



# Integrated Annual Report 2023





# Integrated Annual Report 2023





**Integrated  
Annual Report  
2023**

# INDICE

## INTRODUZIONE

Lettera agli stakeholder	6
Nota metodologica	8
Analisi di materialità	9
Il processo di reporting	19
Il team di progetto	19

## CAPITALE FINANZIARIO 37

Le performance di Megaholding	38
La distribuzione del valore aggiunto	41
La Corporate Tax Responsibility	42
Gli investimenti in sostenibilità	43

## CAPITALE UMANO ED INTELLETTUALE 57

I collaboratori	58
Lo sviluppo del capitale umano	61
La salute e la sicurezza sul posto di lavoro	62
Il benessere aziendale e l'equilibrio vita-lavoro	64

## CAPITALE NATURALE 75

Il contributo all'ambiente	76
I materiali utilizzati	77
I consumi energetici	78
Le emissioni	79
La gestione dei rifiuti	80

## IL GRUPPO MEGAHOLDING 21

La storia	22
La struttura societaria	24
La Corporate Governance	27
La mission, la vision e i principi	30
Il modello di business	32
Analisi e rischi del contesto esterno	34

## CAPITALE SOCIALE E RELAZIONALE 47

La comunicazione aziendale	48
La rete commerciale	49
La catena del valore	50
Le attività di audit sui fornitori	51
La Fondazione Megamark	52
Il contributo del Gruppo alla società civile	54

## CAPITALE PRODUTTIVO 67

I canali di vendita del Gruppo	68
La quota di mercato	69
La gestione del brand	71
Digitalizzazione e cybersecurity	72

## ALLEGATI 81

GRI Content Index	83
Relazione del revisore indipendente sull'Integrated Annual Report 2023	89

## Lettera agli stakeholder



Da sempre la sostenibilità è nel DNA del nostro Gruppo, nelle iniziative realizzate per il territorio, nel nostro continuo supporto alle comunità, nell'attenzione all'ambiente e nel rispetto dei nostri collaboratori, dei consumatori e dei partner commerciali.

Miei carissimi stakeholder, per il quarto anno consecutivo pubblichiamo il nostro bilancio di sostenibilità e lo facciamo con grande orgoglio perché da sempre la sostenibilità è nel DNA del Gruppo; nelle iniziative realizzate per il territorio, nel nostro continuo supporto alle comunità, nell'attenzione all'ambiente e nel rispetto dei nostri collaboratori, dei consumatori e dei partner commerciali.

Vi raccontiamo un 2023 che si è concluso in uno scenario generale decisamente non semplice; navigare nella turbolenza di questo mare inquieto non è facile, ma noi siamo un'azienda solida e con tutto il management studiamo la rotta migliore da seguire per superare egregiamente le difficoltà che il mercato di riferimento presenta. Le guerre oltre i nostri confini geografici non sono terminate e la situazione in Medio Oriente non lascia nessuno di noi tranquillo. L'instabilità climatica ha generato l'aumento di importanti materie prime come l'olio, il cacao e il caffè, solo per citarne alcune e l'aumento dell'inflazione ha avuto importanti conseguenze su tutti.

Megamark ha risposto prontamente a questa situazione con una strategia che si è rivelata vincente e ha garantito anche per il 2023 una crescita importante del nostro Gruppo. Una spinta importante è stata la campagna promossa dalla centrale Selex "Spesa difesa" che ha riposizionato il prezzo di oltre 1000 prodotti per renderli super convenienti e la nostra adesione all'iniziativa del Governo del "trimestre antinflazione"; due azioni mirate a difendere il potere d'acquisto delle famiglie.

Questo report rappresenta l'opportunità importante per rendicontare a tutti voi (istituzioni, cittadini, fornitori, dipendenti, collaboratori) il nostro operato in modo chiaro e trasparente. Quest'anno per la prima volta pubblichiamo anche la nostra matrice di doppia materialità. Uno strumento che ci permette di scegliere su quali temi, in linea sempre con Agenda 2030, indirizzare il nostro impegno in termini di sostenibilità. Una bussola importante per orientare i nostri investimenti e le nostre scelte per il prossimo anno verso nuovi progetti.

“

Questo report rappresenta l'opportunità importante per rendicontare a tutti voi (istituzioni, cittadini, fornitori, dipendenti, collaboratori) il nostro operato in modo chiaro e trasparente.

Giovanni Pomarico

Non ci fermiamo e portiamo avanti sempre nuove iniziative; penso ai progetti della raccolta degli oli esausti, ai corsi di formazione per i collaboratori, al welfare per la famiglia e alle tante attività di cui la Fondazione è promotrice.

Possiamo realizzare tutto questo grazie a voi; ai clienti, che scegliendoci ogni giorno per la loro spesa ci premettono di reinvestire parte degli utili dei negozi nelle iniziative di sostenibilità di cui siamo promotori; ai fornitori che sono da tanti anni partner della nostra azienda e amici della nostra Onlus; ai soci che incoraggiano la nostra presenza sul territorio al fianco delle comunità e a tutti i collaboratori che con il loro impegno, la loro dedizione e passione per questo lavoro ci permettono di incrementare i fatturati e fare tanto per chi ha più bisogno.

Registriamo quindi un anno positivo di crescita e di azioni concrete sui territori dove siamo presenti con le insegne dei nostri negozi, tutto questo ci è di stimolo per continuare sulla strada intrapresa a

tutela del consumatore, da sempre il nostro primo datore di lavoro e al fianco delle comunità per supportare iniziative responsabili e sostenibili per tutti.

Buon cammino a tutti.



Presidente del Consiglio di Amministrazione

**Cavaliere del Lavoro Giovanni Pomarico**

## L'INTEGRATED ANNUAL REPORT 2023

## Nota metodologica

2-12

2-3

2-4

2-5

Il 2023 ha confermato il trend positivo ed è frutto della capacità del Gruppo di rinnovare costantemente il proprio business model attraverso la continua ricerca di elementi di innovazione in grado di favorire il perseguimento degli obiettivi definiti dal management.

Il 2023 è stato un anno caratterizzato dalla presenza di nuovi elementi di incertezza a livello internazionale. Le crisi geopolitiche, i fenomeni inflattivi e la crescente concorrenza da parte degli operatori esteri rappresentano solo alcune tra le criticità che hanno caratterizzato il settore della distribuzione moderna.

Tali sfide non hanno rallentato il percorso di crescita e sviluppo del Gruppo. Il 2023 ha confermato il trend positivo osservato nel corso del recente passato, un dato che lascia intravedere la possibilità di replicare simili performance anche nei prossimi esercizi.

Il risultato è frutto della capacità del Gruppo di rinnovare costantemente il proprio business model attraverso la continua ricerca di elementi di innovazione in grado di favorire il perseguimento degli obiettivi definiti dal management.

Il concetto di performance trova applicazione anche nel campo della sostenibilità socio-ambientale, il cui presidio rappresenta una scelta che da sempre contraddistingue il Gruppo. Le strategie di crescita economico-finanziaria integrano aspetti strettamente connessi alla gestione socialmente responsabile del business.

Tale scelta ha permesso di giungere alla misurazione del valore generato dal Gruppo e dai suoi punti vendita attraverso una logica di tipo integrato ispirata dai valori e dai principi che da sempre caratterizzano la gestione societaria.

L'Integrated Annual Report 2023 rappresenta il principale strumento di engagement adottato dal Gruppo. Per il quarto anno consecutivo, il Gruppo ha scelto di rinnovare il proprio percorso di accountability



volontario attraverso la pubblicazione di un documento in grado di sintetizzare i principali risultati conseguiti nel corso dell'esercizio appena concluso. Il ricorso a questo strumento si inserisce in un quadro normativo che comporterà nuovi obblighi di reporting per le grandi imprese non quotate.

Il recepimento della Corporate Sustainability Reporting Directive comporterà, infatti, il passaggio da un sistema di reporting di tipo volontario ad un modello di rendicontazione su base obbligatoria. La scelta intrapresa dal 2020 di operare in un regime di voluntary disclosure permetterà, quindi, una più fluida transizione verso tali obblighi di compliance.

Anche per il 2023, Megamark ha scelto di utilizzare un sistema di reporting incentrato sull'utilizzo dei GRI Standards (2021). Nello specifico, si è fatto riferimento all'approccio "in accordance". La scelta di ricorrere nuovamente ai GRI Standards trova motivazione nei recenti sviluppi comunitari in materia di European Sustainability Reporting Standards (ESRS).

Seppur in presenza di elementi di differenziazione, i due standard hanno sviluppato una logica di reporting condivisa ispirata dal principio dell'interoperabilità che permette di giungere ad una prima approssimazione dei principali punti di interconnessione tra i due sistemi di indicatori. Conseguentemente, l'utilizzo dei GRI Standards (2021) permetterà una più agevole transizione verso il modello ESRS.



CORPORATE SUSTAINABILITY REPORTING DIRECTIVE



MODELLO <IR> PROPOSTO DALL'INTERNATIONAL INTEGRATED REPORTING COUNCIL





Il framework di rendicontazione adottato è il modello <IR> proposto dall'International Integrated Reporting Council (IIRC) nel 2021 e recentemente recepito dalla IFRS Foundation nell'ambito delle progettualità condotte dall'ISSB. Il modello di reporting integrato <IR> si pone l'obiettivo di fornire una rappresentazione dinamica del percorso di value creation. Attraverso l'utilizzo di un sistema di reporting incentrato sui "capitali" tipici impiegati dalle aziende, l'<IR> permette di coniugare aspetti prettamente economico-finanziari a dinamiche di natura *environmental, social e governance* (ESG).

Infine, prosegue l'attività di SDG Reporting del Gruppo. Tale attività è favorita dall'utilizzo combinato dei GRI Standards (2021) e dell'<IR>, i quali forniscono rispettivamente informazioni metodologiche utili a definire un sistema di indicatori SDG-oriented ed una modalità di rappresentazione degli impatti generati.

A tal proposito, si è fatto ricorso ai seguenti documenti di prassi:

Linking the  
Sdgs and the  
GRI Standards



The Sustainable  
Development Goals,  
integrated thinking  
and the integrated  
report.



## Analisi di materialità

2-29

### La doppia materialità

Il recepimento della CSRD comporterà notevoli mutamenti nell'ambito dei percorsi di corporate reporting. La transizione al modello ESRS, oltre che l'integrazione dell'informativa nell'ambito della relazione sulla gestione, comporteranno la necessità di potenziare i sistemi di valutazione e misurazione da parte delle imprese. Inoltre, il recepimento della norma prevederà l'adozione di nuovi approcci metodologici, data la necessità di convergere verso un sistema di reporting standardizzato.

Tra i principali elementi di novità previsti dalla CSRD, vi è la doppia materialità. Il principio della doppia materialità prevede l'adozione di un sistema di analisi incentrato sulla valutazione delle connessioni tra il Gruppo e l'ambiente esterno secondo due differenti logiche:

- logica inside-out, ovvero l'impatto generato da Megamark sull'ambiente esterno;
- logica outside-in, ovvero l'impatto subito da Megamark dall'ambiente esterno.

Il principio della doppia materialità è parte integrante del sistema di reporting di Megamark sin dalla pubblicazione dell'Integrated Annual Report 2022. Nell'ambito dell'Integrated Annual Report 2023 si è scelto di perfezionare ulteriormente tale approccio metodologico attraverso l'adozione di un modello di valutazione ispirato dalle linee guida EFRAG, oltre che dalle raccomandazioni fornite dal GRI.

L'aggiornamento dei temi materiali è avvenuto in conformità con quanto previsto dalle linee guida GRI Standards.

Il principio della doppia materialità è parte integrante del sistema di reporting di Megamark sin dalla pubblicazione dell'Integrated Annual Report 2022.



LINEE GUIDA EFRAG

L'attività di materiality assessment è stata preceduta da un'analisi di ricognizione delle principali risultanze emerse nel corso del 2022, oltre che dall'analisi di fonti secondarie. Tra le principali fonti consultate, vi sono indagini di mercato, report settoriali e survey internazionali a firma delle principali società di consulenza. La scelta di operare attraverso tale impostazione metodologica deriva dalla mancata pubblicazione da parte del GRI degli standard settoriali di riferimento per il settore del commercio.

L'attività di assessment condotta ha permesso l'individuazione di 14 temi materiali, di cui 7 relativi alla dimensione ambientale (E), 4 alla dimensione sociale (S) e 3 relativi alla corporate governance (G). Ciascun tema è stato sottoposto alla valutazione da parte del gruppo di lavoro allo scopo di tenere conto maggiormente delle specificità del modello di business del Gruppo. Di seguito, si riporta l'elenco dei temi materiali individuati.

AMBITO	TEMA MATERIALE	DESCRIZIONE
--------	----------------	-------------

E	Qualità, innovazione e sicurezza dei prodotti	Innalzamento degli standard qualitativi dei prodotti e monitoraggio delle principali novità in materia di food security
E	Cambiamento climatico	Contributo alla lotta al cambiamento climatico attraverso la ricerca di soluzioni tecnologiche di tipo "green" e la mitigazione delle emissioni di gas effetto serra
E	Gestione dell'energia	Riduzione del fabbisogno energetico da combustibili di origine fossile ed innalzamento del livello di efficienza energetica
E	Packaging sostenibile	Ricerca di soluzioni di packaging a basso impatto ambientale e promozione di buone pratiche in materia di circolarità
E	Riduzione degli sprechi alimentari	Individuazione di pratiche commerciali finalizzate a ridurre gli sprechi (alimentari e non) anche attraverso attività di sensibilizzazione nei confronti dei consumatori
E	Gestione responsabile dell'acqua	Riduzione del fabbisogno idrico dei punti vendita e introduzione di pratiche di riutilizzo dell'acqua
E	Biodiversità	Recupero di aree in disuso e progettazione di spazi green a beneficio delle comunità locali nonché iniziative di biodiversità alimentari
S	Sostenibilità della catena di fornitura	Gestione responsabile e tracciabilità della catena di fornitura attraverso l'utilizzo e il rispetto di criteri ambientali e sociali in favore di una riduzione delle esternalità ambientali e degli impatti su persone e diritti umani
S	Salute e sicurezza dei lavoratori	Sistemi di gestione incentrati sulla tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori
S	Formazione e valorizzazione del capitale umano	Progetti di formazione finalizzati all'accrescimento delle soft e hard skills dei lavoratori
S	Diversità, inclusione e benessere	Promozione del wellbeing in un contesto lavorativo aziendale fondato sui principi della diversità e inclusione
G	Governance e gestione dei rischi	Definizione di un assetto di governance fondato sul principio della trasparenza e di un sistema di gestione dei rischi anche di tipo ESG
G	Sostegno a comunità e territorio	Sostegno diretto alle comunità locali attraverso la partecipazione e l'organizzazione di eventi, oltre che mediante sponsorizzazioni ed attività filantropiche
G	Etica e legalità nel business	Rispetto di principi etici e di legalità nella gestione aziendale



## La materialità di impatto

L'analisi della materialità di impatto si è articolata attraverso due distinte fasi:

- a. definizione degli impatti;
- b. valutazione degli impatti.

La scelta di prevedere due fasi trova motivazione nella necessità di operare attraverso una logica di misurazione incentrata sulla valutazione degli impatti associati ai temi materiali.

La definizione degli impatti è avvenuta nell'ambito di un meeting in presenza organizzato presso la sede di Trani. La riunione ha avuto ad oggetto l'organizzazione di un focus group che ha visto il coinvolgimento di 8 figure aziendali coinvolte nell'ambito di processi aziendali indipendenti, tra cui la comunicazione, la qualità, la gestione del personale e l'area AFC. Il focus group ha permesso di associare i 14 temi materiali a 25 impatti rilevanti per il Gruppo Megamark.

Al termine di tale attività si è proceduto con la somministrazione di una survey avente ad oggetto la valutazione della relazione tra le attività del Gruppo e gli impatti individuati secondo una logica di tipo inside-out.

Nello specifico, è stato richiesto alle persone coinvolte di esprimere la propria valutazione riguardo ai seguenti aspetti:

**Focus group che ha visto il coinvolgimento di 8 figure aziendali coinvolte nell'ambito di processi aziendali indipendenti che ha permesso di associare i 14 temi materiali a 25 impatti rilevanti per il Gruppo Megamark.**

- tipologia di impatto, ovvero la distinzione tra impatti positivi ed impatti negativi;
- probabilità dell'impatto, ovvero la distinzione tra impatti effettivi ed impatti potenziali;
- severità, ovvero la valutazione della magnitudo associata all'impatto attraverso il ricorso ad una scala di tipo 5-Liker (1=Molto basso, 5=Molto Alto);
- stakeholder impattato, ovvero la tipologia di stakeholder interessati dall'impatto. A tal riguardo, è stata concettualizzata la seguente classificazione: azionisti, investitori, CdA, dipendenti, clienti, fornitori, comunità, banche e istituti finanziari, reti di vendita, autorità e istituzioni.

**La scelta di prevedere due fasi dell'analisi della materialità di impatto trova motivazione nella necessità di operare attraverso una logica di misurazione incentrata sulla valutazione degli impatti associati ai temi materiali.**



Nella tabella che segue si riportano i risultati dell'analisi di materialità di impatto.

TEMA MATERIALE	DESCRIZIONE	IMPATTI	TIPOLOGIA		SEVERITÀ	STAKEHOLDER IMPATTATI
			NEGATIVO/ POSITIVO	EFFETTIVO/ POTENZIALE		
Qualità, innovazione e sicurezza dei prodotti	Innalzamento degli standard qualitativi dei prodotti e monitoraggio delle principali novità in materia di food security	Qualità nutrizionale del prodotto	Positivo	Effettivo	4,25	Punti vendita, Clienti
		Esposizione a rischi operativi connessi al mancato rispetto dei principi in materia di food security	Negativo	Effettivo	4,125	Punti vendita, Clienti
Cambiamento climatico	Contributo alla lotta al cambiamento climatico attraverso la ricerca di soluzioni tecnologiche di tipo "green" e la mitigazione delle emissioni di gas effetto serra	Cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas effetto serra prodotte dall'azienda	Negativo	Effettivo	3,5	Comunità, Autorità e istituzioni, Banche e Istituzioni
		Cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas effetto serra prodotte nella logistica in entrata e in uscita	Negativo	Effettivo	3,25	Comunità, Autorità e istituzioni, Banche e Istituzioni, Fornitori e Clienti
		Efficientamento dei processi produttivi attraverso il ricorso a soluzioni di tipo "green"	Positivo	Effettivo	3,625	Comunità, Autorità e istituzioni
Gestione dell'energia	Riduzione del fabbisogno energetico da combustibili di origine fossile ed innalzamento del livello di efficienza energetica	Intensità del consumo energetico e bassa quota di energia da fonti rinnovabili	Positivo	Potenziale	4,25	Comunità, Autorità e istituzioni
Packaging sostenibile	Ricerca di soluzioni di packaging a basso impatto ambientale e promozione di buone pratiche in materia di circolarità	Design del packaging di prodotti a marco proprio ad elevato impatto ambientale	Negativo	Potenziale	2,875	Clienti
		Riduzione degli impatti ambientali nell'utilizzo di packaging riconducibile a materiali ad elevato impatto ambientale	Positivo	Effettivo	3,25	Clienti, Comunità, Autorità e Istituzioni
Riduzione degli sprechi alimentari	Individuazione di pratiche commerciali finalizzate a ridurre gli sprechi (alimentari e non) anche attraverso attività di sensibilizzazione nei confronti dei consumatori	Eccedenze alimentari relative alla catena del valore	Negativo	Potenziale	3,5	Comunità, Clienti
		Incremento del volume di rifiuti relativi a prodotti (alimentari e non) dei punti vendita	Negativo	Effettivo	3,375	Comunità, Autorità e istituzioni
Gestione responsabile dell'acqua	Riduzione del fabbisogno idrico dei punti vendita e introduzione di pratiche di riutilizzo dell'acqua	Mancato recupero di acque meteoriche	Negativo	Potenziale	3	Comunità, Autorità e istituzioni
		Consumo eccessivo di acqua presso la sede aziendale e i relativi punti vendita	Negativo	Effettivo	3,25	Autorità e istituzioni
Biodiversità	Recupero di aree in disuso e progettazione di spazi green a beneficio delle comunità locali nonché iniziative di biodiversità alimentari	Iniziative in tema di biodiversità alimentare	Positivo	Effettivo	3,625	Comunità, Autorità e istituzioni, Clienti, Reti di vendita
		Riduzione dell'impatto antropico generato dai punti vendita	Positivo	Effettivo	3,5	Comunità, Autorità e istituzioni



TEMA MATERIALE	DESCRIZIONE	IMPATTI	TIPOLOGIA		SEVERITÀ	STAKEHOLDER IMPATTATI
			NEGATIVO/ POSITIVO	EFFETTIVO/ POTENZIALE		
Sostenibilità della catena di fornitura	Gestione responsabile e tracciabilità della catena di fornitura attraverso l'utilizzo e il rispetto di criteri ambientali e sociali in favore di una riduzione delle esternalità ambientali e degli impatti su persone e diritti umani	Sistema di tracciabilità della catena di fornitura dei prodotti bio	Positivo	Attuale	3,75	Fornitori
		Inefficacia di un sistema di qualifica e valutazione dei fornitori in base a criteri sociali ed ambientali	Negativo	Effettivo	4	Fornitori
Salute e sicurezza dei lavoratori	Sistemi di gestione incentrati sulla tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori	Adozione di sistemi per mitigare il rischio di infortuni sul posto di lavoro	Positivo	Potenziale	3,875	Dipendenti
Formazione e valorizzazione del capitale umano	Progetti di formazione finalizzati all'accrescimento delle soft e hard skills dei lavoratori	Attività di formazione continua e interdisciplinare	Positivo	Effettivo	3,625	CdA, Dipendenti, Reti di vendita
Diversità, inclusione e benessere	Promozione del wellbeing in un contesto lavorativo aziendale fondato sui principi della diversità e inclusione	Progetti welfare aziendale pensati per l'intera popolazione aziendale	Positivo	Effettivo	4,125	Dipendenti, Reti di vendita
		Sistemi di incentivazione per la rete vendita e il personale degli uffici aziendali	Positivo	Effettivo	4	Dipendenti, Reti di vendita
		Politiche e sistemi di audit per la promozione e il mantenimento della diversità, inclusione e pari opportunità nel contesto organizzativo aziendale	Positivo	Potenziale	3,5	CdA, Dipendenti, Reti di vendita
Governance e gestione dei rischi	Definizione di un assetto di governance fondato sui principi di trasparenza e di un sistema di gestione dei rischi anche di tipo ESG	Formalizzazione di un assetto di governance della sostenibilità che monitori lo stato di avanzamento delle diverse progettualità di tipo ESG	Negativo	Potenziale	3,625	CdA, Banche e istituzioni finanziarie
		Implementazione di un sistema efficiente di mitigazione degli impatti negativi per una migliore gestione di rischi anche di tipo ESG	Negativo	Potenziale	3,375	Azionisti, CdA, Dipendenti, Clienti e Fornitori, Banche e Istituzioni finanziarie
Sostegno a comunità e territorio	Sostegno diretto alle comunità locali attraverso la partecipazione e l'organizzazione di eventi, oltre che mediante sponsorizzazioni ed attività filantropiche	Innalzamento del livello di legittimazione sociale e reputazionale	Positivo	Effettivo	3,875	Comunità
Etica e legalità nel business	Rispetto di principi etici e di legalità nella gestione aziendale	Episodi di corruzione, concussione e conflitti di interesse con possibili impatti sul business e sulla reputation	Negativo	Potenziale	4,25	Azionisti, CdA, Dipendenti, Autorità e Istituzioni

L'analisi della materialità finanziaria è avvenuta attraverso il coinvolgimento diretto delle principali figure aziendali.

## La materialità finanziaria

L'analisi della materialità finanziaria è avvenuta attraverso il coinvolgimento diretto delle principali figure aziendali. L'attività è stata preceduta da un incontro di formazione in presenza che ha visto la partecipazione dei soggetti coinvolti in tale processo. Al termine della sessione, si è proceduto alla somministrazione di un foglio di lavoro a supporto dell'attività.

La misurazione degli impatti associati ai temi materiali è avvenuta mediante il ricorso alle linee guida internazionali. Nello specifico, si è fatto riferimento ai seguenti parametri di valutazione:

- scala: misurazione del potenziale impatto sull'azienda attraverso una scala di tipo 5-likert (1=molto basso; 5=molto alto);



- orizzonte temporale di riferimento: breve (1 anno), medio (3-5 anni), lungo (oltre 5 anni);
- probabilità: remota, possibile, probabile.

Inoltre, per ciascun impatto è stato chiesto ai partecipanti di esprimere una valutazione circa i potenziali effetti sui costi in conto capitale (CAPEX), sui costi operativi di esercizio (OPEX) aziendali e sui flussi di ricavi (REVENUE).

Nella tabella che segue si riportano i risultati dell'analisi di materialità finanziaria.

TEMA MATERIALE	IMPATTI	STRUTTURA DEI COSTI		REVENUE	SCALA	ORIZZONTE	PROBABILITÀ
		CAPEX	OPEX				
Qualità, innovazione e sicurezza dei prodotti	Qualità nutrizionale del prodotto			Maggiori ricavi derivanti dall'ingresso in nuovi segmenti di mercato	2	medio	possibile
	Esposizione a rischi operativi connessi al mancato rispetto dei principi in materia di food security		Costi per il mantenimento/ottenimento delle certificazioni di prodotto	Maggiori ricavi derivanti dall'ingresso in nuovi segmenti di mercato	2	medio	remota
Cambiamento climatico	Cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas effetto serra prodotte dall'azienda	Investimenti green	Costi per la gestione delle infrastrutture		4	medio	possibile
	Cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas effetto serra prodotte nella logistica in entrata e in uscita	Investimenti green	Costi per la gestione delle infrastrutture		2	medio	possibile
	Efficientamento dei processi produttivi attraverso il ricorso a soluzioni di tipo "green"	Investimenti green	Costi per la gestione delle infrastrutture		4	medio	possibile

TEMA MATERIALE	IMPATTI	STRUTTURA DEI COSTI		REVENUE	SCALA	ORIZZONTE	PROBABILITÀ
		CAPEX	OPEX				
Gestione dell'energia	Intensità del consumo energetico e bassa quota di energia da fonti rinnovabili	Investimenti in infrastrutture energetiche	Costi per la gestione delle infrastrutture	Maggiori ricavi derivanti dall'immissione in rete di energia elettrica. Minori costi dovuti all'efficiamento energetico	3	medio	possibile
Packaging sostenibile	Design del packaging di prodotti a marchio proprio ad elevato impatto ambientale	Investimenti in innovazione	Costi di marketing per relativo lancio	Maggiori ricavi derivanti dall'applicazione di un plus pricing. Minori costi relativi alla riduzione dei rifiuti	2	breve	possibile
	Riduzione degli impatti ambientali nell'utilizzo di packaging riconducibile a materiali ad elevato impatto ambientale		Costi connessi all'approvvigionamento di packaging a basso impatto ambientale		2	breve	remota
Riduzione degli sprechi alimentari	Eccedenze alimentari relative alla catena del valore	Investimenti per favorire soluzioni circolari	Costi di coordinamento	Maggiori ricavi derivanti dall'ingresso in nuovi segmenti di mercato	1	breve	remota
	Incremento del volume di rifiuti reattivi a prodotti (alimentari e non) dei punti vendita		Costi connessi alla gestione degli scarti	Minori costi connessi alla riduzione degli sprechi alimentari	2	breve	possibile
Gestione responsabile dell'acqua	Mancato recupero di acque meteoriche		Costi di compliance		1	breve	remota
	Consumo eccessivo di acqua presso la sede aziendale e i relativi punti vendita		Costi connessi alla gestione dei reflui		1	breve	remota
Biodiversità	Iniziative in tema di biodiversità alimentare		Costi operativi		2	medio	possibile
	Riduzione dell'impatto antropico generato dai punti vendita	Investimenti in aree verdi	Costi di gestione degli spazi		2	medio	possibile

TEMA MATERIALE	IMPATTI	STRUTTURA DEI COSTI		REVENUE	SCALA	ORIZZONTE	PROBABILITÀ
		CAPEX	OPEX				
Sostenibilità della catena di fornitura	Sistema di tracciabilità della catena di fornitura dei prodotti bio		Costi di coordinamento		4	medio	possibile
	Inefficacia di un sistema di qualifica e valutazione dei fornitori in base a criteri sociali ed ambientali		Costi di coordinamento	Maggiori ricavi derivanti dall'ingresso in nuovi segmenti di mercato	2	medio	possibile
Sicurezza e benessere dei lavoratori	Adozione di sistemi per mitigare il rischio di infortuni sul posto di lavoro		Costi di compliance		2	breve	possibile
Formazione e valorizzazione del capitale umano	Attività di formazione continua e interdisciplinare		Costi di formazione		2	breve	possibile
Diversità, inclusione e benessere	Progetti welfare aziendale pensati per l'intera popolazione aziendale	Investimenti in progetti di wellbeing	Costi per mantenimento livello welfare	Maggiore produttività e saving costi legali (minor esposizione al rischio di vertenze)	2	medio	possibile
	Sistemi di incentivazione per la rete vendita e il personale degli uffici aziendali		Costi di gestione del personale		2	medio	possibile
	Politiche e sistemi di audit per la promozione e il mantenimento della diversità, inclusione e pari opportunità nel contesto organizzativo aziendale		Costi per ottenimento certificazione D&I e di mantenimento della certificazione		1	medio	possibile
Governance e gestione dei rischi	Formalizzazione di un assetto di governance della sostenibilità che monitori lo stato di avanzamento delle diverse progettualità di tipo ESG		Costi di compliance e di governance	Saving costi operativi e premium price sui prodotti	2	medio	possibile
	Implementazione di un sistema efficiente di mitigazione degli impatti negativi per una migliore gestione di rischi anche di tipo ESG		Costi di implementazione e di audit	Saving costi associati alle differenti tipologie di rischi (strategici, operativi, compliance, ESG)	2	medio	possibile





TEMA MATERIALE	IMPATTI	STRUTTURA DEI COSTI		REVENUE	SCALA	ORIZZONTE	PROBABILITÀ
		CAPEX	OPEX				
Sostegno a comunità e territorio	Innalzamento livello di legittimazione sociale e reputazionale coinvolgendo le comunità locali	Investimenti a beneficio delle comunità locali	Costi di sponsorizzazione		3	medio	possibile
Etica e legalità nel business	Episodi di corruzione, concussione e conflitti di interesse con possibili impatti sul business e sulla reputation		Costi di compliance		1	breve	remota

## I temi materiali

Il raccordo tra le due analisi condotte ha permesso di giungere ad una classificazione degli impatti maggiormente rilevanti per il Gruppo. Nello specifico, le tematiche maggiormente rilevanti risultano essere quelle relative alla gestione delle risorse energetiche, alla ricerca di standard qualitativi in grado di certificare la bontà dei prodotti commercializzati, alla lotta alla corruzione ed alle dinamiche connesse al mantenimento di adeguati livelli di food security.

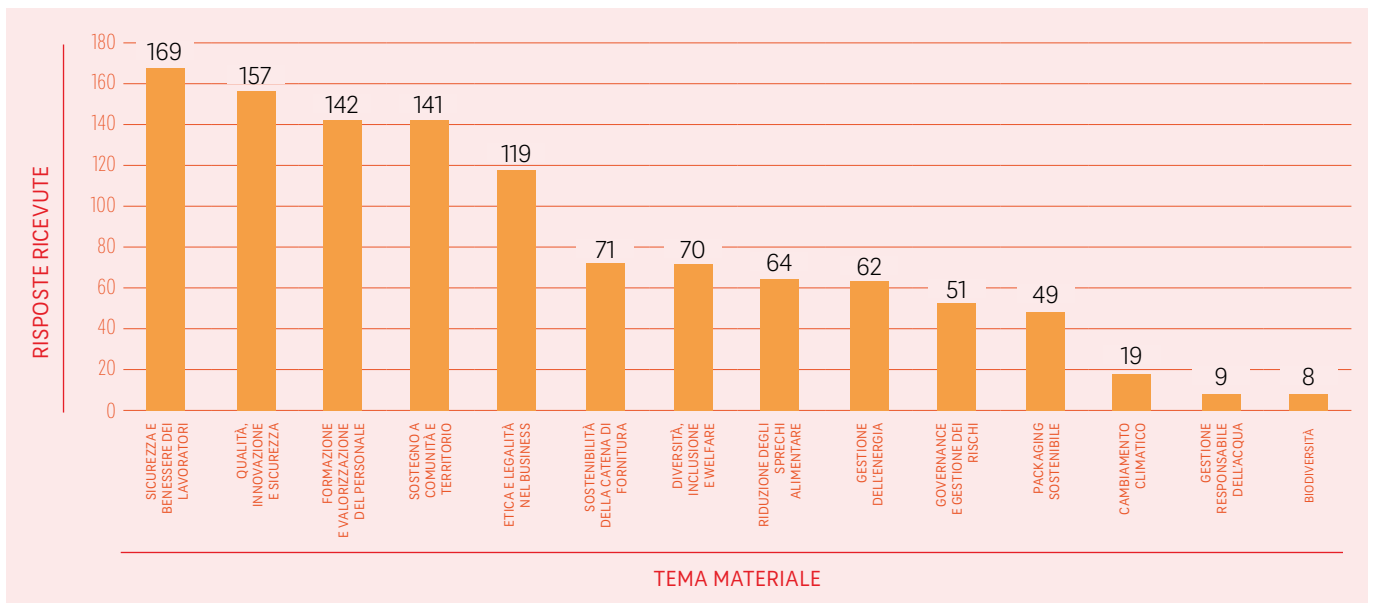
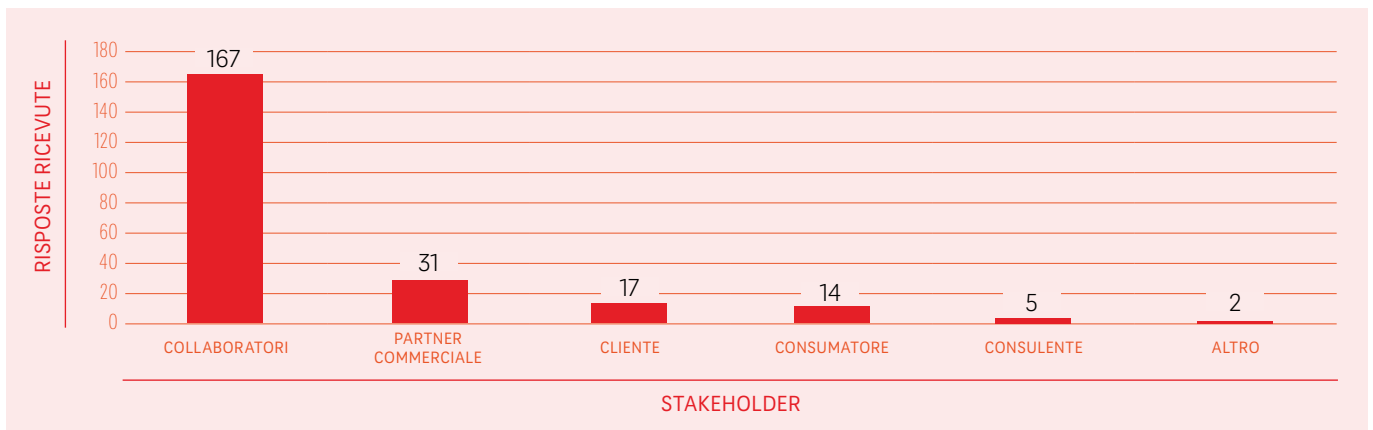
MATERIALITÀ DI IMPATTO	IMPATTO	MATERIALITÀ FINANZIARIA
	Intensità del consumo energetico e bassa quota di energia da fonti rinnovabili	
	Qualità nutrizionale del prodotto	
	Episodi di corruzione, concussione e conflitti di interesse con possibili impatti sul business e sulla reputation	
	Esposizione a rischi operativi connessi al mancato rispetto dei principi in materia di food security	
	Progetti welfare aziendale pensati per l'intera popolazione aziendale	
	Inefficacia di un sistema di qualifica e valutazione dei fornitori in base a criteri sociali ed ambientali	
	Sistemi di incentivazione per la rete vendita e il personale degli uffici aziendali	
	Innalzamento livello di legittimazione sociale e reputazionale coinvolgendo le comunità locali	
	Adozione di sistemi per mitigare il rischio di infortuni sul posto di lavoro	
	Sistema di tracciabilità della catena di fornitura dei prodotti bio	
	Efficientamento dei processi produttivi attraverso il ricorso a soluzioni di tipo "green"	
	Iniziative in tema di biodiversità alimentare	
	Attività di formazione continua e interdisciplinare	
	Formalizzazione di un assetto di governance della sostenibilità che monitori lo stato di avanzamento delle diverse progettualità di tipo ESG	
	Cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas effetto serra prodotte dall'azienda	
	Riduzione dell'impatto antropico generato dai punti vendita	
	Eccedenze alimentari relative alla catena del valore	
	Politiche e sistemi di audit per la promozione e il mantenimento della diversità, inclusione e pari opportunità nel contesto organizzativo aziendale	
	Incremento del volume di rifiuti relativi a prodotti (alimentari e non) dei punti vendita	
	Implementazione di un sistema efficiente di mitigazione degli impatti negativi per una migliore gestione di rischi anche di tipo ESG	
	Cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas effetto serra prodotte nella logistica in entrata e in uscita	
	Riduzione degli impatti ambientali nell'utilizzo di packaging riconducibile a materiali ad elevato impatto ambientale	
	Consumo eccessivo di acqua presso la sede aziendale e i relativi punti vendita	
	Mancato recupero di acque meteoriche	
	Design del packaging di prodotti a marco proprio ad elevato impatto ambientale	



Il percorso di materiality assessment si è perfezionato attraverso l'ascolto di ulteriori soggetti non coinvolti nel percorso di doppia materialità.

Il percorso di materiality assessment si è perfezionato attraverso l'ascolto di ulteriori soggetti non coinvolti nel percorso di doppia materialità. A tal proposito, il Gruppo ha sottoposto un questionario allo scopo di individuare le tematiche maggiormente di rilievo. Nello specifico, è stato richiesto a ciascun partecipante al questionario, di esprimere la propria preferenza riguardo alle cinque tematiche più importanti per il Gruppo. La survey ha visto la partecipazione di 236 persone. La categoria maggiormente rappresentativa è quella dei collaboratori con

167 osservazioni, a cui fanno seguito i partner commerciali con 31 e i clienti con 17 risposte. L'analisi evidenzia come le 5 tematiche maggiormente di rilievo per gli stakeholder di Megamark risultino essere la "sicurezza ed il benessere dei lavoratori", la "qualità, innovazione e sicurezza", la "formazione e valorizzazione del personale", il "sostegno a comunità e territorio" e la "legalità e etica nel business". La rilevanza attribuita a tali temi conferma la centralità della sostenibilità sociale e della buona governance, due ambiti su cui il Gruppo ha sempre dedicato specifica attenzione.



## Il processo di reporting

Il contenuto del presente report è stato predisposto dal team di progetto attraverso la stretta collaborazione del management del Gruppo. La selezione degli indicatori analizzati è avvenuta a margine di un'attività di materiality assessment condotta nel corso del primo semestre 2024. Dal punto di vista metodologico, la raccolta delle informazioni è avvenuta mediante una preliminare attività di individuazione di uno o più data owner ed una successiva attività di raccordo e validazione a cura del team di progetto.

La costruzione degli indicatori è avvenuta in conformità con quanto previsto dalle linee guida GRI Standards (2021). Inoltre, ove necessario, è stato richiesto ai data owner di fornire ulteriori informazioni utili a favorire la comprensione dei dati raccolti.

### Il perimetro di rendicontazione

I dati e le informazioni qualitative e quantitative riportate nel Report Integrato del Gruppo Megaholding, fanno riferimento al periodo 1° gennaio 2023- 31 dicembre 2023. Ove possibile, è stato proposto il confronto con i due anni precedenti; inoltre, nel rispetto del principio del forward looking, sono state fornite informazioni riguardanti le prime iniziative condotte nel corso dell'esercizio 2024.

Il contenuto del presente report è stato predisposto dal team di progetto attraverso la stretta collaborazione del management del Gruppo.

Nella stesura del documento, è stato privilegiato l'inserimento di indicatori quali-quantitativi direttamente rilevabili e misurabili. Il ricorso a stime e assunzioni è stato limitato alle sole informazioni non sottoposte ad un processo di misurazione periodica. Il perimetro di rendicontazione dell'informativa comprende tutto il gruppo Megaholding e, quindi, coincide con il perimetro di rendicontazione del bilancio consolidato del Gruppo. Allo scopo di favorire la comprensione di alcune specifiche iniziative, il report comprende anche i dati della Fondazione Megamark che, ovviamente, non rientrano nel bilancio consolidato.

## Il team di progetto

Le informazioni dell'Integrated Annual Report 2023 sono state raccolte e gestite dalle seguenti aree funzionali del gruppo Megamark: comunicazione, marketing, risorse umane, pianificazione e controllo, acquisti, qualità, logistica, contabilità e bilancio, vendite e controllo di gestione.

L'attività di coordinamento metodologico è stata curata dai componenti del Laboratorio 4SEED del Dipartimento di Scienze dell'Economia dell'Università del Salento.

L'Integrated Annual Report 2023 è stato asseverato dal prof. Andrea Venturelli, Presidente del Gruppo Bilanci e Sostenibilità. L'attività di editing e di impaginazione grafica è stata effettuata da Ego Communication srl

Commenti ed opinioni riguardo i contenuti dell'Integrated Annual Report 2023 possono essere inviati al seguente indirizzo e-mail: [contatti@megamark.it](mailto:contatti@megamark.it).

I dati e le informazioni qualitative e quantitative riportate nel Report Integrato del Gruppo Megaholding, fanno riferimento al periodo 1° gennaio 2023 - 31 dicembre 2023. GRI Standards (2021).



## NUMERI CHIAVE

157<sup>^</sup>

SOCIETÀ ITALIANA PER FATTURATO

60%

BOARD DIVERSITY

+15,38%

PATRIMONIO NETTO CONSOLIDATO

## TEMI MATERIALI

GOVERNANCE E GESTIONE DEI RISCHI  
DIVERSITÀ, INCLUSIONE E BENESSERE

## SDGS





# Il Gruppo Megaholding

## IN QUESTO CAPITOLO:

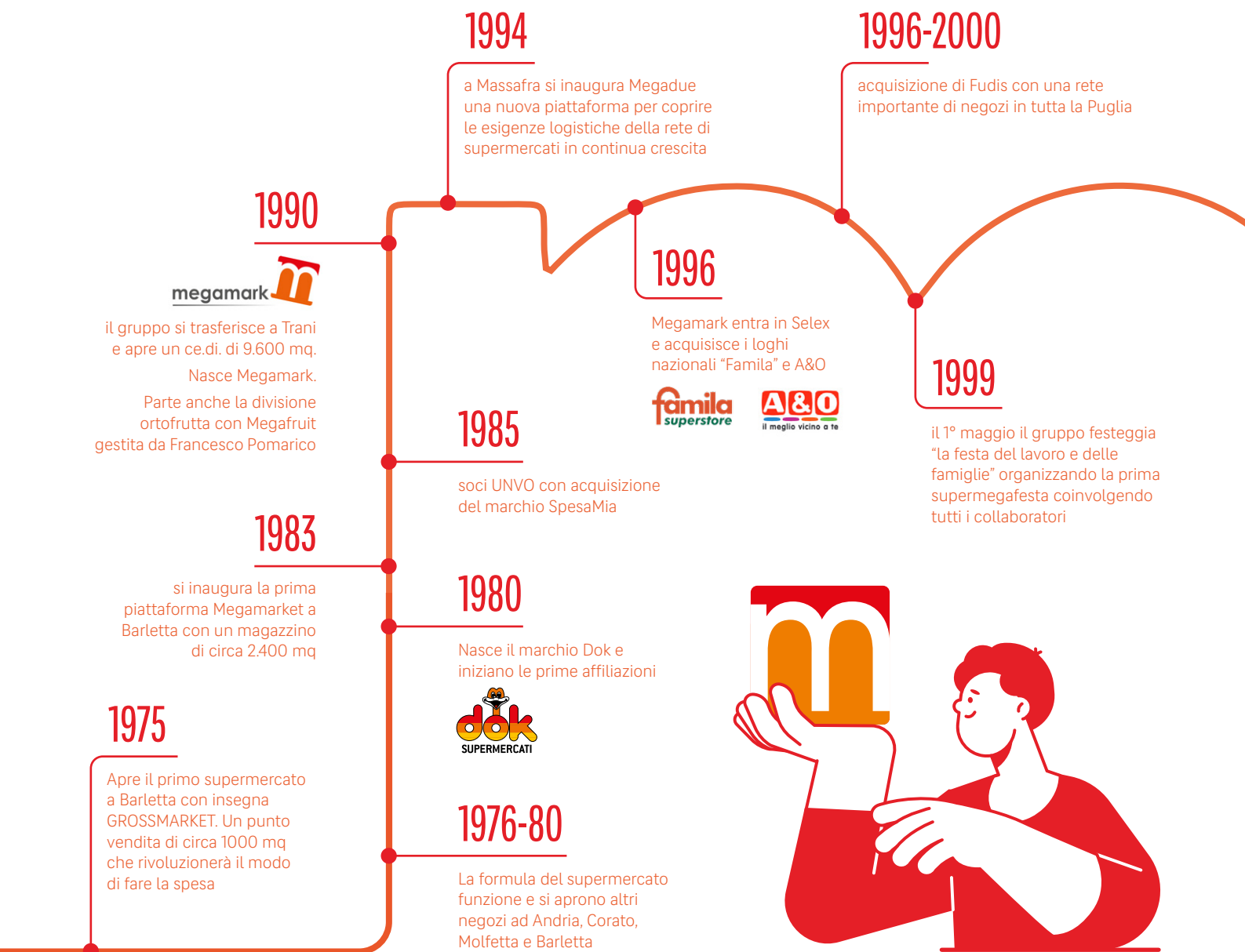
- La storia
- La struttura societaria
- La Corporate Governance
- La mission, la vision e i principi
- Il modello di business
- Analisi e rischi del contesto esterno



## La storia

**A quasi 50 anni dall'apertura del primo punto vendita a Barletta, la storia di Megaholding continua ad essere ricca di avvenimenti.**

Nel corso del 2023, il Gruppo ha raggiunto importanti risultati che hanno permesso di consolidare ulteriormente la propria leadership all'interno del settore. La transizione da realtà locale a realtà nazionale è frutto di scelte strategiche orientate al medio-lungo termine che da sempre hanno caratterizzato la vision e la mission del Gruppo.



2022-24

Otto nuove aperture, 12 ammodernamenti e una nuova piattaforma logistica per un valore di oltre 50 milioni di euro per il piano industriale del biennio 22/24

2023

la società Megaholding S.r.l. è stata menzionata nel report annuale edito da Mediobanca: "Le Principali Società Italiane - 2023". Nella graduatoria delle principali società italiane per fatturato, la Megaholding S.r.l. si è classificata al n. 157

2021

Riparte il bando Orizzonti Solidali promosso da Onlus del Gruppo con un budget di 250mila euro. Riconoscimento Megamark tra le 400 aziende italiane dove si lavora meglio

2020

Donati 400 mila euro alla Protezione Civile per l'emergenza sanitaria da Covid 19 in Puglia. Stanziati 80 milioni di euro per il nuovo piano di sviluppo per ristrutturazioni e nuove aperture

2019

3<sup>a</sup> edizione di supermergafesta per celebrare il 45 anni di Megamark festeggiando le famiglie di tutti i collaboratori. Oltre 6000 presenze. Nei supermercati del Gruppo parte la vendita dei prodotti IAMME, prodotti etici per dire Stop al Caporalato

2017

nasce il marchio Joe Zampetti insegna degli store specializzati nel pet care e pet food

2016

Megamark sostiene la start up Bauzaar specializzata nella vendita di prodotti pet food



2000



il cav. Pomarico crea la Fondazione Nicolaus, la onlus del gruppo a sostegno delle necessità dei suoi collaboratori

2010

nasce il master franchising con il gruppo AP commerciale ed entra nel gruppo il marchio SOLE365 negozi in every day all price prevalentemente ubicati in Campania

2009

è l'anno della 2<sup>a</sup> supermergafesta. La famiglia è cresciuta e "la festa del lavoro e della famiglia" coinvolte oltre 3.000 persone

2011

promuove Giovani Talenti per erogare borse di studio ai figli meritevoli dei collaboratori

2012

parte la prima edizione del bando di concorso Orizzonti Solidali

2016

parte la prima edizione del concorso letterario Premio Fondazione Megamark

2017

promuove l'iniziativa dei viaggi studio all'estero

2003

acquisisce Mida3 in Campania con oltre 20 negozi di grandi dimensioni tra Campania e Molise

2005

parte un piano di sviluppo molto importante. Megamark acquista i negozi di Carrefour e li riapre con le insegne Dok e Famila con la campagna di comunicazione "il nuovo che arriva è uno di noi"

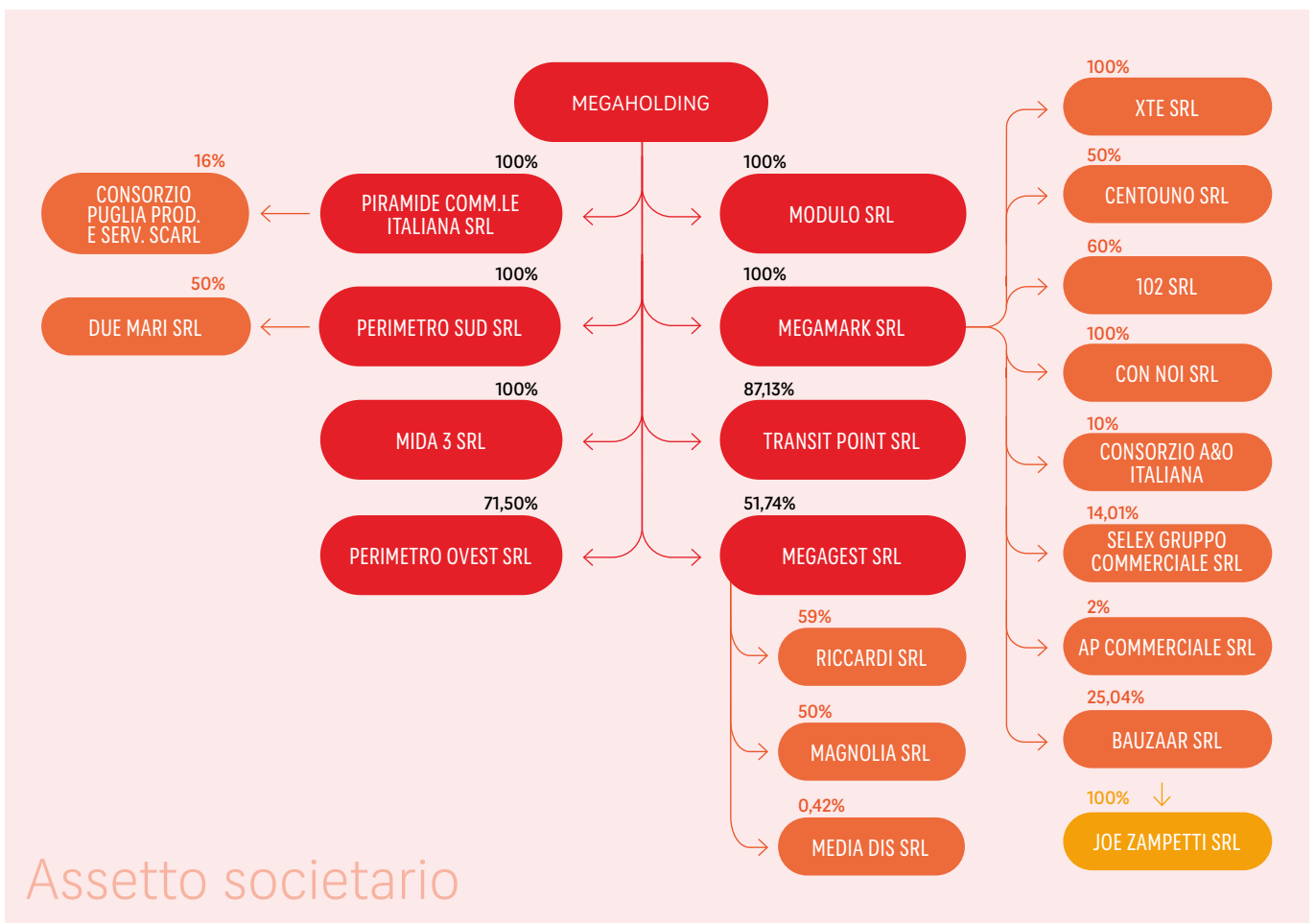
# La struttura societaria

2-1

**A partire dal 1975, la struttura societaria del Gruppo si è costantemente evoluta allo scopo di intercettare le nuove sfide di mercato.**

Nel tempo, le oculate scelte di investimento condotte dalla governance aziendale hanno favorito la diffusione capillare del Gruppo lungo l'intero territorio del Mezzogiorno d'Italia. Oggi, infatti, il Gruppo ha negozi in

Puglia, Calabria, Basilicata Campania, Molise e Lazio. Le politiche di M&A sviluppate nel corso degli anni hanno condotto il Gruppo verso un modello societario che vede la presenza di una holding al vertice della struttura ed una serie di sub-holding aventi lo scopo di favorire il raggiungimento di specifici obiettivi di business, tra cui quelli connessi al perseguimento di propositi commerciali e di sviluppo aziendale.





Il modello societario del Gruppo vede la presenza di una holding al vertice della struttura ed una serie di sub-holding aventi lo scopo di favorire il raggiungimento di specifici obiettivi di business.



## SOCIETÀ CONTROLLATA

## DESCRIZIONE

Megamark s.r.l.

Svolge la propria attività nel settore della commercializzazione all'ingrosso di prodotti per supermercati e superstore. Gli esercizi serviti hanno insegna A&O, Dok, Famila, per la regione Campania anche le insegne Sole 365 e Superò.

Mida 3 s.r.l.

È proprietaria di 6 punti vendita, incluso il format "Colorito"; inoltre conduce in fitto di azienda altri cinque negozi.

Piramide Commerciale  
Italiana s.r.l.

Il principale asset è costituito dal centro logistico in zona ASI a Molfetta su una superficie totale di ca 80.000 mq, di cui 30.000 coperti.

Modulo s.r.l.

Si occupa di servizi amministrativi e commerciali per società operanti nel campo della distribuzione di beni di largo consumo.

Perimetro Sud s.r.l.

È proprietaria di 27 punti vendita, di cui 17 gestiti direttamente e 10 concessi in fitto di azienda.

Megagest s.r.l.

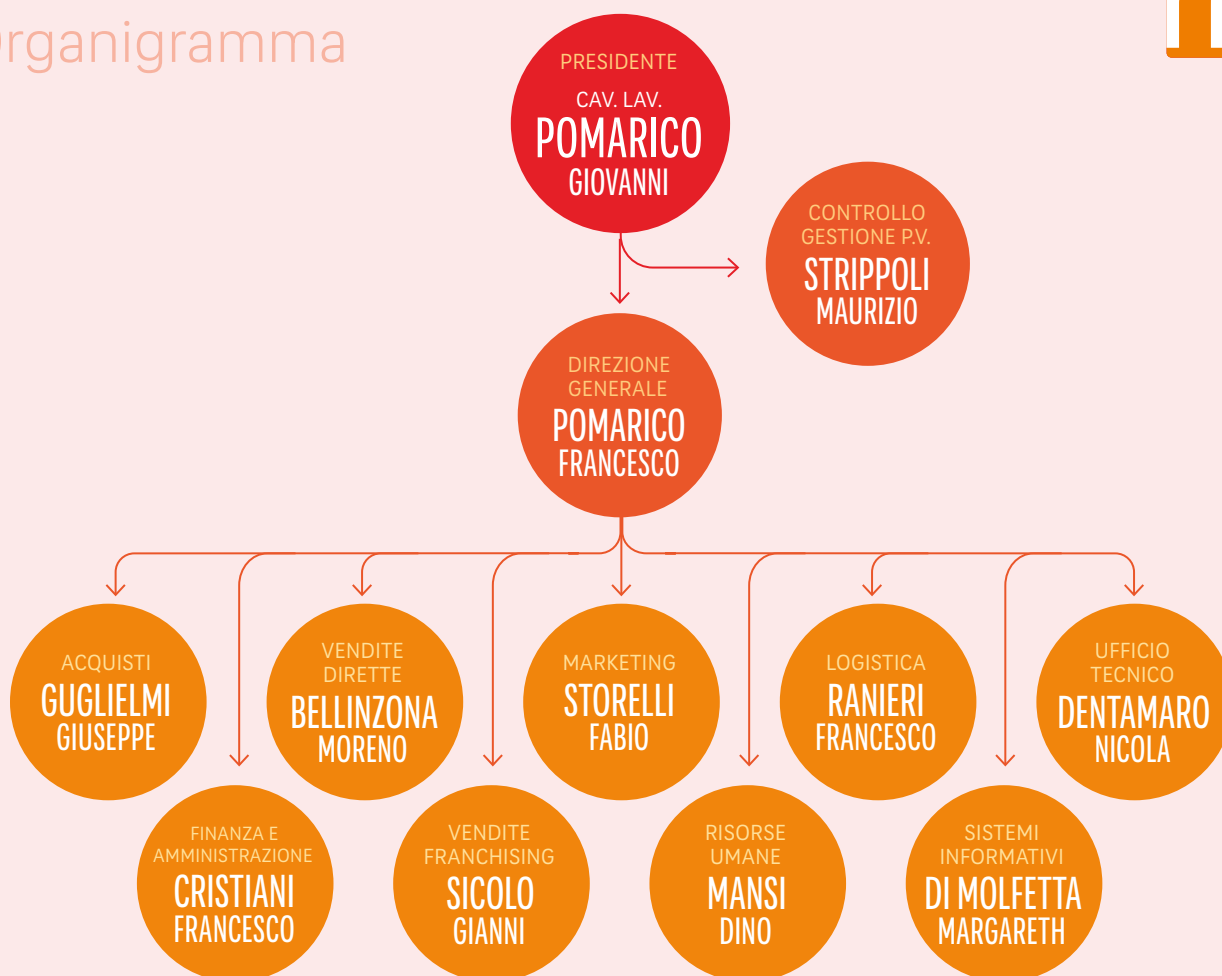
È proprietaria di n. 58 p.v., di cui 54 gestiti direttamente e 4 concessi in fitto di azienda.

L'attività di direzione è attribuita alla capogruppo Megaholding Srl, che si qualifica quale holding mista di gestione partecipazioni ed immobiliare.

La struttura organizzativa prevede un modello organizzativo di tipo funzionale che vede il coinvolgimento attivo di figure in possesso di specifiche conoscenze e competenze nell'ambito del comparto della

distribuzione moderna. Tra le principali peculiarità del modello organizzativo vi è la parcellizzazione delle funzioni direttamente riconducibili alla gestione del processo distributivo, una scelta che nel corso del tempo ha permesso di garantire il raggiungimento di importanti risultati in termini di qualità del servizio offerto, oltre che dal punto di vista delle performance economico-finanziarie.

## GRUPPO MEGAHOLDING Organigramma



# La Corporate Governance

205-1

405-1

418-1

## Il Consiglio di amministrazione

2-9

2-18

**Il gruppo Megaholding ha implementato un modello di corporate governance che promuove l'attiva partecipazione di persone con background formativi e professionali diversificati.**

La scelta è stata motivata dalla volontà del Gruppo di sviluppare processi strategici in grado di affrontare le principali sfide dell'attuale panorama economico-sociale, che si contraddistingue sempre più per la necessità di convergere verso modelli di gestione maggiormente sostenibili.

In ottemperanza all'articolo 2380 del Codice Civile, la capogruppo ha adottato un modello di corporate governance di tipo "tradizionale," che prevede la distribuzione dei poteri decisionali, volitivi e di controllo tra il Consiglio di amministrazione, l'assemblea dei soci e il collegio sindacale.

Questo modello di governance è stato implementato anche nelle diverse società partecipate che costituiscono la struttura del Gruppo. Il CdA si compone di cinque consiglieri, di cui quattro non coinvolti direttamente nei processi operativi.

Di questi, il 60% dei consiglieri è di genere femminile, una scelta in

**Il modello di governance della capogruppo è stato implementato anche nelle diverse società partecipate.**



NOME	RUOLO	SOCIO	ETÀ	GENERE	DELEGHE	DATA DI NOMINA
Pomarico Giovanni	Presidente	Si	80	M	Legale rappr.	27.06.23
Di Bari Antonella	Componente	Si	60	F		27.06.23
Forlano Maria Teresa	Componente	Si	59	F		27.06.23
Regano Isabella	Componente	Si	56	F		27.06.23
Storelli Mirko Maria	Componente	Si	39	M		27.06.23

coerenza con gli obiettivi di tutela delle diversità previsti dal Gruppo. Il sistema di remunerazione definito per il consiglio di amministrazione prevede un compenso fisso, a cui andranno gradualmente ad affiancarsi ulteriori premialità connesse al raggiungimento di specifici obiettivi di tipo ESG.

**Il Gruppo adotta strategie di sviluppo in grado di affrontare le principali sfide dell'attuale panorama economico-sociale, che converge sempre più verso modelli di gestione maggiormente sostenibili.**



**60% dei consiglieri**

È DI GENERE FEMMINILE



**PRESIDENTE**  
**Cav. Giovanni Pomarico**

.....

**DATA DI NOMINA DELLA PIÙ ALTA CARICA AZIENDALE**  
**27.06.23**

.....

**BACKGROUND**  
**Socio fondatore**

.....

**FUNZIONI MANAGERIALI ASSEGNATE**  
**CEO**

2-10

2-11

Il Presidente del Consiglio di amministrazione è il Cavaliere del Lavoro Giovanni Pomarico che, nominato in data 27/06/2023, svolge da sempre la funzione di CEO del Gruppo.

2-12

2-13

2-14

Nel corso del recente passato, il CdA del Gruppo ha preso parte attivamente alla definizione delle politiche ESG. Tra le principali attività condotte nell'ultimo biennio, vi sono la partecipazione attiva nell'ambito delle procedure relative all'analisi di materialità, il coinvolgimento nell'ambito delle valutazioni di impatto e la stesura del bilancio di sostenibilità.



**Il Gruppo intende potenziare la propria governance attraverso la definizione di un comitato ESG, il cui compito principale sarà quello relativo al presidio dei rischi di tipo ESG.**

Inoltre, il Gruppo intende potenziare la propria governance attraverso la definizione di un comitato ESG, il cui compito principale sarà quello relativo al presidio dei rischi di natura socio-ambientale.

Il comitato sarà dotato di apposito regolamento per il funzionamento, sarà presieduto dal Direttore Generale di Megaholding e riferirà al Consiglio di amministrazione in merito alla gestione degli impatti dell'organizzazione sull'economia, sull'ambiente e sulle persone.

È intenzione della società dotarsi di un sistema di MBO e, quindi, di retribuzione variabile legata al raggiungimento non solo di obiettivi economico-finanziari ma anche di tipo ESG

## Il collegio sindacale

Il collegio sindacale vigila sull'osservanza della legge e dello statuto, sull'andamento gestionale dell'azienda allo scopo di far fronte, in maniera efficace ed efficiente, ad eventuali criticità.

Come per il Consiglio di amministrazione, anche l'individuazione dei componenti del collegio sindacale è avvenuta attraverso la ricerca di professionalità in possesso di elevate conoscenze e competenze nell'ambito del settore della distribuzione moderna.

### COLLEGIO SINDACALE

NOME	RUOLO	ETÀ	BACKGROUND FORMATIVO E PROFESSIONALE
Sardone Michele	Presidente	90	Laurea, iscritto al registro dei revisori legali presso il MEF
Alvisi Isidoro	Sindaco effettivo	63	Laurea, iscritto al registro dei revisori legali presso il MEF
Mazzilli Aldo Francesco	Sindaco effettivo	66	Laurea, iscritto al registro dei revisori legali presso il MEF

## L'organismo di vigilanza

2-15

Il Gruppo è dotato di un modello organizzativo conforme a quanto previsto dal D. Lgs. 231/2001. A partire dal 2013, il Gruppo ha scelto di sperimentare tale approccio gestionale allo scopo di prevedere meccanismi formali di regolamentazione della gestione aziendale contribuendo, conseguentemente, alla mitigazione dei rischi aziendali.

In data 4 dicembre 2023, l'Assemblea dei soci di Megaholding ha deliberato l'adozione del Modello organizzativo 231 e ha nominato l'organismo di vigilanza della capogruppo.

L'organismo di vigilanza è responsabile delle procedure relative al whistleblowing; attraverso tale procedura, i dipendenti possono segnalare, anche in forma anonima, eventuali criticità in tema di corruzione, discriminazioni di genere ed ulteriori aspetti connessi al rispetto dei principi dell'etica e della legalità.

È stato attivato un indirizzo di posta elettronica dedicato alla raccolta delle segnalazioni anche in forma anonima. Il Gruppo ha attivato una [piattaforma web](#) che consente al whistleblower di inviare

segnalazioni di illeciti, di cui si sia venuti a conoscenza nel contesto lavorativo.

A tale riguardo, inoltre, è stata predisposta una apposita procedura che ha lo scopo di fornire a chi segnala, chiare indicazioni operative circa l'utilizzo della piattaforma, evidenziando nel contempo le forme di tutela che gli vengono offerte.

## La revisione legale

2-16

2-26

Per il triennio 2022-2024, i bilanci della Megaholding sono sottoposti a revisione esterna a cura della società Deloitte & Touche S.p.A. L'incarico prevede l'esecuzione di procedure di external assurance nell'ambito del bilancio di esercizio e del bilancio consolidato.

Il Gruppo ha attivato una piattaforma web che consente al whistleblower di inviare segnalazioni di illeciti, di cui sia venuto a conoscenza nel contesto lavorativo.



### ORGANISMO DI VIGILANZA

NOME	RUOLO	ETÀ	BACKGROUND FORMATIVO E PROFESSIONALE
Alvisi Isidoro	Presidente	63	Laurea, iscritto al registro dei revisori legali presso il MEF
Stolfa Francesco	Componente	69	Laurea, Albo Avvocati
Binetti Marco	Componente	46	Laurea, Albo Avvocati

## La mission, la vision e i principi

**Il Gruppo crede nel valore del lavoro e considera la legalità, la correttezza e la trasparenza dell'agire presupposti imprescindibili per il raggiungimento dei propri obiettivi economici, produttivi e sociali.**



Tali valori sono declinati anche all'interno del Codice Etico, uno strumento di accountability sottoposto ad aggiornamento nel corso del 2023. Nell'ambito delle proprie attività, gli stakeholder interni di Megamark adottano comportamenti improntati alla massima integrità, onestà, correttezza, lealtà, trasparenza, equità, obiettività, nonché al rispetto della persona e alla responsa-

bilità nell'uso oculato dei beni e delle risorse aziendali, ambientali e sociali. Inoltre, gli stakeholder interni garantiscono il massimo livello di professionalità per soddisfare in modo appropriato i bisogni della clientela e degli utenti interni.

Per questi motivi il Gruppo ritiene che tutta la sua attività e i suoi servizi debbano tendere al rispetto di alcuni valori di riferimento, i quali guidano i comportamenti di tutte le persone che agiscono per suo conto, al fine di assicurare la correttezza nel lavoro aziendale, a tutela del patrimonio e dell'immagine del Gruppo e delle aspettative di tutti gli interlocutori di riferimento.



### ONESTÀ

Nell'ambito della propria attività professionale, i dipendenti, gli organi sociali, i consulenti, i fornitori e chiunque collabori o abbia un qualsiasi rapporto con il Gruppo, sono tenuti ad osservare con diligenza le leggi e i regolamenti vigenti nonché quanto previsto dallo Statuto.



### CORRETTEZZA

Nell'esercizio di ogni attività devono essere sempre evitate situazioni, anche solo potenziali, di conflitto di interesse ossia situazioni in cui un dipendente, un membro di un organo amministrativo o di controllo, un consulente, un fornitore o un collaboratore esterno, direttamente e/o indirettamente, sia portatore di un interesse personale che potrebbe interferire con i doveri verso il Gruppo.



### LEALTÀ

Il Gruppo considera la lealtà un principio fondamentale. In questo senso si impegna a non sfruttare eventuali condizioni di ignoranza o di incapacità (anche solo temporanea) e ad evitare che, nei rapporti in essere, chiunque operi in nome e per conto del Gruppo, tenti di trarre vantaggio da lacune contrattuali o eventi imprevedibili di vario genere.



## TRASPARENZA E TRACCIABILITÀ DELLE INFORMAZIONI

I dipendenti, gli organi di amministrazione e controllo e i collaboratori esterni del Gruppo sono tenuti a dare informazioni complete, trasparenti, veritiere, comprensibili ed accurate, in modo che, nell'impostare i rapporti con il Gruppo, chiunque vi entri in contatto sia in grado di prendere decisioni autonome e consapevoli.



## IMPARZIALITÀ

L'attività di Megaholding e delle società del Gruppo deve essere improntata alla massima imparzialità nei confronti di tutti gli interlocutori al fine di prevenire ed evitare vantaggi o svantaggi arbitrari nei confronti di consumatori, dipendenti, fornitori, istituzioni e amministrazioni pubbliche, e ogni forma di discriminazione e pregiudizio.



## RISERVATEZZA

Il Gruppo garantisce la riservatezza delle informazioni in suo possesso. I dipendenti, i consiglieri e i collaboratori esterni sono tenuti, quindi, a rispettare le regole stabilite in conformità alla Legge che tutela la riservatezza dei dati personali e sensibili e sono tenuti a utilizzare le informazioni acquisite, solo in relazione alla propria attività professionale svolta per conto del Gruppo.



## CONCORRENZA LEALE

Megaholding e le società del Gruppo assicurano al mercato, pur in un contesto di piena concorrenza e competitività tra imprese, una trasparenza completa su tutte le attività la cui gestione e responsabilità dirette dipendono da Megaholding e/o dalle società del Gruppo.



## TUTELA DELLA SICUREZZA, DELL'INTEGRITÀ E DELLA SALUTE

Megaholding e le società del Gruppo mettono in atto tutte le azioni volte a proteggere, valorizzare e tutelare la dignità e l'integrità fisica e morale delle persone, in particolare con ambienti e luoghi di lavoro adeguati a garantire la sicurezza e la salute dei dipendenti.



## TUTELA DEI CONSUMATORI

Megaholding e le società del Gruppo perseguono eccellenza e competitività, offrendo ai propri clienti prodotti e servizi di qualità destinati a soddisfare le loro molteplici esigenze e aspettative.



## TUTELA DELL'IMMAGINE AZIENDALE

Megaholding e le società del Gruppo orientano i propri comportamenti, alla tutela dell'immagine aziendale, nella consapevolezza che la buona reputazione e la credibilità costituiscono irrinunciabili valori immateriali e vigila che ciascun destinatario, nello svolgimento delle proprie funzioni, non attui comportamenti che possano ledere l'immagine del Gruppo, in violazione di tale principio.

**ICEA si afferma come istituto per offrire servizi di controllo e certificazione qualificati, nel campo degli standard etici ed ambientali, funzionali a creare valore per i clienti e per gli altri soggetti del sistema certificazione.**



## Adesione al Consorzio ICEA

DELLE SOCIETÀ DEL GRUPPO DAL 2021

L'orientamento strategico del Gruppo trova conferma anche nell'ambito delle scelte intraprese nel tempo. Già dal 2021, infatti, le società del Gruppo hanno aderito al consorzio ICEA secondo il Reg. UE 2018/848. ICEA controlla e certifica diverse migliaia di aziende che svolgono la propria attività nel rispetto delle persone e dell'ambiente, tutelando la dignità dei lavoratori e i diritti dei consumatori. ICEA, parte dall'idea di un modello di economia sostenibile e solidale.

Con questo obiettivo ICEA si afferma come istituto per offrire servizi di controllo e certificazione qualificati, nel campo degli standard etici ed ambientali, funzionali a creare valore per i clienti e per gli altri soggetti del sistema di certificazione.

## Il modello di business

**Creare valore attraverso un modello di business orientato alla sostenibilità.**

Da sempre, il percorso di crescita intrapreso dal Gruppo tiene conto della necessità di convergere verso un modello di creazione del valore incentrato sul paradigma della "creazione di valore condiviso".

La ricerca di adeguati livelli di redditività avviene, infatti, attraverso lo sviluppo di attività collaterali al core business dell'azienda, tra cui, a titolo esemplificativo, investimenti filantropici all'interno dei contesti geografici di riferimento, previsione di meccanismi di welfare a beneficio dei dipendenti e decarbonizzazione dei processi aziendali. Tali azioni vanno ad inserirsi all'interno di un percorso di responsabilità sociale di impresa di tipo volontario, a riprova di come le scelte del Gruppo derivino da un forte orientamento ai principi dell'etica e della sostenibilità socio-ambientale.

I principi appena esposti hanno contribuito a definire l'attuale configurazione del modello di business aziendale. Il percorso di value creation proposto dal Gruppo prevede l'adozione di una logica integrata che vede il diretto coinvolgimento dei soggetti a valle ed a monte della catena del valore. La ricerca dei partner commerciali avviene mediante la definizione di parametri qualitativi aventi lo scopo di favorire l'individuazione di soggetti conformi alla mission ed alla vision del Gruppo. In parallelo, il Gruppo attiva costantemente percorsi di dialogo con i propri stakeholder, allo scopo di intercettarne i relativi fabbisogni.

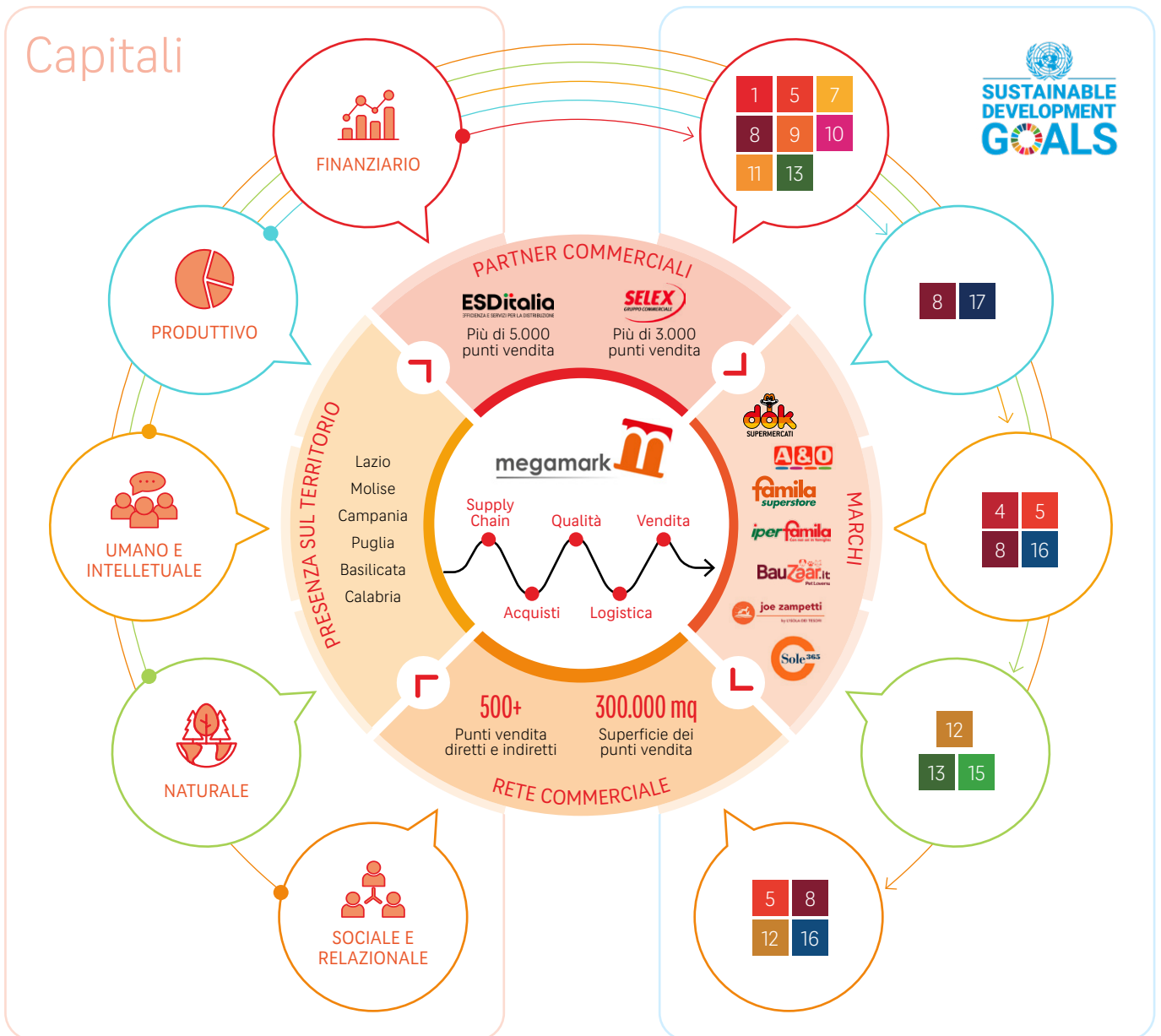
Nel corso dell'ultimo quadriennio, la definizione del modello di business del Gruppo ha beneficiato del ricorso al framework di rendicontazione <IR>, originariamente proposto dall'International Integrated Reporting Council (IIRC) ed attualmente recepito dalla IFRS Foundation.





Il sistema "per capitali" proposto dall'<IR> mira a facilitare la comprensione dei diversi processi di value creation perseguiti dal Gruppo. Tale modello permette, inoltre, di favorire la comprensione da parte dei soggetti esterni dello specifico contributo apportato ai 17 SDGs definiti all'interno dell'Agenda 2030.

Da sempre, il percorso di crescita intrapreso dal Gruppo tiene conto della necessità di convergere verso un modello di creazione del valore incentrato sul paradigma della "creazione di valore condiviso".



## Analisi e rischi del contesto esterno

205-1

418-1

Il presidio dei rischi permette di gestire in maniera efficace ed efficiente i potenziali shock derivanti dalla complessità di un settore che nel corso dell'ultimo anno è stato oggetto di profonde criticità.



**La crescita dimensionale e la capillarità dei punti vendita lungo l'intera area del Mezzogiorno ha comportato la necessità di prevedere un approccio strategico di tipo risk-based.**

Il presidio dei rischi permette, infatti, di gestire in maniera efficace ed efficiente i potenziali shock derivanti dalla complessità di un settore che nel corso dell'ultimo anno è stato oggetto di profonde criticità.

Nel corso del 2023, come evidenziato nel report [NielsenIQ - Lo stato del Largo Consumo in Italia](#), il settore è stato caratterizzato da un significativo incremento del valore delle vendite e da una contestuale diminuzione dei volumi delle vendite, a conferma dell'esistenza di forti criticità dovute all'inflazione.

La relazione inversa tra i due parametri (valore, volume) ha riguardato indistintamente tutti i negozi, con la sola eccezione dei prodotti a marca del distributore (MDD). In tale scenario, le performance del Gruppo risultano essere confortanti.

Nel 2023, il trend di mercato del gruppo Megaholding ha registrato un incremento del +4,54% rispetto al mercato di riferimento, un dato che sottolinea la bontà del modello di business dell'azienda.

Per quanto concerne la mappatura dei rischi, si riportano di seguito i principali ambiti di intervento individuati dal management.

### RISCHIO

### STRUMENTI DI MITIGAZIONE

Rischio di liquidità

- Diversificazione delle fonti di finanziamento
- Relazioni consolidate con istituti bancari

Rischio di tasso di interesse

- Valutazione degli strumenti di finanziamento
- Individuazione di opportuni strumenti di copertura del rischio

Rischio ambientale

- Transizione verso sistemi energetici di tipo rinnovabile

Rischio di cybersecurity

- Adozione di infrastrutture tecnologiche conformi ai più elevati standard in materia di cyber security

Altri rischi

- Esternalizzazione dei rischi di compliance di natura fiscale e legale

INTRODUZIONE

GRUPPO  
MEGAHOLDING

CAPITALE  
FINANZIARIO

CAPITALE  
SOCIALE E RELAZIONALE

CAPITALE  
UMANO E INTELLETTUALE

CAPITALE  
PRODUTTIVO

CAPITALE  
NATURALE

ALLEGATI



## NUMERI CHIAVE

**+16,03%**

RICAVI NETTI

**+11,80%**

VALORE DEL CAPITALE INVESTITO

**+15,38%**

PATRIMONIO NETTO CONSOLIDATO

## TEMI MATERIALI

GOVERNANCE E GESTIONE DEI RISCHI  
SOSTEGNO A COMUNITÀ E TERRITORIO  
ETICA E LEGALITÀ NEL BUSINESS

## SDGS



m

# Capitale finanziario

---

IN QUESTO CAPITOLO:

Le performance di Megaholding  
La distribuzione del valore aggiunto  
La Corporate Tax Responsibility  
Gli investimenti in sostenibilità

## Le performance di Megaholding

**+ 4,54%** 

PERFORMANCE DEL GRUPPO  
RISPETTO AL TREND DI  
MERCATO

OLTRE  
**€ 287 Mln** 

INCREMENTO DEI RICAVI  
NETTI NELL'ULTIMO BIENNIO

**€ 52,7 Mln** 

UTILE NETTO

**€ 80.720.284** 

CAPITALE INVESTITO

**Anche nel 2023, la visione a medio-lungo termine del Gruppo ha permesso di raggiungere importanti risultati.**

L'analisi delle performance economico-finanziarie sottolinea un quadro particolarmente positivo, un risultato che assume una connotazione ancor più rilevante se si tiene conto delle criticità che hanno investito il settore della GDO.

Un'indagine Nielsen evidenzia l'importante risultato maturato dal Gruppo nel corso dell'ultimo esercizio. La performance del Gruppo è risultata essere superiore di +4,54 punti percentuali rispetto al trend di mercato. L'importante risultato è frutto delle strategie commerciali portate avanti dal management, oltre che dell'impegno di tutte le persone che a vario titolo condividono e supportano la mission aziendale, garantendo ogni giorno il proprio contributo per il conseguimento degli obiettivi.

I dati consolidati del Gruppo evidenziano in maniera efficace gli importanti risultati conseguiti nel corso del 2023.

Nell'ultimo biennio, i ricavi netti hanno registrato un incremento di oltre 287 milioni di euro, ovvero un valore percentuale pari al +16.03%.

L'incremento dei ricavi è stato affiancato da una crescita maggiormente contenuta dei costi della gestione operativa, i quali, pur risultando essere superiori di circa 238,3 milioni di euro, risultano essere incrementati in termini percentuali del +14,60%.

Il differenziale positivo tra i ricavi e i costi operativi ha permesso di tendere ad un valore dell'EBITDA quantificato in 41,8 milioni di euro, con un'incidenza sul fatturato pari al +4,96% (a fronte del +3,43% dell'esercizio precedente). Inoltre, il Reddito operativo (EBIT) evidenzia un incremento di 36,8 milioni di euro mentre l'utile ante imposte è passato da 36,8 milioni del 2022 a 74,8 milioni di euro del 2023.

Infine, importanti risultati sono stati conseguiti anche in termine di utile netto, il quale è risultato essere pari a 52,7 milioni, a fronte dei circa 32,2 milioni dell'esercizio precedente.

### MERCATI ANALIZZATI

### PROGRESSIVO ANNO 2023

I dati consolidati del Gruppo evidenziano in maniera efficace gli importanti risultati conseguiti nel corso del 2023.

Gruppo Megaholding

**+ 11,04**

CAMPANIA + PUGLIA + MOLISE

**+ 6,50**



## I conti patrimoniali consolidati del Gruppo evidenziano un sostanziale incremento dei dati relativi al capitale investito.

Il miglioramento delle performance ha riguardato anche i conti patrimoniali consolidati del Gruppo, i quali evidenziano un sostanziale incremento dei dati relativi al capitale investito.

Nello specifico, il capitale investito ha registrato una variazione positiva del +11,80% pari a € 80.720.284 mentre le immobilizzazioni si incrementano del +9,53%, pari a € 34.918.018.

In parallelo, il Gruppo ha ridotto la propria esposizione debitoria. I dati relativi ai debiti a breve e medio-lungo termine permettono di apprezzare come, la crescita aziendale, sia stata supportata da politiche di investimento basate sul ricorso a capitale proprio.

## La crescita aziendale è stata supportata da politiche di investimento basate sul ricorso a capitale proprio.

	31/12/2023	31/12/2022
Ricavi netti	2.079.241.767	1.792.031.317
Costi della gestione operativa	1.870.379.923	1.632.102.976
<b>Valore aggiunto</b>	<b>208.861.844</b>	<b>159.928.341</b>
Costo lavoro	105.641.693	98.539.720
<b>Margine operativo lordo (EBITDA)</b>	<b>103.220.151</b>	<b>61.388.621</b>
Ammortamenti	33.522.063	28.513.240
<b>Reddito operativo (EBIT)</b>	<b>69.698.088</b>	<b>32.875.381</b>
Saldo gestione finanziaria	4.424.530	5.162.321
<b>Reddito di competenza</b>	<b>74.122.618</b>	<b>38.037.702</b>
Rivalutazioni e svalutazioni	690.415	790.809
<b>Reddito ante imposte</b>	<b>74.813.033</b>	<b>38.828.511</b>
Imposte	22.077.775	6.592.892
<b>Reddito netto</b>	<b>52.735.258</b>	<b>32.235.619</b>

ATTIVO	31/12/2023	31/12/2022
<b>Attività disponibili</b>	<b>363.049.876</b>	<b>317.247.610</b>
<i>Liquidità immediate</i>	63.067.810	25.518.209
<i>Liquidità differite</i>	203.006.908	202.655.214
<i>Rimanenze finali</i>	96.975.158	89.074.187
<b>Attività fisse</b>	<b>401.491.319</b>	<b>366.573.301</b>
<i>Immobilizzazioni immateriali</i>	55.487.479	53.227.426
<i>Immobilizzazioni materiali</i>	294.182.839	262.490.926
<i>Immobilizzazioni finanziarie</i>	51.821.001	50.854.949
<b>Capitale investito</b>	<b>764.541.195</b>	<b>683.820.911</b>

PASSIVO	31/12/2023	31/12/2022
Debiti a breve	341.972.041	314.736.505
Debiti a medio/lungo	113.528.382	101.290.649
Mezzi propri	309.040.772	267.793.757
<b>Fonti del capitale investito</b>	<b>764.541.195</b>	<b>683.820.911</b>

Con riferimento all'analisi dei flussi, il confronto tra gli anni 2022 e 2023 evidenzia un risultato complessivamente positivo.

A tal proposito, l'analisi per indici evidenzia il miglioramento del dato relativo al rapporto di indebitamento, la cui diminuzione è direttamente riconducibile ad un minor ricorso al capitale di debito.

Inoltre, l'analisi di redditività denota come il miglioramento della performance economico-finanziaria risulti essere in linea con l'andamento dei dati relativi al patrimonio.

Con riferimento all'analisi dei flussi, il confronto tra gli anni 2022 e 2023 evidenzia un risultato complessivamente positivo.

I margini dinanzi riportati evidenziano che, in termini assoluti, la struttura patrimoniale del Gruppo appare equilibrata ed i mezzi propri, unitamente alle passività consolidate, permettono di coprire interamente l'attivo immobilizzato.

#### ANALISI PER INDICI

	2023	2022
ROE Netto	17,06 %	12,04 %
ROE Lordo	24,21 %	14,50 %
ROI	9,12%	4,81%
ROS	3,35%	1,83%

#### ANALISI PER MARGINI

	2023	2022
Margine Primario di struttura Mezzi Propri (MP) - Attivo Fisso (Af)	(92.450)	(98.779)
Quoziente Primario di struttura Mezzi Propri (MP) / Attivo Fisso (Af)	0.77	0.73
Margine Secondario di struttura (MP + Passività Consolidate) - Attivo Fisso (Af)	21.077	2.511
Quoziente Secondario di struttura (MP + Passività Consolidate) / Attivo Fisso (Af)	1.05	1.01

Nel 2023, le società del Gruppo, con le relative reti vendite, hanno aderito al c.d. "trimestre anti-inflazione".

Nel 2023 il Gruppo, da sempre promotore di politiche commerciali socialmente responsabili, ha aderito al "trimestre anti - inflazione" promosso dal Governo attraverso il Mimit. Tale iniziativa ha favorito il contenimento dei prezzi tutelando così il potere di acquisto dei consumatori, specie delle famiglie, al fine di contrastare la spinta inflazionistica, nella congiuntura economica del periodo. La regolazione ha riguardato beni di prima necessità.





## La distribuzione del valore aggiunto

201-1

**I tradizionali schemi di bilancio non permettono la comprensione immediata dei processi di value creation portati avanti dal Gruppo.**

Per poter carpire con un maggior livello di dettaglio quella che è la relazione tra le performance economico-finanziarie e le dimensioni aziendali relative all'etica, la sostenibilità e l'ambiente si rende necessaria l'adozione di schemi alternativi in grado di offrire una visione maggiormente dettagliata del processo di creazione del valore.

Allo scopo di superare tali limiti informativi, il Gruppo ha adottato un approccio di accountability basato sull'adozione

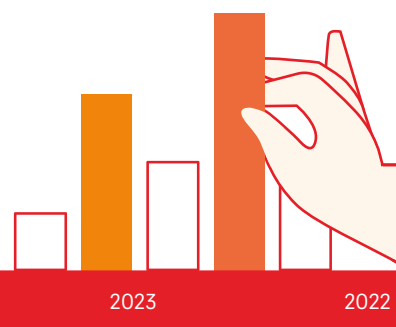
delle linee guida per la rendicontazione delle performance economico-finanziarie offerte dal GRI Standards.

Il modello definito all'interno del GRI 201-1 consente al Gruppo di rappresentare efficacemente il percorso di generazione della ricchezza lungo l'intera catena del valore.

La comparazione effettuata tra gli esercizi finanziari 2022 e 2023 mostra come l'azienda abbia garantito una remunerazione efficace dei propri stakeholder anche durante l'esercizio appena concluso. Centrale è il dato relativo alla remunerazione del personale che rappresenta uno dei punti focali per il management aziendale.

Centrale è il dato relativo alla remunerazione del personale che rappresenta uno dei punti focali per il management aziendale.

Il modello definito all'interno del GRI 201-1 consente al Gruppo di rappresentare efficacemente il percorso di generazione della ricchezza lungo l'intera catena del valore.



	2023	2022
A - Valore economico direttamente generato	2.088.721.376	1.798.743.514
B - Valore economico distribuito	2.012.117.983	1.759.749.724
Costi operativi	1.867.800.360	1.639.285.305
Salari e benefit dei dipendenti	105.641.693	98.539.720
Pagamenti a fornitori di capitali	15.336.083	11.576.538
Pagamenti alla PA	23.992.475	9.613.726
Investimenti nella comunità	347.372	734.435
<b>C - Valore economico trattenuto C = (A-B)</b>	<b>76.603.393</b>	<b>38.993.790</b>

## La Corporate Tax Responsibility

201-4

207-1



**Un'altra componente centrale della dinamica relativa alla distribuzione del valore generato dal Gruppo attiene all'adozione di strategie fiscali che siano incentrate sul rispetto dei principi di etica e di legalità.**

Il Gruppo ha adottato strumenti idonei al monitoraggio periodico dei flussi informativi con lo scopo di ridurre al minimo i rischi connessi ad una non corretta determinazione degli obblighi fiscali, per il Gruppo e le partecipate.

A partire dal periodo d'imposta 2015, il Gruppo ha costantemente rinnovato l'adesione alla normativa in materia di Consolidato Fiscale Nazionale sulla base del D.Lgs. 12 Dicembre 2003 n. 344 e ss.mm.ii. L'obiettivo dell'approccio fiscale è quello di massimizzare il risparmio fiscale e l'efficienza finanziaria, garantendo allo stesso tempo la conformità alle normative vigenti. Inoltre, l'approccio fiscale prevede la gestione delle imposte già dovute, attraverso il corretto adempimento delle obbligazioni fiscali e la presentazione di dichiarazioni accurate. Nel corso del 2023, il Gruppo ha avuto accesso a diverse agevolazioni fiscali rappresentate sia da crediti d'imposta che da sgravi fiscali di natura contributiva.

Nello specifico, a supporto degli investimenti in nuovi beni strumentali allineati al paradigma dell'Industria 4.0 sono stati ottenuti:

- crediti d'imposta agevolabili ai sensi della L.178/2020 per circa 3,1 milioni di euro;
- sgravi fiscali consistenti nella maggiorazione delle quote fiscalmente deducibili degli ammortamenti per circa € 300 mila (c.d. "super-ammortamento" e "iper-ammortamento");
- crediti d'imposta riconosciuti dal GSE per la sostituzione degli impianti di condizionamento (circa € 230 mila).

Inoltre, sono stati ottenuti ulteriori crediti d'imposta per circa 1,6 milioni di euro a copertura dei maggiori costi d'energia elettrica registrati nel 2023.

Con riferimento agli sgravi fiscali, il Gruppo Megaholding nel corso d'esercizio 2023 ha beneficiato, come avvenuto nel biennio 2021-2022, dell'agevolazione contributiva introdotta dalla L.126/2020, recante "Misure urgenti per il sostegno e il rilancio dell'economia" e ss.mm.ii. La misura ha determinato l'esonero dal versamento del 30% dei contributi previdenziali relativi al periodo gennaio-dicembre 2023. L'impatto di tale agevolazione è stato quantificato in 2,7 milioni di euro, di cui 1,2 milioni relativi all'esercizio 2022 e la restante parte al 2021.

Infine, si segnala che alcune società del Gruppo operanti nel settore della vendita al dettaglio sono risultate, in qualità di esercenti, estratti e assegnatari di premi per l'iniziativa governativa c.d. "Lotteria degli scontrini" rientrante nel Piano Cashless dello Stato italiano, volta a incentivare l'utilizzo dei pagamenti elettronici sul territorio nazionale, da parte dei consumatori.

**Il Gruppo ha adottato strumenti idonei al monitoraggio periodico dei flussi informativi con lo scopo di ridurre al minimo i rischi connessi ad una non corretta determinazione degli obblighi fiscali, per il Gruppo e le partecipate.**

## Gli investimenti in sostenibilità

203-1

### La sostenibilità ambientale è un tema fondamentale per il Gruppo.

Nell'ambito dei processi di realizzazione e ristrutturazione dei punti vendita, il Gruppo continua ad adottare un approccio fondato sulla cultura "green" ed incentrato sul paradigma dell'efficienza energetica.

I nuovi negozi e gli interventi di ammodernamento sono concepiti per ridurre al minimo il fabbisogno energetico grazie all'impiego di pannelli fotovoltaici, luci a led e banchi frigo «intelligenti». Le piattaforme dislocate in punti nevralgici del territorio in cui sono presenti i negozi del Gruppo, servono ad ottimizzare la logistica e il trasporto delle merci. Il processo di digitalizzazione di numerose attività aziendali, a cominciare dalla fatturazione, riduce sempre più l'impiego di carta con notevoli benefici per l'ecosistema.

Inoltre, per quanto concerne le tematiche ambientali, l'azienda ha svolto la propria attività in piena conformità al rispetto delle vigenti disposizioni di legge. Nel corso dell'esercizio non si sono verificati danni causati all'ambiente né alle società del Gruppo sono state inflitte sanzioni o pene definitive per reati o danni ambientali. Perseguendo una politica di ottimizzazione dei consumi e riduzione delle emissioni, le società del Gruppo hanno sviluppato una sensibilità progettuale per la realizzazione di nuovi negozi e/o ristrutturazione degli esistenti, finalizzata alla loro sostenibilità ambientale.

I progetti di ristrutturazione dei punti vendita operati in ottica di efficientamento energetico della rete vendita hanno favorito la riqualificazione e la relativa ottimizzazione energetica dei negozi preesistenti.

Tra i principali interventi, vi sono:



CATENA DEL FREDDO  
(CENTRALI FRIGORIFERE  
E BANCHI ESPOSITIVI  
REFRIGERATI);



CLIMATIZZAZIONE ESTIVA  
ED INVERNALE DEGLI  
AMBIENTI;



ILLUMINAZIONE;



IMPIANTI ELETTRICI E  
SPECIALI, INCLUSI SISTEMI  
DI AUTOMAZIONE E  
CONTROLLO;



OPERE CIVILI PROPE-  
DEUTICHE O ACCESSORIE  
AGLI INTERVENTI DI  
EFFICIENTAMENTO;



IMPIANTO DI PRODUZIONE  
DISTRIBUTIVA DI ENERGIA  
DA FONTE RINNOVABILE.

Il Gruppo continua ad adottare un approccio fondato sulla cultura "green" ed incentrato sul paradigma della efficienza energetica.



€ 33,8 Mln 

INVESTIMENTI EFFETTUATI  
PER LE NUOVE REALIZZAZIONI

Per quanto concerne le nuove aperture, sono stati realizzati investimenti per circa 33,8 milioni di euro riguardanti svariati progetti a supporto dello sviluppo della rete commerciale ed il miglioramento/ampliamento di quella esistente oltre che dei Centri di Distribuzione (Ce.Di.)

Le riqualificazioni sono state effettuate impiegando tecnologie energetiche top-of-the-market, anziché "baseline", con conseguente incremento di efficienza negli usi finali dell'energia e quindi riduzione dei consumi energetici stessi.

€ 5,4 Mln 






NUOVO PUNTO VENDITA  
FAMILA SUPERSTORE A BARI

Tra i principali investimenti, vi è l'apertura di un nuovo punto vendita ad insegna Famila Superstore a Bari Santo Spirito in via Iqbal Masih (investimenti per circa € 5,4 milioni).

Di seguito, si riportano i principali punti vendita Megaholding che sono stati interessati da interventi di riqualificazione ed efficientamento energetico (valori espressi in migliaia di euro).



## PUNTI DI VENDITA RISTRUTTURATI

PUNTO VENDITA	RAGIONE SOCIALE	INSEGNA	INIZIO LAVORI	FINE LAVORI	RIAPERTURA AL PUBBLICO	VALORE DELL'INVESTIMENTO
Monopoli Via Conchia, n. 1	Megagest s.r.l.		23/01/23	22/02/23	02/03/23	€ 3.920,00
Teverola Loc. Zona Asi Aversa Nord c.c. Medi	Mida 3 s.r.l.		19/02/23	22/03/23	30/03/23	€ 4.040,00
Taranto Via Atenisio, n. 8	Megagest s.r.l.		22/04/23	24/05/23	01/06/23	€ 2.050,00
Mottola Via Sardegna	Megagest s.r.l.		17/06/23	22/08/23	31/08/23	€ 3.045,00
Molfetta Via Mezzina (ex prolung. via Martiri di Nassirya)	Megagest s.r.l.		02/09/23	04/10/23	12/10/23	€ 4.060,00

€ 17.115,00

INTRODUZIONE

GRUPPO  
MEGAHOLDING

CAPITALE  
FINANZIARIO

CAPITALE  
SOCIALE E RELAZIONALE

CAPITALE  
UMANO E INTELLETTUALE

CAPITALE  
PRODUTTIVO

CAPITALE  
NATURALE

ALLEGATI



## NUMERI CHIAVE

# 24.4%

QUOTA DI MERCATO ESD ITALIA  
NEL 2023

# oltre 350k €

PROGETTI FINANZIATI DALLA  
FONDAZIONE MEGAMARK NEL 2023

## TEMI MATERIALI

QUALITÀ, INNOVAZIONE E SICUREZZA  
DEI PRODOTTI  
SOSTEGNO A COMUNITÀ E TERRITORIO

## SDGS





m

# Capitale sociale e relazionale

**IN QUESTO CAPITOLO:**

- La comunicazione aziendale
- La rete commerciale
- La catena del valore
- Le attività di audit sui fornitori
- La Fondazione Megamark
- Il contributo del Gruppo alla società civile

## La comunicazione aziendale

**Le attività di stakeholder engagement avvengono mediante il ricorso a strumenti di comunicazione che tengono conto delle specificità dei destinatari dell'informazione.**

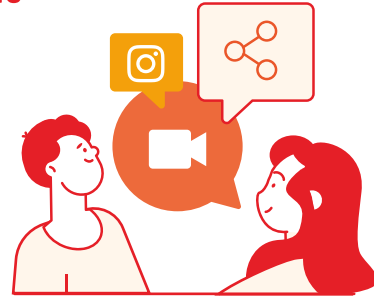
Il Gruppo dialoga con un'ampia platea di stakeholder, i quali differiscono per tipologia oltre che per necessità informative. Parte della comunicazione aziendale è rivolta ad uno specifico segmento di consumatori, il cui ascolto rientra pienamente all'interno delle politiche di sviluppo del brand.

La comunicazione aziendale si articola attraverso diversi canali; quelli tradizionali sono integrati sempre più da soluzioni digitali tra cui social media e applicazioni accessibili attraverso gli smartphone. L'integrazione delle due modalità di engagement garantisce, da un lato, una maggiore capillarità dell'informazione e, dall'altro, una migliore capacità di analisi dei feedback ricevuti.

Dal punto di vista commerciale, il Gruppo prosegue le proprie attività di comunicazione promozionale attraverso gli strumenti tipici del settore, tra cui folder con offerte, manifesti e locandine. Tali strumenti sono accomunati dalla ricerca di soluzioni grafiche coerenti con la brand identity delle insegne del Gruppo e mirano a favorire l'informazione e la fidelizzazione dei consumatori.

Sono state potenziate le attività di engagement tramite il sito web. Il nuovo layout del sito web prevede una struttura di dialogo che tiene conto delle differenti finalità associate ai singoli ambiti informativi.

È stata prevista una specifica sezione dedicata alla sostenibilità, all'interno della quale il Gruppo comunica i principali risultati conseguiti in materia ESG attraverso la pubblicazione annuale della propria informativa di sostenibilità.



Il Gruppo dialoga, infatti, con un'ampia platea di stakeholder, i quali differiscono per tipologia oltre che per necessità informative.

### Nuovo layout sito web



PREVEDE UNA STRUTTURA DI DIALOGO CHE TIENE CONTO DELLE DIFFERENTI FINALITÀ ASSOCIATE AI SINGOLI AMBITI INFORMATIVI.



### Sezione sostenibilità



DOVE IL GRUPPO COMUNICA I PRINCIPALI RISULTATI CONSEGUITI IN MATERIA ESG

### I CANALI DEL GRUPPO



14k  
FOLLOWERS



219  
ISCRITTI



789  
LIKES

### I CANALI DI DIALOGO DELLA FONDAZIONE MEGAMARK



2k  
FOLLOWERS



14k  
FOLLOWERS



103  
VIDEO



## La rete commerciale

2-6

**Da oltre 25 anni, Megamark è parte integrante della rete commerciale Selex, realtà leader nel settore della grande distribuzione.**

L'appartenenza alla rete Selex ha permesso di sostenere la crescita del Gruppo, il quale ha potuto beneficiare della stretta interazione con una realtà commerciale che nel corso del 2023 ha detenuto una quota di mercato all'interno del settore pari al 15,1%. 18 imprese, 3.328 punti vendita ed oltre 19 miliardi di euro di fatturato: sono questi alcuni tra i principali numeri di Selex.

Il modello di business di Selex prevede il ricorso alla centrale di acquisto e marketing ESD Italia, una rete commerciale caratterizzata da 5.900 punti vendita presenti su tutto il territorio nazionale,

### CosìComodo.it servizio e-commerce

Diversi punti vendita del gruppo usufruiscono del servizio e-commerce **CosìComodo.it**: piattaforma per la spesa on-line dei punti vendita del Gruppo Selex. CosìComodo.it offre il servizio "clicca e ritira" con il quale è possibile ritirare la spesa in uno dei punti vendita, oppure delivery a casa con la scelta delle fasce orarie preferite.

### SPESA DIFESA

Un'iniziativa a tutela dei consumatori che ha permesso di mitigare gli effetti connessi all'inflazione. La campagna "SPESA DIFESA" pone l'accento sulla **grande qualità e sulla convenienza dei prodotti a marchio Selex.**



una quota di mercato pari al 24,4% e un giro d'affari di circa 33,2 miliardi di euro.

Dal punto di vista organizzativo, la centrale ESD Italia cura gli accordi con le grandi aziende nazionali e multinazionali, mentre Selex si dedica direttamente agli accordi con le piccole e medie imprese (PMI). L'interazione con le PMI permette di garantire l'approvvigionamento di tutta la gamma di prodotti offerti dai punti vendita, inclusi il settore freschissimo e l'ortofrutta. Attraverso ESD, il Gruppo fa parte anche di EMD che raggruppa 13 soci di rilievo nel commercio alimentare indipendente, operanti in 21 Paesi con un totale di 56.000 punti di vendita.

L'adesione a Selex prevede, inoltre, la partecipazione attiva ad iniziative di tipo ESG. Oltre che a partecipare concretamente alla raccolta dei dati riportati all'interno del bilancio di sostenibilità di Selex, Megamark coopera anche nell'ambito di progettualità rivolte ai propri clienti. In particolare, il recente passato è stato caratterizzato dall'adesione al progetto **SpesaDifesa**, un'iniziativa a tutela dei consumatori che ha permesso di mitigare gli effetti connessi all'inflazione.



€ 19 mld

FATTURATO

3.328

PUNTI VENDITA

15,1%

QUOTA DI MERCATO  
GRUPPO SELEX 2022

€ 33,2 mld

FATTURATO

5.900

PUNTI VENDITA

24,4%

QUOTA DI MERCATO  
ESD ITALIA 2022



## Prodotti BIO



DAL 2022 È STATO INCENTIVATO IL RICORSO A FORNITORI DI TIPO BIO

## I Molisani



PROGETTO CHE PREVEDE LA VENDITA DI PRODOTTI ORTOFRUTTICOLI IDENTIFICATIVI MOLISANI

## Filiera corta



APPROVVIGIONAMENTO DI PRODOTTI TIPICI DELLE AREE GEOGRAFICHE IN CUI IL GRUPPO OPERA.

## Prodotti BIO sfusi



NEI PROPRI PUNTI VENDITA DAL 2023 PER INCENTIVARE UN'OTTICA SOSTENIBILE

## Riduzione del packaging



# La catena del valore

**I fornitori assumono un ruolo importante all'interno delle attività commerciali del Gruppo.**

La selezione dei fornitori avviene attraverso una preliminare attività di screening avente lo scopo di definire delle soglie minime in grado di garantire la qualità della merce in entrata. Il perseguimento di tale obiettivo avviene mediante l'adozione volontaria di sistemi di gestione atti a certificare il percorso di approvvigionamento della merce per i negozi del Gruppo.

Tale processo assume particolare rilevanza nell'ambito dell'individuazione di prodotti riconducibili alle categorie dei prodotti biologici e a "chilometro zero".

A partire dal 2022 è stato incentivato il ricorso a fornitori di tipo bio. La gestione dei prodotti biologici è stata infatti oggetto di un significativo incremento nel corso dell'anno.

Per quanto concerne i prodotti a "chilometro zero" si conferma il progetto "I Molisani" per la vendita di prodotti ortofrutticoli identificativi della cultura e della tradizione gastronomica del territorio molisano.

Le politiche di approvvigionamento tendono verso la ricerca di prodotti a "filiera corta", una strategia commerciale che permette di garantire la vendita di prodotti tipici nelle aree geografiche in cui il Gruppo è presente con i suoi negozi.

**Gran parte della gamma di prodotti offerti all'interno dei punti vendita si contraddistingue per specificità connesse al proprio ciclo produttivo.**

## NATURA CHIAMA SELEX

Linea di prodotti ortofrutticoli a filiera corta caratterizzati dal ricorso a prodotti provenienti da agricoltura biologica.



Tra i prodotti a marchio del distributori (MDD), vi è una linea di articoli con il brand "Natura chiama Selex", referenze a filiera corta e provenienti da agricoltura biologica.

Nel corso del 2023 è stato avviato anche un progetto a sostegno della vendita di prodotti biologici sfusi in alcuni punti vendita. Con tale progetto il Gruppo vuole incentivare i piccoli produttori a realizzare prodotti biologici in ottica di sostenibilità. La componente sostenibile è infatti declinata proprio nella riduzione del consumo di packaging in fase di confezionamento e distribuzione.

## Le attività di audit sui fornitori

416-1

**Tutti i prodotti presenti nei supermercati del Gruppo sono sottoposti a un approfondito processo di controllo a verifica della qualità.**

Il processo vede il coinvolgimento dell'ufficio controllo & qualità, il quale è chiamato a verificare il rispetto delle caratteristiche di qualità attraverso la conduzione di analisi microbiologiche sugli alimenti. Tali analisi permettono di minimizzare i rischi connessi alla mancata identificazione di residui fitosanitari sugli alimenti.

L'ufficio controllo & qualità garantisce, inoltre, il monitoraggio e l'assicurazione delle buone pratiche igienico-sanitarie (HACCP), con particolare riferimento agli aspetti connessi al personale dipendente.

A tal proposito, un team di professionisti accompagna i prodotti dallo scarico nelle piattaforme logistiche verificando il rispetto delle regole e delle temperature, fino alla vendita sugli scaffali.

Tra le competenze dell'ufficio controllo & qualità vi è, inoltre, anche la gestione degli eventuali reclami da parte dei consumatori. In presenza di reclami, l'ufficio prevede l'immediato ritiro della merce e la successiva segnalazione della criticità al partner fornitore, ponendo in essere, inoltre, anche ulteriori analisi aggiuntive aventi lo scopo di garantire la salvaguardia del consumatore.

Nell'anno 2023, a seguito delle attività attuate in autocontrollo (HACCP) e delle analisi condotte presso le strutture del Gruppo (PV e CE.DI.), le attività dell'ufficio hanno permesso di garantire un elevato standard qualitativo dei prodotti forniti ai clienti.

Nello specifico, sono stati previsti otto audit di II parte che hanno riguardato i fornitori food & beverage del Gruppo.

Inoltre, il monitoraggio e la verifica dell'attuazione della normativa vigente in merito alla sicurezza alimentare sono anche il risultato di una costante attenzione ricevuta dalle autorità competenti.

### 8 Audit

DI II PARTE CHE HANNO  
RIGUARDATO I FORNITORI  
FOOD & BEVERAGE DEL  
GRUPPO.

**Nell'anno 2023 le attività dell'ufficio controllo & qualità hanno permesso di garantire un elevato standard qualitativo dei prodotti forniti ai clienti.**



## La Fondazione Megamark

### “ORIZZONTI SOLIDALI”

18 vincitori



NELL'EDIZIONE 2023/24

350.000 €



FINANZIAMENTI COMPLESSIVI  
NEL 2023/24



### “INCONTRI DI DIALOGHI”

88 opere



EDITE DA 53 CASE EDITRICI  
ITALIANE

### VACANZE STUDIO ALL'ESTERO

84 ragazzi



NEL 2023 HANNO FATTO  
10 GIORNI A CAMBRIDGE E  
LONDRA

### GIOVANI TALENTI

51 candidati



NEL 2023

72.100 €



VALORE TOTALE DELLE  
BORSE DI STUDIO

**La Fondazione Megamark è la onlus del gruppo Megamark. Costituita nel 2000 per volere del Presidente Giovanni Pomarico, la Fondazione Megamark nasce con lo scopo di sostenere i collaboratori del Gruppo nei momenti difficili.**

La Fondazione ha avviato nel tempo progettualità ed iniziative a beneficio dei propri dipendenti e delle relative famiglie. Inoltre, si sta completando il percorso di accreditamento e iscrizione al Registro Unico Nazionale del Terzo Settore (RUNTS), una scelta che testimonia concretamente l'impegno sociale che il Gruppo porta avanti da sempre.

Nel corso degli anni, la Fondazione ha promosso numerose attività che hanno riguardato diversi ambiti di intervento.

**La Fondazione ha costantemente avviato progettualità ed iniziative a beneficio dei propri dipendenti e delle relative famiglie e ha promosso numerose attività che hanno riguardato diversi ambiti di intervento.**

Tra le principali progettualità avviate vi sono iniziative benefiche, eventi culturali e l'erogazione di incentivi a beneficio dei figli dei collaboratori. L'organizzazione delle progettualità ha sempre tenuto conto degli specifici fabbisogni espressi da parte degli stakeholder, il cui ascolto è parte integrante dei processi decisionali portati avanti dalla Fondazione.

Gli impatti generati sono periodicamente riportati all'interno del **Bilancio di Missione 2023**, uno strumento di accountability che pone specifica enfasi sulle iniziative avviate nel corso degli anni da parte della Fondazione. Inoltre, le attività una tantum sono state affiancate da ulteriori iniziative che sono andate a consolidarsi nel corso del tempo.

Tra le principali iniziative avviate vi sono il bando “Orizzonti Solidali” per il terzo settore, il concorso letterario “Premio Fondazione Megamark - Incontri di Dialoghi” per gli autori esordienti, le borse di studio “Giovani Talenti” e i viaggi studio all'estero per i figli dei collaboratori del Gruppo.



BILANCIO DI MISSIONE



## Orizzonti solidali

Nel 2023 si è svolta l'undicesima edizione del bando "Orizzonti Solidali", il concorso riservato agli **enti del terzo settore pugliese** per cui la Fondazione stanziava un budget di 250.000 euro. Per l'anno 2023, la Fondazione ha scelto di prevedere due extra budget pari a 30.000 e 50.000 euro da destinare rispettivamente al finanziamento di progetti volti a **contrastare il fenomeno dell'abbandono scolastico** e a **progetti ambientali riguardanti la città di Taranto**. L'edizione di "Orizzonti Solidali" 2023/24, conclusasi con 18 vincitori, è l'edizione più ricca di finanziamenti, con uno stanziamento complessivo quantificato in 350.000 euro.

Per **presentare queste iniziative agli stakeholder**, nel corso del 2023 è stato organizzato un **evento al PalaFlorio di Bari**, una serata che ha riscosso ampio successo tra il pubblico.

## "Premio Fondazione Megamark - Incontri di Dialoghi"

**Il concorso letterario si rivolge alle case editrici di tutta Italia e mira a sostenere opere prime di autori esordienti.** L'edizione del 2023 ha visto la partecipazione di 88 opere editte da 53 case editrici italiane. La cerimonia di premiazione dell'ottava edizione si è svolta nel giardino esterno della sede della Fondazione in un appuntamento che ha anticipato di una settimana l'inizio del festival "I Dialoghi di Trani", di cui la Onlus e il gruppo Megamark sono partner. Ha condotto la serata finale Neri Marcorè con la partecipazione speciale di Luca Ward che ha letto alcuni brani dei romanzi finalisti. L'ottava edizione è stata vinta da Sapò Matteucci con l'opera "Per futili motivi" edita da La nave di Teseo.

## Vacanze studio all'estero

Dal 2017 la Fondazione organizza **"Vacanze studio" all'estero per i figli adolescenti dei collaboratori**, una iniziativa riservata ai ragazzi tra i 13 e i 17 anni per imparare o migliorare la conoscenza della lingua inglese. Nel 2023, grazie al contributo della Onlus, ben 84 ragazzi hanno fatto questa esperienza di 10 giorni a Cambridge e Londra; una grande opportunità sotto diversi aspetti, sia per lo studio della lingua straniera, ma anche per la possibilità di fare nuove amicizie con ragazzi di altri Paesi.

## Giovani Talenti

Il bando "Giovani Talenti" è l'iniziativa più longeva della Fondazione, **riservata ai figli dei collaboratori, ha l'obiettivo di contribuire concretamente alla carriera scolastica e accademica dei più brillanti di loro.** Dalla prima edizione del 2010/2011, sono stati premiati 324 studenti con borse di studio del valore complessivo di oltre 600 mila euro. Per il 2023, la cerimonia di premiazione si è tenuta a dicembre nella sede della Fondazione e del Gruppo alla presenza degli oltre 50 candidati che hanno ricevuto borse di studio per un valore totale di 72.100 euro. Dei 51 partecipanti 38 provenivano dalla Puglia, 9 dal Molise e 4 dalla Campania. Salgono a 375 i ragazzi premiati in questi anni con un importo totale di 674.350 euro.

## Il contributo del Gruppo alla società civile

413-1



### IL PROGETTO IAMME

**Il progetto IAMME si pone l'obiettivo di contribuire alla lotta contro il caporalato.**

Attraverso la collaborazione con l'associazione NoCap, Megamark ha creato una linea di prodotti a marchio Iamme realizzati nel pieno rispetto dei diritti dei lavoratori. La commercializzazione di tali prodotti mira a garantire la tutela dei lavoratori impegnati lungo l'intera filiera produttiva.

### IL PROGETTO AMANO LIBERA

**Il progetto aMano Libera ha avuto inizio nel 2019 con il finanziamento da parte della Fondazione Megamark, dell'iniziativa "Senza sbarre".**

L'iniziativa, finanziata nell'ambito del bando Orizzonti Solidali, ha premiato l'associazione "Amici di San Vittore Onlus", una realtà che ha come obiettivo la ricollocazione sociale di detenuti ed ex detenuti di alcuni istituti di pena italiani. La collaborazione con un noto tarallificio locale ha permesso a questi ragazzi di imparare l'arte della preparazione dei taralli che da oltre tre anni sono in vendita in tutti i negozi del Gruppo con il marchio aMano Libera.

**Il Gruppo contribuisce al supporto dei più bisognosi anche attraverso la collaborazione attiva con le associazioni di volontariato impegnate sul territorio.**

Il Gruppo contribuisce direttamente alle attività connesse al sostegno di persone in difficoltà mediante la donazione di prodotti alimentari e l'erogazione di buoni spesa per le famiglie in difficoltà economica.

Il Gruppo ha aderito al progetto Sharefood Italia, uno strumento di innovazione tecnologica e sociale al servizio delle comunità che vogliono crescere, sperimentando un modello locale per la riduzione degli sprechi alimentari favorendo, inoltre, la conseguente produzione di rifiuti da smaltire attraverso l'erogazione di nuovi servizi. Il progetto coniuga al suo interno due importanti obiettivi: migliorare la qualità della vita delle persone e generare un minore impatto ambientale.

Inoltre, il Gruppo ha consolidato buone pratiche commerciali ad alto impatto sociale. Nello specifico, il Gruppo ha contribuito allo sviluppo dei progetti IAMME e aMano Libera, due esempi concreti di come il business model possa contribuire alla generazione di valore condiviso a beneficio delle comunità.

**Il Gruppo contribuisce direttamente alle attività connesse al sostegno di persone in difficoltà mediante la donazione di prodotti alimentari e l'erogazione di buoni spesa per le famiglie.**

### IL PROGETTO REGUSTO

**Dal 2023 è attiva la collaborazione con Regusto che mira a contribuire alla lotta allo spreco alimentare attraverso l'introduzione un modello di "food sharing for charity".**

L'utilizzo della piattaforma Regusto permette di generare connessione tra imprese ed enti non-profit mediante l'utilizzo di una blockchain. Attraverso la blockchain, imprese ed enti non-profit possono tracciare i propri scambi in maniera certificata. Nel corso del 2023, la piattaforma ha facilitato l'interazione tra Megamark e 7 Enti non-profit. La valutazione di impatto effettuata attraverso l'ausilio del Dipartimento di Ingegneria Civile e Ambientale dell'Università di Perugia ha permesso di associare l'utilizzo della piattaforma ai seguenti impatti.

AMBITO SOCIALE	KPI
Prodotti distribuiti	7.492 Kg
Pasti equivalenti distribuiti	14.899
AMBITO AMBIENTALE	
CO2 Evitata	8.211 Kg
Acqua risparmiata	14.235 m <sup>3</sup>
Suolo risparmiato	21.726 m <sup>2</sup>
AMBITO ECONOMICO	
Valore donazioni	46.150 €
Costi risparmiati	3.746 €
Vantaggi fiscali	12.922 €

INTRODUZIONE

GRUPPO  
MEGAHOLDING

CAPITALE  
FINANZIARIO

CAPITALE  
SOCIALE E RELAZIONALE

CAPITALE  
UMANO E INTELLETTUALE

CAPITALE  
PRODUTTIVO

CAPITALE  
NATURALE

ALLEGATI



## NUMERI CHIAVE

**+9,5 %**

COLLABORATORI RISPETTO AL 2022

**75,5 %**

UNDER 30

**23.712**

ORE DI FORMAZIONE

## TEMI MATERIALI

SICUREZZA E BENESSERE DEI LAVORATORI  
 FORMAZIONE E VALORIZZAZIONE  
 DEL CAPITALE UMANO  
 DIVERSITÀ, INCLUSIONE E BENESSERE

## SDGS

3

SALUTE E  
BENESSERE

4

ISTRUZIONE  
DI QUALITÀ

5

PARITÀ  
DI GENERE

8

LAVORO DIGNITOSO  
E CRESCITA  
ECONOMICA

10

RIDURRE LE  
DISUGUAGLIANZE





m

# Capitale umano ed intellettuale

---

**IN QUESTO CAPITOLO:**

- I collaboratori
- Lo sviluppo del capitale umano
- La salute e la sicurezza sul posto di lavoro
- Il benessere aziendale e l'equilibrio vita-lavoro

## I collaboratori

2-7

2-8

401-1

# 3.959



COLLABORATORI STABILI  
NEL 2023

# 820



ASSUNZIONI NEL 2023

Nel corso del 2023, il Gruppo ha impiegato stabilmente 3959 lavoratori, un dato in crescita rispetto a quanto registrato nel corso del 2022. Il confronto tra i due esercizi evidenzia un incremento percentuale annuo pari a circa il +9,5%.

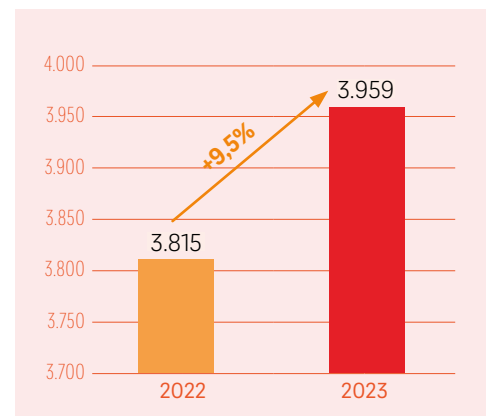
L'incremento quantitativo è stato favorito dall'adozione di attente politiche di recruitment che hanno dovuto tenere conto anche dei flussi di lavoratori in uscita.

Nel corso del 2023, infatti, sono state effettuate 820 assunzioni, a fronte di 530 cessazioni di contratto.

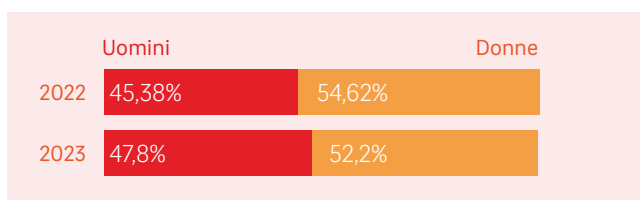
Le politiche occupazionali del Gruppo hanno dedicato specifica attenzione alla categoria dei lavoratori under 30 che risultano essere stati rappresentativi del 75,5% delle nuove assunzioni. Inoltre, sono proseguite le assunzioni di lavoratori pugliesi, a conferma del forte radicamento del Gruppo all'interno di questo territorio.



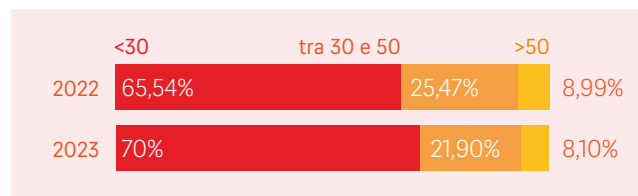
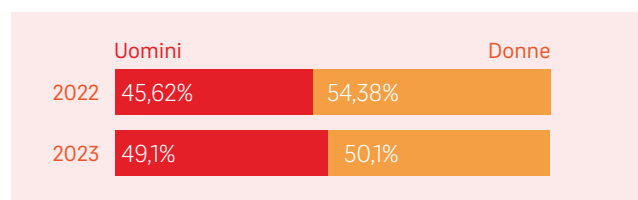
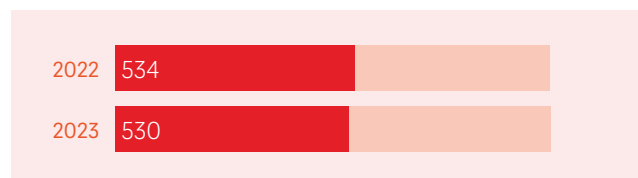
### NUMERO DI DIPENDENTI



## ← DIPENDENTI IN ENTRATA



## → DIPENDENTI IN USCITA



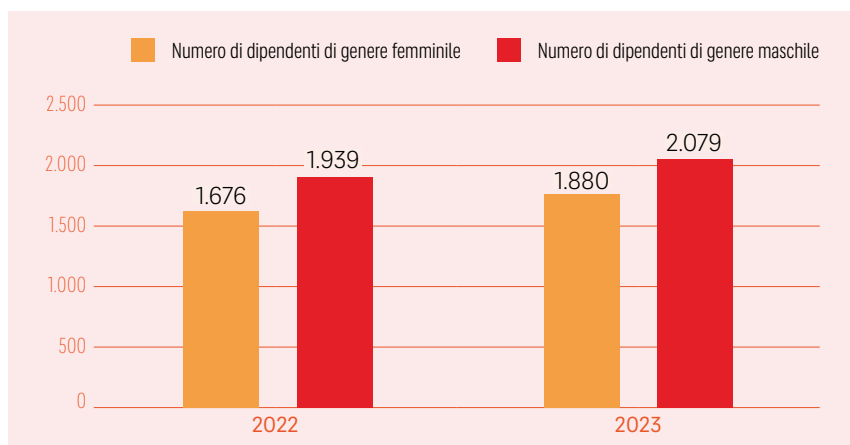
405-1

I dati a consuntivo relativi alla composizione dell'organico, sottolineano come il Gruppo presti particolare attenzione alla parità di genere, un aspetto di assoluto rilievo all'interno del settore della GDO.

Al 31/12/2023, il personale di genere femminile impiegato all'interno dell'azienda risultava essere pari a 1.880 unità, a fronte di 2.079 dipendenti di genere maschile. Per entrambe le categorie, il dato quantitativo risulta essere in crescita rispetto al 2022, per un valore percentuale rispettivamente pari al +12,2% ed al +7,22%. Anche per l'esercizio 2023 si è scelto di non ricorrere a lavoratori in somministrazione.



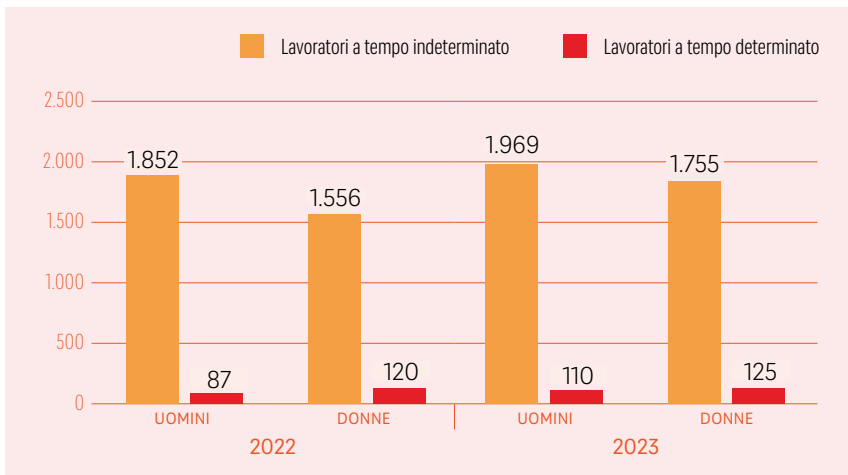
## COMPOSIZIONE DELL'ORGANICO



94%

DIPENDENTI A CONTRATTO  
INDETERMINATO

## TIPOLOGIA DI CONTRATTO



Dal punto di vista contrattuale, il Gruppo opera in prevalenza attraverso il ricorso a forme contrattuali a tempo indeterminato.

Nel corso del 2023, l'incidenza percentuale di queste forme contrattuali, è stata pari a circa il 94% del totale, un dato in controtendenza rispetto all'andamento nazionale. La scelta di preferire tali forme contrattuali in luogo di contratti flessibili trova motivazione nella volontà del Gruppo di operare attraverso modelli gestionali incentrati sulla valorizzazione e sulla fidelizzazione del capitale umano.

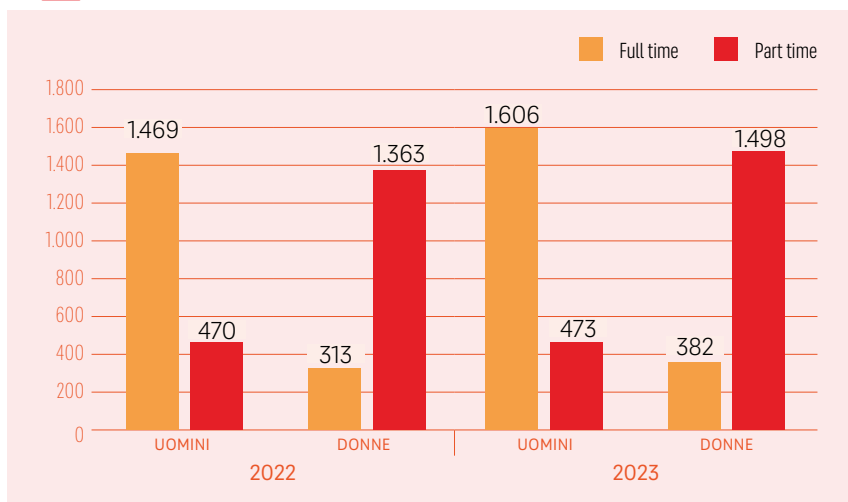
Infine, il dato relativo alla forma contrattuale evidenzia un sostanziale bilanciamento tra i contratti di tipo full time ed i contratti di tipo part time. Il bilanciamento del dato deriva dalle peculiarità del modello di business del Gruppo, il quale opera anche attraverso punti vendita dislocati all'interno di aree turistiche che risentono degli effetti derivanti dalla stagionalità dei flussi dei clienti.

2-30

406-1



## FORMA CONTRATTUALE



Il Gruppo è rispettoso, inoltre, delle norme sindacali nonché dei termini e delle condizioni definiti nei contratti collettivi a sostegno del diritto dei dipendenti di esercitare la libertà di associazione e/o di contrattazione collettiva.

I contratti di lavoro applicati sono quelli previsti per il settore di appartenenza delle singole società del Gruppo: in particolare si applica il contratto "Distribuzione Moderna Organizzata". A partire dal 2021 il Gruppo ha aderito ad un importante progetto sull'inserimento di ragazzi affetti dal disturbo dello spettro autistico sia negli uffici che nei punti vendita di Trani, per garantire un lavoro dignitoso e un'occupazione piena e produttiva anche a giovani con disabilità che spesso hanno difficoltà ad inserirsi nel mondo del lavoro.

## Lo sviluppo del capitale umano

404-1

**Il Gruppo crede fermamente nella ricerca di soluzioni in grado di valorizzare e formare capitale umano.**

La formazione continua dei collaboratori, rappresenta un'attività ad elevato valore aggiunto, i cui effetti sono sintetizzabili nella volontà di garantire i più elevati standard qualitativi all'interno di un settore caratterizzato da notevoli complessità dovute alla presenza di molteplici competitor.

A tal proposito, nel corso dell'ultimo anno sono state erogate 23.712 ore di formazione a beneficio di tutti gli impiegati del Gruppo.



Le attività formative hanno riguardato indistintamente il personale di genere maschile e femminile, per i quali è stato registrato un numero medio di ore di formazione rispettivamente pari a 14,04 e 10,89.

Le 23.712 ore erogate nel corso del 2023 hanno riguardato sia lo sviluppo di competenze tecniche a beneficio delle figure esecutive e sia il potenziamento delle soft skills dei lavoratori impiegati lungo l'intero processo produttivo.

I destinatari dei progetti formativi hanno potuto beneficiare di percorsi didattici aventi lo scopo di potenziare, accrescere ed acquisire competenze e conoscenze ad elevato contenuto specialistico.

La formazione continua dei dipendenti rappresenta un'attività ad elevato valore aggiunto.



# 23.712

ORE DI FORMAZIONE  
EROGATE A IMPIEGATI E  
DEGLI OPERAI DEL GRUPPO

TEMA	QUADRI	IMPIEGATI	OPERAI
Competenze tecniche	-	-	14096
Soft Skill	384	7008	2224
<b>Totale</b>	<b>384</b>	<b>7008</b>	<b>16320</b>

2023

2022

	2023				2022			
	DONNE		UOMINI		DONNE		UOMINI	
Qualifica Professionale	Totale	Media	Totale	Media	Totale	Media	Totale	Media
Impiegato	2730	20,68	6374	20,42	60	5,45	472	6,46
Operaio	5648	8,86	8960	11,48	3508	7,70	4188	7,42
<b>Totale</b>	<b>8378</b>	<b>29,54</b>	<b>15334</b>	<b>31,90</b>	<b>3568</b>	<b>13,15</b>	<b>4660</b>	<b>13,88</b>

## La salute e la sicurezza sul posto di lavoro

403-1

403-2

403-3

403-4

403-5

403-6

403-7

403-8

403-9

403-10

**La centralità delle risorse umane ha comportato la necessità di sviluppare modelli di gestione in grado di garantire la tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori.**

Il presidio dei rischi in materia di HSE (Salute, Sicurezza e Ambiente) ha beneficiato, inoltre, dell'allineamento dei contenuti del Modello 231/01 con le prescrizioni previste dal Decreto Legislativo 81/2008 – Testo Unico Sicurezza. L'adozione del Modello, unitamente all'emanazione e adozione del Codice Etico, ha permesso l'introduzione di opportuni strumenti di sensibilizzazione e responsabilizzazione dei dipendenti rispetto alle tematiche contemplate dal Decreto 81/2008.

L'individuazione dei rischi in materia di HSE avviene attraverso il ricorso ad opportune strategie di risk assesment. La specificità del modello di business prevede, infatti, il coinvolgimento di figure professionali differenti per funzione, livello gerarchico e sede di lavoro. Inoltre, il tema della salute e sicurezza sul posto di lavoro si declina anche attraverso la mitigazione dei potenziali rischi connessi alle specifiche materie prime utilizzate da parte delle figure professionali impiegate nelle fasi operative del processo commerciale. A tal proposito, le società del Gruppo adottano uno schema di analisi fondato su tre differenti fasi:

- a) identificazione delle sorgenti di rischio;
- b) individuazione dei rischi trasversali;
- c) stima dei rischi di esposizione e residui.

Dal punto di vista metodologico, la valutazione dei rischi viene effettuata con riferimento ai parametri dell'entità del rischio, determinati in funzione della gravità del danno e della probabilità del suo verificarsi. Infatti, il rischio viene graduato mediante la formula che vede la quantificazione del rischio come prodotto tra la magnitudo derivante dall'evento avverso e la relativa probabilità di manifestazione.

# 1

### IDENTIFICAZIONE DELLE SORGENTI DI RISCHIO

#### RISCHI

- rischi per la salute.
- rischi per la sicurezza.
- rischi trasversali e/o organizzativi.

# 2

### INDIVIDUAZIONE DEI RISCHI TRASVERSALI

#### MISURE DI SICUREZZA

- protezione macchine, processo a ciclo chiuso, impianti aspiranti, schermature, piani di lavoro, automazione, dispositivi personali di protezione, protezione sanitaria, formazione, informazione.

# 3

### STIMA DEI RISCHI DI ESPOSIZIONE E RESIDUI

#### STIME

- "verifica" del rispetto delle norme di legge.
- "verifica" dell'accettabilità delle condizioni igienico-ambientali.
- "misura" dei parametri di rischio e loro quantificazione.

La tutela della salute e della sicurezza avviene anche mediante il coinvolgimento di equipe mediche, che periodicamente sottopongono i lavoratori ad accertamenti di natura sanitaria. Il medico competente, tenuto conto dei rischi individuati, promuove iniziative finalizzate alla mitigazione di tali rischi. Inoltre, esso è responsabile di sviluppare programmi ed iniziative in sinergia con i rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza (RLS), che vigilano sui contenuti di tale attività.

La tutela dei lavoratori avviene anche attraverso la promozione di attività formative in materia di HSE. Come sottolineato dal D.Lgs. 81/08, la corretta ed efficace mitigazione del rischio prevede necessariamente l'attuazione di opportune attività formative a beneficio dei dipendenti. A tal proposito, le società del Gruppo erogano attività formative formalizzate a beneficio dei vecchi e dei nuovi dipendenti. Inoltre, si è costituito un comitato aziendale allo scopo di favorire

il presidio del tema anche attraverso attività di sensibilizzazione, comunicazioni periodiche, corsi di aggiornamento ed attività formative trasversali.

La previsione di modelli di gestione incentrati sul rispetto di tale principio ha permesso di migliorare gradualmente i principali KPI in materia di Salute, Sicurezza e Ambiente (HSE). Il confronto tra gli esercizi 2022 e 2023 evidenzia come il numero totale di infortuni sul lavoro sia diminuito, a conferma della bontà delle azioni intraprese.

Inoltre, il confronto tra la numerosità dei lavoratori impiegati ed il dato relativo al tasso di assenteismo sottolinea l'assenza di particolari criticità.

La tutela della salute e della sicurezza avviene anche mediante il coinvolgimento di equipe mediche, le quali periodicamente sottopongono i lavoratori ad accertamenti di natura sanitaria.



TASSO DI ASSENTEISMO (N° DI CASI)	2023	
MOTIVAZIONE	DONNE	UOMINI
Malattia	2056	2364
Congedo parentale	10	304

PERSONALE DEL GRUPPO	2023	2022
N. tot. decessi dovuti a infortuni sul lavoro	0	0
N. tot. infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (escluso i decessi)	0	0
N. tot. infortuni sul lavoro registrati	75	81
Tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro	0%	0%
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	0%	0%
Tasso di infortuni sul lavoro registrati	2%	2%

## Il benessere aziendale e l'equilibrio vita-lavoro

401-2

401-3

402-1

### Il tema del welfare aziendale è radicato all'interno del modello di business.

Le società del Gruppo adottano politiche aziendali allo scopo di valorizzare il proprio personale dipendente.

I tradizionali benefit previsti dal CCNL sono affiancati, infatti, da ulteriori iniziative a beneficio dei dipendenti dislocati lungo l'intero territorio di riferimento.

Tali attività vengono erogate in stretta sinergia con la Fondazione Megamark.

Nel 2023, il Gruppo ha confermato le iniziative di welfare condotte a favore dei collaboratori in particolare quelle per le famiglie e la genitorialità:



### Più tempo per le mamme

PROGETTO PROMOSSO DAL GRUPPO CHE PROLUNGA IL CONGEDO DI MATERNITÀ DI UN MESE (REGOLARMENTE RETRIBUITO)

a partire dal 2014, il Gruppo promuove il progetto «Più tempo per le mamme», il quale garantisce a tutte le donne la possibilità di prolungare il congedo di maternità rimanendo a casa con il proprio figlio un mese in più (regolarmente retribuito) rispetto a quanto previsto dalla normativa vigente. A questa misura si aggiunge «La settimana del papà»; il progetto si

#### INIZIATIVA

#### DESCRIZIONE

#### IMPATTO

#### Lavoro agile

Possibilità di svolgere la propria attività lavorativa da remoto attraverso l'utilizzo di piattaforme di Smart Working



Oltre **200 lavoratori** hanno potuto **operare in modalità "agile"**

#### Gift premio

Erogazione di gift card in alcuni periodi dell'anno a tutti i collaboratori del Gruppo assunti a tempo indeterminato. Nel 2023 sono state distribuite gift del valore di 100 euro in occasione del 1° maggio e gift di 150 euro per la festività del 15 agosto.



Stanziati per il **1° maggio 349.900 euro** e per il **15 agosto 533.550 euro**



rivolge esclusivamente ai neopapà e prevede la concessione di una settimana di permessi retribuiti finalizzati alla cura del neonato nei primi mesi di vita.

Infine, l'iniziativa "Bonus bebè", che prevede l'erogazione di un contributo economico di 1.200 euro a supporto delle famiglie dove è nato un figlio.



## Bonus bebè

PROGETTO CHE PREVEDE L'EROGAZIONE DI UN CONTRIBUTO DI 1.200 EURO A SUPPORTO DELLE FAMIGLIE



## La settimana del papà

PROGETTO CHE PREVEDE UNA SETTIMANA DI PERMESSI RETRIBUITI PER LA CURA DEL NEONATO NEI PRIMI MESI DI VITA

La bontà delle azioni intraprese da Megamark ha permesso di conseguire importanti riconoscimenti a livello nazionale.

Per il terzo anno consecutivo, il Gruppo è stato ufficialmente inserito nella classifica "ITALY'S BEST EMPLOYERS 2024", ovvero la lista delle 400 aziende italiane premiate come "migliori datori di lavoro" dai propri dipendenti.

L'indagine, svolta da Statista, in collaborazione con il Corriere della Sera, ha coinvolto diverse migliaia di dipendenti italiani che hanno scelto di rispondere ad una serie di domande sulle condizioni di lavoro nella propria azienda.

Nel 2023 la società Megaholding è stata menzionata nel report annuale edito da Mediobanca: "Le Principali Società Italiane - 2023". L'opera comprende 1.105 gruppi e 2.505 imprese, suddivisi in tabelle secondo l'attività prevalente esercitata.

Nella graduatoria delle principali società italiane: industriali, commerciali e di produzione di servizi, ordinate per fatturato, la Megaholding si è classificata al 157° posto nel 2022, su un totale di 1.815 società esaminate, con volume d'affari almeno pari a 50 milioni di euro.

## Italy's Best Employers 2024

IL GRUPPO È STATO INSERITO NELLA CLASSIFICA TRA LE 400 AZIENDE ITALIANE PREMIATE COME "MIGLIORI DATORI DI LAVORO" DAI PROPRI DIPENDENTI



## Le Principali Società Italiane 2023

NEL 2022 MEGAHOOLDIN È STATA CLASSIFICATA AL 157° POSTO NEL REPORT ANNUALE EDITO DA MEOBANCA SU UN TOTALE DI 1.815 SOCIETÀ ESAMINATE.



BENEFICI AZIENDALI	2023		2023	
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE
a. numero totale di dipendenti che hanno avuto diritto al congedo parentale, per genere;	15	58	7	60
b. numero totale di dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale, per genere;	15	58	7	60
c. numero totale di dipendenti che sono tornati al lavoro durante il periodo di rendicontazione dopo aver usufruito del congedo parentale, per genere;	15	58	7	55
d. numero totale di dipendenti che sono tornati al lavoro dopo aver usufruito del congedo parentale e che sono ancora dipendenti dell'organizzazione nei 12 mesi successivi al rientro, per genere;	15	58	7	60

## NUMERI CHIAVE

# oltre 529

PUNTI VENDITA DIRETTI AFFILIATI  
E SOMMINISTRATI

# 119 mln

NUMERO SCONTRINI

# +0,85%

RISPETTO AL 2022

## TEMI MATERIALI

ETICA E LEGALITÀ DEL BUSINESS  
GOVERNANCE E GESTIONE DEI RISCHI

## SDGS

5

PARITÀ  
DI GENERE

9

IMPRESA,  
INNOVAZIONE  
E INFRASTRUTTURE

11

CITTÀ E COMUNITÀ  
SOSTENIBILI



m

# Capitale produttivo

IN QUESTO CAPITOLO:

I canali di vendita del Gruppo

La quota di mercato

La gestione del brand

Digitalizzazione e cybersecurity

## I canali di vendita del Gruppo

203-1

244   
N° COMUNI

529   
PUNTI VENDITA

361.382 Mq   
SUPERFICIE TOTALE

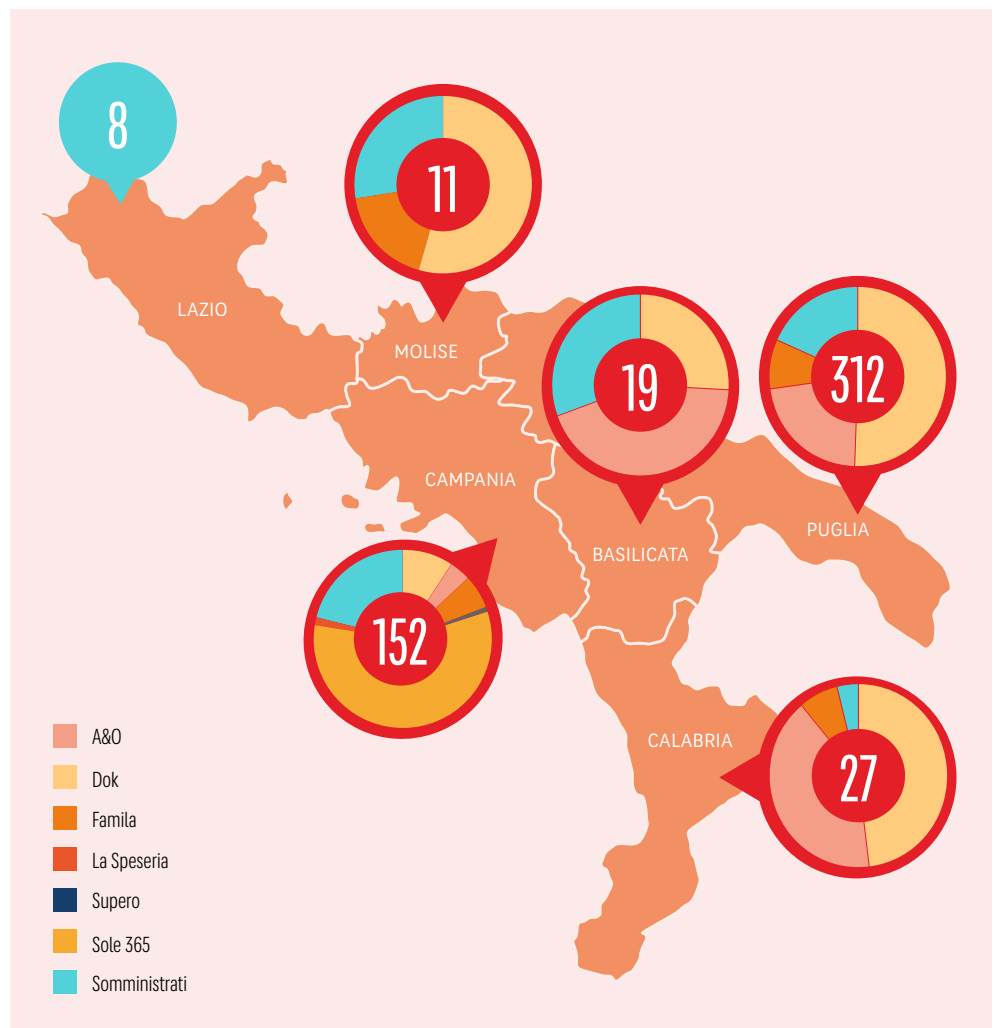
683 Mq   
SUPERFICIE MEDIA

13 mila   
N° ADDETTI

La regione con il maggior numero di punti vendita è la Puglia, coprendo circa il 60% del totale.

Avere un'importante presenza sul territorio è, per il Gruppo, uno dei punti chiave del proprio modello di business. Oggi Megaholding ha punti vendita su tutta l'area meridionale della penisola: Puglia, Campania, Calabria, Basilicata, Molise e Lazio.

Tale capillarità è il risultato di un attento processo di sviluppo dei brand e di una strategia di crescita efficace. Al 31/12/2023 il Gruppo vanta 529 punti vendita tra diretti, affiliati e somministrati. La regione con il maggior numero di punti vendita è la Puglia, coprendo circa il 60% del totale.



## La quota di mercato

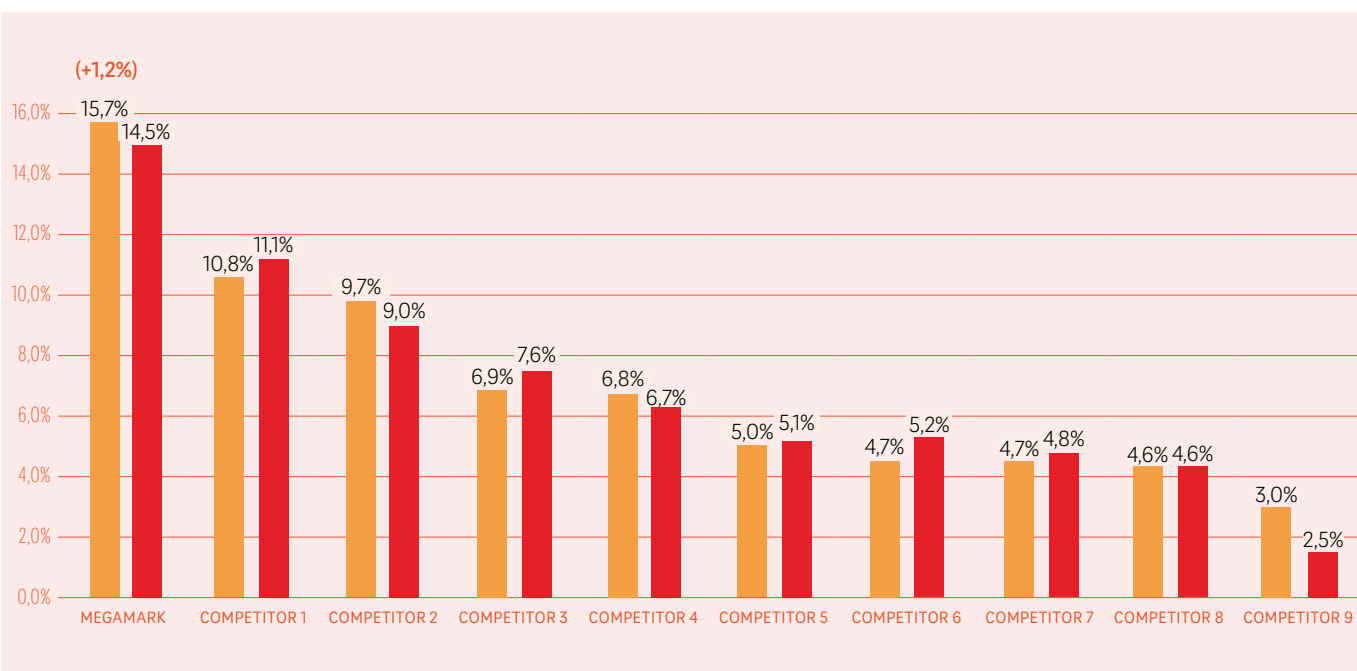
Anche per il 2023 il settore delle vendite al dettaglio del gruppo Megaholding registra un trend positivo di crescita pari al +1,2%.

Tale risultato è frutto non solo di un'attenta gestione delle risorse, ma anche dell'adozione di strategie commerciali che mettono al centro il valore della persona e un approccio indirizzato alla capillarità sul territorio.

La performance raggiunta è inoltre il risultato delle innovazioni adottate, con una crescente attenzione al ruolo delle tecnologie digitali. Inoltre, l'attenzione alla formazione del personale e la centralità delle risorse umane, rappresentano per il Gruppo una possibilità di crescita all'interno del mercato di riferimento.

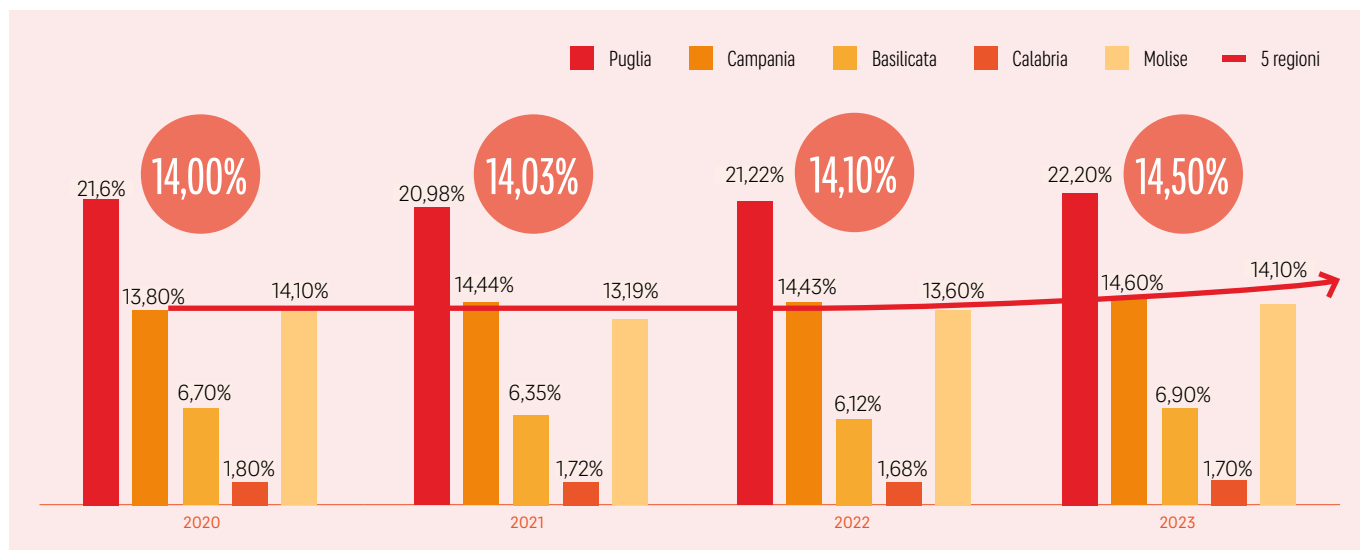


### QUOTA DI MERCATO DI RIFERIMENTO - TOP TEN



FONTE: Guida Nielsen IQ Largo Consumo - Prima Edizione 2024





**119 mln**

SCONTRINI  
TOTALI

**66%**

SCONTRINI  
FIDELITY

**22,36€**

SCONTRINO  
MEDIO

**32mila**

REFERENZE  
MOVIMENTATE



## La gestione del brand

**L'utilizzo efficace dei brand aziendali rappresenta per il gruppo Megaholding un punto centrale delle strategie di business.**

Sebbene i marchi collegati al Gruppo condividano un sistema di valori comune, le politiche commerciali dei punti vendita A&O, dok, familia e Sole365 sono orientate a rispondere alle diverse esigenze di acquisto della clientela.

I negozi con insegna A&O sono piccole superfici ideali per la spesa quotidiana; i supermercati dok sono il brand storico del Gruppo con un assortimento idoneo

alle abitudini di spesa di una clientela fidelizzata, ma sempre esigente.

Il marchio familia è il superstore del Gruppo, negozi che offrono un assortimento ampio e profondo in strutture che dispongono di aree parcheggio e in alcuni punti vendita, offrono anche il servizio del Bistrò.

I supermercati Sole365 sono presenti solo in Campania e offrono al cliente una politica di prezzo di every day low price associata ad una comunicazione semplice in ambienti colorati con tonalità che trasmettono serenità.

*Le politiche commerciali dei punti vendita familia, Selex, A&O, dok e Sole365 sono orientate a rispondere a diverse esigenze di vendita espresse dalla clientela.*



L'adozione di tecnologie digitali e lo sviluppo di soluzioni informatiche costituiscono uno dei pilastri delle politiche di investimento adottate dal Gruppo.

**Così Comodo**  
LA SPESA FATTA IN CASA

PIATTAFORMA PER LA SPESA  
ON-LINE DEI PUNTI VENDITA  
DEL GRUPPO SELEX.



PIATTAFORMA RESA  
DISPONIBILE DAL GRUPPO  
PER WHISTLEBLOWING

## Digitalizzazione e cybersecurity

**I recenti sviluppi tecnologici, i repentini cambiamenti nella società e l'avvento dell'intelligenza artificiale rappresentano punti centrali per la strategia di business del Gruppo.**

L'adozione di tecnologie digitali e lo sviluppo di soluzioni informatiche costituiscono uno dei pilastri delle politiche di investimento adottate dal Gruppo. L'investimento continuo in risorse intangibili offre opportunità per una maggiore adattabilità della rete di vendita ai cambiamenti intrinseci al mercato di riferimento e garantisce una maggiore efficienza operativa, intesa come ottimizzazione dei processi interni e ampliamento della clientela raggiunta. Sempre con riferimento all'orientamento alle risorse umane della strategia aziendale e alla centralità del consumatore, il Gruppo ha adottato politiche di cybersecurity e tutela della privacy idonee a garantire un servizio sicuro e conforme alle normative vigenti in materia di sicurezza dei dati.

### Servizio e-commerce

Diversi punti vendita del Gruppo usufruiscono del servizio e-commerce CosiComodo.it: piattaforma per la spesa on-line dei punti vendita del Gruppo Selex. CosiComodo.it offre il servizio "clicca e ritira" con il quale è possibile ritirare la spesa in uno dei punti vendita, oppure delivery a casa con la scelta delle fasce orarie preferite.

### Cybersecurity

Il Gruppo Megaholding ha effettuato investimenti nell'area della cybersecurity e ha implementato moderni strumenti che utilizzano tecnologie all'avanguardia, come l'intelligenza artificiale, avanzati sistemi di rilevamento e protezione, oltre che attività di controllo, monitoraggio e prevenzione. Questi strumenti consentono di proteggere i dati dell'azienda e i sistemi informatici da

eventuali minacce esterne, quali attacchi informatici e frodi online oltre all'osservanza della normativa in materia di privacy. L'adozione di strumenti innovativi rappresenta un passo significativo verso la protezione degli asset digitali e fisici e consentono di assicurare la *business continuity*. Il Gruppo continua a monitorare costantemente l'evoluzione delle minacce informatiche e ad aggiornare costantemente i propri strumenti e processi di sicurezza, al fine di mantenere il più alto livello di protezione possibile e di garantire la continuità operativa, anche in un contesto di crescente complessità tecnologica e di minacce sempre più sofisticate. La *cybersecurity* è un elemento cruciale per la gestione aziendale.

### Privacy Policy

Dal maggio 2018 il gruppo Megaholding ha adottato le linee guida del Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali (GDPR – General Data Protection Regulation).

### Whistleblowing

A decorrere dal 2023, recependo le indicazioni del D. Lgs. n. 24 del 10/03/2023 Whistleblowing, la società Megaholding ha individuato e indicato lo strumento di utilizzo reso disponibile attraverso la piattaforma GSDWHISTLE. Il link per accedere alla piattaforma è stato inserito sul sito [www.megamark.it](http://www.megamark.it) (sezione azienda/whistleblowing). La finalità del Whistleblowing è quella di individuare e contrastare possibili illeciti e diffondere la cultura dell'etica e della legalità all'interno dell'organizzazione aziendale, rimuovendo i fattori che possano rappresentare un ostacolo al raggiungimento di dette finalità.



INTRODUZIONE

GRUPPO  
MEGAHOLDING

CAPITALE  
FINANZIARIO

CAPITALE  
SOCIALE E RELAZIONALE

CAPITALE  
UMANO E INTELLETTUALE

CAPITALE  
PRODUTTIVO

CAPITALE  
NATURALE

ALLEGATI



## NUMERI CHIAVE

# -16%

RIDUZIONE DELLE EMISSIONI

---

# +5%

ENERGIA PRODOTTA DA IMPIANTI  
FOTOVOLTAICI

---

# -1,57%

CONSUMO PLASTICA

---

## TEMI MATERIALI

CAMBIAMENTO CLIMATICO  
GESTIONE DELL'ENERGIA  
PACKAGING SOSTENIBILE  
RIDUZIONE DEGLI SPRECHI ALIMENTARI

---

## SDGS





m

# Capitale naturale

**IN QUESTO CAPITOLO:**

- Il contributo all'ambiente
- I materiali utilizzati
- I consumi energetici
- Le emissioni
- La gestione dei rifiuti

## Il contributo all'ambiente

### La tutela dell'ambiente è parte integrante delle strategie di sviluppo portate avanti dal Gruppo.



Nel corso dell'ultimo quinquennio, le politiche aziendali sono state orientate verso la ricerca di soluzioni commerciali ed industriali in grado di minimizzare gli impatti ambientali generati dai punti vendita e dai centri operativi.

Tali politiche hanno trovato formalizzazione all'interno del programma Megafree, una progettualità che ha guidato le recenti iniziative in materia di efficientamento ed ammodernamento dei punti vendita.

I punti vendita del Gruppo si caratterizzano per la costante ricerca di soluzioni tecnologiche ed infrastrutturali in grado di minimizzare gli sprechi di energia. Inoltre, gli investimenti connessi all'ammodernamento dei punti vendita hanno permesso di sviluppare specifiche progettualità a tutela della biodiversità dei luoghi in cui il Gruppo opera.

Nel 2021, il Gruppo ha contribuito attivamente all'ammodernamento del Parco Brunelleschi, un'attività che ha permesso la restituzione di un'area verde alla comunità di Barletta (BT). Inoltre, per il 2024 è stata prevista l'apertura di un'ulteriore area verde nel comune di Manduria (TA).

La cultura della sostenibilità ambientale è rinvenibile anche nell'ambito delle politiche aziendali promosse tra i dipendenti.

La promozione di buone pratiche tra i dipendenti rappresenta una leva strategica di assoluto rilievo nell'ambito di un Gruppo che vede nei lavoratori un asset fondamentale attraverso cui creare valore. A tal riguardo, il Gruppo ha gradualmente attivato buone pratiche finalizzate al miglioramento di specifici indicatori di performance, tra cui quelli relativi al consumo di carta e di toner all'interno dei punti vendita. Inoltre, è stato avviato il progetto PlasticFree, un'iniziativa che ha permesso la mitigazione degli impatti connessi alle relazioni B2C attraverso l'impiego di materiali rinnovabili.

4,85 Gwh/anno   
C.A. POTENZIALE  
RISPARMIO ENERGETICO

2.400 tons./anno   
C.A. DI ANIDRIDE  
CARBONICA RISPARMIATA

### IL PROGETTO MEGAFREE



Il progetto, denominato MegaFree, ha previsto il miglioramento dell'**efficienza energetica dei supermercati**

tramite l'utilizzo di tecnologie "top of the market" per la catena del freddo, la climatizzazione, l'illuminazione, i sistemi elettrici e di automazione e controllo del funzionamento energetico dei singoli store. Tali investimenti hanno consentito il **dimezzamento dei consumi e dei costi energetici**, garantendo, inoltre, un **potenziale risparmio energetico** di circa 4,85 Gwh/anno, equivalenti ad una riduzione di circa 907 tep/a di energia primaria e di circa 2.400 tonnellate/anno di anidride carbonica

### IL PROGETTO PLASTICFREE

Per quanto concerne il progetto Plasticfree, invece, l'azienda ha intrapreso un **percorso di mitigazione degli impatti ambientali generati dalle attività B2C** attraverso la sostituzione dei contenitori in plastica con soluzioni maggiormente ecologiche.

Inoltre, **nelle piattaforme del fresco, il gruppo Megamark ha scelto di lavorare esclusivamente con materiali conformi alla tecnologia RPC IFCO Lift Lock**, che hanno ottenuto la certificazione "Cradle to Cradle", lo standard globale per prodotti sicuri, circolari e realizzati in modo responsabile.

## I materiali utilizzati

301-1

301-3

### La gestione delle materie prime avviene nel rispetto dei principali standard di riferimento per il settore della GDO.

Il Gruppo pone specifica attenzione sugli aspetti relativi alla corretta gestione delle materie prime lungo l'intero ciclo produttivo. Tali processi tengono conto anche delle specificità connesse alle procedure di smaltimento ed alle modalità di reimpiego dei materiali.

Nel corso del 2023, il modello di gestione del Gruppo ha permesso di minimizzare i rischi derivanti da sanzioni connesse all'errata gestione delle materie prime.

Anche nell'esercizio 2023, la carta ed il cartone sono risultati essere i materiali maggiormente rilevanti da un punto di vista quantitativo. La rilevanza di tali materie prime, deriva dalla scelta del Gruppo di convergere verso sistemi di packaging eco-sostenibili. A tal riguardo, va sottolineato come il dato relativo al consumo di plastica risulti essere diminuito del 1,57%.

Il dato relativo ai sottoprodotti di origine animale (SOA) risulta essere stabile mentre il dato relativo alla raccolta degli

oli esausti risulta essere aumentato del 14% circa. Nell'anno 2023, il Gruppo ha avviato un progetto di raccolta di oli esausti a servizio dei clienti.

A partire dal mese di giugno, sono state posizionate presso i negozi di proprietà n. 137 stazioni di raccolta, che hanno permesso il conferimento di olio esausto prodotto a livello domestico da parte dei clienti.

### Il Gruppo ha scelto di convergere verso sistemi di packaging eco-sostenibili.



**- 1.57%.**

DIMINUZIONE CONSUMO  
PLASTICA


**+ 14%**

RACCOLTA DEGLI OLI ESAUSTI


**137 stazioni**

DI RACCOLTA DI OLIO  
ESAUSTO PRESSO LE FILIALI  
DEL GRUPPO

Il Gruppo pone specifica attenzione sugli aspetti relativi alla corretta gestione delle materie prime lungo l'intero ciclo produttivo.

TIPOLOGIA DI PRODOTTO	2023	2022	U.D.M.
Carta & cartone	6.906.260	7.240.452	kg
Soa	1.187.210	1.188.644	kg
Plastica	519.700	582.017	kg
Oli esausti	24.827	21.745	kg
Pile esauste	6.150	6.373	kg

## I consumi energetici

302-1

302-4



**-21%**

QUANTITÀ DI ENERGIA  
UTILIZZATA PER IL  
RISCALDAMENTO

**+5%**

ENERGIA ELETTRICA AUTO-  
CONSUMATA PRODOTTA DA  
IMPIANTI FOTOVOLTAICI

**I dati relativi al consumo energetico evidenziano come nel 2023 il consumo totale di energia all'interno dell'organizzazione risulti essere stato pari a 284.702.266 MJ, a fronte dei 280.603.300 MJ utilizzati nel corso del 2022 (+1,5%).**

Tuttavia, seppur in presenza di un fisiologico incremento dovuto alla crescita dimensionale del Gruppo, il dato appare essere confortante in quanto segnaletico di un migliore utilizzo delle fonti energetiche.

Per quanto concerne le tipologie di fonti energetiche impiegate all'interno dei processi produttivi, l'energia impiegata nelle attività del Gruppo deriva, in prevalenza, dal consumo di energia elettrica da rete.

Tuttavia, il percorso di efficientamento intrapreso negli ultimi anni ha permesso di ridurre il grado di dipendenza da

combustibili fossili passando da 110.896 Sm<sup>3</sup> nel 2022 a 87.228 Sm<sup>3</sup> nel 2023 (-21%).

Il consumo di combustibile proveniente da fonti rinnovabili (autoconsumo dell'energia elettrica prodotta da impianti fotovoltaici) è risultato pari a 3.481.868 kWh, a fronte dei 3.326.499 kWh rilevati nel corso dell'esercizio 2022 (+5%).

Il valore positivo, anche in questo caso, è rapportato alla crescita dimensionale del Gruppo, ma rivela comunque un miglioramento dell'utilizzo delle fonti energetiche.

Nello specifico, il Gruppo ha migliorato due dei principali indicatori di performance relativi al consumo di fonti energetiche, ovvero i dati riguardanti la quantità di energia utilizzata per il riscaldamento (-21%) ed il valore di energia elettrica prodotta da energie rinnovabili (fotovoltaico) e autoconsumata (+5%).

INDICATORE	2022		2023	
			<b>kWh</b>	<b>MJ</b>
Consumo di elettricità da rete	73.668.082	74.882.301	265.205.095	269.576.284
Consumo di elettricità da fonte rinnovabile (FV)	3.326.499	3.481.868	11.975.397	12.534.725
Vendita energia elettrica (Immissione FV)	114.739	78.303	413.060	281.891
			<b>Sm<sup>3</sup></b>	<b>MJ</b>
Consumo di gas naturale per il riscaldamento	110.896	87.228	3.918.732	3.092.843
			<b>litri</b>	<b>MJ</b>
Gasolio	307.572	303.343	11.076.689	10.924.384
GPL	0	160	0	4.107
Benzina super	12.621	34.612	402.784	1.104.648

Tabella 1 Fonte fattori di conversione combustibili fossili: Tabella parametri standard nazionali (MATTM). Fattore di conversione energia elettrica: 1 kWh = 3,6 MJ

## Le emissioni

305-1

305-2

305-3

**Nel corso del 2023, sono state condotte attività di analisi e monitoraggio dei principali impatti climatici generati dal Gruppo nell'ambito dei processi produttivi.**

Nello specifico, sono stati potenziati i sistemi di monitoraggio relativi ai consumi energetici allo scopo di giungere ad una migliore quantificazione dei dati relativi alle emissioni di tipo Scope 1, Scope 2 e Scope 3. L'attività sperimentale ha permesso di giungere a definire una prima approssimazione del contributo fornito dal Gruppo alla lotta contro il cambiamento climatico.

L'analisi degli scostamenti relativi al biennio 2022-2023 evidenzia una generale riduzione delle emissioni (-16%).

Si evidenzia come uno tra i principali indicatori rappresentativi della capacità dell'azienda di mitigare i propri impatti, ovvero l'indicatore Scope 1, presenta una forte diminuzione; la minore dipendenza dal gas naturale ha permesso, infatti, di ridurre tale indicatore di circa il -21% rispetto all'esercizio 2022. Anche Scope 2 presenta una diminuzione importante di circa il -17% mentre lo Scope 3 (relativo ai soli carburanti per autotrazione) presenta un aumento del 5%.

305-3

Il miglioramento degli indicatori è frutto di una serie di iniziative che hanno permesso la riduzione della carbon footprint del Gruppo. Nel corso del 2023, il valore delle emissioni di CO<sub>2</sub> è risultato essere pari a circa 3.268 tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalenti. Tra i principali interventi, vanno segnalati gli importanti risultati connessi alla riqualificazione energetica dei punti vendita ed al relativo abbandono delle fonti energetiche di tipo fossile. Inoltre, il dato relativo al 2023 ha beneficiato degli effetti derivanti dall'utilizzo ad impianti fotovoltaici.

**Il miglioramento degli indicatori è frutto di una serie di iniziative che hanno permesso la riduzione della carbon footprint del Gruppo.**

FONTE ANALIZZATA	VARIAZIONI 2023 VS 2022							
	SCOPE 1		SCOPE 2		SCOPE 3		TOT	
	t CO <sub>2</sub>	%	t CO <sub>2</sub>	%	t CO <sub>2</sub>	%	t CO <sub>2</sub>	%
Energia elettrica *	0	n.d.	-3.610	-17%	0	n.d.	-3.610	-17%
Gas naturale	-46	-21%	0	n.d.	0	n.d.	-46	-21%
Gasolio	0	n.d.	0	n.d.	-11	-1%	-11	-1%
GPL	0	n.d.	0	n.d.	0	n.d.	0	n.d.
Benzina	0	n.d.	0	n.d.	51	174%	51	174%
<b>Totale</b>	<b>-46</b>	<b>-21%</b>	<b>-3.610</b>	<b>-17%</b>	<b>40</b>	<b>5%</b>	<b>-3.616</b>	<b>-16%</b>

\*solo consumi di energia elettrica prelevata da rete

ANNO	EMISSIONI CO <sub>2</sub> [t CO <sub>2</sub> ]							
	2022				2023			
Fonte analizzata	SCOPE 1	SCOPE 2	SCOPE 3	TOT	SCOPE 1	SCOPE 2	SCOPE 3	TOT
Energia elettrica *	0,0	21.304,8	0,0	21.304,8	0,0	17.694,7	0,0	17.694,7
Gas naturale	220,8	0,0	0,0	220,8	174,8	0,0	0,0	174,8
Gasolio	0,0	0,0	818,7	818,7	0,0	0,0	807,5	807,5
GPL	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,3
Benzina	0,0	0,0	29,4	29,4	0,0	0,0	80,7	80,7
<b>Totale</b>	<b>220,8</b>	<b>21.304,8</b>	<b>848,2</b>	<b>22.373,8</b>	<b>174,8</b>	<b>17.694,7</b>	<b>888,5</b>	<b>18.758,0</b>



## La gestione dei rifiuti

301-3

308-1

306-1

La procedura di risk assesment di tipo input-output mira a mappare le principali fonti di rischio relative all'errata gestione dei rifiuti.

### La gestione dei rifiuti avviene in coerenza con quanto previsto dalla normativa di riferimento.

La fase finale del processo relativo alla gestione dei materiali avviene attraverso l'adozione di una procedura di risk assesment di tipo input-output. Tale procedura mira a mappare le principali fonti di rischio relative all'errata gestione dei rifiuti, i cui effetti potrebbero determinare significativi impatti sul modello di business delle società del Gruppo e l'inadeguatezza dei processi attivi da parte dei fornitori.

Per entrambe le casistiche sono stati previsti strumenti di mitigazione del rischio ad hoc, ovvero maggiori investimenti in formazione del personale e ricorso a procedure di audit sui fornitori.

Nello specifico, sono state previste le seguenti attività:

- sensibilizzazione degli addetti impiegati presso i punti vendita circa le corrette prassi da porre in essere al fine di eseguire una corretta raccolta differenziata;
- i raccoglitori autorizzati alla raccolta dei rifiuti da dalle diverse attività del

Gruppo (PV e CE.DI.) sono soggetti ad audit documentale prima di procedere con l'inserimento nel parco fornitori del Gruppo.

Inoltre, i dati raccolti, relativi ai quantitativi di rifiuti raccolti dalle diverse attività del Gruppo (PV e CE.DI.), vengono gestiti mediante report sottoposti a valutazione su base mensile.

306-2

Nel mese di giugno, Megamark, ha attivato presso i PV diretti del Gruppo e diversi PV affiliati, un servizio di raccolta di oli esausti mediante il posizionamento di stazioni di raccolta ad uso esclusivo dei Clienti. Questi potranno utilizzare le stazioni per conferire l'olio esausto vegetale prodotto a livello domestico. Inoltre, il Gruppo intende attivare un servizio di raccolta di medicinali scaduti a partire dal 2024.

Inoltre, sono in corso di definizione specifiche progettualità in materia di tutela della biodiversità. A tal proposito, il Gruppo intende provvedere alla piantumazione di alberi nell'area boschiva di Gravina in Puglia, un'area interessata da incendi e dissesti ambientali. Tale processo di ristoro ambientale sarà affiancato da un'attenta attività di pianificazione che permetterà l'ottenimento di crediti di carbonio crediti di carbonio atti a contrastare le emissioni in atmosfera generate dalle attività del Gruppo.

Sono in corso di definizione specifiche progettualità in materia di tutela della biodiversità.



FATTORI DI INPUT	IMPATTI	TIPOLOGIA DI RISCHIO	FATTORI DI OUTPUT	AMBITO
Errata Gestione Rifiuti	Reati Ambientali	Potenziali	Formazione Personale	PV E CE.DI.
Errata Qualifica Fornitori	Reati Ambientali	Potenziali	Audit Fornitori	PV E CE.DI.



INTRODUZIONE

GRUPPO  
MEGAHOLDING

CAPITALE  
FINANZIARIO

CAPITALE  
SOCIALE E RELAZIONALE

CAPITALE  
UMANO E INTELLETTUALE

CAPITALE  
PRODUTTIVO

CAPITALE  
NATURALE

ALLEGATI





INTRODUZIONE

GRUPPO  
MEGAHOLDING

CAPITALE  
FINANZIARIO

CAPITALE  
SOCIALE E RELAZIONALE

CAPITALE  
UMANO E INTELLETTUALE

CAPITALE  
PRODUTTIVO

CAPITALE  
NATURALE

ALLEGATI

m

# GRI Content Index











## GRI Content Index



**Dichiarazione d'uso:** Il Gruppo Megaholding ha presentato una rendicontazione in conformità agli Standard GRI per il periodo 1 gennaio 2023 - 31 dicembre 2023.




**GRI utilizzato:** GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021












**Standard di settore pertinente:** N/A


















GRI STANDARD	INFORMATIVA	PARAGRAFO	PAGINE	OMISSIONE			SDGS
				REQUISITI OMESSI	RAGIONE	SPIEGAZIONE	
<b>INFORMATIVE GENERALI</b>							
	2-1 Dettagli organizzativi	La struttura societaria	24-26				
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Nota metodologica	8-9				
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e referente	Nota metodologica	8-9				
	2-4 Restatement delle informazioni	Nota metodologica	8-9				
	2-5 Assurance esterna	Relazione del revisore	89-90				
<b>GRI 2: Informative generali 2021</b>	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti commerciali	La rete commerciale	49-50				
	2-7 Dipendenti	I collaboratori	58-60				 
	2-8 Lavoratori non dipendenti	I collaboratori	58-60				
	2-9 Struttura e composizione della governance	Il consiglio di amministrazione	27-28				 
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	Il consiglio di amministrazione	27-28				 
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	Il consiglio di amministrazione	27-28				



GRI STANDARD	INFORMATIVA	PARAGRAFO	PAGINE	OMISSIONE			SDGS
				REQUISITI OMESSI	RAGIONE	SPIEGAZIONE	
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	"Nota metodologica Il consiglio di amministrazione"	"8-9 27-28"				
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	Il consiglio di amministrazione	27-28	27-28	Informazioni non disponibili /incomplete	Sono in corso di definizione le procedure di assegnazione delle deleghe in materia ESG. Il Gruppo si impegna a rendicontare tali informazioni a seguito del perfezionamento del processo.	
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	Il consiglio di amministrazione	27-28				
	2-15 Conflitti d'interesse	L'organismo di vigilanza	29				
	2-16 Comunicazione delle criticità	La revisione legale	29				
<b>GRI 2: Informativa generali 2021</b>	2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo			2-17	Informazioni non disponibili /incomplete	Il massimo organo di governo è coinvolto in sessioni di approfondimento sull'analisi di materialità e sull'analisi delle performance di sostenibilità. Sono in fase di avvio attività di formazione specifica in materia ESG	
	2-18 Valutazione della performance del massimo organo di governo			2-18	Informazioni non disponibili /incomplete	L'azienda pur disponendo di un sistema di remunerazione variabile per il Presidente del CdA non prevede un sistema di valutazione del massimo organo di governo di tipo ESG.	
	2-19 Norme riguardanti le remunerazioni	Il consiglio di amministrazione	27-28				
	2-20 Procedura di determinazione della retribuzione	Il consiglio di amministrazione	27-28				
	2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale				2-21	Vincoli di riservatezza	L'informazione è sottoposta a vincoli di riservatezza

GRI STANDARD	INFORMATIVA	PARAGRAFO	PAGINE	OMISSIONE			SDGS
				REQUISITI OMESSI	RAGIONE	SPIEGAZIONE	
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera del Presidente					
	2-23 Impegno in termini di policy			2-23	Informazioni non disponibili /incomplete	Il Gruppo non dispone di una politica integrata di sostenibilità. Il Gruppo si impegna ad adottare una politica integrata di sostenibilità nel corso del prossimo biennio.	
	2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy			2-23	Informazioni non disponibili /incomplete	Il Gruppo non dispone di una politica integrata di sostenibilità. Il Gruppo si impegna ad adottare una politica integrata di sostenibilità nel corso del prossimo biennio.	
<b>GRI 2: Informativi generali 2021</b>	2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi			2-23	Informazioni non disponibili /incomplete	Il Gruppo non dispone di una politica integrata di sostenibilità. Il Gruppo si impegna ad adottare una politica integrata di sostenibilità nel corso del prossimo biennio.	
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	La revisione legale	29				
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	Analisi e rischi del contesto esterno	34				
	2-28 Appartenenza ad associazioni	La rete commerciale	42				
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Analisi di materialità	9-18				
	2-30 Contratti collettivi	I collaboratori	58-60				
<b>TEMI MATERIALI</b>							
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	Analisi di materialità	9-18				
	3-2 Elenco di temi materiali	Analisi di materialità	9-18				
<b>GOVERNANCE E GESTIONE DEI RISCHI</b>							
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità	9-18				
<b>GRI 201: Prestazioni economiche 2016</b>	201-4 Assistenza finanziaria ricevuta dal governo	La corporate tax responsibility	42				

GRI STANDARD	INFORMATIVA	PARAGRAFO	PAGINE	OMMISSIONE			SDGS
				REQUISITI OMESSI	RAGIONE	SPIEGAZIONE	
GRI 207: Imposte 2019	207-1 Approccio alla fiscalità	La corporate tax responsibility	42				  
GRI 418: Privacy dei clienti 2016	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	Digitalizzazione e cybersecurity	72		Nel corso del 2023 non si sono verificati casi di data breach		
<b>SOSTEGNO A COMUNITÀ E TERRITORIO</b>							
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità	9-18				
GRI 201: Prestazioni economiche 2016	201-1 Valore economico diretto generato e distribuito	La distribuzione del valore aggiunto	41				 
GRI 203: Impatti economici indiretti 2016	203-1 Gli investimenti in sostenibilità	"Gli investimenti in sostenibilità I canali di vendita del Gruppo"	"43-44 68-70"				  
GRI 413: Comunità locali 2016	413-1 Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	Il contributo del Gruppo alla società civile	54				
<b>ETICA E LEGALITÀ NEL BUSINESS</b>							
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità	9-18				
GRI 201: Prestazioni economiche 2016	201-1 Valore economico diretto generato e distribuito	La distribuzione del valore aggiunto	41				
<b>QUALITÀ, INNOVAZIONE E SICUREZZA DEI PRODOTTI</b>							
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità	#RIFI				
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti	416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e la sicurezza di categorie di prodotti e servizi	Le attività di audit sui fornitori	51-53				
<b>SICUREZZA E BENESSERE DEI LAVORATORI</b>							
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità	9-18				
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	La salute e la sicurezza sul posto di lavoro	62-63				
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-2 Identificazione del pericolo, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti	La salute e la sicurezza sul posto di lavoro	62-63				

GRI STANDARD	INFORMATIVA	PARAGRAFO	PAGINE	OMMISSIONE			SDGS
				REQUISITI OMESSI	RAGIONE	SPIEGAZIONE	
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-3 Servizi per la salute professionale	La salute e la sicurezza sul posto di lavoro	62-63				
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione	La salute e la sicurezza sul posto di lavoro	62-63				 
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-5 Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	La salute e la sicurezza sul posto di lavoro	62-63				
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	La salute e la sicurezza sul posto di lavoro	62-63				
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business	La salute e la sicurezza sul posto di lavoro	62-63				
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-8 Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	La salute e la sicurezza sul posto di lavoro	62-63				
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-9 Infortuni sul lavoro	La salute e la sicurezza sul posto di lavoro	62-63				 
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-10 Malattie professionali						  
<b>FORMAZIONE E VALORIZZAZIONE DEL CAPITALE UMANO</b>							
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità	9-18				
GRI 3: Temi materiali 2021	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	Lo sviluppo del capitale umano	61				   
GRI 3: Temi materiali 2021	403-5 Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	La salute e la sicurezza sul posto di lavoro	62-63				



Prof. Dott. Andrea Venturelli  
Associato di Economia Aziendale nell'Università del Salento  
Revisore legale dei conti - Dottore commercialista

## Relazione del revisore indipendente sull'Integrated Annual Report 2023

Al Consiglio di Amministrazione della  
Megaholding s.r.l.

Sono stato incaricato di effettuare un esame limitato (*"limited assurance engagement"*) dell'Integrated Annual Report del Gruppo Megaholding s.r.l (di seguito anche il "Gruppo") relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023.

### Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio Integrato

Gli Amministratori di Megaholding s.r.l sono responsabili per la redazione dell'Integrated Annual Report in conformità ai *"Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards"* definiti dal GRI - *Global Reporting Initiative* (*"GRI Standards"*), come descritto nella sezione *"Nota metodologica"* dell'Integrated Annual Report.

Gli Amministratori sono altresì responsabili per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di un Bilancio Integrato che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli amministratori sono inoltre responsabili per la definizione degli obiettivi del Gruppo in relazione alla performance di sostenibilità, nonché per l'identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare.

### Indipendenza del revisore e controllo della qualità

Sono indipendente in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza del *Code of Ethics for Professional Accountants* emesso dall'*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

Applico l'*International Standard on Quality Control 1 (ISQC Italia 1)* e, di conseguenza, mantengo un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

### Responsabilità del revisore

È mia la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità dell'Integrated Annual Report rispetto a quanto richiesto dai GRI Standards.

Il mio lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel *"International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information"* (di seguito anche *"ISAE 3000 Revised"*), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board* (IAASB) per gli incarichi di *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che l'Integrated Annual Report non contenga errori significativi.

Pertanto, il mio esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'*ISAE 3000 Revised* (*"reasonable assurance engagement"*) e, conseguentemente, non mi consente di avere la sicurezza di essere venuto a

Prof. Dott. Andrea Venturelli  
Associato di Economia Aziendale nell'Università del Salento  
Revisore legale dei conti - Dottore commercialista

conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sull'Integrated Annual Report si sono basate sul mio giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale del Gruppo responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nell'Integrated Annual Report, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, ho svolto le seguenti procedure:

1. analisi del processo di definizione dei temi rilevanti rendicontati, con riferimento alle modalità di identificazione in termini di loro priorità per le diverse categorie di stakeholder e alla validazione interna delle risultanze del processo;
2. comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel capitolo 2 "Capitale finanziario" dell'Integrated Annual Report e i dati e le informazioni incluse nel bilancio consolidato del Gruppo al 31/12/23, sul quale altro revisore ha emesso la relazione ai sensi dell'art. 14 del D.lgs. 27.1.2010, n. 39, in data 9 giugno 2023;
3. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nell'Integrated Annual Report.

In particolare, ho svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione del Gruppo e ho svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione dell'Integrated Annual Report.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo:

- a. con riferimento alle informazioni qualitative contenute nell'Integrated Annual Report ho effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
- b. con riferimento alle informazioni quantitative, ho svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.

## Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla mia attenzione elementi che mi facciano ritenere che l'Integrated Annual Report del Gruppo relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" del Bilancio Integrato.

Bari, 18 settembre 2024

Prof. Andrea Venturelli

*Andrea Venturelli*



INTRODUZIONE

GRUPPO  
MEGAHOLDING

CAPITALE  
FINANZIARIO

CAPITALE  
SOCIALE E RELAZIONALE

CAPITALE  
UMANO E INTELLETTUALE

CAPITALE  
PRODUTTIVO

CAPITALE  
NATURALE

ALLEGATI



megamark **m**



## Gruppo Megaholding S.r.l.

S.P. Trani-Andria km. 1,050  
76125 Trani (BT)

Tel. 0883.404.111

[contatti@megamark.it](mailto:contatti@megamark.it)







 **gruppo  
megaholding**

