relazioni professionali e commerciali con le società del Gruppo. La distribuzione del valore economico, rappresentata nel grafico, dimostra quindi la capacità del Gruppo di creare un impatto positivo sulla comunità e lungo l'intera catena del valore.

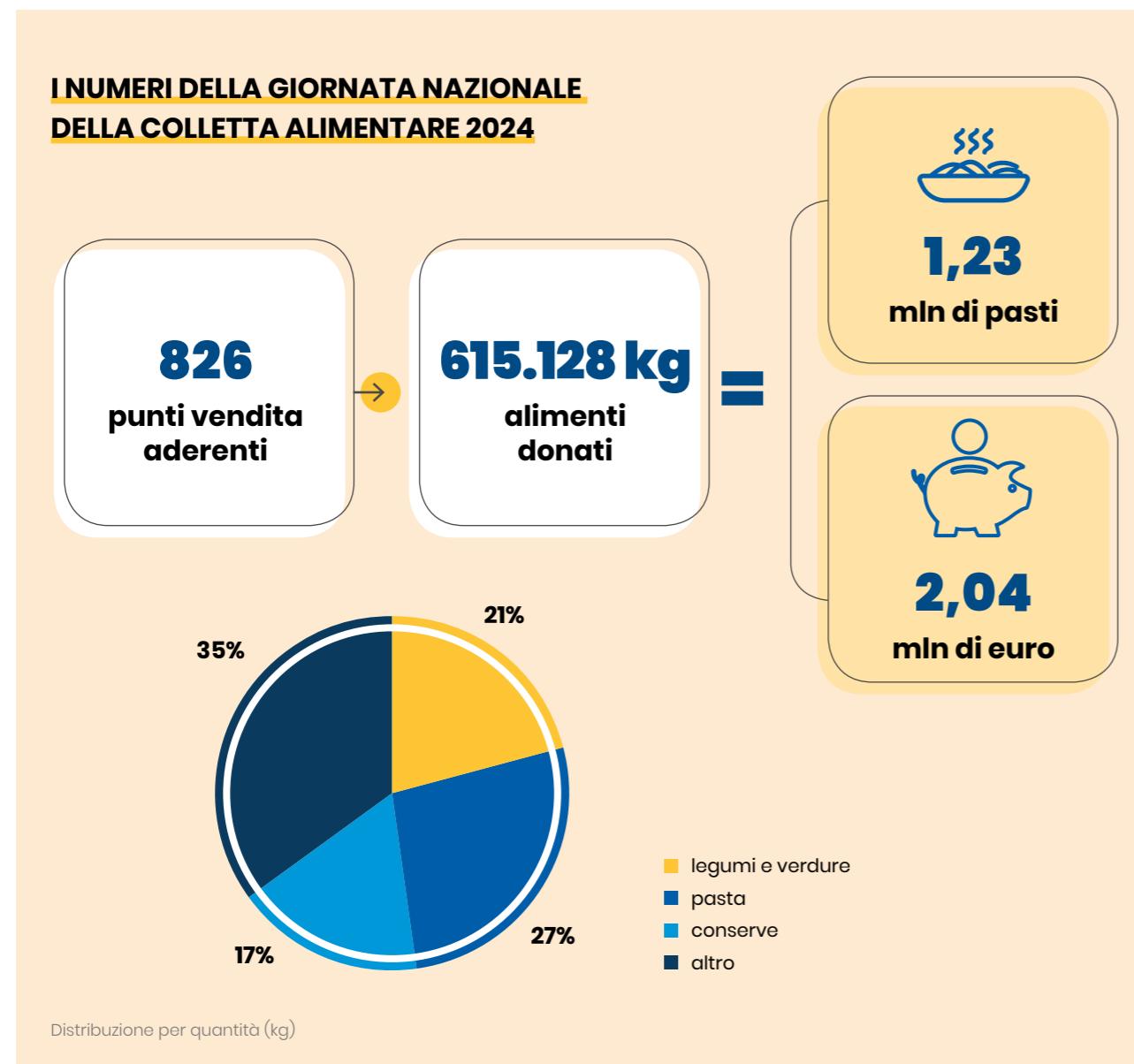
Nell'esercizio fiscale 2024, il valore economico complessivamente generato dal Gruppo Eurospin è stato di circa 9,17 miliardi di euro di cui il 94%, pari a circa 8,66 miliardi di euro, è stato distribuito agli stakeholder del Gruppo; in particolare, ai fornitori per una quota pari all'89% del valore distribuito, ai dipendenti per l'8%, alle Pubbliche Amministrazioni locali per il 2% e ai Soci per l'1%. Il 6% del valore economico generato è stato trattenuto per implementare progetti di miglioramento, in un'ottica di sviluppo e crescita aziendale.



# Il supporto alle comunità

Per noi, restituire al territorio significa anche contribuire a sostenere le comunità in cui operiamo, supportando associazioni e iniziative a promozione della salute e del benessere delle persone.

Le collaborazioni consolidate con Banco Alimentare ci danno l'opportunità di contribuire con un duplice beneficio: il recupero delle eccedenze evitando lo spreco di risorse e il sostegno a persone vulnerabili. Di anno in anno ci impegniamo per estendere l'iniziativa a nuovi punti vendita, che infatti dai 254 del 2022 sono passati a 467 nel 2024. Le donazioni di cibo del 2024 sono state pari a 2.682 tonnellate (più che raddoppiate rispetto al 2022), per un valore di oltre 5,1 milioni di euro. Inoltre, sempre in collaborazione con Banco Alimentare, coinvolgiamo attivamente la nostra clientela in collette a sfondo benefico.



Complessivamente, nel 2024 Eurospin ha sostenuto associazioni e iniziative per supportare lo sviluppo culturale e i servizi alla salute per un valore pari a 7,24 milioni di euro, in aumento del 10% rispetto al 2023.



**7,24 mln €**  
devoluti ad associazioni e iniziative benefiche



**+10%**  
trend delle donazioni sul 2023

È proseguito l'impegno in favore di **Fondazione Telethon**: in particolare, con la vendita delle fragole di San Valentino abbiamo sostenuto la raccolta fondi per la ricerca sulle malattie genetiche rare, donando rispettivamente 50 mila e 150 mila euro nel 2024 e nel 2023. Nel 2023 abbiamo sostenuto anche **Fondazione AIRC**, con la vendita di meloni, mele Golden e Clementine. Inoltre, nello scorso biennio abbiamo donato un totale di 60 mila euro al reparto neonatologia e terapia intensiva neonatale della **Fondazione San Matteo di Pavia** per l'avvio di un software dedicato alla gestione medico-infermieristica dei neonati ricoverati.

# Condividere per non sprecare

Insieme ai nostri clienti possiamo limitare l'impatto generato dallo spreco di prodotti alimentari nei nostri punti vendita e a casa.

Per noi di Eurospin lo spreco alimentare è un tema prioritario. Operando in una fase chiave della filiera agroalimentare, ci impegniamo per contribuire alla diffusione di un modello di vendita e acquisto responsabile.

## **AGIAMO SU TRE FRONTI**



### Ottimizzazione

Organizziamo in modo razionale ed efficiente i processi logistici e le operazioni di vendita per generare il minor quantitativo possibile di eccedenze.



### Zero sprechi

Recuperiamo parte dei prodotti in eccedenza non più vendibili, ma ancora consumabili, che doniamo a Banco Alimentare.

Così limitiamo gli sprechi e allo stesso tempo aiutiamo persone bisognose.



### Scelte consapevoli

Nelle nostre attività di comunicazione ci impegniamo a informare i clienti su scelte di acquisto e consumo consapevole e promuoviamo abitudini virtuose per la riduzione degli sprechi.

Il Gruppo adotta misure organizzative per dare priorità alla gestione della merce prossima alla scadenza, riducendo al minimo gli sprechi. Quando i prodotti non possono essere venduti per tempo, privilegiamo soluzioni alternative allo smaltimento, come la donazione. In questo ambito si inserisce la **collaborazione con Banco Alimentare, avviata nel 2016 attraverso il supporto alla Giornata Nazionale della Colletta Alimentare**. L'associazione cura il ritiro dei prodotti nei punti vendita aderenti e la distribuzione a persone in condizione di fragilità. Negli anni, il nostro supporto è continuato a crescere, a testimonianza di un impegno condiviso nel contrasto allo spreco alimentare e nel sostegno alle comunità in difficoltà.

Al contempo, per diversi anni, a cadenza mensile, abbiamo curato la rubrica **"Ricette Sostenibili"**, proponendo idee che prevedessero il riutilizzo degli avanzi o l'utilizzo di parti degli alimenti che solitamente si tende a scartare, come gambi e foglie di ortaggi, per sensibilizzare i clienti e promuovere la riduzione degli sprechi alimentari domestici. Le ricette sono ancora raccolte in una sezione dedicata del nostro sito web, sempre disponibili per la consultazione. Nel 2023, con l'intento di continuare a ispirare pratiche alimentari consapevoli, abbiamo realizzato un **Calendario di ricette sostenibili**, che raccoglie 12 proposte stagionali pensate per valorizzare ingredienti spesso trascurati e continuare a contribuire alla riduzione dello spreco in cucina.



# Appendice

## NOTA METODOLOGICA

Con la terza edizione del Bilancio di Sostenibilità, il Gruppo Eurospin ha l'obiettivo di fornire ai propri stakeholder una rappresentazione completa, chiara e trasparente degli impatti sociali, ambientali ed economici associati all'attività del Gruppo, descrivendo le modalità adottate per la gestione di tali impatti, i progetti e le performance relative agli aspetti di sostenibilità.

La presente edizione del Bilancio di Sostenibilità riguarda i periodi 1º gennaio 2023-31 dicembre 2023 e 1º gennaio 2024-31 dicembre 2024. Le informazioni presentate e i dati riportati in modalità aggregata sono inerenti alle performance della Capogruppo Eurospin Italia S.p.A., che ha sede legale a San Martino B.A. (VR), via Campalto, 3/d, delle 5 società italiane che operano nel canale distributivo del discount – Spesa Intelligente S.p.A., Eurospin Tirrenica S.p.A., Eurospin Lazio S.p.A., Eurospin Puglia S.p.A. e Eurospin Sicilia S.p.A. – della società Spinservice S.r.l. (di seguito congiuntamente anche “Eurospin”, “Eurospin Italia” e “Gruppo Eurospin”), dei 981 punti vendita diretti e dei 22 depositi presenti sul territorio nazionale. Sono escluse dal perimetro di rendicontazione di questo Bilancio la società Eurospin New Business S.r.l., per i limitati impatti generati da quest'ultima in ambito ambientale e sociale, e le società Eurospin Eko d.o.o., Eurospin Hrvatska d.o.o. ed Eurospin Malta Limited operanti rispettivamente in Slovenia, Croazia e Malta nel canale distributivo del discount. Tali società sono incluse con solo riferimento ai dati economici. Queste ultime saranno integrate nella futura rendicontazione ai sensi della Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD).

Il Bilancio di Sostenibilità è stato redatto in conformità ai “Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards” definiti nel 2021 dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l'opzione “in accordance”. Sono stati integrati anche alcuni indicatori sector-specific “Food Processing Sector Disclosures” definiti nelle precedenti linee guida GRI-G4. Il GRI è il riferimento più diffuso a livello internazionale per la rendicontazione di sostenibilità; si tratta di un'associazione indipendente internazionale che promuove lo sviluppo di una rendicontazione volontaria delle performance economiche, ambientali e sociali. In appendice al documento è presente l’“Indice dei contenuti GRI e interoperabilità ESRS”, con il dettaglio delle informazioni qualitative e quantitative rendicontate in conformità alle linee guida sopra menzionate.

Ove possibile, sono stati altresì integrati informazioni e dati raccolti ai sensi degli European Sustainability Reporting Standards (ESRS), con anticipo rispetto all'obbligatorietà di rendicontazione ai sensi della CSRD.

I contenuti del presente Bilancio sono stati individuati attraverso un processo di analisi di materialità, svolto per la prima volta nel 2020 e aggiornato nel 2022, che ha permesso di identificare gli impatti e le tematiche di sostenibilità più rilevanti per Eurospin e i suoi stakeholder. Parallelamente, il Gruppo ha avviato un processo interno per la valutazione della doppia materialità ai sensi della CSRD.

Ove disponibili, sono stati riportati i dati comparativi riferiti al 2022. Per una corretta rappresentazione delle performance e per garantire l'attendibilità dei dati, è stato limitato il più possibile il ricorso a stime che, se presenti, sono opportunamente segnalate. Inoltre, le riesposizioni dei dati comparativi precedentemente pubblicati, dovute a un affinamento dei metodi di rendicontazione, sono chiaramente indicate come tali all'interno del documento. Il Bilancio di Sostenibilità è pubblicato con cadenza biennale.

La redazione del documento è avvenuta in modalità partecipata, coinvolgendo le funzioni Amministrazione e Finanza, Financial Controlling, Trade Marketing e Marketing, che hanno coordinato il progetto, e le principali altre funzioni aziendali. Il Bilancio di Sostenibilità è stato sottoposto a valutazione del Consiglio di Amministrazione di Eurospin Italia S.p.A. e pubblicato a Dicembre 2025.

Il presente Bilancio non è stato sottoposto a revisione da parte di un ente terzo indipendente. Il documento è disponibile sul nostro sito istituzionale [www.eurospin.com](http://www.eurospin.com). Per informazioni e comunicazioni sul Bilancio di Sostenibilità, potete contattarci compilando il form disponibile nella sezione contatti del nostro sito web.



## RICONCILIAZIONE IMPATTI E TEMI MATERIALI

PILASTRO	SDGs	TEMA MATERIALE	IMPATTI ASSOCIATI	TIPOLOGIA DI IMPATTO	STAKEHOLDER IMPATTATI
<b>Identità</b>		Integrità e sostenibilità economica	Danno alla Pubblica Amministrazione e/o altri business a causa di comportamenti non etici (es. corruzione, conflitto di interessi, pratiche commerciali scorrette)	Negativo Diretto	Pubblica Amministrazione, altri business
			Inefficienze organizzative e gestionali con conseguenti perdite economiche	Negativo Diretto	Collaboratori, fornitori, clienti
<b>Persone</b>		Salute e sicurezza sul lavoro  Gestione e valorizzazione delle persone Eurospin	Infortuni sul lavoro e malattie professionali	Negativo Diretto	Collaboratori
			Gestione inefficiente del capitale umano	Negativo Diretto	Collaboratori
			Supporto alla crescita delle competenze professionali e personali di dipendenti e collaboratori	Positivo Diretto	Collaboratori
			Aumento del benessere dei collaboratori attraverso investimenti in welfare	Positivo Diretto	Collaboratori
			Aumento della consapevolezza del personale e degli stakeholder rispetto ai temi ambientali e all'adozione di comportamenti responsabili	Positivo Diretto	Collaboratori
<b>Filiera produttiva</b>		Relazioni con la catena di fornitura	Violazione dei diritti dei lavoratori e dei diritti umani lungo la catena di fornitura dei prodotti in vendita	Negativo Indiretto	Lavoratori lungo la catena di fornitura e le loro comunità
			Remunerazione non equa della catena di fornitura	Negativo Indiretto	Lavoratori lungo la catena di fornitura e le loro comunità
			Creazione di occasioni di sviluppo economico per la filiera e il settore	Positivo Indiretto	Fornitori, associazioni di settore, altri business
		Selezione e gestione dell'assortimento dei prodotti	Sfruttamento eccessivo delle risorse naturali e inquinamento degli ecosistemi legato all'approvvigionamento delle materie prime e alla trasformazione dei prodotti venduti	Negativo Indiretto	Collettività

PILASTRO	SDGs	TEMA MATERIALE	IMPATTI ASSOCIATI	TIPOLOGIA DI IMPATTO	STAKEHOLDER IMPATTATI
<b>Clienti</b>		Ascolto e dialogo con i clienti	Qualità e sicurezza dei prodotti	Negativo Diretto	Clienti, collaboratori
			Qualità accessibile	Positivo Diretto	Clienti, collettività
			Violazione della privacy e scorretto utilizzo di dati sensibili	Negativo Diretto	Clienti, collaboratori, fornitori
			Insoddisfazione dei clienti	Negativo Diretto	Clienti
			Sensibilizzazione dei consumatori all'adozione di stili di vita sani e abitudini di acquisto responsabili	Positivo Diretto	Clienti, collettività
			Etichettatura e comunicazione trasparente	Negativo Diretto	Clienti, collettività
<b>Ambiente</b>		Consumo di risorse energetiche ed emissioni	Lotta allo spreco alimentare	Negativo Diretto	Collettività
			Consumo diretto di risorse energetiche/fonti fossili con conseguente produzione di gas serra	Negativo Diretto	Collettività
		Packaging e rifiuti	Produzione indiretta di gas serra (es. dovuta alla distribuzione dei prodotti e agli spostamenti dei consumatori)	Negativo Indiretto	Collettività
			Consumo di materiali rinnovabili e non rinnovabili (es. carta e plastica per gli imballi)	Negativo Indiretto	Collettività
<b>Territorio</b>		Valorizzazione del territorio	Contaminazione degli ecosistemi provocata dalla dispersione di rifiuti e di microplastiche	Negativo Indiretto	Collettività
			Creazione di posti di lavoro e supporto alle famiglie e alle comunità limitrofe	Positivo Diretto	Comunità locali
			Creazione di valore economico nel lungo termine	Positivo Diretto e indiretto	Collettività, fornitori, altri business
			Condivisione del valore economico generato con la collettività attraverso donazioni, sponsorizzazioni, collaborazioni e progetti sociali	Positivo Diretto	Comunità locali

# PERFORMANCE DI SOSTENIBILITÀ

## ORGANIZZAZIONE

### Composizione del massimo organo di governo

Membro	Ruolo	Indipendenza	Genere	Fascia d'età	Appartenenza a gruppi sociali sottorappresentati	Competenze riguardanti i temi economici, ambientali e sociali	Rappresentazione degli stakeholder	Rappresentazione dei dipendenti / di altri lavoratori
<b>Presidente</b>	Non esecutivo	No	M	30-50	No	Sì	Sì	No
<b>Consigliere</b>	Non esecutivo	No	M	>50	No	Sì	Sì	No
<b>Consigliere</b>	Esecutivo	No	M	30-50	No	Sì	Sì	No
<b>Consigliere</b>	Esecutivo	No	M	30-50	No	Sì	Sì	No
<b>Consigliere</b>	Esecutivo	No	M	>50	No	Sì	Sì	No
<b>Consigliere</b>	Esecutivo in sostituzione	No	M	30-50	No	Sì	Sì	No
<b>Consigliere</b>	Esecutivo in sostituzione	No	M	>50	No	Sì	Sì	No
<b>Consigliere</b>	Esecutivo in sostituzione	No	M	>50	No	Sì	Sì	No

### Rapporto di retribuzione totale annuale<sup>40</sup>

	2024	2023	2022
Rapporto fra la retribuzione totale annuale della persona che riceve la massima retribuzione e la retribuzione totale annuale media di tutti i dipendenti	11,16	10,02	10,11
Rapporto fra l'aumento percentuale della retribuzione totale annuale della persona che riceve la massima retribuzione e l'aumento percentuale medio della retribuzione totale annuale di tutti i dipendenti	3,86	0,49	-

### Divario retributivo di genere<sup>41</sup>

	2024
Divario retributivo di genere	7,6%

## INFORMAZIONI SUI DIPENDENTI<sup>42</sup>

### Dipendenti per contratto di lavoro e genere

Contratto di lavoro	2024			2023			2022		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Indeterminato	10.831	8.375	19.206	9.625	7.787	17.412	8.589	7.240	15.829
Determinato	1.434	917	2.351	1.893	1.276	3.169	1.678	1.094	2.772
<b>Totale</b>	<b>12.265</b>	<b>9.292</b>	<b>21.557</b>	<b>11.518</b>	<b>9.063</b>	<b>20.581</b>	<b>10.267</b>	<b>8.334</b>	<b>18.601</b>

### Dipendenti per tipologia di impiego e genere

Tipologia di contratto	2024			2023			2022		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Full-time	4.207	6.669	10.876	3.939	6.350	10.289	3.524	5.902	9.426
Part-time	8.054	2.621	10.675	7.567	2.702	10.269	6.731	2.424	9.155
A chiamata	4	2	6	12	11	23	12	8	20
<b>Totale</b>	<b>12.265</b>	<b>9.292</b>	<b>21.557</b>	<b>11.518</b>	<b>9.063</b>	<b>20.581</b>	<b>10.267</b>	<b>8.334</b>	<b>18.601</b>

### Lavoratori non dipendenti

	2024	2023	2022
Stage	285	327	339
Somministrati	367	338	355
<b>Totale</b>	<b>652</b>	<b>665</b>	<b>694</b>

<sup>40</sup> I dati sulle remunerazioni riguardano il perimetro dell'interno Gruppo Eurospin.

<sup>41</sup> Il divario retributivo di genere è calcolato come la differenza tra i livelli retributivi medi corrisposti ai lavoratori di genere femminile e a quelli di genere maschile, espresso come percentuale del livello retributivo dei lavoratori di genere maschile.

<sup>42</sup> I dati 2022 sono stati rieposti rispetto a quanto pubblicato nella precedente edizione del Bilancio di Sostenibilità in ragione di una differente modalità di raccolta dei dati.

## OCCUPAZIONE

### Numero di assunzioni per genere e fascia d'età dei dipendenti

Genere e fascia d'età	2024				2023				2022			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Donne	1.389	1.422	178	2.989	1.537	1.491	178	3.206	1.465	1.253	105	2.823
% sui dipendenti	44,2%	18,4%	12,8%	24,4%	48,4%	20,7%	15,8%	27,8%	51,4%	19,1%	12,0%	27,5%
Uomini	1.020	822	134	1.976	1.229	990	117	2.336	1.075	773	85	1.933
% sui dipendenti	43,4%	14,4%	10,7%	21,3%	49,5%	18,0%	10,8%	25,8%	46,1%	15,2%	9,3%	23,2%
<b>Totale</b>	<b>2.409</b>	<b>2.244</b>	<b>312</b>	<b>4.965</b>	<b>2.766</b>	<b>2.481</b>	<b>295</b>	<b>5.542</b>	<b>2.540</b>	<b>2.026</b>	<b>190</b>	<b>4.756</b>
<b>% sui dipendenti</b>	<b>43,9%</b>	<b>16,7%</b>	<b>11,8%</b>	<b>23,0%</b>	<b>48,9%</b>	<b>19,5%</b>	<b>13,3%</b>	<b>26,9%</b>	<b>49,0%</b>	<b>17,4%</b>	<b>10,6%</b>	<b>25,6%</b>

### Numero di cessazioni per genere e fascia d'età dei dipendenti

Genere e fascia d'età	2024				2023				2022			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Donne	957	1.200	122	2.279	836	1.029	90	1.955	679	700	69	1.448
% sui dipendenti	30,5%	15,5%	8,8%	18,6%	26,3%	14,3%	8,0%	17,0%	23,8%	10,7%	7,9%	14,1%
Uomini	770	819	121	1.710	702	809	96	1.607	609	550	85	1.244
% sui dipendenti	32,8%	14,4%	9,6%	18,4%	28,3%	14,7%	8,8%	17,7%	26,1%	10,8%	9,3%	14,9%
<b>Totale</b>	<b>1.727</b>	<b>2.019</b>	<b>243</b>	<b>3.989</b>	<b>1.538</b>	<b>1.838</b>	<b>186</b>	<b>3.562</b>	<b>1.288</b>	<b>1.250</b>	<b>154</b>	<b>2.692</b>
<b>% sui dipendenti</b>	<b>31,5%</b>	<b>15,0%</b>	<b>9,2%</b>	<b>18,5%</b>	<b>27,2%</b>	<b>14,5%</b>	<b>8,4%</b>	<b>17,3%</b>	<b>24,9%</b>	<b>10,7%</b>	<b>8,6%</b>	<b>14,5%</b>

## DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ

### Dipendenti per categoria professionale e genere

Categorie professionali	2024			2023			2022		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Dirigenti e quadri	22	87	109	19	74	93	17	75	92
% sui dipendenti	0,1%	0,4%	0,5%	0,1%	0,4%	0,5%	0,1%	0,4%	0,5%
Impiegati	3.913	2.518	6.431	4.025	2.592	6.617	3.625	2.427	6.052
% sui dipendenti	18,2%	11,7%	29,8%	19,6%	12,6%	32,2%	19,5%	13,0%	32,5%
Addetti	8.328	6.689	15.017	7.474	6.397	13.871	6.625	5.832	12.457
% sui dipendenti	38,6%	31,0%	69,7%	36,3%	31,3%	67,4%	25,6%	31,4%	67,0%
<b>Totale</b>	<b>12.263</b>	<b>9.294</b>	<b>21.557</b>	<b>11.518</b>	<b>9.063</b>	<b>20.581</b>	<b>10.267</b>	<b>8.334</b>	<b>18.601</b>
<b>% sui dipendenti</b>	<b>56,9%</b>	<b>43,1%</b>	<b>100,0%</b>	<b>56,0%</b>	<b>44,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>55,2%</b>	<b>44,8%</b>	<b>100,0%</b>

### Membri dell'organo di governo per genere

	2024			2023			2022		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Consiglio di amministrazione	-	8	8	-	4	4	-	4	4
% sui membri	-	100,0%	100,0%	-	100,0%	100,0%	-	100,0%	100,0%

## Dipendenti per categoria professionale e fascia d'età

Categorie professionali	2024			2023			2022		
	<30	30–50	>50	<30	30–50	>50	<30	30–50	>50
Dirigenti e quadri	-	59	50	1	50	42	-	54	38
% sui dipendenti	-	0,3%	0,2%	0,0%	0,2%	0,2%	-	0,3%	0,2%
Impiegati	1.468	4.159	804	1.737	4.180	700	1.616	3.861	575
% sui dipendenti	6,8%	19,3%	3,7%	8,4%	20,3%	3,4%	8,7%	20,8%	3,1%
Addetti	4.020	9.206	1.791	3.920	8.479	1.472	3.565	7.719	1.173
% sui dipendenti	18,6%	42,7%	8,3%	19,0%	41,2%	7,2%	19,2%	41,5%	6,3%
<b>Totali</b>	<b>5.488</b>	<b>13.424</b>	<b>2.645</b>	<b>5.658</b>	<b>12.709</b>	<b>2.214</b>	<b>5.181</b>	<b>11.634</b>	<b>1.786</b>
% sui dipendenti	25,5%	62,3%	12,3%	27,5%	61,8%	10,8%	27,9%	62,5%	9,6%

## FORMAZIONE

### Ore medie di formazione annua per dipendente, per genere e per categoria professionale

Categoria professionale	2024			2023			2022		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Dirigenti e quadri	5,6	5,6	5,6	6,9	6,1	6,3	1,3	0,9	1,0
Impiegati	5,6	5,6	5,6	5,6	5,6	5,7	5,3	5,3	5,3
Addetti	<b>5,6</b>	<b>5,6</b>	<b>5,6</b>	<b>5,6</b>	<b>5,5</b>	<b>5,6</b>	<b>6,4</b>	<b>5,0</b>	<b>5,8</b>
<b>Totale</b>	<b>5,6</b>	<b>5,6</b>	<b>5,6</b>	<b>5,6</b>	<b>5,5</b>	<b>5,6</b>	<b>6,0</b>	<b>5,1</b>	<b>5,6</b>

## SALUTE E SICUREZZA

### Indicatori di salute e sicurezza relativi ai lavoratori dipendenti

	2024	2023	2022
<b>Totale ore lavorate</b>	30.880.207	28.681.444	26.136.055
<b>Numero di infortuni gravi</b>	-	-	-
<b>Numero di infortuni totali registrabili</b>	701	604	587
<b>Tasso di frequenza degli infortuni gravi</b>	-	-	-
<b>Tasso di frequenza degli infortuni totali registrabili<sup>43</sup></b>	<b>22,70</b>	<b>21,06</b>	<b>22,46</b>

## Membri dell'organo di governo per fascia d'età

	2024			2023			2022		
	<30	30–50	>50	<30	30–50	>50	<30	30–50	>50
Consiglio di amministrazione	-	4	4	-	-	4	-	-	4
% sui membri	-	50,0%	50,0%	-	-	100,0%	-	-	100,0%

<sup>43</sup> Il tasso di frequenza degli infortuni è calcolato come il rapporto tra il numero di infortuni e la stima delle ore totali lavorate nello stesso periodo, moltiplicato per 1.000.000.

## Indicatori di salute e sicurezza relativi ai lavoratori non dipendenti

	2024	2023	2022
<b>Totale ore lavorate</b>	996.787	1.074.871	920.715
<b>Numero di infortuni gravi</b>	-	-	-
<b>Numero di infortuni totali registrabili</b>	29	50	30
<b>Tasso di frequenza degli infortuni gravi</b>	-	-	-
<b>Tasso di frequenza degli infortuni totali registrabili</b>	<b>29,09</b>	<b>46,5</b>	<b>32,6</b>

## Indicatori di salute e sicurezza relativi ad altri lavoratori che operano nei siti dell'azienda

	2024	2023	2022
<b>Numero di infortuni gravi</b>	1	2	-
<b>Numero di infortuni totali registrabili</b>	<b>47</b>	<b>52</b>	<b>52</b>

## CATENA DI FORNITURA

### Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali<sup>44</sup>

	2024	2023	2022 <sup>45</sup>
<b>Spesa a favore di fornitori italiani</b>	91,5%	91,7%	92,1%
<b>Spesa a favore di fornitori esteri</b>	8,5%	8,3%	7,9%
<b>Totale</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

## Percentuale di materie prime acquistate certificate secondo uno standard internazionale di produzione responsabile<sup>46</sup>

<b>Tipologia di prodotto</b>	<b>2024</b>			<b>2023</b>			<b>2022</b>		
	<b>ITALIA</b>	<b>UE</b>	<b>NON UE</b>	<b>ITALIA</b>	<b>UE</b>	<b>NON UE</b>	<b>ITALIA</b>	<b>UE</b>	<b>NON UE</b>
<b>Totale CACAO, di cui</b>	<b>70,4%</b>	<b>11,4%</b>	<b>0,0%</b>	<b>70,2%</b>	<b>11,7%</b>	<b>0,0%</b>	<b>58,7%</b>	<b>18,5%</b>	<b>0,0%</b>
conforme a "Rainforest Alliance agriculture certification"	70,3%	11,4%	0,0%	70,0%	11,7%	0,0%	58,6%	18,5%	0,0%
conforme a "Fair Trade"	0,1%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>Totale CAFFÈ, di cui</b>	<b>33,9%</b>	<b>0,1%</b>	<b>0,0%</b>	<b>34,0%</b>	<b>0,3%</b>	<b>0,0%</b>	<b>35,7%</b>	<b>0,5%</b>	<b>0,0%</b>
conforme a "Rainforest Alliance agriculture certification"	33,9%	0,1%	0,0%	34,0%	0,3%	0,0%	35,7%	0,5%	0,0%
<b>Totale TÈ, di cui*</b>	<b>7,4%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>7,2%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>7,6%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>
conforme a "Rainforest Alliance agriculture certification"	7,4%	0,0%	0,0%	7,2%	0,0%	0,0%	7,6%	0,0%	0,0%
<b>Totale PESCE, CROSTACEI, MOLLUSCHI, di cui</b>	<b>23,7%</b>	<b>27,5%</b>	<b>1,3%</b>	<b>29,9%</b>	<b>22,3%</b>	<b>1,5%</b>	<b>38,5%</b>	<b>14,5%</b>	<b>1,4%</b>
conforme a "MSC"	2,4%	9,5%	0,0%	2,4%	9,0%	0,0%	2,3%	8,9%	0,0%
conforme a "DS"	7,7%	2,4%	0,0%	9,5%	1,6%	0,0%	9,6%	1,7%	0,0%
conforme a "GGN"	0,4%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%
conforme a "FOS"	13,2%	15,5%	1,3%	17,5%	11,6%	1,5%	26,1%	3,9%	1,4%
<b>Totale UOVA, di cui**</b>	<b>88,7%</b>	<b>1,1%</b>	<b>0,0%</b>	<b>88,5%</b>	<b>1,1%</b>	<b>0,0%</b>	<b>87,6%</b>	<b>3,2%</b>	<b>0,0%</b>
conforme a Uova a terra (CAT2)	81,4%	0,4%	0,0%	81,0%	0,5%	0,0%	74,4%	2,7%	0,0%
conforme a Uova all'aperto (CAT1)	5,7%	0,6%	0,0%	5,9%	0,6%	0,0%	11,7%	0,5%	0,0%
conforme a Uova "Bio" (CAT0)	1,8%	0,0%	0,0%	1,7%	0,0%	0,0%	1,7%	0,0%	0,0%
conforme a "S/ANTIBIOTICI"	1,5%	0,0%	0,0%	1,1%	0,0%	0,0%	0,9%	0,0%	0,0%
<b>Totale FRUTTA E VERDURA, di cui</b>	<b>1,9%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>1,9%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>1,7%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>
conforme a "BIO"	1,9%	0,0%	0,0%	1,9%	0,0%	0,0%	1,7%	0,0%	0,0%
<b>Totale ARREDAMENTO LEGNO, di cui</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>100,0%</b>
conforme a "FSC®"	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
<b>Totale CARTA, CELLULOSA, di cui</b>	<b>100,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>
conforme a "FSC®/PEFC"	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%

<sup>44</sup>Dati riferiti a Eurospin Italia S.p.A.

<sup>45</sup>I dati 2022 sono stati riesposti rispetto a quanto pubblicato nella precedente edizione del Bilancio di Sostenibilità a fronte di una revisione della metodologia di calcolo.

<sup>46</sup>Dati calcolati in rapporto ai volumi di acquisto. Alcuni dati 2022 sono stati riesposti rispetto a quanto pubblicato nella precedente edizione del Bilancio di Sostenibilità a fronte di una revisione della metodologia di imputazione.

\* I dati fanno riferimento a tutto il tè, sia come prodotto sia come ingrediente in altri prodotti. Il 99% del tè in bustina è certificato Rainforest Alliance.

\*\* I dati fanno riferimento a tutte le uova, sia come prodotto sia come ingrediente in altri prodotti. Il 100% delle uova vendute come articoli proviene da galline allevate a terra.

**ENERGIA****Consumo di energia e mix energetico**

in MWh	2024	2023	2022
Consumo di combustibile da carbone e prodotti del carbone	-	-	-
<b>Consumo di combustibile da petrolio grezzo e prodotti petroliferi</b>	<b>20.657</b>	<b>20.513</b>	<b>20.412</b>
di cui diesel per flotta auto	18.490	18.082	18.811
di cui benzina per flotta auto	2.166	2.430	1.601
<b>Consumo di combustibile da gas naturale</b>	<b>8.672</b>	<b>11.964</b>	<b>12.686</b>
di cui gas naturale per il riscaldamento e raffreddamento	8.672	11.964	12.686
Consumo di energia elettrica da fonti fossili acquistata	224.644	210.149	197.032
Consumo di energia elettrica da fonti rinnovabili non certificata acquistata	193.765	181.259	180.677
<b>Consumo totale di energia da fonti fossili</b>	<b>447.736</b>	<b>423.884</b>	<b>410.806</b>
Quota di fonti fossili sul consumo totale di energia (%)	94,8%	95,7%	95,3%
<b>Consumo totale di energia da fonti nucleari</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>6.142</b>
Quota di fonti nucleari sul consumo totale di energia (%)	0,0%	0,0%	1,4%
Consumo di combustibili per le fonti rinnovabili, compresa la biomassa	-	-	-
Consumo di energia elettrica da fonti rinnovabili certificata acquistata <sup>47</sup>	-	-	-
Consumo di energia rinnovabile autoprodotta senza ricorrere a combustibile	24.433	19.242	14.237
<b>Consumo totale di energia da fonti rinnovabili</b>	<b>24.433</b>	<b>19.242</b>	<b>14.237</b>
Quota di fonti rinnovabili sul consumo totale di energia (%)	5,2%	4,3%	3,3%
<b>Consumo totale di energia</b>	<b>472.170</b>	<b>443.126</b>	<b>431.185</b>
Intensità energetica totale (MWh/m <sup>2</sup> )	0,339	0,331	0,318
Intensità energetica totale rapportata ai ricavi netti (MWh/mln €)	52,2085	51,4794	55,4132
<b>Consumo totale di energia, al netto dei carburanti per flotta aziendale</b>	<b>451.513</b>	<b>422.613</b>	<b>410.773</b>
Intensità energetica totale, al netto dei carburanti per flotta aziendale (MWh/m <sup>2</sup> )	0,325	0,316	0,303
Intensità energetica totale, al netto dei carburanti per flotta aziendale rapportata ai ricavi netti (MWh/mln €)	49,9244	49,0963	52,7900

<sup>47</sup> Il dato 2022 è stato riesposto rispetto a quanto pubblicato nella precedente edizione del Bilancio di Sostenibilità a seguito della rilevazione di un errore in fase di raccolta dei dati.

**Produzione di energia propria**

in MWh	2024	2023	2022
Produzione di energia da fonti rinnovabili	24.593	19.368	14.330
Produzione di energia da fonti non rinnovabili	-	-	-
<b>Totale energia prodotta</b>	<b>24.593</b>	<b>19.368</b>	<b>14.330</b>

**Energia consumata all'esterno dell'organizzazione**

in MWh	2024	2023	2022
<b>Carburante utilizzato per le operazioni logistiche</b>	<b>265.494</b>	<b>264.460</b>	<b>276.683</b>
di cui diesel	265.494	264.460	276.683

**EMISSIONI<sup>48</sup>****Emissioni<sup>49</sup> dirette e indirette di GHG (Scope 1 e 2) e intensità delle emissioni GHG**

in t CO <sub>2</sub> e	2024	2023	2022
Emissioni dirette <sup>50</sup>	31.198	44.242	50.749
Emissioni indirette – location-based <sup>51</sup>	129.134	105.389	103.354
Emissioni indirette – market-based <sup>52</sup>	192.119	179.746	176.275
<b>Totale emissioni dirette + indirette location-based</b>	<b>160.331</b>	<b>149.630</b>	<b>154.102</b>
<b>Totale emissioni dirette + indirette market-based<sup>53</sup></b>	<b>223.317</b>	<b>223.988</b>	<b>227.024</b>
Intensità delle emissioni dirette (t CO <sub>2</sub> e/m <sup>2</sup> )	0,0224	0,0331	0,0375
Intensità delle emissioni indirette – location-based (t CO <sub>2</sub> e/m <sup>2</sup> )	0,0928	0,0788	0,0763
Intensità delle emissioni indirette – market-based (t CO <sub>2</sub> e/m <sup>2</sup> )	0,1381	0,1343	0,1302
Intensità delle emissioni dirette + indirette location-based (t CO <sub>2</sub> e/m <sup>2</sup> )	0,1152	0,1118	0,1138
Intensità delle emissioni dirette + indirette market-based (t CO <sub>2</sub> e/m <sup>2</sup> )	0,1605	0,1674	0,1676
Intensità delle emissioni rapportata ai ricavi netti (Scope 1 + Scope 2 LB/mln €)	17,7281	17,3830	19,8043
Intensità delle emissioni rapportata ai ricavi netti (Scope 1 + Scope 2 MB/mln €)	24,6925	26,0214	29,1757

<sup>48</sup> In funzione dell'affinamento della metodologia di calcolo delle emissioni intervenuto nel 2024 sono stati ricalcolati e riesposti anche i dati 2022 rispetto a quanto pubblicato nell'edizione precedente del Bilancio di Sostenibilità.

<sup>49</sup> Ai fini del calcolo delle emissioni GHG sono stati considerati i seguenti gas serra: CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub> e N<sub>2</sub>O.

<sup>50</sup> Fonte del coefficiente di emissione per gas naturale: rielaborazione a partire da ISPRA, Italian Greenhouse Gas Inventory 1990-2021. National Inventory Report 2023. Fonte del coefficiente di emissione per gas refrigeranti e carburanti: DEFRA, Greenhouse gas reporting: conversion factors 2024.

<sup>51</sup> Fonte del coefficiente di emissione: rielaborazione a partire da ISPRA, Italian Greenhouse Gas Inventory 1990-2021. National Inventory Report 2023.

<sup>52</sup> Fonte del coefficiente di emissione: rielaborazione a partire da ISPRA, Italian Greenhouse Gas Inventory 1990-2021. National Inventory Report 2023.

<sup>53</sup> Il dato 2022 è stato ricalcolato e riesposto rispetto a quanto pubblicato nella precedente edizione del Bilancio di Sostenibilità a seguito della rilevazione di un errore in fase di raccolta dei dati.

**RIFIUTI****Rifiuti prodotti**

int	2024	2023	2022
<b>Totale rifiuti non pericolosi</b>	<b>93.098</b>	<b>84.723</b>	<b>66.562</b>
Scarti inutilizzabili per il consumo o per la trasformazione	716	626	787
Imballaggi di carta e cartone	80.172	72.387	60.501
Imballaggi di plastica	2.247	1.582	1.066
Imballaggi in legno	837	1.288	101
Imballaggi in materiali misti	7.446	7.053	3.239
Apparecchiature fuori uso	31	31	50
Rifiuti inorganici	-	4	-
Rifiuti organici	63	688	-
Ferro e acciaio	31	88	490
Metalli misti	-	3	185
Carta e cartone	68	57	-
Oli e grassi commestibili	41	33	18
Batterie e accumulatori	1	-	-
Rifiuti biodegradabili	2	-	-
Rifiuti urbani non differenziati	-	-	110
Rifiuti dei mercati	66	10	-
Residui della pulizia stradale	4	-	-
Rifiuti ingombranti	210	146	24
<b>Totale rifiuti pericolosi</b>	<b>56</b>	<b>117</b>	<b>53</b>
Pitture e vernici di scarto contenenti solventi organici o altre sostanze pericolose	0	2	-
Apparecchiature fuori uso contenenti clorofluorocarburi, HCFC, HFC	14	57	9
Apparecchiature fuori uso contenenti altri componenti pericolosi	7	14	-
Rifiuti inorganici contenenti sostanze pericolose	-	-	15
Rifiuti organici contenenti sostanze pericolose	1	6	-
Batterie contenenti mercurio	2	-	-
Tubi fluorescenti e altri rifiuti contenenti mercurio	1	1	-
Batterie e accumulatori	31	38	29
<b>Totale sottoprodotti</b>	<b>3.218</b>	<b>3.154</b>	<b>4.258</b>
Sottoprodotti cat.3	3.218	3.154	4.258

**PERFORMANCE ECONOMICA<sup>54</sup>****Valore economico creato**

in €	2024	2023	2022 <sup>55</sup>
Ricavi netti delle vendite e prestazioni	9.043.921.720	8.607.835.176	7.781.253.110
Altri ricavi non finanziari	97.946.919	106.753.830	99.716.412
Proventi finanziari	30.064.537	21.926.967	882.274
<b>Valore aggiunto totale creato</b>	<b>9.171.933.176</b>	<b>8.736.515.973</b>	<b>7.881.851.796</b>

**Valore economico distribuito**

in €	2024	2023	2022
Ai fornitori (costi merci vendute, servizi, godimento di terzi) <sup>56</sup>	7.692.056.512	7.319.113.335	6.648.960.305
<b>Remunerazione dei fornitori</b>	<b>7.692.056.512</b>	<b>7.319.113.335</b>	<b>6.648.960.305</b>
Al lavoro dei dipendenti	711.218.859	633.021.473	567.181.995
Al lavoro di altri soggetti	16.098.588	15.154.057	12.230.100
<b>Remunerazione del lavoro</b>	<b>727.317.447</b>	<b>648.175.530</b>	<b>579.412.095</b>
Ai soci/azionisti	86.199.800	85.350.660	63.676.600
Interessi finanziari alle banche	1.073.983	1.908.849	514.458
<b>Remunerazione ai prestatori di capitale</b>	<b>87.273.783</b>	<b>87.259.509</b>	<b>64.191.058</b>
Alle attività sociali e culturali	360.964	313.043	193.055
<b>Remunerazione alla collettività</b>	<b>360.964</b>	<b>313.043</b>	<b>193.055</b>
Imposte e tasse <sup>57</sup>	156.901.303	155.701.495	130.554.731
<b>Remunerazione pubblica amministrazione</b>	<b>156.901.303</b>	<b>155.701.495</b>	<b>130.554.731</b>
<b>Valore aggiunto totale distribuito</b>	<b>8.663.910.009</b>	<b>8.210.562.912</b>	<b>7.423.311.244</b>

<sup>54</sup> Dati economici consolidati del Gruppo Eurospin.<sup>55</sup> I dati 2022 sono stati riesposti a causa di un errore di impaginazione nella precedente edizione del Bilancio di Sostenibilità.<sup>56</sup> Il dato 2022 è stato revisionato e riesposto rispetto a quanto pubblicato nella precedente edizione del Bilancio di Sostenibilità a fronte di una differente modalità di imputazione delle sponsorizzazioni, non più integrate nella voce "ai fornitori", ma ricomprese nella voce "alle attività sociali e culturali".<sup>57</sup> Il dato 2022 è stato revisionato, integrando anche le imposte degli esercizi precedenti, e riesposto rispetto a quanto pubblicato nella precedente edizione del Bilancio di Sostenibilità.

**Valore economico trattenuto**

in €	2024	2023	2022
Ammortamenti	194.278.954	177.120.167	157.134.040
Accantonamenti	138.150	413.271	8.497.156
Altro	313.606.063	348.419.623	292.909.356
<b>Valore aggiunto totale trattenuto</b>	<b>508.023.167</b>	<b>525.953.061</b>	<b>458.540.552</b>

# Indice dei contenuti GRI e interoperabilità con gli ESRS

Il Bilancio di Sostenibilità 2024 di Eurospin Italia S.p.A. è stato redatto adottando i GRI Standards secondo l'opzione "in accordance".

Con anticipo rispetto al recepimento della Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), il Gruppo ha integrato le informazioni raccolte ai sensi dei GRI con le nuove richieste informative previste dagli European Sustainability Reporting Standards (ESRS), redatti dall'EFRAG.

La tabella seguente riporta le informazioni della società basate sui GRI Standards con riferimento agli indicatori GRI utilizzati. Per ogni informazione fornita, si riporta il riferimento alla pagina del Bilancio di Sostenibilità. Nell'ultima colonna è stato riportato il riferimento agli standard ESRS, utilizzando come supporto il GRI-ESRS Interoperability Index, prima versione, pubblicato a novembre 2024 congiuntamente dal GRI e dall'EFRAG.

GRI Standard	Informativa	Numero di pagina	Note e omissioni	ESRS
<b>Informativa generale</b>				
<b>GRI 2: Informativa generale 2021</b>	2-1 Dettagli organizzativi	128-129		-
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	128-129		ESRS 2 BP-1 §5(a) e (b)i
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	128-129		ESRS 1 6.1
	2-4 Revisione delle informazioni	128-129		ESRS 2 BP-2 §13, §14(a) e (b)
	2-5 Assurance esterna	128-129		-
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	14-15, 20-21, 64		ESRS 2 SBM-1 §40 (a)i, §42 (b)e(c)
	2-7 Dipendenti	44,133		ESRS 2 SBM-1 §40 (a) iii; ESRS SI-6 §50 (a), (b), (c) ed (e), §52
	2-8 Lavoratori non dipendenti	44,133		ESRS SI-7 §55(a), §56
	2-9 Struttura e composizione della governance	14, 22, 132		ESRS 2 GOV-1 §21; ESRS G1 §5 (a)

GRI Standard	Informativa	Numero di pagina	Note e omissioni	ESRS
<b>GRI 2: Informativa generale 2021</b>	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	22	a) Ciascun Socio ha diritto di nominare un membro del CdA. b) Date le caratteristiche del business, non si è ritenuto necessario formalizzare criteri specifici per la nomina e selezione dei membri del massimo organo di governo.	Non coperto dagli ESRS
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	-	a) Il Presidente del massimo organo di governo è anche amministratore delegato per le aree Internal Audit, Sicurezza e Franchising. b) La competenza per tutte le decisioni che non siano di ordinaria amministrazione è riservata al CdA; pertanto, le situazioni di conflitto di interesse non dovrebbero sussistere.	Non coperto dagli ESRS
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	-	a) Il massimo organo di governo, attraverso i propri Consiglieri delegati alle specifiche funzioni, supervisiona e approva lo sviluppo della missione, delle strategie e delle politiche per la gestione degli impatti su economia, ambiente e persone. b) Il CdA promuove la predisposizione e la conduzione di processi di due diligence periodici per identificare e valutare la significatività degli impatti. Il coinvolgimento degli stakeholder nel controllo dei processi di due diligence è delegato alle figure operative che attuano gli indirizzi strategici. c) L'efficacia dei processi è verificata in occasione di analisi periodiche sui risultati da parte del CdA.	ESRS 2 GOV-1 §22 (c); ESRS G1 §5 (a)
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	-	n.a.	-
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	-	Il Consiglio di Amministrazione è responsabile della revisione e approvazione del Bilancio di Sostenibilità.	ESRS 2 GOV-1 §AR 3 (a) ii e iv; IRO-1 §53 (d)
	2-15 Conflitti d'interesse	-	a) Considerato il fatto che Eurospin non è una S.p.A. ad azionariato diffuso non è stato ritenuto necessario prevedere procedure specifiche per la gestione dei conflitti di interesse. b) Nel caso in cui sorgano conflitti di interesse, questi vengono comunicati agli stakeholder.	Non coperto dagli ESRS
	2-16 Comunicazione delle criticità	-	a) Eurospin raccoglie e analizza ogni informazione ricevuta attraverso i suoi canali di comunicazione e qualora tra queste informazioni risultino delle criticità in termini di reali e potenziali impatti negativi queste vengono riportate al massimo organo di governo. b) Non si sono registrate criticità da riferire al massimo organo di governo durante il periodo di rendicontazione.	ESRS G1-1 §10 (a); G1-3 §18 (a)

GRI Standard	Informativa	Numero di pagina	Note e omissioni	ESRS
<b>GRI 2: Informativa generale 2021</b>	2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo	-	Le conoscenze collettive, le capacità e l'esperienza del massimo organo di governo riguardo allo sviluppo sostenibile sono incrementate e promosse grazie ai confronti con i funzionari competenti in occasione dei Consigli e attraverso la partecipazione dei membri a convegni di settore.	ESRS 2 GOV-1 §23 (a)
	2-18 Valutazione della performance del massimo organo di governo	-	Attualmente non sono previste misure formalizzate di valutazione della performance del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti sull'economia, sull'ambiente e sulle persone.	Non coperto dagli ESRS
	2-19 Norme riguardanti le remunerazioni	-	a) La remunerazione dei membri del massimo organo di governo è stabilita a livello assembleare in occasione del rinnovo triennale del consiglio di Amministrazione. La retribuzione dei dirigenti, invece, sono definite annualmente di concerto con gli Amministratori delle singole società, considerando i livelli retributivi previsti dal CCNL Dirigenti Terziario e le medie di mercato rilevate attraverso analisi di settore. b) Attualmente il Gruppo non ha previsto nella politica di remunerazione obiettivi di performance legati alla gestione degli impatti ambientali e sociali.	ESRS 2 GOV-3 §29 (a); ESRS SI-10 §69
	2-20 Procedura di determinazione della retribuzione	-	Il Gruppo non ha istituito un comitato indipendente per la determinazione della remunerazione. Si vedano le prassi descritte per l'indicatore 2-19 Norme riguardanti la remunerazione.	-
	2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale	132		ESRS SI-16 §97 (b) e (c)
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	6-7		ESRS 2 SBM-1 §40 (g)
	2-23 Impegno in termini di policy	24-25	a) Il Codice Etico del Gruppo non richiama esplicitamente normative e standard internazionali a cui gli impegni fanno riferimento, né esplicita formalmente la richiesta di una due diligence e dell'applicazione del principio di precauzione. Il Codice Etico richiede invece esplicitamente il rispetto dei diritti umani. b) I diritti umani che interessano gli impegni assunti nel Codice Etico riguardano i diritti dei lavoratori e dei minori nell'organizzazione e lungo la catena di fornitura, quali – a titolo di esempio – la dignità della persona, la salute e la sicurezza, la libertà di espressione.	ESRS 2 MDR-P §65 (f); ESRS SI-1 §21, §22; ESRS S2-1 §17 (a), §19; ESRS G1-1 §7 e §AR 1 (b)

GRI Standard	Informativa	Numero di pagina	Note e omissioni	ESRS
<b>GRI 2: Informativa generale 2021</b>	2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	24-25		ESRS G1-1 §9 e §10 (g)
	2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	52, 89, 95	Diverse procedure e meccanismi sono stati predisposti per rimediare gli impatti negativi. Le informazioni relative alla gestione dei diversi impatti sono incluse nelle sezioni opportune del Bilancio, dove applicabile.	ESRS SI-1 §20 (c); §AR 17 (g); SI-3 §32 (a) e (b); §AR 31; ESRS S2-1 §17 (c); S2-3 §27 (a); ESRS S4-1 §16 (c); S4-3 §25 (a), (b) ed (e); §AR 23; S4-4 §32 (c)
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	24	Oltre alla presenza del canale di Whistleblowing, le richieste di chiarimenti sull'attuazione delle politiche e delle pratiche dell'organizzazione per una condotta aziendale responsabile e le preoccupazioni sulla condotta d'impresa dell'organizzazione possono essere segnalate dagli stakeholder ai recapiti dell'Organismo di Vigilanza di ciascuna società del Gruppo, indicati all'interno del Codice Etico di Comportamento del Gruppo.	ESRS SI-3 §AR 32 (d); ESRS S2-3 §AR 27 (d); ESRS S3 S3-3 §AR 24 (d); ESRS S4-3 §AR 24 (d); ESRS GI-1 §10 (a); GI-3 §18 (a)
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	-	Nel triennio 2022-2024 non si sono registrati casi di non conformità a leggi e regolamenti.	ESRS E2-4 §AR 25 (b); ESRS SI-17 §103 (c) e §104 (b); ESRS G1-4 §24 (a)
	2-28 Appartenenza ad associazioni	-	Eurospin Italia non aderisce ad associazioni di settore e di categoria o altre associazioni.	Non coperto dagli ESRS
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	32-33, 44, 88		ESRS 2 SMB-2 §45
	2-30 Contratti collettivi	45		ESRS SI-8 §60 (a); SI-2 §27 (d)

GRI Standard	Informativa	Numero di pagina	Note e omissioni	ESRS
<b>TEMI MATERIALI</b>				
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	34-35		-
	3-2 Elenco di temi materiali	36, 130-131		-
<b>QUALITÀ E SICUREZZA DEI PRODOTTI</b>				
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	62-63, 74-79		ESRS S4-1 §15 e §16 (c); S4-2 §20 (a) e (b); S4-4 §31 (a); §32 (a) e (b); §35; §AR 33 (a)
<b>GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016</b>	416-1 Valutazione di impatto derivanti da prodotti e servizi sulla salute e sulla sicurezza	74		-
<b>QUALITÀ ACCESSIBILE</b>				
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	18, 20-21, 62-64, 84-85, 90-92		Non coperto dagli ESRS
<b>SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO</b>				
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	42, 52-59	Nel triennio 2022-2024 non si è verificato alcun incidente grave in materia di diritti umani connessi alla forza lavoro propria dell'impresa.	ESRS SI-1 §19; §20 (c); SI-2 §27 (a) e (b); SI-4 §37 e §38; SI-17 §104 (a)
<b>GRI 403: Salute e sicurezza sul luogo di lavoro 2018</b>	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	52		ESRS SI-1 §23; SI-14 §AR 81
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	-	I lavoratori possono segnalare eventuali pericoli e rischi direttamente ai loro preposti per la sicurezza, i quali si interfacciano con il RSPP e l'ASPP via mail o tramite un gestionale dedicato. In caso di infortuni sul lavoro, questi vengono comunicati alle funzioni preposte per la denuncia all'ente assicurativo Incail (Istituto nazionale per l'assicurazione contro gli infortuni sul lavoro) descrivendo la causa dell'incidente. In qualunque caso, i lavoratori sono tenuti ad allontanarsi da situazioni di pericolo che possono provocare danni alla salute.	ESRS SI-3 §32 (b)

GRI Standard	Informativa	Numero di pagina	Note e omissioni	ESRS
<b>GRI 403 Salute e sicurezza sul luogo di lavoro 2018</b>	403-3 Servizi per la salute professionale	-	Tutti i dipendenti sono sottoposti a sorveglianza sanitaria, l'insieme degli accertamenti sanitari svolti periodicamente dal Medico Competente per verificarne lo stato di salute e l'idoneità allo svolgimento delle proprie mansioni. Sulla base delle visite e delle valutazioni condotte, il Medico Competente ha la facoltà di prescrivere limitazioni o esoneri da tipologie di attività che possono comportare un aggravamento delle condizioni di salute e conseguentemente malattie professionali. Il servizio di sorveglianza sanitaria viene programmato e calendarizzato annualmente ed è svolto direttamente sul posto di lavoro, presso cliniche mobili o presso ambulatori convenzionati. Eurospin apporta adeguamenti all'ambiente fisico per garantire la salute e sicurezza di lavoratori, clienti e altri stakeholder.	ESRS SI-1 §AR17 (d)
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione	52-53		-
	403-5 Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	54		-
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	57-59		-
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business	53, 56		-
	403-8 Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	52		ESRS SI-14 §88 (a); §90
	403-9 Infortuni sul lavoro	54-55, 137-138		ESRS SI-14 §88 (b) e (c)
<b>RELAZIONI CON LA CATENA DI FORNITURA</b>				
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	62, 65-73, 76-79		ESRS G1-2 §15 (a); S2-SBM-3 §11 (b); S2-1 §17 (b); S2-4 §35; E2-1 §17 (c)
<b>GRI 204: Prassi di approvvigionamento 2016</b>	204-1 Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali	71-72, 138	-	
-	Gestione dei rapporti con i fornitori e Prassi di pagamento	66		ESRS G1-2 §14, §15 (a); G1-6 §33 (b)

GRI Standard	Informativa	Numero di pagina	Note e omissioni	ESRS
<b>SELEZIONE E GESTIONE DELL'ASSORTIMENTO</b>				
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	21, 62-64, 71-73, 88	-	
<b>GRI 4 FOOD PROCESSING SECTOR DISCLOSURE: Pratiche di approvvigionamento 2014</b>	FP2 Percentuale di materie prime acquistate certificate secondo uno standard internazionale di produzione responsabile	77, 139	-	
<b>GESTIONE E VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE EUROSPIN</b>				
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	42, 44-51, 57-59	Nel triennio 2022-2024 non si è verificato alcun incidente grave in materia di diritti umani connessi alla forza lavoro.	ESRS SI-1 §19; §20 (c); AR 14; AR 17 (f); SI-2 §27 (a), (b) ed (e); SI-4 §37 a §39; §AR 33; SI-17 §104 (a)
<b>GRI 202: Presenza sul mercato 2016</b>	202-2 Percentuale di alta dirigenza assunta attingendo dalla comunità locale	44		-
<b>GRI 401: Occupazione 2016</b>	401-1 Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti	47-48, 134		ESRS SI-6 §50 (c)
	401-2 Benefici per i dipendenti a tempo pieno che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part-time	57-59		ESRS SI-11 §74; §AR 75
	401-3 Congedo parentale	57		ESRS SI-15 §93
<b>GRI 402: Gestione del lavoro e delle relazioni sindacali 2016</b>	402-1 Periodi minimi di preavviso in merito alle modifiche operative	-	Non è previsto un periodo di preavviso minimo. Tuttavia, l'Azienda comunica eventuali cambiamenti operativi significativi ai dipendenti e ai loro rappresentanti con le dovute modalità e tempistiche.	-
<b>GRI 404: Formazione e istruzione 2016</b>	404-1 Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente	49, 137		ESRS SI-13 §83 (b) e §84
<b>GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016</b>	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	45, 135-136		ESRS 2 GOV-1 §21 (d); ESRS SI-6 §50 (a); SI-9 §66 (a) e (b); SI-12 §79
	Metriche di retribuzione	132		ESRS SI-16 §97 (a)
<b>GRI 406: Non discriminazione 2016</b>	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	-	Nel triennio 2022-2024 non si sono verificati episodi di discriminazione.	ESRS SI-17 §103 (a), §AR 103
	Politiche relative alla forza lavoro propria	46-47		ESRS SI-1 §24 (a)

GRI Standard	Informativa	Numero di pagina	Note e omissioni	ESRS
<b>CONSUMO DI RISORSE ENERGETICHE ED EMISSIONI</b>				
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	98-107		ESRS EI-2 §24 e §25 (c) e (d); EI-3 §28
<b>GRI 302: Energia 2016</b>	302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione	104-105, 140		ESRS EI-5 §38; §39
	302-2 Consumo di energia esterno all'organizzazione	104, 141	-	
	302-3 Intensità energetica	104, 140		ESRS EI-5 §40
<b>GRI 305: Emissioni 2016</b>	305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	106-107, 141		ESRS EI-6 §44 (a); §46; §48 (a); §AR 39; §AR 40
	305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	106-107, 141		EI-6 §44 (b); §46; §49; §50; §AR 39; §AR 40; §AR 45 (a), (c), (d) e (f)
	305-4 Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)	106-107, 141		ESRS EI-6 §53; §AR 39 (c)
-	Cambiamenti climatici	106		ESRS EI-1, EI-2, EI-3, EI-4
<b>INTEGRITÀ E SOSTENIBILITÀ ECONOMICA</b>				
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	24-25, 120, 122		ESRS GI-1 §7; GI-3 §18 (a); GI-4 §24
<b>GRI 201: Performance economica 2016</b>	201-1 Valore economico diretto generato e distribuito	122-123, 143-144		ESRS 2 SBM-1 §40 (b)
<b>GRI 205: Anticorruzione 2016</b>	205-2 Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	25		ESRS GI-3 §20, §21 (c)
	205-3 Incidenti confermati di corruzione e misure adottate	-	Nel triennio 2022-2024 non si sono verificati episodi di corruzione accertati.	ESRS GI-4 §25
<b>GRI 418: Privacy dei clienti 2016</b>	418-1 Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati	-	Nel triennio 2022-2024 l'organizzazione non ha ricevuto alcun reclamo riguardo a violazioni della privacy dei clienti.	ESRS S4-4 §35

GRI Standard	Informativa	Numero di pagina	Note e omissioni	ESRS
<b>PACKAGING E RIFIUTI</b>				
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	98, 108-116		E5-2 §19
<b>GRI 306: Rifiuti 2020</b>	306-1 Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti	108-109		ESRS E5 §AR 7 (f)
	306-2 Gestione di impatti significativi correlati ai rifiuti	108-109		ESRS E5-2 §19 e §20 (e); E5-5 §40 e §AR 33 (c)
	306-3 Rifiuti generati	110, 142		ESRS E5-5 §37 (a), §38 a §40
<b>ETICHETTATURA E COMUNICAZIONE TRASPARENTE</b>				
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	82, 93-95		S4-1 §15 e §16 (c); S4-2 §20; S4-4 §31; §32 (a) e (b); §AR 30
<b>GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016</b>	417-1 Requisiti relativi all'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	93	Nel triennio 2022-2024 il 100% delle categorie di prodotti di Eurospin è stato sottoposto a valutazione sulla conformità con le procedure di informazione ed etichettatura.	-
	417-2 Episodi di non conformità concernenti l'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	95	Sia nel 2023 che nel 2024 Eurospin ha ricevuto tre segnalazioni per non conformità a normative in materia di informazione ed etichettatura dei prodotti che hanno comportato, rispettivamente, due e tre ammende/sanzioni.	ESRS S4-4 §35
	417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	95		ESRS S4-4 §35
<b>GRI G4 FOOD PROCESSING SECTOR DISCLOSURE: Etichettatura di prodotti e servizi 2014</b>	FP8 Politiche e pratiche di comunicazione ai consumatori su ingredienti e informazioni nutrizionali che vanno oltre a quanto previsto dai requisiti di legge	94-95		-
<b>LOTTA ALLO SPRECO ALIMENTARE</b>				
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	98, 124-127		ESRS 5-5 §34 (b)

GRI Standard	Informativa	Numero di pagina	Note e omissioni	ESRS
<b>VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO</b>				
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	120-121, 125		ESRS S3-4 §31(b)
<b>GRI 203: Impatti economici indiretti 2016</b>	203-1 Investimenti in infrastrutture e servizi supportati	121		ESRS S3-4 §AR 37
<b>ASCOLTO E DIALOGO CON I CLIENTI</b>				
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	82, 88-89		ESRS S4-2 §20



La Spesa intelligente

## Bilancio di Sostenibilità 2024

**Eurospin Italia S.p.A.**

Via Campalto 3/d  
37036 San Martino Buon Albergo (VR)

[eurospin.com](http://eurospin.com)

**Pubblicazione:** Dicembre 2025



**Eurospin Italia S.p.A.**  
Via Campalto 3/d  
37036 San Martino Buon Albergo (VR)  
Tel. +39 045 8782222

[www.eurospin.com](http://www.eurospin.com)

