



Gruppo Megaholding

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





La storia

1975

Aprire il primo supermercato a Barletta con insegna Grossmarket. Un punto vendita di circa 1000 mq che rivoluzionerà il modo di fare la spesa

1976-80

La formula del supermercato funziona e si aprono altri negozi ad Andria, Corato, Molfetta e Barletta

1980



Nasce il marchio dok e iniziano le prime affiliazioni

1990

Il gruppo si trasferisce a Trani e apre un ce.di. di 9.600 mq.

Nasce Megamark.

Parte anche la divisione ortofrutta con Megafruit gestita da Francesco Pomarico

megamark 

1985

Il Gruppo diventa socio UNVO e acquisisce il marchio SpesaMia



1983

Si inaugura la prima piattaforma Megamarket a Barletta con un magazzino di circa 2.400 mq



1994

A Massafra si inaugura Megadue una nuova piattaforma per coprire le esigenze logistiche della rete di supermercati in continua crescita

1996

Megamark entra in Selex e acquisisce i loghi nazionali "Famila" e A&O



1996-2000

Acquisizione di Fudis con una rete importante di negozi in tutta la Puglia

1999

il 1° maggio il gruppo festeggia "la festa del lavoro e delle famiglie" organizzando la prima supermegafesta coinvolgendo tutti i collaboratori



2021

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

2022-24

8 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

2024

4^a edizione della Supermegafesta, la festa dell'azienda, dei collaboratori e delle famiglie che si tiene il 1^o maggio. Questa edizione, che ha visto la partecipazione di oltre 8000 persone, è stata l'occasione per festeggiare i 50 anni dell'azienda e gli 80 anni del presidente, il cav. Giovanni Pomarico.

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^a edizione di Supermegafesta 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**

Nasce la Fondazione Megamark, Onlus del Gruppo per sostenere le necessità sanitarie dei collaboratori dell'azienda

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

2024 prima edizione "Il Futuro ti assomiglia", seminario di orientamento per gli studenti delle scuole superiori di secondo grado.

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

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"

2009

È l'anno della 2^a supermegafesta. La famiglia è cresciuta e "la festa del lavoro e della famiglia" coinvolte oltre 3.000 persone

2003

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

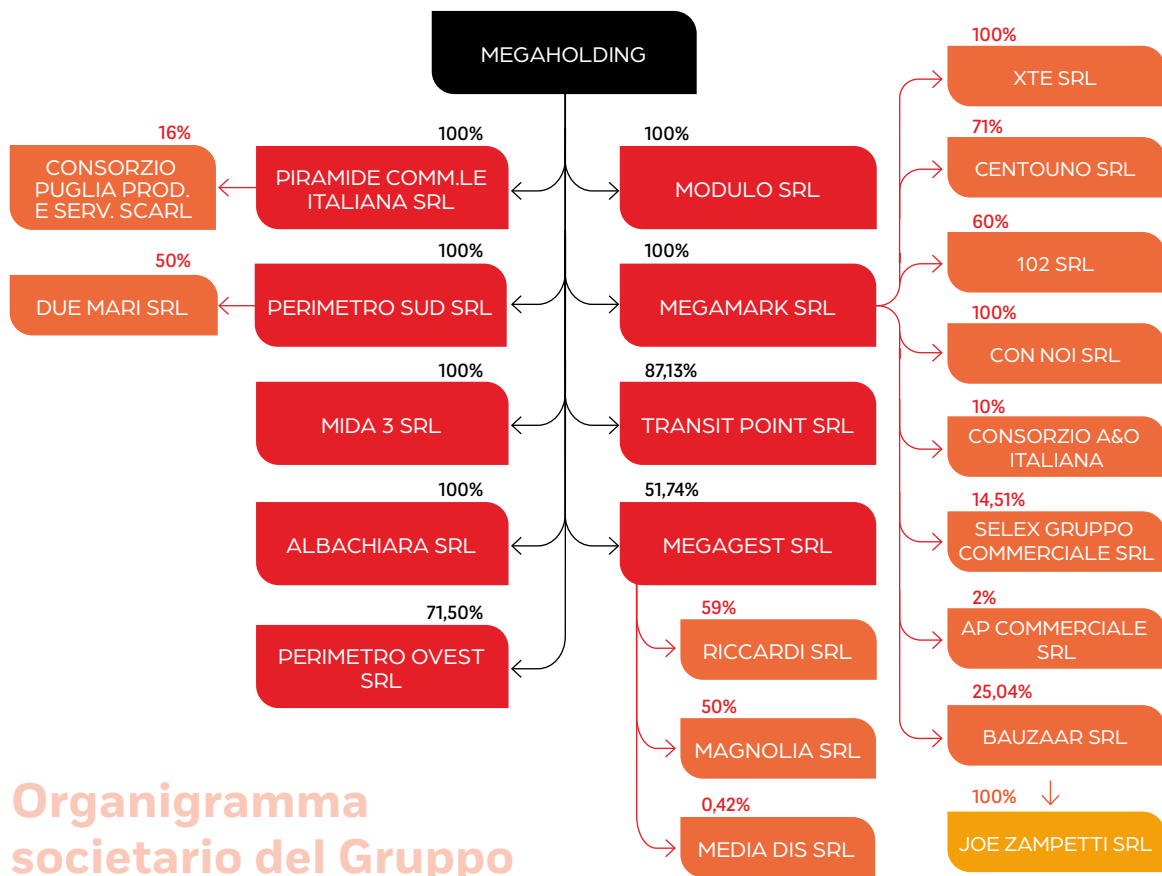


La Corporate Governance

La struttura societaria

GRI CONTENT INDEX 2-1

Il Gruppo Megaholding opera nell'ambito della Distribuzione Organizzata intesa come aggregazione in Gruppi commerciali di interesse nazionale di imprese indipendenti operanti nel commercio di prodotti di largo e generale consumo nelle regioni Puglia, Calabria, Campania, Molise e Lazio. In particolare, Megaholding, tramite Megamark S.r.l., aderisce al Gruppo Commerciale Selex-ESD. L'organigramma societario del Gruppo Megaholding è di seguito rappresentato.



Le principali società appartenenti al Gruppo Megaholding sono le seguenti:

- **Megamark S.r.l.** – svolge l'attività di commercio all'ingrosso;
- **Piramide Commerciale Italiana S.r.l.** – svolge l'attività di stoccaggio, custodia e deposito di prodotti alimentari e non, nel terminal logistico di Molfetta (BA);
- **Mida 3 S.r.l.** – proprietaria di superstore e supermercati presenti in Campania;
- **Perimetro Sud S.r.l.** – proprietaria di supermercati presenti in Puglia e Molise.
- **Modulo S.r.l.** – svolge attività di servizi amministrativi, contabili, assistenza software, principalmente a favore di società del Gruppo di appartenenza;
- **Megagest S.r.l.** – proprietaria di supermercati presenti in Puglia.

La holding detiene il 100% del capitale di realtà strategiche come Megamark S.r.l., Mida S.r.l. e Perimetro Sud S.r.l., oltre a partecipazioni significative in società quali Transit Point S.r.l. (87,13%) e Perimetro Ovest S.r.l. (71,50%).

Il Gruppo è, inoltre, coinvolto in joint venture e consorzi, tra cui Due Mari S.r.l. (50%) ed il Consorzio Puglia Prod. e Serv. SCARL (16%). Si registra, altresì, la presenza di partecipazioni minori collegate alla rete commerciale e logistica, come Selex Gruppo Commerciale (14,51%) e Media DES S.r.l. (0,42%).

Nel corso dell'esercizio 2024, per effetto di due operazioni di acquisizione, la struttura societaria del Gruppo si è ampliata. La prima operazione ha riguardato l'incremento della partecipazione nella società Centouno, per effetto di una operazione di aumento di capitale mediante il conferimento in natura di 12 punti vendita e del marchio "Sole 365" attivo in Campania. La seconda operazione ha riguardato, invece, l'acquisizione del 100% del capitale sociale della società Alba Chiara S.r.l..

Il Consiglio di Amministrazione

GRI CONTENT INDEX

2-9	2-10
2-11	2-12

Il Consiglio di Amministrazione è composto da un Presidente e quattro consiglieri. La struttura collegiale garantisce la presenza di differenti competenze all'interno del board; un aspetto questo necessario per guidare il processo di crescita dimensionale in atto. Per i prossimi esercizi, il Gruppo intende implementare di un sistema di management by objectives (MBO) di tipo variabile. Il sistema di remunerazione non sarà legato esclusivamente al raggiungimento di obiettivi economico-finanziari, ma includerà, seppur in assenza di obblighi normativi, parametri di tipo ESG.

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE		
RUOLO	NOME E COGNOME	GENERE
Presidente	Pomarico Giovanni	Maschile
Consigliere	Di Bari Antonella Domenica	Femminile
Consigliere	Forlano Maria Teresa	Femminile
Consigliere	Regano Isabella	Femminile
Consigliere	Storelli Mirko Maria	Maschile



Il Collegio Sindacale

Il Collegio Sindacale è composto da un Presidente e da due Sindaci effettivi. Questo organo, assicura il presidio delle funzioni di controllo e vigilanza sulla regolarità amministrativa e contabile della società.

all'introduzione di nuovi reati presupposto e di cambiamenti introdotti a livello di organizzazione aziendale; garantendo così un sistema di governance e controllo sempre coerente ed efficace.

L'Organismo di Vigilanza

L'Organismo di Vigilanza (OdV) è stato istituito il 4 dicembre 2023, a seguito dell'approvazione del modello di organizzazione, gestione e controllo previsto dal D.Lgs. 231/2001. Il modello viene costantemente revisionato per recepire le evoluzioni normative relative

La revisione legale dei conti

Il Gruppo ha conferito a Deloitte & Touche S.p.A. l'incarico di svolgere la revisione legale del bilancio d'esercizio e del bilancio consolidato per il triennio 2022–2024.

Inoltre, si evidenzia come, seppur in assenza di obblighi di legge, il presente report sia stato oggetto di attività di asseverazione da parte di un revisore esterno.

COLLEGIO SINDACALE

RUOLO	NOME E COGNOME	GENERE
Presidente	Sardone Michele	Maschile
Sindaco effettivo	Alvisi Isidoro	Maschile
Sindaco effettivo	Mazzilli Aldo Francesco	Maschile

ORGANISMO DI VIGILANZA

DATA DI ISTITUZIONE	NORMATIVA DI RIFERIMENTO	FINALITÀ
04/12/2023	D.Lgs. 231/2001	Vigilanza sull'efficace attuazione del Modello 231 e aggiornamento continuo.

La mission, la vision e i principi

Il Gruppo riconosce alla tutela del lavoro, alla legalità ed alla trasparenza informativa il ruolo di principi guida nell'ambito dei processi connessi al raggiungimento degli obiettivi economici, produttivi e sociali.

A tal proposito, è stato introdotto un Codice Etico che prevede il richiamo esplicito ad alcuni tra i valori fondanti che hanno caratterizzato la storia del Gruppo, tra cui quelli riconducibili ai principi dell'integrità, dell'onestà, della correttezza, della lealtà, dell'equità e del rispetto della persona.

L'attività del Gruppo e delle sue società è orientata ai seguenti valori di riferimento:



Onestà, rispetto delle leggi, dei regolamenti e dei contratti di lavoro in ogni rapporto professionale. Non sono tollerati comportamenti scorretti o illegittimi, né rapporti con soggetti che non si riconoscano in tali principi.



Correttezza, divieto di conflitti di interesse e obbligo di segnalare all'Organismo di Vigilanza eventuali situazioni personali o professionali che possano comprometterne l'imparzialità.



Lealtà, impegno a non sfruttare condizioni di debolezza o lacune contrattuali e a garantire rapporti sempre trasparenti e rispettosi.



Trasparenza e tracciabilità, obbligo di fornire informazioni complete, accurate e verificabili, con registrazioni corrette e documentazione a supporto di ogni operazione.



Imparzialità, divieto di qualsiasi discriminazione o favoritismo nei confronti di clienti, dipendenti, fornitori, istituzioni e pubbliche amministrazioni.



Riservatezza, tutela delle informazioni aziendali e rispetto delle norme sulla protezione dei dati personali e sensibili.



Concorrenza leale, impegno a garantire comportamenti corretti e trasparenti anche in un contesto competitivo.



Sicurezza, integrità e salute, protezione della dignità delle persone e garanzia di ambienti di lavoro sicuri, nel rispetto dei principi di sviluppo sostenibile e tutela dell'ambiente.



Tutela dei consumatori, ricerca costante di eccellenza e competitività, con prodotti e servizi di qualità, monitoraggio delle esigenze della clientela e capacità di innovazione.



Tutela dell'immagine aziendale, salvaguardia della reputazione e della credibilità del Gruppo, considerate asset immateriali fondamentali.

E' stato introdotto un Codice Etico che richiama i valori fondamentali che da sempre caratterizzano la storia del Gruppo.

Il modello di business

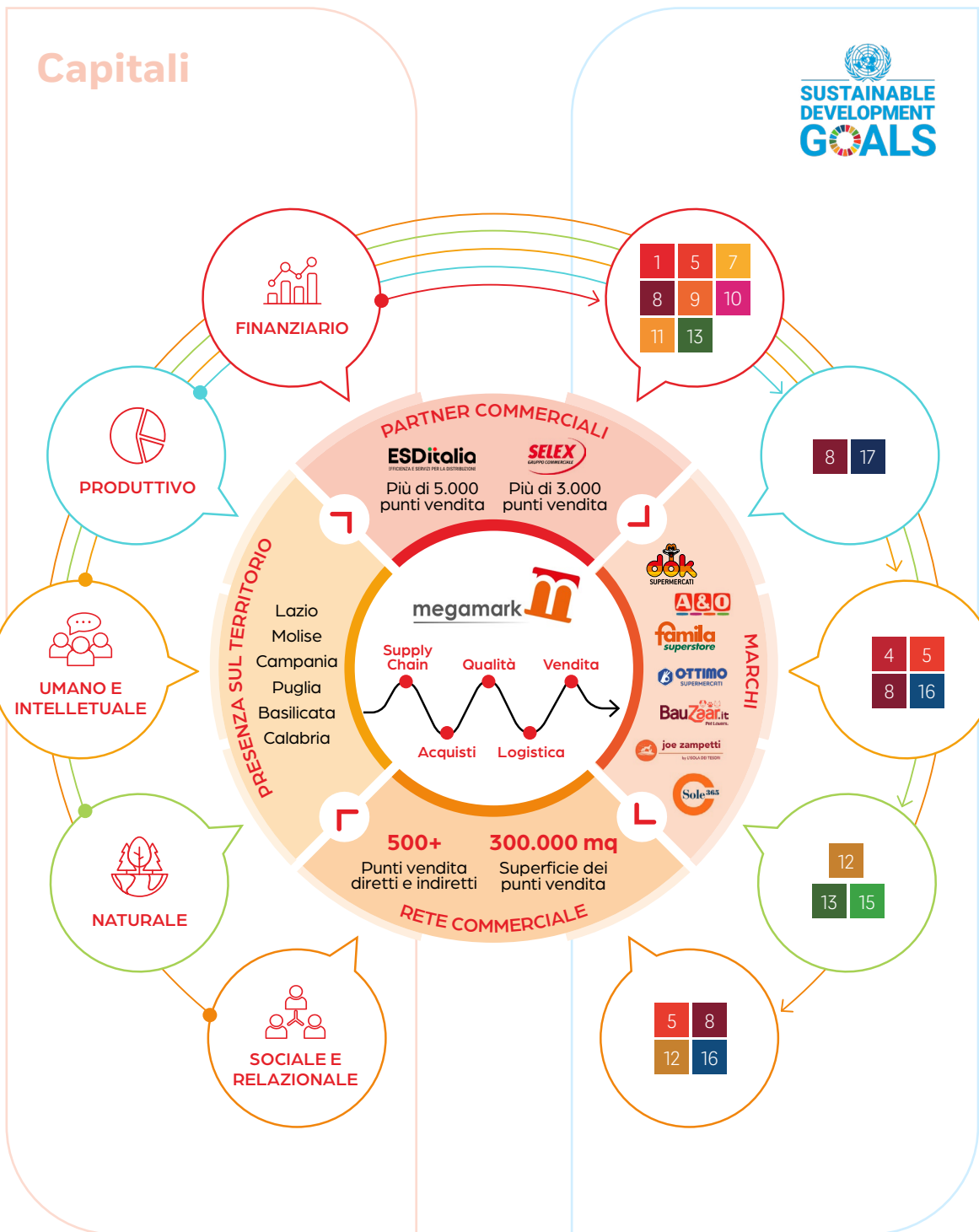
La crescita del Gruppo fa riferimento al paradigma della creazione di valore condiviso; una scelta che ha determinato la necessità di coniugare la ricerca di adeguati livelli di redditività allo sviluppo di iniziative capaci di generare benefici per le persone e i territori.

Accanto al core business, infatti, trovano spazio attività ad elevato impatto socio-ambientale, tra cui, a titolo esemplificativo, la realizzazione di investimenti filantropici nei contesti locali, l'implementazione di programmi di welfare aziendale a favore dei dipendenti e l'avvio di processi di decarbonizzazione. Tali scelte non rispondono ad obblighi normativi, a conferma di come la sostenibilità risulti essere un valore intrinseco al Gruppo e non una leva strategica conseguente agli stimoli provenienti dal mercato, dai policy makers e, in alcuni casi, dai partner commerciali.



I valori appena descritti hanno contribuito a definire l'attuale configurazione del modello di business, il quale tende sempre più verso una logica di tipo integrato che vede il diretto coinvolgimento dei soggetti a monte e a valle della catena del valore. La selezione dei partner commerciali si fonda, infatti, su criteri qualitativi volti a garantire coerenza con la mission e la vision aziendale. Inoltre, la valutazione delle direttrici di sviluppo presenti e future avviene mediante il dialogo costante con gli stakeholder.

La sostenibilità del modello di business trova conferma e validazione nell'ambito delle scelte compiute negli anni. A partire dal 2021, le società del Gruppo aderiscono, infatti, al Consorzio ICEA, in conformità al Regolamento UE 2018/848. Il consorzio ICEA certifica migliaia di aziende impegnate a operare nel rispetto delle persone e dell'ambiente, promuovendo la dignità dei lavoratori, la tutela dei consumatori e un modello di economia sostenibile e solida.



La catena del valore

GRI CONTENT INDEX 2-6

Il modello della catena del valore del Gruppo Megamark si articola in sei fasi ognuna delle quali, oltre a qualificare le specificità di una realtà di grandi dimensioni operanti nella GDO, presenta fattori ESG di tipo distintivo.

La schematizzazione seguente, oltre a riportare la descrizione sintetica delle 6 fasi, prova a riportare alcuni dei pillar sui quali il Gruppo intende avviare un percorso di potenziamento di tipo ESG.



Analisi e rischi del contesto esterno

Nel 2024 il contesto macroeconomico italiano ha registrato una significativa attenuazione delle spinte inflazionistiche. Secondo le stime Istat, a dicembre i prezzi al consumo sono cresciuti dello 0,1% su base mensile e dell'1,3% su base annua, portando la media annua al +1%, un dato in drastico calo rispetto al +5,7% del 2023.

Il rallentamento è stato determinato, in gran parte, dal calo dei prezzi energetici (-10,1% da +1,2% nel 2023), oltre che dalla contrazione dei prezzi alimentari (+2,3% da +9,8%). Anche i beni del cosiddetto "carrello della spesa" hanno registrato una dinamica più contenuta (+1,9% da +2,3%).

Le prospettive a breve termine indicano un'inflazione di fondo stabile e su livelli moderati, sebbene permangano incertezze legate ai prezzi energetici e al contesto geopolitico. In questo scenario, la Banca d'Italia ha rivisto al ribasso la previsione di crescita del PIL per il 2025 al +0,6% (dal

+0,8% stimato a dicembre 2024). Inoltre, il report pubblicato a marzo 2025 stima una contrazione cumulata del PIL pari a -0,5% tra il 2025 e il 2027, quale conseguenza delle misure sui dazi. Sul fronte della finanza pubblica, il debito/PIL è atteso in aumento dal 135,3% nel 2024 al 137,3% nel 2025 e al 139,1% nel 2026.

Per quanto riguarda il settore della Distribuzione Moderna, nel 2024 le vendite hanno registrato una crescita a valore sia a rete corrente (+2,2%) sia a parità di rete (+0,5%) rispetto al 2023 (Fonte Circana). Tale andamento è stato sostenuto anche dalla crescita dei volumi (+1,7%). A livello territoriale, il sud ha evidenziato la performance più significativa (+3,4%), con la Campania in testa (+6,3%), seguita dal centro (+2,1%).

Un contributo rilevante è derivato dalla marca del distributore (MDD), che nel 2024 ha raggiunto un valore di 26 miliardi



di euro, pari a quasi un terzo del mercato complessivo, con una crescita media annua del +6,3% dal 2019. Lo sviluppo della MDD ha rafforzato il controllo diretto dei retailer sulla filiera, aumentando l'efficienza e consolidando rapporti stabili con i partner, ma al contempo ha intensificato la pressione competitiva sull'industria di marca. Quest'ultima ha reagito incrementando il ricorso alla leva promozionale, che è salita al 24,8% nel 2024 (dal 23,1% del 2023).

I dati dei primi mesi del 2025 confermano la prosecuzione del trend positivo, con vendite a valore in aumento del +4,4%, supportate sia dai volumi (+3,2%) sia dall'inflazione contenuta (+0,6%). Il Gruppo Megaholding ha registrato una performance superiore al mercato: secondo Nielsen, a parità di rete, il dettaglio del Gruppo ha evidenziato un incremento del +2,23% rispetto al settore di riferimento. Tale risultato è il frutto delle strategie commerciali attuate dal management e del contributo quotidiano delle persone che condividono la mission aziendale.

+2,23%

Performance del Gruppo rispetto al settore di riferimento



TIPOLOGIA DI RISCHIO	STRATEGIA DI GESTIONE	DESCRIZIONE
Rischio di liquidità	Presenza di differenti fonti di finanziamento e strumenti di indebitamento adeguati a coprire le esigenze di liquidità.	La società gode di condizioni bancarie primarie e non presenta operazioni finanziarie a rischio patrimoniale.
Rischio di credito	I crediti sono monitorati regolarmente per verificarne l'esigibilità.	Le perdite risultano contenute e accettabili in rapporto ai volumi, al settore e al contesto economico generale.
Rischio di tasso di interesse	L'indebitamento è interamente a tasso variabile, con riferimento all'Euribor.	I tassi applicati sono in linea con il mercato; si prevedono condizioni stabili o in lieve calo nel medio termine.

