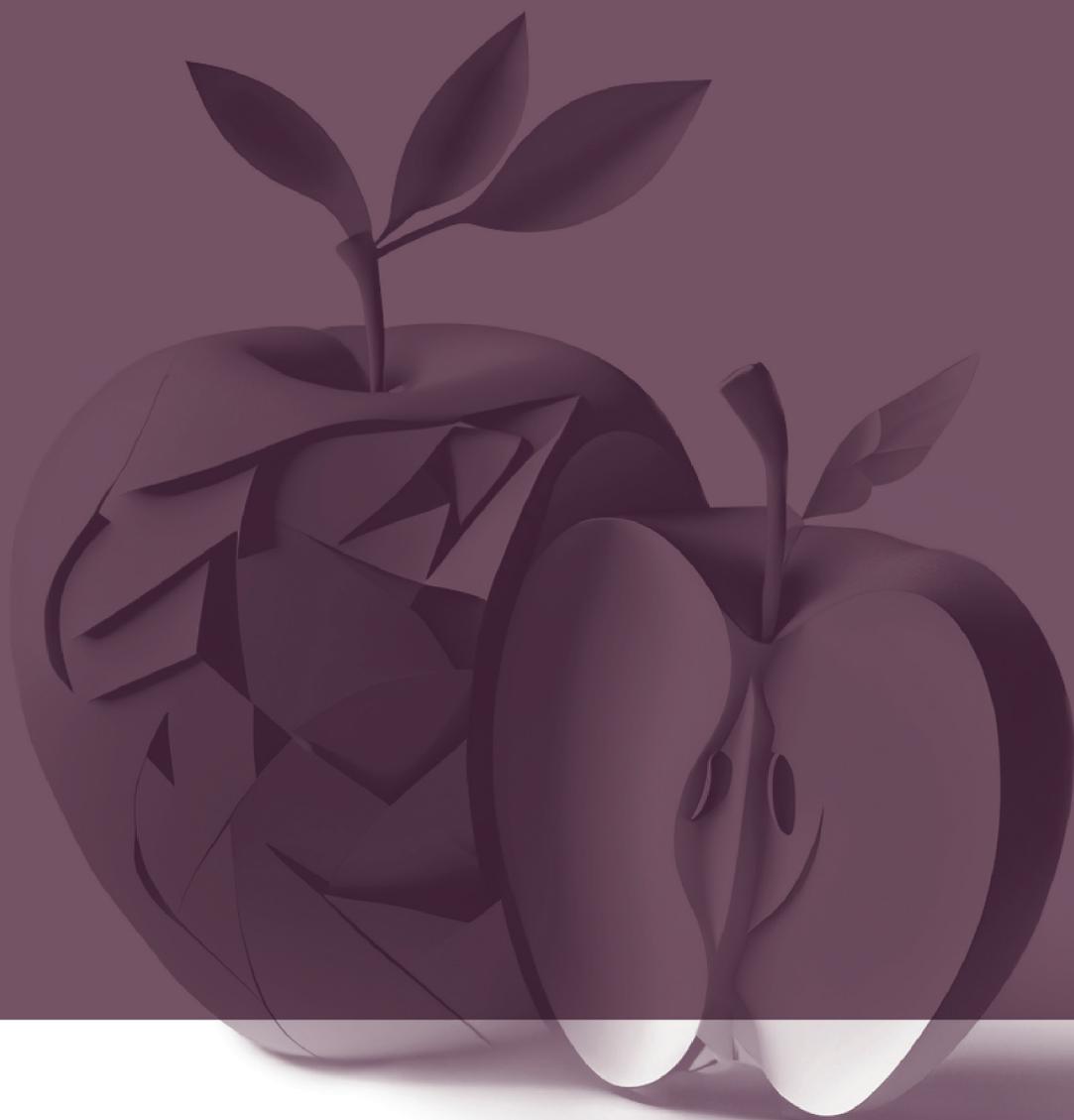


# GruppoPoli

## I RISULTATI 2022





Mercato, Lavoro, Ambiente, Comunità e Territorio: sono queste le 4 aree cardine attraverso cui si snoda la nostra attività di impresa, ampiamente descritta nel primo volume. Come nelle precedenti edizioni, proponiamo per ciascuna di esse gli indicatori più rilevanti, utilizzando una rappresentazione grafica semplificata per illustrare i risultati raggiunti in maniera chiara ed immediatamente comprensibile.

Monitorare i risultati per noi non significa solo guardare al passato, significa anche proiettarsi verso il futuro. Significa capire quali sono i nostri punti di forza o debolezza e comprendere le aree di intervento prioritario. Significa anche anticipare le tendenze del mercato, individuare nuove esigenze, prevedere gli scenari competitivi. In definitiva, significa essere pronti a cogliere le opportunità che si presentano e a reagire alle sfide che si pongono.

## IL FUTURO CI ATTENDE CON GRANDI POSSIBILITÀ ED OPPORTUNITÀ

E una di queste è la tanto menzionata Intelligenza Artificiale, una tecnologia che permette di elaborare grandi quantità di dati, estrarre informazioni, generare previsioni affidabili. Ma l'Intelligenza Artificiale permette di fare molto altro, a partire da piccole cose come, ad esempio, le immagini che troverete in questo volume. Partendo da un testo descrittivo, abbiamo provato a creare delle rappresentazioni visive per esprimere al meglio i valori dell'azienda. È stata un'occasione per avvicinarci gradualmente a questa nuova tecnologia e per capire che può essere di aiuto in molte cose, migliorando la qualità e l'efficienza dei processi aziendali, facilitando l'innovazione e la creatività, aumentando la competitività e la sostenibilità.

Insomma, un alleato prezioso per trasformare i dati in conoscenza, la conoscenza in azione, l'azione in crescita! Ed è stata un'opportunità, nata quasi per gioco, per mostrare la nostra apertura al cambiamento, la nostra voglia di crescere e la nostra fiducia nel futuro.



Esempio di immagine generata dall'Intelligenza Artificiale

L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (AI) STA RIVOLUZIONANDO IL MODO IN CUI VIVIAMO E INTERAGIAMO CON IL MONDO DIGITALE. MA COSA SIGNIFICA ESATTAMENTE INTELLIGENZA ARTIFICIALE E PERCHÉ È COSÌ IMPORTANTE?



# LA MAGIA DELLE MACCHINE CHE IMPARANO

## PROMPT

"Crea un'opera in stile paper cut 3D rappresentante un vaso di cristallo contenente un pesce fatto di pasta carbonara"

"L'intelligenza artificiale è la capacità di una macchina o di un software di imitare alcune funzioni dell'intelligenza umana, come il riconoscimento di immagini, la comprensione del linguaggio, il ragionamento e l'apprendimento.

Si basa su algoritmi, ovvero regole matematiche che guidano il comportamento della macchina e su dati, ovvero informazioni che la macchina usa per apprendere e migliorare le sue prestazioni. L'intelligenza artificiale però siamo convinti che non potrà mai sostituire il valore dell'essere umano, dato dalla sua unicità, creatività, emozioni, esperienze e conoscenze.

L'intelligenza artificiale può e potrà essere usata come un aiuto per l'essere umano, per facilitare alcune attività, risolvere problemi, ampliare le possibilità di esplorazione e innovazione. L'intelligenza artificiale è uno strumento che dipende dall'uso che

se ne fa e dalle finalità che si perseguono. Se usata con responsabilità ed etica potrà essere un'opportunità di crescita e miglioramento ma come al solito questo dipenderà da noi."

**Il testo di questo editoriale è stato generato utilizzando Chat GPT a cui abbiamo chiesto di scrivere un breve editoriale, con un linguaggio semplice ed accessibile al grande pubblico, per spiegare cosa sia l'Intelligenza Artificiale e le sue potenzialità e quale sia il ruolo dell'essere umano in questo cambiamento epocale.**

**Anche le immagini utilizzate in questo bilancio sono state generate utilizzando alcuni nuovi strumenti di IA in grado di trasformare un contenuto di testo in illustrazioni. L'idea, la creatività e la scelta dello stile sono state però seguite in tutto e per tutto da noi umani.**

## PROCESSO DI CREAZIONE DELLE IMMAGINI PRESENTI NEL BILANCIO



### IDEA



L'input arriva dall'intelligenza e dalla creatività umana

### PAROLE CHIAVE



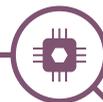
L'idea viene sintetizzata tramite una serie di parole chiave

### PROMPT



Le parole chiave vengono inserite in una frase di senso compiuto, affiancate da indicazioni di stile e compositive

### RISULTATO



Il software di arte IA produce numerose interpretazioni del prompt

### POST PRODUZIONE



L'opera selezionata viene perfezionata e post-prodotta manualmente dal creativo



#### PROMPT

"Crea un'opera in stile cartaceo 3D che veicoli i concetti di innovazione nel campo dei supermercati, felicità, e-commerce, network, packaging sostenibile."

#### N. RIGENERAZIONE

12° rigenerazione di immagine

## CREAZIONE DI VALORE DA CONDIVIDERE

Lavorare in ottica di lungo periodo  
per portare beneficio all'intera filiera.

**PAG. 06**

## CONOSCERE IL NOSTRO CLIENTE

Coltivare relazioni durature, ascoltare le esigenze  
e sviluppare un contatto continuo su più livelli.

**PAG. 08**

## UNA PROPOSTA ATTENTA E VANTAGGIOSA

Prodotti di qualità, sicuri, convenienti e servizi  
in linea con le nuove tendenze di consumo.

**PAG. 10**

## L'EFFICIENZA DELLA RETE E DELLA FILIERA

Punti vendita funzionali, diffusione sul territorio,  
partnership durature.

**PAG. 18**

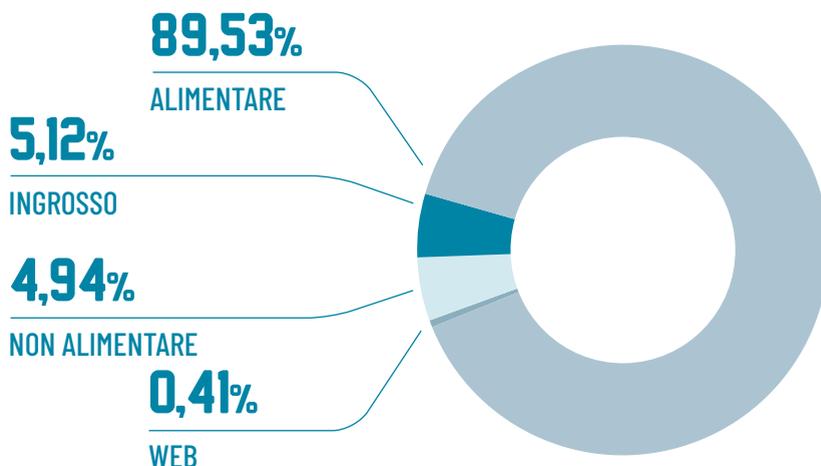
# VENDITE A QUOTA 655 MILIONI DI EURO

TREND CHE MIGLIORA ANNO SU ANNO



Buona crescita per tutti i canali con ottimi risultati della parte ingrosso, che chiude con un incremento a due cifre. A partire da maggio, con la conclusione dell'importante progetto di ristrutturazione del servizio di e-commerce, è stato attivato in maniera continuativa e strutturata il canale web.

## IL CONTRIBUTO DEI CANALI ALLO SVLUPPO



## LA RICCHEZZA PRODOTTA SUPERA I 99 MILIONI DI EURO

IN CRESCITA DEL +2,26%

### LA PRODUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

RICAVI DELLA PRODUZIONE TIPICA	625.563
COSTI INTERMEDI DELLA PRODUZIONE	-505.235
COMPONENTI ACCESSORI E STRAORDINARI	5.956
AMMORTAMENTI	-27.192
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO</b>	<b>99.092</b>

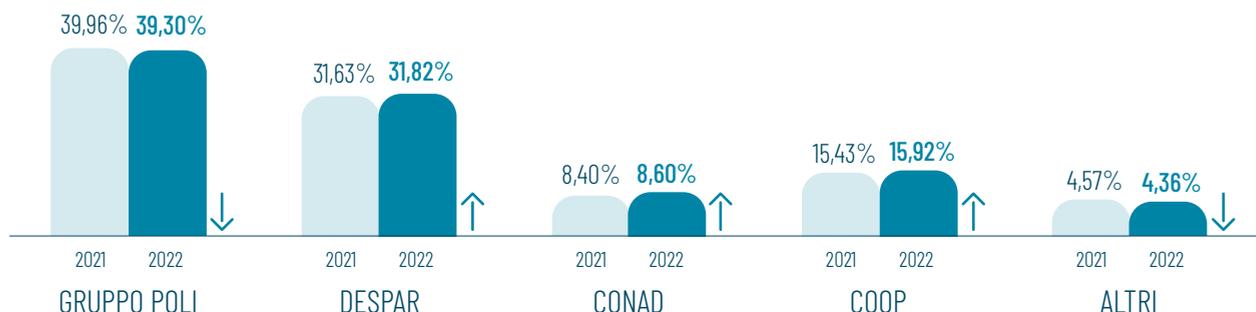
Nota: importi espressi in migliaia di euro.

78 MILIONI  
DI EURO



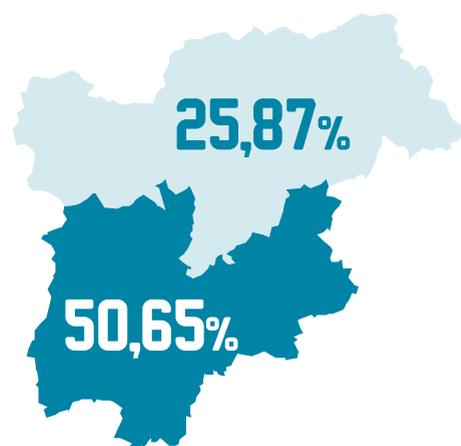
DESTINATI AL PERSONALE,  
IL 78% SUL TOTALE

## POSIZIONAMENTO IMPORTANTE SUL MERCATO LOCALE



Fonte: IRI - Servizio Top Trade - Quote di mercato in % al 31.12.2022, canale IPER + SUPER quota LCC.

IN REGIONE CONFERMIAMO  
LA LEADERSHIP  
DI MERCATO



Siamo primi in provincia di Trento e secondo player in provincia di Bolzano.

## ALLEANZE PROFICUE A LIVELLO NAZIONALE



Agorà Network, la centrale di acquisto e marketing cui aderiamo dal lontano 2000, conferma nel tempo una crescita costante e duratura. Ad oggi si compone di 5 soci: Gruppo Poli, Iperal, Tigros, Gruppo Sogegross e, ultimo entrato nel 2021, Rossetto Trade.



**4,9** MILIARDI DI EURO  
FATTURATI NELL'ULTIMO ANNO  
(+11,10%)



**5,61%**  
QUOTA DI MERCATO  
NAZIONALE



**6° POSTO**  
NEL PANORAMA  
NAZIONALE

# DIALOGARE CON IL CLIENTE

## IL SERVIZIO CLIENTI



**5.625** CONTATTI  
(+31,39%)



**76,14%**  
VIA MAIL E CHAT

**13,05%**  
INCIDENZA RECLAMI,  
IN CALO DI 3 PUNTI  
RISPETTO AL 2021

## GLI ALTRI MEZZI DI CONTATTO



**994.743**  
ACCESSI AL SITO  
(+4,20%)



**7 ACCESSI SU 10**  
AVVENGONO DA MOBILE



**94.082** CLIENTI  
ISCRITTI A MYDUPLICARD  
(+23,59%)

**57.078** CLIENTI  
UTILIZZANO L'APP  
(+30,36%)



**22.854** FOLLOWER  
CI SEGUONO SU FACEBOOK,  
INSTAGRAM E LINKEDIN (+8,43%)



**10 ANNI**  
DI REDAZIONE DELLA RIVISTA  
AZIENDALE BUONAIDEA

**387.819**  
COPIE DISTRIBUITE  
NEL 2022 (-9,94%)

**145.925**  
FAMIGLIE RAGGIUNTE  
(-5,25%)

# IN CRESCITA DEL 7% LE VISITE NEI NOSTRI NEGOZI

**20,7 MILIONI**  
DI PASSAGGI ALLE CASSE  
(+6,81%)

**29,95 EURO**  
LO SCONTRINO MEDIO  
(-0,24%)

**8,78 GIORNI**  
FREQUENZA D'ACQUISTO  
(-0,17 GIORNI)



**290.434**  
CARTE FEDELTA' ATTIVE  
A RETE CORRENTE  
(+0,15%)



PENETRAZIONE SU VENDITE



PENETRAZIONE SU VISITE

## IL TURNOVER DEI NOSTRI CLIENTI

Dall'analisi della clientela si nota un effetto sostituzione positivo fra i clienti nuovi ed i clienti persi sia in termini di numerica che di importo transato. La frequenza d'acquisto, inoltre, mostra un nuovo pubblico che ci visita più spesso.

**32.604**  
NUOVI  
CLIENTI



**14.896.647 EURO**  
VENDITE DA  
NUOVI CLIENTI

**26,57 GIORNI**  
FREQUENZA D'ACQUISTO  
NUOVI CLIENTI

**31.947**  
CLIENTI  
PERSI



**9.394.736 EURO**  
VENDITE  
PERSE

**39,45 GIORNI**  
FREQUENZA D'ACQUISTO  
CLIENTI PERSI

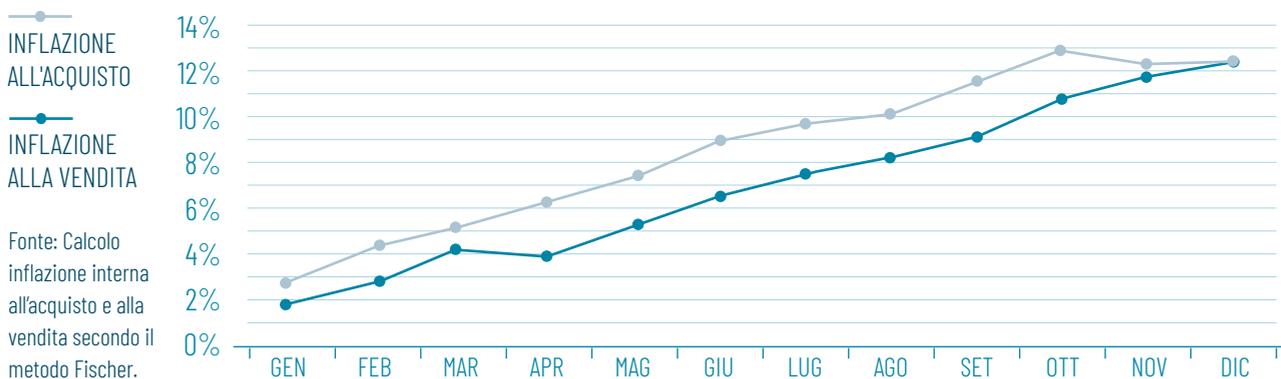
# INFLAZIONE AL GALOPPO

UN ANNO DI TENSIONE SUI PREZZI

## IL CONTROLLO COSTANTE DEGLI INDICI DI MERCATO



## L'IMPEGNO PER CONTRASTARE GLI AUMENTI DI LISTINO



**VALORI ANNUI  
PROGRESSIVI**

**8,46%**  
INFLAZIONE  
ALL'ACQUISTO

**6,90%**  
INFLAZIONE  
ALLA VENDITA

**1,56%**  
VALORE ASSORBITO E NON  
RIVERSATO SUL CLIENTE

# PIÙ CONVENIENTI RISPETTO AL MERCATO DEL 6,44%

INSEGNA	INDICE DI PREZZO
IPERPOLI E IPERORVEA	90,86
AMORT	94,28
SUPERMERCATI POLI E ORVEA	94,50
MINIPOLI	95,17
<b>TOTALE GRUPPO</b>	<b>93,56</b>

Nota: Fatto 100 il benchmark complessivo al mercato del Trentino - Alto Adige senza Gruppo Poli, l'analisi riporta il nostro posizionamento prezzi rispetto ai concorrenti.

Fonte: Banche Dati Nielsen Trade, Iper+Super LCC, dati a maggio 2022.

## PUNTIAMO A UN RISPARMIO QUOTIDIANO



**OLTRE 38 MILIONI  
DI PEZZI ACQUISTATI**

**15,84% INCIDENZA  
DEGLI ACQUISTI DI PRODOTTI A  
PREZZI "PIÙ BASSI"**

## DELTA ENERGY, UN PIENO DI CONVENIENZA

DupliCard assicura a ogni cliente uno sconto immediato aggiuntivo sul carburante presso i 3 distributori del Trentino.



**36.617**  
CLIENTI

**191 MILA EURO**  
DI RISPARMIO SUL  
CARBURANTE

**890 MILA EURO**  
DALL'ATTIVAZIONE  
DEL SERVIZIO

# 17 MILA PRODOTTI

PRESENTI IN MEDIA NEI NOSTRI NEGOZI



**16.800**  
NEL CANALE SUPER

**31.500**  
NEL CANALE IPER

**23.800**  
NEL CANALE REGINA

## I PRODOTTI ATTENTI ALL'AMBIENTE E ALLE PERSONE



**49**  
PRODOTTI

**1 MILIONE**  
DI EURO DI VENDITE

**24%**  
CLIENTI  
ACQUIRENTI

## I PRODOTTI ATTENTI AL BENESSERE



**5.943**  
PRODOTTI

**82 MILIONI**  
DI EURO DI VENDITE

**97%**  
CLIENTI  
ACQUIRENTI

## IL CORNER DI PRODOTTI BIOLOGICI NATURARE BIO

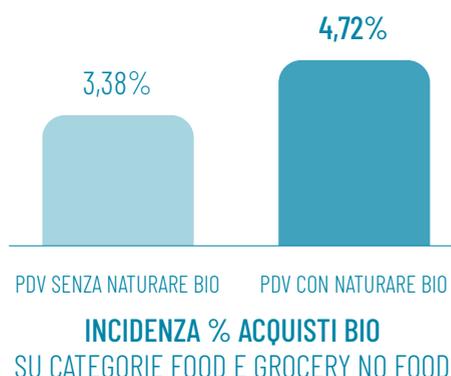
NATURARE   
BIO

SFUSI, CONFEZIONATI E BIO-VEGETALI

**4**  
NEGOZI

**2.199**  
PRODOTTI

**42% CLIENTI**  
ACQUIRENTI DEI NEGOZI  
CON CORNER



# IMPEGNATI A GARANTIRE LA SICUREZZA

## I CONTROLLI SUI PRODOTTI



**4.646**  
**CONTROLLI INTERNI**  
 H.A.C.C.P. E TAMPONI AMBIENTALI  
 (-17,81%)



**288 CONTROLLI ESTERNI**  
 DELLE AUTORITÀ PUBBLICHE,  
**IL 92% SENZA RILIEVI**  
 DI VIOLAZIONE

## I CONTROLLI SUI PRODOTTI PRIMIA



**1.931 CONTROLLI**  
 INTERNI E TRIPARTITE (+40,44%)

**395.237 EURO**  
 INVESTITI (+47,97%)

## I DISPOSITIVI DI PROTEZIONE E SANIFICAZIONE



**2,1 MILIONI DI EURO**  
 INVESTITI NEL 2022

**7,5 MILIONI DI EURO**  
 DALL'INIZIO DELLA PANDEMIA



# I NOSTRI MARCHI ESCLUSIVI

## PRIMIA, UNA GAMMA COMPLETA DI 1.830 PRODOTTI



**1.329**

PRODOTTI  
(+0,45%)

**53 MILIONI**

DI EURO DI VENDITE  
(+13,71%)



**96%**

CLIENTI  
ACQUIRENTI



**317**

PRODOTTI  
(-3,94%)

**8 MILIONI**

DI EURO DI VENDITE  
(-1,18%)



**73%**

CLIENTI  
ACQUIRENTI



**184**

PRODOTTI  
(+1,66%)

**6 MILIONI**

DI EURO DI VENDITE  
(+16,10%)



**66%**

CLIENTI  
ACQUIRENTI

LE VENDITE COMPLESSIVE  
CRESCONO DEL 12%  
SUPERANDO I 67 MILIONI DI EURO

# PRIMIA, GARANZIA DI CONVENIENZA



Da sempre facciamo leva sul marchio Primia per garantire ai nostri clienti una qualità in linea con quella dei prodotti leader di mercato, assicurando al contempo un prezzo medio più vantaggioso. Prosegue il nostro impegno alla rinuncia di quote di margine per ribassare i prezzi o quantomeno arginare gli aumenti di listino causati dai fenomeni inflativi.



**-2,93%**

RIBASSO MEDIO PONDERATO SUI  
VOLUMI CONSIDERANDO L'INTERO  
ASSORTIMENTO PRIMIA



**637 NUOVI ARTICOLI**

SU CUI ABBIAMO AGITO  
RIBASSANDO I PREZZI



**-14,57%**

RIBASSO MEDIO  
SUI NUOVI ARTICOLI

## IL GUSTO CONTADINO, LA NOSTRA LINEA ESCLUSIVA DI PRODOTTI TIPICI, LOCALI E ARTIGIANALI

IL GUSTO  
CONTADINO  
COSTI SEMPLICI, COSTI BUONI

**228**

PRODOTTI  
(+16,33%)

**12,8 MILIONI**

DI EURO DI VENDITE  
(+11,84%)



**77%**

CLIENTI  
ACQUIRENTI

## I SERVIZI PER IL RISPARMIO DI TEMPO



CASSE SELF  
CHECK-OUT

**13**

NEGOZI FORNITI

**2.062.193**

SCONTRINI (+97,17%)

**29,23%**

TRANSAZIONI CON  
MODALITÀ SELF



SELF SCANNING

**16**

NEGOZI FORNITI

**63.950**

CLIENTI UTILIZZATORI (+2,66%)

**20,60%**

TRANSAZIONI CON  
MODALITÀ SELF

## 4 MILIONI DI EURO PER RINNOVARE IL SERVIZIO DI E-COMMERCE



Pur in un contesto di calo generalizzato della domanda, abbiamo ultimato in corso d'anno l'importante progetto di rivisitazione del canale e-commerce. Nato anni fa come DupliCarDrive, ora evoluto in DupliClick, il nuovo servizio ha previsto la revisione delle politiche assortimentali e di pricing e la creazione di un Dark-Store per gestire in maniera centralizzata la preparazione delle spese, ampliando così il numero di punti di ritiro. Oltre ai costi tecnologici e di comunicazione, importanti investimenti sono stati destinati all'acquisto di attrezzature, alla predisposizione delle celle e dei laboratori e all'assunzione di personale qualificato, il tutto per migliorare il servizio reso ai clienti e far sì che la nostra offerta incontri le loro esigenze e aspettative.

**11 NEGOZI**

SERVITI

**2,7 MILIONI**

DI PRODOTTI PREPARATI (-25,67%)



**58 MILA SPESE**

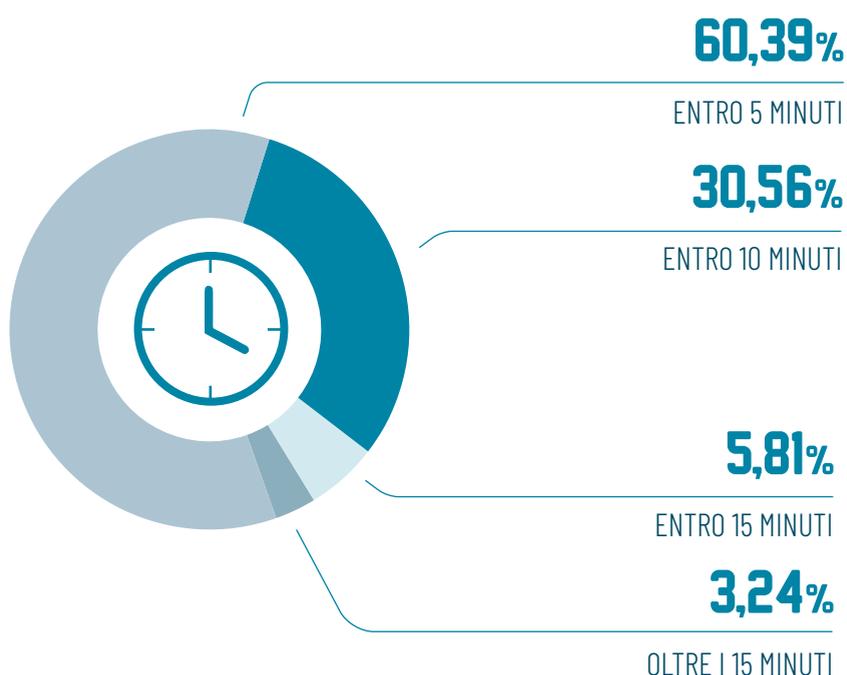
CONSEGNATE (-17,33%)

**8.577 CLIENTI**

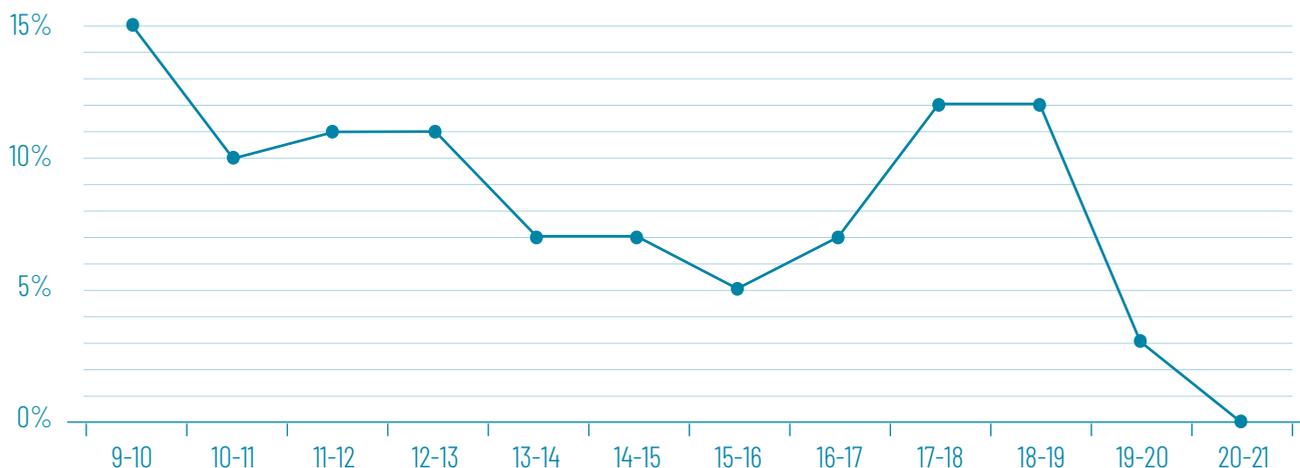
FRUITORI DEL SERVIZIO (+20,35%)

## I TEMPI MEDI DI RITIRO

IMPEGNATI A  
GARANTIRE  
UN SERVIZIO  
PUNTUALE E  
VELOCE



## LE FASCE ORARIE DI RITIRO



**1.570** CONTATTI  
AL SERVIZIO CLIENTI

**DI CUI 50%**  
NEI MESI DI LANCIO DEL SERVIZIO

# 67 NEGOZI DIFFUSI CAPILLARMENTE



**12,8 MILIONI DI EURO**  
INVESTITI NELLA RETE DI VENDITA

**4,5 MILIONI DI EURO**  
PER RISTRUTTURAZIONI

**12 SITI**  
RISTRUTTURATI



## CHIUSURE



**REGINA DI BRESSANONE, IN VIA VENETO N.26**  
CHIUSO IL 31/12/2022

## NUOVE APERTURE



**DARKSTORE DI TRENTO, IN VIA ALTO ADIGE N. 72**  
CONSEGNA PRIMA SPESA IL 18/05/2022

# FORNITORI DI SERVIZI

RELAZIONI STABILI E DURATURE



**588** FORNITORI  
DI SERVIZI



**61,05%**  
CON SEDE SUL TERRITORIO

**4 FORNITORI SU 10**  
SONO CON NOI DA PIÙ  
DI UN DECENNIO

# I FORNITORI STRATEGICI

A COPERTURA DEI PROCESSI FONDAMENTALI

I SERVIZI LOGISTICI



**3** FORNITORI STRATEGICI

**10.857.947** EURO

VALORE ANNUO

**86,54%** DEI COSTI

COMPLESSIVI DELLA GESTIONE LOGISTICA

I SERVIZI TECNOLOGICI



**15** FORNITORI STRATEGICI

**1.303.000** EURO

VALORE ANNUO

**79,21%** DEI COSTI

COMPLESSIVI PER SERVIZI TECNOLOGICI



# LAVORO

#### PROMPT

"Crea un'opera in stile 3D paper cut che veicoli il concetto di lavoro nei supermercati, teamwork e collaborazione. Metti grembiule e cappello, usa l'azzurro chiaro come sfondo."

#### N. RIGENERAZIONE

23° rigenerazione di immagine

## SICUREZZA E BENESSERE

Ambienti salubri e confortevoli, rispetto degli impegni e delle persone.

**PAG. 23**

## CONCILIARE LE ESIGENZE

Cura nell'organizzazione del lavoro, attenzione alle esigenze familiari.

**PAG. 25**

## PREMIARE L'EFFICIENZA

Retribuzione aggiuntiva ed incentivi, perché ciascuno sia partecipe dei risultati.

**PAG. 26**

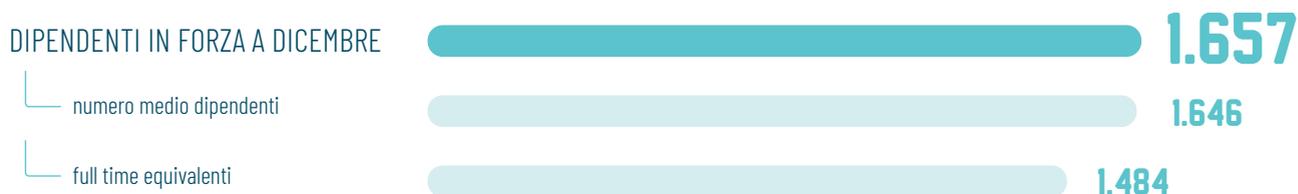
## COLTIVARE LA PROFESSIONALITÀ

Una forza lavoro preparata e formata costantemente, per mettere l'esperienza a fattor comune.

**PAG. 27**

# 2.282 PERSONE IMPIEGATE

GRAZIE ALL'ATTIVITÀ DEL GRUPPO (+2,30%)



INOLTRE... **205** COLLABORATORI CON CONTRATTO DI SOMMINISTRAZIONE

**420** RISORSE EQUIVALENTI PER I SERVIZI ESTERNALIZZATI CON CONTINUITÀ

## I DIPENDENTI IN FORZA A DICEMBRE



ETÀ	NUMERO	%
UNDER 30	289	17,44%
30-50 ANNI	877	52,93%
OVER 50	491	29,63%

**IL 53% È  
CON NOI DA  
PIÙ DI 10 ANNI**

## 9 COLLABORATORI SU 10 SONO IMPIEGATI IN NEGOZIO



**743**

ADDETTI  
CASSE E SALA  
(44,84%)



**685**

ADDETTI IN  
REPARTI SPECIFICI  
(41,34%)



**68**

DIRETTORI  
DI NEGOZIO  
(4,10%)



**18**

AREA E PRODUCT  
MANAGER  
(1,09%)



**143**

IMPIEGATI IN UFFICIO  
E MAGAZZINO  
(8,63%)

## LE ASSENZE PER MALATTIA

**3.075**

EVENTI  
(+24,80%)

**1.314**

DIPENDENTI  
CON EVENTO  
(+19,56%)

**19,99**

ASSENZA MEDIA  
IN GIORNI  
(-3,31%)

## GLI INFORTUNI SUL LAVORO

**35**

EVENTI  
(-28,57%)

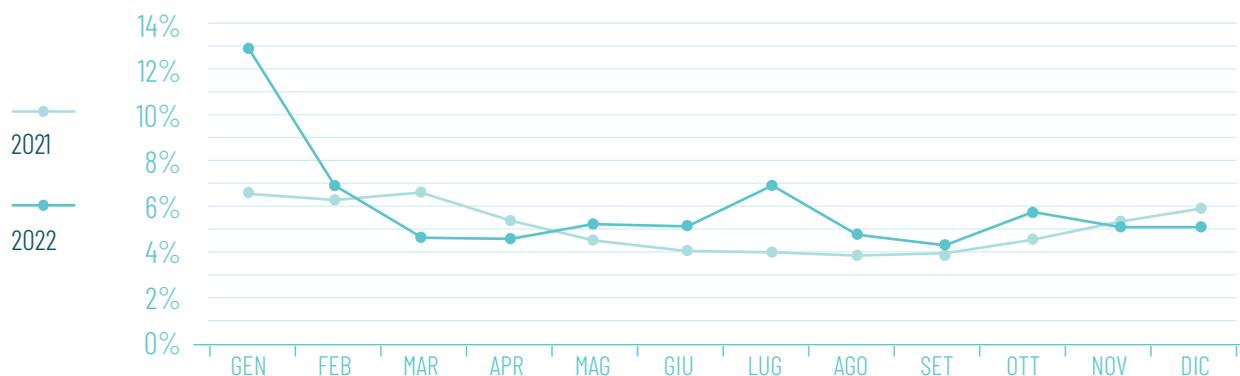
**20,88**

ASSENZA MEDIA  
IN GIORNI  
(-7,26%)

**5 MILA ORE DI FORMAZIONE  
IN TEMA DI SICUREZZA E  
800 COLLABORATORI FORMATI**

### Il tasso di assenza complessivo

Incidenza % assenze per malattia, ricovero, infortunio, quarantena, aspettativa, congedi Covid-19 ed altri congedi parentali.



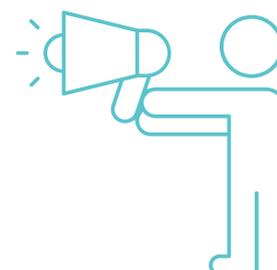
## 7 SIGLE SINDACALI PER 283 ISCRITTI

**17,08%**

SUL TOTALE  
DEI DIPENDENTI

**1.690**

ORE DI ATTIVITÀ  
SOCIO-SINDACALI  
(+8,40%)



## CONTRATTI DURATURI E SICURI



CONTRATTI A  
TEMPO INDETERMINATO



CONFERMA DEI CONTRATTI  
IN SCADENZA

112 NUOVI ASSUNTI  
CON CONTRATTO DIRETTO

## 198 COLLABORAZIONI TERMINATE NEL 2022, 133 VOLONTARIE

Nota: Per il calcolo dei tassi di turnover, i collaboratori usciti o entrati in corso sono rapportati all'organico di inizio periodo. Il tasso di compensazione mette in evidenza quanto i nuovi entrati riescono a compensare il numero dei collaboratori usciti in corso d'anno.



TASSO DI COMPENSAZIONE  
TURNOVER

11,88%

TURNOVER NEGATIVO

11,28%

TURNOVER POSITIVO

### TURNOVER PER FASCE D'ETÀ

	IN USCITA	IN ENTRATA
UNDER 30	33,83%	41,26%
30-50 ANNI	7,91%	8,49%
OVER 50	7,22%	0,57%

### TURNOVER PER GENERE

	IN USCITA	IN ENTRATA
DONNE	10,15%	11,32%
UOMINI	14,69%	11,22%

# 432 CONTRATTI PART TIME VOLONTARI IL 26% SUL TOTALE DEI DIPENDENTI



**4 DONNE SU 10**  
BENEFICIANO DEL TEMPO PARZIALE

## I CONGEDI PARENTALI

**LE NOSTRE  
MAMME**



TASSO DI RITORNO  
AL LAVORO



TASSO DI RETENTION  
A 12 MESI DAL RIENTRO

**I NOSTRI  
PAPÀ**

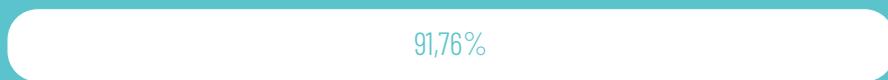
**12 PAPÀ**

FRUITORI DI CONGEDI  
PARENTALI

**410 GIORNI**

USUFRUITI NEL 2022

ORE DI  
ASSENZA  
PER CONGEDI  
PARENTALI



## TEMPO PER I PROPRI INTERESSI



FRUIZIONE FERIE  
MATURATE



FRUIZIONE PERMESSI  
MATURATI

**5,75%**  
INCIDENZA DEL LAVORO  
STRAORDINARIO

# 4.165 EURO DI RETRIBUZIONE AGGIUNTIVA PRO-CAPITE +17,03% RISPETTO A CCNL

**141**

PASSAGGI DI LIVELLO  
IN CORSO D'ANNO

**8,57%**

SUL TOTALE DIPENDENTI

**OLTRE 2 MILIONI** DI EURO  
EROGATI PER INCENTIVI  
INDIVIDUALI E COLLETTIVI

## LE PARI OPPORTUNITÀ

DONNE SU  
TOTALE IMPIEGATI



**38,12%**

DONNE SU  
RETE DI VENDITA



**66,19%**

**111 COLLABORATORI**  
IN POSIZIONI DIRETTIVE  
(DIRIGENTI, QUADRI E 1° LIVELLO)



19,82%

80,18%



**55 PASSAGGI DI LIVELLO**  
RISERVATI A DONNE



**84,01% RAPPORTO STIPENDIO**  
DONNA/UOMO

## L'EROGAZIONE LIBERALE PER LE PERSONE IMPIEGATE NEL GRUPPO

Per il terzo anno consecutivo l'azienda ha voluto esprimere la propria riconoscenza ai collaboratori impiegati nel gruppo per l'impegno profuso.



**833.482 EURO**  
IMPORTO EROGATO



**1.861 COLLABORATORI**  
DIRETTI E SOMMINISTRATI

**8.906 EURO**

SCONTI DEDICATI  
A DIPENDENTI PER  
COMPLEANNO  
E NASCITA FIGLI

# 1.349 PERSONE FORMATE IN UN ANNO

TRA DIPENDENTI DIRETTI E SOMMINISTRATI



**28.648 ORE**  
DI FORMAZIONE (-24,30%)



**48,70%**  
A CURA DI FORMATORI INTERNI



**1.091.900 EURO**  
INVESTITI (-24,12%)

**27,53%**

FORMAZIONE IGIENE E SICUREZZA  
7.888 ORE



**1,71%**

FORMAZIONE DI SEDE  
489 ORE

**32,56%**

FORMAZIONE RETE DI VENDITA  
9.329 ORE

**38,19%**

FORMAZIONE DI INGRESSO  
10.942 ORE

## 1.199 PUNTI DI CONTATTO CON LA RETE INFORMATICA

PC FISSI E PORTATILI	493
SMARTPHONE E PALMARI	221
TERMINALI E TOTEM IN NEGOZIO	317
TERMINALI PER LA GESTIONE LOGISTICA	168

**2,1 MILIONI DI EURO INVESTITI**  
PER LO SVILUPPO DEL SISTEMA INFORMATICO



# AMBIENTE

#### PROMPT

"Crea un'opera in stile paper cut che veicoli il concetto di eco-sostenibilità e natura. Mostra le energie rinnovabili, un packaging, una borraccia, usa il giallo e il verde."

#### N. RIGENERAZIONE

8° rigenerazione di immagine

## LIMITARE I CONSUMI

Una scelta sana, sostenibile, economica.

**PAG. 30**

## UTILIZZARE ENERGIE RINNOVABILI

Inesauribili e pulite: il futuro del pianeta.

**PAG. 32**

## RIDURRE E DIFFERENZIARE

Un rifiuto riciclato cessa di essere un rifiuto.

**PAG. 33**

## RIUTILIZZARE GLI IMBALLAGGI

Il ricircolo virtuoso che protegge l'ambiente.

**PAG. 34**

# IN CALO DEL -1,48% I CONSUMI DIRETTI

LEGATI ALL'ATTIVITÀ D'IMPRESA



**+0,18%**

ENERGIA ELETTRICA



**-22,10%**

GAS



**+4,55%**

GASOLIO



**-5,49%**

CARBURANTE  
FLOTTA AZIENDALE

## INDICATORI DI SOSTENIBILITÀ

I due indicatori proposti ci aiutano a misurare l'impatto della nostra attività in ottica di rispetto ambientale, rapportando i dati di consumo di energie non rinnovabili alla superficie complessiva di vendita dei nostri negozi. Quanto più bassi sono tali indici, tanto maggiore è l'efficienza del nostro sistema. L'intensità energetica contempla i soli consumi di energia elettrica, mentre l'intensità carbonica prende in considerazione tutte le emissioni di CO<sub>2</sub> derivanti da consumi diretti (utilizzo di energia, gas, gasolio e carburante per la flotta aziendale).



**INTENSITÀ ENERGETICA**  
KWH CONSUMATI / SUPERFICIE VENDITA IN M<sup>2</sup>



**INTENSITÀ CARBONICA**  
KG CO<sub>2</sub> EMESSI / SUPERFICIE VENDITA IN M<sup>2</sup>

## INTERVENTI DI EFFICIENTAMENTO PER OLTRE 2,5 MILIONI DI EURO



CENTRALI A CO<sub>2</sub>

**439.100 EURO**  
(16,57% DEL TOTALE)



BANCHI FRESCHI E IMPIANTI FRIGO

**1.976.910 EURO**  
(74,59% DEL TOTALE)



ILLUMINAZIONE LED

**234.407 EURO**  
(8,84% DEL TOTALE)

# IL CONTROLLO DEI CONSUMI INDIRETTI

LEGATI AL TRASPORTO DELLE MERCI



**26.640**

VIAGGI EFFETTUATI  
(+13,25%)



**2,1** MILIONI DI KM

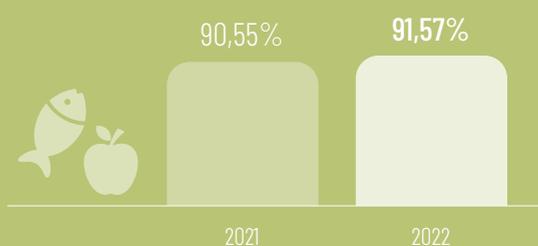
PERCORSI PER RIFORNIRE I NEGOZI  
(+0,84%)



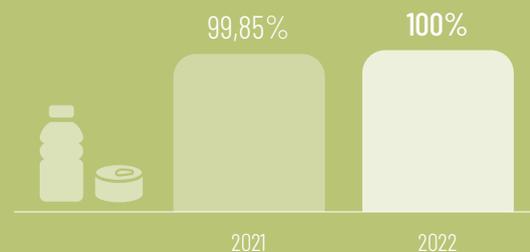
**629** MILA LITRI

DI CARBURANTE  
(+0,88%)

IMPEGNATI A  
OTTIMIZZARE  
I TRASPORTI



INDICE DI SATURAZIONE DA MAGAZZINI FRESCHI



INDICE DI SATURAZIONE DA MAGAZZINI GROCERY

## I CONSUMI DI ACQUA

	2021	2022	VAR%
CONSUMI TOTALI (M <sup>3</sup> )	58.047	56.069	-3,41%
INDICE DI CONSUMO SU SUPERFICIE DI VENDITA (M <sup>3</sup> /M <sup>2</sup> )	0,6431	0,5977	-7,05%

# 11 IMPIANTI A FOTOVOLTAICO



**6.967 M<sup>2</sup>**

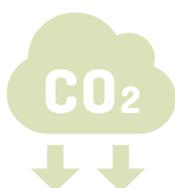
SUPERFICIE COPERTA  
DA PANNELLI

**1.615.970 KWH**

ENERGIA PRODOTTA  
(+1,52%)

**7,14%**

ENERGIA CEDUTA  
IN RETE



**811 TONNELLATE DI CO<sub>2</sub>  
NON IMMESSE IN ATMOSFERA**



**155 ALBERI**  
SALVATI



COPERTURA FABBISOGNO  
ENERGETICO DI  
**180 FAMIGLIE DI 4 PERSONE**



**969 BARILI**  
DI PETROLIO RISPARMIATI

Fonte valori di conversione CO<sub>2</sub>: FIRE, Federazione Italiana per l'uso Razionale dell'energia.

Fonte valori di conversione in alberi, fabbisogno energetico famiglie e barili di petrolio: SOLAR - LOG (Solare Datensysteme GmbH -Geislingen-Binsdorf)

# 29 CENTRALI A CO<sub>2</sub>



**2 NUOVE  
INSTALLAZIONI**  
NEL 2022

**279 MILA  
EURO**  
INVESTITI

**25% RISPARMIO  
ENERGETICO**  
RISPETTO A SOLUZIONI  
TRADIZIONALI

# SMALTITE CON DIFFERENZIATA

## 12 MILA TONNELLATE DI RIFIUTI, IL 78% AVVIATE AL RICICLO



**5.942**

UMIDO  
(+0,78%)



**5.213**

CARTA E CARTONE  
(+0,78%)



**474**

GRASSI ANIMALI E OLI  
(-0,23%)



**265**

NYLON, PLASTICA E POLISTIROLO  
(+2,32%)



**114**

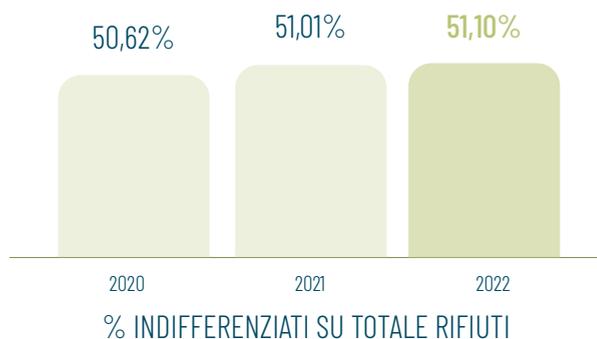
LEGNO  
(-8,80%)



**74**

FERRO  
(-29,13%)

## LA QUOTA DI RIFIUTO INDIFFERENZIATO



## GLI INDICI DI PRODUZIONE DEI RIFIUTI

	2021	2022	VAR%
<b>INDICE DI PRODUZIONE RIFIUTI PER SUPERFICIE DI VENDITA</b> tonnellate totali di rifiuti prodotti / superficie vendita in m <sup>2</sup>	0,2721	0,2634	<b>-3,17%</b>
<b>INDICE DI PRODUZIONE RIFIUTI PER FATTURATO</b> tonnellate totali di rifiuti prodotti / vendite totali espresse in milioni di €	40,27	37,73	<b>-6,31%</b>

I due indicatori proposti ci aiutano a rapportare i rifiuti generati in un anno in funzione della nostra attività: infatti, esprimono rispettivamente le tonnellate prodotte per singolo metro quadro e per ogni milione di euro di vendite.

# 2,7 MILIONI DI IMBALLI RIUTILIZZATI

NEL 2022 TRA CASSE E PALLET IN PLASTICA

L'utilizzo di casse a rendere per la fornitura delle carni e dei prodotti ortofruttili al posto di contenitori monouso permette di ridurre l'impatto ambientale in termini di produzione di gas serra e utilizzo di risorse.

## RISPARMIO DI COMBUSTIBILI FOSSILI PARI A 9.390 GJ

**-41%**

RISPETTO A  
CONTENITORI MONOUSO



**1.535**  
BARILI DI PETROLIO



**662**  
CASE ALIMENTATE PER UN ANNO

## 291.643 M<sup>3</sup> DI ACQUA RISPARMIATI

**-53%**

RISPETTO A  
CONTENITORI MONOUSO



**4,9 MILIONI**  
DI DOCCE



**117**  
PISCINE OLIMPICHE

## 1.145 TONNELLATE DI CO<sub>2</sub> NON IMMESSE IN ATMOSFERA

**-63%**

RISPETTO A  
CONTENITORI MONOUSO



**8,8 MILIONI**  
DI KM RISPARMIATI



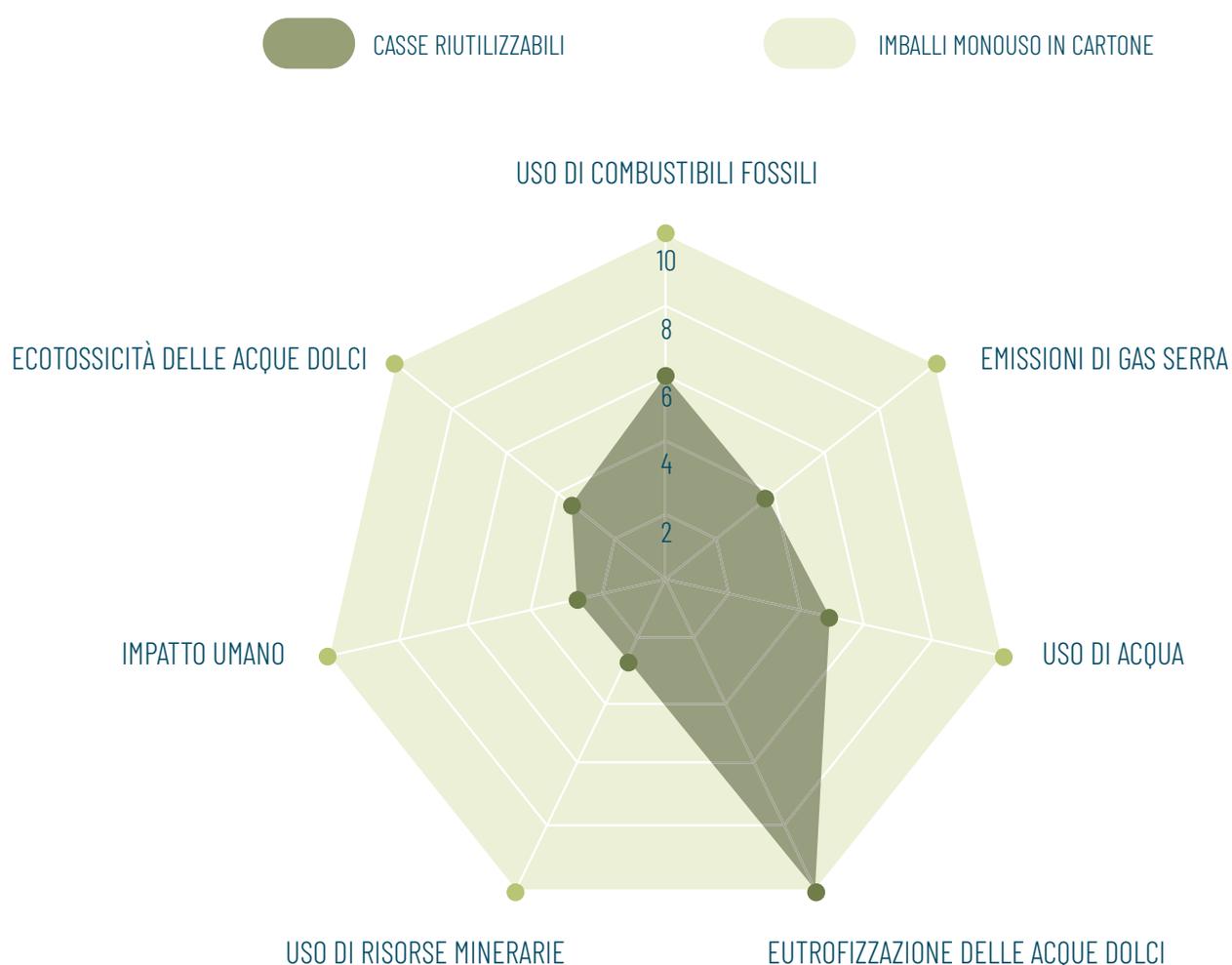
**545**  
ETTARI DI FORESTA SALVAGUARDATI

Fonte: Tosca Italy S.p.A. - valori calcolati confrontando l'uso di casse riutilizzabili (1,36 kg peso medio; lavaggio dopo utilizzo; 50 viaggi/corso vita; 100% riciclo a fine vita) rispetto a scatole in cartone monouso (0,6 kg peso medio; 60% materiale riciclato; fine vita 84% riciclaggio e 16% in discarica o termovalorizzazione)

# L'IMPRONTA AMBIENTALE COMPARATIVA

## DELLA CASSE RIUTILIZZABILI RISPETTO A SCATOLE MONOUSO IN CARTONE

Il grafico permette di confrontare l'impatto ambientale associato all'utilizzo di casse a rendere in polipropilene (area verde scuro), rispetto all'uso di imballi monouso in cartone. Come si può notare, per ciascuno degli indicatori presi in analisi, i nostri imballi riutilizzabili garantiscono un minor uso di risorse e quindi un maggiore risparmio in termini di preservazione dell'ambiente.



Fonte: Tosca Italy S.p.A. - calcoli effettuati tramite la piattaforma COMPASS, utilizzando i dati dell'inventario Ecoinvent del ciclo di vita (LCI), che rappresentano una media regionale del settore per i materiali, i processi di produzione e gli impatti alla fine del ciclo di vita.

Per i vari indicatori presi in analisi, il vettore di carico che ha l'impatto più alto è stato espresso con valore pari a 10, mentre quello con impatto più basso è stato riproporzionato, usando lo stesso fattore di conversione.



# COMUNITÀ E TERRITORIO

#### PROMPT

"Crea un'opera in stile cartaceo artigianale che veicoli il concetto di comunità, local, amicizia e crescita."

#### N. RIGENERAZIONE

20° rigenerazione di immagine

## FARE RETE CON LE IMPRESE LOCALI

Lavoro, prodotti e tradizioni:  
il coinvolgimento del territorio.

**PAG. 38**

## SUPPORTARE LA COMUNITÀ

Cultura, sport e supporto  
alle fasce più fragili.

**PAG. 40**

## CRESCERE INSIEME AL TERRITORIO

Versamenti erariali sul territorio e  
investimenti per migliorare il sistema.

**PAG. 41**

## PROMUOVERE INIZIATIVE DI SOLIDARIETÀ

Una salda mano tesa a favore di associazioni  
e progetti umanitari.

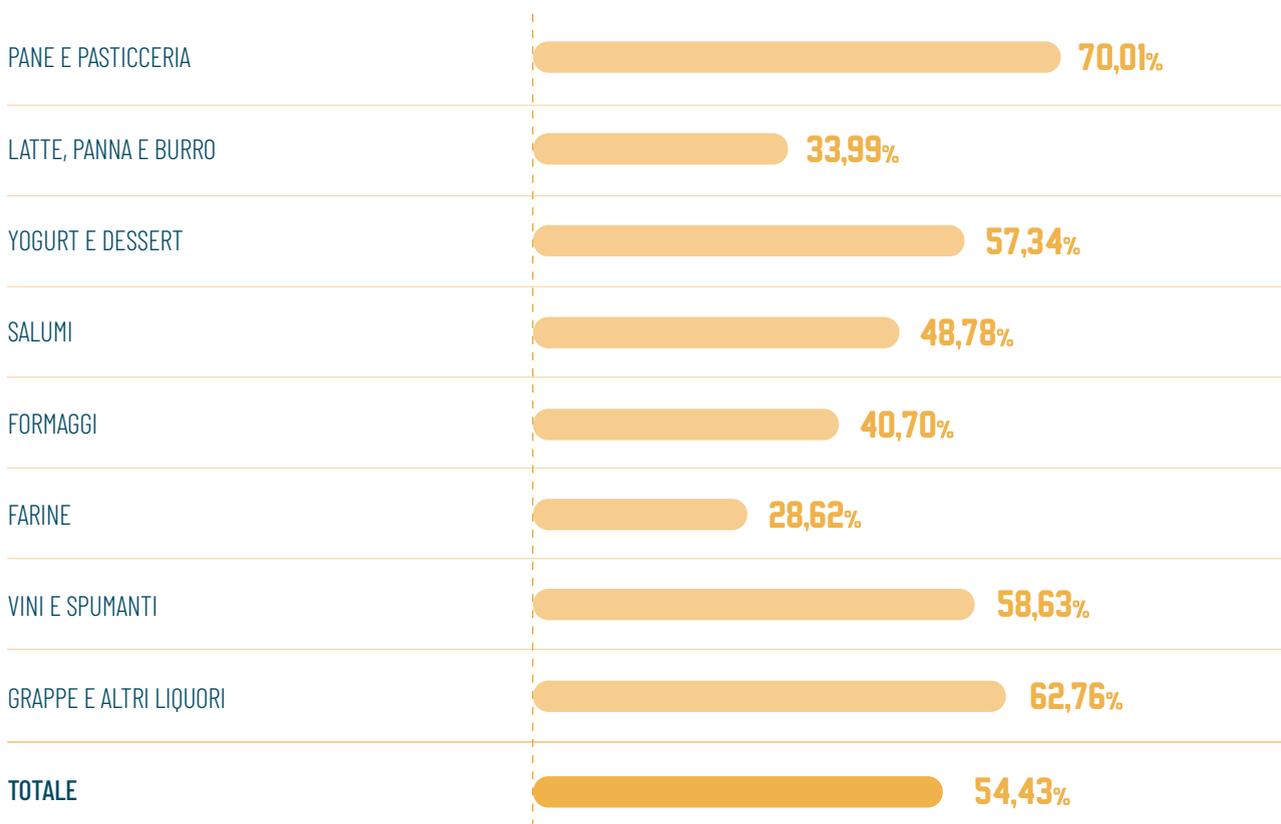
**PAG. 42**

# 3.389 PRODOTTI LOCALI TIPICI

DEL TERRITORIO, IL 54% SUL TOTALE

Il forte radicamento nel territorio trova evidenza dall'analisi delle categorie merceologiche più significative, nelle quali i fornitori locali si vedono riconosciuta un'importante presenza a scaffale.

## LA PERCENTUALE DI PRODOTTI LOCALI NEI VARI REPARTI



## 224 PRODUTTORI LOCALI COINVOLTI



**91 MILIONI  
DI EURO**  
DI VENDITE GENERATE



**+10,32%**  
RISPETTO ALL'ANNO  
PRECEDENTE

**1 FORNITORE  
SU 3 È LOCALE**

# PROGETTUALITÀ CONDIVISA

PER ESALTARE LE ECCELLENZE LOCALI

## GALLO ROSSO, DIRETTAMENTE DAI MASI SUDTIROLESIS IN NEGOZIO



**38**  
PRODOTTI

**8**  
MASI COINVOLTI

**34 MILA EURO**  
DI VENDITE

## IL GUSTO CONTADINO, SOSTEGNO ALLE TRADIZIONI

IL GUSTO  
CONTADINO  
COSTI SEMPLICI, COSTI BUONI

**228**  
PRODOTTI  
(+16,33%)

**7**  
NUOVI PRODUTTORI  
COINVOLTI

**48**  
FORNITORI  
TOTALI

## OLTRE 3 MILIONI DI EURO INVESTITI IN UN TRIENNIO PER PROMUOVERE LA LINEA



**917 MILA EURO**  
INVESTITI NEL 2022



**57 MILA EURO**  
COSTI DI COMUNICAZIONE, GRAFICA  
E CERTIFICAZIONE



**860 MILA EURO**  
SCONTI GARANTITI  
AL CLIENTE

## IL SOSTEGNO ALL'ISTRUZIONE



**4 STAGE IN SEDE**

UNIVERSITARI O  
ESPERIENZE DI TIROCINIO

**14 STAGE IN NEGOZIO**

ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO

**6 EVENTI FORMATIVI**

PER LE SCUOLE O LA COMUNITÀ

### LA CONVENZIONE UNISPESA



STUDENTI UNIVERSITARI ISCRITTI	3.176 (+20,44%)
SCONTI DISTRIBUITI	53.695 € (+38,97%)
PRODOTTI ACQUISTATI IN PROMOZIONE	140.941 (+37,67%)

**157 MILA EURO  
DI SCONTI DAL LANCIO  
DEL PROGETTO**

## IL SOSTEGNO ALLO SPORT



**163 MILA EURO**

INVESTITI PER LO SPORT

Siamo partner attivi nel settore della pallavolo, del calcio e del triathlon.

## IL SOSTEGNO ALLE FASCE PIÙ FRAGILI



Collaboriamo con la Cooperativa Oasi Tandem per reintegrare in società, grazie al lavoro, persone deboli o svantaggiate

**16 INSERIMENTI**

LAVORATIVI STABILI

Aderiamo ad un progetto promosso dalla Cooperativa Agricola di San Patrignano per il recupero di ragazzi tossicodipendenti, impegnati nella produzione di diverse specialità gastronomiche tra cui formaggi, salumi e panificati.

**12 PRODOTTI**

INSERITI IN ASSORTIMENTO

**98 MILA EURO**

DI VENDITE

**25 MILA PEZZI**

VENDUTI

## VERSAMENTI DI IMPOSTE E TASSE SUL TERRITORIO

### I VERSAMENTI ERARIALI



IMPOSTE E TASSE	8.973.075 €
IMPOSTA SUL VALORE AGGIUNTO	1.825.620 €
SOSTITUTO D'IMPOSTA	6.538.230 €
<b>TOTALE</b>	<b>17.336.925 €</b>

**15,7 MILIONI  
DI EURO RIMASTI  
SUL TERRITORIO**  
GRAZIE A QUANTO PREVISTO  
DALLO STATUTO SPECIALE  
PER IL TRENINO-ALTO ADIGE

## SICUREZZA DEI SISTEMI DI PAGAMENTO



**445 MILIONI DI EURO TRANSATI**

CON MONETA ELETTRONICA  
(CARTE DI DEBITO, CREDITO, CARTE  
REGALO O BUONI PASTI ELETTRONICI)

**68,05%**  
SUL TOTALE

**2,8 MILIONI DI EURO**  
COSTI DI COMMISSIONI



**430 TERMINALI POS**

DI PROPRIETÀ INSTALLATI PRESSO LA RETE  
DI VENDITA PER RIDURRE I COSTI DI SISTEMA



**42 MILA EURO INVESTITI**

PER PROCESSARE LE TRANSAZIONI IN MODO SICURO

## 419 TONNELLATE DI CIBO DONATE ALLE MENSE DEI POVERI

NEGOZI COINVOLTI	56
VALORE ECONOMICO STIMATO	1.670.898 €



**839 MILA**  
**PASTI EQUIVALENTI\***



**130 COLLABORATORI**  
COINVOLTI PER PREPARARE I PRODOTTI



**163 ORE**  
DEDICATE IN SETTIMANA

**16,7 MILIONI DI EURO DONATI IN 13 ANNI**  
TRAMITE TRENTINOSOLIDALE E FRATI CAPPUCCINI DI TRENTO

## 56 TONNELLATE DI CIBO RACCOLTE PER IL BANCO ALIMENTARE



**52**  
NEGOZI COINVOLTI



**205.176 EURO**  
VALORE ECONOMICO STIMATO



**22,20%**  
DI QUANTO RACCOLTO IN REGIONE



**111 MILA**  
**PASTI EQUIVALENTI\***

\*Nota: 1 pasto equivalente corrisponde a un mix di 500 g di alimenti - stima adottata dalla European Food Bank Federation

# LE INIZIATIVE ORGANIZZATE IN NEGOZIO

## L'ACCOGLIENZA DEI VOLONTARI



**166 GIORNI**

DEDICATI A INIZIATIVE SOLIDALI



**245 MILA**

CLIENTI INCONTRATI

Ospitiamo nei nostri negozi le associazioni del territorio affinché possano farsi conoscere e promuovere i loro progetti.



## SPESA SOSPESA PER L'UCRAINA

**48 NEGOZI**

COINVOLTI

**8.236 GIORNI**

DEDICATI

Per supportare le popolazioni colpite dal conflitto e le famiglie ospitate sul nostro territorio, ci siamo immediatamente attivati promuovendo nei nostri negozi raccolte di prodotti alimentari e di prima necessità. Il calcolo dei giorni si riferisce alla somma di tutte le giornate a cui ogni singolo negozio ha aderito.



## COLTIVIAMO I VOSTRI PROGETTI

LA NOSTRA INIZIATIVA A SOSTEGNO DEL VOLONTARIATO LOCALE



**6 EDIZIONI**

CONCLUSE



**92 ASSOCIAZIONI**

COINVOLTE



**2,3 MILIONI DI EURO**

DISTRIBUITI DALL'INIZIO  
DEL PROGETTO

Art Direction:

**brand&soda**

**Finito di stampare il 18 settembre 2023**

*Il presente documento contiene immagini create attraverso l'utilizzo di un sistema di IA generativa in grado di tradurre testi in contenuti visivi, addestrato su immagini e contenuti liberamente disponibili, con licenza aperta e/o di dominio pubblico, il cui eventuale copyright è scaduto.*

*Tali immagini sono state successivamente oggetto di manipolazione/perfezionamento e post-produzione con apporto umano da parte di Brand&Soda S.r.l., e sono utilizzate nel presente documento con finalità esclusivamente editoriali/didattico-divulgative.*

*Le immagini non rappresentano fatti o persone reali e non intendono creare sovrapposizioni di immagini che assomigliano notevolmente a persone, oggetti, luoghi o altre entità o eventi esistenti e che potrebbero apparire falsamente autentici o veritieri per una persona (c.d. deep fake).*

*È in ogni caso fatto divieto a chiunque venisse in possesso del presente documento, sotto ogni forma, di copiare, diffondere, riprodurre e/o comunque utilizzare le predette immagini senza la previa autorizzazione scritta di Brand&Soda S.r.l.*



**GruppoPoli**