







Integrated Annual Report 2024	4	Capitale sociale e relazionale	52
Lettera agli stakeholder	6	KPI	53
Nota metodologica	8	Temi materiali	53
Lo standard di rendicontazione	8	Obiettivi di sviluppo sostenibile	53
Il processo di reporting	9	La rete commerciale	54
Il perimetro di rendicontazione	9	La comunicazione aziendale	55
Il team di progetto	9	L'impatto sull'economia locale	56
Analisi di materialità	10	La Fondazione Megamark	58
		Il contributo del Gruppo alla società civile	60
Gruppo Megaholding	14	Capitale umano e intellettuale	64
La storia	16	KPI	65
La struttura societaria	18	Temi materiali	65
La Corporate Governance	18	Obiettivi di sviluppo sostenibile	65
Organigramma societario del Gruppo	18	I nostri collaboratori	66
Il Consiglio di Amministrazione	19	Lo sviluppo del capitale umano	68
Il Collegio Sindacale	20	Il benessere aziendale e l'equilibrio vita-lavoro	70
L'Organismo di Vigilanza	20	Salute e sicurezza dei lavoratori	72
La revisione legale dei conti	20		
La mission, la vision e i principi	21	Capitale naturale	76
Il modello di business	22	KPI	77
La catena del valore	24	Temi materiali	77
Analisi e rischi del contesto esterno	25	Obiettivi di sviluppo sostenibile	77
		Il contributo all'ambiente	78
Capitale produttivo	28	I materiali utilizzati	80
KPI	29	I consumi energetici	81
Temi materiali	29	Le emissioni	82
Obiettivi di sviluppo sostenibile	29	La gestione dei rifiuti	84
I canali di vendita del Gruppo	30		
La quota di mercato	31	GRI Content Index	90
La gestione del brand	32		
Le tecnologie smart	33	Relazione del revisore indipendente sull'Integrated Annual Report 2024	96
La digitalizzazione dei processi	35		
Il Quality Management	37		
Capitale finanziario	40		
KPI	41		
Temi materiali	41		
Obiettivi di sviluppo sostenibile	41		
Le performance di Megaholding	42		
I risultati reddituali	43		
La situazione patrimoniale	44		
Gli indicatori di performance	45		
Le politiche di investimento	46		
Il Tax Management	48		
La creazione di valore ESG	50		

Lettera agli stakeholder



Carissimi stakeholder,
per il quinto anno consecutivo, abbiamo redatto l'Integrated Annual Report relativo all'esercizio 2024, un appuntamento volontario che manifesta il nostro impegno verso un futuro più sostenibile.

Il nostro report non è solo un esercizio di rendicontazione numerica dei risultati di un anno, ma è soprattutto la testimonianza della perseveranza continua del nostro Gruppo nel creare un perfetto equilibrio tra crescita, innovazione e responsabilità. Il report annuale è, per noi, uno strumento di condivisione con tutti voi dei risultati raggiunti in un anno grazie all'impegno, al lavoro attento, costante e leale di tutti i nostri collaboratori.

Il 2024 si è distinto per le forti incertezze a livello geopolitico ed economico; dai conflitti internazionali all'instabilità dei mercati e dalla pressione inflattiva, ma abbiamo continuato a operare con determinazione senza mai dimenticare il territorio in cui siamo presenti e le necessità di un consumatore sempre più attento ed esigente, perché siamo convinti che il nostro successo sia strettamente intrecciato al benessere delle comunità, alla salute dell'ambiente in cui operiamo e alla soddisfazione dei clienti.

I risultati del 2024 sono il frutto di una strategia che integra gli obiettivi ambientali, sociali e di governance nel DNA del Gruppo. Continuano i nostri progetti etico-commerciali

come la linea di prodotti lamme e i taralli aManoLibera. Sosteniamo concretamente la ricollocazione sociale e la dignità dei lavoratori perché da un semplice gesto d'acquisto possiamo essere motore di giustizia sociale e di tutela del lavoro.

Stiamo aprendo e ristrutturando supermercati evoluti secondo un modello sostenibile ed a basso impatto ambientale. Abbiamo accelerato gli investimenti in impianti di refrigerazione intelligenti ed in soluzioni per l'efficienza energetica dei nostri punti vendita, conseguendo una significativa riduzione dei consumi e delle emissioni a tutela dell'ambiente. Dagli impianti fotovoltaici fino alle soluzioni di refrigerazione più efficienti, ogni passo è guidato dal desiderio di rispettare la bellezza del pianeta e della nostra terra, per noi e per le generazioni che verranno.

I nostri collaboratori sono il cuore del Gruppo. A loro è rivolta la nostra attenzione attraverso un welfare aziendale che si prende cura delle persone e, soprattutto, delle famiglie. Riteniamo che il benessere di chi lavora con noi, sia la vera misura della nostra ricchezza per questo siamo consapevoli che un ambiente di lavoro equo e solidale è la base per la prosperità aziendale.

Abbiamo trasformato la nostra Fondazione in un ETS ufficializzandone l'iscrizione nel Registro Unico Nazionale del Terzo Settore e nel 2024 abbiamo incrementato gli investimenti nell'ambito della sanità, dell'assistenza, della cultura e dell'ambiente per trasformare, come da sempre facciamo, parte dei nostri utili in azioni concrete per il territorio e per chi ha più bisogno.

Guardiamo al futuro con determinazione, pronti a cogliere nuove sfide e a investire ulteriormente nello sviluppo sostenibile, con l'obiettivo di consolidare il nostro ruolo di leader responsabile e punto di riferimento per il Mezzogiorno.

Grazie per la fiducia che ci accordate. Grazie per il sostegno e la collaborazione.

Lavoriamo insieme per un futuro che sia economicamente solido, socialmente giusto e ambientalmente responsabile.


 Presidente del Consiglio di Amministrazione
Cavaliere del Lavoro Giovanni Pomarico

Nota metodologica

GRI CONTENT INDEX

2-2

2-3

2-4

2-5

Lo standard di rendicontazione

Il 2024 ha rappresentato un anno di svolta nel panorama nazionale e internazionale del reporting di sostenibilità. Nel settembre 2024, il governo italiano ha approvato il D.lgs. 125/2024, con il quale è stata recepita la Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) all'interno del quadro normativo nazionale. Contestualmente, a livello globale, il dibattito si è intensificato grazie a nuovi stimoli provenienti dai mercati finanziari e dai principali standard setter internazionali, contribuendo a ridefinire le aspettative in materia di trasparenza e accountability.



Il periodo successivo al recepimento della Direttiva è stato, tuttavia, contrassegnato da difficoltà operative. Le criticità riscontrate dagli early adopters hanno indotto i policymakers a sospendere temporaneamente gli effetti della norma e a riconsiderare sia il calendario di applicazione sia le soglie dimensionali richieste. Con il pacchetto Omnibus sono state introdotte modifiche correttive che, pur alleggerendo gli obblighi per alcune categorie di imprese, non avranno impatto sul Gruppo Megamark, che rimane incluso nel cluster delle società non quotate di grandi dimensioni, la cosiddetta "Wave 2", quello per intenderci delle imprese con più di 1.000 dipendenti ed oltre 450 milioni di euro di fatturato.



Coerentemente con l'approccio adottato negli anni precedenti, l'incertezza normativa non ha rallentato le iniziative ESG del Gruppo. Tali attività, infatti,



non vengono percepite come un mero adempimento normativo, bensì come espressione del modello di business, come leva strategica per la creazione di valore sostenibile. In quest'ottica, l'Integrated Annual Report (IAR), giunto alla sua quinta edizione, rappresenta lo strumento con cui Megamark conferma e formalizza il proprio impegno verso uno sviluppo equo e responsabile.

Il modello di rendicontazione adottato mantiene un carattere "ibrido", capace di coniugare dimensioni economico-finanziarie con aspetti sociali e ambientali, offrendo così una visione complessiva e integrata delle performance aziendali. Questo approccio permette di evidenziare il contributo del Gruppo alla creazione di valore condiviso per gli stakeholder, con un'attenzione particolare alle comunità locali in cui opera.

Il presente report è stato predisposto secondo i GRI Standards (2021), nella modalità "in accordance with". La scelta di ricorrere ai GRI risponde all'esigenza di adottare uno standard internazionale consolidato, in grado di garantire comparabilità, trasparenza e riconoscimento a livello globale.

Dal punto di vista concettuale, l'IAR 2024 si ispira al framework <IR>, inizialmente

promosso dall'International Integrated Reporting Council e oggi confluito nel progetto IFRS-S dell'International Sustainability Standards Board.

Il framework si fonda sull'approccio per "capitali", facilitando la rappresentazione dei processi di creazione di valore in chiave multidimensionale.

un attore chiave per la valutazione dell'impatto sociale dei territori in cui il Gruppo opera. Le informazioni contenute nel Report Integrato fanno riferimento all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2024, con l'inserimento, ove significativo, di confronti con gli anni precedenti e di informazioni di carattere previsionale relative per lo più ad iniziative avviate nel corso del 2025.



Il processo di reporting

La selezione degli indicatori è stata definita a seguito di un'attività di materiality assessment condotta nel corso del primo semestre 2024, un importante momento di confronto che ha consentito di definire i temi di rilievo per il Gruppo e i suoi stakeholder. La raccolta delle informazioni è avvenuta definendo specifici data owner interni, seguendo, altresì, un'attività di raccordo e validazione curata dal team di progetto. La costruzione degli indicatori è stata effettuata in conformità con le linee guida GRI Standards (2021), privilegiando dati e misurazioni direttamente rilevabili. L'utilizzo di stime e assunzioni è stato limitato ai soli casi in cui non è stato possibile procedere con rilevazioni periodiche. Il processo appena descritto ha beneficiato di un'attività di digitalizzazione delle schede di raccolta dati.

Il perimetro di rendicontazione

Il perimetro di rendicontazione coincide con quello delle società rientranti nel bilancio consolidato del Gruppo e comprende, quindi, l'intero perimetro societario di Megaholding. In alcuni casi specifici, sono stati inclusi anche i dati relativi alla Fondazione Megamark, che, pur non rientrando nel perimetro del bilancio consolidato, rappresenta

Il team di progetto

GRI CONTENT INDEX 2-14

Le funzioni aziendali che hanno contribuito al processo di materialità ed all'attività di raccolta delle informazioni ESG sono: comunicazione, marketing, risorse umane, pianificazione e controllo, acquisti, qualità, logistica, contabilità e bilancio, vendite e controllo di gestione. L'editing e l'impaginazione grafica è a cura di CSR Value srl.

Per commenti o suggerimenti relativi ai contenuti del presente documento, è possibile scrivere a: contatti@megamark.it

L'Integrated Annual Report (IAR), giunto alla sua quinta edizione, rappresenta lo strumento con cui Megamark conferma e formalizza il proprio impegno verso uno sviluppo equo e responsabile.

Analisi di materialità

Il team di progetto ha portato avanti il processo di materialità per l'IAR 2024 operando in continuità con quanto fatto nel corso dell'esercizio precedente, ma con un'importante attività di affinamento.

Prima di giungere alla valutazione della materialità degli impatti e dei relativi temi, la cosiddetta fase 3 della materialità di impatto prevista dallo standard GRI 3, il team di progetto è partito da un'analisi del contesto di sostenibilità del Gruppo Megamark, ricorrendo ad un'analisi dei principali benchmark, nazionali e internazionali.

Gli effetti del pacchetto Omnibus e del successivo provvedimento "Stop the clock"

in materia di CSRD, CSDDD e Tassonomia sulla finanza sostenibile, pubblicato nell'aprile 2025, hanno introdotto ulteriori elementi di analisi. Tali aggiornamenti sono stati illustrati al management ed al team di progetto, al fine di sensibilizzare l'organizzazione sulle principali novità normative e sui relativi impatti. Contestualmente, sono state condivise le prime evidenze empiriche derivanti dalle survey pubblicate in Europa e in Italia riguardo all'applicazione degli ESRS

14 temi, 6 ambientali, 4 sociali e 4 di governance e di business, sono stati ricondotti complessivamente a 25 impatti, 13 positivi e 12 negativi, 16 effettivi e 9 potenziali.

TEMA ESG	IMPATTO	NEGATIVO/ POSITIVO	EFFETTIVO/ POTENZIALE
Cambiamento climatico	Cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas effetto serra prodotte dall'azienda	Negativo	Effettivo
	Cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas effetto serra prodotte nella logistica in entrata e in uscita	Negativo	Effettivo
	Efficientamento dei processi produttivi attraverso il ricorso a soluzioni di tipo "green"	Positivo	Effettivo
Gestione dell'energia	Intensità del consumo energetico e bassa quota di energia da fonti rinnovabili	Positivo	Potenziale
Packaging sostenibile	Design del packaging di prodotti a marco proprio ad elevato impatto ambientale	Negativo	Potenziale
	Riduzione degli impatti ambientali nell'utilizzo di packaging riconducibile a materiali ad elevato impatto ambientale	Positivo	Effettivo
Riduzione degli sprechi alimentari	Eccedenze alimentari relative alla catena del valore	Negativo	Potenziale
	Incremento del volume di rifiuti relativi a prodotti (alimentari e non) dei punti vendita	Negativo	Effettivo

TEMA ESG	IMPATTO	NEGATIVO/ POSITIVO	EFFETTIVO/ POTENZIALE
Gestione responsabile dell'acqua	Mancato recupero di acque meteoriche	Negativo	Potenziale
	Consumo eccessivo di acqua presso la sede aziendale e i relativi punti vendita	Negativo	Effettivo
Biodiversità	Iniziative in tema di biodiversità alimentare	Positivo	Effettivo
	Riduzione dell'impatto antropico generato dai punti vendita	Positivo	Effettivo
Sostenibilità della catena di fornitura	Sistema di tracciabilità della catena di fornitura dei prodotti bio	Positivo	Effettivo
	Inefficacia di un sistema di qualifica e valutazione dei fornitori in base a criteri sociali ed ambientali	Negativo	Effettivo
Salute e sicurezza dei lavoratori	Adozione di sistemi per mitigare il rischio di infortuni sul posto di lavoro	Positivo	Potenziale
Formazione e valorizzazione del capitale umano	Attività di formazione continua e interdisciplinare	Positivo	Effettivo
Diversità, inclusione e benessere	Progetti welfare aziendale pensati per l'intera popolazione aziendale	Positivo	Effettivo
	Sistemi di incentivazione per la rete vendita e il personale degli uffici aziendali	Positivo	Effettivo
	Politiche e sistemi di audit per la promozione e il mantenimento della diversità, inclusione e pari opportunità nel contesto organizzativo aziendale	Positivo	Potenziale
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	Negativo	Potenziale
	Implementazione di un sistema efficiente di mitigazione degli impatti negativi per una migliore gestione di rischi anche di tipo ESG	Negativo	Potenziale
Sostegno a comunità e territorio	Innalzamento del livello di legittimazione sociale e reputazionale	Positivo	Effettivo
Etica e legalità nel business	Episodi di corruzione, concussione e conflitti di interesse con possibili impatti sul business e sulla reputation	Negativo	Potenziale
Qualità, innovazione e sicurezza dei prodotti	Qualità nutrizionale del prodotto	Positivo	Effettivo
	Esposizione a rischi operativi connessi al mancato rispetto dei principi in materia di food security	Negativo	Effettivo

Per definire gli impatti e valutarne la materialità, il team di progetto ha ingaggiato 12 referenti interni, ai quali è stato chiesto di esprimere, su una scala parametrica da 1 a 5, la valutazione per gli impatti considerando i seguenti fattori: gravità, portata, irrimediabilità (solo per gli impatti negativi) e probabilità (solo per gli impatti potenziali).

Utilizzando come unica prospettiva la materialità di impatto ed assumendo come valore soglia 18, sono risultati materiali complessivamente 9 temi su un totale di 14, ovvero la quasi totalità dei temi ambientali eccezion fatta per la biodiversità, e la metà delle tematiche sociali e di governance.

Per la valutazione degli impatti, i 12 stakeholder interni hanno tenuto, inoltre, in considerazione non solo lo standard GRI 3, ma anche il DMA (Double Materiality Process) previsto dalle linee guida sull'analisi di materialità degli ESRS.

L'analisi di materialità è stata, infatti, eseguita utilizzando l'approccio della doppia materialità, ovvero combinando la valutazione di impatto, di tipo inside-out, con quella finanziaria, di tipo outside-in.

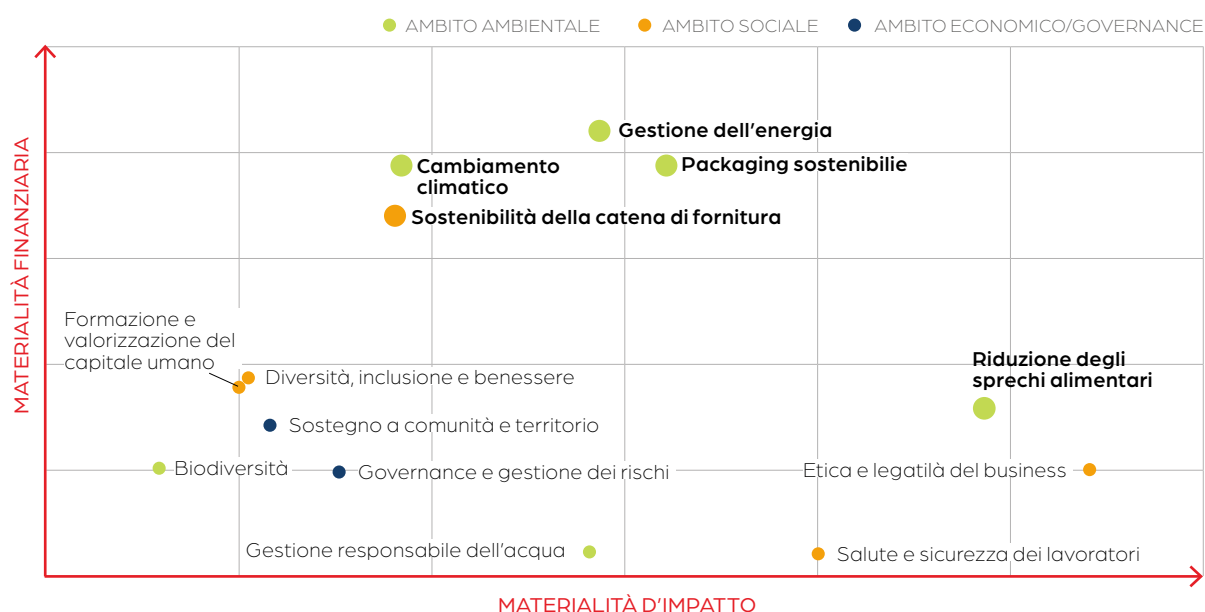
Mettendo a confronto i primi 10 impatti in base ai due approcci emerge, pur nella differente prioritizzazione assegnata agli specifici impatti, una preponderanza, in entrambi i casi, degli impatti di tipo ambientale.

Dal confronto tra le due dimensioni e considerando la valutazione media degli impatti assegnati agli specifici temi è stato possibile definire una matrice di doppia materialità che riporta nel quadrante in alto a destra, i 5 temi che superano il test della doppia materialità.

I due valori soglia sono pari a 18 per la materialità di impatto e 0,70 per la materialità finanziaria.

TEMA ESG	MATERIALITÀ DI IMPATTO
Cambiamento climatico	18,50
Gestione dell'energia	28,67
Packaging sostenibile	32,10
Riduzione degli sprechi alimentari	48,38
Gestione responsabile dell'acqua	28,21
Biodiversità	5,92
Sostenibilità della catena di fornitura	18,17
Salute e sicurezza dei lavoratori	39,95
Formazione e valorizzazione del capitale umano	10,00
Diversità, inclusione e benessere	10,44
Governance e gestione dei rischi	15,25
Sostegno a comunità e territorio	11,67
Etica e legalità nel business	53,85
Qualità, innovazione e sicurezza dei prodotti	24,54

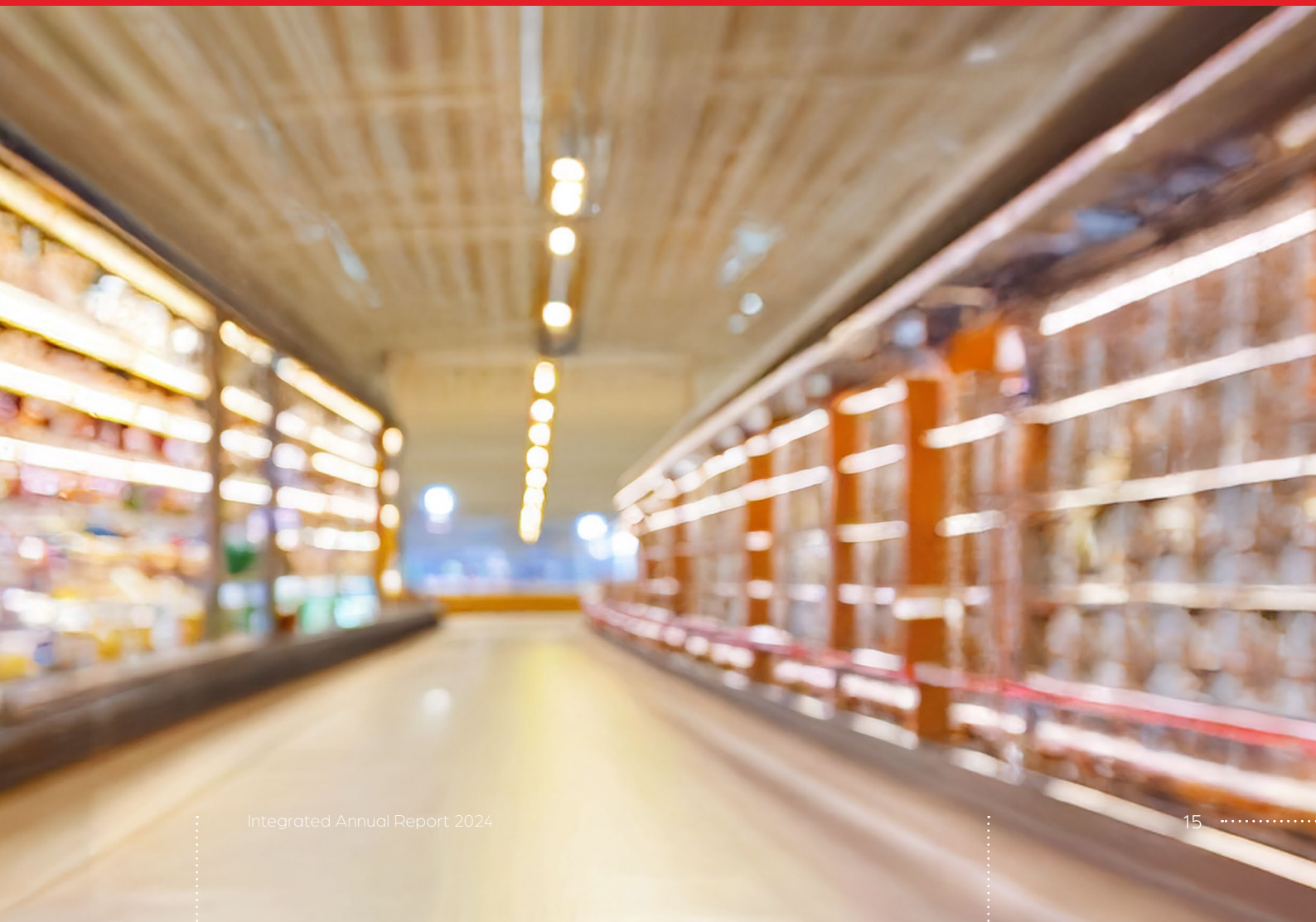
IMPATTI	INSIDE-OUT	IMPATTI	OUTSIDE-IN
Eccedenze alimentari relative alla catena del valore	77,75	Riduzione degli impatti ambientali nell'utilizzo di packaging riconducibili a materiali ad elevato impatto ambientale	3,60
Episodi di corruzione, concussione e conflitti di interesse con possibili impatti sul business e sulla reputation	53,85	Efficientamento dei processi produttivi attraverso il ricorso a soluzioni di tipi "green"	2,80
Design del packaging di prodotti a marco proprio ad elevato impatto ambientale	53,03	Intensità del consumo energetico a bassa quota di energia da fonti rinnovabili	2,10
Adozione di sistemi per mitigare il rischio di infortuni sul posto di lavoro	39,95	Cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas effetto serra prodotte dall'azienda	2,00
Esposizione a rischi operativi connessi al mancato rispetto dei principi di materia di food security	37,75	Sistema di tracciabilità della catena di fornitura dei prodotti bio	2,00
Mancato recupero di acque meteoriche	37,51	Inefficacia di un sistema di qualifica e valutazione dei fornitori in base a criteri sociali e ambientali	1,40
Intensità del consumo energetico e bassa quota di energia da fonti rinnovabili	28,67	Sistemi di incentivazione per la rete vendita e il personale degli uffici aziendali	1,40
Cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas effetto serra prodotte nella logistica in entrata e in uscita	26,42	Cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas effetto serra prodotte nella logistica in entrata e in uscita	1,00
Inefficacia di un sistema di qualifica e valutazione dei fornitori in base a criteri sociali e ambientali	25,67	Eccedenze alimentari relative alla catena del valore	0,90
Cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas serra prodotte dall'azienda	21,50	Riduzione dell'impatto antropico generato dai punti vendita	0,90



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° 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" coinvolge oltre 3.000 persone

2003

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

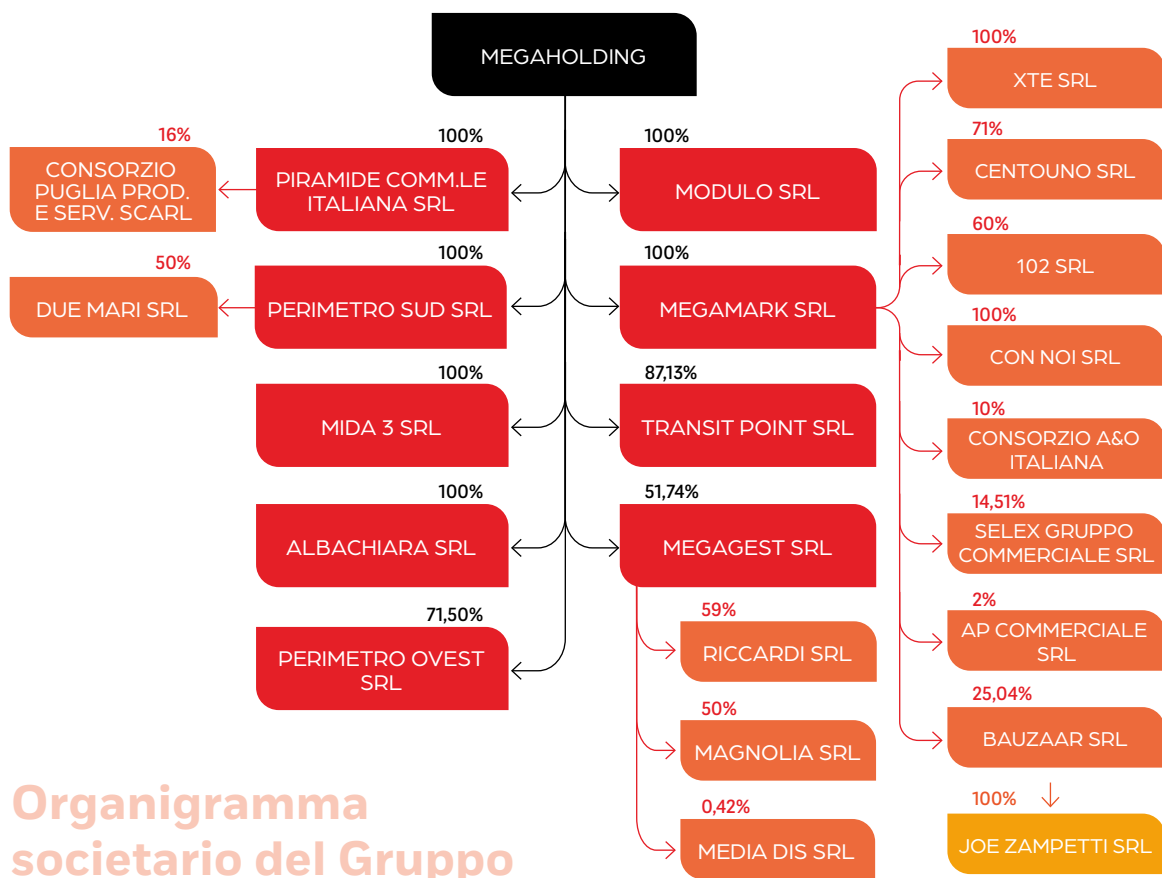


La Corporate Governance

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.

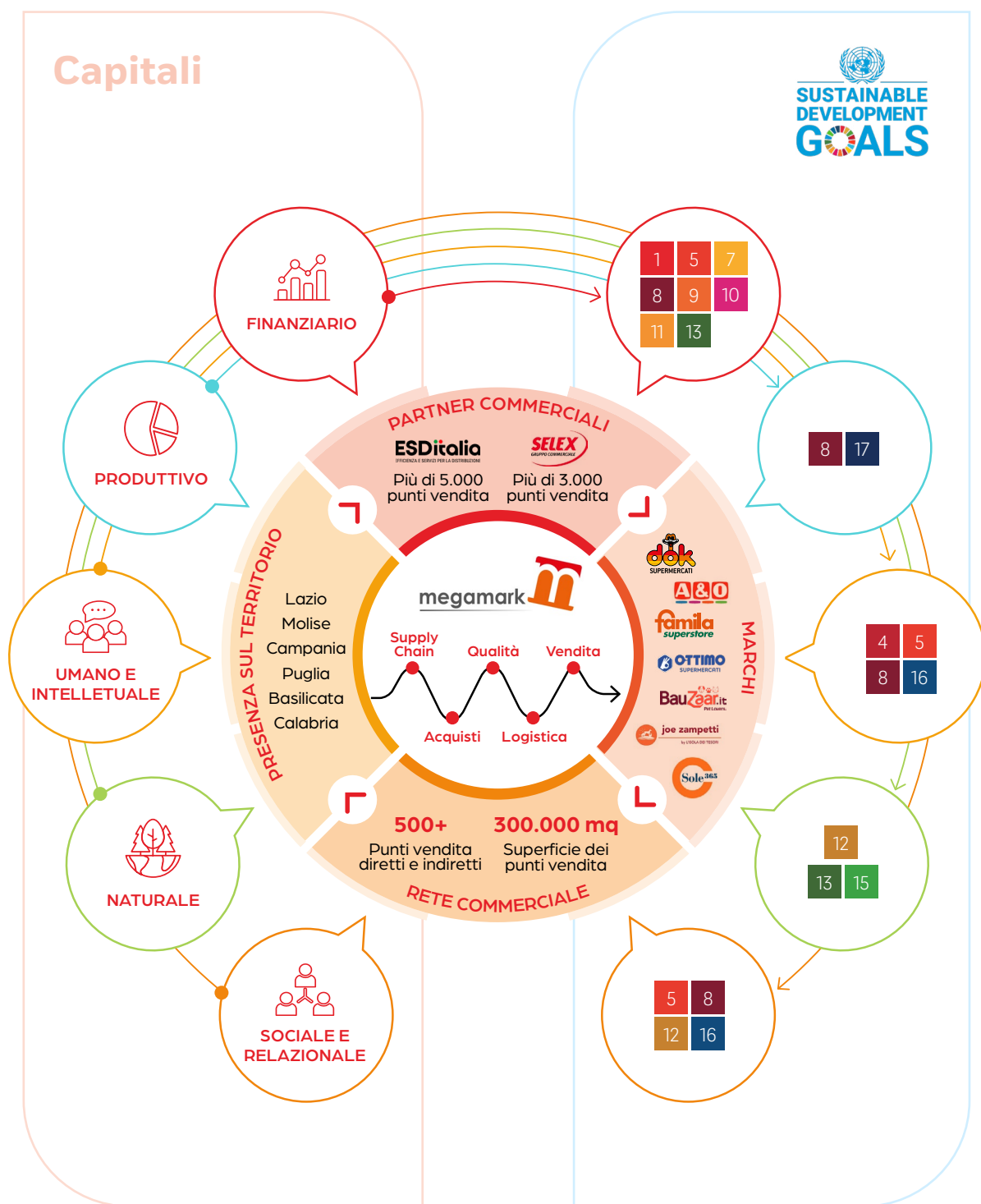
Accanto al core business, infatti, trovano spazio attività ad elevato impatto socio-ambientale, tra cui, a titolo esemplificativo, la realizzazione di investimenti filantropici nei contesti locali, l'implementazione di programmi di welfare aziendale a favore dei dipendenti e l'avvio di processi di decarbonizzazione. 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 solidale.



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.



Capitale produttivo

I canali di vendita del Gruppo

La quota di mercato

La gestione del brand

Le tecnologie smart

La digitalizzazione dei processi

Il Quality Management



KPI

OCCUPAZIONE
GENERATA

oltre
15 mila

Dipendenti
totali, inclusi
affiliati

26

In media
per punto
vendita

AMBITO ESG
SOCIALE

SICUREZZA
ALIMENTARE

>2.000

Campioni
analizzati
nel 2024

7

Audit fornitori

AMBITO ESG
SOCIALE &
GOVERNANCE

GESTIONE NON
CONFORMITÀ

21

casi totali
gestiti nel 2024
(6 sanzioni, 15
prescrizioni)

AMBITO ESG
GOVERNANCE

INNOVAZIONE
DIGITALE

Investimenti in
cybersecurity
avanzata e
planogramming
digitale

AMBITO ESG
AMBIENTALE
SOCIALE
GOVERNANCE

Temi ESG

TEMA ESG	IMPATTO	CATENA DEL VALORE
GOVERNANCE E GESTIONE DEI RISCHI	Implementazione di un sistema efficiente di mitigazione degli impatti negativi per una migliore gestione di rischi anche di tipo ESG	FASE 6 Governance e comunità
ETICA E LEGALITÀ NEL BUSINESS	Episodi di corruzione, concussione e conflitti di interesse con possibili impatti sul business e sulla reputation	

Obiettivi di
sviluppo sostenibile



I canali di vendita del Gruppo

GRI CONTENT INDEX

2-6

AMBITO GOVERNANCE TERRITORIALE

6

Regioni coperte

266

Comuni serviti

~7,26 mln

Cittadini raggiunti

Il Gruppo è attivo in 6 regioni del centro-sud Italia (Puglia, Campania, Calabria, Basilicata, Molise e Lazio) attraverso una rete di vendita che raggiunge 266 comuni e oltre 7,2 milioni di cittadini. Al 31 dicembre 2024 i punti vendita attivi erano 572, distribuiti prevalentemente in Puglia (55%) e Campania (34%).

La superficie dedicata alle attività commerciali ammonta a circa 378.000 m², con una media di 660 m² per punto vendita; un equilibrio che consente di coniugare efficienza operativa e servizio di prossimità. L'attività commerciale si sviluppa attraverso un sistema di marchi

ed insegne nazionali e locali, una scelta di marketing che mira a fornire una risposta flessibile, inclusiva e personalizzata ai diversi bisogni delle comunità. La varietà dei format e delle insegne consente, infatti, di adattare l'offerta a contesti e bisogni differenti, fidelizzando il consumatore. La capillarità sul territorio sottolinea la centralità del Gruppo all'interno del territorio in cui è presente. Con oltre 15.000 dipendenti impiegati presso le sedi, il Gruppo rappresenta un attore rilevante nello sviluppo sociale ed economico delle aree in cui opera, contribuendo in modo significativo alla creazione di occupazione stabile e alla valorizzazione dei territori.

AMBITO STRUTTURA RETAIL

572

Punti vendita tra diretti e affiliati

377.697 m²

Superficie complessiva

660 m²

Superficie media

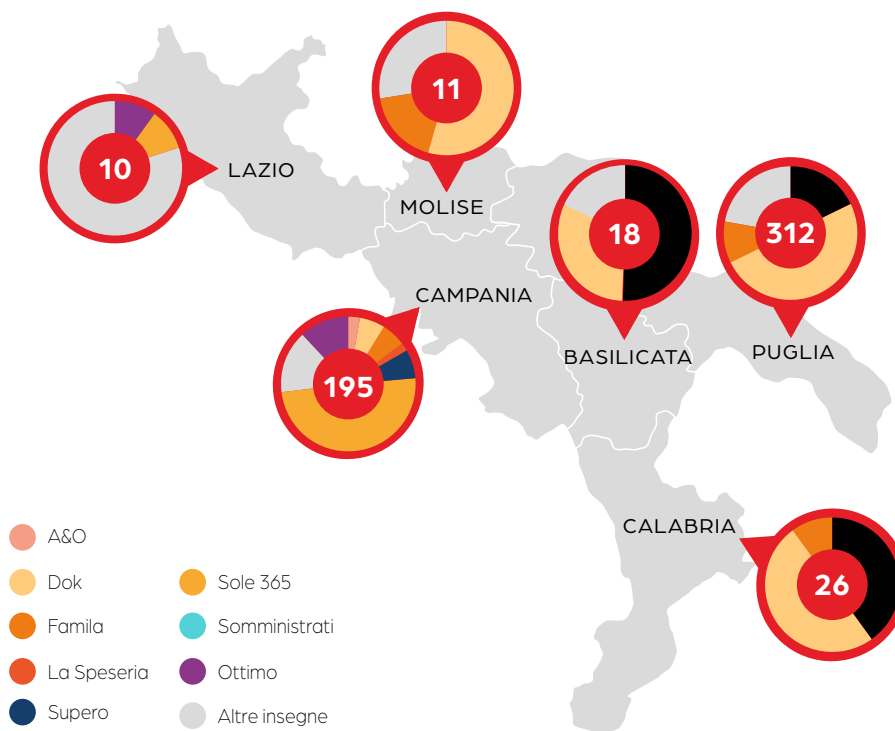
AMBITO OCCUPAZIONE

**oltre
15 mila**

Dipendenti totali

~7,26 mln

Dipendenti medi per punto vendita



La quota di mercato

Nel corso degli ultimi cinque anni, il Gruppo ha consolidato la propria presenza nelle principali regioni chiave del Centro-Sud, registrando una crescita costante della quota di mercato e un incremento complessivo di +2,4 punti percentuali (2021 vs 2025).

Un risultato che riflette la solidità e la bontà delle scelte strategiche intraprese, oltre che il rafforzamento delle relazioni con i territori serviti.

La crescita è stata sostenuta dalla costante ricerca di prodotti in grado di intercettare i nuovi bisogni dei clienti. I più recenti dati sottolineano come nel corso del 2024 siano state movimentate oltre 33.000 referenze,

un dato che conferma la presenza di un'offerta diversificata e inclusiva, in grado di rispondere a esigenze di consumo eterogenee. Inoltre, proseguono le iniziative commerciali aventi lo scopo di promuovere il consumo di prodotti sostenibili.

Nel 2024, sono stati generati, inoltre, circa 150 milioni di scontrini, dal valore medio di 21,35 euro. Il dato è stato sostenuto dalla presenza di un segmento di clientela fortemente fidelizzato.

Il 74,4% degli acquisti è stato effettuato, infatti, tramite carte fidelity, una proxy rappresentativa del forte legame di fiducia tra il Gruppo e la sua clientela.

150 mln

Scontrini
totali

21,35€

Scontrino
medio

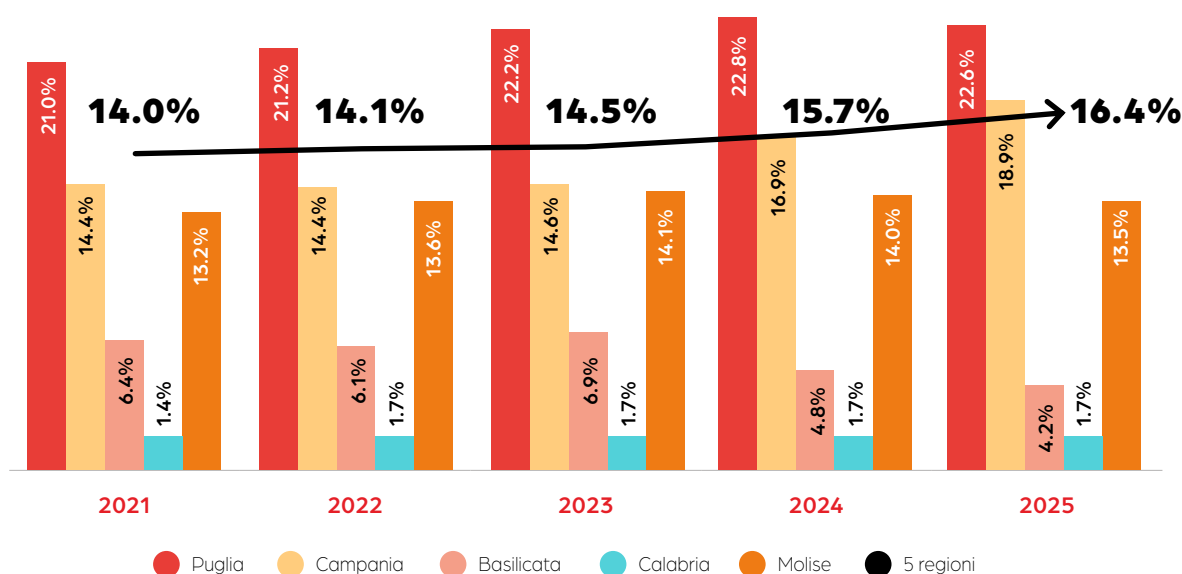
74,4%

Scontrini
fidelity

33mila

Referenze
movimentate

Quota di mercato di riferimento % mercato 5 regioni



La gestione del brand

Il Gruppo presidia il mercato attraverso un portafoglio di insegne diversificate, ciascuna con una precisa identità commerciale e un posizionamento mirato.

Questa strategia consente di rispondere a differenti esigenze di consumo, rafforzando la fidelizzazione della clientela e garantendo inclusività nell'accesso ai servizi.

L'insegna Dok (188 punti vendita) si distingue per la diffusione capillare e l'attenzione al servizio, rappresentando la scelta preferita dei consumatori più esigenti.

I punti vendita A&O (92) reinterpretano il modello di prossimità in chiave moderna, combinando la rapidità del negozio di quartiere con la qualità del servizio tradizionale.

Gli store Famila (47) offrono un'esperienza d'acquisto completa, pratica e strutturata, pensata per spese ampie e programmate.

Con il marchio Sole365 (95) il Gruppo adotta un approccio "every day low price", basato su ambienti ordinati, comunicazione trasparente e semplicità. Infine, i supermercati Ottimo (27) sono concepiti per la spesa quotidiana rapida e sotto casa, con un assortimento centrato sulla qualità e la convenienza.

Grazie a questa diversificazione, il Gruppo presidia segmenti di mercato complementari, accrescendo la propria capacità di risposta alle esigenze dei territori e valorizzando la relazione con le comunità locali.

LOGO	INSEGNA	PUNTI VENDITA	POSIZIONAMENTO
	dok	188	Supermercato diffuso e caratterizzato, preferito dai consumatori più esigenti
	A&O	92	Negozi di prossimità moderni, accessibili e veloci
	Famila	47	Superstore per una spesa completa e strutturata
	Sole365	95	Modello "every day low price", ambienti ordinati e comunicazione trasparente
	Ottimo Supermercati	27	Spesa quotidiana sotto casa, veloce e centrata sulla qualità

Le tecnologie smart

Il Gruppo ha scelto di seguire i principali trend che stanno ridefinendo la Distribuzione Moderna; una scelta che ha favorito l'introduzione di nuove tecnologie per migliorare l'interazione con i consumatori e rafforzare la propria competitività.

La trasformazione digitale del retail passa sempre più attraverso l'omnicanalità e la capacità di integrare esperienze fisiche e digitali in un percorso coerente e personalizzato per il cliente ([fonte](#)). A tal proposito, sono state avviate due progettualità che testimoniano l'impegno verso innovazione e sostenibilità.

La prima è [CosiComodo.it](#), la piattaforma di e-commerce avviata nel 2016 e oggi adottata da diversi punti vendita del Gruppo, che consente sia il ritiro della spesa nel supermercato sia la consegna a domicilio. Il servizio è oggi attivo in circa 1.200 località italiane, con una crescita particolarmente significativa nel sud, e rappresenta un canale strategico per ampliare l'accessibilità, garantire comodità e rispondere alle nuove abitudini di consumo.

La seconda iniziativa riguarda l'innovazione introdotta dall'ufficio category & merchandising del Gruppo Megamark,



1.200

Località italiane
in cui è attivo
CosiComodo.it



che nel 2024 ha adottato il software Planogram Generator, sviluppato da BlueYonder Group in collaborazione con Softtek. Questo strumento consente di automatizzare e ottimizzare la rappresentazione grafica della disposizione dei diversi prodotti sugli scaffali del negozio (scaffali, espositori, ecc.), aumentando quantità e qualità e sperimentando soluzioni personalizzate per i singoli punti vendita.



COSÌCOMODO.IT

Piattaforma e-commerce con servizi "clicca e ritira" e home delivery attiva in ~1.200 località italiane, in forte crescita soprattutto al Sud.

IMPATTI ESG

- **Ambientale:** ottimizzazione logistica, riduzione spostamenti individuali.
- **Sociale:** maggiore accessibilità e inclusione, servizio a supporto di fasce fragili.
- **Governance:** digitalizzazione dei processi, trasparenza e tracciabilità delle transazioni.



PLANOGRAM GENERATOR

Software sviluppato da BlueYonder e Softtek per automatizzare la creazione e la manutenzione dei planogrammi, aumentando quantità, qualità e personalizzazione degli spazi espositivi.

IMPATTI ESG

- **Ambientale:** riduzione sprechi e migliore gestione degli assortimenti.
- **Sociale:** maggiore coerenza nell'offerta ai territori, risposte più mirate alle esigenze dei consumatori.
- **Governance:** uso avanzato dei dati per decisioni strategiche, efficienza e coerenza organizzativa.



La digitalizzazione dei processi

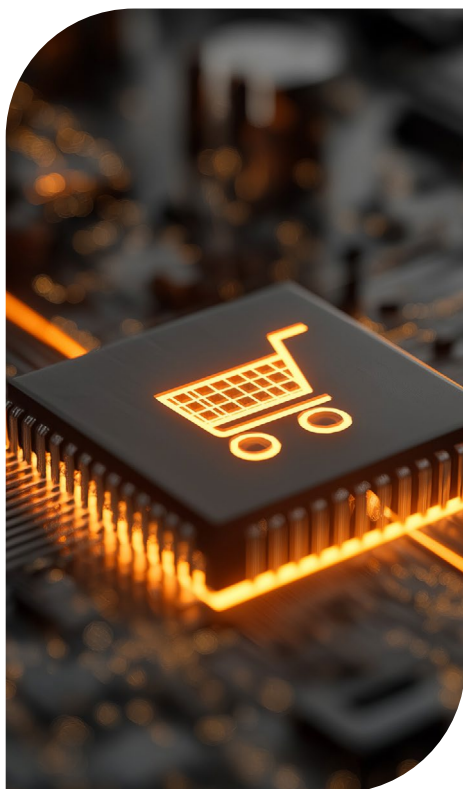
GRI CONTENT INDEX

2-16

418-1

Le nuove frontiere della digitalizzazione, della crescente complessità tecnologica e della diffusione dell'intelligenza artificiale rappresentano oggi una delle principali sfide per la Grande Distribuzione Organizzata.

Il Gruppo si è attivato per fronteggiare tali novità in modo strutturato ed efficace, investendo in iniziative che rientrano a pieno titolo nel cosiddetto capitale produttivo intangibile. Attraverso queste attività, l'organizzazione tutela la propria continuità operativa, rafforza la fiducia dei consumatori e consolida i presidi di governance aziendale.



CYBERSECURITY

Sistemi avanzati con IA per rilevamento, prevenzione e monitoraggio costante delle minacce.

IMPATTI ESG

- **Ambientale:** continuità operativa con riduzione inefficienze.
- **Sociale:** tutela dei clienti e dipendenti da frodi.
- **Governance:** business continuity, gestione proattiva dei rischi, conformità normativa.

In questo ambito, gli investimenti in cybersecurity hanno portato all'adozione di sistemi avanzati basati su intelligenza artificiale, strumenti di rilevamento e prevenzione delle minacce informatiche e processi costanti di monitoraggio e controllo. Queste soluzioni garantiscono la protezione degli asset digitali e fisici, limitano i rischi connessi a frodi o attacchi esterni e assicurano la business continuity anche in contesti complessi.

La tutela della privacy rappresenta un ulteriore pilastro. Fin dal 2018 il Gruppo ha adottato le disposizioni del Regolamento (UE) 2016/679 (GDPR), garantendo il rispetto dei diritti delle persone in materia di protezione dei dati personali.



Nei periodi di rendicontazione non sono state registrate violazioni o segnalazioni di data breach, a conferma dell'efficacia dei presidi implementati.

Un altro strumento introdotto riguarda il whistleblowing, attivo dal 2023 in recepimento del D. Lgs. 24/2023. Attraverso la piattaforma GSDWHISTLE, accessibile dal sito aziendale, i dipendenti possono segnalare in forma anonima comportamenti scorretti o non conformi. L'iniziativa rafforza la cultura della legalità e promuove un ambiente organizzativo etico e trasparente.

PRIVACY POLICY

Adozione del GDPR dal 2018, senza violazioni o denunce rilevate.

IMPATTI ESG

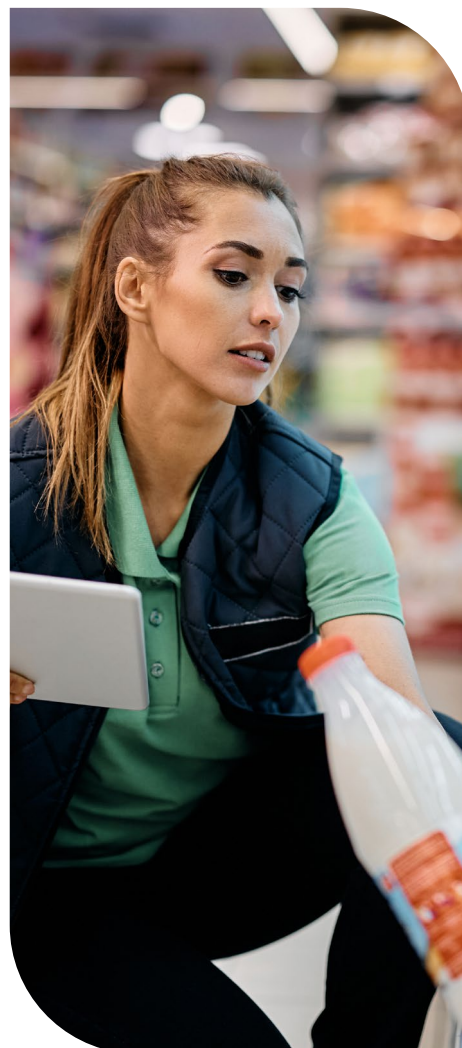
- **Sociale:** protezione dei dati personali e dei diritti dei cittadini.
- **Governance:** rafforzamento della fiducia e piena conformità normativa.

WHISTLEBLOWING

Dal 2023 attiva la piattaforma GSDWHISTLE per segnalazioni anonime.

IMPATTI ESG

- **Sociale:** promozione di un ambiente di lavoro etico e sicuro.
- **Governance:** prevenzione di illeciti, trasparenza organizzativa e cultura della legalità.



Il Quality Management

GRI CONTENT INDEX

416-1

417-2

La tutela del consumatore è un principio cardine della strategia del Gruppo, che ha sviluppato un sistema strutturato di controlli lungo l'intera filiera, dalle piattaforme logistiche fino ai punti vendita.

Attraverso l'ufficio controllo & qualità vengono effettuate analisi microbiologiche e verifiche sui residui fitosanitari per certificare la qualità degli alimenti, oltre a monitoraggi costanti delle buone pratiche igienico-sanitarie (HACCP) da parte del personale coinvolto nella movimentazione delle merci.

Un team dedicato accompagna i prodotti in tutte le fasi del ciclo distributivo, garantendo il rispetto delle temperature e la corretta gestione della catena del

freddo grazie a piattaforme logistiche moderne e camion refrigerati.

L'ufficio gestisce inoltre eventuali reclami sui prodotti acquistati, attraverso procedure rigorose che prevedono il ritiro immediato del prodotto dalla vendita, la segnalazione al fornitore e l'attivazione di verifiche aggiuntive. Nel 2024 sono stati programmati 7 audit di seconda parte sui fornitori del settore food & beverage, oltre a numerose analisi effettuate in autocontrollo (HACCP) presso punti vendita e centri distributivi. Le autorità competenti hanno confermato l'efficacia delle procedure attuate, a fronte di un monitoraggio puntuale della rispondenza alla normativa vigente in materia di sicurezza alimentare.



2024		2023	
Autocontrollo	Ufficiali	Autocontrollo	Ufficiali
1506 campioni	167 campioni	1006 campioni	161 campioni

Le attività hanno riguardato in particolare le principali categorie merceologiche: ortofrutta, salumi e formaggi, macelleria, pescheria, panetteria e surgelati con un volume complessivo significativo di campioni analizzati. I casi di non conformità rilevati sono stati limitati e gestiti con procedure di miglioramento mirate a conferma dell'impegno del Gruppo per mantenere elevati standard qualitativi e di sicurezza.

La gestione delle non conformità rappresenta un elemento centrale per la tutela del consumatore e per garantire la massima trasparenza nei rapporti con i partner della filiera. Nel 2024 sono stati registrati 6 casi che hanno determinato sanzioni o penali, rispetto ai 5 dell'anno precedente, confermando un livello stabile di attenzione e monitoraggio.

Più significativo è l'incremento dei casi che hanno determinato un avviso (prescrizioni), passati da 8 nel 2023 a 15 nel 2024. Tale crescita non è necessariamente indicativa di un peggioramento, ma piuttosto del rafforzamento dei sistemi di controllo e della capacità di intercettare criticità

minori prima che possano trasformarsi in problematiche più gravi. Non sono stati rilevati casi riconducibili a codici volontari condivisi con i partner commerciali a conferma della solidità della collaborazione lungo la catena di fornitura.



CASI DI NON CONFORMITÀ	2024	2023
Casi che hanno determinato sanzioni e/o penali	6	5
Casi che hanno causato un avviso (prescrizioni)	15	8
Casi riconducibili a codici volontari condivisi tra l'azienda ed i suoi partner commerciali	0	0



Capitale finanziario

Le performance di Megaholding

Il Tax Management

La creazione di valore ESG



KPI

RICAVI

**€ 2,33
miliardi**

+12,8%

rispetto al
2023

AMBITO ESG

GOVERNANCE

solidità economica

SOCIALE

continuità occupa-
zionale e valore per il
territorio

INVESTIMENTI

**€ 60
milioni**

tra nuove
aperture,
ampliamenti
logistica e
progetti green

AMBITO ESG

AMBIENTALE

decarbonizzazione e
efficientamento

SOCIALE

accessibilità ai servizi

GOVERNANCE

sviluppo strategico
sostenibile

CREDITO
D'IMPOSTA ZES

**€ 6,17
milioni**

per nuovi punti
vendita

AMBITO ESG

GOVERNANCE

corretta gestione
fiscale

SOCIALE

sostegno a territori
svantaggiati

ART BONUS

€ 97.500

per Fondazione
Teatro
Petruscelli

AMBITO ESG

SOCIALE

promozione cultura e
comunità

GOVERNANCE

uso responsabile di
strumenti fiscali

Temi ESG

TEMA ESG	IMPATTO	CATENA DEL VALORE
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	FASE 6 Governance e comunità
SOSTEGNO A COMUNITÀ E TERRITORIO	Implementazione di un sistema efficiente di mitigazione degli impatti negativi per una migliore gestione di rischi anche di tipo ESG	
ETICA E LEGALITÀ NEL BUSINESS	Innalzamento del livello di legittimazione sociale e reputazionale	
	Episodi di corruzione, concussione e conflitti di interesse con possibili impatti sul business e sulla reputation	

Obiettivi di sviluppo sostenibile



Le performance di Megaholding

+ 2,23%

Performance del Gruppo rispetto al rispetto al mercato di riferimento

Anche per l'esercizio 2024, i dati a consuntivo hanno confermato una crescita in linea con la visione strategica di medio-lungo periodo che da sempre contraddistingue il Gruppo e le sue società.

Seppur in presenza di criticità settoriali dovute alla contrazione della spesa da parte dei consumatori, le performance economico-finanziarie registrate sono state positive.

Le Principali Società Italiane

Megaholding S.r.l. è stata inclusa nel report annuale di Mediobanca classificandosi al 146° posto su 1.571 società esaminate.

Secondo i dati Nielsen, infatti, il trend di mercato del Gruppo ha evidenziato un incremento del +2,23% rispetto al mercato di riferimento, un risultato riconducibile a due differenti fenomeni: le strategie commerciali del management e l'impegno delle persone che quotidianamente contribuiscono al raggiungimento degli obiettivi aziendali.



Il costante orientamento allo sviluppo ed alla valorizzazione delle risorse umane ha consentito, infatti, di proseguire con successo le progettualità in tema di innovazione commerciale, un aspetto che mira a rafforzare il vantaggio competitivo.

Il vantaggio competitivo del Gruppo si fonda, infatti, su una logica di differenziazione, una scelta in controtendenza rispetto a tanti player del settore. In un contesto storico che vede nel "prezzo" la principale leva di marketing su cui agire, il Gruppo ha scelto di non rinunciare alla propria identità.

Infine, la solidità del Gruppo trova riconoscimento nell'ambito dei principali ranking di settore. Anche nel 2024, infatti, Megaholding S.r.l. è stata inclusa nel report annuale di Mediobanca "Le Principali Società Italiane", classificandosi al 146° posto su 1.571 società esaminate.

FOCUS DI ANALISI

TREND 2024

MEGAMARK
IPER + SUPER

+ 3,92

CAMPANIA +
PUGLIA + MOLISE

+1,69



I risultati reddituali

Nel 2024 il Gruppo ha registrato una significativa crescita dei ricavi delle vendite, pari a 2,33 miliardi di euro, con un incremento di circa +265 milioni di euro rispetto al 2023 (+12,8%). L'andamento positivo è stato affiancato ed integrato anche dall'aumento dei cosiddetti "altri ricavi e proventi" (+6,1 milioni di euro), un dato che denota una buona capacità da parte del Gruppo nel diversificare le proprie fonti di reddito. Sul fronte dei costi, si evidenzia un incremento dei costi esterni operativi (+259 milioni di euro), un dato riconducibile sia al contesto macroeconomico sia alle dinamiche di crescita della rete.

Al contrario, gli oneri diversi tipici registrano una riduzione (-0,9 milioni di euro), segnalando una maggiore efficienza nella gestione delle spese accessorie. Gli ammortamenti e accantonamenti aumentano di circa 1,2 milioni di euro rispetto all'esercizio precedente, in coerenza con gli investimenti realizzati, mentre il risultato dell'area finanziaria cresce di oltre 1 milione di euro, segnale di una gestione più efficace delle poste finanziarie. Il risultato prima delle imposte si attesta a 73,9 milioni di euro, denotando una lieve flessione (-0,9 milioni rispetto al 2023) riconducibile principalmente all'aumento dei costi operativi.

**€ 2,33
miliardi**

Ricavi delle
vendite

**+ € 265
milioni**

Rispetto al
2023

**+ € 6,1
milioni**

Altri ricavi e
proventi

	31/12/2024	31/12/2023	VARIAZIONE
Ricavi delle vendite	2.330.293.016	2.065.524.000	264.769.016
Produzione interna			
Altri ricavi e proventi (al netto dei componenti straordinari)	18.441.082	12.366.184	6.074.898
Valore della produzione operativa (VP)	2.348.734.098	2.077.890.184	270.843.914
Costi esterni operativi	2.110.396.867	1.851.613.441	258.783.426
Costo del personale	120.342.807	105.641.693	14.701.114
Oneri diversi tipici	8.809.367	9.702.418	(893.051)
Costo della produzione operativa	2.239.549.041	1.966.957.552	272.591.489
Margine Operativo Lordo (MOL o EBITDA)	109.185.057	110.932.632	(1.747.575)
Ammortamenti, svalutazione ed altri accantonamenti	43.571.310	42.364.304	1.207.006
Margine Operativo netto (MON o EBIT)	65.613.747	68.568.328	(2.954.581)
Risultato dell'area finanziaria	5.480.353	4.424.530	1.055.823
Risultato corrente	71.094.100	72.992.858	(1.898.758)
Rettifiche di valore di attività finanziarie	489.134	690.415	(201.281)
Componenti straordinari	2.304.507	1.129.760	1.174.747
Risultato prima delle imposte	73.887.741	74.813.033	(925.2292)
Imposte sul reddito	22.793.286	22.077.775	715.511
Risultato netto	51.094.455	52.735.258	(1.640.803)

**+ € 51,1
milioni**

Utile netto

Il risultato netto raggiunge, invece, i 51,1 milioni di euro. Nonostante la contrazione del margine finale, i dati confermano la presenza di un trend positivo che certifica la solidità del Gruppo. Non vanno trascurate, infatti, le complessità tipiche del settore. In tal senso, la crescita dei ricavi e la capacità di mantenere un utile netto sostanzialmente stabile rappresentano una buona proxy di solidità.

+ 27,9%

Crescita del
capitale investito



PARI A

**€ 213
milioni**

La situazione patrimoniale

Nel 2024 il Gruppo ha registrato un significativo rafforzamento patrimoniale e finanziario. Il capitale investito è cresciuto del 27,9%, per un valore pari a circa 213 milioni di euro, mentre le immobilizzazioni hanno segnato un incremento del +46,1%, un dato che riflette i recenti sforzi condotti al fine di potenziare la struttura societaria.

Il patrimonio netto consolidato è aumentato del 25,7%, passando da circa 309 milioni a oltre 388 milioni di euro. L'incremento trova motivazione nella politica dei dividendi, la quale ha visto l'accantonamento di parte degli utili maturati nel corso del più recente passato.

Sul fronte della struttura finanziaria, i debiti a medio/lungo termine sono aumentati da 113,5 milioni a 184,2 milioni di euro, un dato che riflette le recenti strategie di investimento pluriennale, mentre i debiti a breve termine sono cresciuti da 342 a 405 milioni di euro.

In parallelo, le attività disponibili sono salite a 392 milioni di euro, mentre le attività fisse hanno registrato un incremento da 401,5 a 586,7 milioni di euro.

**Oltre
€ 388
milioni**

Patrimonio
netto
consolidato

ATTIVO	31/12/2024	31/12/2023
Attività disponibili	391.171.346	363.049.876
Liquidità immediate	43.529.777	63.067.810
Liquidità differite	232.988.760	203.006.908
Rimanenze finali	114.652.809	96.975.158
Attività fisse	586.706.447	401.491.319
Immobilizzazioni immateriali	171.867.014	55.487.479
Immobilizzazioni materiali	394.457.422	294.182.839
Immobilizzazioni finanziarie	20.382.011	51.821.001
Capitale investito	977.877.793	764.541.195
PASSIVO	31/12/2024	31/12/2023
Debiti a breve	405.118.313	341.972.041
Debiti a medio/lungo	184.241.864	113.528.382
Mezzi propri	388.517.616	309.040.772
Fonti del capitale investito	977.877.793	764.541.195

Gli indicatori di performance

Gli indici di redditività mostrano nel 2024 un trend lievemente in flessione rispetto al 2023, pur mantenendo valori positivi e coerenti con un contesto di mercato complesso e caratterizzato da una sostanziale rigidità della struttura dei costi.

Il ROE netto si attesta al 15,1% (era 17,1% nel 2023), mentre il ROE lordo passa da 24,2% a 21,9%, indicando una riduzione della redditività del capitale proprio, pur rimanendo su livelli elevati. Anche il ROI scende dal 9,1% al 7,0%, evidenziando una minore efficienza nella redditività del capitale investito, a fronte di una crescita significativa degli investimenti e dell'attivo fisso. Il ROS cala dal 3,35% al 2,91%, riflettendo una compressione dei margini operativi dovuta all'aumento dei costi esterni e alle dinamiche del settore.

INDICI DI REDDITIVITÀ

2024

2023

ROE
NETTO**15,14%** **17,06%**ROE
LORDO**21,89%** **24,21%**

ROI

6,95% **9,12%**

ROS

2,91% **3,35%**

Le politiche di investimento

GRI CONTENT INDEX 203-1

**€ 10,5
milioni**

Investimento
per il nuovo
Famila
Superstore a
Foggia

**€ 9,1
milioni**

Investimento
per il nuovo
punto vendita
a Bari

**€ 9,6
milioni**

Investimento per
l'ampliamento
del centro
distributivo di
San Giorgio
Jonico

**€ 13,3
milioni**

Interventi di
efficientamento
energetico per
quattro punti
vendita

**€ 33,4
milioni**

Investimenti
immobiliari

Nel corso del 2024 il Gruppo ha realizzato investimenti significativi finalizzati al rafforzamento della rete commerciale e logistica, con particolare attenzione all'innovazione e alla sostenibilità. Le principali aree di intervento hanno riguardato la realizzazione di ulteriori nuovi punti vendita, la ristrutturazione di strutture esistenti, l'acquisto di terreni e immobili destinati all'espansione, nonché il potenziamento della rete logistica.



Più nello specifico, si segnala l'avvenuta apertura dei seguenti punti vendita:

- un nuovo Famila Superstore nella città di Foggia (via D'Addeda) che ha determinato un investimento di circa 10,5 milioni di euro,
- un nuovo punto vendita nella città di Bari, in zona Aeroporto, il cui investimento complessivo ammonta a circa 9,1 milioni di euro.

Inoltre, è stato ampliato il centro distributivo di San Giorgio Jonico, i cui investimenti sono stati pari a circa 9,6 milioni di euro.

Il potenziamento infrastrutturale ha tenuto conto della vision aziendale in tema di sostenibilità ambientale. Tra le varie iniziative, è stato avviato un progetto di riqualificazione in chiave green di quattro punti vendita che ha visto interventi di efficientamento energetico per un totale di circa 13,3 milioni di euro.

Dal punto di vista immobiliare, gli investimenti hanno raggiunto complessivamente 33,4 milioni di euro, includendo iniziative a supporto dello

AREA DI INTERVENTO	PROGETTO	IMPORTO (€ MLN)	NOTE/IMPATTI ESG
Nuove aperture	Famila Superstore, Foggia (via D'Addedda)	10,5	Espansione rete · Accessibilità ai servizi
	Punto vendita, Bari (zona Aeroporto)	9,1	Espansione rete · Servizio al territorio
Logistica	Ampliamento CE.DI. San Giorgio Jonico	9,6	Potenziamento rete distributiva · Efficienza operativa
Riqualificazione green	4 punti vendita Megaholding (efficientamento energetico)	13,3	Sostenibilità ambientale · Riduzione consumi ed emissioni
Immobiliare	Acquisto terreni e fabbricati · ampliamenti e miglioramenti CE.DI.	33,4	Sviluppo rete commerciale · Valorizzazione patrimonio immobiliare

sviluppo della rete commerciale, il miglioramento e l'ampliamento delle strutture già esistenti e l'ammodernamento dei centri distributivi.

Di seguito, si riporta un prospetto che sintetizza i principali investimenti effettuati nel corso del 2024.



Elenco P.V. Ristrutturati nel 2024

PUNTO VENDITA	RAGIONE SOCIALE	RAPPRESENTANTE LEGALE	INSEGNA	DATA INIZIO LAVORI	DATA FINE LAVORI	DATA RIAPERTURA AL PUBBLICO	VALORE INVESTIMENTO DA CONTRATTO DI APPALTO
Gallipoli S.S.101, s.n.	Perimetro Sud s.r.l.	Sig. Giovanni Siculo		05/02/24	13/03/24	14/03/24	€ 4.920.000,00
Squinzano Via Paolo VI, s.n.	Perimetro Sud s.r.l.	Sig. Francesco Pomarico		20/04/24	29/05/24	30/05/24	€ 2.590.000,00
Barletta Via Filippo Brunelleschi	Media Dis s.r.l.	Sig. Francesco Pomarico		27/05/24	03/07/24	04/07/24	€ 2.760.000,00
Piedimonte Matese Via Canneto	Mida 3 s.r.l.	Sig. Francesco Pomarico		26/08/24	09/10/24	10/10/24	€ 3.100.000,00

€ 13.370.000,00

Il Tax Management

GRI CONTENT INDEX

201-4

207-1

La distribuzione del valore generato dal Gruppo si realizza anche attraverso un approccio fiscale improntato al rispetto dell'etica, della legalità e della trasparenza.

A tal fine sono stati implementati strumenti di monitoraggio periodico volti a ridurre i rischi fiscali, assicurando così la piena conformità normativa.

Nell'esercizio appena concluso, la società Megaholding S.r.l., insieme alle controllate aderenti, ha rinnovato la partecipazione al Consolidato Fiscale Nazionale previsto dal D.Lgs. 344/2003, regolato da un accordo che definisce ruoli, responsabilità e obblighi reciproci tra società consolidante e società consolidate. L'approccio fiscale adottato dal Gruppo si basa sul rispetto rigoroso delle normative vigenti e sull'utilizzo esclusivo di strategie legali finalizzate a garantire efficienza finanziaria, massimizzazione dei benefici fiscali e corretta gestione delle imposte dovute.



Coerentemente con tale impostazione, il Gruppo ha beneficiato di agevolazioni fiscali legate sia agli investimenti in innovazione sia a misure di sostegno all'economia. Tra le principali si segnalano:

- crediti d'imposta per investimenti in beni strumentali nuovi, anche in chiave "Industria 4.0", per circa 1,8 milioni di euro;
- super e iper ammortamenti per circa 0,1 milioni di euro;
- crediti d'imposta riconosciuti dal GSE per la sostituzione di impianti di condizionamento, pari a circa 139 mila euro;
- credito d'imposta ZES per la realizzazione di nuovi punti vendita, per 6,2 milioni di euro;
- credito d'imposta Art Bonus, a sostegno della Fondazione Teatro Petruzzelli di Bari, per 97.500 euro.

Inoltre, il Gruppo ha beneficiato dell'esonero contributivo del 30% sui contributi previdenziali previsto dalla L.126/2020 e prorogato dalla L.178/2020, con un beneficio complessivo pari a circa 1 milione di euro nel 2024 (a fronte di 2,7 milioni nel 2023, 1,2 milioni nel 2022 e 1,7 milioni nel 2021).

Infine, alcune società del Gruppo, operanti nel settore retail, sono risultate assegnatarie di premi nell'ambito della "Lotteria degli scontrini", iniziativa governativa rientrante nel Piano Cashless, finalizzata a promuovere l'utilizzo dei pagamenti elettronici e la tracciabilità delle transazioni.

I Famila Concert

Il Gruppo Megamark, attraverso i suoi superstore Famila, ha rinnovato il proprio impegno a favore dei giovani e del territorio sostenendo la programmazione concertistica dedicata a ragazzi e famiglie presso il Teatro Petruzzelli di Bari. Da sempre attenta al sociale e alla promozione della cultura, l'azienda ha scelto di legare il proprio nome a un'iniziativa che ha unito musica, comunità e formazione.

Sono così nati i Famila Concert, un ciclo di otto appuntamenti che ha visto protagonisti l'Orchestra del Teatro e i suoi professori in qualità di solisti. Il primo concerto si è tenuto il 12 gennaio 2024, con la direzione di Danila Grassi, proponendo un repertorio che spaziava da Haydn a Weber, da Bizet a Brahms. Come dichiarato dal Presidente del Gruppo, Cav. Giovanni Pomarico, sostenere l'iniziativa ha significato offrire ai ragazzi l'opportunità di vivere esperienze musicali uniche in uno dei luoghi simbolo della cultura del territorio.



La creazione di valore ESG

GRI CONTENT INDEX 201-1

La misurazione della capacità di un'azienda di generare valore attraverso i soli schemi contabili tradizionali presenta margini di complessità, in quanto non consente di cogliere pienamente le interrelazioni tra performance economico-finanziarie, aspetti etici e dimensioni di sostenibilità socio-ambientale.

+ 14%
(rispetto al
2023) del valore
economico
distribuito a
favore dei
dipendenti



Per questo motivo, il Gruppo ha scelto di adottare un modello di accountability basato sulle linee guida GRI 201 (2016), che permettono di rappresentare in modo più completo la distribuzione della ricchezza lungo l'intera catena del valore.

L'analisi comparativa tra gli esercizi 2024 e 2023 evidenzia come l'azienda abbia garantito una remunerazione equilibrata dei propri stakeholder anche nell'ultimo esercizio.

Gli scostamenti rilevati mostrano un incremento costante degli indicatori maggiormente rappresentativi del contributo del Gruppo Megaholding alla società civile, con particolare rilievo per la remunerazione del personale, da sempre considerata una priorità dal management.

	2024	2023
A – Valore economico direttamente generato	2.364.110.601	2.088.721.376
B – Valore economico distribuito	2.299.288.897	2.012.117.983
Costi operativi	2.134.862.333	1.867.800.360
Salari e benefit dei dipendenti	120.342.807	105.641.693
Pagamenti a fornitori di capitali	21.840.758	15.336.083
Pagamenti alla PA	21.632.304	22.992.475
Investimenti nella comunità	610.695	347.372
C – Valore economico trattenuto C = (A-B)	64.821.704	76.603.393



Capitale sociale e relazionale

La rete commerciale

La comunicazione aziendale

L'impatto sull'economia locale

La Fondazione Megamark

Il contributo del Gruppo alla società civile



KPI

FORNITORI LOCALI SUL TOTALE 41% 690 su 1.696	VALORE ECONOMICO GENERATO DA FORNITORI LOCALI € 519 milioni	PROGETTI SOCIALI "ORIZZONTI SOLIDALI" FINANZIATI 16 iniziative	FONDI EROGATI TRAMITE FONDAZIONE MEGAMARK € 300 mila
AMBITO ESG SOCIALE/AMBIENTALE Sostegno alle filiere locali e riduzione delle distanze logistiche	AMBITO ESG ECONOMICO/SOCIALE Impatto diretto sullo sviluppo territoriale	AMBITO ESG SOCIALE Supporto al terzo settore e inclusione	AMBITO ESG SOCIALE Promozione di cultura, sanità, ambiente e istruzione

Temi ESG

TEMA ESG	IMPATTO	CATENA DEL VALORE
QUALITÀ, INNOVAZIONE E SICUREZZA DEI PRODOTTI	Qualità nutrizionale del prodotto Esposizione a rischi operativi connessi al mancato rispetto dei principi in materia di food security	FASE 4 Cliente e consumo FASE 1 Approvvigionamento e catena di fornitura
SOSTEGNO A COMUNITÀ E TERRITORIO	Innalzamento del livello di legittimazione sociale e reputazionale	FASE 6 Governance e comunità
GESTIONE RESPONSABILE DELL'ACQUA	Mancato recupero di acque meteoriche Negativo "Consumo eccessivo di acqua presso la sede aziendale e i relativi punti vendita"	FASE 4 Cliente e consumo
SOSTENIBILITÀ DELLA CATENA DI FORNITURA	Sistema di tracciabilità della catena di fornitura dei prodotti bio. Inefficacia di un sistema di qualifica e valutazione dei fornitori in base a criteri sociali ed ambientali	FASE 1 Approvvigionamento e catena di fornitura

Obiettivi di sviluppo sostenibile



La rete commerciale

GRI CONTENT INDEX 2-28



**€ 21
miliardi**

Fatturato

3.331

Punti vendita

15,6%

Quota di mercato
Gruppo Selex
2022

ESDitalia
EFFICIENZA E SERVIZI PER LA DISTRIBUZIONE

**€ 34,6
miliardi**

Fatturato

6.000

Punti vendita

24,3%

Quota di mercato
Gruppo Selex
2022

Da oltre venticinque anni, il Gruppo Megamark è parte integrante della rete commerciale Selex, una delle realtà leader della grande distribuzione organizzata in Italia.

L'appartenenza a Selex ha rappresentato un fattore determinante per la crescita del Gruppo, consentendo di beneficiare di un sistema consolidato di centrale acquisti, marketing e innovazione, con un posizionamento competitivo di rilievo a livello nazionale.

Nel 2024 Selex ha confermato la propria leadership di settore. Le più recenti indagini evidenziano, infatti, come il Gruppo commerciale possa beneficiare di una quota di mercato del 15,6%, una rete di circa 3.331 punti vendita, oltre che di un fatturato che ha superato i 21 miliardi di euro. A livello nazionale, Selex, attraverso la centrale ESD Italia, partecipa ad una rete di quasi 6.000 punti vendita, con una quota di mercato del 24,3% e un giro d'affari pari a circa 34,6 miliardi di euro.

Il modello di business è articolato su più livelli: da un lato ESD Italia cura gli accordi con le grandi aziende nazionali e multinazionali, dall'altro Selex garantisce un contatto diretto con le piccole e medie imprese (PMI).



La collaborazione con le PMI assume un ruolo altamente strategico, in quanto direttamente riconducibile ad una maggiore capacità di valorizzazione delle filiere locali e di approvvigionamento dei settori freschissimi e ortofrutta. Attraverso ESD, inoltre, il Gruppo partecipa anche al network internazionale EMD, che riunisce 13 soci attivi in 21 Paesi con oltre 55.000 punti vendita.

L'adesione a Selex non si limita all'ambito commerciale ma include anche la partecipazione a progetti di valore sociale e ambientale. Oltre a contribuire alla raccolta dei dati per il Bilancio di sostenibilità di Selex, Megamark ha preso parte ad iniziative a sostegno dei consumatori, come la campagna "Spesa Difesa", volta a mitigare gli effetti dell'inflazione garantendo convenienza e qualità sui prodotti a marchio Selex. In parallelo, è proseguito lo sviluppo dei servizi digitali attraverso la piattaforma di e-commerce CosìComodo.it, che consente ai clienti sia il ritiro in punto vendita sia la consegna della spesa a domicilio, contribuendo ad accrescere la qualità del servizio e la vicinanza al consumatore.



SELEX



ESD ITALIA



La comunicazione aziendale

GRI CONTENT INDEX 2-29

Le strategie di comunicazione del Gruppo si basano sulla ricerca di strumenti capaci di favorire un dialogo costante e trasparente con gli stakeholder, valorizzando canali e linguaggi differenti in funzione della loro tipologia, del background e della frequenza di contatto.

Particolare attenzione è riservata al confronto con consumatori e comunità locali, il cui ascolto consente di individuare i punti di forza e le aree di miglioramento delle strategie aziendali.

La relazione con i clienti viene sviluppata attraverso una pianificazione promozionale multicanale, che combina strumenti tradizionali e innovativi. Al classico volantino promozionale si affiancano attività online che ampliano l'offerta e campagne veicolate tramite stampa, TV e radio.

Un ruolo sempre più centrale è ricoperto dalle tecnologie digitali: social media, sito web e, dal 2022, anche un canale WhatsApp dedicato. Tali strumenti hanno permesso di fidelizzare la clientela mediante l'utilizzo di canali di dialogo diretti ed immediati. Inoltre, le attività promozionali sono spesso arricchite da iniziative di co-marketing con i partner commerciali, che diventano protagonisti di progetti condivisi ad alto impatto comunicativo. La dimensione commerciale della comunicazione del Gruppo è stata affiancata anche dalla comunicazione istituzionale, la quale mira a raccontare le attività non strettamente economiche, con particolare riferimento a quelle legate alla sostenibilità sociale e ambientale. In tale ambito, i social media si confermano come strumento fondamentale per diffondere e promuovere le buone pratiche intraprese e/o finanziate dal Gruppo.

I CANALI DEL GRUPPO



in **19k**
FOLLOWERS



506
FOLLOWERS



f **3.798**
FOLLOWERS

I CANALI DI DIALOGO DELLA FONDAZIONE MEGAMARK



103
VIDEO



548
POST



f **+15 mila**
FOLLOWERS

L'impatto sull'economia locale

GRI CONTENT INDEX

204-1

308-1

La catena del valore di Megamark si fonda su un modello integrato che unisce la solidità economica con la responsabilità sociale e ambientale, ponendo al centro il dialogo con clienti, dipendenti, fornitori e comunità locali.

690

Fornitori "locali" provenienti da regioni in cui l'azienda opera

Attraverso una gestione attenta e strutturata dei processi, il Gruppo garantisce il perseguimento dei più elevati standard qualitativi, tra cui quelli connessi alla ricerca della migliore qualità dei prodotti, la trasparenza delle filiere e la creazione di valore condiviso lungo tutte le fasi del ciclo produttivo.

1.696

Totale fornitori con cui l'azienda ha operato nel corso del 2024

Nel corso del 2024, l'azienda ha collaborato con 1.696 fornitori complessivi, di cui 690 provenienti dalle regioni in cui è presente con i suoi supermercati. Questi ultimi rappresentano circa il 41% del totale, generando un valore economico pari a € 519.061.558. I rilevanti risultati conseguiti testimoniano il forte radicamento

€ 519 mil.

Valore economico dell'approvvigionamento da fornitori "locali"



territoriale del Gruppo, oltre che l'impegno nella valorizzazione delle filiere locali. Il consolidamento del rapporto di filiera permette di generare esternalità positive ulteriori in chiave ESG, tra cui, a titolo esemplificativo, la riduzione delle distanze logistiche e la valorizzazione delle relazioni con i partner regionali.

Sono proseguite, inoltre, le attività di monitoraggio dei flussi in entrata e in uscita, un'attività che ha permesso di potenziare i processi connessi alla ricerca dei migliori standard in tema di qualità e sicurezza dei prodotti destinati ai consumatori.

L'ufficio controllo & qualità rappresenta il presidio principale di queste attività, le quali necessitano di opportune valutazioni, tra cui quelle relative all'esecuzione di analisi microbiologiche sugli alimenti, alla verifica del rispetto delle buone pratiche igienico-sanitarie (HACCP) da parte del personale di negozi e centri distributivi ed il controllo delle procedure applicate lungo la catena logistica.

Dal punto di vista operativo, un team dedicato accompagna i prodotti lungo l'intero ciclo distributivo, dalla fase di ingresso nei magazzini fino alla collocazione sugli scaffali dei punti vendita, assicurando la corretta gestione delle merci e la tracciabilità dei processi.

Particolare rilievo assume la gestione degli eventuali reclami dei clienti, affrontati con procedure rigorose e tempestive che

prevedono il ritiro immediato del prodotto, la segnalazione al partner commerciale e l'attivazione di analisi aggiuntive.

A ciò si aggiunge il presidio della catena del freddo, garantito da moderne piattaforme logistiche e da camion refrigerati, per assicurare la sicurezza e la freschezza dei prodotti sensibili.

Infine, nel corso dell'ultimo anno sono stati realizzati 7 audit di II parte sui fornitori F&B, integrati da controlli programmati in autocontrollo (HACCP) e da verifiche delle autorità competenti, che hanno confermato la piena rispondenza delle procedure alla normativa vigente in materia di sicurezza alimentare. Queste attività hanno consentito di mantenere elevati standard qualitativi e di rafforzare la fiducia dei consumatori nei confronti del Gruppo.

Principali progettualità in materia di filiera green

Fornitori che:

- **adottano pratiche di produzione ecocompatibili;**
- **utilizzano materie prime green;**
- **utilizzano trasporti su rotaia.**



50

Fornitori selezionati secondo criteri ambientali

1.500

Totale fornitori con cui l'azienda ha operato nel corso del 2024

La Fondazione Megamark



Nel corso del 2024 la **Fondazione Megamark** ha avviato le pratiche per l'iscrizione al Registro Unico Nazionale del Terzo Settore; questo percorso si è concluso il 27 febbraio del 2025 (con il provvedimento n. 00271) e con la trasformazione della Fondazione da onlus ad ETS, rappresentazione dell'impegno e della trasparenza del Gruppo.

Grazie al reinvestimento di parte degli utili aziendali, la Fondazione sostiene economicamente i collaboratori del Gruppo che devono affrontare un serio problema di salute, realizza progetti di solidarietà per il terzo settore, promuove iniziative di carattere culturale, si adopera per la tutela dell'ambiente e la valorizzazione del territorio, stanziando borse di

studio per i figli meritevoli dei collaboratori e organizza viaggi studio all'estero (in Inghilterra e in America) per permettere ai ragazzi di imparare o perfezionare la conoscenza della lingua inglese.

Attraverso la Fondazione, il Gruppo collabora con numerose associazioni di volontariato impegnate nella gestione di mense e strutture ricettive per persone senza dimora e famiglie in difficoltà, donando alimenti e beni di prima necessità e organizzando raccolte alimentari nella rete vendita insieme ad enti no-profit locali.

Con lo stesso spirito è nato il bando di concorso "Orizzonti Solidali", riservato alle organizzazioni del terzo settore iscritte al RUNTS che presentano progetti



16

Progetti vincitori
nell'edizione
2024/25

**€ 300
mila**

Finanziamenti
complessivi
nel 2024/25



DAL 2012
AD OGGI

146

Progetti
finanziati

**€ 2,7
milioni**

Donati





da realizzare in Puglia nell'ambito dell'assistenza sociale, della sanità, dell'ambiente, della cultura e del contrasto al fenomeno dell'abbandono scolastico.

Nel 2024 il bando è giunto alla dodicesima edizione e tra gli oltre 290 progetti presentati, sono stati selezionati 16 iniziative vincitrici per un finanziamento complessivo di circa 300 mila euro: oltre 255 mila euro destinati a 14 iniziative sociali, culturali e sanitarie e circa 40 mila euro a due progetti contro la dispersione scolastica. Dal 2012 a oggi, "Orizzonti Solidali" ha permesso di finanziare 146 progetti con oltre 2,7 milioni di euro donati.

La fondazione promuove anche iniziative per i figli dei collaboratori del Gruppo Megamark:

- per i ragazzi tra i 14 e i 18 anni organizza viaggi studio all'estero (in Inghilterra e in America) per imparare o perfezionare la conoscenza della lingua inglese
- per i neodiplomati, i laureati (triennale e magistrale) e per chi frequenta un master post lauream, eroga borse di studio per i più meritevoli, con il concorso "Giovani Talenti".

Dal 2016 la Fondazione è attiva anche sul fronte culturale con il Premio Letterario "Fondazione Megamark - Incontri di Dialoghi", dedicato alle opere prime di narrativa italiana.

Nel 2024 il premio ha celebrato la sua nona edizione, con 92 opere candidate da 60 case editrici. La cerimonia si è svolta il 12 settembre presso la sede a Trani, nell'ambito del festival "I Dialoghi di Trani", confermando l'impegno della Fondazione nella diffusione della cultura come leva di crescita e coesione sociale.

Sempre nell'ambito della cultura, la Fondazione organizza il progetto "Il Futuro ti assomiglia", un seminario di orientamento e formazione aperto alle scuole superiori di secondo grado della Puglia e riservato ai ragazzi e alle ragazze delle classi IV e V.

La prima edizione si è svolta a Bari nei padiglioni nuovi della Fiera del Levante alla presenza di oltre 4.000 studenti; sul palco si sono alternati Massimiliano Sechi, coach e motivatore, Vincenzo Perrone, professore universitario della Bocconi, Maria Sole Ferrieri Caputi primo arbitro di calcio donna, Vincenzo Schettini divulgatore scientifico.



92

opere candidate
da 60 case
editrici



**Oltre
4.000**

Studenti
presenti alla
prima edizione
a Bari



Il contributo del Gruppo alla società civile

GRI CONTENT INDEX 303-1

Nel corso del 2024 il Gruppo ha confermato e rafforzato le iniziative a sostegno delle comunità locali e delle fasce più fragili della popolazione già realizzate nel corso dell'esercizio precedente.

È proseguita la collaborazione con le associazioni di volontariato impegnate nella gestione di mense e strutture di accoglienza, attraverso la donazione di alimenti e l'erogazione di buoni spesa per famiglie in difficoltà economica.



Allo stesso tempo, il Gruppo ha consolidato la partecipazione a Sharefood Italia, piattaforma che unisce innovazione tecnologica e sociale per ridurre gli sprechi alimentari e generare minori rifiuti, contribuendo così sia al miglioramento della qualità della vita delle persone sia alla tutela ambientale.

Sono stati confermati, inoltre, alcuni tra i principali progetti a forte impatto sociale avviati nel corso del recente passato, ovvero:

- IAMME, sviluppato in collaborazione con l'associazione NoCap, che attraverso una linea di prodotti a marchio proprio promuove il rispetto dei diritti dei lavoratori lungo la filiera agricola;
- aMano Libera, iniziativa nata nel 2019 con la Fondazione Megamark a supporto della ricollocazione sociale di detenuti ed ex detenuti, oggi concretizzata nella produzione e commercializzazione dei taralli venduti nei punti vendita del Gruppo;
- Regusto, piattaforma di food sharing basata su blockchain che consente la tracciabilità delle eccedenze alimentari donate agli enti non-profit. Attraverso Regusto, anche nel 2024 sono state generate connessioni virtuose tra il Gruppo e il terzo settore, con benefici misurabili sul piano sociale, ambientale ed economico.



Regusto

Dal 2023 il Gruppo collabora con Regusto, piattaforma digitale che adotta un modello di food sharing for charity per contrastare lo spreco alimentare.

Attraverso l'utilizzo della blockchain, la piattaforma consente di tracciare in modo certificato e trasparente gli scambi tra imprese ed enti non-profit, garantendo affidabilità e misurabilità degli impatti generati.

Nel 2024 il Gruppo ha generato un impatto significativo sul piano sociale, ambientale ed economico. Attraverso la piattaforma sono stati donati 22.425 kg di prodotti alimentari e non alimentari, equivalenti alla distribuzione di 44.655 pasti. Le attività di recupero e redistribuzione hanno permesso di evitare 66.006 kg di CO₂, oltre che a risparmiare 42.608 m³ di acqua e 65.033 m² di suolo, contribuendo in modo concreto agli obiettivi dell'Agenda 2030

Nel primo anno di collaborazione, Regusto ha facilitato l'interazione tra Megamark e 7 enti non-profit, attivando un circuito virtuoso di redistribuzione delle eccedenze alimentari e contribuendo a ridurre i rifiuti lungo la filiera.



La valutazione di impatto, realizzata con il supporto del Dipartimento di Ingegneria Civile e Ambientale dell'Università di Perugia, ha confermato la rilevanza sociale e ambientale del progetto, misurandone i benefici in ottica ESG.

22.425 kg

Di prodotti donati tramite la piattaforma



Equivalente a



44.655

pasti

Le attività di recupero e redistribuzione hanno permesso un risparmio di:

66.006 kg

Di CO₂

42.608 m³

Di acqua

65.033 m²

Di suolo

aMano libera

I taralli "aMano Libera" nascono dal progetto "Senza Sbarre" della Diocesi di Andria, dedicato all'accoglienza residenziale e semi-residenziale di detenuti ammessi a misure alternative alla detenzione.

L'iniziativa coinvolge ragazzi detenuti ed ex detenuti che, attraverso la produzione artigianale di taralli, trovano un'opportunità di riscatto sociale e reinserimento lavorativo.



aMano Libera
senzasbarre
il riscatto dei sapori



Il progetto IAMME, realizzato in collaborazione con l'associazione NoCap, nasce per contrastare il caporalato e il lavoro irregolare nel settore agricolo. L'iniziativa garantisce ai produttori un prezzo equo per i propri prodotti e ai lavoratori il pieno rispetto dei diritti contrattuali, attraverso l'applicazione dei contratti collettivi nazionali.

Il Gruppo Megamark si è impegnato ad acquistare esclusivamente prodotti etici certificati dal bollino NoCap, rilasciato alle imprese agricole e di trasformazione dopo verifiche condotte dagli ispettori dell'associazione e successivamente validate dall'ente di certificazione DQA, accreditato presso il MiPAAF e Accredia.

iamme
liberi di scegliere





Capitale umano ed intellettuale

I nostri collaboratori

Lo sviluppo del capitale umano

Il benessere aziendale e l'equilibrio vita-lavoro

Salute e sicurezza dei lavoratori



KPI

NUMERO MEDIO
COLLABORATORI
DIRETTI

4.250

+7,42%

rispetto al
2023

AMBITO ESG

SOCIALE

occupazione
e sviluppo localeCONTRATTI
A TEMPO
INDETERMINATO

>94%

del totale

AMBITO ESG

SOCIALE

stabilità
occupazionaleORE DI
FORMAZIONE
EROGATE

25.558

numero di ore

AMBITO ESG

SOCIALE

sviluppo competenze

INFORTUNI
GRAVI E
MORTALI

0

AMBITO ESG

SOCIALE

tutela salute
e sicurezza

Temi ESG

TEMA ESG	IMPATTO	CATENA DEL VALORE
SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI	Adozione di sistemi per mitigare il rischio di infortuni sul posto di lavoro	
FORMAZIONE E VALORIZZAZIONE DEL CAPITALE UMANO	Attività di formazione continua e interdisciplinare	FASE 6 Governance e comunità
	Progetti welfare aziendale pensati per l'intera popolazione aziendale	
DIVERSITÀ, INCLUSIONE E BENESSERE	Sistemi di incentivazione per la rete vendita e il personale degli uffici aziendali	FASE 3 Gestione dei punti vendita
	Politiche e sistemi di audit per la promozione e il mantenimento della diversità, inclusione e pari opportunità nel contesto organizzativo aziendale	FASE 6 Governance e comunità

Obiettivi di
sviluppo sostenibile

I nostri collaboratori

GRI CONTENT INDEX

401-1

2-30

405-1

I collaboratori sono il cuore pulsante delle politiche aziendali di Megamark.

La tutela del capitale umano e la valorizzazione dei talenti sono da sempre considerati pilastri fondamentali su cui costruire il successo sostenibile del Gruppo. Nel tempo, il management ha confermato tale impegno, adottando un approccio che coniuga principi etici, rispetto delle norme sindacali e piena adesione ai contratti collettivi nazionali.

La scelta si traduce in percorsi di collaborazione virtuosa con i dipendenti e con i loro rappresentanti, nella convinzione che il coinvolgimento attivo delle persone sia la chiave per lo sviluppo di un'impresa realmente sostenibile.

Dal 2021 il Gruppo ha inoltre avviato un progetto dedicato all'inserimento lavorativo di giovani affetti da disturbo dello spettro autistico, favorendo un'occupazione dignitosa e inclusiva anche per categorie spesso escluse dal mondo del lavoro.



I dati del 2024 confermano la solidità di questo percorso. Al 31 dicembre 2024, l'organico medio del Gruppo era costituito da 4.250 collaboratori diretti, in crescita di 294 unità rispetto all'anno precedente (+7,42%). L'incremento ha riguardato la quasi totalità delle figure professionali, ad eccezione dei dirigenti, ed è stato guidato da politiche occupazionali oculate e orientate alla creazione di valore sociale.

4.250

Collaboratori diretti al 31.12.2024



+7,42%

Rispetto al 2023

QUALIFICA PROFESSIONALE	2024			2023		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
Dirigenti	5	0	5	5	0	5
Quadri	14	1	15	15	0	15
Impiegati	356	143	499	336	131	467
Operai	1838	1893	3731	1738	1734	3472
Totale	2213	2037	4250	2079	1880	3959

DIPENDENTI IN ENTRATA			DIPENDENTI IN USCITA		
TOTALE	820		TOTALE	530	
Genere	2024	2023	Genere	2024	2023
Uomini	47,42%	47,8%	Uomini	52,73%	49,1%
Donne	52,58%	52,2%	Donne	47,27%	50,9%
Età	2024	2023	Età	2024	2023
<30	76,4%	75,5%	<30	69,0%	70%
tra 30 e 50	22,5%	44,9%	tra 30 e 50	22,6%	42,96%
>50	1,0%	2,8%	>50	8,5%	16,54%

Le nuove assunzioni hanno coinvolto in particolare donne (52,58%) e under 30 (75,5%), a dimostrazione della volontà di valorizzare i giovani talenti come leva di sviluppo dei territori. Un dato particolarmente significativo riguarda la provenienza dei neoassunti; circa il 92,63% risiede in Puglia, principale hub commerciale del Gruppo.

Accanto alla crescita numerica, sono stati rafforzati anche gli aspetti qualitativi

dell'occupazione: oltre il 94% dei dipendenti è titolare di un contratto a tempo indeterminato, mentre si conferma un equilibrio tra rapporti part-time (50,7%) e full-time (49,3%).

Tutti i lavoratori sono inquadrati nel rispetto del CCNL Distribuzione Moderna Organizzata, a testimonianza dell'attenzione del Gruppo per la tutela dei diritti e per condizioni contrattuali eque.

52,58%
Donne assunte

75,5%
Under 30
assunti

92,63%
Residenti in
Puglia

TIPOLOGIA DI CONTRATTO	2024			2023		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
Tempo determinato	136	198	334	110	125	235
Tempo indeterminato	2077	1839	3919	1969	1755	3724
Totale	2213	2037	4250	2079	1880	3959

FORMA CONTRATTUALE	2024			2023		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
Part time	553	1640	2193	473	1498	1971
Full time	1660	397	2057	1606	382	1988
Totale	2213	2037	4250	2079	1880	3959

94%
Titolare di
un contratto
a tempo
indeterminato

Lo sviluppo del capitale umano

GRI CONTENT INDEX

404-1

404-2

404-3

Per l'Azienda le risorse umane costituiscono un bene strategico e, garantire loro percorsi di formazione di alta qualità, è considerato un obiettivo prioritario.

25.558

Ore di
formazione
nel 2024

Ogni anno vengono organizzati corsi di formazione rivolti a tutte le figure aziendali, con l'intento di rafforzare le competenze professionali e sostenere lo sviluppo personale dei collaboratori.

8,18

media di ore
di formazione
per i dipendenti
uomini

Nel 2024 sono state erogate complessivamente 25.558 ore di formazione, a beneficio di impiegati e operai.

I programmi hanno avuto come focus principale il potenziamento delle competenze tecniche legate alle mansioni operative e gestionali, contribuendo così a migliorare l'efficienza e la qualità dei processi interni. Le attività formative hanno coinvolto in modo equilibrato il personale maschile e femminile, con una media di 8,18 ore di formazione per i dipendenti uomini e 7,95 ore per le donne, a testimonianza dell'impegno del Gruppo nel promuovere percorsi di crescita inclusivi e senza discriminazioni di genere.

7,95

media di ore di
formazione per
le dipendenti
donne



QUALIFICA PROFESSIONALE	2024				2023			
	DONNE		UOMINI		DONNE		UOMINI	
	TOTALE	MEDIA	TOTALE	MEDIA	TOTALE	MEDIA	TOTALE	MEDIA
Impiegato	540	8,05	2654	8,21	2730	20,68	6374	20,42
Operaio	9304	7,95	13060	8,18	5648	8,86	8960	11,48
Totale	9844	7,95	15714	8,18	8378	29,54	15334	31,90

I dati relativi alla formazione del personale evidenziano un cambiamento significativo nell'approccio del Gruppo tra il 2023 e il 2024. Nel 2023 le attività formative si sono concentrate in prevalenza sullo sviluppo delle competenze tecniche (14.096 ore), con un peso rilevante anche sulle soft skill (9.616 ore), per un totale complessivo di 23.712 ore erogate.

Nel 2024 l'azienda ha privilegiato un percorso formativo fortemente orientato allo sviluppo delle soft skill, destinando a questo ambito la totalità delle ore di formazione (25.558). Tale scelta riflette la volontà del Gruppo di rafforzare le competenze trasversali, fondamentali per la gestione delle relazioni, il lavoro in team e la leadership, a supporto di un modello organizzativo sempre più inclusivo e orientato al capitale umano.



AMBITO	2024				2023			
	QUADRI	IMPIEGATI	OPERAI	TOTALE	QUADRI	IMPIEGATI	OPERAI	TOTALE
Competenze tecniche				0			14.096	14.096
Soft Skill	28	3.166	22.364	25.558	384	7.008	2.224	9.616
Totale	28	3.166	22.364	25.558	384	7.008	16.320	23.712

Il benessere aziendale e l'equilibrio vita-lavoro

GRI CONTENT INDEX 401-2 401-3 404-3

Più tempo per le mamme

Prolunga il congedo di maternità di un mese (regolarmente retribuito)

Settimana del papà

una settimana di permessi retribuiti per la cura del neonato nei primi mesi di vita

Bonus bebè

erogazione di un contributo di 1.200 euro a supporto delle famiglie

Il Gruppo riconosce l'importanza di garantire ai propri collaboratori un equilibrio sostenibile tra vita privata e professionale, ponendo il work-life balance al centro delle proprie politiche di welfare.

In quest'ottica, l'azienda ha introdotto misure e incentivi che si affiancano a quanto previsto dai CCNL di riferimento, andando oltre i tradizionali strumenti normativi e rafforzando il proprio approccio alla sostenibilità sociale.

Dal 2014 è attivo il progetto "Più tempo per le mamme", che offre alle collaboratrici la possibilità di prolungare il congedo di maternità di un mese aggiuntivo, interamente retribuito, rispetto alla normativa vigente. A questa iniziativa si è aggiunta la "Settimana del papà", che

garantisce ai neopadri una settimana di ferie in più da dedicare alla cura del neonato nei primi mesi di vita.

Accanto al beneficio del tempo, il Gruppo ha introdotto anche un sostegno economico concreto attraverso il "Bonus bebè", un contributo di 1.200 euro riconosciuto per ogni nuova nascita, a supporto delle spese iniziali che le famiglie devono affrontare.



BENEFICI AZIENDALI	2024		2023	
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE
a. numero totale di dipendenti che hanno avuto diritto al congedo parentale, per genere	70	69	15	58
b. numero totale di dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale, per genere	9	69	15	58
c. numero totale di dipendenti che sono tornati al lavoro durante il periodo di rendicontazione dopo aver usufruito del congedo parentale, per genere	9	69	15	58
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	9	69	15	58



Nel 2024, per il quarto anno consecutivo (2022–2025), il Gruppo è stato inserito nella classifica "Italy's Best Employers 2025", redatta da Statista in collaborazione con Il Corriere della Sera. La ricerca, basata su un sondaggio che ha coinvolto migliaia di lavoratori in Italia, ha premiato le 450 migliori aziende italiane secondo l'opinione diretta dei dipendenti, che hanno valutato aspetti fondamentali quali carichi di lavoro, retribuzione, prospettive di carriera, relazioni interne, welfare e condizioni

generali di benessere. Parallelamente, il Gruppo ha ricevuto anche il riconoscimento come "Leader in Diversità e Inclusione", promosso da Il Sole 24 Ore e Statista.

Si tratta di un risultato particolarmente significativo, in quanto testimonia l'impegno concreto dell'azienda nel creare ambienti di lavoro equi, inclusivi e accoglienti, in linea con i valori sempre più centrali di diversità e inclusione nel panorama occupazionale contemporaneo.



Italy's Best Employers 2024

Il Gruppo è stato inserito nella classifica tra le 450 aziende italiane premiate come "migliori datori di lavoro" dai propri dipendenti

Politica di genere

Nel corso del 2024, Megamark S.r.l. ha avviato un percorso strutturato volto alla definizione e implementazione di una Politica di Parità di Genere, che sarà formalmente adottata nel 2025. Tale iniziativa rappresenta un ulteriore passo avanti nell'impegno dell'azienda a favore dell'inclusione, dell'equità e della valorizzazione delle persone contribuendo così alla costruzione di un ambiente di lavoro equo e rispettoso delle diversità.

La politica, ispirata ai principi della certificazione UNI/PdR 125:2022, pone al centro una cultura organizzativa basata su pari opportunità, rispetto reciproco, trasparenza e conciliazione vita-lavoro. Tra le prime linee guida già delineate, si evidenzia l'attenzione a politiche inclusive per la genitorialità, con misure pensate per una responsabilità condivisa tra madre e padre, oltre i minimi previsti dalla normativa vigente.

L'adozione ufficiale della Politica di Parità di Genere nel 2025 sarà preceduta da azioni preparatorie avviate nel 2024, sotto il coordinamento della Responsabile per la Parità di Genere e con il coinvolgimento attivo dell'Alta Direzione e di un Comitato Guida dedicato.

Leader in Diversità e Inclusione

Testimonia l'impegno concreto dell'azienda nel creare ambienti di lavoro equi, inclusivi e accoglienti, in linea con i valori sempre più centrali di diversità e inclusione

Salute e sicurezza dei lavoratori

GRI CONTENT INDEX

403-1

403-2

403-3

403-4

403-5

403-6

403-7

403-8

403-9

403-10

Il Gruppo ha adottato da tempo tutte le misure necessarie per garantire la tutela dei luoghi di lavoro, in conformità alla normativa vigente.

La prevenzione degli infortuni e la promozione di ambienti sicuri, nei punti vendita, nelle piattaforme logistiche e in tutti gli uffici, rappresentano una priorità strategica. A tal fine è attivo un comitato aziendale per la salute e la sicurezza, che coordina iniziative di informazione, campagne di sensibilizzazione e programmi formativi dedicati ai dipendenti.

Il presidio avviene attraverso il coinvolgimento di équipe mediche che, con periodicità, sottopongono il personale ad accertamenti sanitari mirati sulla base dei

rischi individuati. Il medico competente, in sinergia con i rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza (RLS), promuove iniziative volte alla mitigazione dei rischi, contribuendo allo sviluppo di un ambiente di lavoro sicuro e protetto.

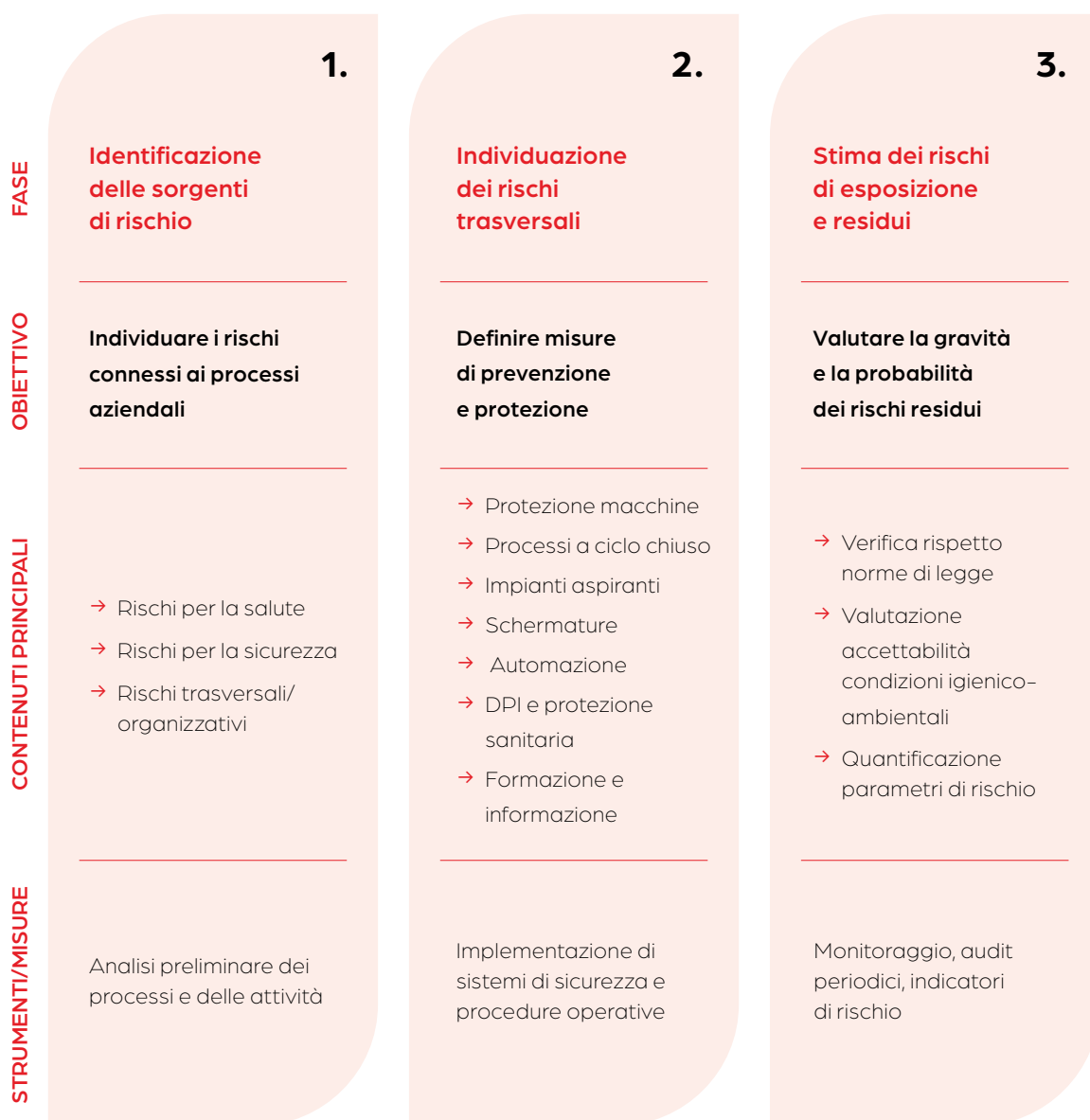
La promozione della sicurezza passa anche attraverso la formazione obbligatoria e trasversale in materia di HSE, rivolta sia ai nuovi assunti sia al personale già in organico. Tali percorsi vengono affiancati da attività di sensibilizzazione, comunicazioni periodiche e corsi di aggiornamento, a testimonianza di un impegno costante verso la prevenzione. Inoltre, il comitato aziendale per la salute e la sicurezza presidia in modo strutturato il tema, assicurando il coordinamento e la diffusione delle buone pratiche.

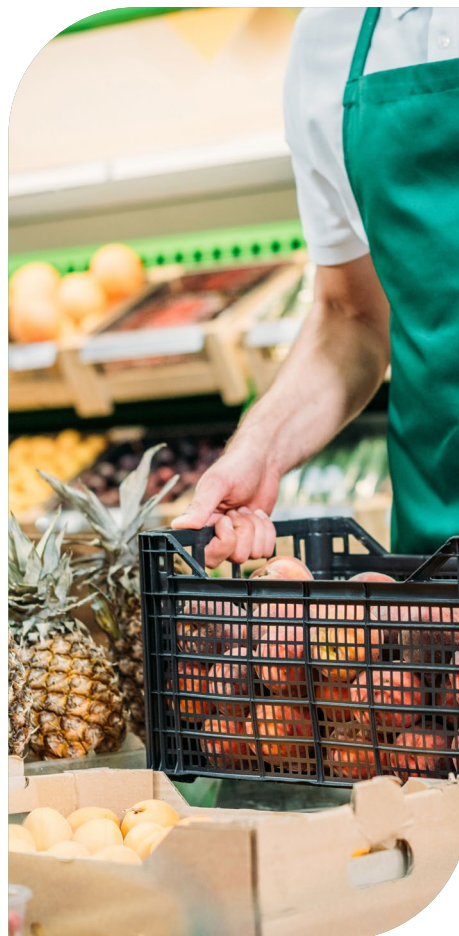


Il modello di risk assessment adottato dal Gruppo segue un approccio strutturato e progressivo, che integra la fase di identificazione dei rischi con l'analisi delle possibili misure di prevenzione e protezione, fino alla valutazione quantitativa dell'esposizione residua. Questo metodo consente di monitorare in maniera sistematica i principali fattori di rischio sanitari, di sicurezza e organizzativi, garantendo un presidio efficace in linea con la normativa vigente (D.Lgs. 81/08).

L'attenzione alla formazione e alla comunicazione interna conferma come la gestione del rischio non sia solo un adempimento tecnico, ma anche un processo culturale che mira a coinvolgere i lavoratori, favorendo comportamenti responsabili e consapevoli.

Tale approccio si traduce in un miglioramento continuo delle condizioni di lavoro e in una riduzione del rischio di incidenti e non conformità.





Nel corso del 2024 non si sono registrati decessi sul lavoro, né infortuni gravi con lesioni rilevanti a carico del personale dipendente. Allo stesso modo, non sono emersi casi riconducibili a malattie professionali o mobbing nei confronti di dipendenti o ex dipendenti, ad eccezione di un singolo episodio relativo all'addebito di una malattia professionale.

PERSONALE DEL GRUPPO	2024	2023
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	81	114
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%	2,70%

TASSO DI ASSENTEISMO (N° DI CASI)	2024		2023	
Motivazione	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Malattia	2183	2397	2056	2364
Genitorialità'	8	164	10	304



Capitale naturale

Il contributo all'ambiente

I materiali utilizzati

I consumi energetici

Le emissioni

La gestione dei rifiuti



KPI

ENERGIA
DA FONTI
RINNOVABILI**4,04 mln
kWh**autoprodotti
da fotovoltaico**+16%**rispetto al
2023

AMBITO ESG

AMBIENTALERIDUZIONE
EMISSIONI GHG**-11%**rispetto al
2023

AMBITO ESG

AMBIENTALERIFIUTI
RICICLABILI**>90%**sul totale di
9,5 mln kg
rifiuti gestiti

AMBITO ESG

AMBIENTALERACCOLTA OLI
E FARMACI**150**stazioni oli
esausti

+

25contenitori
farmaci

AMBITO ESG

**AMBIENTALE
SOCIALE**RIGENERAZIONE
URBANA**4.500 m²**di verde
restituiti con il
Parco Famila

AMBITO ESG

**AMBIENTALE
SOCIALE**

Temi ESG

TEMA ESG	IMPATTO	CATENA DEL VALORE
CAMBIAMENTO CLIMATICO	Cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas effetto serra prodotte dall'azienda	FASE 3 Gestione dei punti vendita
	Cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas effetto serra prodotte nella logistica in entrata e in uscita	FASE 2 Logistica e trasporti
	Efficientamento dei processi produttivi attraverso il ricorso a soluzioni di tipo "green"	FASE 3 Gestione dei punti vendita
GESTIONE DELL'ENERGIA	Intensità del consumo energetico e bassa quota di energia da fonti rinnovabili	FASE 3 Gestione dei punti vendita
PACKAGING SOSTENIBILE	Design del packaging di prodotti a marco proprio ad elevato impatto ambientale	FASE 5 Gestione post consumo e circolarità
	Riduzione degli impatti ambientali nell'utilizzo di packaging riconducibile a materiali ad elevato impatto ambientale	
RIDUZIONE DEGLI SPRECHI ALIMENTARI	Eccedenze alimentari relative alla catena del valore	FASE 1 Approvvigionamento e catena di fornitura
BIODIVERSITÀ	Iniziative in tema di biodiversità alimentare	
	Riduzione dell'impatto antropico generato dai punti vendita	FASE 3 Gestione dei punti vendita

Obiettivi di
sviluppo sostenibile

Il contributo all'ambiente

GRI CONTENT INDEX 101-1

La tutela dell'ambiente rappresenta un pilastro delle strategie di sviluppo del Gruppo.

Nel corso degli ultimi cinque anni, sono state attivate politiche di investimento incentrate sulla transizione verso soluzioni commerciali ed industriali capaci di ridurre gli impatti ambientali generati dai punti vendita e dalle sedi operative delle piattaforme logistiche..

Le progettualità hanno trovato concreta formalizzazione nell'ambito del programma Megafree, ha caratterizzato i più recenti interventi di efficientamento ed ammodernamento della rete attraverso

l'introduzione di soluzioni tecnologiche e infrastrutturali volte a contenere i consumi energetici.

Parallelamente, gli investimenti hanno favorito anche progettualità dedicate alla tutela della biodiversità e alla rigenerazione urbana, come dimostra il sostegno al rinnovamento del Parco Brunelleschi di Barletta (BT) e la realizzazione del Parco Famila di Manduria, uno spazio di 4.500 m² nato con un investimento di circa 400 mila euro.

Il parco, concepito con attenzione alla sostenibilità ambientale, integra aree ludiche inclusive, zone per attività



sportive, spazi per il tempo libero e una pista con pavimentazione permeabile, rappresentando un modello di restituzione di valore al territorio.

La cultura della sostenibilità si riflette anche nelle politiche rivolte ai dipendenti, attraverso la diffusione di buone pratiche mirate al miglioramento di specifici indicatori ambientali, come la riduzione del consumo di carta e toner. Tra i progetti attivati spicca PlasticFree, che ha consentito di mitigare gli impatti nelle relazioni B2C promuovendo l'impiego di materiali rinnovabili.

Infine, a rafforzare l'impegno del Gruppo, dal 2021 è attiva l'adesione al Consorzio ICEA (Reg. UE 2018/848), organismo che certifica migliaia di aziende impegnate a operare nel rispetto dell'ambiente e dei diritti delle persone, consolidando così un modello di economia sostenibile e solidale.

Progetto Plasticfree

Con il progetto PlasticFree, il Gruppo ha avviato un percorso di riduzione degli impatti ambientali legati alle attività B2C, sostituendo i tradizionali contenitori in plastica con soluzioni più ecologiche e sostenibili. Parallelamente, nelle piattaforme del fresco è stata introdotta l'adozione esclusiva di materiali conformi alla tecnologia RPC IFCO Lift Lock, certificati secondo lo standard internazionale "Cradle to Cradle", che garantisce prodotti sicuri, circolari e realizzati in modo responsabile.

Progetto MegaFree

Il progetto MegaFree ha introdotto un ampio programma di efficientamento energetico dei supermercati del Gruppo, attraverso l'adozione di tecnologie all'avanguardia per la catena del freddo, la climatizzazione, l'illuminazione, i sistemi elettrici e i dispositivi di automazione e controllo energetico dei singoli punti vendita.

Gli investimenti realizzati hanno permesso di dimezzare consumi e costi energetici, generando un risparmio stimato di circa 4,85 GWh all'anno, pari a una riduzione di circa 907 tep/anno di energia primaria e di oltre 2.400 tonnellate di CO₂ evitate annualmente.

**4,85 GWh
all'anno**

Risparmio
consumi e costi
energetici



2.400 ton.

di CO₂ evitate
annualmente

I materiali utilizzati

GRI CONTENT INDEX

301-1

303-1

I dati relativi al 2024 evidenziano come la quasi totalità dei materiali impiegati dal Gruppo sia costituita da risorse rinnovabili (99,07%), pari a circa 19,8 milioni di pezzi.

99,07%

Materiali
impiegati dal
Gruppo costituiti
da risorse
rinnovabili

La quota di materiali non rinnovabili si attesta invece allo 0,93%, corrispondente a poco meno di 188 mila pezzi, su un volume complessivo di oltre 20 milioni di pezzi utilizzati. Questa distribuzione conferma l'attenzione del Gruppo verso la scelta di soluzioni a basso impatto ambientale e la volontà di ridurre progressivamente l'incidenza dei materiali non rinnovabili, in linea con gli obiettivi di sostenibilità e di economia circolare.

150

Stazioni di
raccolta di olio
esausto presso le
filiali del gruppo

La gestione dei rifiuti rappresenta per il Gruppo un ambito strategico di responsabilità ambientale, con iniziative mirate a ridurre i rischi connessi all'errata gestione dei materiali a fine vita e a promuovere il recupero delle materie prime.

25

Stazioni di
raccolta dei
medicinali scaduti
presso le filiali del
gruppo

Già dal 2022 sono state adottate procedure specifiche di smaltimento e di riciclo, in particolare per carta e cartone, che costituiscono la principale macrocategoria di rifiuti, seguiti dai sottoprodotti di origine

animale e dalla plastica. A ciò si affiancano attività dedicate alla raccolta di rifiuti particolari come oli e pile esauste.

Nel 2023 il Gruppo ha avviato un progetto strutturato per la raccolta degli oli esausti domestici, con l'installazione di 137 stazioni di conferimento presso i punti vendita.

L'impegno è stato ulteriormente rafforzato nel 2024 con il posizionamento di 13 nuove stazioni di raccolta (per un totale di 150) e l'introduzione di un nuovo servizio per la raccolta dei medicinali scaduti, attraverso 25 stazioni dedicate.



2024

Tipologia materiale	%	Volume
Materiali non rinnovabili	0,93%	187.935 pz
Materiali rinnovabili	99,07%	19.832.940 pz
Incidenza (%)	100	20.020.875 pz

I consumi energetici

GRI CONTENT INDEX 302-1

Nel 2024 il consumo energetico complessivo del Gruppo è stato pari a 309.175.234 MJ, con un incremento del +4% rispetto ai 297.236.991 MJ del 2023.

L'aumento, riconducibile alla crescita dimensionale dell'organizzazione, è stato accompagnato da un miglioramento notevole nell'utilizzo delle fonti energetiche, a conferma dell'efficacia delle politiche di efficientamento intraprese.

In particolare, due indicatori di performance hanno registrato progressi significativi: il consumo di energia destinata al riscaldamento si è ridotto dell'8%, mentre l'autoconsumo di energia elettrica prodotta da impianti fotovoltaici è cresciuto del 16%, passando da 3,48 milioni di kWh nel 2023 a oltre 4,04 milioni di kWh nel 2024.

Per quanto riguarda le tipologie di fonti energetiche utilizzate, l'energia elettrica da rete rimane la componente prevalente, ma il percorso avviato ha consentito di ridurre la dipendenza dai combustibili fossili, che sono passati da 87.228 Sm³ nel 2023 a 79.924 Sm³ nel 2024 (-8%).

Questi risultati confermano il contributo positivo delle strategie di efficientamento energetico, orientate a contenere i consumi, ridurre le emissioni e rafforzare l'utilizzo di fonti rinnovabili all'interno dei processi aziendali.

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

INDICATORE	2024	2023	2024	2023
	kWh		MJ	
Consumo di elettricità da rete	77.493.203	74.882.301	278.975.531	269.576.284
Consumo di elettricità da fonte rinnovabile (FV)	4.044.805	3.481.868	14.561.299	12.534.725
Vendita energia elettrica (Immissione FV)	196.901	78.303	708.844	281.891
	Sm3		MJ	
Consumo di gas naturale per il riscaldamento	79.924	87.228	2.844.016	3.092.843
	litri		MJ	
Gasolio	323.482	303.343	11.649.647	10.924.384
GPL	467	160	11.992	4.107
benzina super	35.493	34.612	1.132.749	1.104.648

Le emissioni

GRI CONTENT INDEX

305-1

305-2

305-3

305-5

Nel biennio 2023–2024 il Gruppo ha avviato un percorso strutturato di analisi e monitoraggio delle emissioni, traducendo i consumi energetici in indicatori di performance riferiti agli Scope 1 e Scope 2.

L'attività, a carattere sperimentale, ha permesso di ottenere una prima approssimazione del contributo dell'organizzazione alla lotta contro il cambiamento climatico. Nel complesso, i dati evidenziano una riduzione delle emissioni pari all'11% rispetto all'anno

precedente, risultato che conferma l'efficacia delle politiche di efficientamento energetico introdotte. Tuttavia, lo Scope 1 ha registrato un lieve incremento (+4%) dovuto all'aumento dei consumi di carburante, mentre lo Scope 2 ha segnato un calo significativo (–12%) grazie all'aumento dell'autoconsumo da fonti rinnovabili e a una gestione più efficiente dei consumi elettrici. Lo Scope 3, relativo ai carburanti impiegati da trasportatori terzi esterni al Gruppo, non è stato al momento oggetto di quantificazione.

FONTE ANALIZZATA	EMISSIONI CO ₂ [t CO ₂]							
	2024				2023			
	scope 1	scope 2	scope 3	TOT	scope 1	scope 2	scope 3	TOT
Energia elettrica *	0,0	15.413,4	0,0	15.413,4	0,0	17.574,9	0,0	17.574,9
Gas naturale	161,4	0,0	0,0	161,4	174,8	0,0	0,0	174,8
Gasolio	861,1	0,0	0,0	861,1	807,5	0,0	0,0	807,5
GPL	0,8	0,0	0,0	0,8	0,3	0,0	0,0	0,3
Benzina	78,6	0,0	0,0	78,6	76,7	0,0	0,0	76,7
Totale	1.101,9	15.413,4	0,0	16.515,3	1.059,2	17.574,9	0,0	18.634,1

*solo consumi di energia elettrica prelevata da rete

FONTE ANALIZZATA	VARIAZIONI 2024 VS 2023							
	SCOPE 1		SCOPE 2		SCOPE 3		TOT	
	t CO ₂	%	t CO ₂	%	t CO ₂	%	t CO ₂	%
Energia elettrica *	0	n.d.	–2.161	–12%	0	n.d.	–2.161	–12%
Gas naturale	–13	–8%	0	n.d.	0	n.d.	–13	–8%
Gasolio	54	7%	0	n.d.	0	n.d.	54	7%
GPL	1	192%	0	n.d.	0	n.d.	1	192%
Benzina	2	3%	0	n.d.	0	n.d.	2	3%
Totale	43	4%	–2.161	–12%	0	n.d.	–2.119	–11%

*solo consumi di energia elettrica prelevata da rete

Il Gruppo ha consolidato nel biennio 2023-2024 una serie di iniziative di efficientamento energetico finalizzate alla riduzione delle emissioni di CO₂ generate dai punti vendita.

In particolare, gli interventi hanno riguardato la riqualificazione strutturale dei supermercati, con l'obiettivo di incrementare l'efficienza energetica e sostituire i sistemi di riscaldamento alimentati da combustibili fossili con pompe di calore elettriche.

Parallelamente è proseguita l'implementazione di impianti fotovoltaici a supporto dell'autoproduzione di energia rinnovabile.

Gli effetti di tali interventi si sono tradotti in una significativa riduzione delle emissioni di gas climalteranti (GHG).

Nel 2023 il valore stimato delle emissioni evitate si è attestato a circa 3.268 tCO₂ considerando il fotovoltaico e tutti i punti vendita ristrutturati dal 2019 al 2023; mentre la sola quota attribuibile ai cinque punti vendita riqualificati nel 2023 è stata pari a 1.359 tCO₂.

Nel 2024 le emissioni evitate ammontano a circa 2.765 tCO₂ (incluso il fotovoltaico e tutti i punti vendita ristrutturati dal 2019 al 2024), con un contributo specifico dei quattro punti vendita riqualificati nel 2024 pari a 678 tCO₂.

	DESCRIZIONE INTERVENTI	EMISSIONI EVITATE (tCO ₂)
ANNO 2024	RIQUALIFICAZIONE PUNTI VENDITA (4 NEL 2024)	2.765 Totale
	+ FOTOVOLTAICO SU RETE COMPLESSIVA	678 solo PdV ristrutturati nel corso del 2024
ANNO 2023	RIQUALIFICAZIONE PUNTI VENDITA (5 NEL 2023)	3.268 Totale
	+ FOTOVOLTAICO SU RETE COMPLESSIVA	1.359 solo PdV ristrutturati nel corso del 2023

La gestione dei rifiuti

GRI CONTENT INDEX

306-1

306-2

306-3

306-4

306-5

La gestione dei processi di waste management avviene nel rispetto dei più elevati standard ambientali e operativi.

A tal proposito, il Gruppo ha introdotto una procedura di risk assessment di tipo input-output, finalizzata a mappare le principali fonti di rischio connesse a una gestione non corretta dei rifiuti e all'eventuale inadeguatezza dei processi adottati dai fornitori. Per entrambe le aree di rischio sono stati definiti strumenti di prevenzione mirati, sintetizzabili prevalentemente in: a) investimenti in formazione del personale e b) adozione di procedure di audit sui fornitori.



Tra le principali attività, si segnalano:

- attività di formazione nei punti vendita con l'obiettivo di sensibilizzare gli addetti sulle corrette pratiche di raccolta differenziata, favorendo comportamenti uniformi e responsabili;
- audit documentale preventivo su soggetti autorizzati alla raccolta di rifiuti (sia nei negozi che nei centri distribuzione), prima dell'inserimento degli stessi nel parco fornitori;
- monitoraggio costante e tracciabilità dei flussi; i dati relativi ai quantitativi raccolti vengono trasmessi mensilmente dai raccoglitori autorizzati e gestiti attraverso report dedicati.

IMPATTI	TIPOLOGIA (POTENZIALI/ ATTUALI)	FATTORI DI INPUT	FATTORI DI OUTPUT	AMBITO
Reati Ambientali	Potenziali	Errata Gestione Rifiuti	Formazione Personale	Punti vendita e centri distribuzione
Reati Ambientali	Potenziali	Errata Qualifica Fornitori	Audit Fornitori	Punti vendita e centri distribuzione

Nel corso del 2024 il Gruppo Megamark ha ampliato le proprie iniziative di raccolta differenziata a servizio della clientela, installando nuove stazioni dedicate al conferimento degli oli esausti domestici e posizionando 25 contenitori per la raccolta dei medicinali scaduti presso le proprie filiali.

L'analisi dei dati 2024 relativi alla gestione dei rifiuti evidenzia un volume complessivo

pari a circa 9,5 milioni di kg, costituito in prevalenza da imballaggi in carta e cartone (oltre 6,9 milioni di kg), seguiti da imballaggi misti (1,3 milioni di kg) e imballaggi in plastica (circa 619 mila kg).

Le tre categorie rappresentano oltre il 90% del totale, a conferma della centralità dei materiali da imballaggio nella catena distributiva del Gruppo.

SCARTI DI ORIGINE ANIMALE (SOA)

MEGAGEST S.R.L.	MEDIA DIS S.R.L.	RICCARDI S.R.L.	PERIMETRO SUD S.R.L.	MIDA 3 S.R.L.	MEGAMARK S.R.L.	TOTALE
493.131	163.407	95.952	31.336			783.826
209.395			74.735		2.021	286.151
			56.813	187.047		243.860
			16.000	69.941.714		85.942
				136.430		136.430
TOTALE						1.536.209

OLI ESAUSTI

MEGAGEST S.R.L.	MEDIA DIS S.R.L.	RICCARDI S.R.L.	PERIMETRO SUD S.R.L.	MIDA 3 S.R.L.	MEGAMARK S.R.L.	TOTALE
5.089			1.265			6.354
13.075	1.370	80	480			15.005
			105	4.875	0	4.980
				1.030		1.030
			3.130	1.250		4.380
TOTALE						31.749

BATTERIE

MEGAGEST S.R.L.	MEDIA DIS S.R.L.	RICCARDI S.R.L.	PERIMETRO SUD S.R.L.	MIDA 3 S.R.L.	TOTALE (Kg)
5.127	1.430	139	1.419	460	8.575
TOTALE					8.575

La quota restante è costituita da rifiuti metallici (ferro e acciaio, 20,8 mila kg), legno (48,1 mila kg), apparecchiature elettriche ed elettroniche fuori uso, vetro e rifiuti ingombranti, mentre risultano residuali i quantitativi di rifiuti pericolosi, come batterie al piombo (200 kg), apparecchiature contenenti componenti pericolosi (52 kg) e tubi fluorescenti contenenti mercurio (17 kg).

Infine, le società del Gruppo Mida 3 S.r.l., Perimetro Sud S.r.l., Megagest S.r.l. e la controllata Riccardi S.r.l. hanno attivato

una collaborazione con una realtà specializzata nella raccolta, trasporto, smaltimento e recupero di rifiuti speciali, tra cui gli oli vegetali esausti. L'accordo prevede l'installazione e la manutenzione delle stazioni di raccolta presso gli esercizi commerciali, grazie anche al supporto tecnico di un partner incaricato della fornitura e gestione dei contenitori. L'iniziativa, avviata nelle società del Gruppo, è stata progressivamente estesa anche alle affiliate della rete, rafforzando così il presidio ambientale lungo tutta la filiera.

CER	DESCRIZIONE	RIFIUTI PRODOTTI	RIFIUTI NON DESTINATI A SMALTIMENTO	RIFIUTI DESTINATI A SMALTIMENTO
02.03.04.	Scarti inutilizzabili per il consumo o la trasformazione	449.550	449.550	
15.01.01.	Imballaggi in carta e cartone	6.963.316	6.963.316	
15.01.02.	Imballaggi in plastica	618.892	618.892	
15.01.06.	Imballaggi misti	1.342.437	1.342.437	
16.02.14.	Apparecchiature elettriche ed elettroniche fuori uso	2.520	2.520	
17.04.05.	Ferro e acciaio	20.840	20.840	
20.03.07.	Rifiuti ingombranti	7.600	7.600	
15.01.03.	Imballaggi in legno	48.170	48.170	
16.02.16.	Componenti rimossi da app. Fuori uso	1.454	1.454	
17.02.02.	Vetro	50	50	
15.01.07.	Imballaggi in vetro	17.380	17.380	
20.01.01.	Carta e cartone	2.030	2.030	
15.01.05.	Imballaggi in materiali composti	120	120	
16.02.13.	Apparecchiature fuori uso contenenti componenti pericolosi	52		52
16.06.01.	Batterie al piombo	200		200
17.06.03.	Materiali isolanti non pericolosi	20	20	
17.09.04.	Rifiuti misti non pericolosi	390	390	
20.01.21.	Tubi fluorescenti e altri rifiuti contenenti mercurio	17		
08.03.18.	Rifiuti di verniciature, diversi da quelli pericolosi	612		612



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 2024 – 31 dicembre 2024.

GRI utilizzato:

GRI 1 – Principi Fondamentali – versione 2021

Standard di settore pertinente:

N/A

GRI STANDARD	INFORMATIVA	PARAGRAFO	PAGINE	OMISSIONE		SDGS
				REQUISITI OMESSI	RAGIONE	
INFORMATIVE GENERALI						
GRI 2: Informative generali 2021	2-1 Dettagli organizzativi	La struttura societaria				
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Nota metodologica				
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e referente	Nota metodologica				
	2-4 Restatement delle informazioni	Nota metodologica				
	2-5 Assurance esterna	Nota metodologica				
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti commerciali	La catena del valore I canali di vendita del Gruppo				
	2-7 Dipendenti	I collaboratori				8, 10
	2-8 Lavoratori non dipendenti	I collaboratori				8
	2-9 Struttura e composizione della governance	Il consiglio di amministrazione				5,16
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	Il consiglio di amministrazione				5,16
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	Il consiglio di amministrazione				16
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	Il consiglio di amministrazione				16
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti			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 team di progetto				

GRI STANDARD	INFORMATIVA	PARAGRAFO	PAGINE	OMISSIONE			SDGS
				REQUISITI OMESSI	RAGIONE	SPIEGAZIONE	
GRI 2: Informative generali 2021	2-15 Conflitti d'interesse	Corporate Governance					16
	2-16 Comunicazione delle criticità	La digitalizzazione dei processi					
	2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo				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				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	Corporate Governance					
	2-20 Procedura di determinazione della retribuzione	Corporate Governance					
	2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale				Vincoli di riservatezza	L'informazione è sottoposta a vincoli di riservatezza	
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli stakeholder					
	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.	16
	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.	
	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 digitalizzazione dei processi					16
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	Il Quality Management					
	2-28 Appartenenza ad associazioni	La rete commerciale					

GRI STANDARD	INFORMATIVA	PARAGRAFO	PAGINE	OMISSIONE		SDGS
				REQUISITI OMESSI	RAGIONE	SPIEGAZIONE
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	La comunicazione aziendale				
	2-30 Contratti collettivi	I nostri collaboratori				
TEMI MATERIALI						
GRI 3: Temi materiali 2021	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	Analisi di materialità				
	3-2 Elenco di temi materiali	Analisi di materialità				
Tema materiale n.1: Cambiamento climatico						
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità				
GRI 305: Emissioni 2016	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	Le emissioni				3,12,13, 14,15
GRI 305: Emissioni 2016	305-2 Emissioni indirette (Scope 2) di gas a effetto serra (GHG)	Le emissioni				3,12,13, 14,15
GRI 305: Emissioni 2016	305-3 Altre emissioni indirette (Scope 3) di gas a effetto serra (GHG)	Le emissioni				3,12,13, 14,15
GRI 305: Emissioni 2016	305-5 Riduzione delle emissioni di GHG	Le emissioni				
Tema materiale n.2: Gestione dell'energia						
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità				
GRI 302: Energia	302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione	I consumi energetici				7,8,12, 13
GRI 302: Energia	302-4 Riduzione del consumo di energia	I consumi energetici				7,8,12, 13
Tema materiale n.3 Packaging sostenibile						
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità				
GRI 301: Materiali	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	I materiali utilizzati		Informazioni non disponibili/incomplete	Il Gruppo si impegna a fornire il dato comparativo a partire dall'esercizio 2025	8,12
GRI 301: Materiali	301-3 Prodotti recuperati e i relativi materiali di confezionamento	I materiali utilizzati				8,12
Tema materiale n.4: Riduzione degli sprechi alimentari						
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità				
GRI 306: Rifiuti 2020	306-1 Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	La gestione dei rifiuti				3,6,11, 12
GRI 306: Rifiuti 2020	306-2 Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	La gestione dei rifiuti				3,6,8, 11,12
GRI 306: Rifiuti 2020	306-3 Rifiuti prodotti	La gestione dei rifiuti				
GRI 306: Rifiuti 2020	306-4 Rifiuti non destinati a smaltimento	La gestione dei rifiuti				
GRI 306: Rifiuti 2020	306-5 Rifiuti destinati allo smaltimento	La gestione dei rifiuti				

GRI STANDARD	INFORMATIVA	PARAGRAFO	PAGINE	OMISSIONE			SDGS
				REQUISITI OMESSI	RAGIONE	SPIEGAZIONE	
Tema materiale n.5: Gestione responsabile dell'acqua							
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità					
GRI 303: Acqua e scarichi idrici 2018	303-1 Interazioni con l'acqua come risorsa condivisa	Il contributo del Gruppo alla società civile		Informazioni non disponibili/incomplete	Il monitoraggio dell'indicatore è limitato alle sole attività riconducibili al progetto Regusto.	6	
Tema non materiale n.6: Biodiversità							
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità					
GRI 101: Biodiversità 2024	101-2 Gestione degli impatti della biodiversità	Il contributo all'ambiente		Informazioni non disponibili/incomplete	Il Gruppo si impegna ad ampliare la portata informativa dell'indicatore nel corso dell'esercizio 2025	13, 14, 15	
Tema materiale n.7: Sostenibilità della catena di fornitura							
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità					
GRI 204: Pratiche di approvvigionamento 2016	204-1 Proporzione di spesa verso fornitori locali	L'impatto sull'economia locale					
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori 2016	308-1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	L'impatto sull'economia locale					
Tema materiale n.8: Salute e sicurezza dei lavoratori							
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità					
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Salute e sicurezza dei lavoratori				8	
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-2 Identificazione del pericolo, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti	Salute e sicurezza dei lavoratori				8	
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-3 Servizi per la salute professionale	Salute e sicurezza dei lavoratori				8	
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	Salute e sicurezza dei lavoratori				8, 16	
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-5 Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	Salute e sicurezza dei lavoratori				8	
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	Salute e sicurezza dei lavoratori				3	
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	Salute e sicurezza dei lavoratori				8	

GRI STANDARD	INFORMATIVA	PARAGRAFO	PAGINE	OMISSIONE		SDGS
				REQUISITI OMESSI	RAGIONE	SPIEGAZIONE
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-8 Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Salute e sicurezza dei lavoratori				8
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-9 Infortuni sul lavoro	Salute e sicurezza dei lavoratori				8, 16
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-10 Malattie professionali	Salute e sicurezza dei lavoratori				3,8, 16

Tema non materiale n. 9: Formazione e valorizzazione del capitale umano

GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità				
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	Lo sviluppo del capitale umano				4,5,8, 10
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	Lo sviluppo del capitale umano				
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	Lo sviluppo del capitale umano/ Il benessere aziendale e l'equilibrio vita-lavoro				

Tema non materiale n. 10: Diversità, inclusione e benessere

GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità				
GRI 401: Occupazione 2016	401-1 Assunzioni di nuovi dipendenti e turnover dei dipendenti	I nostri collaboratori				5,8,10
GRI 401: Occupazione 2016	401-2 Vantaggi forniti ai dipendenti a tempo pieno non forniti a dipendenti temporanei o part-time	Il benessere aziendale e l'equilibrio vita-lavoro				3,5,8
GRI 401: Occupazione 2016	401-3 Congedo parentale	Il benessere aziendale e l'equilibrio vita-lavoro				5,8
GRI 402: Gestione del lavoro e delle relazioni sindacali 2016	402-1 Periodi minimi di preavviso in merito ai cambiamenti operativi					8
GRI 405: Diversità e pari opportunità	405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	I nostri collaboratori				5,8

Tema non materiale n. 11: Governance e gestione dei rischi

GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità				
GRI 201: Prestazioni economiche 2016	201-4 Assistenza finanziaria ricevuta dal governo	Il Tax Management				

GRI STANDARD	INFORMATIVA	PARAGRAFO	PAGINE	OMISSIONE		SDGS
				REQUISITI OMESSI	RAGIONE	SPIEGAZIONE
GRI 207: Imposte 2019	207-1 Approccio alla fiscalità	Il Tax Management				1,10,17
GRI 418: Privacy dei clienti 2016	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	La digitalizzazione dei processi	Nel corso del 2024 non si sono verificati casi di data breach			16
Tema non materiale n. 12: Sostegno a comunità e territorio						
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità				
GRI 413: Comunità locali 2016	413-1 Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	L'impatto sull'economia locale				
GRI 413: Comunità locali 2016	413-2 Attività con impatti negativi, potenziali e attuali significativi sulle comunità locali	L'impatto sull'economia locale				
Tema materiale n.13: Etica e legalità nel business						
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità				
GRI 201: Prestazioni economiche 2016	201-1 Valore economico diretto generato e distribuito	La creazione di valore ESG				8,9
GRI 203: Impatti economici indiretti 2016	203-1 Gli investimenti in sostenibilità	Le politiche di investimento				5,9,11
Tema materiale n.14: Qualità, innovazione e sicurezza dei prodotti						
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità				
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti	416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e la sicurezza di categorie di prodotti e servizi	Il Quality Management				
GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016	417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	Il Quality Management				

Relazione del revisore indipendente sull'Integrated Annual Report 2024

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 2024.

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

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 "Capitale finanziario" dell'Integrated Annual Report e i dati e le informazioni incluse nel bilancio consolidato del Gruppo al 31/12/24;
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;
- c. per la sede di Trani, che ho selezionato sulla base delle attività, del contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della ubicazione, ho effettuato riunioni in presenza e da remoto nel corso delle quali ho avuto modo di approfondire taluni aspetti relativi alla gestione del Gruppo.

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 2024 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, 19 Settembre 2025

Prof. Andrea Venturelli



Gruppo Megaholding S.r.l.

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

Tel. 0883.404.111

contatti@megamark.it

