

4° BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ: I NUMERI A SUPPORTO

L'edizione 2020 del Bilancio di Sostenibilità di Settore di FederDistribuzione ha raccolto le pratiche di sostenibilità delle aziende associate all'interno di 6 macro-aree (filiera responsabile, al servizio delle comunità, impegno per l'ambiente, i dipendenti come risorsa, attenzione al cliente, comunicazione e trasparenza) per un totale di 103 indicatori e 28 best practices, sintetizzando quindi i risultati con un indicatore unico, riassuntivo del significativo sforzo profuso dalle imprese.

Il rilevante aumento registrato nel tempo di questo nuovo strumento di misura, 72% nel 2014, 76% del 2017 fino all'80% del 2020, è la testimonianza dell'incremento dell'attenzione e dell'impegno ad integrare, ogni anno di più, la sostenibilità nella quotidianità aziendale nelle sue diverse implicazioni. Il trend è stato analizzato guardando anche l'evoluzione per tutte e 6 le macro-aree indagate nel questionario e in tutte si osserva un aumento nella diffusione dell'adozione di pratiche sostenibili.

Il documento, che rendiconta le attività svolte sotto il profilo della sostenibilità dalle imprese fino al 2019, fornisce anche un quadro dell'impatto dell'emergenza sanitaria sul settore e sullo stesso tema della sostenibilità, evidenziando le varie e numerose iniziative realizzate dalle aziende del settore associate a Federdistribuzione.

➤ La Responsabilità Sociale d'Impresa durante la pandemia

Nella drammatica situazione della pandemia, la Distribuzione Moderna ha svolto un ruolo fondamentale, spostando il baricentro sulla Responsabilità Sociale di Impresa, mettendo in campo una serie di azioni importanti anche dal punto di vista sociale: negozi alimentari sempre aperti, diventati un presidio fondamentale per la popolazione che ha visto cambiare repentinamente le proprie abitudini; più spazio al Made in Italy negli assortimenti, per sostenere le filiere più colpite; donazioni a istituti sanitari, enti di ricerca, Protezione Civile e Croce Rossa; la collaborazione con enti caritativi per la raccolta e donazione gratuita di prodotti o per l'organizzazione del recapito della spesa nelle case; la consegna gratuita a domicilio alle categorie di persone più fragili come gli anziani o le persone impossibilitate a lasciare la propria abitazione; la "spesa sospesa".

Numeri a supporto*

- **23,6%** Sostegno a Istituti Sanitari, Enti di ricerca, Protezione Civile, Croce Rossa;
- **16,4%** Collaborazione con enti caritativi;
- **12,7%** Consegna a domicilio gratuita a categorie svantaggiate;
- **12,7%** "Spesa sospesa";
- **9,1%** Raccolta fondi per donazioni a enti no profit;
- **7,3%** Potenziamento buoni spesa;
- **7,3%** Piani straordinari e interventi di Welfare;
- **5,5%** Sostegno al Made in Italy;
- **5,5%** Supporto alle comunità locali.

(Si tratta di valori in percentuale sul totale delle iniziative avviate, da leggersi quindi come incidenza della singola iniziativa su un vasto pacchetto d'azioni)

➤ Una filiera responsabile e sostenibile

La Distribuzione Moderna è un settore che ha preso sempre più coscienza del proprio ruolo e ha assunto la consapevolezza di poter avere la capacità di giocare da protagonista nel contesto nazionale, elaborando modelli di sviluppo nuovi. Modelli in grado di incidere sulle filiere a monte della distribuzione, promuovendo comportamenti etici e sostenibili, e sui consumatori, stimolandoli su acquisti più consapevoli, fornendo trasparenza nelle informazioni e un'offerta di prodotti pensata per rispondere a criteri di sostenibilità. Un compito estremamente delicato quello portato avanti quotidianamente dalla Distribuzione Moderna, che la vede da tempo in prima linea su molti fronti a sostegno della filiera, tramite la firma di protocolli per contrastare il caporalato, le pratiche sleali e le aste a doppio ribasso; supportando le PMI del mondo agricolo in particolare; valorizzando il Made in Italy in tutte le sue forme.

Numeri a supporto

- **94%** delle aziende mette in atto iniziative a favore delle PMI;
- **86%** delle aziende valorizza e tutela i prodotti locali;
- **82%** delle aziende seleziona i fornitori sulla base di criteri etici, sociali e ambientali;
- **91%** delle aziende seleziona i fornitori tramite certificazioni ambientali;
- **92%** delle aziende si approvvigiona di prodotti locali e/o a km0.

➤ Al servizio di comunità e territorio

Le aziende della Distribuzione Moderna, grazie anche alla capillarità della propria rete distributiva, sono fortemente radicate e coltivano rapporti stabili e duraturi con il territorio e le comunità locali che le ospitano. Le aziende di Federdistribuzione collaborano con scuole e università, attivano borse di studio, sponsorizzano iniziative sportive e culturali, collaborano con enti e associazioni del terzo settore; attivano programmi per la redistribuzione delle eccedenze alimentari. Se ne evince che le aziende di Federdistribuzione hanno un ruolo importante nel favorire l'inclusione sociale e valorizzare le comunità locali: l'impresa non può più considerarsi un semplice attore economico, ma si configura sempre più come un attore che contribuisce attivamente al benessere collettivo con l'obiettivo di creare un valore più grande di quello monetario, ossia il valore sociale.

Numeri a supporto

- **81%** delle aziende collabora con scuole e università in diversi modi (trasferimento di conoscenze tecnico/scientifiche, stage aziendali); Attivazione borse di studio per studenti meritevoli in crescita del **+17%** tra 2017 e 2020;
- **100%** delle aziende collabora con enti e associazioni del terzo settore, **66%** ha attivato donazioni e sponsorizzazioni di attività a carattere sociale; **69%** sponsorizza eventi sportivi/culturali sul territorio;
- **66%** delle aziende realizza progetti di inclusione sociale al servizio del territorio;
- **100%** delle aziende ha attivato programmi per la redistribuzione delle eccedenze alimentari con strutture caritatevoli del territorio.

➤ Impegno per l'ambiente

Riduzione degli impatti ambientali: programmi di utilizzo di energia rinnovabile, programmi di riduzione dei consumi energetici, riduzione della plastica monouso, utilizzo di mezzi più efficienti e a ridotto consumo, programmi di riduzione dei consumi d'acqua, campagne di sensibilizzazione sui corretti stili di vita in termini di alimentazione o di salute, ottimizzazione nella gestione dei rifiuti.

Efficientamento energetico: sostituzione dei refrigeratori che utilizzano gas fluorurati, efficientamento del sistema di riscaldamento e refrigerazione ambientale, attivazione di illuminazione a led nei punti vendita, chiusura dei banchi frigo.

Economia circolare: programmi di riduzione degli imballi, di plastica e non, sui prodotti a Marca del Distributore (MDD), programmi di riutilizzo degli imballi, campagne di incentivazione al ritiro dell'usato, possibilità di acquisto sfuso e alla spina di prodotti, riciclo dei prodotti non alimentari invenduti/difettosi; campagne informative al pubblico contro lo spreco.

Numeri a supporto

- **100%** delle imprese associate a FederDistribuzione ha attuato programmi di riduzione dei consumi energetici;
- **88%** ha attivato programmi di utilizzo di energia rinnovabile;
- **88%** implementa azioni finalizzate a ottimizzare le percorrenze dei trasporti;
- **69%** utilizza mezzi più efficienti e a minor impatto ambientale (elettrici, a metano, ibridi, e altro); rispetto al Bilancio 2017, quest'ultimo indicatore ha registrato un aumento di 15 punti percentuali;
- **60%** utilizza programmi di riduzione dei consumi d'acqua attraverso attività di monitoraggio, sistemi di controllo e programmi di razionalizzazione;
- **50%** ha attivato azioni per il riutilizzo delle acque chiare;
- **100%** si sono occupate di gestione ottimizzata dei rifiuti;
- **94%** ha favorito la dematerializzazione dei documenti.

➤ **I collaboratori, la risorsa più importante**

Per le aziende della Distribuzione Moderna il "*fattore umano*", ovvero l'insieme delle persone che ogni giorno permettono di sostenere il sistema è realmente centrale. Le persone sono la risorsa che garantisce il presidio, con competenza, professionalità e responsabilità nel delicato scenario del "new normal" dettato dall'epoca Covid ma anche la risorsa primaria che consente di portare avanti le sfide che attendono il commercio nel prossimo futuro, come ad esempio il processo di digitalizzazione e l'ibridazione dei canali di vendita tra fisico e digitale.

Numeri a supporto:

- **100%** delle aziende ha attivato corsi di formazione per lo sviluppo delle competenze professionali;
- **100%** delle aziende ha attivato percorsi formativi per la crescita aziendale;
- **94%** delle aziende ha un sistema strutturato di valutazione delle prestazioni;
- **90%** delle aziende ha attivato iniziative volte a favorire le pari opportunità con un conseguente impatto positivo anche sul "work-life balance";
- **35mln di euro** dedicati alla formazione nel 2019;
- **2,5mln** le ore erogate in formazione nel 2019;
- **89%** della forza lavoro assunta a tempo indeterminato;

- **60%** della forza lavoro è personale femminile.

➤ **I clienti nel cuore.**

Le aziende della distribuzione moderna interpretano la responsabilità della propria offerta commerciale sia in termini di sostenibilità dei metodi di produzione, sia di utilizzo consapevole delle risorse, sensibilizzando i propri clienti a ridurre gli sprechi e ad effettuare acquisti consapevoli. La sostenibilità passa anche dall'ascolto del cliente per comprenderne le esigenze in maniera sempre più puntuale. Consapevoli di ciò, le aziende della grande distribuzione hanno quindi affinato diversi strumenti come la raccolta di feedback rispondere ai bisogni dei propri clienti.

Numeri a supporto

- **97%** dei rispondenti al questionario del BSS adotta iniziative per favorire l'ascolto dei consumatori;
- **88%** si muove a tutela del consumatore;
- **80%** offre dei servizi specifici per rispondere alle esigenze dei clienti.

➤ **La comunicazione e il valore della trasparenza**

Adottare politiche sostenibili non è sufficiente, è necessario che esse vengano condivise. Responsabilità e trasparenza diventano, dunque, un fattore unico e fondamentale per le aziende. Le aziende associate a Federdistribuzione sono già fortemente orientate in questa direzione come dimostrato dai numeri

Numeri a supporto

- **94%** dei rispondenti ha un **Codice etico o di Condotta aziendale**;
- **83%** ha una **Carta dei valori/principi aziendali**, strumenti che esplicitano i valori, la mission e la vision aziendale, ma anche i principi fondanti in cui l'azienda crede, la spinta verso il futuro;
- **8%** dichiara di aver già provveduto a introdurre in azienda un sistema atto al raggiungimento di una **certificazione etica** (nel 2017 nessuna delle aziende del campione comune l'aveva);
- **88%** delle imprese associate a Federdistribuzione ha avviato un processo di analisi dei rischi in tema di corruzione;
- **75%** delle aziende rispondenti afferma di porre grande attenzione al tema della **comunicazione nei confronti dei propri clienti rispetto alle iniziative di sostenibilità**;
- **56%** di esse, infatti, **pubblica un Report sociale o di sostenibilità** e il **15%** lo fa tramite la **rendicontazione di un Bilancio integrato**.

Per ulteriori informazioni

Lead Communication:

Anita Lissona, tel. 335 498993, mail:

Tel 02 860616 Cell. 335 498993

anita.lissona@leadcom.it

contact@leadcom.it

Federdistribuzione:

Marco Magli – Direttore Comunicazione

Tel. 02 89075150

comunicazione@federdistribuzione.it

Stefano Gianuario – Ufficio Stampa

Tel. 02 89075150 Cell. 335 1046145

ufficiostampa@federdistribuzione.it

Federdistribuzione è espressione della Distribuzione Moderna Organizzata e riunisce e rappresenta, nelle sedi istituzionali, locali, nazionali e comunitarie, le imprese distributive operanti nei settori alimentare e non alimentare che svolgono la propria attività attraverso le più innovative formule del commercio moderno. Federdistribuzione si compone di cinque associazioni nazionali che rappresentano un universo articolato di imprese e di multicanalità che si differenziano per dimensioni, forme distributive e merceologie trattate. Le imprese associate a Federdistribuzione nel 2019 hanno realizzato un giro d'affari di 60,1 miliardi di euro (di cui 8,5 miliardi di euro in franchising), con una quota pari al 43,7% del totale fatturato della Distribuzione Moderna Organizzata; hanno una rete distributiva di 13.950 punti vendita (di cui 6.300 in franchising) e danno occupazione a 202.100 addetti. Rappresentano, infine, il 26,9% del valore dei consumi commercializzabili.