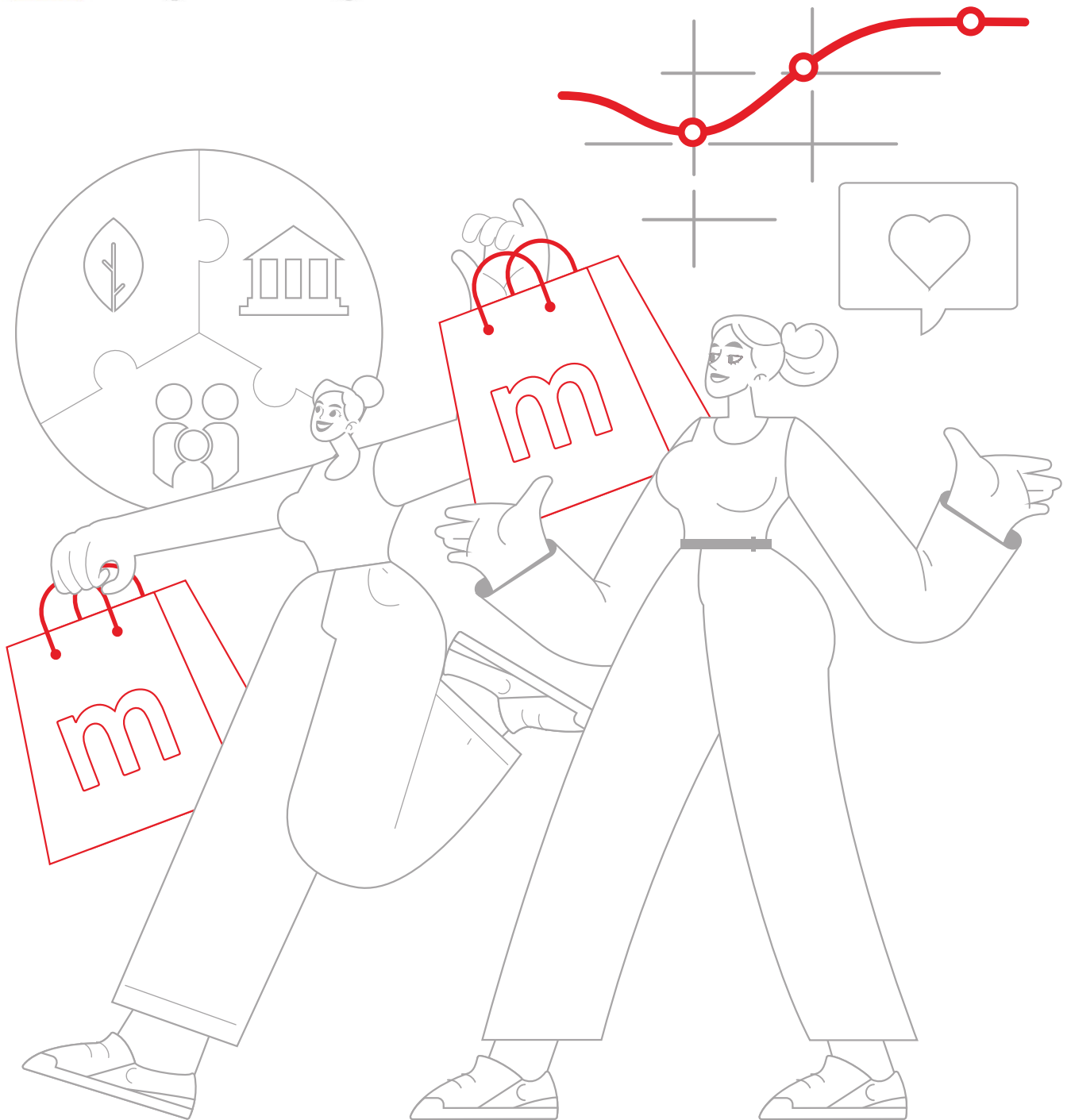


2025

Integrated Annual Report



Lettera agli stakeholder

| GRI 2-22 |

Carissimi,

presentare l'Annual Report 2025 del Gruppo Megamark significa tracciare il bilancio di un anno in cui abbiamo saputo coniugare resilienza aziendale e una visione di lungo periodo. In un contesto globale caratterizzato da instabilità e rapide trasformazioni, la nostra rete ha saputo mantenere la rotta, consolidando una leadership che ci vede oggi raggiungere una quota di mercato aggregata nelle regioni presidiate del 17,1%. Questo risultato non è solo un dato numerico, ma il riflesso della fiducia che quotidianamente i nostri clienti ripongono nel nostro modello di vicinanza e qualità.

Abbiamo scelto di pubblicare per il sesto anno consecutivo in forma volontaria il nostro Annual Report per condividere con i nostri stakeholder interni ed esterni i cambiamenti che avvengono nella nostra azienda.

Oggi più che mai ritengo che il nostro settore debba accelerare il proprio percorso verso la sostenibilità. In un contesto complesso, è proprio la chiarezza della visione e la capacità di investire nel lungo periodo a fare la differenza. La sostenibilità, insieme alla creatività e alla tecnologia, rappresenta lo strumento attraverso cui anticipare il cambiamento e affrontare le sfide future.

Il 2025 è stato un anno di consolidamento strategico. Abbiamo superato i 500 punti vendita, ma la crescita non si è misurata solo in termini numerici. Abbiamo investito in maniera importante nell'innovazione tecnologica; introducendo strumenti fondamentali per rendere più efficienti le operazioni, ridurre gli sprechi e proteggere concretamente il potere d'acquisto delle famiglie, in linea con la nostra filosofia di tutela del consumatore. Un ruolo centrale è stato giocato dalla nostra Marca del Distributore (MDD) che, grazie alla solida sinergia con Selex, ci ha permesso di offrire ai nostri clienti prodotti esclusivi ad alto valore, garantendo al contempo una redditività superiore e una fedeltà al marchio sempre più marcata.

In questo percorso di evoluzione, il Piano ESG rappresenta oggi il nostro passo verso una programmazione a medio termine; uno strumento strategico dinamico che coordinerà ogni nostra decisione. Tre sono i pilastri e le linee d'azione su cui si concretizzerà la nostra operatività: **ambiente** che si concentrerà sulle aree più sfidanti della catena del valore affrontando i temi dello spreco alimentare, della gestione dei rifiuti, della riduzione delle emissioni, dell'efficientamento energetico tramite energie rinnovabili; la **valorizzazione del capitale umano**, pilastro portante della nostra crescita, promuovendo welfare, formazione, salute e sicurezza dei collaboratori e il sostegno alle comunità e la **Governance** per blindare la stabilità e la reputazione del Gruppo.

La nostra ambizione è chiara: fare in modo che la sostenibilità guidi l'innovazione e la performance, contribuendo non solo alla conformità normativa ma anche a un impatto concreto sul business e alla sua competitività nel tempo.



Siamo particolarmente orgogliosi di sottolineare come questo impegno verso l'innovazione e la governance responsabile abbia trovato, a giugno del 2026, un riconoscimento di altissimo profilo che si è concretizzato nella Laurea Honoris Causa in "Innovazione, Governance e Sostenibilità" che mi è stata conferita dall'Ateneo di Bari. Questo prestigioso traguardo non premia solo me, non premia solo l'imprenditore, ma certifica la validità di un modello che mette la sostenibilità e la visione sistemica al centro del nostro fare impresa. Per noi questa non è soltanto una scelta, ma la direzione che abbiamo tracciato e che continueremo a seguire con coerenza e coraggio.

È la conferma che la strada tracciata – fatta di rigore etico e lungimiranza – è quella corretta per affrontare le sfide del futuro.

In questo percorso, la Fondazione Megamark resta il segno della nostra vicinanza alle comunità, un presidio di solidarietà che integra il nostro operato quotidiano, da sempre il cuore pulsante del nostro Gruppo. Guardiamo al futuro con la consapevolezza di essere custodi di un valore che intendiamo generare in modo durevole, per il territorio e per l'ambiente che ci circonda.


Presidente del Consiglio di Amministrazione
Cavaliere del Lavoro Giovanni Pomarico

Nota metodologica

| GRI 2-2 | | GRI 2-3 | | GRI 2-4 | | GRI 2-5 |

Lo standard di rendicontazione

Il 2025 è stato un anno caratterizzato da rilevanti novità in tema di reporting di sostenibilità. A pochi mesi dall'approvazione della CSRD, il dibattito europeo si è concentrato sulla necessità di semplificare gli obblighi informativi previsti dalla normativa al fine di ridurre gli adempimenti per le imprese. In tale contesto, un ruolo determinante ha avuto il decreto "Omnibus I" che ha previsto una significativa riduzione del campo di applicazione della norma. Ad oggi, infatti, le soglie dimensionali originariamente previste per l'assoggettamento agli obblighi Corporate Sustainability Reporting Directive risultano superate in favore di criteri più restrittivi che prevedono un numero minimo di dipendenti pari a 1.000 ed un fatturato netto pari ad almeno 450 milioni di euro.

Tuttavia, lo shock normativo non ha avuto effetti per il Gruppo Megamark che, come noto, presenta soglie dimensionali rientranti nei nuovi parametri del pacchetto Omnibus. Conseguentemente, il Gruppo rientrerà nel corso dei prossimi anni all'interno del perimetro delle imprese soggette ai futuri obblighi di rendicontazione di sostenibilità. L'evoluzione normativa non modifica la direzione intrapresa da Megamark, ma ne rafforza la portata strategica. La sostenibilità non viene interpretata esclusivamente come un adempimento di compliance, bensì come parte integrante del modello di business e della capacità del Gruppo di creare valore condiviso per collaboratori, clienti, fornitori, comunità locali e territori serviti.

In questa prospettiva, l'Integrated Annual Report 2025 rappresenta uno strumento di continuità e consolidamento, attraverso il quale il Gruppo formalizza il proprio impegno verso una gestione responsabile, trasparente e orientata al lungo periodo.

Nell'attesa dell'ormai prossima pubblicazione della versione semplificata degli standard ESRS, il Gruppo ha scelto di proseguire il proprio percorso di rendicontazione in conformità con i [GRI Standards \(2021\)](#). Il ricorso al GRI permetterà di facilitare la convergenza verso i futuri standard di rendicontazione in corso di pubblicazione da parte dell'EFRAG. Sin dagli albori del progetto CSRD il GRI ha preso parte attivamente al percorso normativo, con particolare riferimento ai processi relativi alla pubblicazione di strumenti in grado di favorire l'[interoperabilità](#) tra standard.



Il processo di rendicontazione

La selezione degli indicatori è stata definita a valle dell'attività di materiality assessment e di IRO Analysis svolta nel corso del primo semestre 2025. Tale percorso ha rappresentato un importante momento di confronto interno ed esterno, per definire i temi più rilevanti per il Gruppo e per i suoi stakeholder.

La raccolta delle informazioni è stata strutturata attraverso l'individuazione di specifici data owner interni, responsabili del presidio e della trasmissione dei dati di competenza. Le informazioni raccolte sono state successivamente oggetto di raccordo, verifica e validazione da parte del team di progetto, al fine di garantirne coerenza, completezza e tracciabilità.

La costruzione degli indicatori è stata effettuata in conformità alle linee guida dei GRI Standards 2021, privilegiando, ove possibile, dati puntuali e misurazioni direttamente rilevabili. Il ricorso a stime e assunzioni è stato limitato ai soli casi in cui non fosse possibile disporre di rilevazioni periodiche o dati oggettivi.

Il processo descritto ha inoltre beneficiato della progressiva digitalizzazione delle schede di raccolta dati, che ha contribuito a rendere più efficiente, ordinata e verificabile la gestione delle informazioni non finanziarie. Inoltre, al fine di garantire una migliore verificabilità del processo, è stato previsto un data repository avente lo scopo di raccogliere in maniera sistematica le informazioni prodotte da parte dei data owner.

Il perimetro di rendicontazione

Il perimetro di rendicontazione coincide con quello delle società rientranti nel bilancio consolidato del Gruppo. In alcuni casi specifici, sono stati inclusi anche i dati relativi alla Fondazione Megamark, che, pur non rientrando nel perimetro del bilancio consolidato di Gruppo, rappresenta un attore chiave per la valutazione dell'impatto sociale nei territori in cui il Gruppo opera.

Le informazioni contenute nel Report Integrato fanno riferimento all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2025, 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 2026.

Il team di lavoro

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 sono a cura di CSR Value srl. Per commenti o suggerimenti relativi ai contenuti del presente documento, è possibile scrivere a: contatti@megamark.it.



Analisi di materialità

Il percorso

Il sistema di rendicontazione adottato dal Gruppo si contraddistingue per la continua ricerca di elementi di innovazione in grado di favorire una migliore rappresentazione dei temi materiali maggiormente rilevanti. Sin dalla sua prima edizione, l'Integrated Annual Report di Megamark ha previsto una logica di analisi avente lo scopo di coniugare i fabbisogni espressi da parte della struttura societaria e gli stimoli esterni provenienti dagli stakeholder.

Nel corso dell'ultimo biennio, il report di Megamark ha subito profondi mutamenti dovuti agli effetti della CSRD. Il concetto di materialità proposto dal legislatore comunitario prevede l'introduzione di una logica di tipo integrata avente lo scopo di rappresentare in maniera chiara e puntuale i principali impatti, rischi ed opportunità (IRO) generati dai soggetti rientranti nel perimetro di applicazione della norma. In tal senso, tenuto conto di quanto emerso dagli emendamenti successivi all'emanazione del pacchetto Omnibus I, il Gruppo ha scelto di anticipare tali effetti attraverso l'early adoption di un approccio metodologico incentrato sulla doppia materialità.



La transizione verso una logica di doppia materialità è stata favorita dalla expertise maturata dal Gruppo nell'ambito dell'impact materiality. Sin dal 2020, infatti, l'Integrated Annual Report del Gruppo Megamark ha implementato lo standard emanato dal [Global Reporting Initiative](#), ovvero uno dei principali player coinvolti nel processo di standardizzazione condotto da parte dell'EFRAG.

La doppia materialità

L'attuazione della doppia materialità è avvenuta utilizzando un protocollo di analisi conforme con il [GRI 3: Temi materiali 2021](#).



Le linee guida internazionali prevedono, infatti, una logica di analisi fondata su 4 fasi complementari, ovvero:

- Fase 1. Comprensione del contesto dell'organizzazione
- Fase 2. Individuazione di impatti effettivi e potenziali
- Fase 3. Valutazione della significatività degli impatti
- Fase 4. Prioritizzazione degli impatti più importanti per la rendicontazione

Di seguito, si riportano gli output delle attività realizzate.

Fase 1. Comprensione del contesto dell'organizzazione

Il Gruppo opera all'interno di un settore merceologico che si contraddistingue per la coesistenza di elementi di sostenibilità, di processo e di prodotto. Le attività di business permettono di contribuire allo sviluppo sostenibile dei territori sia attraverso l'attuazione di buone pratiche e processi virtuosi che mediante le scelte commerciali mirate. Al contempo, eventuali criticità possono determinare esternalità negative sul territorio. Al fine di individuare in maniera analitica i temi più rilevanti per il Gruppo e per i suoi stakeholder, si è scelto di condurre opportuni approfondimenti mediante la consultazione di report settoriali, pubblicazioni scientifiche ed analisi di scenario. Tale scelta trova ulteriore motivazione nell'assenza di uno standard settoriale di rendicontazione.

Fase 2: Individuazione di impatti effettivi e potenziali

La definizione degli impatti effettivi e potenziali è avvenuta mediante l'organizzazione di focus group e momenti di board induction. Tali momenti di confronto hanno permesso di giungere a una nuova mappatura degli impatti che ne vede la presenza di 32 (di cui 18 negativi e 14 positivi, 22 effettivi e 10 potenziali), a fronte dei 25 considerati nell'edizione dell'IAR 2024. A tali impatti sono stati associati 16 temi ESG (6 ambientali, 4 sociali e 6 di governance), ovvero 2 in più rispetto all'esercizio precedente. Tale integrazione è emersa dalla ridefinizione strategica di alcune progettualità che il Gruppo sta portando avanti su tematiche quali gestione dati, digital transformation e cyber security.

TEMA ESG	IMPATTO	NEGATIVO/ POSITIVO	EFFETTIVO/ POTENZIALE
Cambiamento climatico	Cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas effetto serra prodotte dall'azienda	-	✓
	Cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas effetto serra prodotte nella logistica in entrata e in uscita	-	✓
	Efficientamento dei processi produttivi attraverso il ricorso a soluzioni di tipo "green"	+	✓
Gestione dell'energia	Intensità del consumo energetico e bassa quota di energia da fonti rinnovabili	+	?
Packaging sostenibile	Design del packaging di prodotti a marchio proprio	-	?
	Packaging sostenibile di prodotti nei punti vendita	+	✓
Riduzione degli sprechi alimentari e gestione dei rifiuti	Eccedenze alimentari relative alla catena del valore	-	?
	Incremento del volume di rifiuti relativi a prodotti (alimentari e non) dei punti vendita	-	✓
	Gestione dei rifiuti dentro e fuori i punti vendita	+	✓
Gestione responsabile dell'acqua	Mancato recupero di acque meteoriche	-	?
	Consumo di acqua presso la sede aziendale e i relativi punti vendita	+	✓
Biodiversità	Iniziative in tema di biodiversità alimentare	-	✓
	Impatto antropico generato dai punti vendita	-	✓

IMPATTO POSITIVO
 IMPATTO NEGATIVO
 IMPATTO EFFETTIVO
 IMPATTO POTENZIALE

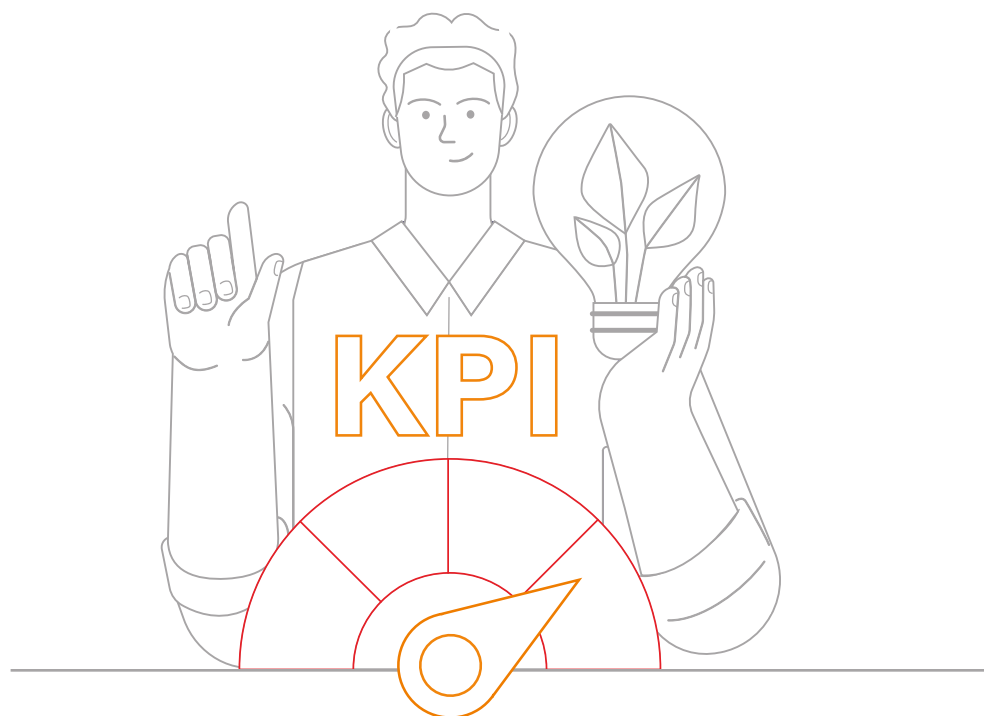
TEMA ESG	IMPATTO	NEGATIVO/ POSITIVO	EFFETTIVO/ POTENZIALE
Sostenibilità nella catena del valore	Sistema di tracciabilità della catena di fornitura dei prodotti bio	+	✓
	Sistema di qualifica e valutazione dei fornitori in base a criteri sociali ed ambientali	-	✓
	Educazione alimentare e comportamenti responsabili per il consumatore	+	✓
Salute e sicurezza dei lavoratori	Salute e sicurezza dei lavoratori presso i punti vendita di proprietà	-	?
	Salute e sicurezza dei lavoratori presso i punti vendita degli affiliati	-	?
Formazione e valorizzazione del capitale umano	Attività di formazione continua e interdisciplinare	+	✓
Diversità, inclusione e benessere	Progetti di welfare aziendale pensati per l'intera popolazione aziendale	+	✓
	Sistemi di incentivazione per la rete vendita e il personale degli uffici aziendali	+	✓
	Politiche e sistemi di audit per la promozione e il mantenimento della diversità, inclusione e pari opportunità nel contesto organizzativo aziendale	+	?
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	-	?
	Implementazione di un sistema efficiente di gestione dei rischi anche di tipo ESG	-	?
Gestione dati, digital transformation e cybersecurity	Data governance, raccolta e sistematizzazione dei dati	-	✓
	Privacy e sicurezza del dato	-	✓
Sostegno a comunità e territorio	Legittimazione sociale e reputazionale legate ad iniziative di impatto per comunità locale e territorio	+	✓
Etica e legalità nel business	Episodi di corruzione, concussione e conflitti di interesse con possibili impatti sul business e sulla reputation	-	?
Qualità e sicurezza dei prodotti	Qualità nutrizionale del prodotto	+	✓
	Esposizione a rischi in materia di food security per i punti vendita di proprietà	-	✓
	Esposizione a rischi in materia di food security per i punti vendita affiliati	-	✓
Innovazione di processo	Innovazione di processo e utilizzo responsabile delle tecnologie abilitanti	+	✓
IMPATTO POSITIVO IMPATTO NEGATIVO IMPATTO EFFETTIVO IMPATTO POTENZIALE			

L'ampliamento della portata informativa del report associata all'inserimento di nuovi temi ESG e relativi impatti ha beneficiato delle attività finalizzate alla creazione di un piano di sostenibilità coerente con la strategia ESG in fase di implementazione. Le attività preliminari condotte dal team di progetto hanno permesso, infatti, di definire un sistema di analisi in grado di mappare le relazioni tra i temi materiali del Gruppo e le oltre 250 attività. Al contempo, il modello ha contribuito positivamente al potenziamento di un sistema di analisi di tipo risk-based.

Il processo di materialità ha definito, a integrazione dei precedenti impatti, i seguenti punti: gestione dei rifiuti dentro e fuori i punti vendita, educazione alimentare e ai comportamenti responsabili dei consumatori, salute e sicurezza dei lavoratori presso i punti vendita degli affiliati, governance dei dati, privacy e sicurezza delle informazioni, rischi connessi alla food security e innovazione responsabile dei processi e delle tecnologie abilitanti.

TEMA ESG	IMPATTO	MOTIVAZIONE
Riduzione degli sprechi alimentari e gestione dei rifiuti	Gestione dei rifiuti dentro e fuori i punti vendita	Una gestione inefficace può aumentare i costi operativi, ridurre l'efficienza dei punti vendita e generare impatti ambientali negativi, anche nelle aree esterne ai negozi, come parcheggi, aree di carico/scarico e spazi comuni.
Biodiversità	Educazione alimentare e comportamenti responsabili per il consumatore	I canali commerciali del Gruppo rappresentano un punto di contatto diretto con i consumatori e possono influenzare le scelte di acquisto, promuovendo stili alimentari più sani, riduzione dello spreco alimentare e consumo consapevole.
Salute e sicurezza dei lavoratori	Salute e sicurezza dei lavoratori presso i punti vendita degli affiliati	Anche nell'ambito dei punti vendita affiliati, il Gruppo può essere esposto a rischi reputazionali e gestionali se gli standard di salute e sicurezza non sono adeguatamente presidiati lungo la rete commerciale.
Gestione dati, digital transformation e cybersecurity	Data governance, raccolta e sistematizzazione dei dati	Il Gruppo gestisce una grande quantità di dati relativi a vendite, magazzino, fornitori, clienti, promozioni, logistica, consumi energetici e performance dei punti vendita. La capacità di raccogliere, organizzare e rendere affidabili questi dati è essenziale per migliorare il controllo gestionale, supportare le decisioni strategiche, monitorare gli impatti ESG e garantire coerenza informativa tra sede centrale, affiliati e punti vendita.
	Privacy e sicurezza del dato	Il Gruppo tratta dati personali e commerciali sensibili, inclusi dati dei clienti, programmi fedeltà, pagamenti elettronici, dati dei dipendenti, fornitori e affiliati. Eventuali violazioni della privacy o incidenti informatici possono generare sanzioni, perdita di fiducia, danni reputazionali e interruzioni operative.
Qualità e sicurezza dei prodotti	Esposizione a rischi in materia di food security per i punti vendita affiliati	I punti vendita affiliati possono essere esposti a rischi di interruzione delle forniture, volatilità dei prezzi, carenze di prodotti, eventi climatici estremi, crisi geopolitiche o problemi nella catena logistica.
Innovazione di processo	Innovazione di processo e utilizzo responsabile delle tecnologie abilitanti	Il Gruppo fa ampio utilizzo di tecnologie per ottimizzare logistica, gestione del magazzino, casse automatiche, analisi dei dati, e-commerce, tracciabilità e relazione con il cliente.





Fase 3. Valutazione della significatività degli impatti

Per definire la rilevanza degli impatti è stato somministrato un questionario rivolto alla valutazione della severità e probabilità di ogni singolo effetto secondo la duplice prospettiva della materialità di impatto (inside-out) e della materialità finanziaria (outside-in). Tale scelta, come anticipato in premessa, si lega alla volontà di “anticipare” i futuri effetti connessi all’ingresso del Gruppo nel perimetro di applicazione della CSRD.

Materialità di impatto

L’analisi della materialità di impatto ha visto il coinvolgimento di 13 figure apicali del Gruppo, tra cui soci, referenti della sostenibilità, top manager e rappresentanti delle funzioni aziendali più coinvolte nelle dinamiche ESG. Ciascun soggetto è stato chiamato a esprimere un giudizio sulla “rilevanza” dei 32 impatti, con particolare riferimento agli aspetti connessi alla:

- **entità**, ovvero il grado di criticità associato al mancato presidio dell’impatto;
- **portata**, ovvero l’incidenza territoriale delle esternalità associate al mancato presidio dell’impatto.

Inoltre, per i soli impatti negativi e per i soli impatti potenziali sono state previste rispettivamente le seguenti ulteriori due valutazioni:

- **irrimediabilità**, ovvero il grado di reversibilità associato alla manifestazione di un evento avverso;
- **probabilità**, ovvero la probabilità statistica associata alla manifestazione dell’evento.

La valutazione di tali aspetti è avvenuta mediante il ricorso a parametri dei questionari di valutazione di tipo quantitativo (Scala Likert-5). Al termine della somministrazione, si è proceduto con un’attività di normalizzazione dei dati che ha permesso di graduare i temi in termini di rilevanza secondo una scala che va da 1 (scarsamente rilevante) a 5 (altamente rilevante).

DIMENSIONE	PUNTEGGIO	LIVELLO	RIFERIMENTO
Entità	5	Assoluta	Le conseguenze potenziali o attuali legate alla mancata gestione dell'impatto sono critiche
	4	Alta	Le conseguenze potenziali o attuali legate alla mancata gestione dell'impatto sono molto significative
	3	Media	Le conseguenze potenziali o attuali legate alla mancata gestione dell'impatto sono significative
	2	Bassa	Le conseguenze potenziali o attuali legate alla mancata gestione dell'impatto sono poco significative
	1	Minima	Le conseguenze potenziali o attuali legate alla mancata gestione dell'impatto sono trascurabili
Portata	5	Globale = vaste aree geografiche	L'impatto riguarda vaste aree geografiche e influenza anche località distanti dalla sede dell'azienda (globale)
	4	Diffuso = aree di grandi dimensioni	L'impatto riguarda aree di grandi dimensioni (continente)
	3	Medio = ampie aree esterne	L'impatto non riguarda solo il sito ma anche ampie aree esterne anche non circostanti (stato)
	2	Concentrato = aree circostanti	L'impatto riguarda trasversalmente il sito nel suo complesso e le aree circostanti (regione)
	1	Limitato = azienda	L'impatto è limitato al perimetro aziendale (sito produttivo - uffici - lavoratori e collaboratori)
Irrimediabilità	5	Irrimediabile	L'impatto è irrimediabile
	4	Molto difficile da rimediare, a lungo termine (> 5 anni)	L'impatto è duraturo (lungo termine) e richiede elevati sforzi di mitigazione per essere rimediato
	3	Rimediabile con azioni, a medio-lungo termine (3-5 anni)	L'impatto dura nel medio-lungo termine e può essere rimediato adottando azioni di mitigazione
	2	Rimediabile con azioni, a breve-medio termine	L'impatto dura nel breve-medio termine e può essere rimediato adottando azioni di mitigazione
	1	Rimediabile e a breve termine (1 anno)	L'impatto è temporaneo e reversibile senza la necessità di azioni di mitigazione
Probabilità	5	Altamente probabile	L'impatto è estremamente probabile, con una possibilità molto elevata di accadere. (90%)
	4	Probabile	L'impatto ha una buona probabilità di verificarsi, ed è più probabile che accada. (70%)
	3	Mediamente probabile	L'impatto ha una probabilità moderata di verificarsi, con una possibilità significativa ma non predominante. (50%)
	2	Poco probabile	L'impatto ha una probabilità limitata di verificarsi, ma non è del tutto escluso. (30%)
	1	Scarsamente probabile	L'impatto ha una bassa probabilità di verificarsi, con scarse possibilità di accadere. (10%)

Materialità finanziaria

| GRI 2-14 |

Per quanto riguarda la materialità finanziaria, l'analisi ha coinvolto un ristretto numero di stakeholder. La scelta di limitare il coinvolgimento ad un numero più contenuto di referenti interni trova motivazione nella complessità di tale valutazione, che necessita dell'integrazione di competenze di tipo ESG e di tipo economico-finanziario.

Il primo step del processo di analisi è avvenuto mediante la declinazione dei rischi e delle opportunità associati agli impatti. Il passaggio da una logica di tipo "impatto" ad una di tipo "finanziario" comporta, infatti, la necessità di tradurre gli impatti derivanti da fattori ESG in impatto in termini di creazione valore del Gruppo.

La tabella che segue esplicita l'approccio IRO degli impatti ESG del Gruppo Megaholding.

TEMA ESG	IMPATTO	RISCHIO	OPPORTUNITÀ
Cambiamento climatico	Cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas effetto serra prodotte dall'azienda	Maggiori costi dovuti all'utilizzo di fonti energetiche di tipo fossile. Il tema è particolarmente rilevante dato l'ampio utilizzo di infrastrutture tecnologiche di tipo energivoro.	
	Cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas effetto serra prodotte nella logistica in entrata e in uscita	Maggiori costi dovuti alla dipendenza da operatori che ricorrono a soluzioni di trasporto di tipo non-green. Le recenti dinamiche geopolitiche hanno determinato, infatti, una forte volatilità dei prezzi relativi ai servizi di trasporto su terra.	
	Efficientamento dei processi produttivi attraverso il ricorso a soluzioni di tipo "green"		Saving di costi dovuti all'efficientamento dei punti vendita. I recenti investimenti hanno permesso di ottimizzare i costi relativi all'utilizzo di risorse energetiche
Gestione dell'energia	Intensità del consumo energetico e bassa quota di energia da fonti rinnovabili		Saving di costi dovuti all'efficientamento dei punti vendita. L'investimento in nuove infrastrutture tecnologiche ha determinato un minore utilizzo di fonti energetiche.
Packaging sostenibile	Design del packaging di prodotti a marchio proprio	Minori ricavi dovuti alla scarsa riconoscibilità del brand. Il settore della GDO risente, infatti, di una forte concorrenza dovuta alla riconoscibilità dei marchi.	
	Packaging sostenibile di prodotti nei punti vendita		Maggiori ricavi dovuti allo sviluppo di nuovi segmenti di mercato. I recenti trend del settore evidenziano come il ricorso a packaging sostenibile permetta di intercettare nuovi segmenti di consumatori.
Riduzione degli sprechi alimentari e gestione dei rifiuti	Eccedenze alimentari relative alla catena del valore	Maggiori costi dovuti allo smaltimento delle eccedenze alimentari. Lo smaltimento di tali risorse necessita, infatti, dell'implementazione di opportune procedure aventi lo scopo di garantire la piena compliance alla normativa vigente.	
	Incremento del volume di rifiuti relativi a prodotti (alimentari e non) dei punti vendita	Maggiori costi dovuti allo smaltimento dei rifiuti. Il rifiuto, oltre che ad essere una potenziale fonte di inefficienza, comporta l'avvio di un opportuno processo di smaltimento	
Riduzione degli sprechi alimentari e gestione dei rifiuti	Gestione dei rifiuti dentro e fuori i punti vendita		Saving di costi dovuti all'ottimizzazione dei sistemi di raccolta e recupero degli sprechi. In tale prospettiva, sono stati avviati progetti aventi lo scopo di minimizzare tale criticità mediante lo studio dei trend di vendita
Gestione responsabile dell'acqua	Mancato recupero di acque meteoriche	Mancato utilizzo di risorse utili all'efficientamento dei processi connessi all'utilizzo delle risorse idriche. Tali risorse possono essere impiegate, infatti, nell'ambito di processi connessi alla gestione dei punti vendita	
	Consumo di acqua presso la sede aziendale e i relativi punti vendita	Maggiori costi dovuti al sostenimento di spese connesse all'utilizzo delle risorse idriche. Tale voce di costo, seppur residuale, rappresenta una potenziale inefficienza	

TEMA ESG	IMPATTO	RISCHIO	OPPORTUNITÀ
Biodiversità	Iniziative in tema di biodiversità alimentare		Maggiori ricavi dovuti allo sviluppo di nuovi segmenti di mercato. La biodiversità si lega strettamente, infatti, allo sviluppo dei territori, oltre che a nuovi modelli alimentari. In tal senso, la ricerca di soluzioni in grado di coniugare i profili ambientali a quelli economici rappresenta una concreta strategia di sviluppo del business.
	Impatto antropico generato dai punti vendita		Maggiori ricavi dovuti al potenziamento della brand identity. Nel corso degli ultimi anni, sono state investite specifiche risorse a beneficio di alcuni dei punti vendita maggiormente rilevanti per il Gruppo.
	Sistema di tracciabilità della catena di fornitura dei prodotti bio		Minori costi dovuti al presidio dei rischi connessi alla food security. Il numero di resi di prodotti, oltre che ad essere dei costi, risultano essere, infatti, una proxy in grado di incidere negativamente sulla riconoscibilità del brand
Sostenibilità nella catena del valore	Sistema di qualifica e valutazione dei fornitori in base a criteri sociali ed ambientali	Maggiori costi dovuti all'assenza di relazioni stabili con fornitori in possesso di adeguati livelli di standard socio-ambientali. La ricerca e la selezione di fornitori comporta, infatti, costi connessi alle potenziali inefficienze dovute all'assenza di rapporti consolidati con partner strategici. Tale criticità risulta essere maggiore nell'ambito delle progettualità aventi ad oggetto le dinamiche di tipo ESG.	
	Educazione alimentare e comportamenti responsabili per il consumatore		Maggiori ricavi dovuti allo sviluppo di nuovi segmenti di mercato. Le recenti indagini di settore evidenziano come una crescente quota di consumatori dedichi specifica attenzione a tali aspetti nell'ambito dei processi decisionali di acquisto.
Salute e sicurezza dei lavoratori	Salute e sicurezza dei lavoratori presso i punti vendita di proprietà	Nei punti vendita di proprietà, il rischio (infortuni sul lavoro o malattie professionali) si evolve in una responsabilità penale ed economica diretta dei vertici aziendali, con un impatto immediato sul conto economico tramite l'innalzamento dei premi INAIL e i costi di sostituzione del personale. Operativamente, carenze nella sicurezza minano la fiducia interna e la coesione sindacale, esponendo Megamark a sanzioni interdittive (D.Lgs. 231/01) che possono compromettere la continuità operativa e la relativa immagine.	
	Salute e sicurezza dei lavoratori presso i punti vendita degli affiliati	Il rischio principale risiede in infortuni o malattie professionali che espongono Megamark a responsabilità solidale e sanzioni (ex D.Lgs. 231/01), anche per i punti vendita affiliati. Operativamente, ciò causa un aumento del turnover e dei costi di indennizzo, compromettendo la continuità del servizio e la fiducia dei consumatori nel brand.	
Formazione e valorizzazione del capitale umano	Attività di formazione continua e interdisciplinare		Saving di costi dovuti allo sviluppo di conoscenze e competenze interne. In un settore fortemente caratterizzato dalla precarietà lavorativa, la scelta di investire in formazione permette di sviluppare rapporti a medio-lungo termine incentrati sulla valorizzazione delle competenze specifiche.
Diversità, inclusione e benessere	Progetti di welfare aziendale pensati per l'intera popolazione aziendale		Saving di costi ed efficientamento dei processi dovuti alla riduzione del turnover dei dipendenti. Le recenti iniziative hanno sottolineato come le progettualità in tema di welfare permettano di fidelizzare il personale dipendente.



TEMA ESG	IMPATTO	RISCHIO	OPPORTUNITÀ
Diversità, inclusione e benessere	Sistemi di incentivazione per la rete vendita e il personale degli uffici aziendali		Maggiori ricavi derivanti dalla presenza di incentivi a beneficio del personale. La presenza di incentivi specifici riconosciuti alla rete di vendita risulta essere frequentemente associata ad una maggiore capacità di penetrazione commerciale.
	Politiche e sistemi di audit per la promozione e il mantenimento della diversità, inclusione e pari opportunità nel contesto organizzativo aziendale		Saving di costi ed efficientamento dei processi dovuti alla riduzione del turnover dei dipendenti. Il tema della D&I assume particolare rilevanza in un contesto che da sempre vede nella piena eguaglianza un valore su cui costruire il successo aziendale.
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	Maggiori costi dovuti all'incapacità di presidiare potenziali opportunità di mercato. Tali progetti si caratterizzano per un elevato grado di complessità, la cui gestione non può prescindere dalla previsione di un sistema di governance adeguato.	
Governance e gestione dei rischi	Implementazione di un sistema efficiente di gestione dei rischi anche di tipo ESG	Maggiori costi dovuti allo sviluppo di nuovi rischi. Le recenti esperienze (es. pandemia, crisi geopolitiche) hanno sottolineato come anche rischi non strettamente riferibili alla dimensione finanziaria possano incidere sulla business continuity del Gruppo	
Gestione dati, digital transformation e cybersecurity	Data governance, raccolta e sistematizzazione dei dati	Inefficienze connesse all'assenza di una cultura di data governance. In un contesto dove la digitalizzazione delle vendite assume crescente rilevanza, il mancato presidio di tali dinamiche può compromettere l'accesso a nuove opportunità di mercato.	
	Privacy e sicurezza del dato	Maggiori costi dovuti a potenziali sanzioni GDPR. Data l'ampia diffusione di sistemi di premialità a beneficio dei clienti, la corretta gestione dei dati sensibili risulta essere un rischio in grado di incidere significativamente dal punto di vista economico, oltre che reputazionale.	
Sostegno a comunità e territorio	Legittimazione sociale e reputazionale legate ad iniziative di impatto per comunità locale e territorio		Maggiori ricavi dovuti alla riconoscibilità del brand. Da sempre, il Gruppo lega il suo successo allo sviluppo dei territori in cui opera. Pertanto, il presidio dei fabbisogni delle comunità locali rappresenta una leva strategica di particolare rilievo.
Etica e legalità nel business	Episodi di corruzione, concussione e conflitti di interesse con possibili impatti sul business e sulla reputation	Maggiori costi dovuti a sanzioni e/o perdita di legittimazione. Data la necessità di operare con soggetti ed istituzioni di matrice pubblica, il verificarsi di episodi di corruzione attiva potrebbe determinare forti criticità in tema di business continuity.	
Qualità e sicurezza dei prodotti	Qualità nutrizionale del prodotto		Maggiori ricavi dovuti allo sviluppo di nuovi segmenti di mercato. La nutraceutica rappresenta uno dei segmenti maggiormente in crescita nel settore del food. In tal senso, il Gruppo ritiene strategico il presidio di tale tema.
	Esposizione a rischi in materia di food security per i punti vendita di proprietà	Maggiori costi dovuti a sanzioni e/o perdita di legittimazione. L'esposizione a tale rischio determinerebbe notevoli criticità in tema di reputation, oltre che potenziali sanzioni dovute alla violazione di normative.	
	Esposizione a rischi in materia di food security per i punti vendita affiliati	Maggiori costi dovuti a sanzioni e/o perdita di legittimazione da parte degli affiliati. Il verificarsi di eventi negativi riferibili agli associati determina, infatti, danni reputazionali anche per il Gruppo. In tal senso, la non corretta gestione della food security da parte degli affiliati potrebbe determinare forti danni di immagine per il Gruppo.	
Innovazione di processo	Innovazione di processo e utilizzo responsabile delle tecnologie abilitanti		Minori costi dovuti all'ottimizzazione dei processi produttivi. Le tecnologie abilitanti permettono di ottimizzare i processi di vendita, un aspetto che assume particolare rilievo nell'ambito delle attività di tipo B2B. Le iniziative poste in essere confermano la bontà di tale scelta.

Per la valutazione dei rischi e delle opportunità sono stati considerati i tre livelli di analisi:

- **entità**, ovvero il valore economico associato al mancato presidio dell'impatto;
- **probabilità**, ovvero la probabilità statistica associata al verificarsi dell'impatto.
- **orizzonte temporale**, ovvero la prospettiva di riferimento.

Di seguito si riportano le proxy considerate ai fini dell'analisi.

DIMENSIONE	PUNTEGGIO	LIVELLO	RIFERIMENTO
Entità	1	Bassa	Impatto economico inferiore a 5 milioni di euro
	2	Medio-bassa	Impatto economico compreso tra 5 milioni e 10 milioni di euro
	3	Media	Impatto economico compreso tra 10 milioni e 15 milioni di euro
	4	Medio-alta	Impatto economico compreso tra 15 milioni e 20 milioni di euro
	5	Catastrofica	Impatto economico superiore a 20 milioni di euro
Probabilità	5	Altamente probabile	L'evento è estremamente probabile, con una possibilità molto elevata di accadere. (90%)
	4	Probabile	L'evento ha una buona probabilità di verificarsi, ed è più probabile che accada che no. (70%)
	3	Mediamente probabile	L'evento ha una probabilità moderata di verificarsi, con una possibilità significativa ma non predominante. (50%)
	2	Poco probabile	L'evento ha una probabilità limitata di verificarsi, ma non è del tutto escluso. (30%)
	1	Scarsamente probabile	L'evento ha una bassa probabilità di verificarsi, con poche possibilità di accadere. (10%)
Orizzonte temporale	1	Breve termine	L'evento o il rischio può manifestarsi nel breve termine, indicativamente entro 1-2 anni
	2	Medio termine	L'evento o il rischio può manifestarsi nel medio termine, indicativamente tra 2 e 5 anni
	3	Lungo termine	L'evento o il rischio può manifestarsi nel lungo termine, indicativamente oltre 5 anni

Fase 4. Prioritizzazione degli impatti più importanti per la rendicontazione

IRO Analysis e doppia materialità

Ai fini della valutazione di doppia materialità, l'analisi ha considerato la materialità di impatto quale prospettiva utile a comprendere gli effetti che l'azienda può generare sull'ambiente, sulle persone e sugli stakeholder lungo le proprie attività e la catena del valore. I risultati evidenziano tra i temi più rilevanti il cambiamento climatico, soprattutto in relazione a impatti associati alle emissioni generate dalla logistica in entrata e in uscita, dalle attività aziendali e dall'efficientamento dei processi produttivi attraverso soluzioni a minore impatto ambientale.

Accanto alla dimensione climatica, emergono come impatti significativi quelli legati alla gestione della sicurezza alimentare e della qualità del prodotto, con riferimento sia ai punti vendita affiliati sia ai punti vendita di proprietà. In questo ambito assumono rilievo la continuità e l'affidabilità dell'approvvigionamento, la qualità nutrizionale dei prodotti, la tracciabilità della catena di fornitura e la gestione delle eccedenze alimentari lungo la catena del valore.

Un ulteriore ambito di attenzione riguarda la governance dei dati e la sicurezza informativa. La raccolta, sistematizzazione e protezione dei dati rappresentano aspetti centrali per un'organizzazione attiva nella GDO, in quanto incidono sulla capacità di monitorare le performance, presidiare i processi aziendali, gestire le relazioni con clienti, fornitori e affiliati, nonché garantire adeguati livelli di privacy e sicurezza del dato.

L'analisi mette, inoltre, in evidenza la rilevanza di impatti sociali e organizzativi, tra cui la formazione continua, i sistemi di incentivazione, il welfare aziendale, la salute e sicurezza dei lavoratori e le politiche di diversità, inclusione e pari opportunità. Tali aspetti risultano collegati alla qualità dell'ambiente di lavoro, alla valorizzazione delle persone e alla capacità dell'impresa di mantenere standard coerenti sia negli uffici che nei punti vendita.

Infine, risultano presenti anche impatti riconducibili alla gestione responsabile della catena del valore e del rapporto con il territorio, quali la qualificazione e valutazione dei fornitori secondo criteri ESG, il packaging sostenibile, la gestione dei rifiuti dentro e fuori i punti vendita, il consumo di acqua ed energia, le iniziative di biodiversità e la legittimazione sociale e reputazionale connessa alle attività svolte nelle comunità locali. Nel complesso, la materialità di impatto evidenzia quindi un profilo articolato, nel quale le priorità ambientali, alimentari, digitali, sociali e territoriali risultano strettamente connesse al modello operativo della GDO.

A integrazione dei commenti sulla materialità di impatto, si riporta di seguito per una migliore interpretazione un grafico, dal quale emergono - accanto agli impatti riportati in ordine decrescente di rilevanza ESG - le valutazioni per gli stessi impatti di tipo finanziario. In questo secondo caso emergono valutazioni differenti che assegnano maggiore rilevanza in termini di valore ad impatti come:

- l'efficientamento dei processi produttivi,
- le emissioni prodotte dall'azienda,
- l'intensità energetica,
- le emissioni prodotte al di fuori dell'azienda,
- il sistema di incentivazione per il personale di vendita e degli uffici.

MATERIALITÀ D'IMPATTO	IMPATTO	MATERIALITÀ FINANZIARIA
3,21	Cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas effetto serra prodotte nella logistica in entrata e in uscita	1,50
3,09	Efficientamento dei processi produttivi attraverso il ricorso a soluzioni di tipo "green"	2,80
2,97	Cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas effetto serra prodotte dall'azienda	2,00
2,94	Esposizione a rischi in materia di food security per i punti vendita affiliati	0,50
2,92	Privacy e sicurezza del dato	0,90
2,74	Data governance, raccolta e sistematizzazione dei dati	0,10
2,71	Qualità nutrizionale del prodotto	1,00
2,67	Esposizione a rischi in materia di food security per i punti vendita di proprietà	0,10
2,64	Legittimazione sociale e reputazionale legate ad iniziative di impatto per comunità locale e territorio	0,70
2,58	Packaging sostenibile di prodotti nei punti vendita	1,00
2,45	Attività di formazione continua e interdisciplinare	0,70
2,38	Sistemi di incentivazione per la rete vendita e il personale degli uffici aziendali	140
2,36	Sistema di tracciabilità della catena di fornitura dei prodotti bio	0,50
2,35	Progetti di welfare aziendale pensati per l'intera popolazione aziendale	0,70
2,26	Consumo di acqua presso la sede aziendale e i relativi punti vendita	0,10
2,23	Salute e sicurezza dei lavoratori presso i punti vendita di proprietà	0,10
2,14	Impatto antropico generato dai punti vendita	0,50
2,06	Iniziative in tema di biodiversità alimentare	0,10
2,04	Sistema di qualifica e valutazione dei fornitori in base a criteri sociali e ambientali	0,30
2,02	Intensità del consumo energetico e bassa quota di energia da fonti rinnovabili	2,00
1,96	Educazione alimentare e comportamenti responsabili per il consumatore	1,00
1,92	Gestione dei rifiuti dentro e fuori i punti vendita	0,30
1,35	Eccedenze alimentari relative alla catena del valore	0,90
1,33	Implementazione di un sistema efficiente di gestione dei rischi anche di tipo ESG	0,50
1,26	Salute e sicurezza dei lavoratori presso i punti vendita degli affiliati	0,30
1,24	Mancato recupero di acque meteoriche	0,10
1,23	Formalizzazione di un assetto di governance della sostenibilità che minimi lo stato di avanzamento delle diverse progettualità di tipo ESG	0,70
1,12	Design del packaging di prodotti a marchio proprio	0,60
1,09	Episodi di corruzione, concussione e conflitti di interesse con possibili impatti business e sulla reputation	0,30
1,08	Innovazione di processo e utilizzo responsabile delle tecnologie abilitanti	0,30
1,06	Politiche e sistemi di audit per la promozione e il mantenimento della diversità, inclusione e pari opportunità nel contesto organizzativo aziendale	0,70
1,03	Incremento del volume di rifiuti relativi a prodotti (alimentari e non) dei punti vendita	0,70